

الالتزام بالإعلام في عقد البيع

الدكتورة / محرش سميرة
أستاذة محاضرة بكلية الحقوق والعلوم السياسية
جامعة البليدة -2-

ملخص

إن التزام البائع أو المتدخل في عرض المواد الاستهلاكية للبيع بالإعلام المشتري أو المستهلك بجميع مواصفات الشيء المبيع عند استعماله ومخاطره أحد الضمانات الهامة التي حرصت عليها جميع التشريعات المقارنة، لما الثقة الكامنة لدى المشتري، فكان لزاما إحاطة هذا الالتزام بالإعلام بضمانات تشريعية كافية لتحقيق الغرض الذي شرع لأجله. هذا الأمر يطرح العديد من الإشكالات والتساؤلات القانونية تدفع لدراسة هذا الموضوع.

Résumé

L'obligation du vendeur ou de l'intervenant d'informer l'acheteur ou le consommateur de toutes les informations relatives au produit qu'il met à la consommation permettant la protection de l'acheteur dans tout le système juridique comparés à raison de la confiance suppose entre l'acheteur et le vendeur.

C'est pour ce la expliquer la raison d'étudier cette obligation qui fait le principe de cette étude.

مقدمة

يعتبر الالتزام بالإعلام أي الإدلاء والإفشاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالشيء المبيع التي تدفع المشتري أو المستهلك إلى اقتناء السلع وفقا للضرورة التي تولدت لديه قبل التعاقد، من الموضوعات الحديثة التي خصها الفقه القانوني بأهمية خاصة متأثرا في ذلك بالقضاء الفرنسي الذي أثر بشكل كبير ومباشر في المشرع الفرنسي الذي دفعه إلى تبني هذا الاتجاه وصياغته في نصوص خاصة.

وتتجلى أهمية هذا المبدأ على المستوى العملي ما يوفره من حماية للطرف الضعيف في العقد بسبب عجز نظرية عيوب الإرادة في تحقيق الحماية الكافية لركن

التراضي وهذا نظرا لما تعرفه صناعة المواد الاستهلاكية من تقنية متقدمة خولت للبائع المحترف حنكة وتجربة لم يتسنى للطرف المستهلك إدراكها أو بلوغها مما يخل بالتوازن الواضح بين أطراف العقد المنتج أو البائع من جهة والمشتري أو المستهلك من جهة أخرى.

وقد أدى هذا التفاوت في العلم بالشيء المبيع إلى دفع جل التشريعات المقارنة إلى التفكير بجديّة في إقرار مقتضيات تمدد بموجبها التزامات جديدة ملقاة على التاجر المهني منتجا كان أو بائعا والمتمثلة أساسا في الالتزام بالإعلام أو التبصير في توجيه إرادة المشتري أو المستهلك نحو اختيار واعى يوصف رضائه عن طريق افتراض قرينة الجهل لديه وافتراض قرينة العلم لدى البائع المحترف خاصة، وهو الاتجاه الذي تبناه المشرع الفرنسي في أحكام القانون رقم 78-23 المؤرخ في 10/01/1978 المتعلق بقانون الإعلام، وهو ذات الاتجاه الذي ترجمه المشرع الجزائري سواء في القانون السابق المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989 الذي كرس مبدأ حق المستهلك في الإعلام في أحكام المادة 04 منه والذي تم إلغاؤه وحل محله القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي كرس نفس المبدأ في أحكام المادة 17 منه.

نظرا للأهمية القصوى لمبدأ حق المشتري أو المستهلك في الإعلام بجميع المعلومات والبيانات وطرق استعمال واستهلاك الشيء المبيع يجدر بنا معالجته بطرح الإشكالية التالية: ما هي أهمية الالتزام بالإعلام وقوته القانونية وأثر تخلفه على العقد؟ وللإجابة على هذه الإشكالية قسمنا هذا الموضوع إلى مبحثين إذ نتطرق في المبحث الأول إلى ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع وذلك في مطلبين إذ نتطرق في المطلب الأول إلى تعريف الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية وفي المطلب الثاني إلى تمييز الالتزام بالإعلام عما يشابهه من الالتزامات، أما في المبحث الثاني نتطرق إلى مضمون الالتزام وجزاء الإخلال به وذلك في مطلبين إذ خصصنا المطلب الأول إلى مضمون الالتزام بالإعلام ونطاقه أما في المطلب الثاني فتتطرق إلى جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

المبحث الأول: ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع

إذا كان البائع يلتزم كقاعدة عامة بضمان العيوب الخفية والالتزام بالسلامة في عقد البيع وهذا نظرا لتفاوت العلم بالشيء المبيع وما يرتبه من أخطار، فإن قاعدة الالتزام بالإعلام أو الأخطار التي تقع على البائع لصالح المشتري لم تظهر على الساحة القانونية إلا عن طريق القضاء الفرنسي الذي اعتبر أن المشتري كطرف ضعيف أولى بالحماية القانونية للاختلال الواضح بينما في معرفتهما وإمامهما بالشيء المبيع فكانت النصوص الخاصة الوسيلة الوحيدة الهامة لتحقيق هذا الهدف والالتزام البائع بإعلام المشتري قبل التعاقد بالشيء المبيع حول مواصفاته وطرق استعماله ومكامن الخطر عند تشغيله لهذا حتى يمكن لنا الإلمام بمفهوم الالتزام بالإعلام نتطرق في المطلب الأول إلى تعريف الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية وفي المطلب الثاني تمييز الالتزام بالإعلام عما يشابهه من التزامات.

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية

إذا كان الفقه والقضاء يرجع له الفضل في اكتشاف وتطبيق إلزام البائع بإعلام المشتري بالمبيع بحيث يمكنه من استخدامه والانتفاع به على نحو لا يرتب له أي خطر على صحته وماله، فإن هذا الالتزام لم يتضمنه القانون المدني بل ورد في نصوص خاصة لهذا فإنه من الأهمية بمكان أن نتطرق في الفرع الأول إلى تعريف الالتزام بالإعلام وفي الفرع الثاني إلى الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام وخصوصيته

نظرا لأن الالتزام بالإعلام نشأ في ظل تطور القضاء الفرنسي في إيجاد حلول قانونية كفيلة بحماية المشتري عموما والمستهلك خصوصا لذا فقد تصدى الفقه إلى تعريف هذا الالتزام وبيان خصوصيته لهذا نتطرق أولا إلى تعريف الالتزام بالإعلام وثانيا خصوصية الالتزام بالإعلام.

أولا- تعريف الالتزام بالإعلام:

اختلف الفقه في تعريف الالتزام بالإعلام فعرفه البعض بأنه: «التزام قانوني يفرض على البائع لصالح المشتري مضمونه الإفضاء للمشتري بكل ما يجعله على بينة من عيوب البيع وإدراكه لخصائصه، وفقا لضرورات الواقع العملي وما يقتضيه حسن

النية»(د/ السيد محمد عمران، 1999، ص 27)، كما عرفه البعض الآخر بأنه: «التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأنه يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد والبيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة، قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات»(د/ عمر محمد عبد الباقي، 2008، ص 189).

