

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر  
- بسكرة -  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم الحقوق

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية  
تخصص قانون أعمال

حق المستهلك في الإعلام  
دراسة مقارنة بين  
التشريع الجزائري والمصري

من إعداد الطالب:  
ماني عبد الحق

لجنة المناقشة:

- الدكتور: عزري الزين..... رئيسا.
- الدكتور بوفليح سالم..... مشرفا ومقررا.
- الدكتورة: لشهب حورية..... ممتحنا.
- الدكتور: طاشور عبدالحفيظ..... ممتحنا.

السنة الجامعية: 2008 - 2009

## مقدمة:

تتوالى على الساحة الدولية منذ بداية العقد الأخير من القرن الماضي التغيرات الإيديولوجية والسياسية والاقتصادية بصورة لم تكن تخطر على بال أي من المراقبين أو المحللين السياسيين أو الاقتصاديين وحتى رجال القانون أنفسهم، وعلى المستوى الاقتصادي اتسع السوق وأصبح ما يكون أقرب إلى السوق العالمي الموحد، ومعه ظهرت المشاكل المتعلقة بالاستهلاك، وأصبح الفرد داخل الدولة اليوم في صراع مع المنتج والوسيط والبائع، إذ أن احتياجاته لهؤلاء الأشخاص المهنيين في هذا الزمن أشد ما يكون عليه احتياجهم إليهم في الأمس.

إذ أن المستهلك يسعى للتعاقد مع المهنيين من أجل تلبية حاجياته ورغباته المتزايدة، سواء انصب التعاقد على السلع أو على الخدمات، و التي تعرف ألوان وأشكالا، أفرزتها التكنولوجيا الحديثة على كل المستويات سوء الإنتاجية أو تقديم الخدمات، والتي يصعب الإدراك بها ومعرفة الخصائص التي تنطوي عليها بالنسبة للفرد العادي.

ومن هنا تضاعف عدم التوازن بين المحترفين والمستهلك، فوجد المحترفون أنفسهم أكثر فأكثر في مركز قوة اتجاه المستهلكين، باعتبار أن العون الاقتصادي رجل محترف يدرك كل الإدراك، حول المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المراد عرضها أمام جمهور المستهلكين بغية بيعها أو تقديمها من أجل الربح الذي يعتبر الهدف الأول والأخير الذي يسعى إليه العون الاقتصادي، وهنا قد يجد المستهلك نفسه في مركز ضعف أمام الدراية الكبير التي يكتسبها هذا العون، مما يمكن هذا الأخير من التحايل عليه أثناء العرض أو التعاقد، أو سواء بإخفاء المعلومات الهامة واللازمة التي تمكنه من الوقوف على حقيقة السلعة أو الخدمة ، أو أن يلجأ إلى خادعه، أو بتصويرها على عكس حقيقتها مما يترك المستهلك يقع في الوهم الذي يعتريه حول هذا المنتج أو الخدمة.

أو اللجوء إلى الدعاية التجارية، من أجل رفع مبيعاته من السلعة التي ينتجها أو الخدمة التي يقدمها، وذلك بأساليب فنية تظهر السلعة أو الخدمة في أجمل صورة ممكنة من أجل تحفيز جمهور المستهلكين على الإقدام للتعاقد، ولكن قد يتعدى هذا التصوير الحدود المألوفة مما قد يدخل فيها من التحايل أو الكذب أو تزيف الحقيقة، فقد يصل إلى درجة ذكر مواصفات لا تتمتع بها السلعة أو الخدمة التي يروج لها.

كما أن التطور هذا السابق الحديث عنه، أفرز منتجات خطيرة إما بطبيعتها أو أثناء استعمالها، مما قد تعيق الانتفاع بهذا المنتج أو الخدمة، أو استعمالها على الوجه الخاطئ التي



تتسبب في إحداث أضراراً تمس بسلامة المستهلك نتيجة هذا الاستخدام الخاطيء، ومن أجل الحفاظ على سلامة المستهلك كان من الضروري إعلامه بهذه المعلومات التي ينطوي عليها هذا المنتج أو السلعة.

وإن كانت فترة ما قبل الخمسينيات لم تعرف هذا التطور في المجال الاقتصادي، وكانت تطبق علي عقود البيع الأحكام العامة لقواعد البيع التي كانت تكفل إلى حد ما حماية عقدية للمشتري، والتي لم تساير التطور الحاصل في هذا العصر، مما أدى للمطالبة بحماية أكثر فعالة من طرف المجتمع المدني بالضغط على الحكومات، وخاصة بعد عجز آليات المتاحة في القانون المدني من تحقيق الحماية الكافية للمستهلك، و ظهر هذا العجز خاصة على الساحة التجارية بعد الانتشار الواسع للتكنولوجيا، مما زاد من ضعف مركز المستهلك أمام العون الاقتصادي من حيث الإحاطة بالعقد والعلم به. مما دفع بالتدخل من طرف الهيئات التشريعية في عدة مناسبات بوضع قواعد خاصة تحوي بين نصوصها القيود والآليات الحمائية الهدف منها إعادة التوازن بين المصلحتين (مصلحة الأعوان الاقتصاديين ومصلحة المستهلكين)، وما يمكن تحقيقه من مصلحة عامة من جهة أخرى.

من بين هذه الحقوق المتعلقة بالمستهلك نجد حق المستهلك في الإعلام. الذي يعتبر أحد أهم الحقوق المقررة للمستهلك على الساحة الدولية، فعلى مستوى الدولة الفرنسية أصدرت قانون يتعلق بحماية وإعلام المستهلك، والذي تم إدراجه في قانون حماية المستهلك بعد صدوره، غير أن الدول العربية عرفت تأخر في سن قوانين تتعلق بحماية المستهلك مباشرة، على مستوى تشريعاتها الداخلية إلا في الثمانينات، ومن بين هذه الدول العربية نجد الجزائر، وإن كانت من بين الدول العربية الأولى التي سارعت إلى إصدار القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المؤرخ في 07 فيفري 1989 الملغى بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فبراير 2009، بالنظر إلى مصر التي لم تصدر قانوناً متعلقاً بحماية المستهلك إلا في عام 2006 وهما موضوعا الدراسة.

ولقد كرس المشرع الجزائري بالقانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك جملة من الحقوق لجمهور المستهلكين، وألزام الأعوان الاقتصاديين على احترامها، ومن بين هذه الحقوق التي جاء بها القانون المذكور أعلاه حق المستهلك في الإعلام وإن لم ينص عليه صراحة، غير أنه في القانون 09-03 السالف الذكر نص صراحة على هذا الحق وأفرد له فصل خاص تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك، ثم أصدر المشرع الجزائري تجسيدا للقانون المذكور أعلاه جملة من النصوص التشريعية، بموجبها نظم هذا الحق الذي يعتبر التزام على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك، وبذلك يكون المشرع الجزائري قد رسم

الطريق القانوني الذي يسلكه العون الاقتصادي في تنفيذ هذا الالتزام من خلال الالتزام بما جاء في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمراسيم التنظيمية لهما، كما كرس الحق في الإعلام بالقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ولم يكتف المشرع الجزائري بالنص عليها في القوانين التي تم ذكرها بل في قوانين أخرى والتي لها علاقة غير مباشرة بحماية المستهلك، وجملة هذه النصوص القانونية التي تعتبر الإطار التشريعي لحق المستهلك في الإعلام، ومن خلال هذه النصوص التشريعية أقر المشرع الجزائري للمستهلك حماية عن طريق جملة من الآليات القانونية التي رصدت لحماية حق المستهلك في الإعلام، سواء على مستوى الإدارات المكلفة، أو على مستوى الهيئات القضائية المختصة، والتي تعتبر كحماية تطبيقية لحق المستهلك في الإعلام. مما سبق يفهم أن المشرع الجزائري رصد مجموعة من الآليات القانونية لحماية حق المستهلك في الإعلام، ومنه تطرح الإشكالية الآتية:

**ما مدى نجاعة الآليات القانونية التي أقرها كلا من المشرعين الجزائري والمصري لحماية حق المستهلك في الإعلام في مواجهة العون الاقتصادي الذي قد يتحايل عن القيام بهذا الالتزام الملقى على عاتقه؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية اتبعنا المنهج المقارن لمقارنة النهج الذي انتهجه كلا من المشرع الجزائري والمشرع المصري المنهج الوصفي للإحاطة بكل ما قيل في هذا الموضوع، كما استعملنا المنهج الوصفي محاولين معرفة ما قيل في هذا الموضوع، بالإضافة إلى المنهج التحليلي من أجل تحليل المواد القانونية التي سنت في هاذين التشريعين الجزائري والمصري للوصول إلى فكرة نوضحها، ونزيل الغموض حولها، وكذا لإشباع الطالب بالمعارف القانونية في هذا الموضوع المفيد في التخصص، و تظهر أهمية هذا البحث في النقاط الآتية على الذكر:

- النقطة المهمة في هذه المذكرة إجراء مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع المصري حول هذه الإشكالية، من أجل الوقوف على مدى فعالية الآليات القانونية التي رصدها المشرع الجزائري مقارنة بالمشرع المصري الذي أصدر قانون خاص بحماية المستهلك في الآونة الأخيرة، بعد تطور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة وحماية حق المستهلك في الإعلام بصفة خاصة.

- أن حماية حق المستهلك في الإعلام يعطي شفافية أكبر للممارسات التجارية، التي يأتي بها العون الاقتصادي، لأنه الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الدورة الاقتصادية في البلاد، والمحافظة عليه في نفس الوقت هي حماية الاقتصاد الوطني والعون الاقتصادي أيضا.

- من الناحية الاقتصادية لحماية المستهلك، تبرز في حماية القدرة الشرائية للمستهلك بتبصيره عن السعر، وإمكانية الاختيار السلعة حسب قدرته في حالة علمه بسعر المنتجات المعروضة وحتى لا يقدم على شراء منتج لا يعلم سعره، و به لا يمكن للعون الاقتصادي خداعه.

- من الناحية الصحية إن تبصير المستهلك بالموصفات القانونية المتعلقة بالمنتجات تجعل المستهلك على علم به، ومنه إمكانية الانتفاع به على الوجه الصحيح، أو معرفة مثلا القيمة الغذائية لكل منتج وبالتالي اختيار الأفيد.

- كما لا يفوتنا أنه إذا التزم العون الاقتصادي بالإعلام، فهنا حماية للمستهلك من غش العون الاقتصادي (البائع)، أو خداعه الذي يمكن أن يقع فيه المستهلك، الذي قد يتيه في سوق تعج بالمنتجات المتركمة والمتشابهة.

ونظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع، وكذا حداثة الإطار الذي اخترنا البحث فيه، حيث يعتبر من موضوعات الساعة، ومحل اهتمام من طرف الهيئات الدولية و الوطنية، يعتبر من العوامل الأولى التي دفعت بنا إلى اختياره، محاولين جمع ما قيل في هذا الشأن، لإزالة الغموض عن النصوص القانونية باستقرائها وتحليلها.

وقد قمنا بتقسيم هذه المذكرة إلى فصلين، الفصل الأول معنون ب: الإطار النظري لحق المستهلك في الإعلام، الذي قسم بدوره إلى مبحثين رئيسيين، المبحث الأول نتطرق فيه إلى ماهية حق المستهلك في الإعلام، وفق مطلبين الأول التطور التاريخي لحق المستهلك في الإعلام، والمطلب الثاني مفهوم حق المستهلك في الإعلام، والمبحث الثاني إلى مضمون إعلام المستهلك، الذي رصدنا له مطلبين، المطلب الأول مجال الالتزام بالإعلام، والثاني وسائل إعلام المستهلك.

