

الالتزام بالإفشاء⁽¹⁾ عنصر من ضمان سلامة المستهلك

د. سي يوسف زاهية حورية

أستاذة محاضرة

كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو

مقدمة

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

1- فضلنا استعمال مصطلح الإفشاء بدلا من الإعلام، لأن الإعلام أوسع من الإفشاء. فمصطلح الإفشاء ينصرف إلى تقديم للمستهلك مختلف البيانات أثناء تنفيذ العقد. أما مصطلح الإعلام لغة هو تحصيل حقيقة الشيء أي معرفته. واصطلاحا هو عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة، مسموعة، مرئية أو مكتوبة، ويشترط فيه المصداقية والوضوح. فلقد نصت المادة 2 من قانون الإعلام الجزائري رقم 82-01 المؤرخ في 6 فبراير 1982. : أن الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي. وللإعلام في مجال حماية المستهلك صورتين، إعلام قبل التعاقد والذي يقصد منه (الإشهار أو الإعلان التجاري) وإما الإعلام التعاقدية والذي يحتمل معان معينة ومنها الإفشاء أي ما يطلق عليه في مجال حماية المستهلك (الوسم). وفي جميع الأحوال أن الإعلام سوء كان قبل التعاقد أو أثناءه فهو يهدف إلى تبصير المستهلك.

فإذا كانت المنتجات التي يفرزها التطور الصناعي حققت وما زالت تحقق المتعة والرفاهية للمستهلك⁽¹⁾ مكنته من تذليل للعقبات سواء في الاستهلاك الشخصي، أو العائلي أو المهني، إلا أنها في الوقت نفسه سببت له أضرار بليغة لكونه يقدم على استهلاكها دون أن يبالي بجسامة الأخطار التي تهدده في سلامة جسده وممتلكاته. ولذا كان لابد أن يتقرر للمستهلك - عند إقدامه على اقتناء السلعة- حق في مواجهة المنتجين و كذا الموزعين، بإعلامه بحقيقة السلعة وعناصرها ومواصفاتها وصلاحيتها وكيفية تفادي المخاطر التي تنجم عن سوء الاستعمال.

وقد عملت مختلف التشريعات تحت تأثير جهود القضاء على اتخاذ وسائل للحد من مثل هذه الأضرار التي تلازم المستهلك في جميع مراحل حياته. إذ كان للقضاء الفرنسي دورا لا يستهان في إقرار نوع من الحماية للمستهلك. فكانت أول خطوة، هي محاولة تفعيل نصوص القانون المدني لضمان حماية أوسع للمستهلك⁽²⁾، خاصة وأن القواعد العامة

¹ - إن المستهلك المقصود بالحماية من الدعاية الكاذبة، هو كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني بمقابل أو مجانا سلعا أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به. (أنظر المادة 1/3 من قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادرة في 8 مارس 2009. وكما يعرفه المشرع الإماراتي في المادة الأولى من القانون الاتحادي رقم 24 لسنة 2006 بأنه: كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو من دون مقابل إشباعا لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين ."

² - لأن واضعي المجموعة المدنية آنذاك لم يتفطنوا لما سيفر عنه التقدم الصناعي من منتجات وما سينجم عنه من مخاطر تمس بسلامة المستهلك وممتلكاته. أنظر في هذا الصدد

الواردة حول ضمان العيوب الخفية لا تحقق حماية فعالة سيما في مواجهة نوع من الأضرار التي تنجم عن العيوب والماسة بسلامة جسد المستهلك. كأن يصاب المشتري بحروق بسبب انفجار السلعة التي اشتراها وهي معيبة، فمثل هذه السلعة أصبحت خطرة لوجود عيب فيها. ضف إلى ذلك صعوبة الحصول على التعويض حتى بالنسبة للأضرار التجارية لما تفرضه هذه القواعد من قيود، كإثبات شروط العيب من قدم وخفاء وتأثير، والمدة القصيرة لرفع دعوى الضمان وكذا قصور دعوى المسؤولية للإخلال بالتزام تسليم منتج مطابق للمواصفات عن تحقيق حماية للمستهلك لما تتطلبه من تحديد هذه المواصفات وإخطار البائع بها.

ولذلك فإن ضمان سلامة المستهلك من المنتجات المعيبة قاصر، مما أدى بالقضاء إلى ابتداء نوع من الالتزام بضمان السلامة المستقل عن ضمان العيوب الخفية الذي يلقي على كاهل المهني بصفة عامة والمنتج بصفة خاصة، التزامات تهدف إلى تحقيق قدر أكبر من الحماية للمستهلك. وهذه الالتزامات تتمثل فيما يلي: التزام المنتج بالإفشاء، والتزامه باتخاذ مجمل الاحتياطات من أول مرحلة الإنتاج إلى آخر مرحلة وصول السلعة إلى المستهلك.