كما عرفه البعض الآخر بأنه: «واجب يفرضه القانون على صنف الباعة المحترفين بتقديم بيانات من المعقود عليه أو عن المعاملة المزمع إجراؤها عن طريق آليات مناسبة على غرار التنصيص أو الإشهار»(د فدوى قهواجي، ص165)، ويستقر الفقه الفرنسي على تعريفه بأنه: «الحالة التي يفرض فيها القانون على المهني أن يشعر المتعاقد الآخر بجوهر محل العقد ومكوناته».

كما أعطى المشرع مفهوما خاصا للالتزام بالإعلام وذلك في صريح المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقولها: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة»(جريدة رسمية رقم 15 الصادرة بتاريخ 2009/03/08).

كما أكد المشرع ذلك في أحكام المادة 04 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسة التجارية بقولها: «يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع، وهو نفس الالتزام الذي فرضه المشرع على البائع في أحكام المرسوم رقم 90-367 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بالوسم وتقديم المواد الغذائية عندما نص صراحة وجوب الإعلام المادي للمستهلك».

هذا ما يؤكد أن المشرع الجزائري عرف الحق في الإعلام من خلال الواجبات التي يفرضها على البائع في عدة نصوص خاصة.

ثانيا- خصوصية الالتزام بالإعلام:

إن الالتزام بالإعلام الواقع على البائع لصالح المشتري أو المستهلك حسبما كرسه المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش في الاعتراف بصفة الأطراف المتعاقدة ونوع ومادة الشيء المبيع.

أ- خصوصية الالتزام بالإعلام بالنظر إلى صفة الأطراف المتعاقدة:

بالرجوع إلى التعاريف التي صاغها الفقه إلى مبدأ الالتزام بالإعلام وما صاغه المشرع في كون البائع هو تاجر محترف يفرض فيه علما كافيا بالشيء المبيع والمشتري مجرد مستهلك ليس له علما كافيا وشاملا للشيء الذي اشتراه لأجل استهلاكه الأمر الذي أدى بالفقه إلى اعتبار أن قاعدة أو الاستناد إلى مفهوم البائع المحترف أو الاحتراف بصفة خاصة يعد المجال الأكثر ملائمة لقيام الالتزام بالإعلام باعتبار أن هذا العلم لا يكون إلا في جانب البائع باعتباره تاجرا محترفا فيكون عامل الثقة قائما لدى المشتري المستهلك مما يقع على البائع بضرورة إعلامه بكل خصائص الشيء المبيع.

لذا يلاحظ أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 قد حمل المتدخل في عملية توفير المواد الاستهلاكية سواء كان بائعا أو منتجا محترفا بإعلام المشتري بكل خصوصيات الشيء المبيع الذي يضعه للمستهلك وهو لا يعدو أن يكون مجرد التزام ببذل عناية لا يولد الحق للبائع بإرغام المشتري على الأخذ بما قدمه البائع عن معلومات عن الشيء المبيع.

ونظرا لأن المشتري أو المستهلك هو الطرف الضعيف فقد أوجب المشرع في أحكام المادة 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وضع بيانات المنتج باللغة العربية أو أي لغة أخرى حتى يفهمها المستهلك عندما يتجه نحو التعاقد وهو على بينة من أمره(أ. خليفي مريم، جانفي 2011، ص 213) بقولها: « يجب أن تحرر بيانات الرسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها».

ب- خصوصية الالتزام بالإعلام بالنظر إلى نوعية المبيع:

نظرا لأن الهدف الأساسي من إبرام عقد البيع هو استعمال الشيء المبيع واستغلاله، وهو في ذلك يختلف حسب نوع المبيع، فالمبيع الذي يتميز بتقنيات عالية كالأجهزة الإلكترونية وأجهزة الإعلام الآلي، والمواد الخطرة عند الاستعمال مثل تلك التي تحتوي على مواد سامة أو القابلة للانفجار أو الاشتعال فإنه يقع على البائع تزويد المشتري المستهلك بجميع المعلومات عن المخاطر المحتملة التي تنجم عن استعمال الشيء المبيع.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام

ينقسم الفقه المقارن في تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام بين من يعتبره التزام ببذل عناية فقط ومن يجعله التزام بتحقيق نتيجة.

أولا- التزام البائع بالإعلام التزام ببذل عناية:

يرى فريق كبير من الفقه مستندين في ذلك لما أقره القضاء الفرنسي أن التزام البائع هو مجرد التزام ببذل عناية ذلك أن البائع يلتزم فقط لتقديم المعلومات الكافية لكيفية استعمال المبيع وتجنب مخاطره عن طريق إحاطته علما بجميع البيانات والمعلومات دون إمكانية إرغام المشتري على تطبيقها كما تم شرح إياه له.

وفي هذه الحالة فإن المشتري يكون دائما في موقف إيجابي عند حلول الخطر أو الضرر وبالتالي إذا أحس بأضرار من الأشياء الخطيرة المباعة يجب عليه أن يقيم الدليل على تقاعس البائع عن إعلامه بالطريقة الكفيلة لاستعمال الشيء المبيع وكذا بالاحتياطات الكفيلة لتجنب أخطاره (د/ علي السيد حسين، 1990، ص 106). وعلى الرغم من اعتماد الفقه هذا الرأي على أساس ما توصل إليه القضاء الفرنسي في حكم صادر عن محكمة استئناف باريس المؤرخ في 1972/07/12 والذي مفاده أن «مورد أجهزة الإعلام الآلي ليس ملزما بتحقيق نتيجة».

ثانيا- التزام البائع بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة:

اعتبر بعض الفقه أن الأخذ بالرأي الأول الذي يعتبر أن الالتزام بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة من شأنه ألا يحقق هدف السلامة التي يلتزم بها البائع إذ على هذا الأخير

أن يثبت فقط تنفيذه للعناية الواجبة حتى يتحلل من مسؤوليته الأمر الذي لا يتحقق معه مبدأ ضمان السلامة لفائدة المشتري أو المستهلك.

لهذا فإن طبيعة الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة وبالتالي فإن عبء الإثبات لا يقع على عاتق المشتري بل يقع على البائع إن أراد التحلل من المسؤولية وذلك بإقامة الدليل على قيامه بواجب التحذير(د/ علي السيد حسن، 1990، ص 106).