أما الفصل الثاني فخصصناه إلى آليات حماية حق المستهلك في الإعلام، وهو الآخر قسم إلى مبحثين رئيسيين، المبحث الأول المسؤولية المدنية للإخلال بحق المستهلك في الإعلام، والذي يتفرع عنه مطلبين، فالمطلب الأول يتعلق بالمسؤولية العقدية عن الإخلال بحق المستهلك في الإعلام، والمطلب الثاني المسؤولية التقصيرية عن الإخلال بحق المستهلك في الإعلام، والمبحث الثاني الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، وفيه مطلبين أيضا،

المطلب الأول الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام، والمطلب الثاني قمع الجرائم المتعلقة  
بالحق في الإعلام.

## الفصل الأول

### الإطار النظري حق المستهلك في الإعلام

قبل التطرق إلى الآليات التي أقرت لحق المستهلك في الإعلام بين التشريع المصري والجزائري، لابد من الحديث في بداية المذكرة عن ماهية هذا الحق، لإدراك كل الجوانب المتعلقة بهذا الحق وكيفية تنظيمه، وتاريخ نشوءه.

وللإلمام بكافة المفاهيم والمعلومات فلا بد من الرجوع إلى تأصيل هذا الحق عبر الأزمنة البعيدة والقريبة، وخاصة ونحن ندرك كل الإدراك لما هو عليه التفاوت الكبير بين الفترات الزمنية، من حيث الوضعية التي كان عليها الحياة العصور الغابرة والتغيرات وما أصبح عليه الحياة في العصور المعاصرة، من حيث التطورات الصناعية، التجارية والعلمية، ومدى وعي الفرد حالياً عن الفرد في المجتمع البدائي، الذي كان يعيش في الأزمنة الغابرة.

فالإنسان منذ أن عُرفَ وهو في وتيرة منتظمة من حيث سن التشريعات، لتنظيم حياة المجتمع، بعد ما كان يسود فيها قانون الغاب بدأ في تنظيم الحياة وخاصة التعاملات التي بدأت تكثر وتتنوع، بتنوع الحاجيات التي يسعى لطلبها ومن بينها السلع والخدمات. التي لا بد من معرفة خصائصها، ولهذا أقر حقه في العلم بها، والتزام على من يعرضها، يستوجب عليه المسؤولية، التي تختلف من حيث الإقرار بالطبيعة القانونية لهذا الحق، التي ثار فيها اختلاف. و إن كان هذا الحق أقر بنصوص قانونية، فهل هذا راجع إلى تفتن المشرع أثناء سنه للقوانين، أما الفضل يرجع إلى جهة أخرى التي حمت هذا الحق قبل أن تدرجها التشريعات في ترسانتها القانونية.

وإقرار هذا الحق راجع للأهمية التي من خلالها، دفعت هذه التشريعات إلى إيلاء الاهتمام الكبير حول تنظيمها، وإقرار المسؤولية على عاتق من يخالفها، في عصر زاد فيه الجشع والطمع في الربح السريع مما يضر بالمستهلك، الذي يجد نفسه ضحية الغش والتلاعب التي تكون من إحدى الوسائل التي يلجأ إليها العون الاقتصادي، حتى وإن ترتب عليها ضرر بفئة المستهلكين.

ونخص بالدراسة في هذا الفصل على ماهية حق المستهلك في الإعلام (المبحث الأول)، مضمون حق المستهلك في الإعلام (المبحث الثاني).

## المبحث الأول ماهية حق المستهلك في الإعلام

المستهلك داخل الدولة هو أحد أفراد المجتمع ذات الشريحة الكبرى، والذي يسعى داخل الدولة على التعامل مع المهنيين، من أجل الحصول على حاجياته الشخصية والعائلية بإبرام التصرفات، وتطور المجتمعات وفق التطور الحضاري الذي تعرفه، كان له التأثير على تنظيم هذه التعاقدات.

مما يوجب أن يقدم على التعاقد وفق إرادة حرة مستبصرة على ما هو مقدم عليه، ولن يكون هذا إلا وفق الإقرار بهذا الحق من طرف السلطة، التي تنظم الحياة داخل المجتمع، وبما يتماشى والتطورات الحاصلة على جميع الميادين خاصة الاقتصادية، بحماية المستهلك.

حق المستهلك في الإعلام لم تنص عليه القوانين صراحة في التشريعات السابقة، إلا في القرن الماضي من الزمن، التي ظهرت فيه قوانين حماية المستهلك إلى الوجود، فهل يعني هذا أن القوانين الأخرى لم تعنتي بالإنسان كمستهلك الذي يقوم بالتعاقد من أجل حاجاته الشخصية، أم أنها كانت مجسدة في بعض القوانين لكنها لم ترق إلى الدرجة التي هي عليها الآن، وما هو رأي الشريعة الإسلامية في هذه المسألة؟، ونحن على يقين أنها جاءت جامعة شاملة لجميع الأحكام وخاصة المعاملات.

وكيف سارت هذه التشريعات عبر المراحل الزمنية إلى غاية هذا العصر مع التزايد الكبير للمنتجات، وتفنن المنتجين والباعة في المخادعة أثناء إنتاجهم أو تسويقهم لهذه المنتجات؟

وللغوص في حيثيات هذا البحث وجب التعرض للمفهوم الشامل لهذا الحق، من كل الجوانب اللغوية و الاقتصادية لترابطه الكبير بعلم الاقتصاد، وأخيرا القضائية والقانونية، حتى نتمكن من مواصلة الحديث عن هذا الحق والإحاطة بالجانب النظري منه قبل أن نخرج إلى الجانب التطبيقي وعرض آليات الحماية التي وفرتها التشريعات خاصة التشريع الجزائري والتشريع المصري، وليس التعريف فقط بل التطرق إلى الطبيعة القانونية والأسس التي قام عليها هذا الحق، و أهمية هذا الحق بالنسبة للشخص الذي فرض لصالحه، والخصائص التي يتمتع بها.

وتبعاً لما تم قوله يجدر بنا الانطلاق من التطور التاريخي لحق المستهلك في الإعلام (المطلب الأول)، للوصول إلى تحديد مفهوم شامل عن حق المستهلك في الإعلام (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

### التطور التاريخي لحق المستهلك في الإعلام

القاعدة القانونية هي وليدة الظروف الاجتماعية، التي بفضلها وإن كانت سلبية تتدارك بها التشريعات الفراغ القانوني الذي يطرأ في العلاقات بين أفراد المجتمع الواحد، ولهذا تسعى كافة التشريعات لسن القوانين التي تنظم الحياة داخل المجتمع.

وبما أن المستهلك داخل الدولة هو أحد أفراد المجتمع ذات الشريحة الكبرى، والذي يسعى داخل الدولة على التعامل مع المهني ن، من أجل الحصول على حاجياته الشخصية والعائلية بإبرام التعاقدات، وتطور المجتمعات وفق التطور الحضاري الذي تعرفه كان له التأثير على تنظيم هذه التعاقدات ومنه فحق المستهلك في الإعلام كان له بداية في الظهور فهل ظهوره راجع إلى زمان ظهور قوانين حماية المستهلك؟ أم أنه سابق عليها؟

وللإجابة عن هذا التساؤل وجب التعرض إلى جميع التشريعات التي سبقت هذه الحقبة من الزمن، بداية بالشرائع القديمة إلى غاية الزمن المعاصر، وعليه نولي الاهتمام في الفترة السابقة على صدور قوانين حماية المستهلك في الفرع الأول، وفي الفترة اللاحقة على صدور قوانين حماية المستهلك الفرع الثاني.

### الفرع الأول

#### في الفترة السابقة على صدور قوانين حماية المستهلك

في الفترة السابقة على صدور قوانين حماية المستهلك، سادت تشريعات حاولت تنظيم المجتمعات البدائية الأولى التي تطورت بمرور العصور، فهل كانت لها نظرة حمائية وتنظيمية للمستهلك خاصة حقه في الإعلام؟ وما موقف الشريعة الإسلامية من حماية حق المستهلك في الإعلام باعتبارها القانون الإلهي الذي نظم الحياة داخل المجتمعات في جميع المجالات، وجعل من المجتمع الإسلامي المجتمع المثالي الذي يقتاد به على مستوى جميع مجالات الحياة؟

ومنه فالفترة ما قبل صدور حماية المستهلك تنقسم هي الأخرى إلى فترات زمنية، الفترة الأولى هي فترة العصور القديمة، والفترة الثانية الشريعة الإسلامية والفترة الثالثة العصور الوسطى.

## أولاً- في العصور القديمة:

نميز في هذه المرحلة فترتين زمنيتين، فالفترة الزمنية الأولى كانت سابقة على ظهور القانون الروماني، وتبدأ هذه المرحلة من القرن الرابع والعشرين ما قبل الميلاد تقريباً، بداية بعهد الملك أوركاجينا فقانون حمورابي ثم يليه قانون صولون ، ثم فترة القانون الروماني، وتبدأ من بداية الحكم الروماني إلى غاية سقوط الإمبراطورية الرومانية.

### 1- في الفترة السابقة على القانون الروماني:

تتمثل أهم القوانين في المرحلة السابقة على القانون الروماني في فترة حكم الملك أوركاجينا، الملك حمورابي الذي أصدر قانونه والذي أصبح يسمى باسمه، والملك صولون.

### أ- في عهد الملك أوركاجينا:

يعتبر القانون الذي أصدره الملك أوركاجينا وهو الملك الثامن من ملوك سلالة ليكش (Lagash)، الذي بدأ حكمه حوالي 2355 قبل الميلاد ، أين أقر مجموعة من النصوص القانونية في هذا القانون الذي كان يسمى بقانون أوركاجينا، وهو في الحقيقة قانون جاء محاولة لإصلاح الحياة الاقتصادية داخل إقليم المملكة - الإصلاح الاقتصادي - و ما يهمننا في هذا البحث، هو أنه قضى على استغلال المستهلك في عقد البيع، وطبق الرضائية وخاصة فيما يتعلق بالسعر فإنه يخضع لاتفاق الأطراف، لا للاحتكار ومنه علم المشتري بالسعر قبل إبرام العقد النهائي، وبذلك طبق الشفافية في عقد البيع<sup>1</sup>.

### ب- قانون حمورابي:

لم يهتم تشريع حمورابي بتنظيم عقد البيع، بل تركه للأعراف السائدة آنذاك إلا في بعض المسائل التي ثار حولها خلاف أو غموض في التفسير وهذا ما صعب عمل الباحثين في الوصول إلى مضمونها الحقيقي، إلا أنه عثر على لوحات اتخذت نمطاً مشتركاً تحدد فيه الاتفاق في تسلسل واضح محدد لعناصر الاتفاق في عقد البيع وهي من الأعلى إلى الأسفل في الشكل التالي:

1- مكان التصرف.

2- أسماء أطراف العقد.

3- نبذة عن مضمون العقد.

4- وصف موضوعه.

5- ذكر الشهود.

---

<sup>1</sup>- أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005 ، ص 23.



## 6- تاريخ العقد.

مما يفهم أن أركان العقد في تلك الحقبة الزمنية ثلاثة أولهم الاتفاق بين البائع والمشتري، ثانيهم الشيء المبيع، وثالثهم الثمن. ومنه أن للتراضي قيمة كبيرة في التصرف وإنارة المشتري بالمبيع ومعرفته للثمن، وهو حماية رضا المشتري وإقدامه على إبرام العقد وهو على بينة مما مقدم عليه، كما حمت هذه الشريعة المشتري من العيوب الخفية، حيث جاء النص على هذا الالتزام: "وفي مناسبة بيع الرقيق، حيث خول القانون لمشتري العبد أن يعيده إلى بائعه إذا أصابه داء الصرع خلال الشهر التالي للبيع"<sup>1</sup>.

