

جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون - نظام ل.م.د-

**إشكالية الضمان في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية
المستهلك وقمع الغش بين النظري والتطبيقي**

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص
تخصص: القانون الخاص الداخلي

إشراف الأستاذة:

د/ شكلاط رحمة

إعداد الطالبين:

رايح جمال

تيميزار أحسن

لجنة المناقشة:

د. سي يوسف حورية زاهية، أستاذة محاضرة (أ)، جامعة مولود معمري، رئيسة

د. شكلاط رحمة، أستاذة محاضرة (أ)، جامعة مولود معمري، مشرفة ومقررة

أ. قونان كهينة، أستاذة مساعدة (أ)، جامعة مولود معمري، ممتحنة

تاريخ المناقشة: 2014-09-29.

شكر وتقدير

بعد شكر الله، نتقدم بخالص شكرنا للأستاذة الدكتورة شكلاط
رحمة، على كل ما قدمته لنا من توجيه و إرشاد أثناء إشرافها على إنجاز
هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا في هذا المقام أن نتقدم بخالص الشكر الجزيل و التقدير
إلى أساتذتنا الأجلاء جميعا، و نخص بالذكر أعضاء اللجنة الموقرة، و كل
من كان لنا عوناً و نبراساً في طريق البحث و التعلم.

إهداء

الحمد لله الذي سخر لنا هذا وما كنا له مقرنين، ونصلي على أشرف خلق الله " محمد "
وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد:

أهدي هذا العمل المتواضع إلى منبع الحب والحنان، إلى التي جعل الله لها جنتان واحدة في
صدرها والثانية تحت قدميها، إلى أمي ... أمي الحبيبة " حورية " .

إلى جناحي وسندي في الدنيا أبي العزيز " محمد " حفظكما الله لي وأطال في عمركما.
إلى إخواني , و أخواتي الذين لم ييخلوا علي بشيء.

إلى من بفضلهم وصلت إلى ما أنا عليه... أساتذتي بمختلف الأطوار.

إلى رفيق دربي الذي شاركني هذا العمل "جمال".

إلى كل الأصدقاء وزملاء وإلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي.

أحسن

إهداء

بسم الله و الصلاة و السلام على رسول الله، أما بعد، أهدي هذا العمل المتواضع

إلى منبع الحب و الحنان "أمي".

إلى رفيقة الدرب في الحياة "زوجتي" التي عانت معي الكثير عند تحضير هذه المذكرة.

إلى إبني و قرّة عيني "ريان".

إلى إخوتي نسيم و محمد و أختي كاتية.

إلى أصدقائي الأعزاء رزوق كريمو، رسول رابح و شباب مقران

إلى رفيق دربي الذي شاركني هذا العمل "أحسن".

إلى كل من أعانني من بعيد أو من قريب في إنجاز هذا العمل.

جمال

قائمة المختصرات:

أولاً: باللغة العربية

ج.ر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

د.ت.ن: دون تاريخ النشر.

د.ب.ن: دون بلد النشر.

د.د.ن: دون دار النشر.

ص: الصفحة.

ج: الجزء.

ط: الطبعة.

ق.م.ج: القانون المدني الجزائري.

ق.ع.ج: قانون العقوبات الجزائري.

م.ن.ق.ع.س: المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية.

م.إ: مجلة الإدارة.

م.ع.ق.إ: مجلة العلوم القانونية والإدارية.

م.ج.أ.ع.إ: مجلة جامعة الأمير للعلوم الإسلامية.

م.ب.ق.إ: مجلة البحوث القانونية والاقتصادية.

د.ج: دينار جزائري.

ثانيا: باللغة الفرنسية:

Bull.cass.civ : Bulletin des arrêts de la cour de cassation. Chambre civiles.

Cass.Civ : Arrêts des chambres civiles de la cour de cassation.

Cass.Com: Arrêts des chambres commerciales de la cour de cassation.

C.Civ: code civil Français.

Cass : Cassation (cour de).

D : Recueil Dalloz.

JCP : Juris-classeur périodique.

Obs: Observations.

P : page.

RTD civ : Revue trimestriel de droit civil (Dalloz).

RTD com: Revue trimestriel de droit commercial.

V : Voir ou voyez.

مقدمة

تعد التجارة من أكثر وجوه النشاط البشري إغراءً للإنسان لما فيها من وفرة للإنتاج و المداخل وتعد من مصادر الرزق وأهمها، ولعل اتساع مجال التجارة فتح باباً واسعاً أيضاً لاستخدام مختلف السبل في ترويج مختلف المواد والسلع وإخفاء عيوبها واستغلال رغبات المقتنين للمنتجات، لخدمة مساعي التجار المتمثلة أساساً في الربح و المدخول الوفير .

ولا يخلو مجال في الحياة إلا ووجدنا فيه ذلك التنافس الحاد والعراك المستمر بين القائمين بالأعمال من منتجين وبائعين و صناع ومستوردين وغيرهم، ما يوحي وجود مخاطر تهدد الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية إن لم يكن لها ضوابط تحكمها هذا ما يوضح جلياً الأهمية الكبرى التي يكتسبها السوق داخل مجتمع ما.

وقد شهد العالم بدءاً من منتصف القرن العشرين نقلة تكنولوجية لامثيل لها موازاة بما حققته من راحة ورفاهية للإنسان ترتب عنها مخاطر إن لم نقل كوارث ومصائب مست مختلف نواحي الحياة الضرورية من طبيعة و إنسان وحيوان أيضاً.

وقد أدت هذه النقلة التكنولوجية إلى ازدهار الأسواق بأنواع من المنتجات لم تكن معهودة من ذي قبل، من سلع استهلاكية، إلى أجهزة منزلية، إلى حاسبات آلية، إلى وسائط نقل متعددة الأنواع والأشكال، ولم يقف العلم عند هذا الحد، بل لازال العلم يقدم الجديد كل ما سنحت الفرصة ، ومع كل ما يحققه هذا التطور من فوائد بالنسبة لجمهور المستهلكين، من تحقيق للرفاهية وسهولة الحياة، إلا أنه لم يخلو من بعض المضار بالنسبة لهم، إذ أدى إلى تفاقم الحوادث الناتجة عن مخاطر الشيء وبات ضحايا تلك الحوادث يقدر بالآلاف سنوياً.

فالكم الهائل من المنتجات المتعددة الأنواع والأشكال أدى إلى صعوبة إلمام المشتري بخصائصها وكيفية استعمالها، ومن ثم التبصر بحقيقة ما يقدم على شرائه، ونتيجة لهذا التطور الهائل كان طبيعياً أن يتسع حجم الأضرار التي تسببها هذه المنتجات الصناعية.

ومن الطبيعي أن نجد جهات متعددة تحاول التصدي إلى هذه المشاكل، الغرض من ذلك حماية المستهلكين من الأضرار التي تسببها المنتجات، فظهرت حركات عديدة في الدول الصناعية الكبرى تدافع عن المستهلكين بداية من الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتقلت إلى أوروبا وتطورت بصورة ملحوظة على وجه الخصوص في فرنسا، كما ازدادت الرقابة على

المنتجات وعلى المنتجين وأبطلت الشروط التعسفية التي يفرضها المنتجون أو الموزعون ومنحت حق اللجوء للقضاء لفائدة جمعيات حماية المستهلكين.

وازداد هذا الاهتمام لمعالجة مشكلة المسؤولية الناتجة عن أضرار المنتجات وما تفرضه من ضمان للعيوب، بحيث تتحقق مسؤولية المنتج أو الموزع عن جميع الأضرار التي تلحق المستهلك في نفسه أو في ماله بسبب ما يشوب السلعة من عيوب.

ولعل الأمر هو الذي يؤكد دون أدنى شك أهمية وجوب حماية المستهلك، فالتزام المحترف بالضمان يقرر حقاً لهذا الأخير من خلال إقرار المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الالتزام.

سعى من الدولة الجزائرية إلى زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين قامت بتحرير التجارة الخارجية وكذا إقرار مبدأ المنافسة الحرة، الأمر الذي شجع الخواص الدخول في هذا المجال وهو الشيء الذي أدى إلى انتشار رهيب للمنتجات المستوردة المقلدة، التي لا تستجيب أغلبها للمقاييس العالمية.

أصبح موضوع حماية المستهلك مطلباً أساسياً في الجزائر، فبعدما كان المشرع يحمي المستهلك وفقاً للقواعد العامة في القانون المدني وذلك على أساس المسؤولية العقدية التي تنشأ بسبب إخلال المتدخل بالتزام تعاقدية، أو تقصيري، إلا أنه لم تحقق هذه النصوص الحماية الكافية للمستهلك خاصة مع متطلبات الواقع، الأمر الذي دفع بالمشرع إلى إصدار القانون رقم 89-02، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الذي كرس المبادئ الأساسية لمراقبة جودة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.

لتفعيل هذه الأحكام تم إصدار العديد من التشريعات ذات الصلة بالمنافسة¹ وتنظيم الممارسات التجارية²، كما تم إقرار تعديلات على مسؤولية المنتج بموجب المادة 140 مكرر من القانون المدني.

ورغم الحماية التي كفلها القانون رقم 89-02 للمستهلك، إلا أن هذا القانون عجز عن تحقيق الغاية منه في وقتنا الحالي الأمر الذي دفع بالمشروع الجزائري إلى إلغائه وإصدار القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من أجل سد الثغرات القانونية في هذا المجال وتوضيح تدابير صحة المستهلكين وسلامتهم.

ولم يكتفي المشرع بإصدار هذا القانون فقط، بل واصل العمل من أجل تحقيق أكبر قدر من الحماية للمستهلك، ولهذا قام بإصدار مرسومين تنفيذيين وهما المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك.

و تكمن أهمية الدراسة في الوقوف على مدى كفاية قانون حماية المستهلك وقمع الغش في تحقيق حماية فعالة للمستهلك، وكذا الوقوف على الجديد الذي جاء به المشرع من خلال هاذين المرسومين التنفيذيين، وسنركز الدراسة على موضوع إلزامية الضمان، ولكن قبل ذلك سنتطرق لموضوع الإعلام الذي يشكل هو الآخر ضمانا للمستهلك، لأن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في التزام البائع بالضمان والالتزام بالتسليم، وهي التزامات بلا شك ذات طبيعة عقدية، ونفس الشيء بالنسبة لالتزامه بضمان السلامة. فالالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالضمان، ولا يتحدد نطاقه بضمان العيوب الخفية والاستحقاق أو التعرض

¹ - أمر رقم 03-03، مؤرخ في 19/07/2003، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 43، صادرة في 20/07/2003، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-05، المؤرخ في 15/08/2010.

² - قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23/06/2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41، صادرة في 27/06/2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10-06، المؤرخ في 05/08/2010، ج.ر عدد 46، صادرة في 18/08/2010.

فحسب، بل يمتد ليشمل كافة الالتزامات التي من شأنها تنفيذ العقد تنفيذاً صحيحاً والذي يعتبر الالتزام بالإعلام واحد منها . فيكون بذلك جزءاً لا يتجزأ من الالتزام بالضمان، وبالتالي من الخطأ فصلهما عن بعضهما البعض و من الضروري تطبيق قواعد ضمان العيوب الخفية على الأضرار الناتجة عن المبيع وذلك بالالتزام البائع بتعويض المشتري عن الأضرار التي تلحقه لعدم إحاطته علماً حتى يتمكن من تجنبها، فيكون الالتزام بالإعلام بذلك امتداداً لفكرة الضمان، حيث تبدأ أول خطوات تنفيذ الالتزام بالضمان بقيام الضامن- أي البائع- بإعلام المشتري بحقيقة المبيع محل الضمان.

وعلى ضوء ذلك سنطرح الإشكال التالي: **ما مدى فعالية قواعد الضمان في تحقيق الحماية للمستهلك؟**

و للإجابة على هذا التساؤل قسمنا بحثنا إلى فصلين، نتعرض في الفصل الأول إلى الإطار القانوني للالتزام بالإعلام، الذي قسمناه بدوره إلى مبحثين، نتطرق في الأول إلى مفهوم الالتزام بالإعلام، و في الثاني إلى مضمون الالتزام بالإعلام، أما الفصل الثاني فقد خصصناه للالتزام بالضمان الذي قسم هو الآخر إلى مبحثين، سنتطرق للأول إلى الإطار القانوني للالتزام بالضمان، وفي الثاني إلى نطاق الالتزام بالضمان.

الفصل الأول

الإطار القانوني للالتزام بالإعلام

عرف العالم خاصة في الآونة الأخيرة حركة ابتكاريه وإبداعية في شتى المجالات لم يسبق لها نظير من قبل، فقد تحول العالم بواسطة العولمة إلى قرية صغيرة يسهل فيها تنقل الأشخاص والسلع، فازداد حجم المنتجات وتنوعت وتعددت كذلك، فوجد المستهلك نفسه أمام منتجات وخدمات جديدة، إلى جانب منتجات تفتقر للمعلومات الضرورية الواجب الإطلاع عليها، مكتفيا بإدراج ما يتعلق بكيفية الاستعمال، والتركيبية⁽¹⁾.

أمام هذه الظاهرة استوجب الأمر ضرورة تدخل المشرع لتقرير جملة من القواعد لاسيما تلك المتعلقة بالتزامات المهني (المتدخل)، أهمها الالتزام بالإعلام الذي يستوجب تحديد مفهومه (المبحث الأول)، ومضمونه (المبحث الثاني).

1- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام في إطار القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير، فرع العقود و المسؤولية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2011-2012، ص5.

المبحث الأول مفهوم الالتزام بالإعلام

يجد الالتزام بالإعلام أساسه في قانون العقود الذي يشترط أن يكون المتعاقد على دراية بالمعلومات الشاملة والكافية للمنتج، ويعتبر هذا الالتزام واجب في العلاقة التي تربط المتدخل بالمستهلك لأن هذا الأخير غالبا ما يكون طرفا ضعيفا يجهل مكونات المنتج وطريقة استعماله، والأضرار المترتبة اثر استعمال منتج خطير في حالة عدم تقيده بالتعليمات والإرشادات المحددة.

إضافة إلى أن مبدأ احترام صحة رضا المتعاقد في القانون المدني أصبح غير كاف لتحقيق حماية المستهلك، لهذا أضحي من الضروري تقرير حماية واسعة له، من خلال سن نصوص تشريعية خاصة بتقرير الالتزام بالإعلام على عاتق المنتج، ذلك ما تقرر صراحة في أحكام القانون رقم 09-03، خاصة مادته 1/17 التي نصت على: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بآية وسيلة أخرى مناسبة".⁽¹⁾

1- قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر عدد 15، صادرة في 2009/03/08.

إلى جانب كل من المرسوم التنفيذي رقم 90-366⁽¹⁾، والمرسوم التنفيذي رقم 90-367⁽²⁾، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 13-378⁽³⁾.

يفهم إذن أن مبدأ عدم تغليب المتعاقد في رضاه لم يعد محميا فقط طبقا لنظرية عيوب الرضا التي تشترط تنوير إرادة المتعاقد، وإنما بتحقيق الالتزام بالإعلام قبل العقد وأثناء انعقاده.

لتحديد مفهوم الالتزام بالإعلام ينبغي التطرق للمعنى القانوني الصحيح لهذا الالتزام وذلك بالتعرض إلى تعريف الالتزام بالإعلام وشروطه (المطلب الأول).

كما أن لهذا الالتزام أساسا ينبنى عليه وطبيعة قانونية خاصة وجب البحث فيها، لتوصل إلى معرفة المفهوم الدقيق لهذا الالتزام وهذا من خلال التطرق إلى أساس الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التعريف بالالتزام بالإعلام وشروطه

إن الالتزام بالإعلام يلتبس معناه مع مفاهيم أخرى، وللتوصل إلى المعنى الحقيقي له يقتضي الأمر التعرض لتعريف هذا الالتزام (الفرع الأول).

1- مرسوم تنفيذي رقم 90-366 ، مؤرخ في 10/11/1990، يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر عدد 50، صادرة في 21/11/1990، (ملغى).

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 ، مؤرخ في 10/11/1990، يتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها، ج.ر، عدد 50، صادرة في 21/11/1990، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484، المؤرخ في 22/12/2005، ج.ر عدد 83، صادرة في 25/12/2005، (ملغى).

3- مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 09/11/2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، عدد 58، صادرة في 18/11/2013.

كما أن لهذا الالتزام شروطا وجب توفرها حتى يقوم على عاتق الدائن به، لهذا سنتعرض لشروط هذا الالتزام (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف بالالتزام بالإعلام

لتعريف الالتزام بالإعلام يجب التعرض له من الناحية الفقهية والقضائية (أولا)، ثم تمييزه عن باقي المصطلحات المشابهة له (ثانيا)

أولا: التعريف الفقهي للالتزام بالإعلام

لقد رتب القانون التزامات عديدة على عاتق المهني أهمها الالتزام بإعلام المستهلك، والذي يتم في مرحلتين: مرحلة ما قبل التعاقد وتسمى بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام، ومرحلة تنفيذ العقد وتسمى بالالتزام التعاقدى بالإعلام، فاحترام المتدخل لهذين الإجراءين، وتنفيذهما بشكل سليم يعد بمثابة استيفاء والوفاء بالتزامه، وهو إعلام المستهلك.

لقد أكد المشرع الجزائري على حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة ولم يحدد هل الإعلام قبل التعاقد أم أثناءه⁽¹⁾، ذلك ما اتضح جليا في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽²⁾ لاسيما مادته 17، إلا أن هذا التمييز بين الالتزام قبل التعاقد والالتزام التعاقدى بالإعلام من ابتكار القضاء والفقه الفرنسي والذي اتبعه في ذلك الفقه العربي، لذا تعددت تعاريف الالتزام بالإعلام التعاقدى وقبل التعاقدى.

1- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2009، ص139.
2- تنص المادة 1/17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة...".

أ- تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام

يعتبر الالتزام بالإعلام السابق على إبرام العقد حديث النشأة، نظرا لارتباطه بالتطور التقني في إنتاج السلع وتنوع الخدمات، فتطور معنى هذا الالتزام حتى أصبحت له ذاتية مميزة تختلف عن بقية الالتزامات المشابهة له.

لقد وردت عدة مصطلحات فقهية لمصطلح الالتزام قبل التعاقد بالإعلام منها "الإفضاء"⁽¹⁾، في حين عرفها رجال القانون بشكل مختلف منها "الإدلاء بالبيانات"⁽²⁾، "الالتزام بالتبصير"⁽³⁾ أو "الالتزام بالتحذير"⁽⁴⁾، والمعنى الذي رجحه بعض الفقه هو المعنى الذي ذهب إليه "ماستر MESTRE" حيث قال بأنه "تنوير رضا المتعاقد، دون جذبه للتعاقد"⁽⁵⁾، فإخبار المستهلك عن معلومات متعلقة بالمبيع ودوره، تكون لديه فكرة عامة عنهما دون أن يكون ملزما بالتعاقد، وفي حالة إبرامه للعقد يكون قد اكتسب تنويرا إراديا واسعا حول المبيع وصاحبه وينتج عن ذلك بالضرورة صحة التعاقد.

نظرا للأهمية التي يكتسبها الالتزام قبل التعاقد بالإعلام حاول الفقه الحديث الوقوف على المسألة من خلال تحديد مدلوله وتعريفه، ذلك ما ذهب إليه جانب من الفقه حيث عرفه: "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم

1- جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 208.

2- حمدي أحمد سعد ، الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع ، دراسة مقارنة، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999 ، ص.ص 58-59.

3- سهير منتصر ، الالتزام بالتبصير ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 41.

M. De Juglart, L'obligation de renseignements dans les contrats, thèse n°82, Paris 1975, p75.

4- Muriel Fabre, Magnan, Essai d'une théorie de l'obligation d'information dans les contrats, thèse n°467, Paris1, 1991, P 372.

5-Xavière Perron, L'obligation du conseil, thèse n°564, Rennes 1992, p589.

للمتعاقدين الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد".⁽¹⁾

كما عرفه فريق آخر من الفقهاء على أنه: " تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع، حتى يكون الطالب على بينة من أمره ، بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام التعاقد ".⁽²⁾

من خلال ما سبق عرضه، يمكن تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه التزام بالإدلاء بكل المعلومات المتعلقة بالبائع وبمحل العقد والشروط العامة للعقد حتى يبرم المستهلك العقد على رضا مستتير.

ب- تعريف الالتزام التعاقدي بالإعلام

يعرف بالالتزام التعاقدي بالإعلام أنه: " الإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد، وتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه أو عن الاستمرار في استخدام السلعة أو الاستفادة بالخدمة ".⁽³⁾

إذا كان الهدف من هذين الالتزامين هو تنوير وتبصير الطرف الذي سوف تقدم له المعلومات، والإفصاح بجميع البيانات التي تهمه بخصوص العقد، إلا أنه توجد مظاهر الاختلاف والتباين بينهما، حيث أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ينشأ في المرحلة السابقة على تكوين العقد وإبرامه، ويهدف إلى تنوير رضا المتعاقد الذي تقدم إليه المعلومات، لذلك

1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، القاهرة، 2004، ص 189.

2- ريس محمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، مجلة الحجة، مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين لناحية تلمسان، العدد 1، جويلية 2007، ص 16.

1- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية....، مرجع سابق، ص 9.

لا يستمد وجوده من العقد بخلاف الالتزام بالإعلام التعاقدية، الذي ينشأ وينفذ في مرحلة لاحقة لإبرام العقد، وبالتالي فهو التزام تعاقدية الغاية منه حسن تنفيذ العقد.

ثانياً: تمييز الالتزام بالإعلام عن باقي المصطلحات المشابهة له

الالتزام بالإعلام له ذاتيته الخاصة، وبالتالي يجب تمييزه عن غيره من الالتزامات العقدية المشابهة له، والتي يكون محلها تقديم استشارات أو نصائح أو معلومات أو بيانات وذلك على النحو التالي:

أ- تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام التعاقدية بتقديم الاستشارة الفنية:

يجب عدم الخلط بين الالتزام التعاقدية بتقديم الاستشارة الفنية، وبين الالتزام قبل التعاقدية بالإعلام، فالالتزام بتقديم الاستشارة الفنية يترتب على عقد يبرم بين خبير في مجال معين، تقني أو فني كالمهندس الاستشاري أو الخبير القانوني أو غيرهما من الخبراء، وبين شخص آخر يطلب تقديم مشورة خاصة تتعلق بموضوع محدد أو مشكلة تواجهه، وهذا الالتزام لا يقتصر على تقديم معلومات فقط، بل يمتد إلى تقديم نصائح من شأنها أن تحمل الشخص على اتخاذ موقف معين، بالإضافة أن هذا الالتزام يتطلب بذل عناية كبيرة بهدف تقديم مشورة محددة وواضحة تساعد من تقدم له على اتخاذ قرار حاسم بشأن مسألة أو مشكلة معينة، ومثال ذلك التزام المهندس المعماري بتقديم المعلومات الفنية والتكنولوجية وفقاً لأصول ومناهج ودراسات وسياسات علم الهندسة المعمارية.¹

في حين أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدية ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد بهدف تنوير وتبصير أحد المتعاقدين فتساعده في بناء وتكوين رضائه الحر بالعقد المزمع إبرامه.

1- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 74.

كما يمكن تسجيل أهم مظاهر الاختلاف بين الالتزامين، وتتمثل في أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام قانوني سابق على التعاقد، حيث ينشأ وينفذ في مرحلة سابقة على العقد وبالتالي لا يستمد وجوده منه، وإنما يستمد وجوده من المبادئ العامة للقانون كمبدأ "حسن النية" قبل التعاقد، وبالتالي إخلال المدين بهذا الالتزام لا يثير أي مسؤولية عقدية، بخلاف الالتزام بتقديم الاستشارة الفنية، الذي يعد التزام عقدي ينشأ في المرحلة التالية لإبرام العقد ويستمد وجوده من العقد، وبالتالي إخلال المدين بالالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارة الفنية يقيم المسؤولية العقدية.

أما بالنسبة للاختلاف الموجود بين الالتزام التعاقدى بالإعلام والالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارة الفنية، فإنه وإن كان كل منهما التزام عقدي يترتب عن الإخلال به المسؤولية العقدية فإنهما يختلفان من حيث الهدف من إقرار كل منهما، فإذا كان الالتزام التعاقدى بالإعلام يهدف إلى تنفيذ العقد وتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه أو عن الاستمرار في استخدام السلعة أو الاستفادة بالخدمة، فإن هدف الالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارة هو توجيه الدائن ومساعدته في اتخاذ قرار نهائي فيما يتعلق بمسألة أو موضوع الاستشارة.¹

ب- تمييز الالتزام بالإعلام عن الإشهار أو الإعلان:

الإشهار هو مجموع الدعايات أو العروض والمنشورات المعدة لترويج سلعة أو خدمة معينة، لجذب أكبر عدد من المستهلكين للتعاقد دون تنبيههم بمعلومات عن المبيع، بينما

1- حسان عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص18.

الالتزام بالإعلام يعد وسيلة التصدي لمخاطر الإشهار الكاذب أو المقارن¹ publicité mensongère، الذي يختلف عن الإشهار القانوني القائم على أساس مبررات مقنعة.

يعتبر الإعلام تحصيل حقيقة المبيع أو جزء منه حتى يستطيع المستهلك أن يبادر في الشراء، أما الإعلان فهو ترويج للمنتجات و الخدمات بقصد تحقيق الكسب المادي، ويعتبر كذلك وسيلة لترويج وتمويل الإعلام، وكثيرا ما يكون الإعلان رسالة إعلامية مبالغ فيها في وصف المبيع بقصد تشجيع الإقبال عليه ، غير أن الإعلام أمر موضوعي حامل للبيانات الحقيقية لمحل العقد ومزوده سواء كان هذا الأخير بائعا أو منتجا.²

ج- التمييز الالتزام بالإعلام عن تقديم النصيحة والتحذير:

يعرف مصطلح تقديم النصيحة l'obligation de conseil على أنه " الالتزام بتقديم المعلومات للعميل المتعاقد، في إطار الهدف الذي يبتغيه مما يقتضي توجيه إيجابي لنشاطه وذلك بحثه على اتخاذ قرار معين أو عدم اتخاذه ".³

وبموجب هذا الالتزام فإن المتدخل لا يلتزم بإعلام المشتري فقط، وإنما يجب عليه أن يعرض عليه الحل الأوفق لمصالحه، مما يعني أنه يقع على عاتق المدين بهذا الالتزام

1- جبالى وأعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، عدد 2، سنة 2006، ص ص 57-58.

2- معزوز دليلة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، عدد 2 ، 2012 ، ص 334.

3- عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود و مسؤولية، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص19.

تجاوز مجرد الإعلام البسيط ، أي أنه يفرض إضافة لما سبق بيان الوسيلة المثلى للإلتباع ويقتضي ذلك الإشارة إليه بإبرام العقد أو عدمه، أو اتخاذ إجراء معين أو عدم اتخاذه¹.

غير أن الإلتزام بالتحذير عرفه " ميريال فابر Muriel Fabre " بأنه : " لفت انتباه المتعاقد على حالة أو شيء سلبي في المبيع يشكل له خطورة ، لذا يلزم تحذيره منه "².

يعتبر الإلتزام بالتحذير لدى بعض العلماء نتيجة التقدم التكنولوجي وما ترتب عنه من اتساع نطاق المنتجات الخطيرة، وغالبا ما يفرض الإلتزام بالتحذير في هذه الأشياء الخطيرة، سواء لذاتيتها أم لطريقة حيازتها واستعمالها،³ وغايته هو ضمان سلامة المستهلك الجسدية والمالية.

غير أن الإلتزام بالإعلام، يتسع نطاقه لكل ما من شأنه تنوير رضاء المستهلك قبل إبرام العقد من أجل إيجاد رضا حر وسليم للتعاقد، فضلا عن ما تقدم، فالإلتزام بالإعلام منتج لأثاره في المرحلة السابقة على التعاقد لتتوير إرادة المستهلك غير أن الإلتزام بالتحذير ينتج أثاره في المرحلة اللاحقة للتعاقد.

ومن خلال هذه المقارنة نستنتج أن على الرغم من تعدد التعاريف والاختلاف الموجود بين هذه المفاهيم والإلتزام بالإعلام إلا أنها كلها ضرورية ونافعة للمستهلك، وهذا ما يستوجب قيام البائع المحترف أو المنتج بالإلتزام بالصدق والأمانة عند تقديم المعلومات، أي التحلي بمبدأ حسن النية.

1- محمد بودالي ، حماية المستهلك ... مرجع سابق، ص.ص 26-27.

2 - Muriel Fabre, Margnan, Essai d'une théorie..... , op. cit, p585

« La mise en garde consiste à attirer l'attention du contractant sur un aspect négatif du contrat ou de la chose objectif du contrat, c'est principalement contre un danger, un risque que l'on est tenu de mettre en garde quelqu'un ».

3- علي سيد حسن، الإلتزام بالسلامة في عقد البيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص87.

الفرع الثاني

شروط الالتزام بالإعلام

لقد سعى الفقه والقضاء إلى تحديد شرطين هامين للالتزام بالإعلام يكمن في المعلومات الواجب الإدلاء بها (أولاً)، و أطراف العلاقة المتمثلة في الدائن والمدين ومدى علمهما بالمعلومات (ثانياً).

أولاً: المعلومات الواجب الإدلاء بها

يتضمن الالتزام بالإعلام كل المعلومات المتعلقة بالعناصر الأساسية للعقد، وهي كل المعلومات التي من حق الدائن الحصول عليها قبل إبرام العقد، قصد تمكينه من اتخاذ قراره على بيئة ومعرفة.¹

لقد حددت المادة 1/352 من التقنين المدني²، شرط علم المشتري بالمبيع علماً كافياً وذلك من خلال المعلومات التي تبين له خصائصه ومميزاته والتي تسمح له بالإطلاع على ذاتية الشيء المبيع وكذا التعرف عليه وهي بطبيعة الحال معلومات تؤثر لا محال في رضا المشتري عند إبرام العقد.

وتضيف المادة 2/86³، شرط آخر مفاده إلزام المتدخل على تنفيذ التزامه من خلال إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمبيع، وإذا لم يتم بذلك جاز للمشتري المطالبة بإبطال العقد على أساس الكتمان التدليسي.

1- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام... مرجع سابق، ص17.

2 - تنص المادة 01/ 352 من القانون المدني على: "يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً، و يعتبر العلم كافياً إذا إشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

3- تنص المادة 02/86 من القانون المدني على: "ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليجرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة".

ثانيا : الشروط الخاصة بأطراف الالتزام

يقع على المدين عبيء إعلام الدائن أو المستهلك بكافة المعلومات الخاصة بالمنتج المراد التعاقد عليه ،كما يقع على المدين واجب الاستعلام حول ذلك المنتج، لكن بسبب عدم التكافؤ في مراكز أطراف العقد ، يستوجب البحث في الشروط الخاصة بكل طرف من أطراف العلاقة القانونية.

أ- الشروط الخاصة بالمدين (المتدخل):

يشترط أن يكون المدين عالما بمضمون المعلومات المتعلقة بالعقد وبأهميتها بالنسبة للدائن.

1- علم المدين بالمعلومات المتعلقة بالعقد:

يعتبر شرط معرفة المدين بالمعلومات المتصلة بالمنتج المراد التعاقد عليه أمرا مهما لاغنا عنه في هذا المجال، فلا يمكن إلزامه بتقديمها إذا كان هو لا يعلمها فليس من المعقول إلزامه بتقديم شيء لا يملكه ففاقد الشيء لا يعطيه.

إلا أنه في كثير من الأحيان يسعى المدين للتملص من مسؤوليته من خلال إنكار علمه بتلك المعلومات، إلا أن ذلك لا يتحقق إلا إذا أثبت أنه قام بالتحري والاستعلام من أجل الحصول عليها وإعلام المستهلك بها، وفي هذا المجال وسعيا منه لحماية الدائن (المستهلك) من هذه العلاقة خاصة مع اختلاف المراكز القانونية بين طرفيها، قام القضاء الفرنسي بوضع قرينة غير قابلة لإثبات العكس مفادها أن تمتع الشخص بصفة المحترف قرينة على علمه بتلك المعلومات، ولا يمكن له التخلص من المسؤولية إلا من خلال إثباته

أنه بذل عناية الرجل العادي في الاستعلام عليها وإعلام الدائن بها ، كما يمكن له كذلك نفي هذه المسؤولية من خلال إثبات وجود السبب الأجنبي الذي حال دون ذلك.¹

2 - معرفة المدين بأهمية المعلومات بالنسبة للدائن:

إذا كان عنصر معرفة المدين للمعلومات من العناصر المهمة لقيام الالتزام بالإعلام فيبقى غير كاف، إذا لم نضف له شرط معرفة المدين للأهمية التي تمثلها هذه البيانات بالنسبة لدائنه، فعليه أن يعرف رغبة المشتري من المنتج، وإعلامه بكافة المعلومات المتعلقة به حتى يكون المستهلك على دراية بالمنتج هذا سواء من حيث مكوناته أو طريقة استعماله وكذا الخطورة الناجمة عنه.²

ب- الشروط الخاصة بالدائن (المستهلك):

يجب على كل متعاقد أن يستعلم حسب قدراته عن المبيع ، فبالرغم من أن المحترف ملزم بإعلام المستهلك عن المبيع، إلا أنه لا يجوز لهذا الأخير التذرع بالجهل بالمبيع وبالتالي عليه ببذل جهد معقول بالاستعلام عن المعلومات الخاصة به وبالعقد معا، إلا إذا كان جهله لها مشروعاً، إما باستحالة العلم أو باعتبارات الثقة المشروعة.³

1- الجهل المستند إلى استحالة العلم:

قد تكون الاستحالة إما شخصية أو موضوعية، فالاستحالة الشخصية: تتمثل في تلك الحالة التي يكون المستهلك فيها عديم الدراية أو قليل الخبرة في المنتج المراد التعاقد عليه، وهنا تكون هذه الاستحالة حسب قدرات المستهلك ومستواه الثقافي والعلمي، أما الاستحالة

1- معزز دليلة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد... مرجع سابق، ص339.

2- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام... مرجع سابق، ص.ص 22-23.

3- معزز دليلة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد... مرجع سابق ، ص337.

الموضوعية يقصد بها استحالة العلم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد المراد إبرامه، سواء كانت المعلومات والبيانات تتعلق بوضع الشيء القانوني أو المادي.¹

2- الجهل المستند إلى اعتبارات الثقة المشروعة:

قد توجد اعتبارات لدى المستهلك تجعله يقصر أو حتى يستغني أو يتخلى عن واجبه في الاستعلام ومن بين هذه الاعتبارات وجود صلة القرابة بين المستهلك والمتدخل، أو توفر صفة ما في المتدخل تجعل من الدائن يضع ثقته فيه، أي يتحقق لديه نوع من الثقة بأن المدين سوف يعلمه بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج من تلقاء نفسه هذا ما يدفعه لإبرام العقد معه.²

المطلب الثاني

أساس الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية

يتميز الالتزام بالإعلام بذاتية مستقلة، فقد حرص الفقه والقضاء على إلقاء الضوء على حكمه ومبررات نشوء كالتزام مستقل، وذلك من خلال وضع أسسه (الفرع الأول) والتعرض إلى طبيعته القانونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أساس الالتزام بالإعلام

لقد ثار خلاف فقهي وقضائي حول تحديد الأساس القانوني لهذا الالتزام، حيث ذهب بعض الفقه إلى القول بأن هذا الالتزام يجد أساسه في غيره من الالتزامات (أولاً)، بينما ذهب البعض الآخر إلى الفصل بذاتية الالتزام (ثانياً).