ويستند أصحاب هذا الرأي إلى أن القضاء الفرنسي في عدة أحكام له تبني هذا المفهوم إذ في حكم صادر عن محكمة النقض الفرنسية الغرفة المدنية بتاريخ 1982/12/14: «أنه لم يجز للبائع التنصل من المسؤولية إلا إذا أثبت أنه قام بواجب الإفضاء والإعلام على أكمل وجه، كما أنه في حكم له آخر صادر عن المحكمة الاستئنافية بدوي بتاريخ 1954/06/04 تغاضي القضاء عن الخطأ الذي ارتكبه المشتري، واعتبر تقصير البائع في القيام بهذا الواجب هو السبب المنتج في حدوث الضرر.

المطلب الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام عما يشابهه من التزامات

إن الالتزام بالإعلام الواقع على البائع أو المنتج وكل متدخل في عرض السلع للاستهلاك لفائدة المشتري المنصوص عنه في أحكام المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يتميز عن مجموعة من الالتزامات الواقعة على البائع كالاتزام بالتسليم والالتزام بالإخبار السابق واللاحق على التعاقد والالتزام بضمان العيوب الخفية لهذا نتطرق في الفرع الأول إلى التمييز بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالتسليم، وفي الفرع الثاني إلى التمييز بين الالتزام بالإخبار السابق على التعاقد والالتزام بالإعلام وفي الفرع الثالث التمييز عن الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان العيوب الخفية.

الفرع الأول: التمييز بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالتسليم

إن أكبر التزام يقع على البائع هو التزام لتسليم الشيء المبيع إلى المشتري على الحالة التي كان عليها أثناء التعاقد بحيث يتمكن من الانتفاع به دون أي عائق (د/ السيد محمد السيد عمران، 1999، ص 29) حسبما حدده المشرع في أحكام المادة 364 من القانون المدني بقولها: « يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت التعاقد»، كما لا يقتصر الالتزام بالتسليم على المبيع في ذاته بل يشمل

أيضا مخلفاته حسب قصد المتعاقدين أو ما استقر عليه في العرف والعادة حسبما حدده المشرع في أحكام المادة 107 فقرة 02 من القانون المدني بقولها: «لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب بل يتناول ما هو من مستلزماته وفقا للقانون، والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام».

وعلى هذا الأساس ذهب جانب من الفقه الفرنسي إلى القول أن الالتزام بالإعلام يدخل ضمن التزام البائع بتسليم ملحقات المبيع بحيث أن المشتري لا يستطيع الانتفاع بالشيء المبيع دون عائق ما لم يحاط علما بما يفيد في استعمال الشيء المبيع الأمر الذي يجعل الالتزام بالإعلام يدخل ضمن الالتزام بتسليم ملحقات المبيع وسندهم في ذلك الأحكام المادة 1147 من القانون المدني الفرنسي المقابلة للمادة 176 من القانون المدني الجزائري التي مفادها: «إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذه التزامه»(د/ شهيدة قادة، 2006، ص 78).

كما ذهب البعض الآخر إلى أن الالتزام بالإعلام أصبح يقترب كثيرا من الضمان القانوني الذي ينشأ عن عقد البيع وهو وفقا للقواعد العامة يقوم على الالتزام لضمان السلامة وضمان الاستحقاق وهما قواعد عامة لا تحقق حماية كافية للمستهلك لذا فإن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في نطاق القواعد المهنية والنصوص الخاصة، ذلك إن المضرورة لا يستطيع استخلاص قاعدة التزام البائع بالإعلام من القواعد العامة كما يفوت حق المشتري المتمسك بهذا الالتزام في مواجهة البائع، ولعل هذا ما تؤكدته المادة 17 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك، لذا فالفرق شاسع بين الالتزام بالتسليم وهو التزام ضمن العقد في إطار القواعد العامة والالتزام بالإعلام وهو التزام موجود أثناء إبرام العقد وكذا تنفيذه وتنظمه قواعد خاصة هدفها حماية رضا الطرف الضعيف وهو المشتري أو المستهلك وهو خروجاً على القاعدة العامة في الالتزامات وهي المساواة بين أطراف العقد التي يجد الالتزام بالتسليم ضمنها.

الفرع الثاني: التمييز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد والالتزام التعاقدى بالإعلام

طرح الفقه مسألة هامة تتعلق بإعلام أو إخبار البائع للمشتري بالشيء المبيع وهو يميز عن الالتزام بالإعلام الذي يكون قبل إبرام العقد وأثناء قيام

المشتري بمعاينة الشيء المبيع وفي الالتزام بالإعلام الذي يكون كجزء ضمن العقد وأثناء تنفيذه.

وقد اتفق الفقه المقارن أن كل المعلومات والبيانات والمواصفات التي يقدمها البائع أو المتدخل إلى المشتري أو المستهلك قبل إبرام عقد البيع يدخل ضمن ما هو معروف بالعلم بالمبيع، وهذا حتى يتحصل على رضا صحيح بإرادة خالية من كل عيوب إبرام العقد، وإن أي إخلال بواجب الإعلام قبل التعاقد من قبل الوسائل التدليسية يترتب عليه الحق في المطالبة بإبطال العقد والتعويض في حالة وقوع الضرر كون التدليس عمل غير مشروع.

أما الالتزام بالإعلام بعد التعاقد فهو التزام يقع على المتدخل باعتباره بائعا محترفا يملك من الخبرة والمعرفة بالشيء المبيع إذ وجب عليه بعد إبرام العقد وعند تنفيذه تزويد المستهلك أو المشتري بكل المعلومات الخاصة بالشيء المبيع وكيفية استغلاله واستعماله أو استهلاكه ومكامن الخطر فيه.

وبالتالي فإن التفرقة واضحة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد والالتزام بالإعلام التعاقدية الذي يكون أثناء إبرام العقد وتنفيذه ذلك أن الأول يدخل ضمن القواعد العامة في التزام البائع بإخبار المشتري بالشيء المراد اقتنائه وتخلفه يترتب المسؤولية العقدية المتمثلة في سوء نية الملتزم بالإعلام.

الفرع الثالث: التمييز بين الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان العيب الخفي

رغم التداخل الموجود بين التزام البائع بالإعلام والتزامه بضمان العيوب الخفية من أن البائع في كليهما يستهدف الحصول على رضا المشتري بإبرام العقد طالما جاء خاليا من أي عيب ظاهر. غير أنه يوجد فرق جوهري بين الالتزامين ذلك أن الالتزام بالإعلام أوسع نطاقا من الالتزام بضمان العيوب الخفية كون أن البائع يلتزم بإعلام المشتري بكيفية استعمال الشيء المبيع وتبصره حول مخاطره وهو عمل إيجابي في حين أن ضمان العيوب الخفية يكون عند اكتشاف العيب فقط.