### ت- قانون صولون :

الذي أصدره الملك صولون، الذي حكم مدينة أثينا عام 600 قبل الميلاد، وأصدر هذا القانون ليخفف من وطأة الحالة الاقتصادية التي تمر بها البلاد، وخاصة الأمور التي تتعلق بالمستهلك، حيث تأثر الملك بالقانون المصري، عند حضوره إلى مصر عام 559 قبل الميلاد، وأدخل تشريعات التي اقتبسها من مجموعة قوانين بوخريس، ومن خصائصه أن تشريعاته وأحكامه ساوت بين طبقات الشعب وواحدة للجميع، ومن بين هذه التشريعات التي تتعلق بحماية المستهلك أنه وضع نظام المقاييس<sup>2</sup>.

### 2- في القانون الروماني:

كانت القوانين القديمة كقانون الألواح الإثني عشر وقانون جستنيان، فضلا عن المراسيم الصادرة من حكام المدن الرومانية ومحتسبها تمثل القانون الروماني الذي نظم الحياة داخل المجتمع في تلك الحقبة من الزمن، ومن بينها قوانين التي كانت تفرض التزامات بالإعلام والضمان على عاتق البائع لصالح المشتري<sup>3</sup>. كما أن فكرة حماية المستهلك قد تجسدت وخاصة عن طريق الوسم، ولو لم تكن لها الصفة الإلزامية كما هو عليه الحال في الزمن المعاصر، وتتمثل في أن منتجين الخمور كانوا يضعون أختاما من الرصاص على زجاجات النبيذ حماية لنوعيتها وحماية للمستهلك من محاولة الغش<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - أنور أبو بندر، دراسة تاريخية حمورابي مشرعا ومدونا.

[www.diwanalarab.com/spip-php?article3562.htm](http://www.diwanalarab.com/spip-php?article3562.htm)

le 17/10/2007

<sup>2</sup> - أحمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 25

<sup>3</sup> - ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلاميين وأحكام القضاء، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 2000، ص 45.

<sup>4</sup> - السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة 1999، ص 02.

## أ - قانون الألواح الإثنى عشر : la loi des douze tables

فقد أثبتت الدراسات القانونية المتخصصة أن الالتزام البائع بالإعلام والضمان كان من بين الالتزامات المنصوص عليها في القانون الروماني في مواجهة المشتري، وقد وردت الإشارة إلى ذلك في نصوص قانون الألواح الإثنى عشر<sup>1</sup>.

حيث يلتزم البائع بإعلام المشتري بالوضع القانوني للعقار المبيع، وأعطى للمشتري الحق في مطالبة البائع بذكر وبيان مواصفات الشيء المبيع، في البيان الرسمي المصاحب لعملية نقل الملكية، كما قرر مسؤولية البائع عن البيانات الكاذبة المتعلقة بالوضع القانوني للعقار مثلا لو كان متقلا بحقوق ارتفاق أو أقل من المساحة المبينة من قبل البائع. ولقد عثر على منشور خاص يتضمن نصا بإلزام البائع بتقديم بعض المعلومات التي تعين المشتري على حسن استغلال العبد وذلك من خلال توضيح خصائصه أو خصاله، وذكر عيوبه، هذا فضلا عن ضرورة بيان جنسيته<sup>2</sup>.

وعندما ظهر عقد البيع الرضائي في أواخر عصر الجمهورية الرومانية اعتبر البائع مسؤولا عن عيوب المبيع بغض النظر عن وجود إسهاد أو اشتراط ، في حالة علم البائع بها أو عند عرضه للشيء المبيع ووصفه ببعض الصفات التي لا يتضمنها في الحقيقة<sup>3</sup>، فإذا ظهر بالمبيع عيب كان للمشتري الحق في رفع دعوى الشراء على البائع، للحصول من البائع على تعويض عن الضرر الذي لحقه بسبب هذا العيب<sup>4</sup>.

كما تدخل المحتسبون في أواخر العصر الجمهوري بوصفهم الحكام المشرفين على الأسواق لتنظيم البيوع التي تنصب على الرقيق والحيوانات المنزلية وذلك رغبة منهم في حماية المواطنين الرومان من الأساليب الاحتيالية للتجار الأجانب ، فألزموا التجار بالإدلاء لعملائهم بالبيانات الخاصة بالمبيع، وأن يكشفوا عن عيوب المبيع ، ولذلك يجب على البائع إعلان العيوب المرتبطة بالمبيع والكشف عنها للمشتري، ويتم ذلك الإعلام عن طريق الإعلان عن العيوب شفاهة بصوت مرتفع وإما بتدوينها كتابة في لوحة تعلق في رقبة الرقيق أو الحيوان<sup>5</sup>.

1 - خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة النشر، ص 4.

2 - المرجع نفسه، ص 4.

3 - عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)، بدون دار النشر، بدون بلد النشر ، 2005، ص 17.

4 - ممدوح محمد مبروك ، المرجع السابق ، ص 46.

5 - ممدوح محمد مبروك ، المرجع السابق ، ص 47.

## ب- قانون جستينيان : la loi de Justinian

فقد طبق القواعد التي وضعها المحتسبون على البيع جميعاً أياً كان محلها أو مكان انعقادها. وقد افترض قانون جستينيان خطأ البائع (ولو كان حسن النية لعدم علمه بالشيء الذي يبيعه) إذ قام بتسليم شيء ينطوي على بعض العيوب المجهولة للمشتري، أو أنه لا يحوي الصفات المشار إليها عند إبرام العقد، ومن ثم تترتب المسؤولية. والبائع كذلك يكون مسؤولاً عن الغش والتدليس للعيوب بطريق كتمانها عن المشتري أو إدلائه ببيانات كاذبة إلا أنه لا يعاقب على المهارة المفرطة للإعلان (المبالغة في الإعلان)<sup>1</sup>.

### 3- في القانون اليوناني:

كما أكدت الدراسات القانونية المتخصصة على وجود الالتزام بالإعلام في القانون الأثيني، حيث ورد في نصوص القانون الأثيني نصاً يلزم البائع بإعلام المشتري، في حالة أن شخصاً يقوم ببيع رفاً إلى شخص آخر أن بين صفات العبد ويحذره من الأمراض التي يعاني منها، وفي حالة الإخلال بهذا الالتزام يحق للمشتري فسخ العقد، وقد عثر دراسة لأفلاطون ورد فيها إحصاء وعدد الأمراض التي يترتب على إخفاءها من طرف البائع عن المشتري وعدم إعلامه بها جواز فسخ العقد، ونذكر من بينها على سبيل المثال لا الحصر:

-الصرع.

-الاختناق.

-الهزال.

-الداء الحصوي<sup>2</sup>.

وغيرها من الأمراض التي يصعب الشفاء منها أو تقتضي مدة طويلة من العلاج. وفي حالة عدم إخطار البائع المشتري بالعيوب الموجودة بالعبد فإن للمشتري حق رفع دعوى فسخ عقد البيع، شريطة أن يتم رفعها خلال سنة في حالة أن المرض المصاب به العبد هو داء الصرع، أو خلال ستة أشهر بالنسبة للأمراض الأخرى<sup>3</sup>.

كما تناول قانون أبدير ( la loi d'abder ) إلزام البائع في البيوع المتعلقة بالحيوانات الإفصاح عن الأمراض المصاب بها الحيوان محل البيع، ومن بين هذه الأمراض مثلاً مرض الزحار، الحمى أو الإسهال، ويترتب عن عدم الإفصاح فسخ العقد<sup>4</sup>.

1- ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 47 و 48.

2 - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، 6.

3 - المرجع نفسه، ص 6.

4 - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 8.

## ثانياً- في الشريعة الإسلامية:

الإسلام يوجب الصدق في العبادات والصدق في المعاملات وصدق في أمور الحياة كلها، وسنكتفي في هذا الجزء بتعداد الآيات والأحاديث التي نصت على وجب إعلام المشتري بالمبيع وأن تكون هذه المعلومات صادقة ونزيهة.

### 1- الآيات الدالة على الحق في الإعلام:

ومن الآيات التي تدل على الالتزام بالصدق مع المستهلك قوله تعالى: << يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولاً سديداً >><sup>1</sup>، ومنها ما يدل على حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة وعدم الثناء على السلعة بما ليس فيها من الصفات بقوله تعالى عز وجل: << ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد >>. كما ألزمتنا الله عز وجل أن لا يكتم الواحد منا في المقدار شيئاً، بتعديل الميزان والاحتياط فيه وفي الكيل، فينبغي أن يكيل كما يكتال<sup>2</sup>. وحذر الله عز وجل من الحلف أثناء البيع من أجل تحقيق المال بقوله عز وجل: << إن الذين يشترون بعهد الله وأيمانهم ثمناً قليلاً أولئك لا خلاق لهم في الآخرة، ولا يكلمهم الله ولا ينظر إليهم يوم القيامة، ولا يزكّيهم، ولهم عذاب أليم >><sup>3</sup>.

وعليه فإن الالتزام بالإعلام في الشريعة الإسلامية، هو أمر مفروض على كل واحد يمتلك المعلومات، وليس على المحترف فقط، فالغير ملازم بالإفصاح عن المعلومات، للمتعاقد الجاهل عنها والذي سوف يقدم على التعاقد، ومنه فالشريعة الإسلامية حافظة للجميع لحقوقهم، ولم تقتصر على المستهلك فقط (الذي لم يظهر مفهومه أو اصطلاحه)، أو بالمفهوم الموسع له، المشتري.

### 2- الأحاديث النبوية الدالة على الحق في الإعلام:

يقول الرسول (صلى الله عليه وسلم): "عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة"، وإن كانت الشريعة الإسلامية لم تنص صراحة على حماية المستهلك بصفة خاصة، لعدم وجود مصطلح كلمة (المستهلك) في الشريعة الإسلامية إلا أنها غنية بالنصوص القرآنية والأحاديث النبوية التي لها علاقة كبيرة بحماية المستهلك، وهي قادرة على توفير الحماية الكاملة لمستهلك بفرض واجبات على التاجر اتجاه المتعاقد معه<sup>4</sup>. ومن بين هذه الواجبات أنها فرضت على بائع السلع أو الخدمات، هو التزام بإعلام المشتري في جميع

<sup>1</sup> - الآية 70 من سورة الأحزاب.

<sup>2</sup> - السيد عطيه عبدالواحد، المرجع السابق، ص 64.

<sup>3</sup> - الآية 77 من سورة آل عمران.

<sup>4</sup> - السيد عطيه عبدالواحد، حماية المستهلك من منظور إسلامي، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995،

مراحل العقد، وذلك بإعلام المشتري قبل إتمام البيع بحقيقة المبيع، ويستدل من ذلك الأحاديث النبوية والآيات القرآنية.

ولهذا نجد أن الشريعة الإسلامية فرضت على عارضي السلعة للبيع بتقديم البيانات الكافية المتعلقة بالشيء المبيع، و ألزم المتداولين لها أن يبنوا نوعها وصفاتها المميزة والكمية لإخراجه من الجهالة بحيث يتم التراضي عليه عن بينة تامة من أمره وفي هذا الإطار نهى النبي (صلى الله عليه وسلم) عن بيع الصبرة من الثمرة، كما نهى عن الملامسة والمناذة، قال الإمام مالك: <<حواللامسة: أن يلمس الرجل الثوب، لا ينشره ولا يتبن ما فيه، أو يبتاعه ليلا، ولا يعلم ما فيه، والمناذة أن ينبذ الرجل إلى الرجل ثوبه، وينبذ الآخر إليه ثوبه، على غير تأمل منهما، ويقول كل منهما هذا بهذا>>.

ومن الواضح أن البيانات يجب أن تكون صادقة لا كتمان فيها للعيوب ولا كذب ولا دعاية مضللة ومشفوعة بالتأكيدات والأيمان الكاذبة، فقد روى عن عقبة بن عامر أنه سمع الرسول (صلى الله عليه وسلم) يقول: <<المسلم أخو المسلم، ولا يحل المسلم باع من أخيه بيعا فيه عيب إلا بينه>><sup>1</sup>.