فالالتزام بالإفشاء يعد إجراء وقائياً، يتمثل في تقديم البيانات حول كيفية استخدام المنتج واستهلاكه وتحذيره من المخاطر، خاصة بالنسبة للمنتجات الخطرة. أما الالتزام الثاني، فهو إجراء وقائي أيضاً

د/ علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دار النهضة العربية القاهرة 1990، ص

يتمثل في التزام المنتج باتخاذ مجمل الاحتياطات لمنع تعيب المنتج، سواء قبل الإنتاج أي وجوب الحصول على الترخيص، وأثناء عملية الإنتاج (إخضاع منتوجاته لرقابة ذاتية أي التأكد من سلامة المواد الأولية ونظافتها وغيرها (المادة 4 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.)، وكذا بعد الإنتاج وقبل عرضه على المستهلكين فالمنتج يلتزم بإخضاع منتوجاته للمطابقة (المادة 12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش). وهذه الالتزامات أخذت بها معظم التشريعات تقريبا انطلاقا من صدور التوجيه الأوروبي رقم 85-389 المؤرخ في 25 يوليو 1985 المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة. والذي وسع من مفهوم العيب، وأصبح لا يشمل العيب الذي ينقص من قيمة الشيء بل العيب الذي يجعل الشيء في نفس الوقت غير آمن للمستهلك، لأن ذلك قد يصيبه بضرر في جسده وأمواله. وقد أدخل المشرع الفرنسي نصوص هذا التوجيه في التقنين المدني بمقتضى القانون رقم 98-389 المؤرخ في 19 مايو 1998، ونقل مشرعا هذا في تدخله الأخير في 2005 بموجب المادة 140 مكرر من التقنين المدني الجزائري. وبناء على ذلك، فإن عدم الامتثال لهذه الالتزامات بعد عيبا قد يلحق الأذى بالمستهلك.

وفي بحثنا هذا سنقتصر على إلقاء الضوء حول التزام الإفشاء أي الإعلام التعاقدى الذي ينشأ على عاتق المنتج بعد تنفيذ العقد والذي يتمثل في تقديم البيانات الفنية والمعلومات اللازمة بعد اقتناء المنتج لحماية المستهلك أي هو عنصر لضمان سلامة المستهلك. وهذا ماجاء به المشرع الجزائري أخيرا في قانون حماية المستهلك وقمع الغش- المشار

إليه سلفا في الهامش-، بعنوان إلزامية إعلام المستهلك، وذلك في المادة 17 منه.

لكن التساؤل الذي يطرح : ما يقصد بهذا الالتزام (المطلب الأول) وما هو مضمونه (المطلب الثاني)، ونطاقه (المطلب الثالث) وأخيرا ما هي طبيعته (المطلب الثالث) ؟ وهذه النقاط كلها سنجيب عليها فيما يلي.

المطلب الأول: المقصود بالالتزام بالإفضاء

إن الالتزام بالإفضاء، أقره القضاء، وأيده الفقه حديثا كنتيجة طبيعية للثورة الصناعية والتقدم العلمي والتكنولوجي، لذا بات أمرا ملحا وضع المستهلك في مأمن ضد مخاطر المنتج المسلم إليه. ويقصد به إحاطة المشتري علما بمكونات السلعة وخصائصها وبالطريقة السليمة لاستعمالها، وكذا لفت انتباهه إلى المخاطر الكامنة في السلعة وتوجيهه إلى اتخاذ احتياطات معينة أثناء الاستعمال أو حتى أثناء الحيازة. وتجسد هذا الإفضاء - على عاتق المنتج - في كيان مادي، ألا وهو الوسم. وهو ما أوجبه المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش سألقة الذكر، بنصها الآتي : " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة ."

والوسم هم كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة

مرفقة أ، دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها. (المادة 3 الفقرة 4 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، سالف الذكر).

ويقصد بالوسم أيضا البيانات والإشارات 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. (المادة 3/2 من المرسوم رقم 90-367 المؤرخ ي 10 نوفمبر 1990 يتعلق بالسلع الغذائية وعرضها.⁽¹⁾)

يرى البعض أن الالتزام بالإفشاء الملقي على عاتق المنتج يجد أساسه في القواعد العامة، وذلك في المواد التالية 107 و352 تقنين مدني جزائري⁽²⁾. فالمادة 107 الفقرة 1 تقضي بوجود تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية، والفقرة الثانية من نفس المادة تجعل التزام بالإفشاء من مستلزمات العقد. ويكون جزاء الإخلال به المسؤولية العقدية. أما المادة 352، فمن خلالها أوجب المشرع لصحة العقد أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا. وهذا يمثل حماية للمشتري، إذا علم بأوصاف المبيع الأساسية، والتي تبين له ما إذا كان صالحا أو غير صالح لأداء الغرض المنوط به. أما وقت وجوب توفر العلم، فيذهب الرأي الراجح إلى وجوب توافره قبل إبرام العقد وأثناء إبرامه.

1- جريدة رسمية عدد 50 لسنة 1990.

2- أنظر المادة 3/1143 تقنين مدني فرنسي.

أما أهمية هذا الالتزام للمستهلك تظهر في ناحيتين : يمنح المستهلك الثقة للمنتج لما يدلي به من بيانات ومعلومات عن المنتج والخطورة الناجمة عن عدم خبرته، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى يعيد التوازن إلى العلاقة العقدية بتحقيق المساواة في العلم والمعرفة الفنية بينه وبين المستهلك.