1- حدوش كريمة، مرجع سابق، ص 23.

2- نفس المرجع ، ص 24.

أولاً: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات

انقسم أنصار هذا الاتجاه إلى عدة آراء، حيث يرى فريق أن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بضمان العيوب الخفية، بينما اتجه فريق آخر إلى اعتبار أساس الالتزام بالإعلام يكمن في الالتزام بالتسليم، أما الفريق الأخير فيرى أن أساس الالتزام بالإعلام هو الالتزام بضمان السلامة.

أ- الالتزام بضمان العيوب الخفية كأساس للالتزام بالإعلام:

بالرجوع إلى النصوص القانونية تتضح نية المشرع الجزائري وفصله في المسألة حيث اعتبر أن علم البائع بعيوب المنتج أمر مفترض، ذلك ما تم تكريسه في المرسوم التنفيذي رقم 90-266¹، لاسيما مادته 3 حيث نصت على: "يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستغلال المخصص له و/ أو من أي خطر ينطوي عليه...".

وقد اختلف الفقه والقضاء حول تحديد متى يبدأ سريان مدة ضمان العيب الخفي، فمنهم من يرى أن سريان المدة تبدأ من تاريخ إبرام العقد، ومنهم من يرى تحديدها بتاريخ التسليم، ومنهم من ذهب إلى اعتماد تاريخ الكشف عن العيب قياساً على دعوى الإبطال للغلط أو تدليس.²

إلا أن هذا الرأي لم ينل تأييداً من جمهور الفقهاء الذين يدافعون وبشدة عن استقلال الالتزام بالإعلام عن الالتزام بضمان العيب الخفي، وذلك لعدة اعتبارات منها أن الالتزام بالإعلام أوسع نطاقاً من الالتزام بضمان العيوب الخفية، إلى جانب كون الالتزام بضمان

1- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15/09/99، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر، عدد 40، صادرة في 19/09/1990. (ملغى)

2- عليان عدة، الالتزام بالتحذير...، مرجع سابق، ص 28.

العيب الخفي التزاما بتحقيق نتيجة أما الالتزام بالإعلام فهو التزام ببذل عناية وهو ما ذهب إليه الرأي السائد لدى شراح القانون المدني.¹

ب- الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام:

يعتبر الالتزام بالتسليم أساس الالتزام بالإعلام حسب وجهة نظر بعض الفقهاء، حيث يرون أن هذا الالتزام يجد أساسه في القواعد التي تحكم قواعد التسليم، وقد نص المشرع الجزائري على الالتزام بالتسليم في المادة 364 من القانون المدني حيث نصت على " يلتزم البائع بتسليم الشيء في الحالة التي كان عليها وقت البيع" وتضيف المادة 379 من نفس القانون " يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري..."، يفهم من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري يعتبر عدم المطابقة في المواصفات عيبا خفيا، ومن ثم حتى يكتمل الالتزام بالتسليم يجب على البائع أن يبين للمشتري طريقة استخدام الشيء المبيع وكذا تحذيره من الأضرار والمخاطر الناجمة عنه وهذا حتى يتسنى له الانتفاع به على أحسن وجه²، لكن لم يخلو هذا الاتجاه من النقد حيث أن :

1- يكون البائع قد وفى بالالتزام بالتسليم متى قام بوضع الشيء المتفق عليه مطابقا تماما تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق حتى ولو لم يستولي عليه ماديا مادام البائع قد أعلمه بذلك في حين أن الالتزام بالإعلام لا يقتصر دور البائع المهني فيه على تسليم منتج مطابق فقط، ولكنه أصبح مسؤولا أيضا عن ملائمة لحاجات

1- عليان عدة، الالتزام بالتحذير....، مرجع سابق، ص31.

2- نفس المرجع، ص34.

المشتري من خلال إعلامه وحث انتباهه إلى كافة المخاطر المرتبطة باستعمال المبيع والاحتياطات الواجبة لتجنبها¹.

2- إرفاق نشرة بالمبيع عند التسليم توضح طريقة استعماله وتحذر مما يكتنفه من مخاطر، لا يعني أن البائع قد نفذ التزامه بالإعلام، إذ قد يحتاج الأمر إلى بيانات ومعلومات إضافية بالنظر إلى طبيعة الشيء أو المخاطر المتوقعة من استعماله.

3- إن قبول المشتري للمبيع يسقط حقه في طلب فسخ العقد أو المطالبة بالتعويض نتيجة إخلال البائع بالتزامه بالتسليم، فيكون بقبوله قد تنازل عن التمسك بحقه في الفسخ أو التعويض، وعلى العكس فإن قبول المشتري للمبيع لا يمنعه من التمسك بالفسخ أو التعويض استناداً إلى إخلال البائع بالتزامه بالإعلام.

ج- الالتزام بضمان السلامة كأساس للالتزام بالإعلام:

يرى أنصار هذا الاتجاه أن الالتزام بالإعلام أوسع وأعم من الالتزام بضمان السلامة، حيث يعتبر الإعلام وسيلة لضمان سلامة المستهلك، وقد استندوا إلى الحكم الذي أصدرته محكمة استئناف Douai والذي أكدت فيه صراحة على مسؤولية البائع المهني عما يلحق المشتري من أضرار نتيجة عدم إعلامه أو حث انتباهه إلى الصفة أو الاستعمال الخطر للمبيع².

1- عليان عدة، الالتزام بالتحذير...، مرجع سابق، ص35.

2 - Cour d'appel de Douai, 4 juin 1954, D. 1954, II, p. 708

حكم أصدرته محكمة استئناف Douai أكدت فيه صراحة أن مسؤولية البائع المهني عما يلحق المشتري من أضرار نتيجة عدم تحذيره أو حث انتباهه إلى الصفة أو إلى الاستعمال الخطر للمبيع، إنما تستند إلى إخلال البائع بالتزام بضمان السلامة وقد جاء في هذا الحكم: "حيث أن شركة Centrvante، قد أغفلت الطريقة المثلى لاستعمال المبيع وهو خلط كهربائي (malaxeur) وبيان أهمية ربط الوعاء الزجاجي على دعامته اللولبية، والاحتياطات التي يجب أخذها عند انحراف هذا الوعاء فإنها تكون قد أخلت بالتزام بالسلامة المتولد عن العقد و يكون خطأها هو السبب في الحادث..." ففقت بمسؤولية الصانع على الرغم من خلو المبيع من العيوب التي تجعله غير صالح للاستعمال استناداً إلى إخلاله بالتزام بالسلامة.

غير أن هذا الاتجاه عرف بدوره نقدا واسعا ما حال دون إمكان أن يكون أساسا

لالتزام بالإعلام حيث أن :

1- أثير الشك حول جدوى الالتزام بضمان السلامة في مجال عقد البيع، ذلك أن هذا الالتزام لا يتصور قيامه إلا في العقود التي يعهد أحد المتعاقدين بمقتضاها إلى المتعاقد الآخر برعايته والمحافظة على سلامته، كما هو الحال في مجال عقد النقل، أما في عقد البيع فإن شخص المشتري لا يكون تحت رقابة ورعاية البائع، وحتى وإن كان يحق لكل شخص أن يتوقع عدم الإصابة من الشيء الذي اشتراه، إلا أن ذلك يخرج عن إطار العقد ويدخل في مجال الفعل الضار، ولا توجد أية علاقة عقدية بين عدم ترضية المشتري وما أصابه من ضرر من جراء البيع، ولذلك فإن الالتزام بضمان السلامة في مجال عقد البيع يؤدي إلى التوسع في مجال المسؤولية العقدية على حساب المسؤولية التقصيرية دون أي مبرر¹.

2- امتداد الالتزام بضمان السلامة في مجال عقد البيع، يمكن أن يؤدي إلى الإضرار بالمشتري، ففي كثير من الحالات يمكن أن يجد المشتري في قواعد المسؤولية عن الأشياء حماية أكثر فعالية من اللجوء إلى المسؤولية العقدية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة، فهو يستطيع الرجوع على البائع بالتعويض باعتباره حارسا لتكوين الشيء، استنادا إلى فكرة تجزئة الحراسة².

نفهم إذن أن كل من الالتزام بضمان العيوب الخفية والالتزام بالتسليم، والالتزام بضمان السلامة لا تصلح لأن تكون أساسا لالتزام البائع المهني بالإعلام، الأمر الذي يعني أن لهذا الالتزام ذاتية مستقلة عن غيره من الالتزامات.

1- عليان عدة، الالتزام بالتحذير...، مرجع سابق، ص.ص 37-38.

2- نفس المرجع، ص 38.

ثانيا: استقلالية الالتزام بالإعلام

مما سبق يفهم أن الالتزام بالإعلام يعتبر التزام مستقل قائم بحد ذاته، ويتمتع بذاتية مستقلة والتي يعود مصدرها إلى النصوص القانونية العامة، سواء تلك المنصوص عليها في القانون المدني الجزائري(أ)، أو استنادا إلى مبدأ حسن النية في العقود(ب).

أ- القانون المدني كأساس للالتزام بالإعلام:

لقد نصت المادة 352 من القانون المدني على: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه. وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالما بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع".

يتضح من خلال هذه المادة موقف المشرع الجزائري في هذا المجال حيث لم يكتفي بوجوب تعيين المبيع أو قابليته للتعيين، وإنما كذلك استلزم لصحة هذا البيع أن يكون المشتري عالما كفاية به، وذلك ببيان المبيع وكذا أوصافه الأساسية، حيث قرر المشرع الجزائري للمستهلك الذي لم يستفد من هذا التبيان البطلان النسبي للعقد.

ب- مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام:

يرى جانب آخر من الفقه أن مبدأ حسن النية يعتبر أساسا للالتزام بالإعلام حيث استندوا في ذلك على المادة 1134 من القانون المدني الفرنسي والمقابلة للمادة 1/107 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على مايلي " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن النية".

وقد عرفت هذه المادة تفسيرات متعددة خاصة من طرف الفقه الفرنسي حيث انقسمت آراء الفقهاء فيه على من يرى أنها تنطوي على واجب الأمانة والثقة بين المتعاقدين le devoir de، ومن يرى أنها تنطوي على واجب التعاون والاشتراك le devoir de، والذي يتطلب أن يقوم كل متعاقد بإبلاغ الطرف الآخر بمضمون العقد والأمور التي تهمه معرفتها من أجل تنفيذه أو استغلاله.¹

ويتطلب هذا المبدأ التعاون بين طرفي العقد من أجل تسهيل عمل كل واحد منهما وذلك من خلال قيام البائع المهني بدوره بأحسن وجه وبحرفية وكذا مساندة المستهلك له في ذلك أي التعاون فيما بينهما أثناء تنفيذ العقد.

الفرع الثاني

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام

يتوقف على تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام أمرين، يتعلق أولهما ببيان حدود هذا الالتزام أي مدى ارتباط الوفاء به بالعقد، وهل هو سابق عن هذا الأخير ومستقل عنه، أم أنه ملازم له ومرتبط به، والثاني ينصب على معرفة مدى هذا الالتزام فيما إذا كان التزام ببذل عناية أم التزام بتحقيق نتيجة.

أولاً : بالنظر إلى زمن الوفاء به:

لا يطرح الالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد أي إشكال من حيث طبيعته العقدية، فالالتزام بالإعلام في هذه المرحلة ذو طبيعة عقدية محضة، والإشكال يطرح بالنسبة للالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد.²

1- حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفشاء...، مرجع سابق، ص 108.

2- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام... مرجع سابق، ص 37.

اختلف الفقه حول طبيعة هذا الالتزام من حيث كونه ذو طبيعة عقدية أو غير عقدية، ويرجع هذا الاختلاف إلى الخلاف حول المصدر الذي ينشأ عنه هذا الالتزام، فمن رأى أن هذا الالتزام يستمد وجوده من العقد اللاحق اعتبره ذو طبيعة عقدية ، ومن رأى أنه يجد وجوده في مصادر أخرى كالمبادئ العامة للقانون فانه ينظر إليه حينئذ بوصفه التزام قانوني غير عقدي.¹

أ- الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية:

يرى أصحاب هذا الرأي أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام مستقل عن العقد عموماً حيث يتعين الوفاء به في المرحلة السابقة على إبرامه، حيث يستندون على حجج نذكر منها:

1. يجب على المنتج أو الصانع وهو أول المدينين بهذا الالتزام الوفاء به قبل طرح المنتجات في السوق ومن ثم تبصير المستهلكين قبل الإقدام على إبرام العقد، عن طريق كتابة البيانات المتعلقة بهذه المنتجات، التحذير منها وكيفية الاحتفاظ بها.²

2. يعد العلم الكافي بمحل العقد من بين العناصر المكملة لرضا المشتري ووسيلة لإيجاد رضا حر وسليم لديه، وبالتالي تعتبر ضرورة قبل إبرام العقد مما يدل على الطبيعة غير العقدية لهذا الالتزام.³

3. هذا الالتزام أوجبه القانون، كما أنه يجد أساسه في المبادئ العامة للقانون كمبدأ "حسن النية" الذي يفرض على المتعاقد الذي يحوز المعلومات بخصوص العقد أن

1- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام...، مرجع سابق، ص 38.

2 - Le Tourneau (PH), droit de la responsabilité et des contrats, Dalloz action 2000-2001, n° 831, p 203.

3- نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، (د.ب.ن)، 1990، ص131.

يعلم المتعاقد الآخر طالما يتعذر عليه العلم والاستعلام عنها من تلقاء نفسه وبالتالي يعتبر التزاماً قانونياً.¹

في هذا الصدد يرى الأستاذ محمد شكري سرور بأن " الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ليس التزاماً ناتجاً عن عقد البيع الذي ربط بين المنتج والمستهلك، وإنما هو بالأولى التزام سابق على إبرام هذا العقد Précontractuel، يجب في أغلب مظاهره أن يفي به المنتج قبل طرح المنتجات في الأسواق مبصراً مستعمليها أو مستهلكيها المحتملين في عمومهم".²

ومن بين الأحكام القضائية التي جاءت تبين هذا المعنى ما قرره محكمة

st Denis de la réunion³ من مسؤولية الشركة البائعة لفرن كهربائي يلزم لتشغيله تيار كهربائي قوته "24 أمبير" لمخبرة واقعة بمنطقة تعلم الشركة جيداً عدم إمكان الحصول على هذا التيار فيها، لإخلالها بالالتزام بالإعلام والنصيحة حيث كان عليها أن تبين للمشتري كافة البيانات اللازمة وتبصيره بخصائص المبيع من تركيب واستخدام.

هذا ما جعل أصحاب هذا الرأي يرون أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية، ومنطقتهم في ذلك هو أنه ليس من المعقول أن ينشأ الفرع قبل نشوء أصله أو أن ينشأ الالتزام قبل أن ينشأ مصدره، فالعقد لم ينشأ بعد حتى نقول بأن هذا الالتزام عقدي.

1- عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة، دراسة مقارنة، (د.ذ.د.ن)، (د.ب.ن)، 2005، ص 296.

2- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 15.

3- CA. St Denis de la réunion, 26 janvier 1993, JCP 1994 2, n°22299 p.296 note G. Robert

مشار إليه في : حمدي أحمد سعد ، مرجع سابق، ص 139.

ب- الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة عقدية:

يرى أنصار هذا الرأي أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام عقدي يستمد وجوده من العقد ذاته، فيوجد هذا الالتزام قبل إبرام العقد ويستمر أثناء تنفيذه بحيث يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك حول مدى ملائمة الشيء محل العقد وحسن استعماله وتجنب أضراره، ويبررون رأيهم بما يلي:

1. يجد التزام البائع بالإعلام أساسه في الالتزام بضمان العيوب الخفية، والالتزام بضمان الاستحقاق، والالتزام بالتسليم، وهي التزامات بلا شك من طبيعة عقدية.¹

2. يستند كذلك أنصار هذا الرأي إلى نظرية الخطأ في تكوين العقد، التي تعتبر أن الالتزامات السابقة على التعاقد التزامات عقدية على أساس قيام المسؤولية العقدية كأثر للأخطاء التي تقع بمناسبة إبرام العقد أو تلك التي حالت دون انعقاده، بافتراض وجود عقد سابق على العقد الأصلي عبارة عن عقد ضمان مفترض لكل متعاقد يعد مصدرا لهذا الالتزام.²

من الناحية العملية ينبغي أن نغلب الطبيعة العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام لما يؤدي ذلك من الاستفادة بقواعد الإثبات المعمول بها في المسؤولية العقدية، إذ أنه يكفي حينئذ حتى تقوم مسؤولية المدين بهذا الالتزام قيام الدائن بإثبات أمر عدم تنفيذه.

1- ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم و سائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري و الفرنسي و الفقه الإسلامي و أحكام القضاء، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999، ص 202.

2- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، منشأة المعارف، القاهرة، 2004، ص 204.

وقد استند أصحاب هذا الرأي إلى العديد من الأحكام القضائية التي يستفاد منها نفس الحكم مثلاً ما قضت به الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية بالمسؤولية العقدية لصانع المادة اللاصقة للأرضيات عن الأضرار التي لحقت بمستعمل هذه المادة وابنه نتيجة نشوب حريق ضخم في مكان استخدام هذه المادة اثر إشعال الابن لسيجارة يعود ثقاب، وأسست حكمها على عدم كفاية ما دونه الصانع من معلومات في التحذير عن مخاطرها، وإنما اكتفى بتدوين عبارة " قابلة للاشتعال " دون الإشارة إلى ضرورة عدم تواجد مصدر لهب في مكان استخدامها.¹

ثانياً: من حيث كونه التزاماً بتحقيق نتيجة أم التزام ببذل عناية:

ترجع أهمية الوقوف على الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام بالنظر إلى تأثير ذلك فيما يتعلق بإثبات مسؤولية المنتج أو البائع عن الضرر الواقع فإذا كنا بصدد التزام ببذل عناية فانه يتعين لنشوء مسؤولية المنتج أو البائع أن يقوم الطرف المضرور بإثبات أن حدوث الضرر الواقع كان بسبب سلعة محل العقد، فضلاً عن وجوب إقامته الدليل على خطأ المنتج²، والمتمثل في عدم قيامه بتحذير المستهلك لتقادي وقوع الضرر.

أما إذا كنا بصدد التزام بتحقيق نتيجة فجدير بالمضرور أن يتخلص من عناء هذا الإثبات حتى يستطيع الحصول على التعويض بمجرد إثبات أن الضرر حصل له من جراء السلعة، فأين يقع الالتزام بالإعلام من هاذين الاتجاهين؟

1- (Cass. Civ). 1re, 31 Janvier 1973, Juris-Classeur Priondique. 1973.IV. N°40106.

2- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية... مرجع سابق، ص 625.

أ- الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية:

يعني أن المدين ببذل ما في وسعه للوصول إلى أكبر قدر من الهدف المنشود وهو غير ملزم بتحقيق نتيجة، أي أنه غير مسؤول عن تخلف النتيجة وعلى المدعي إثبات عدم بذل العناية في تنفيذ الالتزام بالإعلام ، أو أن يثبت تقصيره في تنفيذ الالتزام بالإعلام.¹

واعتبار الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية يؤدي إلى وجوب قيام المستهلك بإثبات خطأ المتدخل المتمثل في عدم تنفيذ التزامه بالإعلام بالإضافة إلى حدوث الضرر.² وإثبات العلاقة السببية بين خطأ المتدخل والضرر الذي لحق به.

وضع الفقه والقضاء معيارين يجب أن يتوافرا في الالتزام بالإعلام حتى يقال أنه التزام ببذل عناية، فبالنسبة للمعيار الأول والمتمثل في "درجة احتمال النتيجة"، فإن النتيجة المبتغاة من وراء الإعلام هي تزويد المستهلك بكل البيانات التي تفيد في استعمال المنتج وتجنبه المخاطر المرتبطة باستعماله، ولكن البائع المهني لا يضمن هذه النتيجة بل يتعهد فقط ببذل كل ما يستطيع لإحاطة المشتري بالبيانات والمعلومات، ولا يتعهد بأكثر من ذلك، لأن الإعلام مهما بلغت دقته ودرجته ووضوحه لا يكفي لتحقيق النتيجة المنتظرة، بل يتوقف على مدى استجابة المستهلك لهذا الإعلام والتزامه به.³

أما المعيار الثاني فيتمثل في "الدور الذي يلعبه المستهلك في تحقيق النتيجة أو منعها"، فنجد أن المستهلك يلعب دورا ايجابيا في تحقيق النتيجة المطلوبة، فقد يستجيب

1 - حمدي عبد الرحمن، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات، الكتاب الأول المصادر الإرادية للالتزام العقد و الإرادة المنفردة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص39.

2 - علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2008، ص.ص 220 - 221.

3 Mazeaud (H), Essai de classification des obligations en obligations detennines et Obligations générales de prudence et de diligence, *Revue Trimestriel de Droit Civil.*, 1963. n° 50.P.45.

لمضمون الإعلام خاصة إذا كان يحتوي على تحذير معين، وقد لا يستجيب لذلك، لذا لن يغني الإعلام عن وقوع الضرر، ومن ثم فإن التزام البائع المهني يقتصر فقط على إحاطة المشتري بكافة البيانات والتحذيرات التي تجنبه المخاطر المرتبطة باستعمال المنتج، ولا ينتظر من البائع ضمان عدم تحقق تلك المخاطر، مما يعني أن التزامه ليس إلا التزاما ببذل العناية المطلوبة دون اشتراط تحقق النتيجة.¹

وقد استند أصحاب هذا الرأي في تأكيدهم لهذا المعنى إلى العديد من الأحكام القضائية الصادرة عن محكمة النقض الفرنسية فلقد قضت ذات المحكمة في قضية شركة Fechet-Blauch المتخصصة في بيع أجهزة الإنذارات ضد السرقة والتي عرضت على شركة Dicorop جهاز إنذار ضد السرقة مكون من أربع رادارات، حيث رأت الشركة البائعة كفايته للقيام بالمهمة المطلوبة، إلا أن الشركة المشتري رفضت هذا العرض وقبلت بجهاز آخر أقل تكلفة، أيدت محكمة النقض محكمة الاستئناف في رفضها طلب التعويض الذي تقدمت به الشركة المشتري استنادا إلى الإخلال بالالتزام بالإفشاء والنصح، حيث قضت بأن الشركة البائعة لا تلتزم في هذا الصدد بتحقيق نتيجة وبالتالي لم تخل بالتزامها.²

ب- الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة:

يقصد بالالتزام بتحقيق نتيجة بلوغ الغاية، أي أن يفرض القانون على المدين بالالتزام تحقيق نتيجة قانونية محددة، فإذا تخلف عن تحقيقها انعقدت المسؤولية المدنية، وإذا أراد المدين أن يتخلص من هذه المسؤولية وجب عليه إثبات أن السبب الأجنبي هو الذي منعه من القيام بالتزامه كالقوة القاهرة، لكن إذا لم يقدم الدليل ظلت مسؤوليته قائمة ويلتزم بالتعويض لتخلف

1- ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير في مجال عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 149 .
2 - (Cass Com) ,11 juin 1985, Bulletin des arrêt de la cour de cassation civil 1985 N°188 p.157 ; Revue Trimestriel de Droit Civil 1986 N°1 p342.

النتيجة.¹

اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة يؤدي إلى تخفيف عبئ الإثبات على المستهلك في طلب التعويض بمجرد إثبات تخلف النتيجة المطلوبة ، أي بمجرد حصول الضرر.²

استند أصحاب هذا الرأي إلى بعض الأحكام القضائية والتي منها ما قضت به محكمة استئناف باريس عن مسؤولية منتج إطارات السيارات عما لحق المستهلك من أضرار بسبب انفجارها ، بالرغم من كتابة عليها عبارة "غير قابلة للانفجار" ، ولم يكن قد حذر المشتري من هذا الانفجار الذي حدث فجأة ، وقررت المحكمة أن هذا المنتج لا يستطيع التحلل من المسؤولية بقوله بعدم توصل العلم إلى اختراع إطارات غير قابلة للانفجار ، وأنه لم يقصد من هذه العبارة سوى أنها لا تفرغ محتوياتها دفعة واحدة عند الإنقلاب.³

1- حمدي عبد الرحمان، الوسيط في نظرية... مرجع سابق، ص37.

2- علي فتاك، تأثير المنافسة... مرجع سابق، ص220.

3- (Cass. Civ). 1re, 14 décembre, 1982, *Revue Trimestrielle de Droit Civil*. 1983, N°09, p.544.

المبحث الثاني

مضمون الالتزام بالإعلام

أوجبت النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك على عارض المنتجات والخدمات تنوير المستهلك بمعلومات كافية تتعلق بمحل الالتزام، كما حددت أطراف هذا الالتزام (المطلب الأول)، كما ألزمت المتدخل باستعمال الوسائل المناسبة لإعلام المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول

نطاق الالتزام بالإعلام

يجب توضيح حدود الالتزام بالإعلام، من حيث الأطراف (الفرع الأول) ومن حيث المحل (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أطراف الالتزام بالإعلام

قد يبدو للوهلة الأولى أن نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص، ينحصر في تلك العلاقة المباشرة الموجودة بين البائع والمشتري، إلا أن الأمر في الحقيقة يتعدى ذلك، فآثر هذه العلاقة يتعدى طرفي العقد ليشمل أشخاص آخرين إذ يمكن أن تتداول السلعة بين أكثر من شخص واحد كأفراد أسرة المشتري وغيرهم، لهذا وجب تحديد كل من المدين بالالتزام بالإعلام من جهة (أولا)، والدائن بهذا الالتزام من جهة أخرى (ثانيا).

أولاً: المدين بالالتزام بالإعلام (المتدخل)

تمر كل من عملية التصنيع وتسويق المنتجات بمراحل عديدة حتى تصل إلى المستهلك أو المستعمل، وذلك بتدخل ومشاركة عدة أشخاص تبدأ من أولهم وهو منتج المواد الأولية مروراً بمنتج الجزء المكون، ثم المنتج النهائي، ومن ثم تأتي سلسلة من الموزعين أو تجار الجملة يليهم العديد من تجار التجزئة وغيرهم من المساهمين في عملية إيصال المنتج إلى المستهلك.¹

أمام تعدد هؤلاء الأشخاص ظهرت أهمية تحديد المدين بالالتزام بالإعلام ما سبب خلافاً عند الفقهاء، عن الأشخاص الذين يلتزمون بالإعلام، فهل يقتصر على الأشخاص الذين يدخلون في سلسلة الإنتاج فقط، أم يمتد ليشمل أولئك الذين يتواجدون في سلسلة توزيع المنتجات.

أ- مفهوم المتدخل عند أنصار الاتجاه الضيق:

يقتصر مفهوم المدين بالالتزام بالإعلام عندهم على المنتج الذي يعرفه بعض الفقه على أنه : " من يتولى الشيء حتى يؤولي نتاجه أو المنفعة المطلوبة منه ".²

بالتالي فإن هذا الاتجاه يحصر الالتزام بالإعلام على الأشخاص المرتبطين بمرحلة الإنتاج دون غيرهم من المشاركين في سلسلة التوزيع وتسويق المنتج، وتبريرهم في ذلك هو أن المنتج تتوفر لديه المعلومات على السلع التي يقوم بإنتاجها فهو يعرف دقائق ومكونات

1- كهيئة قونان، ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطرة في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2010، ص42.

2- سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية و الاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، العراق، 2008، ص80.

وخصائص المنتج وكيفية استعماله، وهو أكثر الأشخاص الذين يستطيعون معرفة المخاطر التي تنتج عنه.¹

زيادة على ذلك فإن المنتج يملك من الوسائل التي تمكنه من إعلام المستهلك سوءا بالكتابة على السلعة أو غلافها أو بإرفاق نشرات معها.

لكن حصر الالتزام بالإعلام في الأشخاص المكلفين بالعملية الإنتاجية يضيق على المضرور فرصة الحصول على التعويض، لهذا ظهر اتجاه آخر وسع في هذه المسألة حيث لم يقتصر فقط على المنتج لوحده.

ب- مفهوم المتدخل عند أنصار الاتجاه الواسع :

ينادي أصحاب هذا الاتجاه إلى تمديد نطاق الالتزام بالإعلام ليشمل جميع المتدخلين في عملية عرض المنتج، ويعرف الدكتور " جمال نكاس " المهنيون في العملية الاستهلاكية على أنهم : " جماعة المحترفين من المنتجين والبائعين وغيرهم الذين يقومون بإنتاج السلع الاستهلاكية وتسويقها بشكل دوري، أشخاص طبيعيين كانوا أو أشخاصا معنوية وأيا كان انتمائهم إلى القانون الخاص (الأفراد والشركات) أم القانون العام (الدولة ومؤسساتها)".²

استند أنصار هذا الاتجاه في تبرير موقفهم إلى أن إدخال الأشخاص المشاركين في عملية التسويق في نطاق الالتزام سوف يوفر ضمانات أكبر للمضرور الذي يفضل مقاضاة التاجر الذي يعرفه والذي تسلم منه المنتج ، خاصة إذا كان مقيما في مكان إقامته في حين

1- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج...، مرجع سابق، ص11.

2- حبيبة كالم، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005، ص14.

أن منتج المنتج يكون غريبا عنه لا يعرفه.¹ زيادة إلى المشقة التي يتكبدها المستهلك لمقاضاته حيث يستلزم عليه الأمر الانتقال إلى مقر إقامة المنتج (مقر مؤسسته أو شركته) والتي تقع في أغلب الأحيان خارج الوطن بل خارج القارة ككل.

ج- موقف المشرع الجزائري من مفهوم المتدخل بالالتزام بالإعلام:

تعرض المشرع الجزائري من خلال قانون 89-02 إلى تعريف المتدخل الذي اصطلح عليه بالمحترف، إلا أنه في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عبر عن المدين بمصطلح " المتدخل " الذي عرفه في مادته 03 الفقرة 7 على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي ، يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك "، ومعنى عملية عرض المنتج للاستهلاك جاءت به نفس المادة في فقرتها الثامنة (8/03) " مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة ".

بينما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 90-266، في مادته 02 على أنه " كل منتج، صانع، وسيط، حرفي، تاجر، مستورد، موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك.... ".

في حين أن المرسوم التنفيذي رقم 13-327²، تعرض إلى المدين وسماه " المتدخل " بدلا من "المهني" وهذا كي يتماشى مع المصطلح المستعمل في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

1- قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة، القاهرة ، 2007، ص41.

2- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26/09/2013، يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، ج.ر عدد49، صادرة في 02/10/2013.

نتيجة لما سبق نلاحظ أن المشرع الجزائري في قانون الاستهلاك قد وسع من النطاق الشخصي للمدين مما يسمح للدائن باختيار الشخص الأكثر ملائمة ليطالب منه بالالتزام بالتعويض عن الإخلال بواجب الإعلام.

ثانيا: الدائن بالالتزام بالإعلام

المستهلك هو الدائن بالالتزام بالإعلام، فهو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، أو هو الشخص الذي يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي، وليس من أجل التصنيع.¹

ثار اختلاف فقهي حول التعريف القانوني للمستهلك فهناك تعاريف تقصر فكرة المستهلك على فئة معينة من الأشخاص وهذا هو الاتجاه الضيق، فحين يذهب البعض الآخر إلى أن فكرة المستهلك تشمل فئات أوسع وهذا يمثل الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك.

أ- مفهوم المستهلك عند أنصار الاتجاه الضيق:

يعرفه الأستاذ السيد محمد السيد عمران على أنه " كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجته الشخصية أو العائلية عن طريق منتج معين ".²

بناء على هذا التعريف فانه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو حرفته، وهو ما يسمى بالمستهلك المحترف، الذي يختلف عن المستهلك النهائي الذي يقتني منتوجا ليستعمله لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة والذي يشبع حاجة غير تجارية.

1- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ص18.

2- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية و تطبيقية للنصوص الخاصة لحماية المستهلك، منشأة المعارف، القاهرة، 1986، ص117.

وهناك من يعرفون المستهلك على أنه " الزبون غير المحترف للمؤسسة أو المشروع".¹

اعتمد هذا الاتجاه على معيار الغرض من التصرف، والذي يسمح بتصنيف شخص ما بين طائفة المحترفين أو طائفة المستهلكين، فالمستفيد من أحكام القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، هو كل شخص يقتني أو يستعمل² مالا أو خدمة لتحقيق هدف شخصي أو عائلي، سواء تعلق الأمر باقتناء المنقولات أو العقارات، دون أن يكون لهذا الاقتناء أي هدف مهني.

ويعتبر الأستاذ CALAIS – AULOY المستهلك أنه " الشخص الطبيعي الذي يقتني أو يستعمل مال أو خدمة لغرض غير مهني".³

يقترّب من هذا التعريف ما أورده الأستاذ GHESTIN من اعتبار أن المستهلك هو الذي يصبح طرفا للحصول على سلع وخدمات ، من أجل إشباع حاجاته الشخصية غير المهنية.⁴

وقد ساق أنصار هذا الاتجاه عدة حجج من أجل استبعاد المهني أو المحترف من الحماية، منها أن المحترف الذي يتصرف من أجل حاجات مهنته سيكون أكثر تحفزا من الشخص الذي يتصرف لغرض خاص وبالتالي فتجده يحسن الدفاع عن نفسه، وإذا كان المحترف في وضعية ضعف فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة ، لا بقواعد قانون الاستهلاك.⁵

1- محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة و مرتفعيها لقانون حماية المستهلك، مجلة الإدارة، عدد 24، 2002 ، ص 37.

2- محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، الطبعة الرابعة، دار وائل، الأردن، 2004 ، ص 25.

3- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012 ، ص 24

4- محمد بودالي، "مدى خضوع المرافق العامة....."، مرجع سابق، ص 37.

5- شعباني نوال، التزام المتدخل...، مرجع سابق، ص 24.

نستخلص من التعاريف السابقة أن المستهلك الذي تجدر حمايته هو المستهلك النهائي، أي الشخص الذي يشتري منتوجا لاستعماله الشخصي أو العائلي ، ويقصي أنصار هذا الاتجاه الأشخاص المعنوية وكذا المستهلكين المهنيين من مجال الحماية.

ب- مفهوم المستهلك في الاتجاه الموسع:

ذهب بعض الفقهاء إلى ضرورة الأخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك ليشمل أشخاص آخرين ، وهذا من أجل كفالة حمايته عند تعاقد مع المهنيين سواء حين يتعامل مع مهنيين في نفس اختصاصه أم لا.

فيعرفه البعض بصفة أكثر شمولاً ويرون بأن المستهلك هو " كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة " ¹.

ويعرفه البعض الآخر بأنه " الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفاً قانونياً للحصول على منتوج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه" ².

والأمثلة التي تساند هذا التعريف كثيرة منها التاجر الذي يشتري نظام الإنذار لمحله التجاري، أو المحامي الذي يشتري جهاز الكمبيوتر لحاجته المهنية.

فالمحترف الذي يتصرف خارج مجال تخصصه يعتبر هو الآخر مستهلكاً، على أساس أنه يظهر ضعيفاً مثله مثل المستهلك العادي ³، فقد يجد المهني نفسه في مواجهة متعاقد محترف فيكون في وضعية ضعف تستدعي الحماية مثله مثل المستهلك الذي

1- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج...، مرجع سابق، ص32.

2- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية...، مرجع سابق، ص41.

3- محمد بودالي، "مدى خضوع المرافق العامة..."، مرجع سابق، ص35.

يستعمل المنتج شخصا، فاعتمد الموسعون في مفهوم المستهلك على معيار الضعف من الناحيتين الاقتصادية والتقنية، ولم يعتمدوا على معيار الاستعمال الشخصي كما اعتمد عليه أنصار الاتجاه الضيق.