كما أعطى للمستهلك حق الرؤية قبل إبرام العقد وبعد ه، وقد اتفق الفقه على أن رؤية المبيع وقت العقد يحصل بها العلم التام الذي ينفي الجهالة بالمبيع، ويمنع النزاع بين المتعاقدين<sup>2</sup>، حيث يرى أصحاب المذهب الحنفي أن من اشترى شيئا لم يره فله الخيار إذا رآه، إن شاء أخذه، وإن شاء تركه، وهو حق شامل للعقارات والمنقولات ولكن يتعلق بالمشتري أو المستهلك دون البائع، وهو فرصة للتأمل في مكاسب التعاقد على موضوع معين، تبدأ هذه الفرصة من الجلوس للمساومة والتعرف على شروط العقد عند شراء الشيء الذي هو بحاجة إليه<sup>3</sup>. ولذا تم النهي عن هذه البيوع، فالسبب الأول راجع إلى عدم معرفة أوصاف الشيء المباع، ومنه يتسبب في الغبن والضرر، فالمعرفة بالمواصفات يعتبر أسلوبا تنظيميا غايته هو ضمان حق المستهلك في حرية الاختيار، ومنه لا تقر الشريعة الإسلامية أساليب الدعاية الكاذبة والمضللة التي تمارسها وسائل الإعلام والدعاية في الزمن المعاصر، فقد نهى الرسول (صلى الله عليه وسلم): <<لا تصروا الإبل والغنم، فمن ابتاعها بعد ذلك فهو بخير

<sup>1</sup> - عبد العزيز المرسي حمود ، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 21 و 22.

<sup>2</sup> - رجائي سيد أحمد العطاوي الفقي، تبصرة العيون بأحكام الثمن والمتمون (دراسة فقهية عصرية) ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2005، ص132.

<sup>3</sup> - محمد الحبيب التجكاني، مفهوم المستهلك ووسائل حمايته في الإسلام ، يوم دراسي 4 فبراير 2002، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، رقم 77، جامعة محمد الأول وجدة، المغرب، 2003 ، ص 19 و 20

الناظرين بعد أن يحلبها، فإن رضاها أمسكها وإن شخطها ردها وصاع من تمر»<sup>1</sup>،  
 والتصيرية هي حبس اللبن في الضرع حتى يجتمع، وقد قال الإمام الشافعي: التصيرية هي  
 ربط أخلاف الشاة أو الناقة وترك حلبها حتى يجتمع لبنها فيكثر فيظن المشتري أن ذلك عاداتها  
 فيزيد في ثمنها لما يرى من كثرة لبنها<sup>2</sup>. وكذا الحديث الذي رواه أبو خالد حطيم بن حزام -  
 رضي الله عنه - عن الرسول (صلى الله عليه وسلم) أنه قال: "البيعان بالخيار ما لم يفترقا  
 فإن صدقا وبينا بورك في بيعهما وإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما"<sup>3</sup>. حيث يحث الرسول  
 (صلى الله عليه وسلم) في هذا الحديث الشريف أوجب العاقدين على الصدق والبيان عند  
 إبرام العقد فيجعلهما سببا في نزول البركة من الله عزّ وجلّ عليهما، وينهاهم من الكذب  
 والكتمان وإخفاء العيوب الموجودة بالشيء المبيع، ويجعلهما سببا في خسف البركة ومحققها،  
 ومنه الإعلام أمر شرعي ينبغي على العاقد أن يلتزم به في مواجهة من سيتعاقد معه<sup>4</sup>.  
 ومن الأحاديث ما يدعو إلى التزام جانب من الصدق مع المستهلك قوله (صلى الله عليه  
 وسلم): >> التاجر الصادق يحشر يوم القيامة مع النبيين و الصديقين والشهداء << رواه  
 الترمذي، أما فيما يتعلق بعدم الثناء على السلعة بما ليس فيها، قول الرسول محمد (صلى الله  
 عليه وسلم) (>> إن اليمين الكاذبة منفقة للسلعة ممحقة للكسب <<<sup>5</sup>، ولما كانت صفة  
 الصدق لصيقة بالمسلم فينبغي أن تلازمه في كل تصرف، ويجب أن يتعداه إلى وجوب تحري  
 الصدق في الإعلان بحيث لا يذكر إلا الخصائص الحقيقية للسلعة ويبين كذلك مزاياها  
 وعيوبها<sup>6</sup>. وروي عن عبد الله بن عمر رضي الله عنهما أن النبي (صلى الله عليه وسلم) مر  
 على صبره طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللا فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟. قال:  
 أصابته السماء يا رسول الله. فقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): أفلا جعلته فوق الطعام  
 حتى يراه الناس من غشنا فليس منا<sup>7</sup>.

الشريعة الإسلامية وإن لم تتضمن مصطلح المستهلك إلا أنها أقرت حق المشتري في  
 الإعلام الشفاف والنزيه، كما أن الشريعة الإسلامية لم توقع هذا الالتزام على أحد طرفي العقد  
 بل نجد نطاق هذا الالتزام يمتد من حيث الأشخاص إلى الغير باعتبار أن نظرة الشريعة  
 الإسلامية إلى المجتمع داخل الدولة على اعتبار أسرة واحدة، ينبغي أن تتوحد مصالحهم

<sup>1</sup> - عبد الله معصر، الضوابط الشرعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي، يوم دراسي 4 فبراير 2002، منشورات  
 كلية الآداب والعلوم الإنسانية، رقم 7، جامعة محمد الأول، وجدة، المغرب، 2003، ص 16.

<sup>2</sup> - السيد عطيه عبد الواحد، المرجع السابق، ص 58.

<sup>3</sup> - عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 21.

<sup>4</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 22.

<sup>5</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 36.

<sup>6</sup> - السيد عطيه عبدالواحد، المرجع السابق، ص 70.

<sup>7</sup> - عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 22.

وتتلاقى غاياتهم، والدليل على ذلك ما روى عن وائلة بن الأسقع رضي الله عنه أنه قال: "قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا بين ما فيه ولا يحل لأحد يعلم ذلك إلا بينه"<sup>1</sup>. مما يستدل من هذا الحديث أن الشريعة الإسلامية ألقت التزام على كل من يعلم وجوب الإفصاح مما يعلمه.

الالتزام بالإعلام في الشريعة الإسلامية شرع إلهي يجب احترامه، وينبغي تنفيذه في مجال التعامل بين الأفراد سواء بين المتعاقدين أو على الغير، ففي الشريعة الإسلامية هذا الالتزام يقع على من يمتلك المعلومات المتعلقة بالعقد، استناداً للأدلة الشرعية من الكتاب والسنة، وقيمة هذا الالتزام قد دفعت برسول الله محمد (صلى الله عليه وسلم) إلى مراقبة سلوكيات الأفراد من خلال التجول في الشوارع والأسواق والوقوف على مدى احترامهم لهذا الالتزام أو إخلالهم به، بهدف التحفيز على القيام به والترهيب من مخالفته والخروج على مقتضياته. مما دفع بالمجتمع في تلك الفترة إلى الحرص في التعامل.

### ثالثاً- في العصور الوسطى و الحديث:

أما في العصور الوسطى فقد تعددت القواعد القانونية، ومما كان يحمي المستهلك ويردع التجار، في عقود البيع، نجد منها فكرة الثمن العادل، كما فرضت قواعد استهدفت ضمان المنتجات والخدمات المعروضة على الجمهور، وفي عام 1417م أصدر ملك فرنسا لويس الحادي عشر مرسوماً يعاقب على الغش، إلا أن بعض العقوبات تثير نوعاً من الدهشة، فنجد مثلاً تم النص على أن كل إنسان يبيع اللبن مخلوطاً بالماء يتم وضع قمع في فمه خلال وقت معين حتى يقرر الطبيب أو الحلاق أنه لم يعد في وسعه أن يبتلع أكثر مما دخل في جوفه<sup>2</sup>. مع الإبقاء على سريان القواعد القانونية القديمة المتعلقة بالبيع ما أسفرت عنها من حماية قانونية للمشتري في حماية رضاه وحقه في رفع الدعاوى المتعلقة بالشراء.

لقد عرف التشريع تطوراً كبيراً في بداية القرن التاسع عشر، ففي فرنسا ونتيجة لصدور التقنين التجاري 1807م، الذي بموجبه ألغي نظام الطوائف، وأخذ بمبدأ حرية التجارة والصناعة، وفي هذا المجتمع الجديد لم يعد هناك مكاناً لحماية المستهلك، فليس من وظيفة القانون أن يحمي المشتري، وإنما يجب على هذا الأخير أن يحرص أثناء تعاقدته على مصالحه الخاصة.

<sup>1</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 28.

<sup>2</sup> - حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص

وأصبح مبدأ سلطان الإرادة هو أساس النظام القانوني وأصبح مفترضا أن كل المتعاقدين لديهم الوعي أو العقل الكافي، رغم أن هذه المرحلة اتسمت بسيطرة رجال الصناعة والأعمال وهذا ما يفسر منعهم لصدور ما بين سنة 1879 و 1905 قرابة مائة قانون يتعلق بتنظيم الأغذية والأدوية لما لهم من نفوذ في هذه الفترة الزمنية<sup>1</sup>، ولم يعد أمام المشتري سوى التمسك بالدعوى المقامة على أساس عيوب الرضا، أو دعوى ضمان العيوب الخفية، وهي وسائل يحق اللجوء إليها في مسائل الاستهلاك.

أما في نهاية القرن التاسع عشر، ظهرت بعض القواعد الحمائية، لكن لم يكن هناك كلام بعد عن حماية المستهلك أو قانون خاص بحماية المستهلك<sup>2</sup>. ولكن بعد صدور كتاب الكاتب السياسي Upton Sinclair تحت عنوان " الغابة" بعد سنة 1906 الذي صور فيه الإهمال والتسبب في صناعة الأغذية، صدر قانون الأغذية والدواء في نفس السنة، حيث بموجبه منع تصنيع أو بيع أو نقل أغذية أو أدوية أو خمور ملوثة أو مسمومة أو بدون ختم<sup>3</sup>.

وفي سنة 1927 صدر كتاب للكاتب الأمريكي Stuart chase Schlink الموسوم بـ "قيمة نقدك"، الذي هاجم فيه الإعلانات المضللة والبيع تحت تأثير الضغوط والإغراءات، ومنه بدأت صدور تشريعات لحماية المستهلك، إلا أنها توقفت بسبب اندلاع الحرب العالمية الثانية<sup>4</sup>.

بعدها ظهر أول قانون يتعلق بحماية المشتري من الإعلان الكاذب والمضلل، وهو ما يتعلق بحماية رضا المستهلك، ومنه يجب أن تتوفر في الإعلام الصدق والوضوح حتى يبتعد عن تدليس المستهلك ومنه التعاقد يكون على بيئة وهي أحد الفوائد التي تكمن في فرض التزام على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك<sup>5</sup>.

لكن مما يميز هذه الفترة أن مفهوم المستهلك لم يظهر بعد إلى الوجود، وكل القوانين المتعلقة بفرض هذا الالتزام كانت عامة على جمهور المتعاقدين، سواء كانوا مستهلكين أم غير مستهلكين، فكلما كان المستهلك في موقف الدائن بالالتزام بالإعلام، تدخل القانون بالحماية، عن طريق الجزاءات المقررة في هذه القوانين سواء كانت جزاءات جزائية، أم جزاءات مدنية.

<sup>1</sup> - بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005، ص 10.

<sup>2</sup> - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص 32.

<sup>3</sup> - بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 10 .

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 11 .

<sup>5</sup> - سقاش ساسي، التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005، ص 39.