المبحث الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام وجزاء الإخلال به

يعتبر حق المشتري أو المستهلك في الإعلام ذي نطاق واسع يشمل المنتجات من حيث كيفية استعمالها وتجنب مخاطرها وأسعارها وشروط التعاقد بشأنها وكيفية

إبرام العقد وشروط تنفيذه، وحدود المسؤولية عند تقريرها كما يترتب على الإخلال بهذا الالتزام بالإعلام عدة جزاءات، لهذا نتطرق في المطلب الأول إلى مضمون الالتزام بالإعلام ونطاقه على أن نخصص المطلب الثاني إلى جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

المطلب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام ونطاقه

إن المشتري أو المستهلك لا يكفي فقط باستلام الشيء المبيع وإنما يقع على البائع أو المنتج وكل متدخل في العملية الاستهلاكية الالتزام بالإعلام حول مضمون الشيء المبيع حسبما حدده المشرع في أحكام المادة 17 فقرة 01 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إذ وضع القاعدة العامة حول هذا المضمون والتي مفادها: « يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الرسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة».

ويتمثل مضمون الالتزام بالإعلام في الالتزام بالإعلام حول الحالة المادية للمبيع وهو ما نتطرق له في الفرع الأول وكذلك الالتزام بالإعلام بكيفية استعمال الشيء المبيع وطرق حفظه وهو ما نتطرق إليه في الفرع الثاني، وكذلك الالتزام بالإعلام حول مخاطر المبيع وهو ما نتطرق إليه في الفرع الثالث.

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام حول الحالة المادية للمبيع

نظرا لأن المشتري أو المستهلك لا يقدم على التعاقد لشراء منتج معين ما لم تكن هذه السلعة متطابقة مع رغبة من أوصاف مادية في المنتج كإمينة لديه (د/ محمد عمر عبد الباقي، 2008، ص 231)، وهي قد تكون متوجات استهلاكية أو خدمات تقدم للطالب.

أولا- الالتزام بإعطاء الوصف المادي للمنتج:

يقع على البائع التزام قانوني بإعلام المشتري أو المستهلك بمواصفات المنتج وكل خصائصه حسبما حدده في المادة 10 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي نصت على أنه: « يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته».

كما ألزم المشرع على المنتج أو البائع أن يضع الوسم في المنتج بصورة ظاهرة لتلبية رغبات المستهلك في أحكام المادة 11 فقرة 01 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه: «يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه وميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته للازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله».

وقد أكدت محكمة النقض الفرنسية هذا الالتزام الواقع على المنتج بضرورة إعلام المشتري أو المستهلك بكل أوصاف الحالة المادية للمنتج في حكم لها مؤرخ في 13/05/1986 بقولها: «إذا كانت المادة العازلة للحرائق هي التي أدت إلى سرعة انتشار الحريق وما استتبعه من انهيار المصنع الذي لم يمضي على إنشائه سوى ستة أشهر، فإن الشركة المنتجة تكون مسؤولة عن جميع هذه الأضرار ما دام أنها لم توضح في بطاقة طريقة الاستعمال أن تلك المادة شديدة القابلية للاشتعال بل ذكرت على العكس أنها عازل جيد للحرارة، وقابلة للانطفاء تلقائياً، الأمر الذي يفهم منه أنها لا تساعد على انتشار الحريق» (علي سيد حسن، 1990، ص 88).

ثانياً- الالتزام بالإعلام حول الخدمات المقدمة:

إن الإعلام حول جودة الخدمة المقدمة للمستهلك مرتبط بشخص مقدم الخدمة وهذا ما يؤدي بمقدمها أن تصبح شخصيته محل اعتبار لدى المستهلك الذي يصر على أن يقدم له الخدمة شخص معني أو شركة معينة الأمر الذي يجعل الخدمة تختلف على المنتج باعتبار الأولى ذات اعتبار معنوي بينما الثانية ذات اعتبار مادي ورغم ذلك سوى بينهما المشرع في أحكام المادة 03 فقرة 10 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إذ عرف المنتج بأنه: «كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً».

ويقع على التاجر أو مقدم الخدمة أن تكون متطابقة مع رغبات المستهلك بحيث لا تسبب له أي ضرر مادي أو معنوي حسبما حدده المشرع في أحكام المادة 13 من القانون رقم 09-03 بقوله: «يجب أن لا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية وأن لا تسبب له ضرراً معنوياً».

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام بكيفية استعمال الشيء المبيع وحفظه
إن البائع أو المتدخل في تقديم المواد الاستهلاكية للمشتري أو المستهلك يقع عليه التزام جوهري تمثل في إعلام المشتري بطريقة استعمال الشيء المبيع حتى يتمكن هذا الأخير في الحصول على الفائدة المرجوة من الشيء الذي اقتناه ويتفادى كذلك الأضرار التي تصيبه في حالة استعماله الخاطئ للشيء المبيع وقت استهلاكه، وأي تقاعس من البائع في هذا المجال يعرضه لأحكام المسؤولية المدنية (على سيد حسن، 1990، ص 88). غير أن الشيء المبيع يختلف في كيفية استعماله بين المواد المرتبطة بصحة الإنسان وبين الوسائل المتعلقة بأمنه.

أولاً- المواد الغذائية:

عرف المشرع في أحكام المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المواد الغذائية بأنها: «كل مادة معالجة أو معالجة جزئياً أو خام موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة في شكل أدوية أو مواد تجميل أو مواد التبغ».

ونظراً لأن هذه المواد الغذائية قد تحتوي على مكونات أو مركبات قد تحدث أضراراً بالمستهلك الذي يعاني من حساسية لمركب غذائي معين لهذا أوجب المشرع على المتدخل (كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش) أن يضع الوسم وكل البيانات لمكونات ومركبات المادة الغذائية الموضوعة للاستهلاك وتحذيرات استعمالها.

ثانياً- المواد الصيدلانية والطبية:

إن المواد الصيدلانية قد تكون أدوية وقد تكون وسائل استعمال صيدلانية، فيقع على الصيدلي إخطار المريض بطرق استعمال الدواء باعتباره الوحيد المرخص له ببيع الدواء للمستهلك وهو المريض.

والإعلام المقصود هنا لا يكتفي فقط حول ما هو وارد في الوصفة الطبية وإنما يقع على الصيدلي التزام شرح طرق استعمال هذا الدواء وإعلامه حول تجنب

استعمال الدواء مع دواء آخر لمنع المضاعفات وهو الأمر الذي حدده المشرع في المادة 144 من المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 06/07/1992 المتعلق بمدونة أخلاقية الطبيب.

أما الوسائل والأدوات الصيدلانية كوسائل قياس ضغط الدم والسكر أ، التجهيزات التي تساعد على المشي مثلا فإنه يقع على الصيدلي إرشاد وتبين كيفية الاستعمال وهو يدخل ضمن التزامه بالإعلام.