وفي هذا الصدد يثور التساؤل الآتي: هل يسأل المنتج عن عدم لفت انتباه المستهلك إلى المخاطر التي لم يتوقعها هو بنفسه أي التي يطلق عليها مخاطر التطور العلمي ؟ ففي هذا الصدد نرى أن مسألة مخاطر التطور العلمي أثارت نقاشا كبيرا بين مؤيدين ومعارضين فالهدف يبقى دائما هو محاولة التوفيق بين مصلحة المستهلك ومصلحة المنتج.

فبالنسبة لمصلحة المستهلك، فمن غير المنطقي تركه بدون حماية، ولأن تقرير مسؤولية المنتج لن يحمله أعباء كثيرة نظرا لمقدرته المالية. أما بالنسبة للمنتج، فإن تقرير المسؤولية قد لا يمس في الجانب المادي فحسب، بل يمس في سمعته وبالتالي قدرته على المنافسة في السوق⁽¹⁾

المطلب الثاني: مضمون الالتزام بالإفشاء

يتضمن الالتزام بالإفشاء إحاطة المستهلك علما بالمنتج الذي في متناوله، تبيان مكوناته وخصائصه، تاريخ الإنتاج والانتهاج وكذا كيفية استعمال السلعة ولفت انتباهه إلى المخاطر التي تتجم عن سوء الاستعمال.

1- د/ عامر قاسم حمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة في القانون المدني والمقارن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2002، ص 125.

فمن هنا نستخلص أن للالتزام بالإفشاء عنصرين، يكمل أحدهما الآخر. فهو من جهة يلتزم بتبصير المستهلك بكيفية استعمال السلعة، ومن جهة أخرى يلتزم بأن يحدد له مخاطر السلعة أو حيازتها وكيفية الوقاية منها.

يتمثل العنصر الأول للإفشاء في بيان طريقة استعمال المنتج أي تبيان المعلومات اللازمة التي يتعين على المنتج أن يدونها على السلعة أو يرفقها بالسلعة، فبدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، كما يمكن أيضا أن يتعرض لمخاطر عديدة⁽¹⁾ خاصة مع انتشار المنتجات المعقدة والآلات ذات تقنية عالية كالكومبيوتر، إذ يتعذر على الشخص المعتاد التعرف على كيفية استخدام الصحيح لها. وفي هذا الصدد أيضا يذهب الأستاذ جاك قيستان GHESTIN jack " أنه يجب على المنتج إعطاء المشتري كل المعلومات الضرورية أو المعتبرة لاستعمال الشيء المبيع"⁽²⁾.

ولعل أبرز نماذج عن مضمون الالتزام بالإفشاء لأربعة أنواع من المنتجات واسعة الاستهلاك هي:

¹ - وما ينبغي الإشارة إليه أن المنتج لا يلتزم بأن يفضي إلى المستهلك بالمعلومات التي يفترض توفرها لديه، ولا يعد مقصرا إذا أغفلها. مثلا أن استعمال المكواة الكهربائية يقتضي توصيلها بالتيار الكهربائي. فلا يسأل المنتج هنا إذا لم يذكر ذلك.

² - ثروت فتحي إسماعيل، المسؤولية المدنية للبائع المهني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، 1987، ص 343.

المنتجات المنزلية غير الغذائية (مرسوم تنفيذي 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990. جريدة رسمية، عدد 50)

مشمات الوسم : - تسمية البيع التي تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتج.

- الإسم أو اسم الشركة أو العلامة المسجلة.

- طريقة استعمال المنتج أو شروط الاستعمال الخاصة إن وجدت.

- بالنسبة للمواد الخطيرة، يجب أن يحتوي الوسم على التنبيهات التالية :
إشارة مادة خطيرة + إشارة يوضع بعيدا عن متناول الأطفال + إشارة يحفظ في مكان بارد بعيدا عن الضوء والشمس بالنسبة لبعض المواد كالجافيل.

طريقة ولغة الوسم : أن تكون بيانات الوسم مرئية، سهلة القراءة ومتعدرة
محوها، مكتوبة باللغة العربية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة.

مواد التجميل والتنظيف البدني (مرسوم تنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14/01/1997. جريدة رسمية، عدد 04 المؤرخة في 15 جانفي 1997).

مشمات الوسم :

- تسمية المنتج مصحوبة بتعيينه إذا لم تتضمنه التسمية.

- الاسم أو العنوان التجاري للمنتج أو الموضب أو إسم المستورد أو البلد المصدر.

- الكمية الصافية.

- تاريخ انتهاء مدة صلاحية المنتج والظروف الخاصة بالحفظ أو الخزن، ويعد تحديد المدة إجباريا بالنسبة للمنتجات التي لا تتجاوز مدة صلاحيتها على الأقل 30 شهرا.

- تاريخ الصنع أو المرجع الذي يسمح بالتعرف على ذلك.

- تركيب المنتجات والشروط والاحتياجات الخاصة بالاستعمال.