كما نلاحظ اتساع هذا الاتجاه ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك، الذي يمكن أن يكون في مركز ضعف، فالشخص المعنوي يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية¹.

ج- موقف المشرع الجزائري في مفهوم المستهلك وإشكالات التطبيق:

لم يتطرق القانون رقم 89-02² والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك إلى تعريف المستهلك، بل أحال ذلك إلى التنظيم، حيث نصت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39³ والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، على أن المستهلك هو " كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة، معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي، لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به ".

بصدور القانون رقم 09-03 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تضمن تعريف مغاير للمستهلك، ذلك ما تقرر في المادة الثالثة منه حيث نصت على: " كل شخص طبيعي

1- عمر محمد عبد الباقي، نفس المرجع، ص25.

2- قانون رقم 89-02 المؤرخ في 27/02/1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد54، صادرة في 08/02/1989، (ملغى بالقانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش).

3- مرسوم تنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30/01/1990، يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج.ر عدد 05، صادرة في 31/01/1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، مرخ في 16/10/2001، ج.ر عدد 61، صادرة في 21/10/2001.

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".

فباستقراء المادتين السابقتين، يمكن تسجيل ملاحظات واستخلاص العناصر التالية:

- قد يكون المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا: لقد أقر المشرع في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 بأن المستهلك هو " كل شخص...." أي أنه لم يحدد ما إذا كان شخصا طبيعيا أو معنويا، ولتجنب الغموض تدارك الأمر في القانون رقم 09-03 وحسم طبيعة المستهلك حين أدخل طائفة الأشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين.¹

• المستهلك يقتني بمقابل أو مجانا:

استخدم المشرع الجزائري في كل من المادتين، الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 والمادة الثالثة من القانون رقم 09-03 نفس المصطلح للتعبير على "الشراء" وهو لفظ "يقتني"، بالتالي يقصد المشتري دون غيره وبذلك يكون قد أسقط المستعملين من دائرة المستهلكين ، فكثيرا ما يتم استعمال المنتج أو الخدمة من طرف الغير كأفراد أسرة المقتني، وهذا الأمر يجب تصحيحه.

بالإضافة إلى أن مصطلح "يقتني" في غير محله، لأن الاقتناء يكون دائما بمقابل، فيمكن أن تكون رغبة المشرع في إلزام المتدخل بإعلام المستهلك حتى ولو لم يبيعه المنتج أي وهبه أو أهده إياه ، بالتالي فحتى يكون المعنى مفهوما وجب على المشرع استخدام لفظ أوسع من الاقتناء وهو لفظ "يتحصل".

1- شعباني نوال، التزام المتدخل...، مرجع سابق، ص 29.

• الاستعمال النهائي للمنتوج:

تطبيقا لنص المادة الثالثة من القانون رقم 03-09 يعتبر المقتني مستهلكا إذا توجه إلى الاستعمال النهائي للمنتوج، غير أن المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 تضيف إلى طائفة المستهلكين **المستهلك الوسيط**، الذي يعتبره البعض أنه المهني الذي يقتني المنتج من أجل استغلاله، وبالتالي فالمهني هو في نفس مرتبة المستهلك.¹

لكن المقصود **"بالاستعمال الوسيط"** ليس المتدخل وإنما هو المستهلك العادي، حيث إذا واصلنا قراءة نص المادة الثانية الفقرة الأخيرة فإنها تشير إلى المستهلك النهائي الذي يتصرف لسد حاجاته الشخصية لا المهنية، وبالتالي فيرى أصحاب هذا الرأي أن المشرع الجزائري لم يأخذ بالمفهوم الواسع كما هو متضح للوهلة الأولى.

نلاحظ أن المشرع الجزائري قد أخذ بالاتجاه الضيق لتعريف المستهلك ، وهذا بإقصائه للمستهلك المهني حتى لو تعامل خارج مجال تخصصه ، رغم الضرورة الملحة لأن تشمل الحماية كونه قد يتعرض لقدر كبير من الخطر كأثر لتواجده في مركز ضعيف فنيا مقارنة بمركز المهني المتخصص الذي يتعامل معه.

• كذلك لفظ **"يتكفل"** من الناحية اللغوية:

يشير استعمال مصطلح **"يتكفل"** عدة تساؤلات، فهل يقصد بالكفالة تلك الموجودة في القانون المدني أم تلك الموجودة في قانون الأسرة ؟ وما هي وضعية الأشخاص الذين يقطنون مع المستهلك ولكنه لا يتكفل بهم، أم أن المشرع يقصد بها كل من هم تحت مسؤولية المستهلك فهذه التساؤلات أوجدها التعبير غير الدقيق للمفاهيم ، باعتماد ألفاظ غامضة تحتل عدة تأويلات، هذا ما يجعل التطبيق السليم لقانون حماية المستهلك أمرا

1 - (M) KAHLOULA et (G) MEKAMCHA, La protection du consommateur en droit algérien, Idara, N° 2, 1995, P15.

صعب، فباستقراء النصوص الخاصة بتعريف المستهلك تظهر لنا عدة إشكالات تستوجب محاولة الوقوف عندها، ومحاولة إيجاد حلول لها لتداركها في المستقبل.¹

د- تعارض تعريف المستهلك في التشريع الجزائري:

تنص المادة 94² من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن أحكام القانون رقم 89-02 ملغى ولكن نصوصه التطبيقية تبقى سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التي تحل محلها.

من خلال تحليل معنى المادة يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

غياب وعدم صدور العديد من النصوص التطبيقية، بالتالي يبقى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ساري المفعول، الأمر الذي يتعارض مع أحكام القانون الجديد، لاسيما فيما يتعلق بتحديد مفهوم المستهلك ففي حين تبنى المشرع الجزائري المفهوم الواسع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 بإدراج المستهلك الوسيطى للمنتج ضمن طائفة المستهلكين، تبنى القانون رقم 09-03 المفهوم الضيق حين أقصى المستعمل الوسيطى، حيث أنه نص على أن المستهلك هو فقط الذي يقتني المنتج من أجل الاستعمال النهائي، فمثلا إذا تضرر شخص ما من منتج معين نتيجة عدم التزام المتدخل بالإعلام، وكان قد اشتراه ليس بهدف إشباع حاجاته الخاصة، وإنما من أجل الاستعمال الوسيطى فيعتبر مستهلكا وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 90-39، في حين لا يعتبر كذلك في ضوء قانون حماية المستهلك وبالتالي يكون هناك إشكال في تطبيق القانون من أجل بسط الحماية المقررة للمستهلك.

¹-شعباني نوال، التزام المتدخل...، مرجع سابق، ص 31

2- تنص المادة 94 من القانون رقم 09-03 على: "تلغى أحكام القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و تبقى نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها".

الفرع الثاني محل الالتزام بالإعلام

يجب أن نميز بين محل الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة عن التعاقد (أولاً)، والتي تسمح للمستهلك في الشروع في إبرام العقد وهو على علم كاف بكل التفاصيل المتعلقة بالمنتج ومدى ملائمتها لغرضه من التعاقد ، وبين محل الالتزام بالإعلام أثناء تعاقد (ثانياً).

أولاً: محل الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد :

أصبح يتعذر على المستهلك العادي الإحاطة والإلمام بكل المجالات التقنية الحديثة خاصة مع التطور العلمي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات ، لذا على المدين بالالتزام بالإعلام (المتدخل) أن يقوم بتعريف المنتجات والخدمات في مرحلة ما قبل التعاقد حتى يسمح للمستهلك التعرف أكثر على المنتج ، وبالتالي الإقبال على التعاقد معه أو الامتناع عن ذلك.¹

أ- التعريف بالمنتجات (السلع):

لقد وردت تعريف عديدة ومختلفة للمنتج في العديد من النصوص القانونية المتتالية حيث عرف بأنه " كل شيء ذو طبيعة مادية ويكون منقول كما يشترط فيه أن يكون محلاً للمعاملات تجارية"²، يدخل ضمن هذا التعريف المنقول المادي جديداً كان أم قديماً، غذاء كان أم جهازاً.

1- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام... مرجع سابق، ص 60.

2- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39.

بينما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 90-266 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات على أنه كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة.¹

كما عرفه أيضا القانون² رقم 89-02 في مادته الثانية على أنه كل منتج سواء كان شيئا ماديا أو خدمة، ومهما كانت طبيعته.

لقد أتى القانون رقم 09-03 بأحكام جديدة لاسيما تلك الخاصة بتعريف المنتج من خلال استبدال المصطلحات "منتج مادي"، "شيء مادي"، "شيء منقول مادي"، بمصطلح "سلعة" ذلك ما تضمنته مادته الثالثة الفقرة العاشرة حيث نصت على: "المنتج كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"، وقد عرف السلعة على أنها "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".

ما يمكن ملاحظته أن المشرع الجزائري يستخدم أحيانا مصطلح "المنتج" ولكنه يقصد به السلعة، ذلك ما يتضح جليا في نص كل من المادتين 11 و15 من القانون رقم 09-03، حيث نصت المادة 11 على: "يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك، من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله"، وكذلك المادة 15 التي تنص على: "يستفيد كل مقتن لأي منتج مذكور في المادة 13 من هذا القانون، من حق تجربة المنتج المقتنى"، ومن خلال هاتين المادتين يتضح لنا أنه لا يمكن تصور أن للخدمة كمية معينة أو تركيبة معينة أو ذات طبيعة معينة فهو يستعمل مصطلح المنتج بدلا من السلعة، كما لا يمكن تصور تجربة الخدمة المنصوص عليه المادة 15.

1- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى).

2- المادة 02 من القانون رقم 89-02 (ملغى).

كذلك هناك تناقض بين بعض مواد قانون 03-09 في تعريفها للمنتج، فالمادة 13 منه تنص على أنه " يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون....."، فهنا يقصد بالمنتج السلعة فقط، وهذا واضح من باقي نص المادة 13 الذي هو كالآتي: ".... ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات"، أي أنه يميز بين المنتج والخدمة رغم أنه قد عرف المنتج بأنه سلعة أو خدمة.

ب- تعريف الخدمات:

بالرجوع إلى أحكام القانون رقم 03-09 تعرف الخدمة¹ أنها العمل المقدم إلى المستهلك غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما لتلك الخدمة فمثلا التاجر الذي يقوم بتصليح الغسالات ثم يقوم بتسليمها للزبون وذلك بنقلها إلى منزله فالتصليح يعتبر خدمة لكن ما يرافقها من تسليم الغسالة لا يعتبر خدمة ولو كان تابعا للخدمة المقدمة. ففكرة دمج الخدمة ضمن المنتجات تلتقت بعض القبول إلا أنه مازال البعض ينظر إليها على أنها انحراف عن مسلمة نظرية الأموال²، فالمنتج يركز أساسا على المنقولات المادية في حين أن الخدمة هي أداء.³

لكن المشرع في ظل قانون حماية المستهلك أدخل الخدمة ضمن طائفة المنتجات، وهذا حماية للمستهلك نظرا لاتساع النشاط الكبير لهذا القطاع، وهذا ما تبينه مدونة النشاطات الاقتصادية الجزائرية باحتوائها عدد كبير من النشاطات التجارية التي تدخل في

1- المادة 16/03 من القانون رقم 03-09.

2- الياقوت جرعود، عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2001/2002، ص 22.

3- قادة شهيدة، المسؤولية المدنية...، مرجع سابق، ص 19.

مجال الخدمات، وبالتالي كان على المشرع حماية المستهلك من الخدمات التي لا تستجيب للطلبات المشروعة للمستهلك.

نلاحظ أنه وإن كان قانون حماية المستهلك رقم 03-09 يطبق على الخدمات إلا أن فعاليته في هذا المجال غير ناجعة، لأن القواعد التي جاء بها غير مهيأة للتطبيق على الخدمات، فكثير من الأحيان يستعمل المشرع مصطلح "المنتج" ولكن لا يمكن تطبيقه على الخدمة ونعرض بعض الأمثلة على ذلك :

تنص المادة 54 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه " يصرح بالرفض المؤقت لدخول منتج مستورد عند الحدود في حالة الشك في عدم مطابقة المنتج المعني وهذا لغرض إجراء تحريات مدققة أو لضبط مطابقته ويصرح بالرفض النهائي لدخول منتج مستورد عند الحدود في حالة إثبات عدم مطابقته بالمعاينة المباشرة، أو بعد إجراء التحريات المدققة".

فلا يمكن تصور المنتج في هذه الحالة كخدمة يجرى عليها الرفض المؤقت أو الرفض النهائي للدخول إلى التراب الوطني.

كما أضافت المادة 55 من نفس القانون¹ حيث نصت على: " يتمثل الإيداع في وقف منتج معروض للإستهلاك ثبت بعد المعاينة المباشرة أنه غير مطابق...".

يجرى الإيداع فقط على السلع من أجل إعادة مطابقتها ولا يمكن تصوره في حالة الخدمات.

كذلك فيما يخص حجز المنتج بغرض تغيير اتجاهه، أو إعادة توجيهه، أو إتلافه، المقرر في نص المادة 57² والتي تنص على: " إذا ثبت عدم إمكانية ضبط مطابقة المنتج،

1- المادة 55 من القانون رقم 03-09.

2- المادة 57 من القانون رقم 03-09.

أو إذا رفض المتدخل المعني إجراء عملية ضبط مطابقة المنتج المشتبه فيه، يتم حجزه بغرض تغيير اتجاهه، أو إتلافه دون الإخلال بالمتابعة الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون".

لا يمكن تصور حجز الخدمة أو تغيير اتجاهها أو إعادة توجيهها أو إتلافها.

و أخيرا ما ورد في المادة 62¹ والتي تنص على: "ينفذ السحب النهائي من طرف الأعوان المذكورين في المادة 25 أعلاه، دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة...".

من خلال تحليل المادة تتضح الحالات المقررة للسحب النهائي دون رخصة مسبقة وهي كل المنتجات التي ثبت أنها مزورة أو انتهت مدة صلاحيتها أو حيازة المنتجات دون سبب شرعي والتي يمكن استعمالها في التزوير، تليها المادة 63² المتعلقة باسترجاع المنتج في حالة السحب النهائي والتي تنص على: "يجب أن يتحمل المتدخل المعني المصاريف والتكاليف لاسترجاع المنتج المشتبه فيه أينما وجد في حالة السحب النهائي المنصوص عليه في المادة 62 أعلاه، إذا كان هذا المنتج قابلا للاستهلاك يوجه مجانا، حسب الحالة، إلى مركز ذي منفعة عامة، أو يوجه للإتلاف إذا كان مقلدا أو غير صالح للاستهلاك ويعلم وكيل الجمهورية بذلك فورا".

لتفادي هذا الخلط بين مفهوم المنتج والسلعة والخدمة، فإن المشرع في الحالات المعروضة سابقا كان بالأحرى أن يستعمل لفظ "سلع" بدلا من لفظ "منتجات".

1- المادة 62 من القانون رقم 09-03.

2- المادة 63 من القانون رقم 09-03.

ثانيا: عناصر الالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد

يهدف الالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد إلى بسط نوع من التوازن بين خبرة المتدخل من جهة والمستهلك من جهة أخرى، وبالتالي وجب على المتدخل إعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج الذي قرر اقتنائه ، وتحذيره عن المخاطر المرتبطة بحيازته أو استخدامه من ناحية أخرى.

أ- طريقة استعمال المنتج :

يلتزم المتدخل أن يرفق المعلومات الضرورية لاستعمال السلعة، إذ على البائع أن يفضي بها إلى المستهلك، فبدونها سوف يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، ويمكن أن يتعرض لمخاطر عديدة تنشأ عن استعمالها استعمالا خاطئا.¹

لا يقتصر هذا الالتزام على طائفة معينة من المنتجات بل يمتد ليشمل مختلف المنتجات، خاصة ذات الصلة الوثيقة بالصحة والأجهزة ذات التقنية العالية والمعقدة ذلك ما تم تكريسه في المرسوم التنفيذي رقم 13-378، الذي تضمن أحكاما تتعلق بتوضيح طريقة استعمال المواد الغذائية وغير الغذائية.

ب- التحذير من مخاطر المنتج

لا تقتصر مسؤولية المتدخل بالالتزام بالإفضاء بطريقة استعمال المنتج، وإنما يمتد إلى قيامه بإعلام المستهلك بما تنطوي عليه السلعة من أخطار وكيفية الوقاية منها، ولكي يؤتي هذا التحذير ثماره يجب أن يتوفر فيه خمسة خصائص هي:

1- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني و المقارن، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص 125.

• أن يكون كاملاً.

• واضحاً.

• ظاهر ومحرر باللغة العربية.

• لصيقاً بالمنتج ذاته.

✚ يتمثل التحذير الكامل في ذلك المنصوص عليه في المادة 1/17 من القانون

رقم 09-03، حيث أوجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج.¹

✚ التحذير واضحاً، لتقرير ذلك يشترط استعمال ألفاظ ومصطلحات سهلة الفهم

للشخص العادي والابتعاد عن المصطلحات الفنية المعقدة التي يصعب فهمها، كما يكون من الملائم أن يرفق المنتج بالتحذير رسماً مبسطاً يرمز للخطر الذي يمكن أن ينجم عن منتجاته خاصة إذا كان من المحتمل أن يكون المستعملون ممن لا يعرفون القراءة، ذلك ما تقرر في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، في ملحقه الرابع تحت عنوان "الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار".

✚ التحذير الظاهر والمحرر باللغة العربية، لتحقيق ذلك يجب أن يكون ملفت

لنظر المستعمل ويجذب انتباهه، كأن يلجأ المنتج بطبع بيانات التحذير بلون مختلف عن البيانات الأخرى وبحجم أكبر²، ذلك ما أكدته المادة 18³ حين اشترط أن تكون بيانات الوسم مرئية.

1- المادة 1/17 من القانون رقم 09-03 على: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".

2- ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير...، مرجع سابق، ص.ص 38-39.

3- نصت المادة 18 من القانون رقم 09-03 على: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل ملومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة، يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".

هذا ما أكدت عليه المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484¹ والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها حيث نصت على "يجب أن تحرر بيانات الوسم باللغة العربية وعلى سبيل الإضافة والاختيار بلغة أو بلغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلكين وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة تجعلها مرئية وواضحة القراءة ومتعذر محوها في الشروط العادية للبيع".

ونفس الحكم يستفاد من نص المادة 6 من نفس المرسوم التنفيذي والتي تنص على أنه ".....عندما يكون الوعاء مغطى بتعبئته، يجب أن تظهر كل البيانات اللازمة على هذه الأخيرة أو على بطاقة الوعاء التي يجب أن تكون سهلة القراءة في هذه الحالة بوضوح وغير مخفي بتعبئة".

 أن يكون التحذير لصيقاً بالمنتجات فيجب أن يكون التحذير مثبتاً على المنتج ، وهذا ما نصت عليه المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 05/484 على أنه "عندما تكون بيانات الوسم موضوعة على البطاقة، يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التعبئة".

المطلب الثاني

وسائل إعلام المستهلك

تطبيقاً لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش يتم الالتزام بالإعلام بواسطة الوسم ووضع العلامات، أو بأي وسيلة أخرى مناسبة، والتي يقصد بها كل ما من شأنه إيصال المعلومات الكافية عن المنتج للمستهلك، إضافة إلى الوسم كوسيلة للإعلام (الفرع الأول)، يتم الإعلام عن طريق التغليف (الفرع الثاني).

1- مرسوم تنفيذي رقم 05-484، مؤرخ في 2005/12/22، ج.ر. عدد 83، صادرة في 2005/12/25، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 السالف الذكر.

الفرع الأول

كيفية الإعلام عن طريق الوسم

يعتبر الوسم من أهم العناصر الأساسية التي حرص المشرع على تكريسها في العديد من النصوص القانونية¹ حيث ورد الالتزام بالإعلام عن طريق الوسم في المادة 17 من القانون رقم 03-09 التي تنص على مايلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم....".

عرف الوسم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في مادته 2 الفقرة 5 على أنه " جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو تسمية أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو يرتبط بهما ".

أما المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، تعرف الوسم على أنه " البيانات أو الإشارات أو علامات المصنع أو التجارة أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية معينة والموضوعة على كل تعبئة أو وثيقة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طرق، تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية أو متعلقة بها ".

كما جاء المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90/367 بتعريف الوسم في مادته الثالثة على أنه " كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع ".

1- قانون رقم 03-09، مرسوم تنفيذي رقم 05-485، مرسوم تنفيذي 13-378.

يقصد بالوسم في قانون حماية المستهلك وقمع الغش¹ على أنه " 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 سمة أو ملصقة أو بطاقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها ".

ويصدر المرسوم التنفيذي رقم 13-378، فقد ألغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-366 السالف الذكر والمرسوم التنفيذي رقم 90-367 السالف الذكر وذلك بموجب المادة 63 منه، وعرف في مادته 3 الفقرة 14 الوسم الغذائي على "وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية، قصد إعلام المستهلك ".

أما الفقرة 15 من المادة 3 فقد عرفت الإعلام حول المنتجات بأنه "كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي".

و ما نلاحظه من نص المادة 4/3 من القانون رقم 09-03 التي جاء في محتواها "...أو الرموز المرتبطة بسلعة..."، فقد أشار المشرع الجزائري إلى البيانات أو الإشارات أو العلامات المرتبطة بالسلعة وبهذا يكون أقصى وسم الخدمات، في حين أن المادة 15/03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 نصت على أنه " كل معلومة متعلقة بالمنتج..."، وبالتالي فهو يقصد وسم السلع والخدمات، فضلا عن ذلك فإن المشرع الجزائري خصص فصلا كاملا في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحتوي على سبع مواد لوسم الخدمات.

1- المادة 4/3 من القانون رقم 09-03.

لقد ميز المشرع الجزائري بين البيانات التي يجب أن يحتويها وسم المواد الغذائية والمواد المنزلية غير الغذائية، مواد التجميل والتنظيف البدني، وسم الألعاب، وسم الخدمات وأخيرا وسم المواد الأولية، إلا أنه هناك بيانات إلزامية تشترك فيها وهي كالاتي:

أ- التسمية الخاصة بالبيع (تسمية المنتج):

يقصد بالمنتج¹ على أنه: "أسم يصف المنتج وعند الضرورة استعماله ويكون واضحا بما يكفي لتمكين المستهلكين من التعرف على طبيعته الحقيقية وتمييزه عن المنتجات الأخرى التي يمكن أن تشكل التباسا معه".

لفهم الدور الذي تلعبه تسمية المنتج حتى لا تشكل التباسا على المستهلك مع منتجات أخرى، فمثلا بالنسبة للمشروبات فهناك فرق بين تسميات البيع التالية "مشروب معطر" و"عصير الفواكه" و"ماء ثمري"، "مشروب معطر ومحلى".

على الرغم من التشابه الظاهري بين هذه المنتجات، فإنه يمكن أن تظهر للمستهلك العادي بلون واحد، وبشكل مماثل إلا أن التركيبة الداخلية لها مختلفة، بل البعض منها قد يشكل خطرا على صحة فئة من المستهلكين.

كذلك مثال آخر بالنسبة للمواد الجبينية فهناك فرق بين "الجبن الطري" و"التحضير الجبني"، لاحتواء الأول على المادة الدسمة الحيوانية والثاني على المادة الدسمة النباتية.

فيشترط في تسمية البيع أن تبين بدقة طبيعة المنتج ويجب أن تكون خاصة وليس عامة، فإذا لم توجد فتستعمل التسميات المنصوص عليها في المواصفات الدولية²، وفي حالة

1- المادة 12/03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

2 -codex alimentarius

عدم وجود هذه التسميات يجب استعمال تسمية معتادة أو شائعة أو عبارة وصفية ملائمة من شأنها ألا تؤدي إلى تغليط المستهلك¹.

تجدر الإشارة أنه من الناحية التطبيقية يكثر لجوء بعض المنتجين الى اتباع آليات مختلفة لتغليط المستهلك خاصة في تسمية المنتج وهذا حتى يجذبونه لاقتناء منتجاتهم، فعلى سبيل المثال هناك "منتج جزائري" للمشروبات المعطرة يضع على وسم منتوجه تسمية المنتج التالية: "مشروب معطر محلي ومسكر جزائري"، فباعتبار أن المستهلكين ليسوا أخصائيين في مجال الاستهلاك، فالكثير منهم يفهم من هذه العبارة أنه يقصد بها مشروب معطر مصنوع محليا produit local ولا يحتوي على الكثير من السكر، إلا أن التغليط والتضليل يكمن في عبارة "محلي"، فحقيقة الأمر أن هذه الكلمة تعني "محلي"، بدون نقطتين تحت الألف المقصورة وبضم الميم، وتسمى بالمحليات les Edulcorants وهي مضافات غذائية تستعمل لإعطاء المشروبات مذاق حلو وهي عبارة عن سكريات اصطناعية لها قدرة تسكيرية كبيرة منها على سبيل المثال "الأسبرتام" و "الأسيسولفام"، فاستخدامهما بكميات صغيرة في المشروبات تعطي لها مذاق حلو معادل لما ينتج عن استخدام كميات كبيرة من السكر الطبيعي.

تستعمل المحليات عادة في منتجات "لايت" التي يستهلكها مرضى السكري، وهي مضافات يجب عند استعمالها التحذير من استهلاكها من طرف الأطفال الأقل من ثلاث سنوات لأنها ليس فيها إسهام طاقي.

كذلك فيما يخص المنتجات "الجينية" فحسب المادة 18 من المرسوم 378-13 التي تنص على أنه "...إذا حدد التنظيم التسمية لمنتج معين فيجب استعمالها وإلا استعمال التسميات المنصوص عليها في المواصفات الدولية".

1 - المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 378-13.

فحتى نسمي منتوجا معيناً "جبين"، يجب أن يحتوي في تركيبته على نوع واحد من المادة الدسمة وهي المادة الدسمة الحيوانية وإلا فيمنع استعمال هذه التسمية، لكن المنتجين كانوا يستعملون المواد الدسمة النباتية التي تقتنى بأقل تكلفة، وبذلك يخدعون المستهلك فيما يخص تركيب المنتج حيث يصرحون في الوسم على أنهم استعملوا المادة الدسمة الحيوانية ولكن مع اقتطاع العينات والتحليل الفيزيوكيميائية التي تقوم بها الأجهزة الرقابية للدولة¹، فالكثير من المنتجين عوقبوا وهذا ما دفعهم إلى التفكير لإيجاد حل لهذه المشكلة، حيث توصلوا إلى حل وهو استخدام المادة الدسمة النباتية دون استعمال تسمية "جبين"، وإنما يستعملون تسمية "تحضير غذائي جبني" فبالرغم من أنهم لم يخالفوا القانون باستعمالهم تلك التسمية إلا أنهم يعملون على تغليب المستهلك لأن المنتج في الأخير يكون له نفس الشكل ونفس التغليف المستعمل بالنسبة للأجبان.

ب- معلومات عن المتدخل:

اشترط القانون على المتدخل ضرورة إدراج مجموعة من البيانات لحماية المستهلك والمتمثلة في : الإسم أو التسمية التجارية، العلامة التجارية، عنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة².

فكل هذه المعلومات المتعلقة بالمتدخل يجب مراعاتها وهذا بهدف التعرف على مصدر traçabilité المنتج والتوصل إلى المسؤول عن الأضرار التي تسببها منتجاته.

1- من بين الأجهزة الرقابية التي تقوم بالمهام المشار إليها في المتن نذكر على سبيل المثال لا الحصر سلك المحققين وسلك المفتشين المختصين بمراقبة الجودة و قمع الغش.

2 - المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

ج - الكمية الصافية:

إلى جانب البيانات السابقة يضاف عنصر لا يقل أهمية عنها والمتمثل في تحديد الكمية الصافية¹، ويعبر عن بيان الكمية الصافية للمنتجات حسب النظام الدولي المتري والذي يتمثل فيما يلي :

- قياسات الحجم بالنسبة للمواد السائلة.
- قياسات الوزن بالنسبة للمواد الصلبة.
- قياسات الوزن أو الحجم بالنسبة للمواد العجينية أو اللزجة.
- عدد الوحدات بالنسبة للمواد التي تباع بالقطعة.

د - مكونات المنتج :

تعرف مكونات المنتج² على أنه: "كل مادة أو كل منتج، بما في ذلك المعطرات والمضافات الغذائية والأنزيمات الغذائية، المستعملة في صناعة أو تحضير منتج آخر، التي تبقى ضمن المنتج النهائي ولو بشكل مخفف".

ورد هذا العنصر في المرسوم التنفيذي 13-378 بعبارة "قائمة المكونات"، ولم يذكر هذا البيان في الفصل السادس خصوصاً في المادة 58 التي ذكرت البيانات الإلزامية لوسم المواد الأولية لأن الكثير من المواد الأولية تحتوي على مكون واحد فقط، بالتالي لا حاجة لهذا البيان لأنه يندمج مع تسمية المنتج.

1- المواد 12، 38، 58 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

2- المادة 16/3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

ويشترط أن تشمل قائمة المكونات المتعلقة بالمواد الغذائية ذكر جميع مكونات المادة الغذائية حسب الترتيب التنازلي في وزنها الأصلي المدمج كتلة/ كتلة وقت صناعة هذه المادة¹، وتسبق هذه القائمة ببيان مناسب مكون من عبارة "مكونات" أو "يتضمن"². وعندما يتشكل مكون مادة غذائية نفسه من مكونين أو أكثر يجب أن يوضع هذا المكون المركب في قائمة المكونات متبوعاً بقائمة موضوعة بين قوسين من مكوناته الخاصة، يشار إليها حسب الترتيب التنازلي لحجمها³

و- تعريف الحصة وتاريخ الصنع :

تحدد حصة الصنع⁴ ببيان يتضمن إشارة إلى تاريخ الصنع⁵، وتسبق هذه الإشارة بعبارة "حصة" أو "سلسلة".

أما فيما يخص تاريخ الصنع فهناك إشكال في التطبيق وخاصة فيما يتعلق بالمواد الغذائية لأن حسب المادة 03/29 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 فإنها تنص على : " تاريخ الصنع يعرف بيوم الصنع أو بيوم التوضيب أو يوم التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة تجميداً مكثفاً أو يوم التجميد بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة"، في حين تنص المادة 2/45 في الفصل المتعلق بوسم المواد المنزلية غير الغذائية على أنه "... ويحدد تاريخ الصنع باليوم والشهر و سنة الإنتاج".

1- المادة 1/23 من المرسوم التنفيذي 13-378.

2- المادة 2/23 من المرسوم التنفيذي 13-378.

3- المادة 3/23 من المرسوم التنفيذي 13-378.

4- المادتان 29 و 45 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

5- يقصد بوجوب أن تتضمن الحصة إشارة إلى تاريخ الصنع مايلي : مثلاً صنع منتج معين في 2004/06/25 فإن أرقام الحصة الممكنة لهذا المنتج هي: "177" أو "AM 177"، "AP 177" فالعدد "177" هو الرقم التسلسلي ليوم "25 جوان" خلال سنة 2004، ونجده بحساب "31 جانفي + 29 فيفري + 31 مارس + 30 أبريل = 177"، أما AM و PM يعنيان صباح، مساءً على الترتيب.

فمن خلال هاذين النصين يفهم أن المنتجات الغذائية يكفي وضع يوم الصنع على وسمها فقط، في حين أن المنتجات المنزلية غير الغذائية فيجب وضع اليوم، الشهر والسنة ، وهذا ما لا يعقل لأن وضع تاريخ اليوم فقط يشكل خطأ كبيرا بالنسبة للمنتجات المصنوعة في نفس ترتيب اليوم من شهرين مختلفين.

إلا أن المادة 12¹ من هذا المرسوم قد عالجت هذه المسألة وأزلت الغموض، حيث اشترطت في وسم المنتجات الغذائية وغير الغذائية الإشارة إلى تاريخ الصنع باليوم والشهر والسنة، وكذا الحال بالنسبة للتاريخ الأقصى للإستهلاك.

ي- طريقة الاستعمال و احتياطات الاستعمال:

لتوضيح وتحديد طريقة استعمال منتج معين يجب أن تحتوي بطاقته من أجل ضمان استعمال جيد على طريقة الاستعمال² بما في ذلك التعليمات لإعادة تشكيل بعض المنتجات، ذلك ما تم تكريسه في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 لا سيما المادة 48 منه حيث نصت على: " يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن المرتبطة باستعمال المنتج يجب أن تبين هذه المعلومات في دليل الاستعمال وفي طريقة الاستعمال وكذا على التغليف أو على المنتج نفسه ".

¹ - تنص المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على: "...التاريخ الأدنى للصلاحيّة أو التاريخ الأقصى للإستهلاك،....بيان حصة الصنع و/أو تاريخ الصنع أو التوضيب،... تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية،..."

2- المادة 8/12، المادة 5/38 و 8 من المرسوم التنفيذي 13-378.

الفرع الثاني

كيفية الإعلام عن طريق التغليف

يقصد بالتغليف¹ "كل تغليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها، موجهة لتوضيب وحفظ وحماية وعرض كل منتج والسماح بشحنه وتفريغه وتخزينه ونقله وضمان إعلام المستهلك بذلك".

يعد التغليف إجراء ضروري لحماية المنتج من كل الأضرار، نظرا لأهميته، كونه آلية وقائية حيث يقي السلعة من التسرب أو التلف أو التلوث، كما يسهل نقل المنتج وتخزينه بحسب طبيعة وخصوصية وحساسية كل منتج، كما أن للتغليف وظيفة إعلانية حيث يساعد على التمييز بين مختلف السلع.

والجدير بالذكر أن التغليف غير موحد فهو يختلف بحسب نوعية المنتجات غذائية كانت أو غير غذائية، وكذا تغليف المواد الخطرة.

فبالنسبة لتغليف المنتجات الغذائية وعلى وجه التخصيص "البن" فقد نظمته المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 92-30²، حيث نصت المادة 17 منه على: "يوضب البن محمضا، حبا كان أو مطحونا في علب أو أكياس مجزئة، وزنها 125 غ أو 250 غ أو 500 غ أو 1 كغ، غير أنه يمكن استعمال توضيب ملائم لاحتياجات مجموعات وأرباب المقاهي فتستعمل على الخصوص أكياس مناسبة بأوزان تتراوح بين 5 و 25 كلغ".

1- المادة 3/3 من القانون رقم 09-03.

2- مرسوم تنفيذي رقم 92-30، مؤرخ في 20/01/1992، المتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، ج.ر. عدد 06، الصادرة في 26/02/1992.

بالإضافة إلى تلك القواعد الخاصة بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضها، حيث تنص المادة 10 من القرار الوزاري المشترك¹ المتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفية عرضه على: "يجب أن تكون أنواع الحليب الجاف الموجهة للمستهلك النهائي موضبا في أوعية مانعة ذات سعة 500 غ، و 1 كلغ و 10 كلغ مغلقة و ذات صلابة كافية".

كما تضيف المادة 11 منه على: "يجب أن يحمل التغليف الخارجي لأنواع الحليب الجاف شريطا أفقيا متصلا، يكون عرضه واحد سنتمتر على الأقل، و يمتد حول التغليف بدون تقطع، و هذا الشريط يكون لونه:

- أزرق للحليب الجاف الكامل.

- أصفر للحليب الجاف المنزوع القشدة جزئيا.

- أحمر للحليب الجاف المنزوع القشدة".

ما يمكن تسجيله أنه على الرغم من تعدد وتنوع المنتج، إلا أن جميع الأغلفة يشترط أن تكون مطابقة للمبادئ والقواعد المقررة في النصوص القانونية²، حيث لا يمكن بيع سلع غذائية لا تتوفر على المواصفات التقنية، والتي لا تكون مغلقة تغليفا متينا داخل أكياس وقارورات أو في تغليف آخر يطابق المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية المعمول بها في ميدان التغليف.

1- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 1997/05/31، يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفية عرضه، ج.ر عدد 55، الصادرة في 1997/08/20.

2- مرسوم تنفيذي رقم 91-04، مؤرخ في 1991/01/19، يتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه المواد، ج.ر عدد 04، الصادرة في 1991/01/23.

أما بالنسبة لتغليف المنتجات غير الغذائية اشترط القانون¹ أن يكون تغليفها مغاير لتغليف المنتجات الغذائية، وينبغي أن ينجز بالنسبة للأحجام و الأوزان التي تقل عن 5 كلغ استعمال جميع المواد للتعبئة ماعدا الزجاج و المادة البلاستيكية الشفافة أو النصف الشفافة المقدمة في شكل زجاجة أو بوقال أو وعاء، و على سبيل المثال توضيب ماء جافيل الذي يقل حجمه عن 5 لترات يكون في جميع المواد باستثناء الزجاج و البلاستيك الشفاف ونصف الشفاف².

أما تغليف المواد الخطرة، فإن التغليف فيها لا يلعب دور الإعلام فقط وإنما تقتضي هذه المنتجات تغليفا خاصا لما تمثله من خطر على صحة وسلامة المستهلك، فبالتالي يكون دور التغليف هنا الحفاظ على مكونات المنتج، وتجنب المستهلك الخطر الكامن فيه. و قد حرص المشرع الجزائري على حماية المستهلك من أضرار المنتجات الخطيرة، فألزم بوضع المنتجات المخصصة للاستهلاك كما هي في تعبئة صلبة و محكمة السد تلصق بها بطاقة بإحكام³، بحيث يجب أن تلف كل مادة خطرة في رزم ملائمة حسب الصنف المرتب فيه، و يقصد بالرزم أي جهاز يستعمل لاحتواء المادة الخطرة و يكون قادرا على مقاومة الضغوط و الهزات و الصدمات و الرطوبة⁴.

1- المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366، (ملغى).

2- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 1997/03/24، يتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الاستهلاك و شروطها و كفاءاتها، ج.ر، عدد 34، صادرة في 1997/05/27.

3- المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 (ملغى).

4-الياقوت جرعود، عقد البيع و حماية المستهلك....، مرجع سابق، ص 48.

المطلب الثالث

أثار الإخلال بالالتزام بالإعلام

يسعى المهني في علاقته بالمستهلك إلى تحقيق أكبر قدر من الربح، حتى وإن كان على حساب صحة وسلامة المستهلك، بل قد يلجأ إلى الغش واستخدام أساليب كاذبة بهدف جذب المستهلك وحمله على اقتناء المنتج الذي لا يلائمه.

لهذا أقر المشرع الجزائري المسؤولية على المتدخل في حالة الإخلال بالتزاماته، وهذه المسؤولية قد تكون مدنية (الفرع الأول)، وقد تكون جزائية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المسؤولية المدنية للمتدخل

تنشأ المسؤولية المدنية للمتدخل نتيجة عدم التزامه بإعلام المستهلك أو حتى التقصير فيها، وهذه المسؤولية قد تكون ناشئة إما عن إخلال بالتزام عقدي فتكون حين إذ مسؤولية مدنية عقدية (أولاً)، إما عن إخلال بالتزام قانوني فتكون مسؤولية مدنية تقصيرية (ثانياً).

أولاً: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

تعرف المسؤولية العقدية بأنها "جزاء الإخلال بالتزامات الناشئة عن العقد أو عدم تنفيذها"¹، فتقوم المسؤولية العقدية للمتدخل سواء بإخلاله بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد، و كذا الإخلال بالالتزام بالإعلام في المرحلة التعاقدية.

1- بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون الجزائري، الجزء الأول، التصرف القانوني، العقد و الإرادة المنفردة، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2004، ص264.

فيما يخص المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام

إن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام قضائي النشأة، وإنه إلى الآن لم يتعرض له المشرع بشيء من التنظيم كالتزام قانوني مستقل، وبالتالي لم يعتن بعد بوضع الجزاءات المدنية المترتبة على مخالفته.

لهذا استشرع الفقه والقضاء عظم دورهما بل ومسؤوليتها عن تحقيق أسباب تكامل هذا الالتزام الجديد، فبعد أن استكملا له مبررات تقديره ووضعاً له شروطه وحدداً محله، ذهباً يبحثان من بين العديد من النصوص القانونية وعدد من القواعد العامة عن الجزاء المناسب لمخالفته وذلك لما تراءى إليهما من تنامي الأضرار الواقعة على الدائن بهذا الالتزام و المترتبة على أخطاء المدين في المرحلة قبل التعاقدية إلى درجة أصبح التدخل بالجزاء أمراً واجباً.¹

إن الجزاء المترتب على مخالفة الالتزام قبل التعاقد بالإعلام يستمد أساسه وخصائصه من الهدف من تقريره وهو العمل على تنوير إرادة المستهلك لدى التعاقد، ومن ثم فإن الإخلال به يؤثر على رضا المتعاقد بما يؤدي إلى تعيب الإرادة، وقد رتب المشرع لتعيب الإرادة جزاءاً مناسباً وهو قابلية العقد للإبطال.

أما فيما يخص المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام التعاقدية بالإعلام في مرحلة التعاقد فإن الغلط والتدليس قد لا يمكنان المستهلك من تحقيق غرضه أو مراده من التعاقد، وبالتالي يلجأ إلى الإقرار بإتمام العقد، مدعياً في نفس الوقت أن المتدخل لم يفي بالتزامه بالإعلام في مرحلة التعاقد، فإذا ما استطاع المستهلك إثبات ذلك فإنه يحق له أن يطالب المتدخل أو يسأله عن الإخلال بهذا الالتزام ليس على أساس الغلط والتدليس بل على

1- حدوش كريمة، الإلتزام بالإعلام...، مرجع سابق، ص 113.

أساس عدم توفر المواصفات المتفق عليها في المنتج أو المطالبة بالضمان لوجود عيب فيه، وتكون هذه المطالبة عادة بالزام المدين بتنفيذ التزامه عينيا أي بتقديم منتج بالمواصفات المتفق عليها.

ثانيا: المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام:

تنشأ أو تقوم هذه المسؤولية في حالة تسبب المنتج بضرر للغير لا تربطه مع المتدخل علاقة تعاقدية، كما تنشأ كذلك عن الإخلال بهذا الالتزام في مرحلة ما قبل التعاقد لان العقد لم ينشأ بعد.

وأساس هذه المسؤولية يعود لسببين أو لأمرين حيث تكون هذه المسؤولية قائمة إما على أساس الخطأ التقصيري الواجب الإثبات، وللصعوبة أو المشقة الكبيرة التي يتكبدها المستهلك حتى يثبت خطأ المسؤول تبني القضاء الفرنسي حالة ثانية حيث يمكن تأسيس هذه المسؤولية على أساس الحراسة¹.

فالمستهلك إذا أقام دعواه على أساس الخطأ التقصيري وجب عليه إثبات خطأ المسؤول أو تقصيره فيه أي أنه خرج عن السلوك المعتاد لهذا الالتزام مع وجوب إقامته للعلاقة السببية بين هذا الخطأ والضرر الذي لحق به، ويقيم دعواه على أساس المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

أما إذا أقام دعواه على أساس الحراسة والتي لم ينص عليها المشرع الجزائري وإنما أقرها القضاء الفرنسي، فإن المنتج يبقى مسؤولا عن منتجاته حتى ولو لم يعد يملك حراسة تسييرها.

1- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام.....، مرجع سابق، ص 137.

وسعيا من طرف القضاء الفرنسي إلى إحاطة المستهلك بأكبر قدر من الحماية فانه اقر التعويض كأثر للمسؤولية التقصيرية.

الفرع الثاني المسؤولية الجزائية للمتدخل

تعد مسألة حماية المستهلك من انشغالات المشرع، الذي حرص على توفير اكبر قدر من الحماية له فلم يكتفي بمساءلة المتدخل مدنيا في حالة إخلاله بهذا الالتزام وإنما كذلك مساءلته جزائيا وذلك إما في حالة امتناعه إعلام المستهلك (أولا)، أو لتضليل وخداع هذا الأخير (ثانيا).

أولا: جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك

في بعض الأحيان يأمر المشرع بالقيام بعمل معين و يقرر عقوبة لمن يمتنع عنه متخذاً موقفا سلبيا من أمر ألزمه القانون القيام به، وفي مجال حماية المستهلك تتمثل هذه الجرائم السلبية في جريمة عدم الإعلام بالأسعار، وجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

- فبالنسبة لجريمة عدم الإعلام بالأسعار اشترط القانون على المتدخل ضرورة إعلام المستهلك بأسعار المنتجات¹، و لقيام هذه الجريمة لا بد من توفر الركن المادي المتمثل في الامتناع عن الإعلام بالأسعار و الركن المعنوي و المتمثل في نية داخلية يضررها الجاني في نفسه.

- أما جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم فان المشرع الجزائي الزم المهني بوسم منتجاته و هذا حماية للمستهلك حتى يعلم بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج، و يجب أن تحرر بيانات الوسم وفقا للشروط المنصوص عليها قانونا، و عدم قيام المهني (المتدخل) بمراعاة هذه الشروط يعد مرتكبا لجريمة مكيفة بعدم احترام إلزامية الوسم، و لقيام هذه

1- المادتان 4 و 5 من القانون رقم 04-02.

الجريمة لا بد من توفر الركن المادي و المعنوي، والجزاء المترتب على ذلك جاء في المادة 78 من القانون رقم 03-09 والتي نصت على: "يعاقب بغرامة من (100.000 دج) مائة ألف دينار إلى (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون"، هذا بالإضافة إلى ما أشارت إليه المادة 68 من هذا القانون.

ثانيا: جرائم خداع وتضليل المستهلك

لم يكتفي بعض المهنيين بالامتناع عن إعلام المستهلك فحسب، بل لجأوا إلى استخدام طرق الخداع والتضليل، ولهذا تدخل المشرع من خلال تجريمه للخداع وكذا الإشهار غير المشروع.

فبالنسبة لجريمة خداع المستهلك قد عرف الفقهاء الخداع على أنه: " القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهرًا مخالفًا لما هو عليه في الحقيقة والواقع"، فالخداع قد يمس طبيعة السلعة و هو من أقدم أنواع الغش فتتحول بذلك السلعة إلى شيء ذي طبيعة أخرى، و قد يمس مكونات البضاعة فمثلا قيام تاجر ببيع أثاث على أنه مصنوع من خشب الجوز بالكامل غير أن الأثاث مصنوع في حقيقة الأمر من خشب أقل جودة و لكنه مغطى برقائق خارجية من خشب الجوز، و قد يمس الخداع الخصائص الجوهرية للمنتج أو نوع البضاعة أو كميتها أو مصدرها.

ولقيام هذه الجريمة يستلزم الأمر توفر ركنيها المادي والمعنوي.

أما عن جريمة الإشهار غير المشروع فيقصد بالإشهار كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاستعمال¹، أما الإشهار غير المشروع هو كل إشهار تضليلي تضمن تصريحات أو

1- المادة 3/3 من القانون رقم 02-04.

تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل المستهلك و قد تكون بكل الوسائل المكتوبة أو المقروءة أو المصورة أو المسموعة و أيا كان الشكل الذي يتخذه الإشهار¹.

الفصل الثاني

الالتزام بالضمان

لقد حرص المشرع على الاهتمام بحماية المستهلك، من خلال سن ووضع قواعد قانونية تتعلق بالضمان، الواجب توافرها في جميع مراحل العملية الاستهلاكية، فأكد على شرط توفر ضمانات في المنتج ضد كل المخاطر التي تمس المستهلك واعتبرها حق مكرس لكل شخص يقتني أي منتج مهما كانت طبيعته، كما ذهب المشرع الجزائري إلى أبعد من ذلك حينما أكد على حماية المستهلك في العقد ابتداء من تكوينه ونشؤه ومن ثم تنفيذه إلى غاية ما ينتج عنه من آثار¹.

نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع يتطلب الأمر دراسة الالتزام بالضمان الملقى على عاتق المتدخل استنادا إلى النصوص القانونية المنظمة له في الفصل الثاني تحت عنوان الالتزام بالضمان الذي قسم إلى مبحثين، حيث يتضمن المبحث الأول الإطار القانوني للالتزام بالضمان وفي المبحث الثاني نطاق الالتزام بالضمان.

المبحث الأول

الإطار القانوني للالتزام بالضمان

يعتبر الالتزام بالضمان من أهم الالتزامات الملقة على عاتق المتدخل، حيث أصبح أمرا ضروريا في كل المنتجات المعروضة للاستهلاك، خاصة مع التطور التكنولوجي الذي مس مجالات عديدة وشمل مختلف السلع والخدمات، وينفرد الالتزام بالضمان بإطار قانوني مغاير للالتزامات الأخرى، لهذا ينبغي تحديد مفهومه (المطلب الأول)، ثم طبيعته القانونية (المطلب الثاني).

1- المواد 2، 6، 8، من القانون رقم 89-02 (ملغى).

المطلب الأول

مفهوم الالتزام بالضمان

يعد الالتزام بالضمان من بين المواضيع التي تناولتها النصوص القانونية العامة والخاصة، ذلك ما يستدعي توضيحه بنوع من التفصيل (الفرع الأول)، ثم التطرق إلى أنواع الضمان (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف بالالتزام بالضمان

لقد تضمنت النصوص القانونية العديد من الأحكام المتعلقة بمهنة المتدخل، منها تحديد الالتزامات التي تقع على عاتقه، لاسيما الالتزام بالضمان الذي يستوجب تحديد تعريفه، وتمييزه عن غيره من الالتزامات لإزالة الغموض الذي قد يكتنف به.

أولاً: تعريف الإلتزام بالضمان

لتعريف الإلتزام بالضمان يجب البحث في القواعد العامة (أ)، ثم في النصوص الخاصة (ب).

أ- الضمان في القواعد العامة

لقد وردت عدة تعاريف لمصطلح " الضمان"، يمكن ذكر البعض منها ليس لعدم أهميتها وإنما لكثرتها، فقد عرفه الفقه الفرنسي بأنه " الإلتزام بتوفير الحياة الهادئة والمفيدة للشيء الذي بيع من الغير، وفي حالة عدم تمكنه من ذلك يلتزم بتعويض المشتري وفقاً

لأسس معينة¹، وهو يرى أن الضمان ينصرف إلى ضمان التعرض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية، لأن الدائن في العقد لا يستطيع الاستفادة من الشيء محل العقد على الوجه الذي قصده المتعاقدان وتقتضيه طبيعة العقد، إلا بضمان المدين لتعرضه الشخصي والتعرض الصادر من الغير بادعائه حقاً على الشيء محل العقد يترتب عليه حرمان الدائن من كل أو بعض مزايا الشيء محل العقد، وبضمانه أيضاً تسليم الشيء محل العقد خالياً من كل عيب يجعله غير صالح للاستعمال الذي أعد له أو ينقص من الانتفاع به.²

يعرف كذلك الضمان أنه "التزام ملقى على أحد المتعاقدين تتحمله ذمته، تجاه المتعاقد الآخر، بتنفيذ كل ما يحمله العقد من أحكام وشروط تم الاتفاق عليها، وينتج عن الإخلال بهذه البنود ما قرره القانون من آثار".³

كما يعرفه أيضاً الأستاذ Le Galle بأنه: "الالتزام الذي يقع على عاتق الشخص بتعويض المضرور، في ظل غياب وعدم قيام الرابطة العقدية، يسمى اليوم الالتزام بالضمان".⁴

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص في المادة 379 من القانون المدني على مايلي: "يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت

1- سمير كامل، ضمان العيوب الخفية في بيع الأشياء المستعملة، دراسة مقارنة بين القانون المصري والقانون الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1991، ص 16-17.

2- إسماعيل غانم، الوجيز في عقد البيع، مكتبة عبد الله وهبة، القاهرة، 1963، ص 166.

3- حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بضمان في المنتوجات دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلقايد تلمسان، 2012/2011، ص 51.

4- "L'obligation pour vue personnel d'indemniser la victime d'un dommage en l'absence de toute faute délictuelle ou contractuelle, s'appelle aujourd'hui une obligation de garantie".

LE GALLE(J-P): l'obligation de garantie dans le droit des contras, Thèse, paris, 1965, P2.

التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور في عقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها".

من خلال نص المادة يمكن تسجيل الحالات التالية:

- حالة وجود عيب ينقص من قيمة أو نفع المبيع، وهذا هو العيب بمعنى الآفة الطارئة.
- عدم توفر الصفات التي كفل البائع وجودها في المبيع وهو ما اعتبره المشرع عيبا موجبا للضمان.

مما سبق يمكن تعريف الضمان على أنه التزام يقع على عاتق البائع سواء كان محترفا أو منتجا أو موزعا أو صانعا أو بائع وسطي بضمان عيوب المبيع، التي لا يمكن للمستهلك البسيط اكتشافها قبل التعاقد، ولهذا يهدف الضمان إلى حماية المستهلك مما تسببه له هذه العيوب من ضرر سواء بحياته أو ماله أو بمصالحه المادية.

يعتبر المشرع الجزائري الضمان من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المحترف سواء كان منتجا أو صانعا أو وسيطا أو حرفيا أو مستوردا أو موزعا، فيلتزم إلى جانب ضمان عدم التعرض والاستحقاق ضمان العيوب الموجودة في المنتج المعروض للاستهلاك.

ب- الضمان في قانون حماية المستهلك

لم يرد تعريفا دقيقا لمصطلح الضمان قبل صدور القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي حدد في بعض أحكامه ضرورة توفر المنتج على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك أو أمنه وتضر بمصالحه المادية¹، كما يجب أن يستجيب هذا المنتج أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك، لاسيما فيما يتعلق

1- المادة 2 من القانون رقم 89-02 (ملغى).

بطبيعته وصفه ومنشئه ومميزات الأساسية وتركيبه ونسبه المقومات اللازمة له وهويته وكمياته، كما ينبغي أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه وان يقدم المنتج وفق مقاييس تغليفه.

لقد نصت المادة 6¹ من نفس القانون على وجوب ضمان دوام الصلاحية حسب طبيعة المنتج لفائدة المستهلك، كما أضافت المادة 8² منه على ضرورة احتواء عقد نقل حيازة أو ملكية المنتج على ضمانات لصالح المستهلك شريطة تنفيذ هذا الضمان، أما المادة 12 فجاءت للتأكيد على إلزامية وجوب الضمان واعتبرته حق للمستهلك كغيره من الحقوق الأخرى كالمطابقة وتجربة الشيء المبوع وغيرها³.

بعد سنة من صدور القانون رقم 89-02 جاء المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 موضحا ومنظما للضمان في المنتجات والخدمات وقرر من خلال المادة 3 أن المحترف ملزم بضمان سلامة المنتج الذي يقدمه للمستهلك من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه، وأكدت المادة 10⁴ من نفس المرسوم على وجوب الضمان على عاتق المحترف واعتبرت أن كل شرط يحد من التزامات المحترف يعتبر باطلا ويبطل مفعوله.

1- المادة 1/6 من القانون رقم 89-02، (ملغى) تنص على: "كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عدة أو أية تجهيزات أخرى يستفيد بحكم القانون من ضمان تدوم صلاحية حسب طبيعة المنتج، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك".

2- المادة 1/8 من القانون رقم 89-02، (ملغى) تنص على: "يجب أن يحتوي عقد نقل حيازة أو ملكية المنتج، التي للمستهلك ضمانات عليه، شرط تنفيذ هذا الضمان، مع الاحتفاظ بأحكام القانون المعمول به".

3- المواد 2، 3، 6، 8 و 12 من قانون رقم 89-02، (ملغى).

4- المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى)، تنص على: "يبطل كل شرط بعدم الضمان و يبطل مفعوله. و المراد بشرط عدم الضمان هو كل شرط يحد من التزامات المحترف القانونية أو يستبعدا".

لم يكتف المشرع الجزائري في هذا المجال بهذه النصوص ، وإنما سن نص آخر وهو القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 يتضمن كيفية تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90-266، ومن خلال هذا القرار حدد المشرع قائمة المنتجات التي يجب أن ترفق بشهادة الضمان ومدته، وبدليل استعمال المنتج، بالإضافة إلى ضرورة تنفيذ الالتزام بالضمان من قبل المتدخل.

بصدور القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أدرج المشرع الجزائري من خلاله تعريفا للضمان وذلك في المادة 03 حيث نصت أن الضمان هو: " التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته".

من خلال نص هذه المادة يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

- 1- ربط المشرع الجزائري الالتزام بالضمان بمدة زمنية معينة.
 - 2- تحديد الآثار المترتبة عن هذا الالتزام خلال أجله أو ما يمكن تسميته بتنفيذ الضمان، بالتالي في حالة ظهور عيب في المنتج يمكن للمشتري المطالبة باستبداله أو استرجاع ثمنه أو تصليحه أو تعديل الخدمة، على نفقة المتدخل.
- كما قام المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش بوضع قواعد قانونية تلزم المتدخل من توفير الضمان في منتجاته، وذلك في الفصل الرابع من هذا القانون تحت عنوان " إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع " حيث اعتبر المشرع توفر الضمان في المنتج أمرا ضروريا لا يمكن الاستغناء عليه في أي حال من الأحوال، كما منح المشرع للمستهلك حقا آخر وهو الحق في تجربة المنتج المقتنى.¹

¹ - المواد 13، 14، 15، 16 من القانون رقم 03-09.

أما المرسوم التنفيذي رقم 13-327 فقد تعرضت مادته 1/3 على تعريف الضمان حيث نصت على: "الضمان": الضمان المنصوص عليه في النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالآثار القانونية المترتبة على تسليم سلعة أو خدمة غير مطابقة لعقد البيع (كل بند تعاقدى أو فاتورة أو قسيمة شراء أو قسيمة تسليم أو تذكرة صندوق أو كشف تكاليف أو كل وسيلة إثبات أخرى منصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما) وتغطي العيوب الموجودة أثناء اقتناء السلعة أو تقديم الخدمة".

فالمشرع اعتبر الضمان من الآثار القانونية المترتبة على الالتزام بالتسليم و أشار إلى أسبابه و هي تقديم منتج غير مطابق لما اتفق عليه في عقد البيع. ترتب عن هذا التعريف جلب الحماية أكثر للمستهلك، حيث أن الضمان كان يتجسد بتقديم المتدخل شهادة الضمان للمستهلك لكن أصبح من السهل أن يثبت المستهلك أنه أفتى المنتج من المتدخل و ذلك بتقديم فاتورة أو قسيمة شراء أو قسيمة تسليم أو تذكرة صندوق أو كشف تكاليف أو كل وسيلة إثبات أخرى منصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

ثانيا: العلاقة بين الالتزام بالضمان ومختلف الالتزامات الأخرى

إذا كان الالتزام بالضمان من بين الشروط الأساسية الواجبة الاحترام، إلا أن التساؤل المطروح، ما علاقته بالالتزام بالمطابقة (أ)، وما علاقته بضمان العيوب الخفية (ب).

أ- الالتزام بالمطابقة وعلاقته بالضمان

يقع على عاتق المتدخل الالتزام بمطابقة المنتج أو الخدمة للرغبة المشروعة للمستهلك، وذلك بناء على ما جاء من أحكام في القواعد العامة والنصوص الخاصة بحماية المستهلك.

← القانون المدني يأخذ بعين الاعتبار إرادة المتعاقدين التي تعد المرجع الأساسي

الأول لأطراف العقد، فنجد المطابقة لها أثارها من خلال الأحكام المتعلقة بعقد البيع، الذي

يتم من خلاله تحديد محل العقد، والاتفاق على الخصائص الجوهرية للشيء المبيع، وبذلك يلتزم البائع بتسليم المبيع مطابقا لما اتفق عليه في العقد، ذلك ما يستنتج من نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري التي اعتبرت تحديد الخصائص الجوهرية وصفات الشيء المبيع بمثابة المعيار الموضوعي لمعرفة مدى قيام البائع بتنفيذ الالتزام.¹

← **قانون حماية المستهلك** اهتم بالجانب التنظيمي من خلال تقرير رقابة المنتجات

والخدمات الذي يمثل جانبا من الحماية الوقائية للمستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد.

وقد جاء قانون رقم 09-03 موضحا الالتزام بالمطابقة وأكد في المادة 11² منه على وجوب تلبية كل منتج معروض للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك، من حيث طبيعته وصنفه ونشأته ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقاومته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله، كما يستجيب المنتج أيضا للرغبات المشروعة من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صناعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه.

كما عرفت المادة 3 من القانون رقم 09-03 المطابقة على أنها: "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".

1- حساني علي، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص.ص 83-84.

2- المادة 11 من القانون رقم 09-03 تنص على: "يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقاومته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صناعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه و الاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه."

نستخلص مما سبق أن المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك انتقل من ضمان العيوب الخفية إلى ضمان المطابقة، وأوجد مسؤولية والتزاما من نوع خاص على المتدخل فبمجرد عدم استجابة المنتج أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك تقوم مسؤوليته، ويتضح هذا المعنى أكثر من نص المادة 12¹ من القانون رقم 89-02 التي أحالتنا إلى القاعدة العامة المنصوص عليها في المادة 3² من نفس القانون التي تستلزم توفر المقاييس المعتمدة والموصفات القانونية والتنظيمية في المنتجات المعروضة للاستهلاك.

ب- الالتزام بضمان العيوب الخفية كوسيلة لضمان السلامة

لجأ القضاء الفرنسي في أحكامه السابقة إلى تطبيق النصوص المتعلقة بالالتزام بضمان العيوب الخفية والالتزام بالتسليم كوسيلة لضمان سلامة الأشخاص، ولكن لما كانت هذه النصوص تستهدف بالدرجة الأولى ضمان حصول المشتري على مبيع صالح للاستعمال أو ما يسمى " بضمان الجدوى الاقتصادية للمبيع " فإنها تكون عاجزة عن احتواء مسألة التعويض عن الأضرار الجسدية للأشخاص، لذا تدخل القضاء باستخلاص الالتزام بضمان السلامة في

1- المادة 12/1 من القانون رقم 89-02(الملغى) تنص على: " إن إلزام المطابقة كما نصت عليه المادة 3 من هذا القانون ووجوب الضمان والتجربة من أي من المتدخلين في مراحل عرض المنتج للاستهلاك، حق للمستهلك، و يكون للمتابع الحق في إتباع الطرق القانونية ضد كل المتدخلين أو بعضهم، كل حسب مسؤوليته الخاصة، و في حدود فعله".

2- المادة 3 من قانون رقم 89-02(الملغى) تنص على: " يجب أن تتوفر في المنتج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و التنظيمية التي تهمة وتميزه. ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج و/أو الخدمة للرغبات المشروعة للاستهلاك لا سيما فيما يتعلق بطبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته. كما ينبغي أن يستجيب المنتج و/أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه وأن يقدم المنتج وفق مقاييس، وأن يذكر مصدره، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه".

عقد البيع، وقام بوضع قرينة غير قابلة لإثبات العكس مفادها افتراض¹ علم البائع بعيوب المبيع حيث ألزمه بتعويض المشتري عن الأضرار التي يمكن أن تنتج عن هذا العيب سواء تعلق الأمر بأضرار جسدية أو مالية، متوقعة أو غير متوقعة، كما اعتبر شروط إنقاص الضمان أو إسقاطه باطلة، فمسؤولية البائع تظل قائمة عن الأضرار التي سببها العيب الخفي في المنتج الذي سلمه إلى المشتري.

وقد رتب القضاء الفرنسي على مبدأ افتراض علم البائع المهني بعيوب المبيع نتيجتين أساسيتين هما²:

الأولى: التزام البائع المهني بتعويض المشتري عن جميع الأضرار التي أصابته سواء في النفس أو المال وسواء كانت الأضرار متوقعة أو غير متوقعة.

الثانية: بطلان شروط إنقاص الضمان أو إسقاطه، ومن ثم يلتزم البائع المهني بتعويض المشتري عن الأضرار التي أصابته بسبب عيوب الشيء رغم تضمن العقد بندا بالإعفاء الكلي أو الجزئي من الضمان، وهو ما تبناه المشرع الجزائري في المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، التي اعتبرت كل شرط يبطل الضمان فهو باطل.

الفرع الثاني

نوعي الضمان

تعتبر فكرة وجود نوعين من الضمان فكرة قديمة، تعود إلى بوادر القانون المدني ونظرية الالتزامات، ولم يأتي هذا التقسيم مجردا من قيمته القانونية بل كان له مدلوله وخصائصه وأحكامه، حيث لكل ضمان نطاقه وطبيعته وأثار قانونية.

1- المادة 1645 من القانون المدني الفرنسي.

2- جابر محجوب علي، ضمان السلامة من الأضرار الناشئة عن الخطورة الكامنة في المنتجات الصناعية المعيبة، مجلة المحامي الكويتية، عدد 20، 1996، ص 45.

يعتبر الضمان بشكل عام على أنه التزام يقع على البائع في مواجهة المشتري يتمحور حول التزامه بضمان حياة هادئة للمشتري والاستفادة من الشيء المبوع وكذا ضمان العيوب الخفية الموجودة فيه.

أولاً: الضمان القانوني ونطاقه

بالرجوع إلى القانون المدني يتضح أن الضمان القانوني هو التزام يقع على عاتق البائع مفاده ضمان ملكية وحياة هادئة للمشتري على الشيء المبوع ، ويتمثل هذا الالتزام في وجوب امتناع البائع عن التعرض للمشتري في وضع يده على المبوع، ودفع تعرض الغير، وتعويض المشتري إذا انتهى التعرض باستحقاق المبوع، إلى جانب التزامه بضمان العيوب الخفية، الذي تستلزمه طبيعة الأشياء، وقصد المتعاقدين وتعامل الجمهور.¹

تختلف جسامه التعرض الذي قد يقع للمشتري باختلاف طبيعة المنازعة الحاصلة، لأن المتعرض قد يقصد بتعرضه تثبيت حق له على المبوع دون حرمان المشتري من الملكية، كما قد يذهب في تعرضه إلى حد ادعاء ملكية المبوع . والبائع ملزم علاوة على ضمان فعله الشخصي بضمان فعل الغير، وللمشتري إلزامه بدفع تعرض الغير، وإن عجز عن دفع هذا التعرض فله الرجوع عليه بقيمة المبوع والتعويضات الأخرى.²

تطبيقاً لأحكام القانون المدني لاسيما المادة 379 منه، يلزم المشرع البائع على تقديم منتج خال من العيوب سواء تلك التي تقل أو تنقص من قيمة المبوع أو تلك التي تجعل المبوع لا يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك، وينشأ هذا الالتزام بتوفر مجموعة من

1- المادة 371 و مايليها من القانون المدني الجزائري.

2- أنور سلطان، العقود المسماة (شرح عقدي البيع والمقايضة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2005، ص280.

الشروط حتى يستطيع المستهلك الاحتجاج به في مواجهة البائع¹، ورغم الحماية التي يقررها ضمان هذه العيوب إلا أن هناك مجموعة من العراقيل تقلص من هذه الحماية ومن بين هذه العراقيل:

- 1- صعوبة الحصول على الضمان، و هذا لصعوبة إثبات العيب.
- 2- رفع دعوى ضمان العيوب الخفية مقيد بمدة قصيرة، و التي تضيع معها غالبا فرصة اللجوء إلى القضاء خصوصا وأنها تبدأ منذ تسليم المبيع بغض النظر عن علم المشتري بالعيب.²

- 3- في ظل تطور حماية المستهلك، كان من الأولى نقل عبء الإثبات على عاتق البائع بافتراض علم هذا الأخير بالعيب، وأنه كان موجودا منذ تسلم المشتري للمبيع.³

ثانيا: الضمان الاتفاقي وأحكامه

يقصد بالضمان الاتفاقي ذلك الاتفاق المسبق الذي يبرم بين المتعاقدين قصد تعديل أحكام الضمان القانوني، وذلك سواء بالزيادة فيه أو الإنقاص منه أو إسقاطه. هذا التعريف مستوحى من المادة 384 من القانون المدني الجزائري، التي أجازت تعديل أحكام الضمان، حيث سمحت للأطراف المتعاقدة :

1- يمكن أن يكون المبيع خال من العيوب لكنه لا يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك كأن يشتري المستهلك مثلا جهاز كمبيوتر وأعلم البائع من أنه يريد من أجل استعمال أقراص مضغوطة فيه، ولكن البائع سلمه جهاز خال من العيوب لكنه لا يمكن من خلال وضع الأقراص المضغوطة ففي هذه الحالة المنتج ليس فيه عيب لكنه لا يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك.

2- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص76.

3- حساني علي، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص74.

توسيع الضمان، وهو اشتراط ضمان البائع لأي عيب لم يكتشف وقت التسليم أو تمديد مدة التقادم لأكثر من سنة أو الاتفاق على الزيادة في الضمان كالتعويض أكثر عن العيب الموجود في المبيع أو ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة¹.

أو **إنقاص الضمان** الذي يشترط فيه البائع على المشتري عدم ضمانه لعيب معين بالذات أو اشتراط مقدار معين من التعويض أو إعفاءه كلية منه.

أما **إسقاط الضمان** هو قبول المشتري شراء منتج معين دون خضوعه لمبدأ الضمان، ولكن في هذه الحالة اشترطت المادة 384 من القانون المدني عدم تعمد البائع إخفاء العيب في المبيع غشا منه، أو ما يعرف بشرط سوء النية²، وإلا لما كان هذا الإسقاط صحيحا.

قد يكون الضمان الاتفاقي واردا في العقد الأصلي المبرم أو يرد منفصلا عنه، وعلى الطرفين الالتزام ببند هذا العقد وما يتضمنه الاتفاق من شروط الضمان.

ولتمكين المشتري من هذا الضمان يقدم له البائع شهادة أو وصل يمكنه بواسطته المطالبة بإصلاح أو استبدال الشيء المبيع، في حالة ظهور أي عيب خلال مدة الضمان³، وفي هذه الحالة فإن المشتري لا يكلف بإثبات وجود العيب أو قدمه حتى يتمكن من الحصول على الضمان، فبمجرد ظهور العيب في المبيع خلال الأجل المحدد للضمان الاتفاقي يلتزم البائع مباشرة بتنفيذ الضمان بالشروط الواردة في الاتفاق.

ولكن قد يتفق المتعاقدان في الضمان الاتفاقي على إسقاط الضمان القانوني، ففي هذه الحالة يجب أن نفرق بين حالتين:

1- حسن صلاح الصغير، صلاحية المبيع للانتفاع به، في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2004، ص 15.

2- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 378 وما بعدها.

3- ممدوح محمد علي مبروك، الالتزام بصيانة الشيء المبيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 19.

الحالة الأولى: إذا أبرم المستهلك عقد ضمان اتفاقي مع البائع واشتملت بنوده الاتفاق على إسقاط الضمان القانوني، ففي هذه الحالة إذا طرأ عيب على المنتج فإنه يحق للمستهلك أن يتمسك بالأصل أي بالضمان القانوني، فهو من النظام العام، فلا يجوز للبائع المحترف التمسك بأي شرط يسقط الضمان القانوني أو حتى الإنقاص من مدته المنصوص عليها من طرف المشرع، أو تقليص المدة التي يجوز فيها رفع دعوى الضمان، أو تقصير الضمان على إصلاح المنتج فقط دون تعويض أو استبدال المنتج إذا تطلب الأمر ذلك. نتيجة لذلك فإن الضمان القانوني يبقى في كل الحالات، حتى ولو نص عقد البيع على خلاف ذلك، بمعنى عدم وجود الضمان، لكن تبقى كل الشروط التي تضمنها الضمان الاتفاقي صحيحة بشرط أن يكون المستهلك عالماً و راضياً بها.