ثالثا- مواد التجميل والمواد الكيماوية:

إن البائع أو المتدخل في عملية عرض المواد الكيماوية و مواد التجميل للاستهلاك ملزم بإخطار وإعلام المشتري بطريقة استعمال الشيء المباع بما يمكن المشتري من الحصول على الفائدة التي يرغب فيها وكذلك يتفادى الأخطار في حالة استعماله بطريق خاطئ ويكون ذلك عن طريق الإعلام الوارد في وسم هذه السلعة.

ونظرا لما ترتبه المواد الكيماوية والتجميلية من أضرار على صحة المستهلكين خاصة عند استعماله بصورة خاطئة فإن المشرع والقضاء شدد في مسؤولية المتدخلين في ذلك قضت المحكمة الاستئنافية بباريس في حكم لها مؤرخ في 13/12/1954 الذي جاء فيه: «إن صانع صبغة الشعر الذي يدون في طريقة الاستعمال خلاف لرأي أحد الأطباء المتخصصين، أنه لا يلزم إجراء اختبار مبدئي على الجلد، ما دام أن الفاصل الزمني بين الاستعمال السابق والاستعمال التالي له يقل عن شهرين، يكون مسؤولا عن الأضرار التي لحقت بإحدى عميلات مصفف الشعر نتيجة لإتباع هذا البيان الخاطئ».

رابعا- المواد الميكانيكية أو الإلكترونية ذات التقنية العالية:

نظرا لأن التعامل في المواد الميكانيكية والإلكترونية عالية التقنية تلعب بيئتها دورا كبيرا في خلق مركز الضعف الذي يوجد فيه المشتري أو المستهلك الناتج عن الضغط الممارس عليه حتى قبل التعاقد من خلال الدعاية الكثيرة لترويج هذا النوع من السلع مما يرتب التزام جوهرى على عاتق المتدخل في عرض السلع للاستهلاك سواء كان منتجا أو موزعا أو بائعا إعلام وتبصير المشتري أو المستهلك بكل طرق استعمال الشيء المباع.

لهذا استقر القضاء الفرنسي على أنه لكي يعمل الجهاز المبيع بطريقة منتظمة ويحقق للمشتري الانتفاع بالشيء المبيع على أكمل وجه وفقا للدرجة التي تولدت لديه لحظة شراء الجهاز، فلا يكفي فقط تركيب البائع أو الموزع للجهاز المبيع وتشغيله وتجريبه بل يجب عليه وإعلام المشتري بكافة البيانات والمكونات الخاصة بكيفية تشغيل الجهاز وطريقة استخدامه نصحه حول الاحتياطات اللازمة الواجب اتخاذها عند تشغيل الجهاز حتى يتجنب حصول أي عطل أو خلل مع تحذيره من المخاطر الكامنة في الجهاز إذا كان من الأشياء الخطرة كأجهزة التدفئة التي تعمل بالغاز الطبيعي (د/ ممدوح محمد علي مبروك، 2003، ص 78).

والتزام البائع بإعلام المشتري أو المستهلك بكيفية استعمال الشيء المبيع وتحذيره ليس معناه تدريب المشتري و تثقيفه لكيفية استعمال الجهاز وإنما إعلامه بصورة تساعده فقط على استعمال الجهاز وتجنب مخاطره.

الفرع الثالث: الالتزام بالإعلام حول مخاطر المبيع

لا يكفي أن يقوم البائع بإعلام المشتري أو المستهلك بطريقة استعمال الشيء المبيع والطرق الكفيلة للانتفاع به وفق الرغبة التي ارتسمت لدى المشتري عند التعاقد، وإنما يقع عليه التزام آخر وهو تحذيره من المخاطر التي تنجم عن استعمال الشيء المبيع أو حيازته والاحتفاظ به (د/ علي سيد حسن، 1990، ص 89)، وأي إخلال بهذا الإعلام يرتب مسؤولية البائع منتجاً كان أو موزعاً اتجاه المشتري أو المستهلك. ويتميز التحذير والإعلام حول مخاطر المبيع بجملة من الخصائص والشروط يؤدي إغفالها مسؤولية البائع بالتعويض اتجاه المشتري أو المستهلك وهي أن يكون الإعلام كاملاً وواضحاً وثابتاً ولصيق بالمنتج، الأمر الذي أكدته المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

أولاً- لا بد أن يكون الإعلام حول مخاطر المبيع كاملاً:

إن مبدأ حسن النية الذي يهيمن على عقود الاستهلاك والثقة التي يوليها المشتري أو المستهلك للبائع المهني سواء كان منتجاً أو موزعاً يلزم عليه أن يكون أميناً في لفت العملاء إلى المخاطر التي تحقق بهم من اقتنائهم للسلع التي تحمل في طبيعتها مخاطر أو تشكل خطورة على صحتهم وأحوالهم عند الاستعمال، ولا يتأتى

ذلك إلا إذا كان الإعلام والتحذير كاملا ووافيا بجميع المخاطر التي تميز المبيع وأي إخلال بذلك يؤدي إلى تحمل البائع عن الأضرار التي تلحق بالمشتري أو المستهلك. وإلى هذا المبدأ ذهبت محكمة النقض الفرنسية في عدة أحكام لها إلى التشديد في مسؤولية المنتج المخل بإخطار المشتري كاملا وبصورة واضحة حول مخاطر المبيع إذ جاء في قرار مؤرخ في 1982/12/14 على أنه: «إذا أصيب مزارع بعجز دائم في عينه نتيجة تطاير بصفة ذرات من المادة المقاومة للطفيليات يفعل الريح فإن المنتج يكون مسؤولا عن هذه الإصابة، ولا يمكنه الإفلات من المسؤولية بالاستناد إلى قيامه بلفت انتباه العملاء إلى ضرورة غسل الوجه واليدين بعد استعمال هذه المادة و عدم تركها فترة طويلة على الجلد إذ كان عليه أن يبين لهم، على وجه الدقة، وبكل وضوح مخاطرها الجسيمة على العينين حتى يتسنى لهم اتخاذ الاحتياطات اللازمة لتجنبها».

وقد أكد المشرع الجزائري في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 1990/11/10 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 2005/12/22 على هذا التحذير وضرورة أن يكون كاملا وشاملا لكل مواصفات المنتج المعروض للاستهلاك بصورة واضحة وذلك في أحكام المادة 06 التي تنص على أنه: «حسب الشروط ومراعاة الاستثناءات المنصوص عليها في المواد المذكورة أدناه يتضمن وسم المواد الغذائية المنصوص عليه في الفقرة 02 من المادة الأولى أعلاه البيانات الآتية: 1- تسمية المبيع، 2- الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا، 3- اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموجب أو الموزع أو المستورد، إذا كانت المادة مستوردة، 4- البلد الأصلي و/ أو بلد المنشأ، 5- تحديد حصة الصنع، 6- طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية، 7- تاريخ الصنع أو التوضيب وتاريخ الصلاحية الدنيا أو في حالة المواد الغذائية سريعة التلف ميكروبيولوجيا، التاريخ الأقصى للاستهلاك، 8- قائمة المكونات، 9- الشروط الخاصة بالحفظ، 10- بيان نسبة حجم الكحول المكتسب للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1.2 من الكحول حسب الحكم 11 إذا اقتضى الحال بيان معالجة

بالأشعة الأمونية أو معالجة بواسطة الأيونات أو رمز الإشعاع العالمي بقرب اسم الغذاء مباشرة.