طريقة ولغة الوسم يجب أن تكون بيانات الوسم مرئية، سهلة القراءة ومتعذر محوها، مكتوبة باللغة العربية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة.

المنتجات الغذائية (مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10/11/1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22/12/2005).

مشتمات الوسم : التسمية الخاصة للبيع.

- الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا.

- اسم الشركة وعنوانها أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموزع أو الموظب أو المستورد.

- طريقة الاستعمال واحتياجات الاستعمال.

- تاريخ الصنع وتاريخ الصلاحية الدنيا أو التاريخ الأقصى للاستهلاك.
المنتجات الصيدلانية.

إن تقصير المنتج عن بيان كيفية استعمال المنتج -سواء بعدم الإفضاء مطلقا أو نقص الإفضاء- يقيم مسؤوليته عما يصيب المستهلك من أضرار. وتطبيقا لذلك، فقد أدان القضاء الفرنسي صانعا للمفرقات- الذي لم يرفق بيانا بطريقة الاستعمال بل اكتفى فقط بالإدلاء شفاهة إلى

المشتري بمعلومات عن المنتج - عن الإصابة الني لحقت إحدى المشاهدات⁽¹⁾

أما العنصر الثاني فيتمثل في تحذير المستهلك من المخاطر التي يمكن أن تتجم عن استعمال المنتج، وأن يبين له جميع الاحتياطات اللازمة لتفادي تلك المخاطر. مثلا من يشتري إحدى العبوات التي تعبأ بطريقة الضغط، يستطيع أن يحصل على أفضل النتائج إذا اتبع طريقة الاستعمال التي حددها المنتج، لكن ربما يجهل أن وضعها بالقرب من مصدر لهب يمكن أن يؤدي إلى انفجارها.

إلا أن الإفشاء لا يمكن أن يحقق هدفه إلا إذا كانت البيانات الواردة على المنتج أو المرفقة به تشتمل على الخصائص التالية، أن تكون واضحة وكاملة وظاهرا ولصيقة بالمنتجات، وهذا طبقا للمادة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على ما يلي: "يجب أن تحرر بيانات الوسم 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".

وكذا المادة 5 من المرسوم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها سالف الذكر، التي تنص على ما يلي: "يجب أن تكون بيانات

¹ - CRIMINELLE 12 décembre 1952, Dalloz 1953-J-166

الوسم مرئية وسهلة القراءة ومتعذر محوها ومكتوبة باللغة العربية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة".

والمقصود بالإفشاء الكامل هو ذلك الذي يحيط المستهلك بجميع الأخطار التي يمكن أن تلحق في أمواله أو في شخصه من جراء استعماله للسلعة أو حيازتها وكيفية الوقاية من هذه الأخطار. (1)

فلا يجب أن يقتصر المنتج عن الإفصاح عن جزء من المخاطر وإخفاء البعض منها بهدف زرع الثقة في نفوس المستهلكين. لأن واجب الأمانة ومبدأ حسن النية يفرضان عليه الإفصاح عن كل المخاطر التي يمكن أن تنجم عن عدم الاستعمال الحسن للمنتوج خصوصا بالنسبة للمنتوجات السامة والدوائية والمنتجات الغذائية المحفوظة أو المعبأة في عبوات مغلقة (2). فكل إفشاء ناقص يؤدي إلى ترتب مسؤولية المنتج.

وتأسيسا على ذلك، قضت محكمة النقض الفرنسية، بأنه إذا كان غسل الشعر يحتوي على مادة سامة ذات تأثير ضار بالجلد يمكن أن يؤدي إلى إصابة المستعملين بحساسية شديدة، فإن المنتج الذي لا يلفت نظر العملاء إلى تلك المخاطر وكيفية تجنبها، يلتزم بتعويض كل من يضر نتيجة ذلك (3) وقضت أيضا في قضية بيع مادة لاصقة، إذ اكتفى الصانع بتدوين عبارة منتج سريع الاشتعال بدون توضيح آخر مما أدى إلى اشتعال وانفجار ترتب عليه وفاة المستخدم لها وإبنه. فقررت محكمة

1-د/ شكري سرور، مسؤولية المنتج، دار النهضة العربية، القاهرة، 1983، ص 25.

2-عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص 127.

3 - Cassation Civile , 5mai 1959, J-C-P 1959 -11-4159

النقض موافقة حكم الاستئناف تولوز Toulouse بوجود التزام على الصانع بتحذير المشتري عن مخاطر الشيء المبيع، إذ كان يجب عليه أن يكمل البيانات أخرى، مثل خاصية الانفجار عند ملامسة الهواء وخاصية التطاير أو التبخر وضرورة تهوية المكان عند الاستخدام⁽¹⁾.

- الإفضاء الواضح، يعني ذلك أن تكون العبارات الواردة على المنتج مفهومة بسيطة وخالية من المصطلحات المعقدة ومكتوبة باللغة التي يفهمها المستهلك البسيط أي غير المتخصص. أما إذا كان المستهلك أمياً أي لا يعرف القراءة والكتابة، فيجب أن يرفق بالإفضاء الخاص بالشق الثاني أي التحذير رسماً مبسطاً يرمز للخطر الذي يمكن أن ينجم عن منتجاته. أما إذا كان المنتج موجه للتصدير، فيجب أن تكون البيانات واردة بلغة البلد المصدر إليه.