الحالة الثانية: إذا تم إبرام هذا العقد من طرف محترفين فإنه يجوز لهما الاتفاق على تعديل شروط الضمان بالزيادة أو النقصان أو حتى الإقصاء، وهو ما يقره غالبية الفقهاء في فرنسا ويبررون موقفهم في ذلك إلى عدم وجود مستهلك بسيط قليل الدراية في العقد، إلا أن المحكمة الفرنسية تشترط لتطبيق هذه الحالة ضرورة كون المتعاقدين من نفس الاختصاص وأن لا يكون هناك عيب غير قابل للاكتشاف.¹

ثالثاً: تقدير جدوى الضمان الاتفاقي وما يقدمه من حماية كافية للمستهلك

يوفر الضمان الاتفاقي عدة مزايا للمستهلك، يعجز الضمان القانوني على تحقيقها فعلى سبيل المثال فإن المستهلك لا يلتزم بإثبات قدم العيب في المبيع أو إخفاؤه.

كذلك يستجيب الضمان الاتفاقي لطموحات المستهلك من خلال حلول مناسبة تخدمه وتحافظ على مصالحه، منها التزام البائع بإصلاح المنتج أو استبداله إذا تعذر

1- حساني علي، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص79.

إصلاحه، بينما الضمان القانوني فلا تستجيب حوله دائما إلى طموحات المستهلك فهو يتضمن حق الرد أو حق التخفيض.¹

يساعد الضمان الاتفاقي على حسن استجابة المتدخل في حالة وجود خلل ما في المبيع، لان الضمان نشأ بالتراضي بين طرفيه، كما يغني المستهلك عبئ اللجوء إلى القضاء للمطالبة بتنفيذ هذا الضمان وبالتالي يغنيه من ضرورة التقيد بآجال الضمان القانوني.

رغم المزايا التي يتمتع بها الضمان الاتفاقي إلا أنه لا يخلو من العيوب، فقد يتحول هذا الضمان إلى وسيلة إخبارية لترويج المنتجات، كما قد يستغل المحترف هذا الضمان لتحقيق أهداف اقتصادية محضة، متخذا من الضمانات الاتفاقية وسيلة دعائية بدلا من كونها وسيلة لإعادة التوازن بين المحترف والمستهلك.

كما يعاب على هذا الضمان وجود إشكال في نصوص القانون المدني وقانون الاستهلاك حول تطبيقه:

ففي القانون المدني يقصد بالضمان الاتفاقي ذلك الاتفاق الذي يبرمه المتعاقدان قصد التشديد من الضمان، ويكون مضافا إلى الضمان القانوني الذي يكون على المتدخل الالتزام به بمقتضى القانون.

و الضمان الاتفاقي يجيز لطرفان إمكانية الزيادة فيه أو إنقاظه أو حتى إسقاطه كليا² لأنه عقد رضائي ويخضع للقاعدة التي تقضي بأن العقد شريعة المتعاقدان، أما فيما يخص تنفيذ

2- محمد بودالي، الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الكاذب أو الخادع، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، جامعة جيلالي لياس، سدي بلعباس، الجزائر، عدد 6، 2009، ص 386.

² - تنص المادة 384 من القانون المدني على: "يجوز للمتعاقدین بمقتضى اتفاق خاص أن يزيدا في الضمان أو أن ينقصا منه وأن يسقطا هذا الضمان غير أن كل شرط يسقط الضمان أو ينقصه يقع باطلا إذا تعدد البائع إخفاء العيب في المبيع غشا منه".

الضمان الاتفاقي في حالة ظهور عيب بالمنتج فيكون إما بإصلاحه أو باستبداله أو إرجاع الثمن للمستهلك.

أما في قانون حماية المستهلك فعقد الضمان الذي يبرم بين الطرفين جاء بنفس مفهوم الضمان الاتفاقي المنصوص عليه في القانون المدني وبنفس الإجراءات المتعلقة بطريقة تنفيذه، لكن بشروط مختلفة حيث أنه عقد اتفاقي لكنه منصوص عليه قانوناً فلا يجوز الاتفاق على الإنقاص منه أو إسقاطه وكل شرط يقضي بذلك فهو باطل وعديم الأثر.

المطلب الثاني

الطبيعة القانونية للالتزام بالضمان

تقتضي الدراسة تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالضمان، وهذا من أجل معرفة نوع المسؤولية الناشئة عن الإخلال به، فإذا كان هذا الضمان التزام يتطلب بذل عناية فيكفي إثبات بذل العناية المعتادة لإصلاح المبيع دون إلزامية تحقيق النتيجة، أما إذا كان هذا الضمان يتطلب التزام بتحقيق نتيجة فلا يمكن للملتزم به أن يعفى من المسؤولية إلا إذا قام بإصلاح المبيع وإعادته لأداء وظيفته المألوفة وإلا اعتبر مخلاً بالتزامه.

الأصل أن الالتزام بالضمان يعد التزاماً تعاقدياً، لكن طبيعته تقتضي أن يكون التزاماً بتحقيق نتيجة أو التزاماً ببذل عناية، ولهذا تكييفه يعد ضرورة لقياس إخلال المدين بالتزامه. فإذا كنا بصدد التزام البائع ببذل عناية، فيكفي للوفاء بالضمان إثبات أنه بذل العناية المعتادة لإصلاح المبيع، وبالتالي يفي بالتزامه حتى ولو لم يتمكن من القيام بذلك، أما إذا كنا بصدد الالتزام بتحقيق نتيجة، فإن تنفيذ الالتزام بالضمان يقتضي إصلاح الخلل بالمبيع وإعادته لأداء وظيفته المألوفة.¹

1- حساني علي، الإطار القانوني....، مرجع سابق، ص 259.

بالرجوع إلى أحكام التشريع الخاص بالاستهلاك، نجد أن الضمان يعد التزاماً بتحقيق نتيجة، بداية من كون الضمان من الالتزامات الأساسية للمحترف وشرط لتوفر المنتج على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك وأمنه و تضر بمصالحه المادية، وعلى المنتج أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه، وبالتالي يستفيد المستهلك من ضمان دوام الصلاحية لأي منتج كان.¹

كل هذا يؤكد وجوب كفالة البائع للمنتج بصلاحيته وسلامته لمدة زمنية معينة، ويتعهد بإصلاح الخلل الذي يطرأ عليه خلال هذه الفترة، على أن يعيده يعمل بصورته المعتادة، والالتزام بتحقيق نتيجة يتطلب أن يقوم المحترف بكل ما يمكن من إصلاح من شأنه أن يعيد المنتج المعيب إلى حالته الطبيعية، سواء بتقديم قطع الغيار اللازمة، أو جلب ذوي الخبرة من مهندسين و يد عاملة أو القيام بأي عمل فني يقتضيه إصلاح الجهاز. ولا يستطيع المحترف التخلص من الضمان بحجة عدم توافر قطع الغيار اللازمة لتوقف إنتاجها أو لارتفاع سعرها، ولا يجديه إثبات قيامه ببذل الجهد اللازم لإصلاح المبيع أو أن هذا الإصلاح يتجاوز قدرته الفنية، إلا إذا أثبت أن عدم التنفيذ يرجع إلى سبب أجنبي كالقوة القاهرة أو خطأ المستهلك²، وإذا تعذر على المنتج إصلاح المنتج أو استبداله فيجب عليه أن يرد ثمنه دون تأخير.

يعتبر تنفيذ الضمان بإجراء الإصلاح أو استبدال للمنتج أورد الثمن، مرهون بعدة قيود يفرضها البائع على المستهلك حتى يتمكن هذا الأخير من الاستفادة من الضمان وهي³:

1- المادة 6 من القانون رقم 89-02 (ملغى) والمادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى)، والمادة 14 من القانون رقم 09-03.

2- سعيد جبر، الضمان الاتفاقي للعيوب الخفية في عقد البيع، دار النهضة العربية، (د.ب.ن)، 1975، ص 55.

3- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج...، مرجع سابق، ص 125.

وجوب تقديم المبيع إلى البائع في مواعيد دورية لفحصه لدى الوكالات التابعة له، مثل ما هو الحال في السيارات، وذلك ليتمكن المنتج أو البائع من تفادي العيوب أو كشفها في بدايتها والمبادرة إلى إصلاحها قبل أن تتفاقم آثارها.

-التزام المستهلك بعدم إدخال أية تعديلات أو تغييرات على المنتج المبيع.

ولا يتم تنفيذ الالتزام بتحقيق نتيجة بمجرد تحقق هذه النتيجة، بل يلزم القيام بإصلاح الخلل على النحو الذي يتفق مع جسامه الخلل وطبيعة الجهاز والاستعمال المرجو منه كفاءً وكماً، دون أن يكون هناك غشاً في استبدال القطع أو الإصلاح الذي لا يدوم طويلاً، بحيث يصعب على المستهلك أن يكتشف سوء الإصلاح مباشرة وما يلبث أن يظهر الخلل من جديد في المنتج بعد فترة وجيزة من الاستعمال، حيث أثناءها تكون فترة الضمان قد انقضت.¹

في هذه الحالة إذا ما ظهر الخلل في نفس الموضع الذي تم إصلاحه من قبل، فإن ذلك يعد قرينة على أن المتدخل لم ينفذ التزامه بالضمان بالشكل المطلوب، ويجوز إثبات هذه الواقعة بكافة طرق الإثبات، كاستعانة بالخبير ومعاينة المنتج والتأكد من أن الخلل راجع إلى عملية الإصلاح التي قام بها المحترف في بادئ الأمر.

إذا الالتزام بالضمان التزام بتحقيق نتيجة، يقع على عاتق المحترف أو البائع، وإذا لم يتم هذا الأخير بتنفيذه جاز للمشتري أن يطلب ترخيصاً من القضاء لتنفيذ ذلك على نفقة المدين إذا كان هذا التنفيذ ممكناً²، ويجوز في حالة الاستعجال أن يقوم بذلك دون ترخيص من القضاء، كأن يقوم بإصلاح الخلل الموجود في المنتج بنفسه وعلى نفقة البائع، وإذا تعذر القيام بإصلاح الخلل نهائياً أو استبدال المنتج المعيب جاز للمشتري طلب الفسخ والتعويض طبقاً للقواعد

1- محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع...، مرجع سابق، ص 55 ومايليها.

2- توفيق حسن فرج، عقد البيع والمقايضة، المكتب المصري الحديث للطباعة والنشر، القاهرة، 1970، ص462.

العامة عن كل الأضرار المادية والجسمانية التي تسبب فيها الخلل بالشئ المبيع وبصفة عامة تعويض المشتري عما لحقه من خسارة أو ما فاتته من كسب¹.

1 – Civ . 3 jui. , 1985.D. , p321 .-Cour 17 Déc 1973 , D1974 ,p 268 . Civ. 23 juin 1971.D 1971, p136 .

المبحث الثاني

نطاق الالتزام بالضمان

يعد الالتزام بضمان الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات من الالتزامات المتصلة بعقود البيع عامة، إذ لا يقع التزام البائع على ضمان التعرض والاستحقاق الذي يجعل المشتري يستفيد من المبيع بحيارته حياة هادئة لا ينازعه فيها أحد فحسب، بل يتعدى ذلك إلى ضمان استغلال هذا المبيع بما يلزم من حيازته والمنفعة المطلوبة من وراء وضع اليد عليه .

لذلك كان ضمان عيب المنتج من الالتزامات الأساسية الملقاة على عاتق المحترف عامة، ووسيلة جد مفيدة بالنسبة للمستهلك، ومؤدى ذلك تسليم مبيع خال من العيوب، حيث أن العيب يعرقل استغلال المبيع على الوجه المطلوب ويجعله غير صالح للانتفاع به على النحو المتفق عليه من وراء التعاقد .وليس هذا فحسب، فقد تؤدي عيوب المنتجات إلى الإضرار بالأشخاص والأموال ، الأمر الذي يترتب عنه مسؤولية المتدخل.

المطلب الأول

مضمون الالتزام بالضمان

يعد الضمان وسيلة هامة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم مبيع سليم ومطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها والتي تستلزمها الأطراف وطبيعة التعامل، هذا ما يتطلب التطرق بالتفصيل إلى الالتزام بالضمان في المنتجات وذلك من خلال التطرق لضمان العيوب الخفية وتطبيقها على قانون الاستهلاك (الفرع الأول)، ثم إلى الالتزام بضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة (الفرع الثاني)، وأخيرا إلى كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الالتزام بضمان العيوب الخفية وتطبيقاتها

يجد موضوع العيوب الخفية مجاله في الأحكام العامة المنصوص عليها في القانون المدني، بصفتها وسيلة ضمان يستغلها المشتري لإلزام البائع بتسليم الشيء المبيع، مطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها والتي يستلزمها الأطراف وطبيعة التعامل.¹

أما إذا أردنا تطبيقها على أحكام قانون الاستهلاك، فلا تكون كافية لخدمة المشتري الذي سبب له التعامل في السلع والمنتجات خطرا على صحته وماله، لذا تدخل القضاء لتطوير هذا الضمان ليقدم أهداف حماية المستهلك، ولكي نفهم العلاقة الموجودة بين العيب الخفي وأحكام قانون الاستهلاك فعلينا التعرض أولا إلى تعريف العيب الخفي، ثم إلى شروط هذا العيب ثانيا.

أولا: تعريف العيب الخفي

أورد الفقه عدة تعريفات للعيب الخفي ، فعرفه البعض وفق ما جاء في التعريف القانوني للعيب بأنه: " العيب الذي ينقص من قيمة المبيع، أو من نفعه بحسب الغاية المقصودة منه مما هو مبين في العقد، أو مما هو ظاهر من طبيعة الشيء، أو الغرض الذي أعد له، كما يعتبر من قبيل العيب أيضا عدم توافر الصفات التي كفل البائع للمشتري وجودها في المبيع عند تسليمه ".²

1- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص.ص 253-254.

2- هذا التعريف جاء وفق ما نصت عليه المادة 379 من القانون المدني الجزائري.

كما يعرفه البعض على أنه " هو الذي تنتقص به قيمة المبيع أو يفوت به على المشتري غرض صحيح ".¹

أما الأستاذ محمد شكري سرور فعرفه بأنه " هو شائبة أو نقیصة لا توجد عادة في مثل المبيع، ولكنها وجدت - بالمصادفة - فيما اشتراه المشتري ".²

كما عرف بعض الفقهاء العيب في المنتج من عدة جوانب:

فمن الناحية المادية: تم تعريفه كما يلي " العيب الذي يتلف الشيء ويلحق به الهلاك، ويؤدي إلى الانتقاص من قيمته أو منفعته ".³

أما من الناحية الوظيفية: فيعرف على أنه " العيب الذي يصيب الشيء في أوصافه أو في خصائصه بحيث تجعله غير صالح للغرض المعد من أجله "⁴، واستقر كل من الفقه والقضاء على هذا الرأي.

يمكن تصنيف عيوب المنتجات التي تنشأ عنها الأضرار إلى ثلاثة أنواع:

- عيوب في التصميم، عيوب في التصنيع وأخيرا التعليمات والتحذيرات المعيبة.

أما العيب في التصميم والعيوب في التصنيع فهما مرتبطان بخصائص ومميزات المنتج، بينما عيوب المنتج التي تتعلق بالتعليمات والتحذيرات فهي تتصل بعوامل خارجية في تركيب المنتج، كعدم الإدلاء بالبيانات التي يفترض أن تكون مصاحبة للمنتج.⁵

1- أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، القاهرة، 2009، ص.ص 253-254.

2- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج...، مرجع سابق، ص.ص 357-358.

3 - GHESTIN (J). Confiabilité..... op, cit, p 764.

4- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 111.

5- محسن شفيق، مسؤولية المنتج دراسة في قانون التجارة الدولية، مذكرات لطلبة القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة القاهرة، مصر، 1977، ص 97 وما يليها.

وقد حدد المشرع الجزائري مضمون العيب الخفي وذلك بعدم اشتغال المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها البائع وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه.¹

من خلال نصوص القانون المدني الجزائري، والخاصة بضمان العيوب الخفية يتضح أن المشرع لم يعطي تعريفا للعيب، ولكن التطبيق أخذ بالتعريف المعتمد في القانون والقضاء المقارن، الذي أعطى العيب معنيان:

فالمعنى الأول : تخلف أو عدم توفر الصفة التي كفل البائع للمشتري وجودها في المبيع.

والمعنى الثاني: إذا كان بالمبيع عيبا ينقص من قيمته أو من نفعه بحسب الغاية المقصودة.

مثل وجود الحبة السوداء في غلة القمح التي تغير من نقاء حبة القمح وصفاته وتغير من لونه فتجعله أسود رديء النوعية.

ووفقا لنصوص القانون المدني الجزائري يجب التمييز بين نوعين من العيوب:

النوع الأول وهو العيب الظاهر الذي لا يلتزم البائع بضمانه، نظرا لعلم المشتري به وقت البيع، أو كان من استطاعته أن يطلع عليه لو قام بفحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع قد أكد خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا منه.²

1- المادة 379 من القانون المدني الجزائري.

2- المادة 2/379 من القانون المدني الجزائري.

أما النوع الثاني فهو العيب غير الظاهر الذي يلتزم البائع بضمانه ولو لم يكن عالماً بوجوده.

ثانياً: شروط ضمان العيب الخفي في المنتجات

يشترط لقبول دعوى ضمان العيب الخفي ضرورة توفر شروط محددة وهي كالآتي:

1- قدم العيب:

يلتزم المتدخل بضمان العيب في المنتج إذا كان هذا العيب موجوداً فيه قبل أن تتم عملية التسليم للمشتري (المستهلك)، فإذا لم يكن موجوداً قبل ذلك وحدث بعد استلام المشتري للمبيع فلا يكون المحترف مسؤولاً عن ما يحدثه من أضرار، إلا إذا كان العيب الذي طرأ على المنتج بعد التسليم يرجع إلى إهمال البائع في اتخاذ احتياطات معينة أو عدم تقديم البيانات والمعلومات عن طريقة الاستعمال.

2- خفاء العيب:

يقصد بخفاء العيب عدم ظهوره للمستهلك إما برؤيته أو الكشف عنه حتى في حالة فحص المنتج بعناية الرجل العادي، أما في حالة ما أكد البائع خلو المبيع من العيب أو تعمد إخفائه غشاً منه يكون البائع مسؤولاً سواء تم الفحص من طرف المستهلك أم لا.

يكون فحص المبيع أمراً سهلاً بالنسبة للمنتج غير الصناعي، أما المنتج الصناعي فالأمر يبدو مستحيلاً، بحيث لا يستطيع المستهلك أن يكشف عن العيب الموجود في آلة

بالغة التعقيد تمتاز بتكنولوجيا عالية، كالهواتف النقالة والكاميرات وغيرها، خاصة إذا كانت فيها عيوب في التصنيع الأولي أو في التصميم وغيرها.¹

لذا من الضروري أن يعامل المنتج بأنه ذلك الشخص المتخصص الذي يعلم جيداً ما يمكن إنتاجه أو بيعه للمستهلكين، ويفترض أنه ارتكب خطأ جسيماً بإنتاجه شيئاً معيباً، وهذا لا يعفيه من المسؤولية.

3- الجهل بالعيب وعدم العلم به

العيب الخفي هو الذي لم يكن ظاهراً للمشتري عند انتقال الملكية والذي لم يسبق له أن عرفه، ولم يكن قادراً على اكتشافه حتى في حالة فحصه بعناية الرجل العادي، والعيب الخفي الذي يدخل في دائرة الضمان هو ذلك الذي يكون في المبيع ذاته أو في أحد ملحقاته، ولا فرق في أن يكون مستمراً أو متقطعاً مثلاً: ظهور المياه داخل المبنى المباع في أيام الشتاء.

أما العيب الظاهر وقت انتقال الملكية، فلا يخضع لضمان البائع إذا لم يعترض عليه المشتري، إذ يفهم من عدم اعتراضه أنه رآه وقبل به، فقام بشراء الشيء في حالته قابلاً للعيب.

كذلك بالنسبة للعيب الخفي إذا كان من السهل على المشتري أن يعرفه لو فحص المبيع بعناية الرجل العادي، فيتحمل وحده مسؤولية هذا التقصير ذلك بحرمانه من الضمان، أما إذا وجد عيب خفي في المبيع وقت انتقال الملكية، إلا أن البائع صرح بخلو المبيع منها، كان هذا الأخير مسؤولاً عنها، وإن كان من السهل على المشتري اكتشافها في الواقع، لأن

1- "سيارات صنعت في كوريا الجنوبية صنف " هونداي سوناتا " دخلت السوق الأمريكية وبعد مدة زمنية قصيرة منع تصديرها، نظراً لاكتشاف عيب فيها على مستوى المقود".
علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 207.

البائع أكد للمشتري خلو المبيع من العيب، بهذا يكون قد خلق لديه حالة من الاطمئنان والثقة، ويكون قد تعهد ولو ضمناً بتحمل العيب الذي صرح بخلو المبيع منه¹.

4- كون العيب مؤثراً

يعتبر العيب الجسيم في المنتج خطراً على خلاف طبيعته التي تتطلب تحقيق السلامة والأمان للمستهلك، وذلك العيب هو الذي يجعله ناقص القيمة أو المنفعة المادية بحسب الغاية المقصودة منه²، كمثال على ذلك: سيارة تحتوي على خزان بنزين مزود بعازل غير متين ما يجعل السيارة والركاب في خطر من جراء حصول انفجار أو حادث معين، وبالتالي يسأل المنتج عن الأضرار التي نجمت عن منتجاته المعيبة باعتبارها أضراراً صناعية لاحتوائها على عيوب خفية يصعب اكتشافها ولها تأثير كبير على المنتج تجعله يتصف بالخطورة³.

أما إذا كان العيب غير جسيم، بحيث لا يترتب عليه سوى نقص في بعض الأمور الثانوية بالنسبة للمشتري فلا يكون موجباً للضمان.

1- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص.ص 207-208.

2 - تنص المادة 379 من القانون المدني الجزائري على "يكون البائع ملزماً إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالماً بوجودها. غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشاً منه."

3- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 208.

كذلك لا يكون موجبا للضمان العيب المتسامح به عرفا مثلا احتواء القمح كمية مألوفة من الأتربة، أو وجود بعض المواد الغريبة في حب السمسم بشكل مألوف.

فإذا كان المبيع من الأشياء التي لا تعرف حقيقة حالها إلا بإحداث تغيير فيها كالثمار ذات الغلاف اليابس مثل البطيخ واللوز والجوز والبندق فلا يضمن البائع العيوب الخفية فيه إلا إذا تعهد صراحة بذلك، أو إذا كان العرف المحلي يوجب عليه هذا الضمان.

تجدر الإشارة إلى أن العيب قد يكون مؤثرا في مبيع معين وغير مؤثر في مبيع آخر، فطبيعة الشيء هي التي تملي المنافع المقصودة منه، وهي التي تؤثر على تحديد وجهة استعماله مثلا: وجود ذرات من الرمل في الطحين يعتبر عيبا ذا تأثير بالغ، أما وجود هذه الذرات في القمح فلا أثر له فيه.

إن مسألة ما إذا كان العيب مؤثرا أم لا، تعود للقاضي الذي يستند على المعيار الموضوعي.

ثالثا: قصور قواعد ضمان العيب في خدمة المستهلك

إذا سلمنا بالقول الذي يعني بأن العيب الخفي هو ذلك الذي ينقص من قيمة الشيء أو من نفعه، أو الذي يجعل المبيع غير صالح للاستعمال فإن كل هذه التعاريف تعد قاصرة في توفير الحماية للمستهلك أثناء تطبيقها العملي على المنتجات الصناعية.

لذلك كان من الواجب النظر إلى العيب من وجهة ما يسببه هذا الأخير من ضرر في الأرواح والأموال ويعرض سلامة وأمان المقتنين للخطر¹، وعليه يتضح أن هناك قصور في حماية المستهلك أثناء تطبيق أحكام العيب الخفي ويتجلى ذلك في ثلاث نواحي: من ناحية

1- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 221.

مفهوم العيب الخفي، من ناحية التعويض وأخيرا المدة التي يتم فيها رفع دعوى الضمان واثبات العيب.

أ- قصور مفهوم العيب الخفي:

ينصرف مفهوم العيب الخفي إلى المنتجات الطبيعية دون المنتجات الصناعية، فإذا أخذنا بالتعريف الذي يعتبر العيب الخفي بأنه الآفة الطارئة التي تخلوا منها الفطرة السليمة للشيء المبيع، فنستنتج بأن الفطرة السليمة تتصل بالمنتجات الطبيعية عند بداية خلقها أو تكوينها، أما المنتجات الصناعية فلا يمكن الحديث عن الفطرة السليمة فيها، إذ أن صلاحيتها تتم وفقا لقواعد الفن الصناعي، والعيب الخفي قد يكون أثناء التصنيع أو أثناء التصميم، لذا تبني بعض الفقهاء تعريف للعيب لا يقتصر فقط على ما يصيب الشيء المبيع في نشأته بل يمتد أيضا إلى ما يعيبه عند تصنيعه أو ما يطرأ عليه كعيب يصيبه بعد الانتهاء من صنعه واستعماله.¹

كذلك هناك قصور فيما يتعلق بمفهوم الخفاء، حيث أن اشتراط خفاء العيب يعني عدم التزام المنتج بضمان العيوب الظاهرة les vices apparents ، ومن غير المعقول بأن المشتري قد قبل المبيع رغم احتواءه على عيب ظاهر إذا كان هذا العيب يسبب له أضرار في نفسه.² لذلك يمكن القول أن مفهوم العيب الخفي لم يعد ينطبق على المنتجات الجديدة، التي تتصف بالتقنية العالية والتعقيد وتوفرها على قدر كبير من التكنولوجيا المتطورة.

1- سمير كامل، ضمان العيوب...، مرجع سابق، ص 18.

2- نفس المرجع، ص 18.

ب- قصور قواعد العيب الخفي من ناحية التعويض:

ترتب على التطور الصناعي والتكنولوجي تدفق منتجات لم تكن معروفة من ذي قبل في الأسواق، فهذه المنتجات قد تشكل أضرارا تلحق بالمستهلك من جراء احتوائها على عيوب تجعل استعمالها محفوفا بالمخاطر التي تصيب الشخص سواء في نفسه أو في أمواله و يمكن تقسيم الأضرار التي قد تصيب المشتري إلى نوعين:

1- **أضرار ناجمة عن عقد البيع**، ويقصد بها كل ضرر يلحق المشتري من جراء وجود عقد لا يفي بالغاية المقصودة منه كما لو وجد نقصان من قيمته، كأن يكون مثلاً: الحصان الذي اشتراه غير قابل لاستخدامه في السباق عكس ما تم الاتفاق عليه في العقد¹، ويتم التعويض في هذه الحالة وفقاً للقواعد العامة في ضمان العيوب الخفية.

2- **أضرار تصيب المشتري في شخصه وفي أمواله** يقصد بها الأضرار التي تصيب المستهلك اثر اقتناؤه منتجات صناعية خطيرة كالأدوية والأجهزة الكهربائية، في جسده أو ماله وهذا ما لا يمكن تعويضه وفقاً للنصوص المتعلقة بضمان العيوب الخفية.

نلاحظ أن هناك قصور في قواعد القانون المدني الجزائري في تعويض هذا النوع من الأضرار، أي الناجمة عن المنتجات الصناعية والتي تحمل في طياتها عيوباً تسبب أضراراً جسدية ومالية، بل أوجب فقط التعويض عن الضرر التجاري الذي سببه المنتج.

1- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج...، مرجع سابق، ص 45.

ج- قصور قواعد العيب الخفي من ناحية المدة والإثبات:

تخضع دعوى الضمان إلى قيود من ناحية الزمن، بالإضافة إلى صعوبة إثبات العيب في مجال المنتجات الصناعية، هذا ما يجعل دعوى الضمان أقل فعالية بالنسبة للشخص المتضرر.¹

1- قصور قواعد العيب الخفي من ناحية المدة:

تقدر مدة رفع دعوى الضمان في القانون المدني الجزائري بسنة واحدة²، وتسري هذه المدة من تاريخ تسليم المبيع، ومن هنا يجب على المشتري التقيد بهذه المدة الزمنية من أجل رفع دعواه وإلا فقد حقه في الرجوع على البائع.

ما يمكن تسجيله هو أن الواقع التطبيقي والعملي يبين أن هذه المدة قصيرة، بحيث تحد من فعالية الحماية التي توفرها هذه الدعوى في مجال المنتجات الصناعية، إذ أن بعض المنتجات المعقدة التقنية غالبا ما يقف المشتري عاجزا عن اكتشاف ما فيها من عيوب ، أضف إلى ذلك أن أغلبية المشتريين يرغبون في الحل الودي قبل اللجوء إلى القضاء، الأمر الذي يستغرق وقتا طويلا يفوق مدة التقادم.

2- قصور قواعد العيب الخفي من ناحية الإثبات:

يقع واجب إثبات العيب وتوفر شروطه على المشتري فضلا عن وجوب إخطار البائع بالعيب في أجل مقبول، وإلا أعتبر راضيا بالمبيع ، وهذا الإثبات يكون عادة أمرا صعبا على المشتري، لما تتصف به المنتجات من تعقيد وما تتطلبه من دقة في الاستعمال، مما يجعل من الصعب التحقق خاصة إذا كان العيب يرجع إلى سوء استخدام أو إهمال في الصيانة.

1- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 222.

2- المادة 383 من القانون المدني الجزائري.

كل هذا القصور جعل الفقه والقضاء في معظم الدول يعملون إلى تطوير قواعد الضمان للوصول إلى تحقيق الحماية المطلوبة للمتضرر.

الفرع الثاني

الالتزام بضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة

نظم المشرع الجزائري ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معينة من خلال المادة 386 من القانون المدني ، كما نصت المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على ذلك أيضاً، حيث لا يتحقق هذا إلا بتسليم منتج خال من العيوب، وبمعنى أدق صالح للاستعمال الذي بيع من أجله.

أولاً: الإطار القانوني لضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة

جاءت أحكام ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معينة بنص قانوني، إلا أنه يعتبر ذو طبيعة اتفاقية محضة سواء في نشأته أو في مضمونه.¹

وتعد هذه الأحكام ذات طبيعة مكملّة حيث يجوز للمتعاقدین باتفاق خاص أن يزيّدوا في الضمان أو ينقصوا منه أو أن يسقطوا هذا الضمان، غير أن كل شرط يسقط الضمان أو ينقصه يقع باطلاً إذا تعدد البائع إخفاء العيب في المبيع غشاً منه.²

إن عدم صلاحية المبيع للاستعمال المقصود ليس مرادفاً للعيب الخفي، فقد يكون الشيء سليماً من كل عيب لكنه غير صالح للقيام بالوظيفة المنوطة به، وإن كان من الممكن أن تنشأ عدم الصلاحية للاستعمال نتيجة وجود عيب في الشيء، أو نتيجة وقوع المشتري في

1 - محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع...، مرجع سابق، ص7.

2- المادة 384 من القانون المدني الجزائري.

غلط، أو حدوث تدليس من جانب البائع، كما قد يعود الأمر إلى نقص المعلومات الخاصة باستعمال الشيء¹.

كما ذهب المشرع الجزائري وفق أحكام القانون رقم 89-02 (الملغى) إلى نفس المعنى، حينما أكد على استفادة كل مقتن لأي منتج بحكم القانون من ضمان صلاحية المبيع للاستعمال المخصص له حسب طبيعة المنتج²، وأن يضمن المحترف سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه³.

وقد أكد القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁴، على وجوب استفادة المستهلك من الضمان بقوة القانون. وفي حالة ظهور عيب بالمنتج على المتدخل أن يقوم خلال فترة محددة باستبدال المنتج أو إرجاع ثمنه، أو تصليحه أو تعديل الخدمة على نفقة المتدخل.

نلاحظ من خلال ما سبق أن ضمان صلاحية المنتج للعمل لمدة معينة، جاءت قواعده وأحكامه ملزمة بقوة القانون، ضمن الضمانات الاتفاقية التي أجازها المشرع بالنص عليها وتبنيها وفق بنود وشروط يسهل تنفيذها في حالة ظهور العيب في المنتج.

حتى لا نخلط بين المفاهيم تجدر بنا التفرقة بين ضمان صلاحية المبيع لوجهة الاستعمال المخصص له و بين ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معينة .

1- ثروت عبد الحميد، ضمان صلاحية...، مرجع سابق، ص.ص 5-6.

2- المادة 06 من القانون رقم 89-02 (ملغى) .

3- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى).

4- المادة 13 من القانون رقم 09-03.

← **ضمان صلاحية المبيع لوجهة الاستعمال المخصص له** : يقصد به إلزام البائع بأن يقدم للمشتري شيئاً صالحاً للغرض المقصود منه، ومتوفراً على الخصائص والصفات المتفق عليها فهو التزام يقع على البائع بضمان صلاحية المبيع وملائمته للاستعمال العادي أو التجاري حسب الغرض المقصود من وراء اقتناء هذا المبيع، وهذا الضمان هو إلزام قانوني يقع على عاتق البائع أو المتدخل، يلتزم بمقتضاه بضمان العيب الموجود في المبيع حتى ولو لم يكن هناك اتفاق بينه وبين المشتري¹.

← **أما ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معينة** فيعد إلزاماً اتفاقياً بالضمان يحد نطاقه ومعالمة التصرف القانوني المنشئ له، فهو ضمان إضافي لا ينشأ إلا بالنص عليه صراحة، ويعد تشديداً لضمان العيوب الخفية، حيث يتعهد البائع للمشتري بأن المبيع سيحقق الغرض المقصود منه طوال هذه المدة دون أي خلل، فإذا ما ظهر خلل في هذه المدة، التزم البائع بإصلاحه أو استبدال الجزء التالف بالجزء السليم، أو استبدال المبيع دون أن يتكبد المشتري أية نفقات في ذلك، و يلتزم البائع بذلك كله أيا كان سبب الخلل، سواء توفر فيه معنى العيب الخفي أم لا، أو كان معلوماً للمشتري أم غير معلوماً، أو كان العيب ظاهراً أو طراً بعد التسليم².

ويعتبر ضمان الصلاحية من قبيل الزيادة في الضمان القانوني فهو تصرف قانوني يلتزم فيه المدين بإرادته المنفردة أو باتفاق الطرفين، وهذا الضمان لا يكون قاصراً عن ضمان العيوب الخفية فقط، بل يزيد من ضمان البائع ويجعله يشمل أي نوع من الخلل في المبيع، حتى ولو لم يكن هناك عيب، فيكفي ألا يكون المبيع صالحاً للعمل حتى يتحقق الضمان.

1- علي حساني، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص.ص 257-258.

2- عبد الباسط جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك...، مرجع سابق، ص 63.

ثانيا: شروط الالتزام بضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة

أوجب المشرع الجزائري على البائع ضمان المنتج الذي يكتنيه المستهلك وهذا دون أن يتحمل هذا الأخير أية أعباء إضافية، كما نص القانون رقم 09-03 أن كل شرط يقصي الضمان يعد باطلا¹، إذ يقرر وجود الضمان بقوة القانون وهذا عكس ما ورد في القانون المدني أين ترك الأمر لحرية للمتعاقدین على اشتراط الضمان من عدمه.²

لكن حتى يضمن البائع الخلل في المبيع يستلزم توفر شرطين جوهريين وهما كون الخلل حدث في فترة الضمان أما الشرط الثاني أن لا يكون هذا الخلل من خطأ المشتري وإنما يعود إلى صناعة المنتج.