يمكن أن تعفى بعض المنتوجات أو عائلات المنتوجات من الإشارة إلى بيان أو عدة بيانات منصوص عليها أعلاه بقرار من الوزير المكلف بحماسة المستهلك وقمع الغش».

ثانيا- لا بد أن يكون الإعلام حول مخاطر المبيع واضحا:

يقصد بالوضوح في الإعلام حول مخاطر المبيع هو أن يكون التحذير ميسور الفهم واضح الدلالة لا يحمل أي غموض أو عسر في الفهم ولا يكون ذلك إلا بلغة بسيطة مفهومة للعموم، خالية من أي مصطلحات فنية معقدة وهذا حتى يتمكن المشتري أو المستهلك الإحاطة علما بمخاطر المبيع عند سوء استعماله (د/ شهيدة فادة، 207، ص 114).

ولقد نص المشرع الجزائري في أحكام المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 484-05 المؤرخ في 2005/12/22 على أنه: « يجب أن تحرر بيانات الوسم باللغة العربية وعلى سبيل الإضافة والاختيار بلغة أو بلغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلكين وتسجل في مكان ظاهر بطريقة تجعلها مرئية وواضحة القراءة ومتعذر محوها في الشروط العادية للبيع».

ثالثا- لا بد أن يكون الإعلام حول مخاطر المبيع في بيانات يتم لصقها على المنتج

إن الإعلام والتحذير حول مخاطر المبيع لا يحقق غايته بإعلام المشتري قبل إقدامه على شراء السلع الاستهلاكية إلا إذا كان هذا الإعلام مكتوب وموضوع بصورة لصيقة بالمنتج، بحيث يكون هذا الإعلام مرتبط بالمنتج حتى وإن تم التخلص من الغلاف أو العبوة الكرتونية الموضوعة فيه.

وقد ألزم المشرع الجزائري ذلك في أحكام المادة 05 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 484-05 المؤرخ في 2005/12/22 بقولها: « عندما تكون بيانات الوسم موضوعة على البطاقة يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التعبئة عندما يكون الوعاء مغطى بتعبئة، يجب أن تظهر كل البيانات اللازمة على هذه الأخيرة أو على بطاقة الوعاء التي يجب أن تكون سهلة القراءة في هذه الحالة بوضوح وغير مختفي بالتعبئة، تمنع كل كتابة كلمة فوق أخرى أو إضافة على الوسم».

المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

باعتبار أن الالتزام بالإعلام التزام عقدي يوجب على البائع تزويد المشتري أو المستهلك بكل المعلومات الخاصة بالبيع حتى يمكن له الانتفاع بالشيء المبيع وفق الرغبة الاستهلاكية التي تولدت لديه حتى قبل التعاقد واقتناء الشيء المبيع، ويترتب على إخلال البائع بالالتزام بالإعلام مسؤوليته في تعويض المشتري أو المستهلك. وإذا كان إخلال المتدخل في عرض المواد الاستهلاكية للتداول في إعلام المشتري أو المستهلك إعلاما كافيا وشاملا للمواد المعروضة للبيع يترتب عدة جزاءات منها المدنية والجزائية والإدارية وقد ركزت في معرض هذه الدراسة فقط على الجزاءات المدنية من جهة ونبرز طرق إثبات وقيام هذه المسؤولية من جهة أخرى إذ نتطرق في الفرع الأول إلى طرق إثبات إخلال البائع بالالتزام بالإعلام، وفي الفرع الثاني المسؤولية المدنية المترتبة على الإخلال بالالتزام بالإعلام.

الفرع الأول: طرق إثبات إخلال البائع بالالتزام بالإعلام

إذا كانت القاعدة العامة أنه يقع على المدعي وهو المشتري أو المستهلك في هذا الفرض إثبات قيام التزام المدعي عليه وهو البائع بالإعلام وإخلاله بذلك، ويقع على هذا الأخير إثبات التخلص منه وهذا تقيد بأحكام المادة 323 من القانون المدني التي تنص على أنه: «على الدائن إثبات الالتزام وعلى المدني إثبات التخلص منه» (د/ شهيدة قادة، 207، ص 250).

وهو نفس الاتجاه الذي تبنته المحكمة العليا إذ تعتبر أن مخالفة المبدأ الوارد في أحكام المادة 323 انتهاك لقواعد الإثبات مما يستوجب النقض والإبطال (قرار المحكمة العليا 1987/06/30 م ق عدد 9 سنة 1990، ص 30).

وتحديد على من يقع عليه عبء الإثبات عند إخلال البائع بالتزامه بإعلام المشتري بجميع مكونات وعناصر البيع والمخاطر الكامنة فيه تختلف حسب طبيعة هذا الالتزام، فإذا كان الحق في الإعلام التزاما بتحقيق نتيجة فإنه يكفي المشتري أو المستهلك أن ثبت عدم تحقق النتيجة لتقوم مسؤولية البائع عن إخلاله بالالتزام بالإعلام، أما إذا كان الحق في الإعلام التزاما ببذل عناية فإنه يجب على المشتري أن

يثبت خطأ البائع وإهماله في الإعلام لتقوم مسؤولية البائع. ونظرا لغياب نص يبين الجزاء المترتب على لإخلال البائع بإعلام المشتري بالمبيع، فإنه يتم إثبات هذا الإخلال تبعا للقواعد العامة الواردة في أحكام المادة 323 من القانون المدني باعتبار أن حق الإعلام هو التزام ببذل عناية يقع على المدعي وهو المشتري إثبات عدم إعلامه بكل مواصفات المبيع وطرق استعماله من طرف البائع.

الفرع الثاني: المسؤولية المدنية المترتبة على الإخلال بالالتزام بالإعلام

نظرا لأن قانون حماية المستهلك وقمع الغش الذي نص في أحكام المادة 17 منه على التزام البائع إعلام المشتري أو المستهلك بجميع مواصفات الشيء المبيع وطرق استعماله أو استهلاكه وإخطاره بمكامن الخطر فيه، غير أنه لم يبين صراحة لا في ذات النص أو نصوص لاحقة جزاء إخلال البائع بواجبه بالإعلام التي تؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك الأمر الذي جعل الفقه والقضاء يلجأ إلى تسخير الأحكام الخاصة بنظرية عيوب الإرادة سواء عند المطالبة بإبطال العقد أو التعويض.