- الإفضاء الظاهر : يقصد به البيانات التي تلفت انتباه المستهلك عند أول وهلة، ولذا يجب أن يلتزم المنتج بكتابة البيانات الخاصة بالمنتج وخاصة التحذيرات بلون مختلف في الطباعة. وقد ورد هذا المعنى صراحة في فرنسا وذلك في المرسوم رقم 72-937 المؤرخ في 12 أكتوبر 1972 المتعلق بوسم المنتجات الغذائية⁽²⁾ كما يلي : ".يجب أن تكتب البيانات بحروف ظاهرة وأن تجمع على جزء معين من الغلاف بصورة تسهل رؤيتها وقراءتها في الظروف العادية.

¹ - Cassation Civile 31 janvier 1973, Bulletin civil 1973 -p36

² -J-C-P, 1972-111 -39732

وهناك من يرى أن أفضل طريقة للإفضاء الظاهر هو عزل البيانات المتعلقة بخصائص السلعة ومكوناتها عن غيرها من البيانات التحذيرية، فهذه الأخيرة يجب أن تكتب بحروف طباعة مختلفة الشكل وكبيرة الحجم (1).

-الإفضاء اللاصق بالمنتوج، يفهم من كلمة لصيق بالمنتوج، مكتوب عليه أو بالأحرى مكتوب على الغلاف الذي يحويه المنتوج كما أشار إليه المشرع الجزائري بمصطلح (متعذر محوها). ولهذا لا يكفي أن تكتب هذه البيانات على المستند المرفق بالمنتوج والمسلم للمشتري بل يجب أن يكتب على المنتوج ذاته إذا كان ذو قوام صلب. وقد قضت محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية منتج مبيد الأعشاب والذي تسبب استعماله في إصابة بعض المزروعات بأضرار ولم تقبل منه التحلل من المسؤولية لما تمسك بأنه أرفق المنتوج بمستندات (2).

ولذلك لا يكفي أن تورد البيانات على الغلاف الذي يوجد فيه المنتوج، بل يجب أن تكتب على المنتوج نفسه، أو كما يقول البعض من الأفضل أن تحفر عليه وإذا استحال ذلك حسب طبيعة المنتوج، ينقش على قطعة معدنية، ثم تثبت عليه كما هو الحال بالنسبة للأجهزة الكهرومنزلية (3).

¹-د/ عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص 128.

²-د/ شكري سرور، مسؤولية المنتج، مرجع سابق، ص 30.

³-د/ عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص 128.

وفي جميع الأحوال يجب أن تورد هذه البيانات باللغة العربية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة-كما سبقت الإشارة سلفاً -.

المطلب الثالث: نطاق الالتزام بالإفشاء

في هذا الصدد، سنتناول دراسة نطاق الالتزام من حيث الأشخاص الملزمين بالإفشاء والأشخاص المستفيدين منه. وبعد ذلك يثور التساؤل هل يلتزم المنتج بالإفشاء بصدد كل سلعة يقوم بإنتاجها أو بيعها؟ أم يرتبط هذا الالتزام بتوافر خصائص معينة في المنتج؟

من حيث الأشخاص: الأصل أن الالتزام بالإفشاء يقع على عاتق المنتج، فالقضاء يتشدد أكثر في مواجهته. إلا أن معظم الفقهاء يرون بضرورة تمديد هذا الالتزام إلى كل متدخل سواء كان بائعاً أو موزعاً. وهذا ما أخذ به مشروعنا في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر. إلا أن كيفية الإفشاء تختلف من متدخل إلى آخر.

ويقصد بالمتدخل، كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك. ويفهم من ذلك المنتج، البائع بالجملة، ولتجزئة أي الموزعين وكذلك الناقل والمستورد. (المادة 3 الفقرة 8 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر).

كما يقوم هذا الالتزام لمصلحة كل مشتري سواء كان مهنياً أو غير ذلك، ولو أن هناك خلاف حول صفة المشتري المهني.

أولاً: المنتج، إن الملتزم الرئيسي بالإفشاء هو المنتج، بحكم أنه متخصص وتتوافر لديه معلومات كافية حول السلع التي يقوم بإنتاجها.

فهو يعرف كل ما يتعلق بمكوناتها وكيفية استعمالها والأخطار التي تحيط بها. بالإضافة أنه يملك الوسائل اللازمة للإفشاء، كالكتابة على السلعة نفسها أو على غلافها أو بإرفاق نشرات معها. ولذا فهو يلتزم بالإفشاء كتابة.