## الفرع الثاني

### في القوانين اللاحقة على صدور قوانين حماية المستهلك

رغم النصوص التشريعية التي عرفتتها القوانين القديمة، في هذا الجانب من إقرار للمستهلك في حقه بالعلم بما هو مقدم على التعاقد عليه إلا أنها كانت غير كافية، فهل للمرحلة القادمة على ذلك من أثر كبير في هذا الجانب أم أنها سائرت المرحلة الأولى.

ونحن نعرف أن هذه المرحلة هي مرحلة التطور الصناعي في الدول الغربية، وما أفرزته من منتجات غريبة على الساحة الاقتصادية وضعف قدرة المستهلك على استيعابها والعلم بها، وتميزها عن بعضها البعض، وظهور ما يعرف بحقوق الفرد، والاتجاه نحو الديمقراطية، وسيادة منطبق حقوق الإنسان على الصعيد الدولي، خاصة في الدول الغربية. وعملية التأثير على التشريعات العربية، التي سائرت التشريع الغربي في جل التشريعات ومنه كان التقليد واضح في هذا المجال أيضا، خاصة جدا بعد ظهور ما يعرف بالعلومة بصفة عامة والعلومة الاقتصادية بصفة خاصة.

وهذا ما سوف نتعرف عليه في هذا الفرع الثاني، بالتطرق أولا في الدول الغربية وبين نظاميها الأنجلوأمريكي، والنظام اللاتيني، ثم إلى الأنظمة العربية لكل من مصر والجزائر.

#### أولا- في الدول الغربية:

1 - هناك نمطين من القوانين، النمط الأنجلوأمريكي، والنمط اللاتيني الذي تستمد منه أغلب الدول العربية قوانينها، ولذا وجب دراسة كيفية نشوء وتطور هذا الحق في هذين النظامين.

#### 1- في الدول الأنجلوأمريكية:

إن حماية المستهلك ظهرت ولأول مرة في الدول الأنجلوأمريكية، وتعتبر أمريكا هي النواة الأولى التي ظهرت بها فكرة حماية المستهلك، ثم انتقلت إلى الدول الأوروبية كبريطانيا، بلجيكا، النرويج، فرنسا، وباقي دول الاتحاد الأوروبي، ولهذا سنخصص الدراسة في هذا الجزء من البحث على كل من:

#### أ- في الولايات المتحدة الأمريكية:

في بداية القرن العشرين لوحظ وعي لدى المستهلكين لشعورهم بالمخاطر المحدقة بهم نتيجة الضعف أمام البائع أو المنتج، مما أدى إلى بروز قيادة لحركة حماية المستهلك، التي

أصبحت اتحادا عالميا بعد ذلك، وحاولت هذه الحركة أن تؤثر في حكومات الولايات المتحدة الأمريكية والتي أصدرت تحت ضغطها قوانين لحماية المستهلك<sup>1</sup>.

إلا أنه عرف التشريع الأمريكي في مرحلة سابقة عن هذا الزمن قوانين تحمي المستهلك بطريقة غير مباشرة منها قانون عام 1872 بشأن الخداع والغش، ثم قانون 1890 الذي نظم صناعة الأغذية المحلية ووضع المواصفات القياسية اللازمة لحماية المستهلك، وفي عام 1927 أنشئت إدارة الأغذية والدواء وأصبحت هي المتولوية لتنفيذ التشريع، التي نجحت في عام 1930 في الاتصال بوزارة الصناعة لوضع المعايير الخاصة بجودة المنتجات المحلية، بعد حالة الفوضى التي كانت تتسم بها. أما في عام 1938 صدر قانون يحمي المستهلك من الإعلان الكاذب والمضلل<sup>2</sup>.

وفي بداية الستينيات بدأ التنديد بظاهرة المجتمعات الاستهلاكية، أين كانت السلطة والسيطرة للبائع والمنتج، أما المستهلك فقد كان في مركز ضعف نتيجة تنوع البضائع واختلاف الأسعار، فأصبح يشتري ويقتني البضائع والسلع دون أن يعرف الغاية منها، وقد لا يكون في حاجة ماسة إليها مما خلق عدم التوازن والتساوي بين هاتين الطائفتين، هذا ما دفع إلى التنديد بسيطرة المنتجين والبائعين، وانتشرت معها أن ما يمكن الجمع بين الناس أنهم مستهلكين، ومن ثم تجب حمايتهم، مما أدى إلى ظهور فكرة الدفاع عن المستهلكين<sup>3</sup>.

إلا أن الميلاد الحقيقي لحماية المستهلك كان في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1962، بعد الخطاب الذي ألقاه الرئيس الأمريكي جون كينيدي (J.F.Kennedy) أمام مجلس الشيوخ بتاريخ 15 مارس 1962 حيث صرح قائلاً: "بأننا كلنا مستهلكون"، واعترف للمستهلك بأربعة حقوق أساسية وهي الحق في الأمن، الحق في السلامة، الحق في الإعلام، والحق في الاختيار<sup>4</sup>.

والحق في الإعلام يتمثل في حق المستهلك في الحصول على إعلام موضوعي، وكافي عن المنتجات والسلع، وحمايته من الإعلام المضلل والإشهار الخادع، وتقديم البيانات الدقيقة والكفيلة لاتخاذ الاختيار الأفضل والسليم، كبيان الأسعار و البيانات المتعلقة بالمنتج.

وقد دأب رؤساء أمريكا ببعث رسالة مماثلة إلى الكونغرس يؤكدون فيها على ضرورة الاهتمام والحرص على حقوق المستهلك، كما فعل الرئيس جونسون عام 1964 والرئيس

<sup>1</sup> - فتات فوزي، نشوء حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005، ص 29.

<sup>2</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 40.

<sup>3</sup> - سيد محمود الهواري، تصرفات المستهلكين، الطبعة الأولى، القاهرة، 1986، ص 31.

<sup>4</sup> - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ص 14.

ينكسون عام 1969، ثم في بداية السبعينيات قامت مجموعة من نشطاء حركة المستهلك بقيادة رالف نادر بإعداد قائمة موسعة لحقوق المستهلك، حيث تم إضافة ستة حقوق أخرى ليرتفع عددها من أربعة حقوق إلى عشرة حقوق<sup>1</sup>.

وقد بلغ عدد القوانين التي صدرت في الفترة ما بين 1962 و 1970 والمتعلقة بحماية المستهلك عشرين قانون، ومن بينها صدر قانون البطاقات في عام 1965 التي تلصق على العبوات المختلفة وتحمل جميع البيانات الخاصة بالمنتج مثل المنشأ والكمية والمكونات الأساسية، بالإضافة إلى السعر وطريقة الاستخدام وغيرها من البيانات الواجب توافرها من أجل إعلام المستهلك بالمنتجات<sup>2</sup>.

وفي سنة 1966 صدر قانون التعبئة والملصقات، و 1968 قانون حماية ائتمان المستهلك، وعام 1974 صدر قانون سلامة منتجات المستهلك<sup>3</sup>.

#### ب- في بريطانيا:

انتقلت حركة حماية المستهلك من الولايات المتحدة الأمريكية إلى بريطانيا بنفس الشكل الذي شهدته أمريكا، حيث وضع الكتاب الأبيض أو ما يسمى بتقرير لجنة مالوني Rapport Maloney والذي نضمن الأسس العامة لحماية المستهلك.

كما انتشرت جمعيات حماية المستهلك في جميع أنحاء بريطانيا، ثم تدعمت بإنشاء الاتحاد الوطني لجماعة المستهلكين، والمركز الاستشاري للمستهلكين، واهتمت هذه الجمعية منذ نشوءها بمعالجة شكاوي المستهلكين ودراسة خدمات المحلات والمراكز التجارية ومقارنة الأسعار<sup>4</sup>.

ومنه قام المشرع الإنجليزي بإصدار قانون مواصفات التجارة عام 1968 متضمنا المواصفات التي يجب مراعاتها في إنتاج وعرض السلع والخدمات من حيث العلامة التجارية، والملصقات التي توضع عليها، وكذلك الوزن الصافي لكل وحدة والمقاسات والأحجام والمكونات الداخلة في صناعتها أو إعدادها، وما إلى ذلك من بيانات ومعلومات تزود المستهلك بمعرفة صحيحة وكاملة عن السلعة أو الخدمة التي يبتغيها، ويكون المنتج أو البائع الذي يعرض سلعة مخالفة للمواصفات المعمول بها يعد مرتكبا لجريمة، يعاقب عليها جنائيا<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 11 و 12 و 13.

<sup>2</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 40.

<sup>3</sup> - السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 53.

<sup>4</sup> - بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 14.

<sup>5</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 37.

كما حرص المشرع الإنجليزي على حماية المستهلك من خداع البائع، الذي قد يدعي أن السلعة المعروضة من إنتاج دولة مشهود لها بالكفاءة في إنتاج مثل هذه السلع، في حين أن الحقيقة بخلاف ذلك.

وفي سنة 1972 تم إصدار قانون، بموجبه تم إلزام المستورد بأن يوضح على السلعة اسم الدولة التي تم تصنيع السلعة بها، أو التي تم استيرادها منها، وهو ما يعرف بدولة المنشأ، على أن يكون اسم الدولة محددًا تحديداً دقيقاً نافياً للجهالة.

وفي سنة 1968 تم صدور قانون مواصفات التجارة في حالات إنقاص الثمن المزيفة، وأن يكون مماثل للسعر المعلن عنه، كما أصدر المشرع الإنجليزي قانون الشروط التعسفية غير العادية في العقد عام 1977، الذي حوي بين نصوصه إلزام البائع بذكر في العقد الشروط التي في صالح المشتري حتى يعلم بها، وحمى المستهلك أيضاً من الإعلان المضلل<sup>1</sup>. كما أصدر بعدها المشرع الإنجليزي قوانين أخرى، أهمها قانون سلامة المستهلك عام 1978 المتعلق بمخالفة اللوائح والقرارات الصادرة عن سكرتير الدولة، والتي تعتبر جريمة يعاقب عليها، ثم قانون 1990 المتعلق بسلامة الأغذية<sup>2</sup>. ومن نصوص هذا القانون أنه ألزم المنتج والموزع إعلان تحذير للجمهور في حالة بيع السلع التي تتضمن المخاطر التي قد يتعرض الفرد في حالة استخدامه لها، ويكون الالتزام بالتحذير هذا على نفقة المنتج أو الموزع<sup>3</sup>.

## 2- في الدول اللاتينية:

شعرت بعض الدول بعد الحركة التي ظهرت في أمريكا بالخطر المحدق بالمستهلك، حيث نشأت أول منظمة كندية سنة 1947، التي تحول اسمها فيما بعد إلى جمعية المستهلكين في كندا سنة 1962<sup>4</sup>. ثم انتقلت هذه الحركة إلى الدول الأوروبية الغربية، ومن بين هذه الدول فرنسا.

وبما أن فرنسا هي الرائد في سن القوانين في النظام اللاتيني، أغلب القوانين العربية تستمد قوانينها من القانون الفرنسي، خاصة القانون الجزائري والمصري، فسوف نقتصر في دراستنا على التطور التاريخي لحق المستهلك في الإعلام في فرنسا دون التطرق إلى القوانين اللاتينية الأخرى، مميزين في ذلك بين مرحلتين بالنظر إلى ظهور مصطلح حماية المستهلك عام 1972، وقبله سنبداً بالحديث عن تطور هذا الحق في الاتحاد الأوروبي بشيء من

<sup>1</sup> - السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 28 و29.

<sup>2</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 38.

<sup>3</sup> - السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 20.

<sup>4</sup> - بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 13.

الاقتضاب جدا، لأن له تأثير كبير على قوانين فرنسا حيث تم إدخال تقريبا كافة التوجيهات الصادرة عن الاتحاد الأوروبي في التشريعات الفرنسية، التي أثرت فيه هي الأخرى في بعض الأحيان.