أ- حدوث الخلل في فترة الضمان:

يقع على البائع الالتزام بالضمان، لكن هذا الأخير يكون محدد بمدة زمنية معينة، حيث حدد المشرع الجزائري مدة ضمان المنتجات الواردة في ملحق القرار المؤرخ في 10-05-1994³ على أنها تتراوح بين (6) ستة أشهر لبعض المنتجات كأدنى حد و(18) ثمانية عشر شهرا للمنتجات أخرى كأقصى حد، أما عن المنتجات غير الواردة في هذا القرار فالمستهلك يستفيد بمدة ضمان لا تقل عن (6) ستة أشهر⁴ بالنسبة للمنتجات الجديدة، أما فيما يخص المنتجات المستعملة فيستفيد المستهلك بمدة ضمان لا تقل عن

1- المادة 13 من القانون رقم 09-03.

2- تنص المادة 386 من القانون المدني الجزائري على "إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها فعلى المشتري أن يعلم البائع في أجل شهر من يوم ظهوره و أن يرفع دعواه في مدة ستة(6) أشهر من يوم الإعلام، كل هذا ما لم يتفق الطرفان على خلافه".

3- المادة 16 من القرار المؤرخ في 10-05-1994، المتضمن كفاءات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم

90-266، ج.ر عدد 40، صادرة في 05/06/1994.

4- المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

(3) ثلاثة أشهر¹، ويبدأ سريان هذه المدة من يوم تسليم المنتج، هذا ما لم يكن هناك تنظيم يخالف ذلك، فإن حدث مثلاً وأن أبرم عقد البيع لكن تأخر تسليم المبيع فإن بدأ حساب هذه المدة يكون من يوم التسليم حتى ولو تأخر ذلك.

يتجسد الضمان من خلال شهادة يسلمها المتدخل إلى المشتري يوضح فيها البيانات التالية: أسماء كل من المتدخل و المستهلك، رقم الفاتورة، سعر المنتج، مدة الضمان، طبيعة السلعة المضمونة و رقمها التسلسلي، اسم و عنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان عند الاقتضاء²، وينفذ هذا الضمان بمجرد حدوث خلل في المبيع سواء كان الخلل كلياً كتوقف الجهاز، أو جزئياً كأن يصيب الخلل بعض أجزاء المبيع وقد يعود سبب هذا الخلل إلى عيب خفي في المبيع ففي هذه الحالة إذا توفرت شروط هذا العيب، يكون للمشتري الخيار بين الرجوع على البائع على أساس ضمان العيب الخفي فيرد إليه المبيع أو يطالبه بالتعويض عن الضرر، أو يعود عليه بالضمان على أساس الصلاحية فيطالبه بإصلاح المنتج³.

إلا أنه لا يكفي لقيام الضمان وجود خلل في المبيع وإنما يستلزم أن يكون ذلك الخلل حدث خلال فترة الضمان ودون أن يكون المستهلك سبباً في حدوثه، فلا يمكن للمتدخل

1- المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

2- المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

3- زاهية حورية سي يوسف، التزام المنتج بضمان صلاحية المنتج للعمل لمدة معينة، مجلة جامعة الأمير للعلوم الإسلامية، العدد 19، قسنطينة، 2005، ص 35.

التخلص من هذا الضمان إلا إذا أثبت أن الخلل نتج عن خطأ المستهلك المتمثل في عدم إتباع التعليمات أو عن سوء الاستخدام.¹

ب- أن يكون الخلل مرتبط بصناعة المنتج:

يقوم هذا الالتزام على ضمان الخلل الذي يرجع سببه إلى صناعة المنتج، أما إذا كان سبب الخلل راجع إلى المستهلك، فإن الضمان لا يغطيه، وبالتالي نقوم بعرض حالات الخلل الموجب للضمان وحالات الخلل المعفى منه.

1- الخلل الموجب للضمان:

يعد التزام المتدخل بضمان الخلل تطبيقاً لمبدأ مسؤولية المتعاقد عن الخطأ في تنفيذ العقد وهذا ما نصت عليه المادة 107 من القانون المدني الجزائري²، فبيع سلعة معيبة يخل بمبدأ تنفيذ العقد بحسن نية ولو تأخر ظهور هذا العيب إلى ما بعد التسليم، خاصة وأن العيب في المنتجات الحديثة لا يظهر إلا من خلال استغلال المنتج، لذلك وجب على المتدخل ضمانه.

2- الخلل المعفى من الضمان:

حدوث خلل في المنتج خلال فترة الضمان يعد قرينة على أن هذا الخطأ مرتبط بعيب في صناعة الجهاز أو في تصميمه، إلا أن المنتج يستطيع أن يتخلص من المسؤولية في الحالات التالية:

1- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة للقواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 41.

2- تنص المادة 1/107 من القانون المدني الجزائري على: "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبحسن نية...".

i- الخلل الناجم عن سوء الاستخدام:

يستبعد من نطاق الضمان، الخلل الناجم عن مخالفة التعليمات المرفقة بالمنتج، ولكن يشترط في هذه التعليمات أن تكون واردة باللغة العربية وبطريقة واضحة وبنوع من التفصيل، فلا تقبل التعليمات الواردة بلغة أجنبية أو التي تكون صياغتها معقدة لا يفهمها إلا ذوي الاختصاص.

غالباً ما تتضمن هذه التعليمات خطر تشغيل الآلة أكثر من طاقتها، وكذا ضرورة استبدال أجزاء في المبيع بعد مدة معينة، منع تركيب أو محاولة إصلاح خارج مركز الخدمة المخصص لذلك.

ii. خطأ الغير:

يمكن للمنتج أن يتخلص من الضمان إذا اثبت أن الخلل راجع إلى خطأ الغير، كأن يعهد المتدخل نقل المنتج إلى موزع مقابل عمولة وحدث خلل في المنتج خلال عملية النقل وبسبب خطأ الموزع، فهنا لا يتحمل المنتج الضمان وإنما الموزع هو الذي يتحمل ذلك.

iii. القوة القاهرة:

يستطيع المنتج في حالة إثباته أن الخلل راجع إلى القوة القاهرة أن يتخلص من الضمان، كأن يتلف المنتج نتيجة حريق أو كوارث طبيعية أخرى.¹

الفرع الثالث

كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان

يقوم المتدخل بتنفيذ الضمان حسب الطرق المحددة قانوناً، بعدما يقوم المستهلك بإخطاره بوجود العيب في المنتج.

¹ - لحراري(شالح) وزيرة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 46.

أولاً: إخطار المستهلك للمتدخل بوجود العيب:

يستفيد المستهلك من الضمان بعد تقديم شكوى كتابية، أو عن طريق أي وسيلة اتصال أخرى مناسبة، لدى المتدخل¹ بمجرد ظهور العيب، والهدف من ذلك تفادي تفسير سكوت المستهلك على أنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب، وعلى المستهلك إبلاغ المتدخل بالعيب قبل تفاقمه فغالبا ما يتفق الطرفان في وثيقة الضمان على أجل قصير للإخطار.²

تجدر الإشارة إلى أن هناك إشكالية في التطبيق، ويعود سبب ذلك إلى أن المشرع لم ينضم ولم يحدد أجل الإخطار، فتركها للمتدخل الذي يستغل هذا الفراغ للتعسف.

يمكن للمتدخل أن يطلب مهلة عشرة أيام ابتداء من تاريخ استلام الشكوى للقيام بالمعاينة المضادة على حسابه، وبحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي توجد فيه السلعة المضمونة³، جاء هذا الحكم ملغيا ومخالفا لما نصت عليه المادة 18⁴ من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، حيث أنها لم تحدد مهلة إجراء المعاينة وهذا ما كان يشكل إشكالا في التطبيق عالجته المشرع من خلال المرسوم 13-327.

¹ - المادة 1/21 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

² - زاهية حورية كجار (سي يوسف)، المسؤولية المدنية للمنتج.... مرجع سابق، ص 116.

³ - المادة 2/21 المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

⁴ - تنص المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى) على: "يجب على المستهلك أن يقدم للمحترف طلبه، بتنفيذ الضمان، بمجرد ظهور العيب، ما لم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك. ويمكن المحترف أن يطالب حسب نوع المنتج، بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتج المضمون".

ثانياً: طرق تنفيذ المتدخل التزامه بالضمان

يجب على المتدخل بعد تلقيه للشكوى أن ينفذ التزامه في أجل محدد باتفاق مع المستهلك، وفي حالة عدم الاتفاق بين الطرفين يحدد هذا الأجل بسبعة أيام ابتداء من تاريخ طلب تنفيذ الضمان، وفي حالة تقصير البائع ينذر المشتري في أجل سبعة أيام ابتداء من تاريخ استلام الإشعار بالإنذار، وإلا فيلجأ المستهلك إلى القضاء وذلك برفع دعوى الضمان أمام المحكمة المختصة، في أجل أقصاه سنة واحدة من يوم الإنذار.¹

أبقى المشرع بإصداره للمرسوم التنفيذي رقم 13-327 على نفس الإجراءات المتعلقة بتنفيذ الضمان، إلا أنه عدل من الأجل الذي يعطى للمتدخل للتنفيذ وهو 30 يوماً من تاريخ استلام الشكوى، وفي حالة التقصير فإنه يجب على المستهلك إعدار المتدخل عن طريق رسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام، أو بأي وسيلة أخرى مطابقة للتشريع المعمول به، وفي هذه الحالة على المتدخل القيام بتنفيذ الضمان في أجل 30 يوماً ابتداء من تاريخ التوقيع على الإشعار بالاستلام.²

يعتبر رفع هذا الأجل في صالح المستهلك و المتدخل في نفس الوقت، لأن هذا الأخير غالباً ما يحتج بقصر مدة تنفيذ الضمان خاصة إذا استدعى الأمر إلى تعيين خبير لمعاينة المنتج موضوع الضمان.

يوقف الإنذار مدة الضمان حتى يتم تنفيذه³، جاء هذا الحكم دون تعيين دقيق لهذه المدة، لكن بصدر المرسوم التنفيذي رقم 13-327 نصت مادته 20 على: "عندما يطلب المستهلك من المتدخل أثناء فترة سريان الضمان إعادة السلع موضوع الضمان إلى

1- المادة 8 من القرار المؤرخ في 10 ماي 1994.

2- المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

3- المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى).

حالتها، فإن فترة الضمان تمتد بثلاثين (30) يوما على الأقل بسبب عدم استعمال السلعة، وتضاف هذه الفترة إلى مدة الضمان السابقة".

أما إذا توفرت الشروط وقرر المتدخل تنفيذ التزامه بالضمان، فالقانون حدد طرقا معينة لتنفيذ هذا الالتزام حيث تنص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 على أنه: "تنفذ إلزامية الضمان بأحد الوجوه الثلاثة الآتية:

- إصلاح المنتج،

- استبداله،

- رد الثمن."

أقر كذلك القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته 13 الفقرة 3 حيث نصت على: "يجب على كل متدخل...، في حالة ظهور عيب بالمنتج، استبداله، أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته".

فالسؤال الذي يمكن طرحه هو: هل المشرع الجزائري أراد ترتيبا معينا لطرق تنفيذ الضمان أم أنه قام بتبيانها فقط دون إرادته لترتيبها؟.

فباستقراء المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 والمادة 13 الفقرة 3 من القانون رقم 09-03 يفهم من خلال استعمال المشرع كلمة "أو"، وكذا عبارة "بأحد الوجوه الثلاثة"، أن الخيار راجع للمتدخل في كيفية تنفيذ التزامه، غير أنه باستقراء المواد 7، 8، 9، من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 يتضح أن المشرع قصد الموالاة (الترتيب)¹ كما هو مبين في المادة 5 من نفس المرسوم، ويظهر ذلك أكثر من خلال المادة 9 حيث نصت على:

1- شعباني(حنين) نوال ، التزام المتدخل بضمان...، مرجع سابق، ص 68.

إذا تعذر على المحترف إصلاح المنتج أو استبداله، فإنه يجب عليه أن يرد ثمنه دون أي تأخير".

فنستنتج من خلال هذه المادة أن رد الثمن هو آخر ما يلجأ إليه المتعاقدان في حالة عدم إمكانية إصلاح أو استبدال المنتج.

أما المادة 7 فتتص على: " يجب على المحترف أن يقوم باستبدال المنتج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئياً أو كلياً على الرغم من إصلاحه"، فيفهم أن المتعاقدان اتجها إلى إصلاح المنتج أولاً لكن بسبب درجة العيب الخطيرة التي تجعله غير قابل للاستعمال جزئياً أو كلياً، فيلجأ المتعاقدان إلى استبدال المنتج.

ويصدر المرسوم التنفيذي رقم 13-327 أزال الغموض الوارد في المادة 13 من القانون رقم 09-03، الذي لم يرتب طرق تنفيذ الضمان وأكد على أنه في حالة ما تعذر المتدخل على القيام بإصلاح السلعة فإنه يجب عليه استبدالها أو رد ثمنها في أجل 30 يوماً من تاريخ التصريح بالعيب¹.

أ- إصلاح المنتج:

يطلب المستهلك من المتدخل إذا ظهر عيب في المنتج في فترة الضمان إعادة المنتج إلى حالته، فيقوم المتدخل بإصلاح المنتج على نفقته دون المطالبة بنفقات إضافية²، مع تحمله لمختلف المصاريف الخاصة بخدمات التسليم والنقل والإرجاع والتركيب الضرورية لإصلاح المنتج³.

و في حالة عدم قيامه بإصلاح العيب في الآجال المتعارف عليها مهنيا حسب طبيعة

1- المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327

2- المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

3- المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

السلعة، فيحق للمستهلك القيام بذلك لدى شخص آخر مؤهل و متخصص يختاره على حساب نفقة المتدخل.¹

ب - استبدال المنتج:

يتمثل استبدال المنتج، بقيام المتدخل باستعادة المنتج الذي به عيب ولم يستطع إصلاحه بسبب عيب جسيم طرأ عليه، ثم تعويضه بمنتج سليم مماثل للمنتج المعيب في أجل أقصاه 30 يوما ابتداء من تاريخ التصريح بالعيب.²

ج - رد الثمن:

يعتبر آخر ما يلجأ إليه المتدخل لتنفيذ الضمان في حالة عدم إمكانية تنفيذه عن طريق الإصلاح والاستبدال، ويجب على المتدخل رد ثمن المنتج دون تأخير وحسب الشروط الآتية:

- يرد جزء من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً، وفضل المستهلك الاحتفاظ به.

- يرد الثمن كاملاً إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلياً، وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب.³

1- المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

2- المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

3- المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (ملغى).

ثالثا: إشكالات تنفيذ الضمان في الجانب التطبيقي

تنص المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 على أن الضمان يتجسد عن طريق تسليم شهادة الضمان للمستهلك، وهذه الشهادة يجب أن تتضمن البيانات التالية¹:

- اسم أو اسم شركة الضامن وعنوانه ورقم سجله التجاري، وكذا العنوان الإلكتروني.
- اسم ولقب المقتني.
- رقم و تاريخ الفاتورة أو تذكرة الصندوق أو قسيمة الشراء.
- طبيعة السلعة المضمونة ولاسيما نوعها وعلامتها ورقمها التسلسلي.
- سعر السلعة المضمونة.
- مدة الضمان.
- اسم وعنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان عند الاقتضاء.

غالبا ما نجد في السوق منتجات تحتوي ضمن بياناتها على الرقم التسلسلي le numéro de séré ، الذي يعتبر بطاقة تعريف للمنتج حيث من غير الممكن إيجاد منتوجين يحملان نفس الرقم التسلسلي، ولكن تطرح في السوق أحيانا منتجات ذات مصدر صيني لا تحتوي على الرقم التسلسلي بل تحتوي على رقم آخر يسمى بالرقم الاستدلالي le numéro de référence ، حيث أن الكثير من المنتجات من نفس العلامة التجارية ومن نفس النوع قد نجد ضمن بياناتهما نفس الرقم الاستدلالي، بالتالي لا يعتبر بطاقة تعريف المنتج كما هو الحال بالنسبة للرقم التسلسلي.

ففي هذه الحالة هناك إشكالية في تطبيق أحكام الضمان من جانبين: فمن جانب البائع، الذي قد ينكر أنه قد باع للمستهلك منتوجا معيناً بالذات لعدم تضمينه الرقم التسلسلي

4 - المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

والتعرفي للمنتج، و من جانب المستهلك الذي قد يكون لديه منتج غير صالح للاستعمال لكنه يحمل نفس الرقم الاستدلالي لمنتج آخر اقتناه لدى البائع، فيقوم بتقديم شهادة ضمان المنتج الجديد مصاحبة المنتج القديم الذي كان يملكه مطالبا البائع أن ينفذ له الضمان.

هناك إشكال آخر فيما يخص ضمان الخدمات فبالرغم من أن المرسوم التنفيذي رقم 13-327، أشار إلى ضمان الخدمات¹، إلا أن مدة وقائمة الخدمات التي يجب أن تكون محددة بقرار وزاري، كما هو الحال بالنسبة لمدة ضمان السلع المبينة في ملحق القرار الوزاري رقم 10/05/1994 المذكور سابقا لم يتم إصداره بعد.

بالنسبة للمصاريف المتعلقة بخدمات النقل والإرجاع الضرورية لإصلاح السلعة أو استبدالها، لم يحدد المشرع من يتحملها في ظل المرسوم التنفيذي رقم 90-266، لكن في الجانب العملي غالبا ما يقوم المستهلك بتحملها، الأمر الذي يعارض أحكام حماية المستهلك، خاصة إذا كان الممثل التجاري المكلف بتنفيذ الضمان متواجد في ولاية تفصل بينها وبين مكان اقتناء المنتج مسافة كبيرة، لكن بصور المرسوم التنفيذي رقم 13-327 فقد فصل في هذه المسألة وبشكل نهائي، حيث نص على أنه يتحمل المتدخل المصاريف المتعلقة بخدمات التسليم والنقل والإرجاع والتركيب².

المطلب الثاني

الآثار المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالضمان

يقف المستهلك في كثير من الأحيان أمام حالات يتعسف فيها المتدخل في تنفيذ التزامه بالضمان المقرر قانونا بل ويمتنع عن تنفيذه أحيانا أخرى، الأمر الذي يضر بمصالح

1- نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 على: "تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع أو الخدمات المقتناة المنصوص عليها في المادة 13 من القانون رقم 09-03.....".

2- المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

المستهلك، كما يفقده الإحساس بالأمانة والصدق، لذا قرر المشرع الجزائري مسؤولية المتدخل جراء الإخلال بهذا الالتزام، حيث جعله عرضة للمسائلة المدنية، والمسائلة الجزائية، لكن قبل ذلك منح المشرع للمخالف الاستفادة من حل ودي للنزاع، وذلك عن طريق دفع غرامة مالية محددة تدعى بغرامة الصلح،

الفرع الأول

غرامة الصلح Amende transactionnelle

لم يكتف التشريع بتسليط العقوبات لردع المخالفين لأحكام الضمان في المنتوجات، بل أضاف آليات أخرى وقائية تسمح لهؤلاء الأشخاص من القيام بتسديد غرامة معينة وفق شروط قانونية محددة، سماها المشرع الجزائري بغرامة الصلح، حيث تجنبهم العقوبة المقررة للمخالفات المحددة قانونا.

وغرامة الصلح عبارة عن غرامة مالية توقع من طرف ضباط الشرطة القضائية والأعوان المنصوص عليهم قانونا وأعوان قمع الغش، ضد مرتكبي المخالفات المعاقب عليها طبقا لأحكام القانون رقم 09-03، تسمح بتجنب العقوبة المقررة لذلك، حيث تنقضي الدعوى العمومية في حالة قيام مرتكب المخالفة بتسديد مبلغ غرامة الصلح في الآجال ووفق الشروط المحددة قانونا، بينما نجد أن هناك حالات معينة ذكرت على سبيل الحصر لا تفرض فيها هذه الغرامة وتتمثل فيما يلي:

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

أما إجراءات ومجال تطبيق غرامة الصلح، فإنه تبلغ المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش الشخص المخالف، في أجل لا يتعدى سبعة (07) أيام، ابتداء من تاريخ تحرير المحضر بإنذاره برسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام، تحمل كل المعلومات اللازمة كمبلغ الغرامة المفروضة وسببها وآجال تسديدها، مكان وتاريخ ومحل إقامة المخالف¹.

كما يجب أن يدفع مبلغ الغرامة لمرة واحدة لدى قابض الضرائب في أجل الثلاثين (30) يوما التي تلي تاريخ الإنذار المذكور أعلاه، يقوم قابض الضرائب بإعلام المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بحصول الدفع في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ الدفع.

إذا لم تسدد غرامة الصلح في الأجل المحدد سابقا من قبل المخالف يرسل الملف إلى الجهة القضائية المختصة، حيث لا يمكن الطعن في القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح²، و في هذه الحالة ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى.

و تنص المادة 88 الفقرة 5 من القانون رقم 09-03 على: "يحدد مبلغ غرامة الصلح كما يأتي:

-

- انعدام الضمان أو عدم تنفيذه المعاقب عليه في المادة 75 من هذا القانون: ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج).

-"

الفرع الثاني

المسؤولية المدنية

المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالضمان من المواضيع الأكثر التصاقا بالأشخاص و الأموال لأن العقد و الفعل الضار هما المصدران الأكثر شيوعا فيهما، و

1- حساني علي، نفس المرجع، ص 376.

2- المواد 86 إلى 93 من قانون رقم 09-03.

بالتالي فإنهما الأكثر أهمية بالنسبة لهما أيضا و أن استعمال كلمة الضمان قد تدل عند البعض بالتعويض، و دلالة المسؤولية المدنية تحتل معنيان فقد تكون عقدية عندما لا ينفذ المدين التزامه الناشئ عن العقد، و ينتج عن ذلك ضرر للدائن سببه خطأ المدين بعدم تنفيذ التزامه، و قد تكون تقصيرية عندما يقوم الشخص بفعل سبب أضرارا للغير¹.

تعرف المسؤولية المدنية بأنها: " هي الالتزام بتعويض ما يلحق الغير من ضرر بسبب إخلال المدين بالتزامه وقد تكون عقدية أو تقصيرية، فتكون عقدية إذا نشأ الضرر بسبب إخلال المدين بالتزام عقدي يختلف بحسب ما أشتمل عليه العقد من التزامات، وتكون تقصيرية إذا نشأ الضرر بسبب الإخلال بالتزام قانوني عام الذي مضمونه عدم الإضرار بالغير"².

وقد أقر المشرع الجزائري حماية الأشخاص من الأضرار التي تسببها المنتجات المعيبة بداية بقانون العقوبات³ لسنة 1966، من خلال المواد 429 إلى 435 (الغش في المعاملات التجارية)، و أضاف القانون رقم 04-02 قواعد لضبط الممارسات التجارية في نشاطات الإنتاج والتوزيع والاستيراد لإعادة البيع والخدمات والصناعات التقليدية والصيد البحري، من طرف الأعوان الاقتصاديين مهما كانت طبيعتهم القانونية.

في حين أن هذه القواعد تقيد المنتج وتلزمه بشفافية الممارسات التجارية، والإلزام بالإعلام (الإخبار) وتقديم المعلومات الصحيحة عن المنتج، ونزاهة هذه الممارسات وجعلها شرعية، وكلها أحكام تصب في مصلحة المستهلك وترتب عن المنتج المسؤولية عن الإخلال بهذه الالتزامات وهذا ما نلاحظه بكل وضوح من خلال الباب الرابع من هذا القانون.

1- حساني علي، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 287.

2- حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإضفاء...، مرجع سابق، ص 402.

3- أمر رقم 66-156، مؤرخ في 08 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، معدل ومتمم بالقانون رقم 06-23، المؤرخ في 20/12/2006، ج.ر عدد 84، الصادرة في 24/12/2006.

غير أن هذه النصوص لم تكن كافية لتحقيق الغاية التي يبتغيها المستهلك، وهي إقرار المسؤولية على المنتج من أجل الحصول على تعويض عادل عن الضرر الذي سببته المنتجات، حتى جاء القانون المدني في آخر تعديل له تحت عنوان المسؤولية الناشئة عن الأشياء في المادة 140 مكرر منه ، ليرتب على المنتج مسؤولية عن الضرر الناتج من جراء وجود العيب في منتوجاته، وتعتبر هذه المادة أول لبنة في القانون الجزائري لإرساء نظام المسؤولية عن الأضرار الناجمة من جراء استعمال المنتجات المعيبة¹.

أما القانون رقم 89-02² فقد خلا من تطبيق مسؤولية المنتج ضمنا لالتزامه بخلو المنتج من العيوب المسببة للأضرار، ماعدا ما يمكن أن نعتبره شروط سلامة المنتجات من المخاطر التي تمس صحة المستهلك وأمنه وتضر بمصالحه المادية، وبالتالي تقع المسؤولية على المنتج الذي أخل بهذه الشروط باعتبارها التزامات تقع عليه بالدرجة الأولى. أما المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 جاء نصها ليحدد مسؤولية المحترف في تطبيق أحكام الضمان على منتجاته المعيبة والخطرة، وبالتالي يعتبر مسؤولا عن ضمان سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو أي خطر ينطوي عليه.

فإذا كانت هذه المنتجات خطيرة أو تحتوي على عيب فإن المحترف يصبح مسؤولا عن كل ضرر ينجم من جراء استعمال هذه المنتجات، وبالتالي نستطيع أن نقول أن المشرع الجزائري في هذا النص أراد أن يحدد مسؤولية المحترف عن الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة أو الخطرة.

1- حساني علي، الإطار القانوني...، مرجع سابق، ص 318.

2- القانون رقم 89-02 (ملغى).

وهذا ما ذهب إليه تماما المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك الصادر مؤخرا في تعريف المنتج السليم والقابل للتسويق *Produit sain , loyal et marchand* والتي نصت على أن المنتج يعتبر كذلك إذا كان: "خال من أي نقص و/أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة وسلامة المستهلك و/أو بمصالحه المادية والمعنوية".¹

كما اعتبر المنتج مضمونا *Produit sur* حينما لا يشكل في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها أي خطر أو أخطار محدودة في أدنى مستوى تناسب مع استعمال المنتج، وتعتبر مقبولة بتوفر مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص.

أما المنتج الخطير فتعرفه المادة نفسها بأنه: "هو كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون المحدد في التعريف السابق".

وكما كان متوقعا من قانون الاستهلاك الصادر حديثا، فإنه فرض التزاما بضمان المخاطر والأضرار الناجمة عن المنتجات المعروضة للتداول، وبالتالي تتحقق مسؤولية كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك.

الفرع الثالث المسؤولية الجزائية

تقوم على عائق المتدخل إلى جانب المسؤولية المدنية التي تهدف إلى تعويض المستهلك عما لحقه من ضرر من استعمال منتج معيب، المسؤولية الجزائية التي تهدف إلى الحفاظ على النظام العام، وتقوم هذه المسؤولية على عائق كل منتج أو وسيط أو تاجر وغيرهم من المتدخلين جراء حدوث ضرر نتج عن وجود عيب في منتجاتهم حتى ولو لم

1- المادة 2 من القانون رقم 09-03.

تربطهم بالمضرور علاقة عقدية، كما تقوم كذلك في حالة عدم توفر المنتوجات على الصفات التي يتطلبها القانون.¹

فعلى الرغم من وجود قانون العقوبات في مجال التجريم و العقاب، إلا أنه قد تبين في بعض الحالات عدم كفايته لمواجهة صور و أشكال هذه التجاوزات في ظل التطور الذي نعيشه، لذا قام المشرع الجزائري في البحث عن تشريع عقابي ليلاءم هذا الوضع المزري الذي يعيشه المستهلك، والتجاوزات الحاصلة من قبل المحترفين والمتدخلين، فسعت هذه الدول لإصدار نصوص قانونية على غرار قانون العقوبات حتى تغطي العجز ليشمل جميع المقتنين دون استثناء ويكفل حمايتهم جنائياً.

ففي حالة وجود عيب في المنتج و أدخل المتدخل بالالتزام بالضمان فالمادة 75 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش نصت على العقوبة التي يتحملها المتدخل كما يلي: "يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) كل من يخالف إلزامية الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج المنصوص عليه في المادة 13 من هذا القانون".

أما إذا تسبب هذا العيب في حدوث مرض أدى إلى وفاة شخص أو عدة أشخاص فالعقوبة هي السجن المؤبد²، ويتم مضاعفة الغرامات في حالة العود، ويمكن للجهة القضائية المختصة إعلان شطب السجل التجاري للمخالف لهذه الأحكام³.

ما يتضح من خلال هذه النصوص أن العقوبة تزداد شدة تدريجياً كلما سببت هذه الأفعال أضراراً أكثر للمستهلك.

1-حساني علي، الإطار القانوني....، مرجع سابق، ص 354.

2- المادة 83 من القانون رقم 09-03.

3- المادة 85 من القانون رقم 09-03.

خاتمة

يعتبر موضوع " حماية المستهلك " من أهم المواضيع التي تأرق أفكار الباحثين و علماء القانون و الاقتصاد، هذا ما دفع بالتشريعات للاهتمام به و ذلك بوضع نصوص قانونية و تنظيمية تحمي المستهلك من جهة و تعاقب من يخالفها من جهة أخرى، و المشرع الجزائري قد أهمل هذا الموضوع لسنوات عديدة و لم يتناوله إلا مؤخرا بانتهاجه لنظام الاقتصاد الحر، فتدخل بمقتضى القانون رقم 89-02 بوضع قواعد عامة تكفل الحماية للمستهلك، حيث ألزم المتدخل بعدة التزامات من أهمها وجوب التزامه بإعلام المستهلك عن كل منتج يضعه للاستهلاك وكذلك التزامه بضمان المنتج من كل عيب ظهر فيه.

لكن لم يعد القانون رقم 89-02 يواكب التطورات الحاصلة في مجال حماية المستهلك، فظهرت نداءات تطالب بوضع نظام جديد يكفل حماية فعالة للمستهلك مما أدى بالمشرع الجزائري سنة 2009 بسن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و بموجبه تم إلغاء القانون رقم 89-02.

و رغم ما أتى به القانون الجديد من ضمانات تكفل حماية المستهلك إلا أن هناك بعض النقائص خاصة فيما يتعلق بالإعلام و الضمان و المتمثلة فيما يلي:

المشرع من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بضمان المنتوجات الذي جاء تطبيقا للمادة 13 من القانون رقم 09-03، سعى إلى تدارك النقائص التي جاءت بها النصوص السابقة، حيث أقر بضرورة وسم الخدمات، وسم المواد الأولية إلى جانب إضافة بعض البيانات الضرورية في وسم المنتوجات مثل بيان "حلال" بالنسبة للمنتوجات المستوردة، لكن حبذا لو أن المشرع نص على وجوب إدراج السعر على الوسم في حالة المواد المعبأة أو الجاهزة للتعبئة مع النصوص المتعلقة بالوسم و ذلك لتفادي كثرة النصوص و التمايز بينها في العقوبة.

كذلك لاحظنا في حالة إخلال المتدخل بالتزام معين فهناك عدم التناسق بين قانون حماية المستهلك و قانون العقوبات خاصة بالنسبة للمخالفات التي تم إحالة عقوبتها إلى قانون العقوبات، فالغرامات الواردة فيه بسيطة مقارنة بتلك الواردة في قانون حماية المستهلك.

رغم اعتبار الخدمة من المنتوجات، إلا أن أغلب أحكام قانون حماية المستهلك لا تتماشى مع الطبيعة المتميزة للخدمة خاصة تلك المتعلقة بالوسم و الضمان.

في مجال إلزامية ضمان المنتوجات، فإن قانون حماية المستهلك و قمع الغش قد جاء بالتزامين جديدين يضمنان صلاحية المنتج إذا ما تم إعلام المستهلكين بوجودهما، و يتعلق الأمر بحق المستهلك في تجربة المنتج و الخدمة ما بعد البيع، أما المرسوم التنفيذي رقم 327-13 فجاء بضمان المنتوجات المستعملة و فيما عدا ذلك لم يأت بجديد فيما يخص الالتزام بالضمان، حيث نقل الأحكام الموجودة في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 و ما نجم من تعارض في طبيعة المنتوجات الخاضعة للضمان.

جاء القانون رقم 03-09 ملغيا لما نظمه القانون رقم 89-02 فيما يخص المقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و أبقى الأحكام المتبقية في المادة 3 من القانون 89-02 و ذلك بإعادتها في المادة 11 من القانون 03-09 و المتعلقة بالإلزامية المطابقة و لكن نسي أن يعاقب على الإخلال بأحكامها.

والظاهر أن كل هذه الترسانة القانونية التي سعت الدولة الجزائرية إلى محاولة تطبيقها بشتى الوسائل لم تكن كافية، ولم ترق إلى مستوى طموحات المستهلكين والحكومات أيضاً، فمزال المستهلك أكبر ضحية في العملية الاستهلاكية وذلك من الناحية المادية والجسدية وكذا المعنوية، ولا يزال المتدخل أكبر المستفيدين، والواقع يفرض منا الحيطة والحذر مما ينجر عن اقتناء المنتوجات واستعمالها من مخاطر على صحة وأمن المستهلك،

فنظرا لهذا القصور لابد على المشرع الجزائري أن يبحث عن وسائل أكثر فعالية لتحقيق حماية حقيقية، بوضع قواعد كاملة ترمي لهدف أساسي وهو حماية المستهلك، وكذا تشديد الخناق على المتدخلين في العملية الاستهلاكية من خلال فرض شروط خاصة بحماية المستهلك، وكذا فرض غرامة كبيرة إن لم نقل تعجيزية على مخالفين هذه القواعد، ويجب الإشارة من جهة أخرى إلى ضرورة مساهمة المستهلك في هذه العملية من خلال الإعلان عن المخالفات التي يرتكبها المتدخلون، وكذا ضرورة انخراطه في جمعيات حماية المستهلكين، للوصول إلى درجة معينة من المعرفة والوعي.

تم بعون الله وحمده

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

أ- الكتب باللغة العربية

← الكتب العامة

1. أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، القاهرة، 2009.
2. أنور سلطان، العقود المسماة (شرح عقدي البيع والمقايضة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2005.
3. إسماعيل غانم، الوجيز في عقد البيع، مكتبة عبد الله وهبة، القاهرة، 1963.
4. بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون الجزائري، الجزء الأول، التصرف القانوني، العقد والإرادة المنفردة، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2004.
5. توفيق حسن فرج، عقد البيع و المقايضة، المكتب المصري الحديث للطباعة و النشر، القاهرة، 1970.
6. حمدي عبد الرحمان، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات، الكتاب الأول المصادر الإرادية للالتزام العقد والإرادة المنفردة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.
7. حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإضفاء بالصفة الخطيرة للشيء المبيع دراسة مقارنة، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999.
8. سمير كامل، ضمان العيوب الخفية في بيع الأشياء المستعملة، دراسة مقارنة بين القانون المصري والقانون الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1991.
9. سعيد جبر، الضمان الاتفاقي للعيوب الخفية في عقد البيع، دار النهضة العربية، (د.ب.ن)، 1975.

10. عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني و المقارن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، 2002.
11. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، منشأة المعارف، القاهرة، 2004.
12. علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990.
13. ممدوح محمد علي مبروك، أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري و الفرنسي و الفقه الإسلامي و أحكام القضاء، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999.
14. _____، الالتزام بصيانة الشيء المبيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
15. محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983.