أولا- دعوى إبطال العقد نتيجة عيوب الإرادة:

تتضمن نظرية عيوب الإرادة القائمة على مبدأ سلطان الإرادة على وجود واجب ضمني بالإعلام له انعكاساته على رضا المتعاقد والمتمثل بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام، فعدم تقديم المعلومات والبيانات الخاصة بالشيء المبيع للمشتري قد يوقعه في غلط كما أن كتمان البائع لأحد البيانات لكيفية استعمال الشيء المبيع يؤدي إلى تدلس المشتري ودفعه إلى التعاقد كما أن عدم العلم الكافي بالشيء المبيع يجعل هذا الأخير قابلا للإبطال.

أ- إبطالا العقد لوقوع المشتري في غلط:

يعتبر الغلط عيب يشوب رضا المتعاقد باعتباره يمثل وهم يقع في ذهن الشخص المتعاقد بحيث يصور له الأمر على غير حقيقته فيدفع إلى التعاقد لتلبية الرغبة التي تولدت لديه أثناء إبرام العقد في حين هذه الرغبة لم تتحقق عند الشراء وهو الأمر الذي جعل المشرع للمتعاقد الحق في طلب إبطال العقد نتيجة هذا الغلط وهذا في صريح المادة 81 من القانون المدني التي تنص على أنه: «يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله».

غير أن الغلط الذي يبرر إبطال العقد لا بد أن يكون جوهريا أي يمس صفة الشيء المبيع أو صفة الشخصي الذي يقدم الخدمة الأمر الذي أكدته المشرع في أحكام المادة 82 من القانون المدني التي تنص على أنه: «يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط، ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة للشيء يراها المتعاقدان جوهرية، أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد».

وحتى يكون تخلف إعلام المشتري بالبيانات والمعلومات الخاصة بالشيء المبيع يمثل غلطا يبرر له دعوى إبطال عقد البيع لا بد أن يكون عدم الإعلام ينصب على بيانات ومعلومات جوهرية في العقد وهي تكون كذلك عندما تتخلف إعلام المشتري بالمعلومات والخصائص المتعلقة بالمنتج أو الشيء المبيع وكيفية استعماله وأن هذه المعلومات هي التي دفعت المشتري لإبرام العقد وأن عدم العلم بها ما كان له أن يبرم هذا العقد وهو الأمر الذي أكدته المحكمة العليا في قرارها الصادر بتاريخ 14/11/1988 تحت رقم 49339 والذي جاء فيه: «من المقرر قانونا أنه يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهرى وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله، ومن المقرر أيضا أنه يعتبر الغلط جوهريا إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته ومن ثم فإن القضاء بما يخالف هذين المبدأين يعد خرقا للقانون، ولما كان في قضية الحال أن الطاعن لم يلتزم بالعقد إلا على اعتبار صفة المهندس المطعون ضده دون أن يقدم هذا الأخير أية وثيقة تثبت صفته هذه فإن قضاء المجلس بتأييدهم للحكم المستأنف القاضي على الطاعن أن يدفع للمطعون ضده أجوره المستحقة خرقوا القانون» (المجلة القضائية عدد 04 سنة 1990، ص 147).

ب- إبطال العقد لوقوع المشتري في التدليس:

يتجه الفقه المقارن على تأسيس التزام البائع بالإعلام بأن يقع عليه واجب جوهرى اتجاه المشتري بعدم الكتمان وبالتالي فإن أي إخفاء للمعلومات الخاصة بالمبيع يصبح بالضرورة من بين التغيرير بنية التضليل لأجل دفع المتعاقد وهو المشتري

وانصراف قصده لإبرام العقد وشراء السلع عن طريق عدم إعلامه والكتمان عليه لتضليله مما يمثل تدليسا مبرر لإبطال العقد (د/ بلحاج العربي، 2015، ص 344).

وحصر الفقه والقضاء المقارن عدم الكتمان المولد للتدليس في حق الباعة المحترفين وهذا انطلاقاً من منعهم من كتمان المعلومة عن المشتري ذلك أن اقتران الكتمان بصفة الاحتراف لدى البائع يجعل منه بالضرورة بائعاً مدلساً مخلاً بالتزامه بالإعلام الأمر الذي أكدته محكمة النقض الفرنسية في حكم لها مؤرخ في 13/10/1980 بقولها: «تعد مدلسة البائعة المحترفة التي كتمت عن المشتري عدم تحصلها بعد على التصاريح اللازمة لاستغلال قاعة الاحتفالات» (د/ فدوى قهواجي، 2008، ص 199).

غير أنه حتى يمكن إبطال العقد الناتج عن الكتمان وعدم الإعلام المكون لصورة التدليس، لا بد أن يقوم على عنصر وقصد التظليل لدى البائع المتمثل في كتمان حقيقة المبيع أو إخفاء عيوبه وهو ما يسمى بالسكوت العمدي أو بالكذب المفضوح وفقاً لما هو وارد في أحكام المادة 86 فقرة 02 من القانون المدني التي مفادها « ويعتبر تدليسا السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة وهذه الملابسة».

ج- إبطال العقد لعدم علم المشتري علماً كافياً بالمبيع:

إن التزام البائع بإعلام المشتري أو المستهلك بجميع المعلومات الخاصة بالشيء المبيع أو الخدمات المقدمة ومخاطرها عند سوء استعمالها المنصوص عنه في أحكام المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش تجد كذلك تأسيساً لها في أحكام المادة 352 من القانون المدني التي تنص على أنه: « يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه، وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالماً بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع». وإذا كان يقع على البائع إعلام المشتري بالشيء المبيع حول مواصفاته وطرق استعماله وكيفية تفادي مخاطره عند الخطأ في طرق استعماله فإن هذا الإعلام يدخل ضمن أحكام المادة 352 من القانون المدني التي تعطي للمشتري حق طلب إبطال العقد، ولكن بشرط أن يكون عدم إعلام المشتري ناتجاً عن غش من طرف البائع.