### أ- تطور حق المستهلك في الإعلام في الإتحاد الأوروبي:

نشأت السوق الأوروبية بموجب معاهدة روما بتاريخ 25 مارس 1957، ولم تتضمن المعاهدة ما يهم شؤون المستهلك نظرا لعدم وضوح ظاهرة عدم التكافؤ بين المحترفين والمستهلكين، وسيطرة رجال الأعمال والصناعة في هذه المرحلة، ولم يبدأ الاهتمام إلا سنة 1972 بقمة باريس لزعماء دول وحكومات السوق، ووضع برنامج من أجل سياسة لحماية وإعلام المستهلكين وذلك بالإعلان عن حقوق المستهلك، وأضيف جزءا خاصا تحت عنوان حماية المستهلك على معاهدة روما، وحدث هذا في معاهدة Maastricht بتاريخ 07 فيفري 1992<sup>1</sup>.

وقد بذل الاتحاد الأوروبي كل الجهود اللازمة من أجل إدخال دول الاتحاد هذه التوجيهات في التشريعات الداخلية لدول الاتحاد الأوروبي، ومن بين بعض التوجيهات التي صدرت عن الاتحاد الأوروبي في مجال حق المستهلك في الإعلام نجد:

- التوجيهية الأوروبية رقم CEE/450/84 الصادرة عن المجلس في 10 سبتمبر 1984 المتعلقة بالإشهار المغلط.
- التوجيهية رقم CE/55/97 المتعلقة بالإشهار المقارن وحالات التي قد يكون في هذا الإشهار غير مشروع.
- التوجيهية رقم CE /27/98 الصادرة عن المجلس في 19 ماي 1998 ومن بين ما احتوته التوجيهية حول لغة إعلام المستهلك<sup>2</sup>.

### ب- تطور حق المستهلك في الإعلام في فرنسا:

شهد التشريع الفرنسي في الفترة السابقة على صدور قانون الاستهلاك الفرنسي بعض القوانين التي تمت بصلة إلى حماية المستهلك من المنتج أو المتدخل في عملية تداول المنتجات، منها القانون الصادر عام 1905 والذي بموجبه يفرض عقوبات على خداع أو غش السلعة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- بودالي محمد، المرجع السابق، ص 17.  
le 23/02/2007

<sup>2</sup> - [www.europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/132010.htm](http://www.europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/132010.htm)

<sup>3</sup>- سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 40.

وبعدها شرعت حركة حماية المستهلك بظهور جمعيات حماية المستهلك، بشكل ملحوظ، رغم أن المشرع الفرنسي حمى المستهلك عن طريق نصوص القانون المدني بصفة عامة. ونظرا لغياب نص قانوني يفرض على البائع التزاما بالإعلام لصالح المشتري فقد كانت القاعدة إلى وقت قريب أنه لا إلزام على البائع بالإفشاء لقرينة المشتري بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد، ولكن القضاء الفرنسي لا حظ في كثير من الدعاوى المتعلقة بإبطال العقد للغلط أو التدليس أو دعاوى ضمان العيوب الخفية أنه كان بالإمكان توقي دعاوى الإبطال التي يرفعها المشتري لو أن البائع لم يستخدم صفة بالسكوت، وقام بواجبه بإعلام المشتري بكل ما يتصل بالمبيع حتى يكون رضاه حرا واعيا، ومنه بدأت أحكام القضاء تلوم البائع في هذه الدعاوى لتهاونه في إعلام المشتري وأن هذا التهاون هو الذي وضعه في هذا الموقف. و أخذت هذه الأحكام في التكلم عن هذا الالتزام كالالتزام مستقل، ويمكن مساءلة البائع عن إخلاله بهذا الالتزام حتى ولو لم تتحقق شروط الغلط أو التدليس. وقد دفع هذا الاتجاه القضائي بالمشرع الفرنسي فيما بعد إلى أن يسير مع القضاء<sup>1</sup>.

رغم أن القضاء في بداية الأمر طبق هذا الاجتهاد في حالة أم محل العقد يكون من الأشياء الخطيرة، ليتم بعدها تطبيقه على المنتجات التقنية والمنتجات الجديدة، وفي هذا المجال استعملت عدة مصطلحات منها الالتزام بالإعلام، بالإفشاء، بالتحذير...إلى غيرها، وقد أوجبها القضاء على المهني، ولم يقف عند هذا الحد بل أوجب على المحترف الاستعلام من أجل الإعلام، ولم يوجب المشتري على الاستعلام<sup>2</sup>.

و تدخل المشرع الفرنسي في عدة مرات بحماية المستهلك، وإلقاء التزم على البائع بإعلام المستهلك بمحل المبيع ولكن بنصوص خاصة نجد منها، القانون الصادر في 29 يونيو 1935 الخاص ببيع المحل التجاري وضمن البائع المعلومات المتعلقة الخاصة بأصل الملكية والأعباء والتكاليف المقررة على المحل التجاري ورقم الأعمال وحجم العملاء<sup>3</sup>.

كما استعمل مصطلح قانون الاستهلاك في فرنسا ولأول مرة عام 1972 م، وذلك في الملئقى الثاني بين معهد القانون بجامعة اكس مرسيليا ومركز إدارة الأعمال الممثل للغرف التجارية والصناعية لباريس وليون في الفترة الممتدة بين 18 و 17 نوفمبر سنة 1974<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبدالعزيز المرسي حموده، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص20.

<sup>2</sup> - PHILIPPE delebecque, la formation de la vente enter professionnel et consommateur, la vente éclatée la diversité des régimes juridique dans les ventes de marchandises, colloque de DEAUVILLE, organise les 7 et 8 juin 1997, l'association droit et commerce, Paris, 1997, p 23.

<sup>3</sup> - عبدالعزيز المرسي حموده، الحماية المدنية الخاصة لرضا المشتري في العقود التي تتم عن بعد (مع التطبيق على البيع عن طريق التلفزيون بوجه خاص)، بدون مكان النشر، بدون بلد النشر، 2005، المرجع السابق، ص 20.

<sup>4</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 41.

بعد سنة 1972 صدر قانون التوجيه التجاري والحرفي بتاريخ 27 ديسمبر 1973، والذي تضمن في المادة الأولى منه، على أن التجارة والحرفة من أجل ترشيد وتحقيق رغبة المستهلك سواء من حيث السعر أو نوعية الخدمات والمنتجات المعروضة<sup>1</sup>. كما اشترط المشرع الفرنسي ضرورة الإعلان عن أسعار السلع والخدمات بوضوح لكي يكون المستهلك على بينة بهذه الأسعار.

وفي 10 جانفي 1978 صدر قانون بشأن حماية وإعلام المستهلك، مد فيه المشرع الفرنسي نطاق الحماية القانونية إلى المنتجات والخدمات التي تخص المستهلك، وكذا القانون الصادر في 10 جانفي 1982 الذي تضمن عدة نصوص في مجالات مختلفة لحماية المستهلك<sup>2</sup>. وبعدها صدر مرسوم في 7 ديسمبر 1984، الذي حل محل المرسوم الصادر في سنة 1972 والمتعلق بتنظيم وضع البطاقات والبيانات على المنتجات الغذائية. ثم تلاه الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986، المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، ويتضمن هذا الأمر عدة نصوص بشأن المستهلكين، خاصة تلك التي تلزم المهنيين بتقديم المعلومات لهم فيما يخص الأسعار. وبعدها القرار الصادر في 3 ديسمبر 1987 الذي حل محل القرار الصادر في سنة 1971 المتعلق بتنظيم كيفية إعلام المستهلكين بالأسعار. كما أعطي لجمعيات حماية المستهلك الحق باللجوء إلى القضاء للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين بموجب القانون الصادر في 5 جانفي 1988 بعدما كانت دعاوى الجمعيات قد تقررت بموجب المادة 46 من قانون روير 1937<sup>3</sup>.

وقد توج المشرع الفرنسي أخيرا كل هذه الجهود بإصدار مدونة الاستهلاك سنة 1993 التي جمعت بين ضفتيها كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك المنفرقة في عدة قوانين<sup>4</sup>. كما عرفت فرنسا قوانين أخرى متعلقة بحماية المستهلك وإن كان أغلبها مقتبس من التوجيهات الصادرة عن الاتحاد الأوروبي.

### ثانيا- في الدول العربية:

واكبت الدول العربية التطور التشريعي الحادث في الدول الغربية، خاصة بعد ظهور ما يسمى بالعوامة القانونية وحقوق الإنسان، وأدخلت تغييرات على مستوى المنظومة التشريعية إما بالتعديل في القوانين أو إحداث فروع جديدة للقوانين، من بينها القوانين تلك المتعلقة بحماية المستهلك، وقد سنت الدول العربية قوانين بموجبها تحمي الحقوق المستهلك المعترف بها على

<sup>1</sup> - علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 14.

<sup>2</sup> - السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 22.

<sup>3</sup> - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص 34 و35.

<sup>4</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 41 و42.

الصعيد العالمي، وحق المستهلك في الإعلام هو أحد هذه الحقوق، ومن بين هذه الدول العربية نجد كلا من تونس، الجزائر، لبنان، مصر، والمملكة العربية السعودية<sup>1</sup>. ونخص بالدراسة التشريع الجزائري و التشريع المصري دون باقي الدول العربية الأخرى، لنطاق البحث المنحصر في الدراسة المقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع المصري.

## 1- في الجزائر:

إن تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر مرت بمرحلتين، الأولى تتمثل في مرحلة ما قبل صدور القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ومرحلة ما بعد صدور هذا القانون.

### أ- مرحلة ما قبل صدور القانون 02/89:

وتتمثلا أساسا في الأمر رقم 74/75 الصادر بتاريخ 17 جوان 1975 والذي استحدث بموجبه المشرع الجزائري جرائم جديدة، أدخلها إلى قانون العقوبات في بابه الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية في المواد 423 إلى 435 المنقولة عن القانون الفرنسي المؤرخ في 01 أوت 1905 المتعلق بالغش والتدليس.

بالإضافة إلى نصوص القانون المدني الصادرة بموجب الأمر رقم 45/75 المؤرخ في 26 سبتمبر والمتعلقة بالسكوت التدليسي وأحكام العلم بالمبيع، وتلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية<sup>2</sup>. والمبادئ القانونية التي احتواها النظام القانوني الجزائري.

ومنه نستطيع القول أن المشرع الجزائري رغم هذه القوانين التي تتعلق بحماية المستهلك إلا أنه لم يعط الاهتمام الأكبر لحماية المستهلك، ومنه حماية حق المستهلك في الإعلام وذلك نظرا للنظام السياسي الجزائري ألا وهو النظام الاشتراكي، الذي يقوم على أن الدولة هي المنتج والمستورد والبائع، ومنه فهي تحمي الشعب ولا تخدعه.

### ب- مرحلة ما بعد صدور القانون 02/89:

أهم ما يميّز هذه المرحلة هو صدور القانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك<sup>3</sup>، الذي تضمن بين نصوصه حق المستهلك في الإعلام، والذي تلتته عدة نصوص قانونية نذكر منها:

- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 22.

<sup>2</sup> - بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 20 و21.

<sup>3</sup> - القانون رقم 02/89 المؤرخ في 02/07/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 08 فيفري 1989، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989.



- المرسوم التنفيذي 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها<sup>2</sup>.
- المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها<sup>3</sup>.
- القانون رقم 91/05 المؤرخ في 16 جانفي 1991 المتضمن استعمال اللغة العربية<sup>4</sup>.
- المرسوم التنفيذي رقم 30/92 المؤرخ في 20 جانفي 1992 المتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها<sup>5</sup>.
- القانون رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 و المتعلق بالمنافسة<sup>6</sup>.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 أفريل 1997 المتعلق بشروط استيراد وتسويق المواد النسيجية المصنعة والمستعملة وكيفياتها<sup>7</sup>.
- المرسوم التنفيذي رقم 429/97 المؤرخ في 11 نوفمبر 1997 المتعلق بالموصفات التقنية المطبقة على المنسوجات النسيجية<sup>8</sup>.
- المرسوم التنفيذي رقم 497/97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب<sup>9</sup>.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 جوان 2000 المحدد الحد الأدنى المطلوب لمستويات الفعالية للمزلفات الكاملة وكذلك كيفيات وشروط عرضها للاستهلاك<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 31/01/1990، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990.