← الكتب الخاصة:

- 1- بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 2- ثروت عبد الحميد، ضمان صلاحية المبيع لوجهة الاستعمال، دار القرى للطبع والنشر، القاهرة، 1995.
- 3- جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في بيع المنقولات الجديدة، طبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

- 4- جابر محجوب علي ، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 5- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 6- حسن صلاح الصغير، صلاحية المبيع للانتفاع به، في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2004.
- 7- زاهية حورية كجار (سي يوسف)، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2009.
- 8- سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، العراق، 2008.
- 9- سهير منتصر ، الالتزام بالتبصير ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990.
- 10- سيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية و تطبيقية للنصوص الخاصة لحماية المستهلك، منشأة المعارف، القاهرة، 1986.
- 11- عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة، دراسة مقارنة، (د.ذ.د.ن)، (د.ب.ن)، 2005.
- 12- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000.

- 13- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- 14- علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2008.
- 15- قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2007.
- 16- ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير في مجال عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- 17- محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، طبعة الرابعة، دار وائل، الأردن، 2004.
- 18- محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2004.
- 19- نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، وتطبيقاته على أنواع العقود دراسة فقهية قضائية مقارنة، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، (د.ب.ن)، 1990.

ب- الكتب باللغة الفرنسية

- 1- **Ghestin (J)**, conformité et garanties dans la vente, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1983.
- 2- **Le Tourneau (Ph)**, droit de la responsabilité et des contrats, Dalloz action 2000-2001.

ثانيا- الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ- الرسائل

1- **حساني علي**، الإطار القانوني للالتزام بضمان في المنتوجات دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلقايد تلمسان، 2012/2011.

2- **Alisse (J)**. L'obligation de renseignement dans les contrats, thèse, paris, 1975.

3- **LE GALL (J-P)** : l'obligation de garantie dans le droit des contrats, Thèse, paris, 1965.

4- **MURIEL FABRE-MAGNAN (M)** : Essai d'une théorie de l'obligation d'information dans les contrats, thèse, paris I, 1991.

5- **Xavière Perron**, L'obligation du conseil ; thèse n° 564, Rennes, 1992 .

ب: المذكرات

1- **حدوش كريمة**، الالتزام بالإعلام في إطار القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2012-2011.

2- **حبيبة كالم**، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005.

3- **شعباني (حنين) نوال**، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

4- **عليان عدة**، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود و مسؤولية، جامعة الجزائر، 2009-2008.

- 5- **كهينة قونان**، ضمان السلامة من أضرار المنتوجات الخطرة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010.
- 6- **الياقوت جرعود**، عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2002/2001.
- 7- **قندوزي خديجة**، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية (على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001-2000.
- 8- **لحراري(شالح) ويزة**، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو، 2012.

ثالثا - المجالات

1- جبالي وأعمر، "حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)" ،
المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، عدد 2،
2006، ص 05- 58.

2- جابر محجوب علي، "ضمان السلامة من الأضرار الناشئة عن الخطورة الكامنة في
المنتجات الصناعية المعيبة"، مجلة المحامي الكويتية، عدد 20، 1996، ص 45.

3- ريس محمد، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد"، مجلة الحجة، مجلة دورية تصدر عن
منظمة المحامين لناحية تلمسان، العدد 1، جويلية 2007، ص 16.

4- زاهية حورية كجار (سي يوسف)، "التزام المنتج بضمان صلاحية المنتج للعمل لمدة
معينة"، مجلة جامعة الأمير للعلوم الإسلامية، العدد 19، قسنطينة، 2005، ص 35.

5- معزوز دليلة، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في
البيع الإلكتروني"، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، عدد 2 ،
2012، ص 334.

6- محمد بودالي، "مدى خضوع الإدارة ومرتفعيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة"،
المدرسة الوطنية للإدارة، عدد 24، الجزائر، 2002، ص 31- 56.

7- _____، "الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الكاذب أو الخادع"، مجلة العلوم
القانونية والإدارية، جامعة جيلالي لياس سدي بلعباس، الجزائر، عدد 6، 2009، ص 386.

8- **Mazeaud (H)**, Essai de classification des obligations en
obligation détiennes et obligation générales de prudence et de
diligence, Revue Trimestriel de droit Civile, n°50, 1963, p45.

9- **(M) KAHLLOULA et (G) MEKAMCHA**, la protection du
consommateur en droit algérien, Revue Idara, n°2, 1995, p15.

رابعا- دورية قانونية

1- محسن شفيق، مسؤولية المنتج دراسة في قانون التجارة الدولية، مذكرات لطلبة القانون
الخاص، كلية الحقوق جامعة القاهرة، مصر، 1977.

خامسا- النصوص القانونية

أ- النصوص التشريعية

- 1- أمر رقم 156-66 مؤرخ في 08 جوان 1966 يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بالقانون رقم 23-06، المؤرخ في 20/12/2006، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية عدد 84، الصادرة في 24/12/2006.
- 2- أمر رقم 58-75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1957 يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-07، المؤرخ في 13/05/2007، ج.ر. عدد 31، الصادرة في 13/05/2007.
- 3- قانون رقم 02-89 مؤرخ في 08 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر. عدد 06، الصادرة في 08 فيفري 1989، (ملغى).
- 4- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19/07/2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر. عدد 43، صادرة في 20/07/2003، معدل ومتمم بالقانون رقم 05-10، المؤرخ في 15/08/2010.
- 5- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. عدد 41، صادرة في 27 جوان 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 06-10 المؤرخ في 15/08/2010، ج.ر. عدد 46، الصادرة في 18/08/2010.
- 6- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر. عدد 15، صادرة في 08 مارس 2009.

ب: نصوص تنظيمية

← المراسيم التنفيذية

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر. عدد 05، صادرة في 31 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 315-01، المؤرخ في 16/10/2001، ج.ر. عدد 61، الصادرة في 21/10/2001.

- 2- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، ج.ر عدد 40، صادرة في 19 سبتمبر 1990، (ملغى).
- 3- مرسوم تنفيذي رقم 90-366 ، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية و عرضها، ج.ر عدد 50، صادرة في 21 نوفمبر 1990، (ملغى).
- 4- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 ، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها، ج.ر عدد 50، صادرة في 21 نوفمبر 1990 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر عدد 83، صادرة في 25 ديسمبر 2005.
- 5- مرسوم تنفيذي رقم 91-04، مؤرخ في 19 جانفي 1991، يتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه المواد، ج.ر عدد 04، صادرة في 23 جانفي 1991.
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 92-30، مؤرخ في 20 جانفي 1992، يتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، ج.ر عدد 06،الصادرة في 26 فيفري 1992.
- 7- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، ج ر عدد 49،صادرة في 02 أكتوبر 2013.
- 8- مرسوم تنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر عدد 58،الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

← القرارات الوزارية

1- قرار وزاري مؤرخ في 10 ماي 1994، يتضمن كفايات تطبيق مرسوم تنفيذي رقم 266-90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر عدد 40، صادرة في 05 جوان 1994.

2- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 31 ماي 1997، يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفية عرضه، ج.ر عدد 55، الصادرة في 1997/08/20.

3- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 24 مارس 1997، يتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الاستهلاك وشروطها وكيفياتها، ج.ر عدد 34، الصادرة في 1997/05/27.

Les arrêtés rendus par la Cour de cassation française

- 1- Cass.Civ. 23 juin 1971, D. 1971.
- 2- Cass.Civ. 17 décembre 1973, D. 1974.
- 3- Cass.Civ. 3 juillet 1985, D.1985.
- 4- Cass.Civ. St Denis de la réunion, 26 janvie 1993, JCP 1994 2, n°22299, p.296.
- 5- Cass. Com. 11 juin 1985, Bull.cass.civ , RTD civ , 1985 n°188, p.157.

الفهرس

الفهرس

الإهداء

7	مقدمة.....
12	الفصل الأول: الإطار القانوني للالتزام بالإعلام.....
14	المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام.....
15	المطلب الأول: التعريف بالالتزام بالإعلام و شروطه.....
16	الفرع الأول: التعريف بالالتزام بالإعلام.....
16	أولاً: التعريف الفقهي للالتزام بالإعلام.....
17	أ- تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام.....
18	ب- تعريف الالتزام التعاقد بالإعلام.....
19	ثانياً: تمييز الالتزام بالإعلام عن باقي المصطلحات المشابهة له.....
19	أ- تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام التعاقد بتقديم الاستشارة الفنية.....
20	ب- تمييز الالتزام بالإعلام عن الإشهار أو الإعلان.....
21	ج- التمييز بين الإعلام وتقديم النصيحة و التحذير.....
23	الفرع الثاني: شروط الالتزام بالإعلام.....
23	أولاً: المعلومات الواجب الإدلاء بها.....
24	ثانياً: الشروط الخاصة بأطراف الالتزام.....
24	أ- الشروط الخاصة بالمدين (المتدخل).....

- 24.....1- علم المدين بالمعلومات المتعلقة بالعقد
- 25.....2- معرفة المدين بأهمية المعلومات بالنسبة للدائن
- 25.....ب- الشروط الخاصة بالدائن (المستهلك)
- 25.....1- الجهل المستند إلى استحالة العلم
- 26.....2- الجهل المستند إلى اعتبارات الثقة المشروعة
- 26.....المطلب الثاني: أساس الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية
- 26.....الفرع الأول: أساس الالتزام بالإعلام
- 27.....أولا: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات
- 27.....أ- الالتزام بضمان العيوب الخفية كأساس للالتزام بالإعلام
- 28.....ب- الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام
- 29.....ج- الالتزام بضمان السلامة كأساس للالتزام بالإعلام
- 31.....ثانيا: استقلالية الالتزام بالإعلام
- 31.....أ- القانون المدني كأساس للالتزام بالإعلام
- 31.....ب- مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام
- 32.....الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام
- 32.....أولا: بالنظر إلى زمن الوفاء به
- 33.....أ- الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية

35.....	ب- الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام ذو طبيعة عقدية.....
36.....	ثانيا: من حيث كونه التراما بتحقيق نتيجة أم التزام ببذل عناية.....
37.....	أ- الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية.....
38	ب- الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة.....
40	المبحث الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام.....
40.....	المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام.....
40.....	الفرع الأول: أطراف الالتزام بالإعلام.....
41.....	أولا: المدين بالالتزام بالإعلام (المتدخل).....
41.....	أ- مفهوم المتدخل عند أنصار الاتجاه الضيق.....
42.....	ب- مفهوم المتدخل عند أنصار الاتجاه الواسع.....
43.....	ج- موقف المشرع الجزائري من مفهوم المتدخل بالالتزام بالإعلام.....
44.....	ثانيا: الدائن بالالتزام بالإعلام.....
44.....	أ- مفهوم المستهلك عند أنصار الاتجاه الضيق.....
46.....	ب- مفهوم المستهلك في الاتجاه الموسع.....
47	ج- موقف المشرع الجزائري في مفهوم المستهلك و إشكالات التطبيق.....
50.....	د- تعارض تعريف المستهلك في التشريع الجزائري.....
51.....	الفرع الثاني: محل الالتزام بالإعلام.....

أولاً: محل الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد.....	51
أ- التعريف بالمنتجات (السلع).....	51
ب-تعريف الخدمات.....	53
ثانياً: محل الالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد.....	56
أ- طريقة استعمال المنتج.....	56
ب- التحذير من مخاطر المنتج.....	56
المطلب الثاني: وسائل إعلام المستهلك.....	58
الفرع الأول: كيفية الإعلام عن طريق الوسم.....	59
أ- التسمية الخاصة بالبيع (تسمية المنتج).....	61
ب- معلومات عن المتدخل.....	63
ج- الكمية الصافية.....	64
د- مكونات المنتج.....	64
و- تعريف الحصة وتاريخ الصنع.....	65
ي- طريقة الاستعمال و احتياطات الاستعمال.....	66
الفرع الثاني: كيفية الإعلام عن طريق التغليف.....	67
المطلب الثالث: آثار الإخلال بالالتزام بالإعلام.....	70
الفرع الأول: المسؤولية المدنية للمتدخل.....	70

أولاً: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....	70
ثانياً: المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....	72
الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية للمتدخل.....	73
أولاً: جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك.....	73
ثانياً: جرائم خداع وتضليل المستهلك.....	74
الفصل الثاني: الالتزام بالضمان.....	76
المبحث الأول: الإطار القانوني للالتزام بالضمان.....	77
المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالضمان.....	78
الفرع الأول: التعريف بالالتزام بالضمان.....	78
أولاً: تعريف الالتزام بالضمان.....	78
أ- الضمان في القواعد العامة.....	78
ب- الضمان في قانون حماية المستهلك.....	80
ثانياً: العلاقة بين الضمان ومختلف الالتزامات الأخرى.....	83
أ- الالتزام بالمطابقة وعلاقته بالضمان.....	83
ب- الالتزام بضمان العيوب الخفية كوسيلة لضمان السلامة.....	85
الفرع الثاني: نوعي الضمان.....	86
أولاً: الضمان القانوني ونطاقه.....	87
ثانياً: الضمان الاتفاقي وأحكامه.....	88
ثالثاً: تقدير جدوى الضمان الاتفاقي وما يقدمه من حماية كافية للمستهلك.....	90

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالضمان.....	92
المبحث الثاني: نطاق الالتزام بالضمان.....	96
المطلب الأول: مضمون الالتزام بالضمان.....	96
الفرع الأول: الالتزام بالضمان العيوب الخفية وتطبيقاتها.....	97
أولاً: تعريف العيب الخفي.....	97
ثانياً: شروط الضمان العيب الخفي في المنتوجات.....	100
1- قدم العيب.....	100
2- خفاء العيب.....	100
3- الجهل بالعيب وعدم العلم به.....	101
4- كون العيب مؤثراً.....	102
ثالثاً: قصور قواعد ضمان العيب في خدمة المستهلك.....	103
أ. قصور مفهوم العيب الخفي.....	104
ب. قصور قواعد العيب الخفي من ناحية التعويض.....	105
ج. قصور قواعد العيب الخفي من ناحية المدة و الإثبات.....	106
الفرع الثاني: الالتزام بضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة.....	107
أولاً: الإطار القانوني لضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة.....	107
ثانياً: شروط الالتزام بضمان صلاحية المنتج للعمل مدة معينة.....	110
أ. حدوث الخلل في فترة الضمان.....	110
ب. أن يكون الخلل مرتبط بصناعة المنتج.....	112

113	الفرع الثالث: كيفية تنفيذ الالتزام بضمان
114	أولاً: إخطار المستهلك للمتدخل بوجود العيب
115	ثانياً: طرق تنفيذ المتدخل التزامه بالضمان
118	ثالثاً: إشكالات تنفيذ الضمان في الجانب التطبيقي
120	المطلب الثاني: الآثار المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالضمان
121	الفرع الأول: غرامة الصلح
122	الفرع الثاني: المسؤولية المدنية
125	الفرع الثالث: المسؤولية الجزائية
127	خاتمة
130	قائمة المراجع
141	الفهرس
149	الملاحق

الملاحق

المادة 17 : يرسل الديوان قبل تاريخ ثلاثين (30) أبريل من كل سنة إلى الوزير المكلف بالثقافة، تقييما عن المبالغ التي تخصص له لتغطية الأعباء الحقيقية رضا عليه .

المادة 6 : يلتزم الديوان بالإنتاج أو الإنتاج المشترك للتظاهرات الثقافية والعروض التي ينظمها لحساب السلطة الوصية أو بمناسبة الأيام الخاصة بإحياء المناسبات ذات الطابع الوطني والتاريخي والديني وذلك باستعمال جميع الدعائم السمعية البصرية.

المادة 7 : يكلف الديوان، بالمساهمة في إبراز المواهب الشابة وتنظيم أنشطة أدبية وفنية، في إطار الصلاحيات الموكلة إليه.

المادة 8 : يساهم الديوان في تشجيع الإبداع الثقافي والفني الموجه للطفل وذلك بطبعه ونشره وتوزيعه.

المادة 9 : يشارك الديوان في تنظيم التظاهرات الخاصة بتكريم المبدعين في مجالات الفكر والثقافة والفنون.

المادة 10 : ينظم وينتج الديوان تظاهرات ثقافية وفنية موجهة للمواطن، ولا سيما سكان الجنوب والهضاب العليا.

المادة 11 : يعمل الديوان على تعريف المواطن بالتراث الثقافي الوطني والعالمي من خلال أعمال الإنتاج والنشر والتنشيط الثقافي.

المادة 12 : يكلف الديوان بالمحافظة على التراث الفكري والفني وترقيته.

المادة 13 : يشارك الديوان في تنظيم تظاهرات ثقافية وفنية وعروض تبرمجها الوصاية على الصعيدين الوطني والدولي.

المادة 14 : يكلف الديوان بتنظيم و/أو المشاركة في تنظيم التظاهرات الثقافية والفنية التي تبرمجها الوصاية في إطار المبادلات الثنائية والمتعددة الأطراف ولا سيما الأسابيع الثقافية المنظمة في الخارج وكذا المهرجانات واللقاءات الفنية والمساهمة فيها.

المادة 15 : يكلف الديوان بتقديم عروض أجنبية في الجزائر بصفة تسمح للجمهور الجزائري بالاطلاع على الثقافة العالمية في إطار برامج المبادلات الثقافية الدولية.

المادة 16 : يتلقى الديوان عن كل سنة مالية، مساهمة مقابل تبعات الخدمة العمومية التي يفرضها عليه دفتر الشروط هذا.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 6 مايو سنة 2012 والمتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات،

- و بعد موافقة رئيس الجمهورية،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : تطبيقا لأحكام المادة 13 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، يهدف هذا المرسوم إلى تحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ.

المادة 2 : تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع أو الخدمات المقتناة المنصوص عليها في أحكام المادة 13 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، مهما كانت طريقة وتقنية البيع المستعمل.

المادة 3 : يقصد في مفهوم هذا المرسوم، بما يأتي :

- **"الضمان" :** الضمان المنصوص عليه في النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالآثار القانونية المترتبة على تسليم سلعة أو خدمة غير مطابقة لعقد البيع (كل بند تعاقدي أو فاتورة أو قسيمة شراء أو قسيمة تسليم أو تذكرة صندوق أو كشف تكاليف أو كل وسيلة إثبات أخرى منصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما) وتغطي العيوب الموجودة أثناء اقتناء السلعة أو تقديم الخدمة،

- **"الضمان الإضافي" :** كل التزام تعاقدي محتمل يبرم إضافة إلى الضمان القانوني الذي يقدمه المتدخل أو ممثله لفائدة المستهلك، دون زيادة في التكلفة.

المادة 4 : في إطار تنفيذ الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولا عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم خدمة.

المادة 5 : يسري مفعول الضمان، ابتداء من تسليم السلعة أو تقديم خدمة.

ويتجسد هذا الضمان عن طريق تسليم شهادة الضمان للمستهلك بقوة القانون.

المادة 6 : يجب أن تبين شهادة الضمان التي يسلمها المتدخل، على الخصوص البيانات الآتية :

- اسم أو اسم شركة الضامن وعنوانه ورقم سجله التجاري وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء،

- اسم ولقب المقتني،

- رقم وتاريخ الفاتورة أو تذكرة الصندوق أو قسيمة الشراء و/أو كل وثيقة أخرى مماثلة،

- طبيعة السلعة المضمونة، ولا سيما نوعها وعلامتها ورقمها التسلسلي،

- سعر السلعة المضمونة،

- مدة الضمان،

- اسم وعنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان، عند الاقتضاء.

المادة 7 : يمكن أن تستعمل بيانات الضمان المنصوص عليها في المادة 6 أعلاه، عند الاقتضاء، في مجال تقديم الخدمات إما عن طريق بند تعاقدي أو في الفاتورة أو في قسيمة الشراء أو أي وثيقة إثبات أخرى، طبقا للتشريع المعمول به.

يحدد نموذج شهادة الضمان بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 8 : يبقى الضمان ساري المفعول في حالة عدم تسليم شهادة الضمان أو عدم مراعاة البيانات المذكورة في المادة 6 أعلاه، أو ضياعها ويحق للمستهلك المطالبة به عن طريق تقديم فاتورة أو قسيمة الشراء أو تذكرة الصندوق أو أي وثيقة أخرى مماثلة، أو أي وسائل إثبات أخرى.

كما يبقى الضمان ساري المفعول في كل مراحل عملية عرض السلعة أو الخدمة للاستهلاك.

المادة 9 : يمتد الضمان القانوني أيضا إلى عيوب الخدمات المرتبطة باقتناء السلعة، ولا سيما فيما يتعلق برزها وبتعليمات تركيبها أو بتشغيلها عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل.

المادة 10 : يجب أن يكون المنتج موضوع الضمان صالحا للاستعمال المخصص له، وعند الاقتضاء :

- يوافق الوصف الذي يقدمه المتدخل وحائزا كل الخصائص التي يقدمها هذا المتدخل للمستهلك في شكل عينة أو نموذج،

- يقدم الخصائص التي يجوز للمستهلك أن يتوقعها بصفة مشروعة، والتي أعلنها المتدخل أو ممثله علنا ولا سيما عن طريق الإشهار أو الوسم،

- يتوفر على جميع الخصائص المنصوص عليها في التنظيم المعمول به.

المادة 11 : يمكن المستهلك أن يطالب بتجريب المنتج المقتنى، طبقا للتشريع والأعراف المعمول بها، دون إعفاء المتدخل من إلزامية الضمان.

المادة 12 : يجب أن يتم تنفيذ وجوب الضمان، طبقا للمادة 13 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، دون تحميل المستهلك أي مصاريف إضافية إما :

- بإصلاح السلعة أو إعادة مطابقة الخدمة،

- باستبدالها،

- برد ثمنها.

وفي حالة العطب المتكرر، يجب أن يستبدل المنتج موضوع الضمان أو يرد ثمنه.

المادة 13 : إذا لم يقيم المتدخل بإصلاح العيب في الآجال المتعارف عليها مهنيا، حسب طبيعة السلعة، فإنه يمكن المستهلك القيام بهذا الإصلاح، إن أمكن ذلك، عن طريق مهني مؤهل من اختياره وعلى حساب المتدخل.

المادة 14 : يتحمل المتدخل المصاريف المتعلقة بخدمات التسليم والنقل والإرجاع والتركيب الضرورية لإصلاح السلعة أو استبدالها، إذا كانت السلعة المباعة قد سلمت في مسكن المستهلك أو في أي مكان آخر تم تعيينه من طرف هذا الأخير.

المادة 15 : إذا تعذر على المتدخل القيام بإصلاح السلعة، فإنه يجب عليه استبدالها أو رد ثمنها في أجل ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ التصريح بالعيب.

المادة 16 : لا يمكن أن تقل مدة الضمان عن ستة (6) أشهر، ابتداء من تاريخ تسليم السلعة الجديدة أو تقديم الخدمة.

تحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش أو بقرار مشترك بينه وبين الوزير المعني.

المادة 17 : لا يمكن أن تقل مدة الضمان عن ثلاثة (3) أشهر بالنسبة للمنتجات المستعملة.

تحدد مدة الضمان بالنسبة للمنتجات المستعملة، حسب طبيعة المنتج، بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش أو بقرار مشترك بينه وبين الوزير المعني.

المادة 18 : يمكن المتدخل أن يمنح المستهلك ضمانا إضافيا أكثر امتيازاً من ذلك المنصوص عليه في المادة 3 (الفقرة الأولى) أعلاه.

وفي هذه الحالة، يطبق هذا الضمان حسب الشروط المحددة في أحكام هذا المرسوم.

المادة 19 : يجب أن يأخذ الضمان الإضافي المقدم للمستهلك شكل التزام تعاقدى مكتوب تحدد فيه البنود الضرورية لتنفيذه وأن يحتوي على البيانات اللازمة المذكورة في المادة 6 أعلاه.

المادة 20 : عندما يطلب المستهلك من المتدخل، أثناء فترة سريان الضمان القانوني أو الإضافي، إعادة السلعة موضوع الضمان إلى حالتها، فإن فترة الضمان تمتد بثلاثين (30) يوما على الأقل بسبب عدم استعمال السلعة، وتضاف هذه الفترة إلى مدة الضمان الباقية.

المادة 21 : لا يستفيد المستهلك من الضمان إلا بعد تقديم شكوى كتابية، أو عن طريق أي وسيلة اتصال أخرى مناسبة، لدى المتدخل.

يمكن المتدخل أن يطلب مهلة عشرة (10) أيام ابتداء من تاريخ استلام الشكوى، للقيام بمعاينة مضادة، وعلى حسابه، بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي توجد فيه السلعة المضمونة.

المادة 22 : عندما لا ينفذ وجوب الضمان في أجل الثلاثين (30) يوما التي تلي تاريخ استلام الشكوى من المتدخل، فإنه يجب على المستهلك إعدار المتدخل عن طريق رسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام أو بأي وسيلة أخرى مطابقة للتشريع المعمول به.

وفي هذه الحالة، على المتدخل القيام بتنفيذ الضمان في أجل ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ التوقيع على الإشعار بالاستلام.

المادة 23 : تحدد الشروط والكيفيات الخاصة لتطبيق أحكام هذا المرسوم، عند الحاجة، بموجب قرارات للوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 24 : تلغى كل الأحكام المخالفة لهذا المرسوم، ولا سيما منها أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 25 صفر عام 1411 الموافق 15 سبتمبر سنة 1990 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

المادة 25 : كل إخلال بأحكام هذا المرسوم يعاقب عليه، وفقا لأحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، لا سيما المادتان 75 و 76 منه.

المادة 26 : تدخل أحكام هذا المرسوم حيّز التنفيذ بعد سنة واحدة (1) من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 27 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 20 ذي القعدة عام 1434 الموافق 26 سبتمبر سنة 2013.

عبد المالك سلال

تحدد قائمة مرجعية لتسميات المساجد بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

المادة 33 : يكون الأذان للصلاة عند دخول وقتها الشرعي، ويحدد وفق الرزنامة الرسمية للمواقيت الشرعية.

تضبط كيفية الأذان وصيغته بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

المادة 34 : تحدث لدى الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف بطاقة وطنية للمساجد.

يتم تحديد شكل ومحتوى البطاقة بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

المادة 35 : تحدد قائمة المساجد الرئيسية والمساجد الوطنية وتعين بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

الباب الخامس

أحكام ختامية

المادة 36 : تلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 91-81 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمذكور أعلاه.

المادة 37 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013.

عبد المالك سلال



مرسوم تنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير التجارة،

- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85-3 و125 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى القانون رقم 90-18 المؤرخ في 9 محرم عام 1411 الموافق 31 يوليو سنة 1990 والمتعلق بالنظام الوطني القانوني للقياس،

- وبمقتضى القانون رقم 91-05 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 16 يناير سنة 1991 والمتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 03-05 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة،

- وبمقتضى الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالعلامات،

- وبمقتضى القانون 04-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 والمتعلق بالتقييس،

- وبمقتضى القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لا سيما المادة 17 منه،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 05-118 المؤرخ في 2 ربيع الأول عام 1426 الموافق 11 أبريل سنة 2005 والمتعلق بتأيين المواد الغذائية،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 13-312 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1434 الموافق 11 سبتمبر سنة 2013 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90 - 366 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المؤرخ في 8 شعبان عام 1412 الموافق 12 فبراير سنة 1992 والمتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 4 ذي القعدة عام 1426 الموافق 6 ديسمبر سنة 2005 والمتعلق بتقييم المطابقة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005 الذي يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك،

- و بعد موافقة رئيس الجمهورية،

يرسم ما يأتي :

الفصل الأول

الهدف ومجال التطبيق

المادة الأولى : تطبيقا لأحكام المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، يهدف هذا المرسوم إلى تحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

المادة 2 : يطبق هذا المرسوم على كل السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك، مهما كان منشؤها أو مصدرها، ويحدد الأحكام التي تضمن حق المستهلكين في الإعلام.

الفصل الثاني

المبادئ العامة

المادة 3 : يقصد في مفهوم هذا المرسوم بما يأتي :

- الادماء : كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه وخصائصه الغذائية، عند الاقتضاء، وطبيعته وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى،

- الأغذية الموجهة للإطعام الجماعي: الأغذية المستعملة في المطاعم والمطاعم الجماعية والمدارس والمستشفيات وغيرها من المؤسسات المماثلة التي تقدم الغذاء قصد استهلاكه الفوري،

- الخصائص الأساسية : المعلومات الضرورية لإرضاء المستهلك بصفة واضحة التي تحمل على الأقل تعريف المنتج والمتدخل المعني بعرض المنتج للاستهلاك للمرة الأولى وطبيعة المنتج والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمن المنتج والسعر ومدة عقود الخدمات،

- المجال البصري : جميع واجهات التغليف التي يمكن قراءتها من زاوية وحيدة للنظر والتي تسمح برؤية سريعة وسهلة للمعلومات المبينة على الوسم،

- المجال البصري الرئيسي : المجال البصري للتغليف الأكثر رؤية من أول وهلة من طرف المستهلك عند الشراء، والذي يسمح له بالتعرف المباشر على المنتج بالنسبة لخصائصه وطبيعته وعند الاقتضاء علامته التجارية،

- الجماعات : كل مرفق (بما في ذلك عربية أو واجهة ثابتة أو متحركة) مثل مطعم أو مطعم جماعي

أو مدرسة أو مستشفى أو خدمات المطاعم تكون فيه المواد الغذائية معدة للمستهلك النهائي ومهيئة للاستهلاك وذلك في إطار النشاط المهني،

- تاريخ التوضيب : التاريخ الذي يوضع فيه المنتج في التغليف أو في الوعاء المباشر الذي يباع فيه في آخر المطاف،

- التاريخ الأقصى للاستهلاك : التاريخ المحدد تحت مسؤولية المتدخل المعني، الذي تكون بعده المواد السريعة التلف قابلة لتشكيل خطر فوري على صحة الإنسان أو الحيوان. ويجب أن لا تسوق المادة بعد هذا التاريخ،

- التاريخ الأدنى للمصاحبة أو "من المستحسن استهلاكه قبل..." : تاريخ نهاية الأجل المحدد تحت مسؤولية المتدخل المعني، الذي تبقى المادة الغذائية خلاله صالحة كلياً للتسويق ومحافظة على كل مميزاتها الخاصة المسندة إليها صراحة أو ضمناً، ضمن شروط التخزين المبينة إن وجدت . ويجب أن تسحب المادة الغذائية من التسويق بعد هذا الأجل حتى لو بقيت صالحة كلياً بعد هذا التاريخ،

- تاريخ الصنع أو الإنتاج : التاريخ الذي يصبح فيه المنتج مطابقاً للوصف الذي وضع له،

- التاريخ الأقصى للاستعمال: التاريخ المحدد تحت مسؤولية المتدخل المعني الذي من المحتمل أن يفقد بعده المنتج غير الغذائي خصائصه الأساسية ولا يلبي الرغبات المشروعة للمستهلك،

- تسمية المنتج : اسم يصف المنتج وعند الضرورة استعماله، ويكون واضحاً بما يكفي لتمكين المستهلكين من التعرف على طبيعته الحقيقية وتمييزه عن المنتجات الأخرى التي يمكن أن تشكل التباساً معه،

- البطاقة : كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تغليف المنتج أو مرفقة بهذا الأخير،

- الوسم الغذائي : وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية، قصد إعلام المستهلك،

- إعلام حول المنتجات : كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي،

لا تطبق الأحكام المحددة في النقطة 1 أعلاه، على المواد الغذائية المقترحة للبيع عن طريق الموزعين الأليين أو في محلات تجارية آلية.

المادة 6 : تمنع كل إضافة بيانات أو شطب أو زيادة أو تصحيح البيانات على الوسم.

غير أنه، وباستثناء بعض البيانات الإلزامية وفي حالة نسيان بيان أو عدة بيانات في الأصل، يمكن أن تتم إعادة مطابقة هذه البيانات بواسطة الطرق المعتمدة تحت رقابة المصالح المكلفة بقمع الغش.

تحدد كفاءات تطبيق الفقرة 2 أعلاه، بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش .

المادة 7 : يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلك وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها.

الفصل الثالث

المواد الغذائية

القسم الأول

أحكام عامة

المادة 8 : تطبق أحكام هذا الفصل على المواد الغذائية سواء كانت معبأة مسبقا أم لا، والموجهة للمستهلك أو للجماعات.

المادة 9 : يجب أن يحمل تغليف المواد الغذائية المعبأة مسبقا والموجهة للمستهلك أو للجماعات، كل المعلومات المنصوص عليها في هذا المرسوم .

المادة 10 : يجب أن تكون المواد الغذائية غير المعبأة مسبقا والمعرضة للبيع على المستهلك معرفة على الأقل بواسطة تسمية البيع مدونة على لافتة أو أي وسيلة أخرى بحيث لا يدع موقعها أي مجال للشك بالنسبة للمادة المعنية.

المادة 11 : عندما توضع بيانات المواد الغذائية على بطاقة، يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التغليف.

عندما يكون الوعاء مغطى بالتغليف، يجب أن تظهر كل البيانات الإلزامية على هذا الأخير أو على بطاقة الوعاء التي يجب أن تكون مقروءة في هذه الحالة بوضوح وغير مخفية بالتغليف.

- المكون: كل مادة أو كل منتج، بما في ذلك المعطرات والمضافات الغذائية والأنزيمات الغذائية، المستعملة في صناعة أو تحضير منتج آخر، التي تبقى ضمن المنتج النهائي ولو بشكل مخفف،

- الحصة : مجموعة أو سلسلة منتجات معرفة يحصل عليها بطريقة معينة في ظروف مماثلة، وتنتج في مكان معين وخلال مدة إنتاج محددة،

- وضع العلامة : وضع على التغليف أو على المنتج كل علامة أو إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة لمنتج أو يميزه عن غيره،

- المنتج المعبأ مسبقا : منتج موضوع مسبقا في تغليف أو وعاء لتقديمه للمستهلك أو للمطاعم الجماعية،

- الوعاء : كل تغليف متصل مباشرة بمنتج موجه للتوزيع كوحدة مفردة، سواء كانت التعبئة تغطيه كلياً أو جزئياً، ويشمل هذا التعريف الأوراق المستعملة للتعبئة. ويمكن أن يحتوي الوعاء على عدة وحدات أو أصناف من التعبئة عند تقديمه للمستهلك،

- الإضافات على البيانات : كل وضع و/أو تسجيل يهدف إلى إخفاء أو حجب أو قطع أو فصل بعبارات أخرى أو بصور أو بأي عامل متداخل، بيانا أو عبارات موضوعة على الوسم الأصلي،

- تقنية الاتصال من بعد : كل وسيلة بدون الحضور الشخصي والمتزامن للمتدخل والمستهلك، يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين.

المادة 4 : يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتج طبقاً لأحكام هذا المرسوم.

المادة 5 : بغض النظر عن أحكام هذا المرسوم، تطبق على المنتجات المعروضة للبيع عن طريق تقنيات الاتصال من بعد، القواعد الآتية :

(1) تقدم البيانات الإلزامية المنصوص عليها في هذا المرسوم، باستثناء تلك المتعلقة بمدة صلاحية المنتجات، قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل المعني،

(2) تقدم كل البيانات الإلزامية وقت التسليم.