ثانيا- دعوى التعويض:

رغم أن المشرع الجزائري نص في أحكام المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على التزام البائع سواء كان منتجا أو موزعا بإعلام المشتري بكافة المعلومات الخاصة بالشيء المباع غير أنه لم يرتب في ذات النص أو غيره على المسؤولية المدنية المترتبة في عدم الإعلام وكيفية تقرير التعويض وتقديره الأمر الذي يؤدي بنا إلى استعارة المادة 140 مكرر فقرة أولى من القانون المدني لحل الإشكال والتي تنص على أنه: « يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية». ونظرا لأن المشرع ذكر مسؤولية المنتج بالتعويض يؤدي بالضرورة إن الملزم بالتعويض يشترط ضرورة توافر في حقه صفة الاحتراف لهذا نميز بين مسؤولية البائع المحترف بالتعويض عن إخلاله بالالتزام بالإعلام، ثم مسؤولية البائع العرضي وذلك على النحو الآتي:

أ- مسؤولية البائع المحترف بالتعويض لإخلاله بالالتزام بالإعلام:

إن البائع المحترف وهو الذي يتخذ من التجارة من شيء أو سلعة معينة حرفة لديه سواء كان منتجا أو موزعا أو تاجرا هو أدري الناس فيما ينتجه أو تسويقه للمستهلكين لهذا يفترض فيه العلم بعيب الشيء وما يحكمه من مخاطر خاصة عند استعماله، وهو في ذلك يتساوى مع البائع سيء النية الذي يعلم بالعيب الخفي ثم يكتتم ذلك ولا يخطر به المشتري الأمر الذي يجعله مسؤولا بأداء التعويضات تجاه المشتري أو المستهلك إذا تسبب له السلعة إضرارا عند استعمالها وهذا ما أكده المشرع في أحكام المادة 140 مكرر فقرة أولى من القانون المدني (د/ السيد محمد السيد عمران، 1999، ص 110).

وبالتالي فإن صفة الاحتراف في البائع شرطا لقيام مسؤوليته بالتعويض باعتبار أن المشرع ذكر في أحكام المادة 144 مكرر من القانون المدني المنتج وهو بائع محترف لقيام المسؤولية بالتعويض وهو الأمر الذي استقر عليه الفقه والقضاء الفرنسي إذ قرر في حكم صادر عن محكمة النقض الفرنسية الغرفة التجارية بتاريخ

1971/04/27 على أنه: «كل صانع يلتزم بالعلم بعيوب الشيء الذي يضعه ويجب عليه رغم جميع الاشتراطات التي تسقط مقدما ضمانا للعيوب الخفية تعويض جميع النتائج الضارة والمترتبة على هذه العيوب».

والاحتراف هنا قد يكون لدى البائع أو المشتري وفي هذا استقرت المحكمة العليا على اعتبار أن الحرفي لا يمكنه الإدعاء بالتدليس إذ يمكن في معاينة الشيء المباع قبل إجراء عملية الشراء إذ قررت في حكم لها صادر عن الغرفة المدنية بتاريخ 1993/06/23 على أنه: «حيث أنه من دراسة القرار المطعون فيه يتبين أن إبرام عقد البيع تم بعد المزاد العلني، وبعد معاينة الأشياء المباعة وطبقا أن الطاعن (وهو المشتري) الحرفي لا يمكنه الإدعاء بالغش والتدليس طبقا للمادة 86 من القانون المدني ما دام أن البيع تم عن طريق المزاد العلني وإن كان بإمكانه أن يعين الشيء المباع قبل المشاركة في المزاد العلني».

ب- مدى مسؤولية البائع العرضي عند إخلاله بالالتزام بالإعلام:

إن البائع العرضي هو الشخص الذي لا يتخذ من البيع حرفة له، إذ أن هذا البائع لا تتوافر لديه الخبرة الكاملة بالشيء المباع ولا تتوافر لديه القدرة المالية على تأسيس المسؤولية عما يحدثه المبيع في أضرار، فهو غير ملزم بالإعلام كما ورد في أحكام المادة 17 من قانون حماية المستهلك باعتبار أن هذه الآلية موجهة إلى المتدخل في عملية وضع المواد الاستهلاكية للبيع وهو بل شك البائع المحترف أي التاجر أو المنتج أو الموزع.

لهذا فإن الفقه والقضاء المقارن مستقر على أن البائع العرضي حسن النية لالا يلتزم إلا برد جزء من الثمن يحدده أهل الخبرة دون أي تعويضات في حالة ما إذا اختار المشتري إبقاء الشيء المباع، أما إذا اختار المشتري رد المبيع فإن البائع العرضي من يلتزم فقط برد ثمن المبيع والمصروفات التي أوجبهها البيع فقط (د/ محمود جمال الدين زكي، سنة 1978، ص 43).

الخاتمة

من خلال هذه الدراسة المستفيضة للالتزام البائع بالإعلام في عقد البيع تبين لنا بوضوح أن هذا الحق تقرر لمصلحة المشتري أو المستهلك وهذا لأجل تحقيق

التوازن التعاقدى باعتبار أن المشتري شخص جاهل بالمبيع ومدفوع بالرغبة لاقتناء المواد الاستهلاكية نتيجة تأثير الدعاية، والبائع شخص عالم بالشيء المبيع بصورة كافية لكل المخاطر التي يربتها الشيء المبيع فكان لزاما لتحقيق العدالة العقدية تقرير هذا الالتزام وتحميل البائع بالمسؤولية العقدية من أي إخلال بالإعلام في حالة وقوع ضرر للمستهلك يكون ملزما بالتعويض.

غير أن الملاحظ أن الالتزام بالإعلام وإن كان المشرع قد نص عليه في القواعد الخاصة في قانون حماية المستهلك ومختلف القوانين الخاصة فإن ترتيب المسؤولية والتعويض تركها ضمن الأحكام الواردة في القانون المدني سواء وفقا لأحكام المادة 86 أو 107 أو 124 من القانون المدني وهي غير كافية لتحقيق الهدف الذي شرع لأجله الالتزام بالإعلام مما يقتضي بالضرورة تدخل المشرع لتحديد أحكام المسؤولية والتعويض عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في ظل القوانين الخاصة بالتحديد في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش منعا لتضارب النصوص والأحكام.

المراجع

أولا - الكتب

1. السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإخبار، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر 1999.
2. د/ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف، بالإسكندرية، مصر 2008.
3. د/ فدوى قهواجي، ضمان عيوب المبيع، فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، المحجلة الكبرى، مصر 2008.
4. د/ علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 1990.
5. ممدوح محمد علي مبروك، الالتزام بصيانة الشيء المبيع، دراسة مقارنة بين القانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلاميين، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 2003.
6. د/ شهيدة قادة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر 207.

7. د/ بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزامات في القانون المدني الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2015.

8. د/ محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، صمر 1978.

ثانيا-المقالات

1. د/ شهيدة قادة، التزام المهندس المعماري والمقاول بالإعلام والتوجيه في عقد المقاولة، مجلة دراسات قانونية مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامع أبو بكر بلقايدتلسمان العدد 03، سنة 2006.

ثالثا- النصوص القانونية

1. الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
2. القانون رقم 08-09 المؤرخ في 2008/02/25 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.
3. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش.
4. المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 1992/07/06 المتعلق بمدونة أخلاقية الطب.

5. المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 1990/11/10 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضا المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 2005/12/22.



researches review and legal, political studies

semi-annual academic and scientific review interested about political and legal studies

جميع المراسلات توجه باسم
عميد كلية الحقوق والعلوم السياسية
جامعة البليدة - 2
البريد الإلكتروني
blida2droit.revue@gmail.com



10

january 2017