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم المنتجات غير المنزلية وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 31/01/1990، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990.

<sup>3</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 31/01/1990، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990.

<sup>4</sup> - القانون رقم 91/05 المؤرخ في 16/01/1991 المتضمن استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 16/01/1991، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1991.

<sup>5</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 30/92 المؤرخ في 20/01/1992 المتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 26/01/1992، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1992، المعدل والمتمم بالمرسوم 371/96 المؤرخ في 3/11/1996، الجريدة الرسمية العدد 67 المؤرخة في 06/11/1996.

<sup>6</sup> - الأمر رقم 95/06 المؤرخ في 25/01/1996 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 22/02/1995، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1995.

<sup>7</sup> - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16/04/1997 المتعلق بشروط استيراد وتسويق المواد النسيجية المصنعة والمستعملة وكيفياتها، الجريدة الرسمية عدد 37 المؤرخة في 03/06/1997، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.

<sup>8</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 429/97 المؤرخ في 11/11/1997 المتعلق بالموصفات التقنية المطبقة على المنتجات النسيجية، الجريدة الرسمية عدد 75 المؤرخة في 12/11/1997، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.

<sup>9</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 494/97 المؤرخ في 21/12/1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 24/11/1997، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 أفريل 2001 يتعلق بمواصفات الإطارات المطاطية لعجلات العربات ومقطوراتها كفيات وضعها للاستهلاك<sup>2</sup>.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 4 جويلية 2003 والمتضمن المواصفات التقنية والقواعد المطبقة على الإسمنت<sup>3</sup>.
- القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>4</sup>.
- المرسوم 484-05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها<sup>5</sup>.
- المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية<sup>6</sup>.
- القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>7</sup>.

## 2- في مصر:

النظام القانوني المصري يقر منذ وقت ليس بقريب بوجود هذا الالتزام، كالتزام عام سابق أو معاصر لمرحلة التعاقد، فيلتزم بتزويد المتعاقد الآخر بالمعلومات الجوهرية التي تساعد على تكوين الرأي واتخاذ القرار وفق إرادة حرة مستنيرة، ومن بين الأدلة على وجود هذا الالتزام، أولهم الدستور المصري الذي أوجب في مادته الثانية عشر، على المجتمع رعاية

---

<sup>1</sup> - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26/06/2000 المحدد للحد الأدنى المطلوب لمستويات الفعالية للمزلفات الكاملة وكذلك كفيات وشروط عرضها للاستهلاك، الجريدة الرسمية العدد 54 المؤرخة في 30 أوت 2000، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2000.

<sup>2</sup> - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25/04/2001 يتعلق بمواصفات الإطارات المطاطية لعجلات العربات ومقطوراتها وكفيات وضعها للاستهلاك، الجريدة الرسمية العدد 26، المؤرخة في 09 ماي 2001، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2001.

<sup>3</sup> - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 04/07/2003 المتضمن المواصفات التقنية والقواعد المطبقة على الإسمنت، الجريدة الرسمية العدد 40 المؤرخة في 02 جويلية 2003، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.

<sup>4</sup> - القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41 المؤرخة في 27/06/2004، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2004.

<sup>5</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22/12/2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية العدد 83 المؤرخة في 25/12/2005، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.

<sup>6</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11/09/2006، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006.

<sup>7</sup> - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08/03/2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

الأخلاق وحمائتها، وثانيهم المادة الخامسة من القانون المدني الجديد التي تنص على التعسف في استعمال الحق، حيث أن سكوت الطرف الآخر عن الإدلاء بالمعلومات للمتعاقد الآخر، لما له حق السكوت، يعتبر كتعسف في استعمال حق والإضرار بالمتعاقد الآخر، بالإضافة إلى المبادئ القانونية التي احتواها النظام القانوني المصري<sup>1</sup>.

أبدى المشرع الجزائي المصري حماية للمستهلك منذ سنوات، وقد تضمن قانون العقوبات المصري أيضا منذ بداية نشأته نصوصا جرمت الغش إلا أنه تبين قصور هذه النصوص في مواجهة الجرائم المتعلقة بقمع التدليس والغش، مما دفع بالمشرع المصري إلى إلغاء هذه النصوص، وحل محلها القانون رقم 48 عام 1914 بشأن قمع التدليس والغش<sup>2</sup>. وكما خول المرسوم بقانون 163 لسنة 1950 لوزير التجارة والصناعة أن يصدر قرار يعين فيه الحد الأقصى للربح الذي يرخص به لأصحاب المصانع والمستوردين وتجار الجملة ونصف الجملة والتجزئة وذلك بالنسبة لأية سلعة محليا أو تستورد من الخارج إذا رأى أنها تباع بأرباح تجاوز الحد المألوف، والذي جاء فيه بموجب المادة السادسة هو إعلام المشتري والأسعار و حتى يكون على بينة من مناه<sup>3</sup>.

كما عدلت أحكام هذا القانون في 1994 بالقانون رقم 281 الصادر في عام 1994 المتعلق بقمع التدليس والغش، بعدما استشعر المشرع المصري ما يعانیه المجتمع المصري نتيجة تفشي ظاهرة الغش التجاري، وزيادة المنتجات الصناعية مع نشوء طبقة تسعى إلى تحقيق الربح غير المشروع بأي وسيلة كانت، مما نتج عنها ضررا لطبقة المستهلكين عن طريق الاتجار بالمواد الغذائية والعقاقير الطبية والحاصلات الزراعية الفاسدة<sup>4</sup>. زد على هذا صدور القانون رقم 10 لعام 1966 بشأن مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها والمعدل بالقانونين رقمي 30 لسنة 1970<sup>5</sup>، والقانون 106 لسنة 1980 الذي جرم تداول الأغذية غير المطابقة للمواصفات أو غير الصالحة للاستهلاك، لأنها مغشوشة أو فاسدة أو ضارة بالصحة أو تناولها في الأماكن غير مستوفاة لاشتراطات النظافة الصحية<sup>6</sup>.

ومما يلاحظ في هذا القانون أنه لا يهتم الشكل الذي اتخذته التدليس، سواء كان إيجابيا، حيث قام فيه البائع بعمل مادي كأن يقوم بإظهار البضاعة بمظهر يغاير حقيقتها أو يكذب على المشتري في البيانات التي يدلي بها إليه حول حقيقة البضاعة و أوصافها الجوهرية، أم يتخذ

1- خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 18 و19.

2- سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 42.

3- السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 44.

4- سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 42 و43.

5- السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص 24.

6- سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 43.

طابعا سلبيا كأن يكتم البائع عن المشتري بعض العناصر المتعلقة بالسلعة المباعة، والتي يكون من الضروري للمشتري العلم بها، مثلا يعلم البائع عيوبها خفية للسلعة المباعة ولا يعلنها على المشتري ويتعمد إخفائها عنه<sup>1</sup>.

كما صدرت قرارات تنفيذية لهذه القوانين المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، فمنها القرار الوزاري رقم 107 لسنة 1994 بشأن الالتزام بالإنتاج طبقا للمواصفات القياسية والخاص بفترات الصلاحية، والقرار رقم 113 لسنة 1994 بشأن حظر تداول السلع مجهولة المصدر أو غير مطابقة للمواصفات<sup>2</sup>.

بالإضافة إلى الحماية المفروضة بنصوص القانون المدني، الذي يلزم أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، وإلا كان العقد قابلا للإبطال لمصلحة المشتري، وقد أقره المشرع المصري في المادة 419 من القانون المدني المصري، الذي استمده من أحكام الشريعة الإسلامية.

كما صدرت قرارات وقوانين بعدها نذكر منها :

- القرار رقم 180 لسنة 1950 المعدل بالقرار رقم 138 لسنة 1952 على تحديد الطرق التي يتم بها الإعلان عن سلع المواد المختلفة
- القرار الصادر عن وزير الصناعة رقم 153 لسنة 1983 بشأن إلزام المنشآت الصناعية المنتجة للمواد الغذائية المعلبة أو المجمدة أو المعبأة
- القانون رقم 57 لسنة 1939 الخاص بالبيانات والعلامات التجارية.
- القانون رقم 115 لسنة 1958 الخاص باستعمال اللغة العربية.
- القرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 الصادر بتاريخ 23 جانفي 2005 ببيانات المواد الغذائية المتعلقة بالحدود الميكروبيولوجية والميكروبات الممرضة والطفيليات، وإفرازاتها السامة، وحدود المعادن الثقيلة وحدود المبيدات والعقاقير الطبية والإشعاع
- القرار الجمهوري رقم 1957/798 الخاص بالأوعية التي تستعمل في تعبئة المواد الغذائية ذكر البيانات الإلزامية المحددة من طرف الهيئة المصرية للمواصفات القياسية.
- القانون رقم 66 لسنة 1956 الصادر في شأن تنظيم الإعلانات
- القرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 صادر بتاريخ 2005/02/23 بشأن الإلزام بالإنتاج طبقا للمواصفات القياسية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عبدالعزيز المرسي حموده، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص 21 و22.

<sup>2</sup> - سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 43.

<sup>3</sup> - [www.geoic.eg/g130.html](http://www.geoic.eg/g130.html)

- قرار وزاري رقم 1498 لسنة 1996 بشأن تنظيم الأعلاف وصناعتها وتداولها والرقابة عليها<sup>1</sup>.

- قانون 67 لسنة 2006 قانون حماية المستهلك، الصادر في 19 ماي 2006<sup>2</sup>.

- قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون 67 لسنة 2006.

## المطلب الثاني

### مفهوم حق المستهلك في الإعلام

<sup>1</sup> - [www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053](http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053)

<sup>2</sup> - [www.cpa.gov.eg/doc/law.doc](http://www.cpa.gov.eg/doc/law.doc)

حق المستهلك في الإعلام، حق أقرّ بموجب النصوص القانونية التي نصت بصراحة على هذا الحق ملقبة بذلك التزام قانوني على عاتق العون الاقتصادي، ومنه تنصب دراستنا في هذا المطلب على تبيان هذا الالتزام، بتحديد تعريفه، وتمييزه عن بعض المصطلحات المشابهة له. مع التطرق إلى أسس وشروط الالتزام بالإعلام.  
وقمنا بتقسيم هذا المطلب إلى التعريف بحق المستهلك في الإعلام (الفرع الأول)، الخصائص والطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام (الفرع الثاني).

## الفرع الأول التعريف بحق المستهلك في الإعلام

حق المستهلك في الإعلام هو أحد الحقوق التي منحتها التشريعات القانونية للمستهلك، قوامها إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، وقبل التطرق لمضمون هذا الحق وجب تعريف حق المستهلك في الإعلام (أولاً)، وتحديد الخصائص والطبيعة القانونية لهذا الالتزام (ثانياً).

### أولاً - تعريف حق المستهلك في الإعلام:

حق المستهلك في الإعلام يعتبر في الجهة المقابلة للالتزام بالإعلام، ولتحديد المعنى القانوني الصحيح لهذا الحق وجب التطرق إلى تعريف الالتزام بالإعلام من المنظور الاصطلاحي، وتمييزه عن بعض المصطلحات المشابهة له، لإزالة الالتباس بينه وبين تلك المصطلحات، التي قد تتداخل معه، من حيث المفهوم

### 1- تعريف الالتزام بالإعلام:

الإعلام بصفة عامة هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين الأفراد وتنمية الوعي السياسي<sup>1</sup>. كما عرّف الإعلام بأنه: "تحصيل حقيقة الشيء معرفته والتيقن منه"<sup>2</sup>، كما جاء في المعجم الفرنسي:

**Informer:** donner des informations à, renseigner. La presse a le devoir d'informer le public<sup>3</sup>. C'est-à-dire: mettre au courant de qqch. informer sur une chose être renseigné sur elle<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، 2007، ص 31.