ثانيا : الموزع، هل يلتزم بنفس طريقة التزام المنتج ؟ للإجابة على هذا التساؤل تتطلب منا أولا تحديد مصطلح الموزع. فالموزع هو بائع مهني أي بائع متخصص سواء كان بائعا بالجملة أو التجزئة، يقوم بتصريف منتجات غيره. وهو المصدر الأساسي لبيع نوع من السلع أي وسيط بين المنتج والمستهلك. ولذا درج القضاء الفرنسي على التسوية بينه وبين المنتج على أساس ما يتوفر لديه من خبرات فنية في مجال تخصصه يجعله على دراية تامة بخصائص الشيء الذي يبيعه، ولذا هو يلتزم بالإفشاء مثل المنتج. (1) إلا أن طريقة إفشائه للمستهلك تختلف عن الطريقة التي يلتزم بها المنتج، فهو يقدم المعلومات للمستهلك شفاهة، مما يبرر ذلك عدم تملكه للإمكانات اللازمة لكتابة البيانات على المنتج.

فالبائع المتخصص فهو الذي يخصص نشاطه في بيع سلعة معينة أو بعض السلع التي تخدم غرضا واحدا، كالصيدلي الذي يقتصر نشاطه على بيع العقاقير الطبية ويعتبر دون أدنى شك متخصصا في هذا المجال. إذ بحكم تخصصه هذا تتوافر لديه المعلومات حول السلع التي يبيعها وبالتالي فهو ملزم بأن ينقل إلى المشتري المعلومات أو بالأحرى أن يكمل

1- د/ علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، مرجع سابق، ص 43 و 44.

المعلومات التي قصر المنتج في تقديمها أو إذا كانت معلومات غامضة أو مكتوبة بلغة لا يفهمها المستهلك أو لا تلائم ظروف البلد الذي تستخدم فيه السلعة⁽¹⁾.

أما البائع غير المتخصص، فهو من يبيع سلعا مختلفة أي متعددة الأنواع دون أن يتخصص في إحداها. فإن التزامه يقتصر على إرفاق المنتجات بالنشرات والكتيبات فقط.

وخلاصة القول، أن الالتزام بالإفشاء يقع على المنتج بصفة خاصة وعلى البائع المتخصص بدرجة أقل. لكن بعض الفقه بهدف توسيع حماية المستهلك، يذهب إلى إلقاء هذا الالتزام على عاتق كل بائع سواء كان منتجا أو تاجرا متخصصا أو غير متخصصا أو مجرد بائع عرضي، فعلى كل أولئك أن يفضي إلى المشتري منه بكيفية استعمال المبيع إذا كان استعماله معقدا أو صعبا وبالتعليمات الكفيلة لتجنب أخطاره⁽²⁾.

ثانيا: المستهلك، وهو كما سبق تعريفه، كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به. لكن هذا التعريف يشوبه القصور من ناحيتين: أولا، أن المشرع لا يعتبر مستهلكا من يقتني السلع من أجل تلبية حاجته العائلية. لأن مهما كان

1- حسام الدين الأهواني، شرح عقد البيع في القانون المدني الكويتي، مطبوعات جامعة الكويت 1989، ص 474.

2- محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية، مطبعة جامعة القاهرة 1978، ص 448.

الأمر، فالمقتني قد لا يستعملها شخصيا بل يستعملها أحد أفراد أسرته. ثانيا: لم يفرق بين المستهلك المتخصص وغير المتخصص أي الذي يقتني السلع والتي قد تدخل في اختصاصه، والمستهلك الذي يقتني السلع لا تدخل في نطاق اختصاصه مما يعني من جهة أن المشرع وسع من نطاق الحماية.. ويقصد بالمستهلك المتخصص هو الذي يقتني السلع - من أجل استعماله الشخصي والعائلي - التي تدخل في اختصاصه، فهنا يذهب القضاء الفرنسي إلى التخفيف من مسؤولية المنتج عن عدم الإفضاء. فقد ذهبت الدائرة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية في حكم أصدرته في 9 ديسمبر 1975⁽¹⁾ إلى أن منتج الدبال أي التربة العضوية، يجب أن يخبر المشتري وهو مزارع يقوم بإنتاج البقول والشمام عن درجة الرطوبة التي يجب الحفاظ عليها، لأنه إذا كان من الممكن أن تتوافر لدى هذا المشتري بعض المعرفة في هذه المسألة، إلا أنه يفقد إلى جل لمعلومات حول درجة الرطوبة التي يجب فيها الخزن. ولذا قضت بتوزيع عبء التعويض بينه وبين المشتري.

أما المستهلك غير المتخصص، فهو لا يملك أية معلومات حول المبيع ويعد جهله به جهلا مشروعا ومن ثم يتعين على البائع أن يحيطه علما بكافة البيانات التي تلزمه سواء فيما يتعلق باستعمال المبيع والوقاية من أخطاره ولذا يلتزم المنتج بالإفضاء الكلي له⁽²⁾.

¹ -Cassation 1^{er} ch. Civile, 9 décembre 1975. Dalloz 1978. p 205

² - جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك، دار النهضة العربية القاهرة، ص 225.