القسم الثاني

البيانات الإلزامية للوسم

المادة 12 : تتضمن المعلومات حول المواد الغذائية

المنصوص عليها في المادة 9 أعلاه، مع مراعاة الاستثناءات المذكورة في هذا الفصل، البيانات الإلزامية للوسم الآتية :

(1) تسمية البيع للمادة الغذائية،

(2) قائمة المكونات،

(3) الكمية الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدولي،

(4) التاريخ الأدنى للصلاحيّة أو التاريخ الأقصى للاستهلاك،

(5) الشروط الخاصة بالحفظ و/ أو الاستعمال،

(6) الاسم أو التسمية التجارية والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة،

(7) بلد المنشأ و/أو بلد المصدر إذا كانت المادة مستوردة،

(8) طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية،

(9) بيان حصة الصنع و/أو تاريخ الصنع أو التوضيب،

(10) تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية،

(11) المكونات والمواد المبينة في المادة 27 من هذا المرسوم ومشتقاتها التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفردة والتي استعملت في صنع أو تحضير المادة الغذائية وما زالت موجودة في المنتج النهائي ولو بشكل مغاير،

(12) الوسم الغذائي،

(13) بيان "نسبة حجم الكحول المكتسب" بالنسبة للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1,2 % من الكحول حسب الحجم،

(14) مصطلح "حلال" للمواد الغذائية المعنية،

(15) إشارة إلى رمز إشعاع الأغذية المحدد في الملحق الثالث من هذا المرسوم مصحوبا بأحد البيانات الآتية :

"مؤين أو مشع" عندما تكون المادة الغذائية معالجة بالأشعة الأيونية ويجب أن يبين مباشرة بالقرب من اسم الغذاء.

تحدد شروط وكيفيات وضع بيان "حلال" المذكور في النقطة 14 أعلاه بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصناعة والفلاحة والصحة والشؤون الدينية.

المادة 13 : عندما تحتوي المادة الغذائية على محليّ

أو عدة محليات، يجب أن تتبع تسمية البيع ببيان "منتج محليّ بدون إضافة سكر". وعندما تحتوي المادة الغذائية في آن واحد على سكر مضاف ومحليّ أو عدة محليات يجب أن تتبع ببيان "منتج محليّ ومسكر جزئيا".

المادة 14 : يجب أن يقدم الوسم الغذائي المعلومات

المتعلقة بمضمون العناصر الغذائية للمواد الغذائية.

تحدد الكيفيات المطبقة في مجال الوسم الغذائي على المواد الغذائية بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصحة والفلاحة والصناعة.

المادة 15 : يجب أن تجمع البيانات المتعلقة

بتسمية المادة وبالكمية الصافية في نفس المجال البصري الرئيسي.

المادة 16 : في حالة القارورات الزجاجية الموجهة

لإعادة الاستعمال والمطبوعة بطريقة يتعذر محوها والتي لا تحمل لا بطاقة ولا ختما ولا معلقة، تكون البيانات الآتية فقط إلزامية :

(1) تسمية البيع للمادة الغذائية،

(2) قائمة المكونات،

(3) المكونات والمواد المذكورة في المادة 27 أدناه، ومشتقاتها التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفردة والمستعملة في صنع أو تحضير المادة الغذائية والتي تبقى موجودة في المنتج النهائي ولو بشكل مغاير،

(4) الكمية الصافية،

(5) التاريخ الأدنى للصلاحيّة أو التاريخ الأقصى للاستهلاك،

(6) الوسم الغذائي،

(7) بيان الحصة و/أو تاريخ الصنع.

المادة 17 : باستثناء التوابل والأعشاب العطرية،

يجب أن لا يتضمن وسم الوحدات الصغيرة التي تحتوي على التغليفات أو الأوعية التي تقل مساحتها الكبرى عن عشرين سنتيمترا مربعا (20 سم²) إلا البيانات المتعلقة بما يأتي :

عندما تعرض مادة غذائية صلبة داخل وسط سائل للحفظ، يبين أيضا الوزن الصافي المقطر لهذه المادة الغذائية. ويقصد بالوسط السائل، الماء والمحاليل المائية من السكر والملح أو عصير الفواكه والخضر، فقط في حالة الفواكه أو الخضر المصبرة، أو الخل، وحده أو مركبا.

المادة 21 : تحديد الكمية الصافية غير إلزامي بالنسبة للمواد الغذائية :

- القابلة لفقدان معتبر في حجمها أو كتلتها والتي تباع بالقطعة أو توزن أمام المشتري،
- التي تقل كميتها الصافية عن خمسة غرامات (5 غ) أو خمسة ميليلترات (5 مل) ما عدا التوابل والأعشاب العطرية،

- التي تباع بالقطعة، بشرط أن تكون القطع واضحة الرؤية وسهلة العد من الخارج أو إن تعذر ذلك يبين ذكرها على مستوى الموسم.

تحدد قائمة المواد الغذائية الخاضعة لفقدان معتبر في حجمها أو كتلتها، عند الاقتضاء، بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 22 : عندما يكون التغليف المسبق مكونا من تغليفين أو عدة تغليفات فردية تحتوي على نفس الكمية من نفس المادة الغذائية، يكون تحديد الكمية الصافية بذكر الكمية الصافية المحتواة داخل كل تغليف فردي وعددها الكلي.

غير أن هذه البيانات ليست إلزامية إذا كان العدد الكلي للتغليفات الفردية واضح الرؤية وسهل العد من الخارج، ويكون على الأقل بيان الكمية الصافية المحتواة داخل كل تغليف فرديا وواضحا ويمكن رؤيته من الخارج.

عندما يتكون التغليف المسبق من تغليفين أو عدة تغليفات فردية تحتوي على نفس الكمية من نفس المادة الغذائية والتي لا تعتبر كوحدة للبيع، يشار إلى الكمية الصافية بذكر الكمية الصافية الكلية والعدد الكلي للتغليفات الفردية.

القسم الخامس

المكونات

المادة 23 : تشمل قائمة المكونات ذكر جميع مكونات المادة الغذائية حسب الترتيب التنازلي في وزنها الأصلي المدمج كتلة/كتلة (ك/ك) وقت صناعة هذه المادة.

- تسمية البيع للمادة الغذائية،

- الكمية الصافية،

- التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك.

يجب أن توضع البيانات الإلزامية الأخرى للموسم المنصوص عليها في المادة 12 أعلاه على التغليف الشامل.

القسم الثالث

تسمية بيع المادة الغذائية

المادة 18 : يجب أن تبين تسمية البيع للمادة الغذائية طبيعتها بدقة ويجب أن تكون خاصة وليس عامة.

إذا حدد التنظيم التسمية أو التسميات التي تعطى لهذه المادة الغذائية، فيجب استعمال واحدة منها على الأقل وإذا لم توجد فتستعمل التسميات المنصوص عليها في المواصفات الدولية.

في حالة عدم وجود مثل هذه التسميات، يجب استعمال تسمية معتادة أو شائعة أو عبارة وصفية ملائمة من شأنها أن لا تؤدي إلى تغليط المستهلك.

يمكن استعمال تسمية "مخترة" أو "خيالية" أو تسمية "العلامة" أو "تسمية تجارية" بشرط أن ترفق بإحدى التسميات المبينة في الفقرتين 2 و3 أعلاه.

المادة 19 : يجب أن يحمل الموسم في نفس مكان تسمية البيع للمادة أو بالقرب منها مباشرة، العبارات أو مجموعة العبارات الضرورية لتفادي تغليط المستهلك، والمتعلقة بالطبيعة والشروط الدقيقة لصنع الغذاء، بما فيه محيط تعبئته وطريقة عرضه وكذلك الحالة التي يوجد فيها أو نوع المعالجة التي خضع لها.

القسم الرابع

الكمية الصافية

المادة 20 : يعبر عن بيان الكمية الصافية للمواد الغذائية حسب النظام الدولي المتري بما يأتي :

- قياسات الحجم بالنسبة للمواد الغذائية السائلة،

- قياسات الوزن بالنسبة للمواد الغذائية الصلبة،

- الوزن أو الحجم بالنسبة للمواد الغذائية العجينية أو اللزجة،

- عدد الوحدات بالنسبة للمواد الغذائية التي تباع بالقطعة.

المادة 27 : يجب أن توضع على الوسم وبوضوح المواد والمكونات الغذائية المعروفة بتسببها في الحساسيات أو الحساسيات المفرطة.

تحدد قائمة هذه المواد والمكونات في الملحق الثاني بهذا المرسوم.

وتحين هذه القائمة بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصحة والفلاحة.

المادة 28 : يجب أن يصرح بالماء المضاف في قائمة المكونات، إلا إذا كان هو نفسه جزءا من المكون، لا سيما نقيع الملح أو شراب السكر أو الحساء الذي يدخل في تركيبة الغذاء.

لا يذكر في الوسم الماء أو المكونات الأخرى المتبخرة أثناء الصنع.

القسم السادس

تعريف الحصة وتاريخ الصنع

المادة 29 : لتحديد الحصة، يجب أن يحمل كل وعاء للمادة الغذائية بيانا مرسوما أو علامة غير قابلة للمحو مشفرة أو واضحة تسمح بمعرفة مصنع الإنتاج وحصة الصنع.

تحدد حصة الصنع ببيان يتضمن إشارة إلى تاريخ الصنع، وتسبق هذه الإشارة بعبارة "حصة".

يعرف تاريخ الصنع بيوم الصنع أو يوم التوضيب أو يوم التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة تجميدا مكثفا أو بيوم التجميد بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة.

المادة 30 : تعفى من الإشارة إلى البيان المتعلق برقم الحصة على مستوى الوسم، المواد الغذائية السريعة التلف التي تقل مدة صلاحيتها الدنيا عن ثلاثة (3) أشهر أو تساويها بشرط أن يكون التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك مبينا بصفة واضحة وبالترتيب، باليوم والشهر على الأقل .

القسم السابع

التاريخ الأدنى للصلاحية والتاريخ الأقصى للاستهلاك

المادة 31 : يسبق التاريخ الأدنى للصلاحية بعبارة :

– " من المستحسن استهلاكه قبل " عندما يتضمن التاريخ الإشارة إلى اليوم،

– " من المستحسن استهلاكه قبل نهاية " في الحالات الأخرى.

تسبق هذه القائمة ببيان مناسب مكون من عبارة " مكونات " أو " يتضمن: ... ".

عندما يتشكل مكون مادة غذائية نفسه من مكونين أو أكثر، يجب أن يوضع هذا المكون المركب في قائمة المكونات متبوعا بقائمة موضوعة بين قوسين من مكوناته الخاصة، يشار إليها حسب الترتيب التنازلي لحجمها.

عندما يستعمل منتج معالج بأشعة كمكون في مادة غذائية أخرى يشار إليه في قائمة المكونات.

المادة 24 : عندما تشير تسمية أو وسم المادة إلى وجود مكون أو عدة مكونات ضرورية لتمييز هذه المادة، يجب بيان كميتها إلا إذا استعملت هذه المكونات بنسب ضئيلة حيث تعتبر هذه الأخيرة في هذه الحالة كمكون لهذه المادة.

عندما يكون مكون مركبا قد أعطيت له تسمية في التنظيم الوطني أو في المواصفة الدولية وكان يدخل بنسبة خمسة بالمائة (5%) على الأقل في تركيب المنتج، فمن غير الضروري التصريح بالمكونات المشكلة له إلا إذا تعلق الأمر بالمضافات الغذائية التي تؤدي وظيفة تكنولوجية في المنتج النهائي.

المادة 25 : تعفى المواد الغذائية الآتية من ذكر مكوناتها :

(1) الفواكه والخضر الطازجة التي لم تكن موضوع تقشير أو تقطيع أو معالجات أخرى مماثلة،

(2) المياه الغازية التي تظهر في تسميتها هذه الخاصة،

(3) خل التخمير المحصل عليه حصريا من منتج أساسي واحد ولم يضاف إليه أي مكون آخر،

(4) الأجبان والزبدة والحليب والقشدة المخمرة، في حالة ما لم تضاف إلى هذه المواد إلا المنتجات اللبنية والأنزيمات وتربية الجسيمات المجهرية الضرورية لصنعها أو إلا الملح الضروري لصنع الأجبان ماعدا تلك الطازجة أو الذائبة،

(5) المواد الغذائية التي لا تحتوي إلا على مكون واحد بشرط أن تكون تسمية المادة الغذائية مطابقة لاسم المكون أو يمكن أن تسمح بتحديد طبيعة المكون دون أي لبس.

المادة 26 : تحدد قائمة المكونات التي يجب أن تعين "باسم خاص" أو "اسم الصنف" في الملحق الأول بهذا المرسوم.

غير أن دهن البقر يجب أن يصرح به باسمها الخاص.

يسبق التاريخ الأقصى للاستهلاك بالعبارة " التاريخ الأقصى للاستهلاك " أو " يستهلك إلى غاية " ويجب أن تتبع إما بالتاريخ ذاته أو بالإشارة إلى المكان الذي توجد فيه على الموسم. يتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر واحتمالا إلى السنة. تتبع هذه العبارات بوصف شروط الحفظ التي يجب مراعاتها.

القسم الثامن

تاريخ التجميد والتجميد المكثف

المادة 34 : في حالة المنتوجات الغذائية المجمدة أو المجمدة تجميدا مكثفا، يسبق تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالعبارة " مادة أو مواد غذائية مجمدة أو مجمدة تجميدا مكثفا..... " .

ويجب أن تتبع إما بالتاريخ ذاته وإما بالإشارة إلى المكان الذي توجد فيه على الموسم.

يتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر والسنة.

القسم التاسع

طريقة الاستعمال

المادة 35 : يجب أن تحتوي البطاقة، من أجل ضمان استعمال جيد، على طريقة الاستعمال بما في ذلك التعليمات لإعادة تشكيل بعض المنتوجات الغذائية.

تكون الإشارة إلى احتياطات الاستعمال إلزامية في حالة المواد الغذائية المجمدة أو المجمدة تجميدا مكثفا، على أنه يجب أن لا يعاد تجميدها ثانية بعد أن يزال عنها التجميد.

القسم العاشر

الادعاءات

المادة 36 : يجب أن لا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطبعا خاطئا بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك.

يجب أن لا تكون الادعاءات المستعملة على الموسم وعرض المواد الغذائية الموضوعة حيز الاستهلاك:

- غير صحيحة أو غامضة أو مضللة،
- تثير شكوكا فيما يتعلق بالأمن و/أو تطابقها غذائيا مع مواد غذائية أخرى،

يجب أن تكمل البيانات المنصوص عليها في الفقرة أعلاه، إما بالتاريخ ذاته وإما بالإشارة إلى المكان الذي توجد فيه على الموسم.

يتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر والسنة.

غير أنه، بالنسبة للمواد الغذائية التي تكون صلاحيتها :

- أقل من ثلاثة (3) أشهر أو تساويها، تكفي الإشارة إلى اليوم والشهر،

- أكثر من ثلاثة (3) أشهر، تكفي الإشارة إلى الشهر والسنة.

يجب أن يظهر على الموسم كل شرط خاص بتخزين المادة الغذائية إذا كانت صلاحية التاريخ مرتبطة بها.

المادة 32 : مع مراعاة الأحكام التي تفرض بيانات أخرى للتاريخ، فإن ذكر التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك غير مطلوب في حالة :

- الفواكه والخضر الطازجة التي لم تكن موضوع تقشير أو تقطيع أو معالجات أخرى مماثلة،

- الخمر والمشروبات الكحولية والخمر المزبدة والخمر المعطرة والمواد المماثلة المحصل عليها من فواكه أخرى غير العنب وكذا المشروبات المصنعة من العنب أو عصير العنب،

- المشروبات المحتوية على نسبة 10 % أو أكثر من الكحول، في حجمها،

- منتوجات المخابز أو الحلويات، التي تستهلك عادة بحكم طبيعتها في حدود 24 ساعة من تاريخ صنعها،

- الخل،

- الملح من النوعية الغذائية،

- السكر في حالة صلبة،

- المنتوجات السكرية المتكونة من السكر المعطر و/أو الملون،

- علك المضغ ومنتوجات مماثلة للمضغ.

المادة 33 : يستبدل التاريخ الأدنى للصلاحية بالتاريخ الأقصى للاستهلاك في حالة المنتوجات الغذائية السريعة التلف والتي يمكن بعد مدة أقل من ثلاثة (3) أشهر أن تشكل خطرا فوريا على صحة الإنسان.

- تشجع أو تسمح بالاستهلاك المفرط لمادة غذائية،
- توحى بأن تغذية متوازنة ومتنوعة لا يمكن أن توفر كل العناصر الغذائية بكمية كافية،
- غير مبررة،
- تشير إلى تغييرات في الوظائف الجسمية التي يمكن أن تثير مخاوف عند المستهلك إما في شكل نصوص أو صور أو أشكال خطية أو عروض رمزية،
- تشير إلى خصائص وقائية أو علاجية للأمراض البشرية، باستثناء المياه المعدنية الطبيعية والمواد الغذائية الموجهة لتغذية خاصة.

الفصل الرابع

المنتجات غير الغذائية

المادة 37 : تطبق أحكام هذا الفصل على كل المنتجات غير الغذائية سواء كانت أداة أو وسيلة أو جهازا أو آلة أو مادة موجهة للمستهلك لاستعماله الخاص و/ أو المنزلي.

المادة 38 : زيادة على البيانات الإلزامية المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما، يجب أن يشمل الإعلام المتعلق بالمنتجات غير الغذائية حسب طبيعتها وطريقة عرضها، البيانات الإلزامية الآتية :

- (1) تسمية البيع للمنتج،
- (2) الكمية الصافية للمنتج، المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي،
- (3) الاسم أو عنوان الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموزع أو المستورد عندما يكون المنتج مستوردا،
- (4) بلد المنشأ و/أو المصدر عندما يكون المنتج مستوردا،
- (5) طريقة استعمال المنتج،
- (6) تعريف الحصة أو السلسلة و/ أو تاريخ الإنتاج،
- (7) التاريخ الأقصى للاستعمال،
- (8) الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن،
- (9) مكونات المنتج وشروط التخزين،

(10) علامة المطابقة المتعلقة بالأمن،

(11) بيان الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار المذكورة في الملحق الرابع بهذا المرسوم.

يمكن أن توضع طريقة الاستعمال المنصوص عليها في النقطة 5 أعلاه، على بطاقة المنتج أو ترفق داخل تغليفه.

المادة 39 : يجب أن يحتوي وسم المنتجات غير الغذائية الخاضعة للرخصة المسبقة المنصوص عليها في التنظيم المعمول به على مراجع الرخصة.

المادة 40 : يجب أن تختلف تسمية البيع للمنتج عن العلامة التجارية أو علامة الصنع أو التسمية الخيالية، ويجب أن تسمح للمستهلك بمعرفة طبيعة المنتج بدقة.

المادة 41 : يجب أن يحتوي الإعلام حول الاحتياطات المتخذة لاستعمال المنتجات غير الغذائية على التحذيرات المتعلقة بالأخطار المرتبطة باستعمالها، حسب طبيعتها والاستعمال الموجهة إليه.

المادة 42 : يجب أن تجمع البيانات المتعلقة بالعلامة و/أو تسمية بيع المنتج والكمية الصافية وعلامة المطابقة في نفس المجال البصري الرئيسي للوسم.

المادة 43 : يعبر بالإشارة عن الكمية الصافية للمنتج، حسب طبيعته، طبقا للنظام المتري الدولي كما يأتي :

- مقاييس الحجم بالنسبة للمنتجات السائلة،
- مقاييس الوزن بالنسبة للمنتجات الصلبة أو العجينية،
- عدد الوحدات بالنسبة للمنتجات المبيعة بالقطعة.
- كل قياس آخر خاص .

المادة 44 : يجب أن تكون البيانات الإلزامية المتعلقة بالعلامة والمنشأ منقوشة أو موضوعة على المنتج، حسب طبيعته، بطريقة يتعذر محوها.

المادة 45 : في إطار تحديد الحصة أو السلسلة، يجب أن يحمل كل حاو أو تغليف لمنتج غير غذائي، تسجيلا منقوشا أو علامة يتعذر محوها، في صورة رمز أو بطريقة واضحة تسمح بتحديد مصنع الإنتاج والحصة المصنوعة.

تحدد الحصة أو سلسلة التصنيع بإشارة تشمل مرجع تاريخ الصنع، وتسبق هذه الإشارة بعبارة "حصة أو سلسلة". ويحدد تاريخ الصنع باليوم والشهر وسنة الإنتاج.

المادة 46 : يجب أن يسبق التاريخ الأقصى للاستعمال، حسب طبيعة المنتج واستعماله، بعبارة :

- للاستعمال قبل..... مع الإشارة إلى الشهر والسنة، عندما تكون مدة الاستعمال أقل من 24 شهرا،

- للاستعمال قبل نهاية مع الإشارة إلى السنة، عندما تكون مدة الاستعمال أكثر من 24 شهرا.

يجب ألا يوضع المنتج قيد الاستهلاك بعد هذا التاريخ.

المادة 47 : توضع بيانات الوسم المذكورة في المادة 38 أعلاه، إما على بطاقة مثبتة جيدا على التغليف وإما بطريقة الطبع المباشر على التغليف أو على المنتج نفسه عندما يكون غير مغلف.

المادة 48 : يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن المرتبطة باستعمال المنتج.

يجب أن تبين هذه المعلومات في دليل الاستعمال وفي طريقة الاستعمال وكذا على التغليف أو على المنتج نفسه.

المادة 49 : في حالة الاستحالة عمليا لذكر المعلومات الإيجابية على التغليف، وباستثناء البيانات المنصوص عليها في النقاط 1 و2 و3 و7 و11 من المادة 38 أعلاه، يجب أن يشار في هذا التغليف إلى أن باقي المعلومات موجودة في الدليل المرفق.

المادة 50 : تحدد الكيفيات الخاصة بالإعلام المتعلقة بالمواد غير الغذائية، عند الحاجة، بقرارات من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش و/ أو بالاشتراك مع الوزير أو الوزراء المعنيين.

الفصل الخامس

الخدمات

المادة 51 : تطبق أحكام هذا الفصل على الخدمات المقدمة للمستهلك بمقابل أو مجانا.

المادة 52 : يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك، عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة، بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة.

المادة 53 : يجب على مقدم الخدمة، قبل إبرام العقد، إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة.

في حالة عدم وجود عقد مكتوب، يطبق هذا الإلزام قبل بداية تنفيذ الخدمة المقدمة.

المادة 54 : يجب على مقدم الخدمة أن يضع تحت تصرف المستهلك، بصفة واضحة ودون لبس، المعلومات الآتية :

- الاسم أو عنوان الشركة والعنوان والمعلومات الخاصة بمقدم الخدمات،
- الشروط العامة المطبقة على العقد.

المادة 55 : يجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك، بكل الوسائل الملائمة، حسب طبيعة الخدمة، بالمعلومات الآتية :

(1) اسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه أو إذا تعلق الأمر بشخص معنوي عنوان شركته، ومقر شركته وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة شخصا آخر،

(2) رقم القيد في السجل التجاري أو في سجل الصناعة التقليدية والحرف،

(3) رقم وتاريخ الرخصة واسم وعنوان السلطة التي سلمتها بالنسبة للنشاطات المقننة،

(4) تكاليف النقل والتسليم والتركيب،

(5) كفاءات التنفيذ والدفع،

(6) مدة صلاحية العرض وسعره،

(7) المدة الدنيا للعقد المقترح، عندما يتضمن تزويدا مستمرا أو دوريا للخدمة،

(8) البنود المتعلقة بالضمان،

(9) شروط فسخ العقد.

المادة 56 : تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك.

المادة 57 : تحدد الكيفيات الخاصة بالإعلام المتعلقة

بالخدمات، عند الحاجة، بقرارات من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش و/ أو بقرار مشترك مع الوزير أو الوزراء المعنيين.

الفصل السادس

أحكام نهائية

المادة 58 : يجب أن يحتوي الإعلام المتعلق بالمواد

الأولية الموجهة للإنتاج والتحويل والتوضيب أو لكل استعمال مهني آخر غير ذلك الموجه مباشرة للمستهلك، على البيانات الإلزامية الآتية :

(1) تسمية المنتج،

(2) الكمية الصافية، المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي،

(3) الاسم أو عنوان الشركة والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو المستورد إذا كان المنتج مستورداً،

(4) المنشأ أو مكان المصدر إذا كان المنتج مستورداً،

(5) الشروط الخاصة بالحفظ و/ أو الاستعمال،

(6) تعريف الحصة والسلسلة و/أو مختلف التواريخ (الإنتاج، الحد الأقصى للاستهلاك....)، عند الاقتضاء،

(7) عبارة " حلال "، للمنتجات المعنية.

يجب أن توضع البيانات المذكورة في النقاط 1 و2 و3 و6 مباشرة على التغليف ويمكن أن تدرج البيانات الأخرى في الوثائق المرفقة بالبضاعة.

عندما تكون المواد الأولية المعروضة غير معبأة، فإن البيانات الإلزامية المذكورة أعلاه، تدرج في الوثائق المرفقة.

المادة 59 : لا تطبق أحكام هذا المرسوم على

المنتجات المقتناة :

- في إطار المقايضة الحدودية،

- مباشرة للاستهلاك الخاص لمستخدمي الشركات أو الهيئات الأجنبية،

- من قبل محلات البيع الحر وخدمات الإطعام وشركات النقل الدولي للمسافرين والمؤسسات الفندقية والسياحية المصنفة والهلال الأحمر الجزائري والجمعيات والهيئات المماثلة المعتمدة قانوناً،

- من قبل المتعاملين الاقتصاديين لاستعمالهم المهني الخاص.

يجب أن تحتوي هذه المنتوجات على الوسم المطابق لتنظيم لبلد المنشأ أو بلد المصدر.

المادة 60 : يمنع استعمال كل بيان أو إشارة أو كل تسمية خيالية أو كل طريقة تقديم أو وسم وكل أسلوب للإشهار أو العرض أو الوسم أو البيع من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك، لا سيما حول الطبيعة والتركيبية والنوعية الأساسية ومقدار العناصر الأساسية وطريقة التناول وتاريخ الإنتاج وتاريخ الحد الأقصى للاستهلاك والكمية ومنشأ أو مصدر المنتج.

كما يمنع كل بيان يرمي إلى التمييز المفرط لمنتج على حساب منتج مماثل آخر.

المادة 61 : تمنع الحيازة أو العرض للبيع أو البيع أو التوزيع المجاني بدون رخصة من المصالح المختصة، للمنتجات :

- التي لا يتطابق وسمها مع أحكام هذا المرسوم،
- التي تخزن في ظروف غير مطابقة لتلك المقررة على وسمها أو على كل سند آخر يستعمل للمنتجات أو الخدمات.

المادة 62 : كل إخلال بأحكام هذا المرسوم يعاقب عليه طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لا سيما أحكام القانون رقم 09 - 03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه.

المادة 63 : تلغى أحكام :

- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها،

- المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم.

المادة 64 : تدخل أحكام هذا المرسوم حيز التنفيذ بعد سنة واحدة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 65 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. حرر بالجزائر في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013.

عبد المالك سلال

الملحق الأول

مجموعة المكونات التي يمكن تعريفها باسم الصنف بدلا من الاسم الخاص

باستثناء المكونات المرقمة في الملحق الثاني لهذا المرسوم، يمكن تسمية المكونات التي تنتمي لأحد أصناف المواد الغذائية المذكورة أدناه والتي تدخل في تركيب المادة الغذائية، بالاسم الوحيد لهذا الصنف بدلا من الاسم الخاص.

تعريف صنف المادة الغذائية	تعيين اسم الصنف
الزيوت المكررة ما عدا زيت الزيتون	"زيت" تتمم : - إما بوصف ، حسب الحالة "نباتية" أو "حيوانية"، - إما بإشارة إلى المنشأ الخاص نباتي أو حيواني. يجب أن يتبع بيان زيت هيدروجيني بوصف " مهدرج كلياً " أو " مهدرج جزئياً " .
المواد الدسمة المكررة	"شحم" أو "مادة دسمة" تتمم : - إما بوصف حسب الحالة "نباتي" أو حيواني" - إما بإشارة إلى المنشأ الخاص نباتي أو حيواني. يجب أن يتبع بيان شحم هيدروجيني بوصف " مهدرج كلياً " أو " مهدرج جزئياً "
خليط الدقيق المتحصل عليه من صنفين أو عدة أصناف من الحبوب	"دقيق" يتبع بتعداد أصناف الحبوب المحصلة منها وهذا حسب الترتيب التنازلي لأهمية الوزن
نشاء ونشويات غير محولين ونشاء ونشويات محولة بطريقة فيزيائية أو إنزيمية (1)	" نشاء ونشويات "
كل أصناف الأسماك عندما يكون السمك يشكل مكونا لمادة غذائية أخرى، بشرط أن لا تنسب التسمية وعرض هذه المادة إلى صنف معين من السمك	" سمك " ، " أسماك "
كل أنواع لحوم الدواجن في حالة ما إذا كانت هذه الأخيرة تشكل مكونا لغذاء آخر بشرط أن لا يشير وسم وعرض هذا الغذاء إلى نوع خاص من لحم الدواجن	" لحم الدواجن "
كل أصناف الجبن عندما يشكل الجبن أو خليط الأجبان مكونا لمادة غذائية أخرى شرط أن لا يشير وسم وعرض هذه المادة الغذائية إلى نوع معين من الجبن	" جبن " ، " أجبان "
كل التوابل ومستخلص التوابل التي لا تتعدى 2 % من الوزن في المادة الغذائية	" توابل " أو "خليط التوابل"
كل النباتات أو أجزاء من النباتات العطرية التي لا تتعدى 2 % من الوزن في المادة الغذائية	"نبات عطري" أو " نباتات عطرية" أو " خليط نباتات عطرية "

(1) يتم اسم "نشاء" دائما بتعيين أصله النباتي الخاص عندما يمكن لهذا المكون أن يشمل الغلوتين.

الملحق الأول (تابع)

تعريف صنف المادة الغذائية	تعيين اسم الصنف
كل تحضير من أساس العلك والمستعمل في صنع العلك الأساسي لعلك المضغ	"علك أساسي"
كل أصناف السكر	"سكر"
دكستروز خال من الماء أو أحادي التموه دكستروز	"دكستروز"
شراب الغلوكوز وشراب الغلوكوز منزوع الماء	"شراب الغلوكوز"
مسحوق الخبز بكل أنواعه	"مسحوق الخبز"
كل بروتينات الحليب (الجبنين وأملاح الجبنين وبروتينات اللبن ومصل اللبن) وخليطهم	"بروتينات الحليب"
زبدة الكاكاو المضغوطة ، إيكسبلاغ أو المكررة	"زبدة الكاكاو"
كل الفواكه المصبرة التي لا تتعدى 10 % من وزن المادة الغذائية	"فواكه مصبرة"
كل خليط الخضر الذي لا يتعدى 10 % من وزن المادة الغذائية	"خضر"
كل أنواع الخمور	"خمر"

الملحق الثاني

المواد والمكونات الغذائية المسببة للحساسية
أو الحساسية المفرطة

1 - الحبوب المحتوية على الغلوتين ، لاسيما القمح والشيلم والشعير والخرطال والخنروس والكاموت وأوسلاتها المهجنة والمنتجات المعدة أساسا من هذه الحبوب باستثناء :

- شراب الغلوكوز المعد أساسا من القمح، بما في ذلك دكستروز (1)،

- مالتود كسترين المعد أساسا من القمح (1)،

- شراب الغلوكوز المعد أساسا من الشعير،

- حبوب مستعملة في صناعة المقطرات الكحولية، بما فيها الكحول الإيثيلي من أصل فلاح.

2 - القشريات و المنتجات المعدة أساسا من القشريات،

3 - البيض و المنتجات المعدة أساسا من البيض،

4 - الأسماك و المنتجات المشتقة منها ، باستثناء :

- جيلاتين السمك المستعملة كدعامة لمستحضرات الفيتامينات أو الكاروتينويدات،

- جيلاتين السمك أو غراء السمك المستعملة كعامل تصفية في الجعة والخمر.

5 - الفول السوداني و المنتجات المعدة أساسا من الفول السوداني،

6 - الصوجا و المنتجات المعدة أساسا من الصوجا، ماعدا :

- زيت ودسم الصوجا المكرر كليا (1)،

(1) و المنتجات المشتقة، في حالة ما إذا كان التحويل الذي خضعت له ، من غير المحتمل أن يرفع مستوى الحساسية المقيّم من طرف السلطة الصحية المؤهلة للمنتوج الأساسي المشتقة منه.

(بروتوليتيا إكسيلزا)، الفستق (بيستاسيا فيرا) وجوز
الماكاداميا أو الكوينسلان (ماكاداميا ترنيفوليا)
والمنتجات المعدة أساسا من هذه الفواكه باستثناء
الفواكه ذات القشرة المستعملة لصناعة المقطرات
الكحولية بما في ذلك الكحول الإيثيلي ذي أصل فلاحى،
9- الكرافس و المنتجات المعدة أساسا من
الكرافس ،

10- الخردل و المنتجات المعدة أساسا من الخردل ،
11- حبوب السمسم و المنتجات المعدة أساسا من
حبوب السمسم ،

12- الأنهيديريد سولفيروسولفيتات بتركيز أكثر
من 10 ملغ/ كلغ أو 10 ملغ/ لتر حسب SO₂ الكلي
للمنتجات المعروضة الجاهزة للاستهلاك أو المعاد
تشكيلها، طبقا لتعليمات المنتج ،

13- الترمس و المنتجات المعدة أساسا من
الترمس،

14- الرخويات و المنتجات المعدة أساسا من
الرخويات.

- التوكوفيرولات المختلطة طبيعيا (SIN 306) ، دي
-ألفا - توكوفيرول طبيعي و أستات دي-ألفا -
توكوفيريل طبيعي و سكسينات دي -ألفا -
توكوفيريل طبيعي المشتقة من الصوجا،

- فيتوستيروولات واستيرات الفيتوستيروول
المشتقة من الزيوت النباتية للصوجا،

- استير السستانول النباتي المنتج من
السيترولولات المشتقة من الزيوت النباتية للصوجا.

7- الحليب و المنتجات المعدة أساسا من الحليب
(بما في ذلك اللاكتوز) باستثناء :

- مصل اللبن المستعمل في تصنيع المقطرات
الكحولية بما في ذلك الكحول الإيثيلي من أصل فلاحى ،
- اللكتيتول .

8 - الفواكه ذات القشرة لا سيما اللوز
(أميغدالوس كميونيس . ل) والبندق (كوريلوس أفلانا)
والجوز (جوفلوننس ريجيا) و جوز الكاجو (أنا
كارديوم أوكسيدونتال) و الجوز الأمريكي [كاريا
إلينوانزس k . koch (wangenh) و جوز البرازيل

الملحق الثالث رمز الاشعاع العالي للأغذية



الملحق الرابع
الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار

المنتوج الذي يمكن أن يسبب أخطارا حادة أو مزمنا وحتى الموت، بالاستنشاق أو الابتلاع أو اختراق الجلد.	T+ : سام جدا	
المنتوج الذي يمكن أن يسبب أخطارا حادة أو مزمنا وحتى الموت بالاستنشاق أو الابتلاع أو اختراق الجلد.	T : سام	
المنتوج الذي يمكن أن يسبب أخطارا محدودة الخطورة، بالاستنشاق أو الابتلاع أو اختراق الجلد.	Xn : ضار	
منتوج غير قابل للتآكل يمكن أن يسبب تفاعلا التهابيا مع الاتصال الفوري أو الطويل أو المتكرر مع الجلد أو الأغشية المخاطية.	Xi : مهيج	
منتوج يمكن أن يلهب بسهولة كبيرة.	F+ : شديد الالتهاب	
منتوج يمكن أن يلهب بسهولة.	F : سهل الالتهاب	
منتوج يمكن أن يدمر الأنسجة الحية عند ملامسته لها.	C : متآكل	
منتوج يمكنه الانفجار تحت تأثير لهب أو صدمة شديدة.	E : متفجر	
خطير على البيئة	N : خطير على البيئة	
منتوج يطلق حرارة مرتفعة بالاتصال مع مواد أخرى لا سيما مع المواد القابلة للاحتراق.	O : مشتعل	