من حيث المنتوجات : يثور التساؤل هنا، هل يلتزم المنتج بالإفشاء بصدد كل سلعة يقوم بإنتاجها أو بيعها ؟ أم يرتبط هذا الالتزام بخصائص معينة يجب توافرها في سلعة معينة ؟

اختلف الفقه حول هذه المسألة. فهناك من يربط هذا الالتزام بجميع المنتوجات التي يقوم بإنتاجها. وهناك من يقصر هذا الالتزام على المنتوجات الخطرة فحسب.
فما هو المنتج الخطر ؟

لقد عرف المشرع الجزائري في المادة 3 الفقرة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر، المنتج الخطير بأنه : كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون المحدد أعلاه.
والمنتج المضمون هو كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها بما في ذلك المدة لا يشكل خطرا أو يشكل أخطارا محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص." (المادة 3 الفقرة 12 من نفس القانون).
ومن خلال التعريف نستخلص أن المنتج الخطر يتضمن المنتوجات الخطرة بالطبيعة والمنتوجات الأخرى التي تكون خطيرة لظروف معينة وغيرها. لكن الفقه اختلف حول أي صنف من المنتوجات الخطرة يثار الإفشاء.

هناك اتجاه فقهي يرى أن المنتج يلتزم بالإفشاء إذا كان المنتج خطرا بطبيعته وتكوينه فقط. لكن يرون أن الصعوبة تكمن في عدم تحديد

هذه الأشياء الخطرة بالطبيعة (1). وإن كان بعض الفقه، مثل ريبير.. RIPERT حاول وضع قائمة للأشياء الخطرة بالطبيعة، إلا أنه مردود عليه، لأن هذا يمثل نقصا وقصورا في حماية المستهلك وخصوصا أن التطور الصناعي الهائل الناتج عن التطور التكنولوجي قد يؤدي إلى إفراز منتجات مبتكرة وجديدة، وفي نفس الوقت خطرة. ولذا يصعب تحديدها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن هذه المنتجات المبتكرة أو الجديدة قد تكون خطيرة في الوهلة الأولى، ثم تصبح غير خطيرة بمرور الوقت.

ولذا يجمع الفقه (2) والقضاء (3) على أن الالتزام بالإفشاء يشمل جميع المنتجات الخطرة. وهذا هو الاتجاه الموسع من مفهوم المنتج الخطر. إذ لا يشمل الإفشاء المنتجات الخطرة بالطبيعة بل يشمل جميع المنتجات الخطرة (4) بصفة عامة وهذه الخطورة تظهر في حالات عدة منها :

¹-ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير في مجال عقد البيع، دار النهضة العربية بالقاهرة 2004. ص 57..

² --PHILIP Malinvaud ,la responsabilité civile du fabricant en droit français , Gazette du palais,1975, P 483.

³ - CASSATION CIVILE 31 Janvier 1973, J-C-P ; 1974-11-17846

⁴إلا أن مسألة تحديد المقصود بالشئ الخطر أثارت جدلا فقها سوا في مصر أو فرنسا. فلقد ذهب الفقيه الفرنسي جورج ريبير إلى وجوب التفرقة بين الشئ الخطر وغير الخطر، لأن هذا له أثر في تطبيق أحكام المسؤولية. فإذا كان الشئ الذي سبب الضرر غير خطر، تطبق قواعد المسؤولية عن فعل الشئ (المادة 1382 تقنين مدني فرنسي) المقابلة للمواد 163 تقنين مدني مصري و124 تقنين مدني جزائري. أما إذا كان الشئ الذي سبب الضرر

- أن المنتج يكون خطرا بحكم طبيعته أو تركيبه، كالأسلحة أو الأسلاك الكهربائية، لأنها لا تفي بالغرض إلا إذا أنتجت كذلك.

- أن المنتج قد يكون خطرا بحكم الظروف أو ملبساته. فمثلا الجبن ليس شيئا خطرا لكن يصبح خطرا إذا تم تخزينه في مكان يفتقر إلى البرودة مما يحوله إلى مادة سامة مضرّة. أو وضع مادة قابلة للاشتعال أمام مصدر حراري.

- أن المنتج قد يكون خطرا لسوء استعماله، كآلة كهربائية إذا لم يحسن استعمالها، فقد يصاب مستعملها بصعقة كهربائية مميتة.

ويضيف البعض إلى مفهوم المنتج الخطر، الأشياء التي تتميز بالجدّة والحدّثة. فالأشياء الجديدة بالنظر إلى عدم شيوعها يتحتم على المنتج أن يفضي للمستهلك بكيفية استعمالها أو تشغيلها لكي يتجنب أخطارها⁽¹⁾. وأخذ القضاء بهذا الرأي، مشيرا أن طبيعة الحدّثة أو الجدّة باعتبارها من أسس قيام الالتزام بالإفشاء. غير أن هذا الرأي لم ينل إعجاب الفقه الذي يرى أن الأحكام التي استند إليها لم تعد بصفة الجدّة في حد ذاتها، بل عولت على جهل المشتري بالبيانات المطلوبة مما يجعل استعمالها أو استهلاكها محفوفا بالمخاطر⁽²⁾.

خطرا، تطبق قواعد المسؤولية عن فعل الشيء التي تقررها المادة 1/1384 تقنين مدني فرنسي.

¹ -REVEL(J), La responsabilité Civile du Fabricant, thèse dactylo PARIS 1975. N 27, 28

² -د/ نزيه المهدي، التزام قبل التعاقد بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاتها على بعض أنواع العقود، 1982، ص 151.

ويمكننا القول أن ربط الالتزام بالإفشاء بالمنتجات الخطرة- بالمعنى السابق الإشارة إليه- قاصر، فربط الالتزام بالإفشاء بخطورة المبيع يؤدي إلى إعفاء المنتج من واجب الإفشاء بالنسبة للمنتجات الأخرى هذا من جهة. ومن جهة أخرى يتعارض مع الهدف الذي يرمي إليه، لأن القضاء أنشأ هذا الالتزام ليعيد المساواة الفنية بين المهني والمستهلك. ولذا يجب أن يمتد إلى جميع المنتجات.

المطلب الرابع : طبيعة الالتزام بالإفشاء

من خلال ما سبق، أن هذا الالتزام يثقل كاهل المنتج والبائع المهني، استنادا إلى خبرتهما وتخصصهما في مجال الإنتاج وتوزيع المنتجات الحديثة ذات التقنيات المتقدمة والمعقدة التركيب وبصفة خاصة المنتجات الخطرة. فهو يهدف بطبيعة الحال إلى تحقيق نوع من التوازن في العلاقة العقدية بين المشتري غير المهني والمنتج والبائع المحترف. إلا أن القضاء لم يتوقف عند هذا الحد، بل استمر وتوسع في جعل المنتج ملزما بالإفشاء في مواجهة البائعين المتعاقبين. فضلا عن ذلك إذا كان المنتج يستطيع أن يدفع مسؤوليته لعدم العلم أو بعدم استطاعته العلم بالمخاطر التي تنجم عن الشيء المنتج، لأنه التزم ببذل عناية. انتهى القضاء أخيرا إلى رفض تمسكه (المنتج) بعدم علمه بمخاطر السلعة المباعة وتحول من ثم -بتأييد الفقه - إلى جعله التزاما بتحقيق نتيجة⁽¹⁾.

¹ -cassation civile , 21 novembre 1979, J-C-P 1979. NUGUYEN THANK ET JEAN REVEL, LA responsabilité du fabricant en cas de violation de l'obligation de renseigner le consommateur sur les dangers de la chose vendue, J-C-P 1975, N11.

ويبقى موقف التشريعات متباين في هذا الشأن. إلا أن المشرع الجزائري قد حسم هذا الأمر في القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ اعتبره التزاما بتحقيق نتيجة مرتبا للجزاء الجنائي في حالة مخالفته، ويتضح ذلك من المادة 78 منه. إلى جانب المسؤولية المدنية، إذ للمستهلك الحق في المطالبة بفسخ العقد والرجوع على المهني بمقتضى المسؤولية العقدية للمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر بسبب إخلال بالتزام عقدي.

الخاتمة

أضحت قضية حماية المستهلك وضمان سلامته من الأمور الشاقة في وقتنا الحالي رغم وجود عدة قوانين تضمن حمايته سواء في القواعد العامة أو حتى في القوانين الخاصة بحماية المستهلك. فقانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك أوجب في المادة 3 منه ضرورة إعلام المستهلك، ثم ألغي هذا القانون بقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. تضمن هذا عدة إجراءات وقائية قصد توفير حماية قصوى للمستهلك، وهذه إجراءات تمثلت في مجمل التزامات ومنها، إلزامية إعلام المستهلك. فالمنتج كمتدخل أول أساسي في طرح المنتج على المستهلكين، قد ينحرف عن تدوين بيانات الاستعمال والتحذيرات على المنتوجات إما سهوا أو عمدا. والمستهلك غالبا ما يتضرر، لكنه يجهل مصدر تلك الأضرار التي يرجع سببها إلى إخلال المنتج بالإفضاء. لقد أحسن المشرع لما رتب عقوبة جزائية عند مخالفة

الوسم، لكنه لم يتناول المسؤولية المدنية مما يدعونا للرجوع إلى الأحكام العامة في القانون المدني.

لكن حتى ولو سلمنا بغير ذلك أن المنتج لم يخل بالتزامه، إلا أن هناك عوامل أخرى تتدخل وتسبب الضرر للمستهلك وهذه إما ترجع إلى سوء تخزين المنتج من قبل الموزعين أو طريقة عرضه في ظروف غير ملائمة يفقدها خواصه أو حتى طريقة نقله من مكان إلى آخر أو طريقة استيراده. فهذه كلها لا علاقة لها بخطأ المنتج في الإفشاء. فمعنى ذلك أن الحماية التي سعى إليها المشرع إليها من خلال فرض هذا الالتزام الإفشاء غير كافية. ولذا يمكن القول، أنه مهما وجدت قوانين تراقب وتحد من التجاوزات الخطيرة إلا أنه يبقى الضمير هو المراقب وبغيابه تزداد الأضرار المحدقة بالمستهلك والتي نلمسها يوميا من خلال التسممات الغذائية خاصة التي يتعرض لها المستهلك الجزائري يوميا تقريبا.