<sup>2</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 84.

<sup>3</sup> - petite LAROUSSE ILLUSTRÉ, librairie Larousse, 1990.

<sup>4</sup> - PAUL ROBERT, LE PETIT ROBERT, société du nouveau littré, 1978.

والإعلان: هو ما ينشره التاجر وغيره في الصحف السيارة أو في النشرات الخاصة،  
تعلق على الجدران، أو توزع على الناس من أجل الترويج له.

الإعلام بصفة عامة: " هو نشر الحقائق والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة وتنمية  
الوعي السياسي"، وهذا هو تعريف الإعلام بصورته النموذجية الصادقة، ومنه فإن الإعلام هو  
أحد أشكال الاتصال التي تقدم بيانات ومعلومات للجمهور، بقصد تكوين أو تصحيح فكرة أو  
دعم الثقة في فكرة أو نظام ما يعتقد في نموذجيته<sup>1</sup>.

لم يورد المشرع الجزائري ولا المصري تعريفا للالتزام بالإعلام، واكتفيا بالنص عليه  
فقط، المشرع الجزائري فنص عليه في قانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية  
المستهلك ولا في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المشرع  
المصري يعرف الالتزام بالإعلام في القانون رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك،  
والقرار رقم 887 لسنة 2006 المتعلق بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك في  
المادة 11 وما بعدها من هذا القرار.

إلا أن الفقه اجتهدوا في وضع تعريف للالتزام بالإعلام، فقد عرف الفقيه الفرنسي  
كريستيانو(Vassili)christianos الالتزام بالإعلام الذي ألقى على عاتق البائع اتجاه  
المستهلك(المشتري) الذي يقدم على إبرام العقد بأنه: " عنصر المعرفة المقدم من الصانع أو  
البائع إلى مشتري الشيء هدفا أساسيا في خدمة مصالح هؤلاء بطريقة ملائمة"<sup>2</sup>.  
ويستشف من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام هو التزام يقوم على عاتق البائع بتقديم  
إلى المستهلك(المشتري) العناصر التي تساعد هذا الأخير على معرفة حقيقة الشيء المبيع،  
وسواء تمثلت هذه العناصر الإعلامية في معلومات أو بيانات أو إشارات أو تنبيهات أو  
تحذيرات أو في غيرها، كما يلتزم الصانع أو البائع بتقديم الإعلام إلى كل الأشخاص على  
حد سواء.

وعرف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام بأنه: " التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد  
المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم  
كامل متنور على علم بكافة تفصيلات العقد"<sup>3</sup>. وذهب البعض في تعريف الالتزام بالإعلام  
بأنه: " التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويتعلق بكافة

<sup>1</sup> - القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد القضائي (دراسة تحليلية شاملة)،  
منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، بدون سنة النشر، ص 14 و15.

<sup>2</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 76 و77.

<sup>3</sup> - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف،  
الإسكندرية، 2004، ص 189.

المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك" <sup>1</sup>. وعرف أيضا بأنه:  
"تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة أو عنصر ما من  
عناصر التعاقد المزمع حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه  
مناسبا على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد" <sup>2</sup>.

وعرفه الدكتور نزيه المهدي بأنه: "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام سابق على  
التعاقد محله قيام المدين به بإخطار الطرف الآخر الدائن بكافة البيانات المتعلقة بالعقد المراد  
إبرامه سواء من ناحية شروطه أو أوصاف الشيء محله، أو مدى سعة التعهدات المتبادلة  
الناشئة عنه" <sup>3</sup>.

كما عرف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام عبر شبكة الانترنت: "الإعلام هو عبارة عن  
التزام قانوني سابق على إبرام العقد، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات  
جوهرية، ويخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها إلى الطرف الآخر بهدف أن يصدر الرضا  
صحيحا سليما من طرفي العقد" <sup>4</sup>.

من التعاريف السابقة يتضح أن جوهر الالتزام المهني قبل التعاقد بإعلام المستهلك هو  
البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المزمع التعاقد عليها، حتى يكون المستهلك  
على بينة من أمره ويتخذ قراره بالإقدام أو الإحجام، بناء على رضا سليم كامل ومنتور،  
وبإرادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي سيتخذه <sup>5</sup>. مما يحقق حماية لمصالح وسلامة  
المستهلك.

أما فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام التعاقدية فقد اصطلح عليه عدة اصطلاحات، منها  
الإفشاء، الإخبار، الإفشاء، التبصير، النصح، الإدلاء بالبيانات، تقديم المعلومات... الخ،  
ولهذا سوف نقوم بتعريف هذه المصطلحات انطلاقا من تمييزها عن الالتزام بالإعلام قبل  
التعاقدية.

رغم أن هناك من يرى أن بعض منها هو تكملة للآخر، حيث يرى الدكتور محمد حسين  
منصور أن **الالتزام بالتحذير** أو **لفت الانتباه** لكل ما يستدعي ذلك محل العقد، هو التزام مكمل

<sup>1</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 15 و16.

<sup>2</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 163.

<sup>3</sup> - حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للمبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999، ص 43.

<sup>4</sup> - السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت.

<http://www.liecedu.com/Uploads/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B2%D8%A7%D9%85%20%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A.doc>  
le 31/12/2007

<sup>5</sup> - خالد ممدوح مبروك، المرجع السابق، ص 164.



للاللتزام بالتبصير أو الإعلام، ينطبق بالدرجة الأولى على مخاطر تهدد أمن وسلامة الشخص<sup>1</sup>.

**الالتزام بالإفشاء:** " واجب قانوني يقع على عاتق منتجي وبائعي الصناعة الخطرة

بالإدلاء للمشتري بكافة بياناتها، وخاصة تلك المتعلقة بكيفية استخدامها والتحذير مما قد ينجم عنها من أضرار أثناء استعمالها أو الاحتفاظ بها".

أما **الالتزام بالتبصير** بأنه: " 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 العقد". ومن هذه التعاريف السابقة نصل إلى نتيجة أن الالتزام بالإعلام له شقين، فالشق الأول يتمثل في الالتزام ما قبل تعاقدية بالإعلام، والشق الثاني يتمثل في الالتزام بالإعلام التعاقدية، والذي سنأتي على شرحه من خلال التمييز بينهما، وتمييزه عن بعض المصطلحات المشابهة له.

## 2- التمييز بين الالتزام بالإعلام والمصطلحات المشابهة:

قبل التطرق للفرقة بين الالتزام بالإعلام والمصطلحات المشابهة له وجب التمييز بين الالتزام بالإعلام التعاقدية وما قبل التعاقدية.

### أ - التمييز بين الالتزام بالإعلام التعاقدية وما قبل التعاقدية:

يصعب التفرقة بين الالتزام التعاقدية بالإعلام والالتزام قبل التعاقدية بالإعلام ففي ضوء تماثل الهدف المنشود من تقريرهما، وهو العمل على تنوير وتبصير المستهلك الذي يتم توجيه الإعلام إليه بأمور العقد الجوهرية، والتي يصعب عليه الإحاطة بها، أو الإلمام بمضمونها إلا من خلال الطرف العون الاقتصادي<sup>2</sup>.

القضاء لم يفرق بين الالتزام العقدي بالإعلام والالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدية، وكذا التشريع فلم يبين تفرقة بين هذين<sup>3</sup>، إلا أن الاجتهاد الفقهي حاول إعطاء تفرقة بينهما، فنجد أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدية ينفصل عن العقد وينشأ في المرحلة السابقة على تكوينه، وإبرامه حتى يتيح للمستهلك رضاء حراً يستطيع من خلاله أن يبرم العقد أو أن يرفض إبرامه وكل معطيات التعاقد واضحة أمامه، وبذلك فإن التزام المتعاقد مع المستهلك بالإعلام قبل

<sup>1</sup> - محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006. ص41.

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص223.

<sup>3</sup> - CHRISTIAN LARRMOUNT, droit civil (les obligations le contrat), tome 3, DELTA, 1996, p336.

التعاقدية يختلف عن ذلك الالتزام العقدي بالإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنب المستهلك الأضرار التي قد تنجم عن تنفيذ العقد، أو عن استعمال المنتج أو الخدمة. وإذا كان الالتزام العقدي بالإدلاء بالبيانات أو المعلومات ينشأ بمناسبة كل عقد على حدة وفي حدود ما يقتضيه ذلك العقد، لذا يعتبر مجرد التزام عقدي تبعي بحسن تنفيذ الالتزامات القانونية الأصلية، في حين أن الالتزام قبل التعاقدية بالإعلام ليس التزام عقدياً، بل هو التزام مستقل عن العقد وعام، يجب الوفاء به قبل تكوين العقد<sup>1</sup>.

أما من حيث المسؤولية المترتبة، فإن الإخلال بالإعلام اللاحق على التعاقد أو التعاقدية يؤدي إلى بطلان العقد، أو إلى انعقاد المسؤولية العقدية، أما الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدية يترتب المسؤولية التقصيرية، وبذلك إخلال بواجب العلم قبل إبرام العقد، كما يعتبر من المسؤولية العقدية، لأنه من قبيل الوسائل التدلّيسية، والتدلّيس يعتبر من عيوب الرضا، وتؤدي إلى قابلية العقد للبطلان<sup>2</sup>.

وإن كان هذا الرأي ينفق والرأي الذي ذهب إليه الفقيه الفرنسي J.Ghestin من حيث ترتيب المسؤولية، إلا أن في رأي هذا الأخير أن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدية يبدأ في مرحلة ما قبل تكوين العقد، ويمتد إلى غاية مرحلة تنفيذ العقد<sup>3</sup>. ولعل بعض الفقه يطرح صعوبة التمييز بين هذين الالتزامين، بل واستحالتها أحياناً، فقد قال الأستاذ جاك جستان أن: "الحدود الفاصلة بين هذين الالتزامين لا يمكن رسمها بوضوح، إن لم يكن هذا التحديد مستحيلاً.

## ب - التمييز بين الالتزام بالإعلام وباقي المصطلحات الأخرى:

يتشابه الالتزام بالإعلام مع بعض المصطلحات كالتزام بتقديم المشورة، أو الالتزام بتقديم النصيحة، فيجب التمييز بين هاذين المصطلحين و مصطلح الالتزام بالإعلام.

### \* - تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام التعاقدية بتقديم الاستشارات الفنية:

الالتزام التعاقدية بتقديم الاستشارات، هو التزام ناشئ عن عقد خاص يكون الهدف من إبرامه هو تقديم الاستشارة أو النصيحة الفنية من أهل الخبرة، أما الالتزام العام بالإعلام هو

<sup>1</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 18 و 19.

<sup>2</sup> - السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت.

<http://www.liecedu.com/Uploads/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B2%D8%A7%D9%85%20%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A.doc> le 31/12/2007

<sup>3</sup> - PHILIPPE delebecque, op.cit, p 32.

التزام سابق عن العقد بإعلام المستهلك بالبيانات الضرورية يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك بالشروط والأوصاف المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد، وهو مرتبط بجميع عقود الاستهلاك، ومنه ليس التزام خاصا للقيام بعمل محدد أو الامتناع عن عمل محدد منفق عليه بين الدائن والمدين .

أما الالتزام العقدي بتقديم الاستشارة والنصيحة الفنية فهو عقد محله التزام المحترف صاحب الخبرة الفنية بتقديم معلومات محددة في العقد واللازمة لأجل عملية معينة يحددها المتعاقدان مسبقا. ومثال ذلك التزام المهندس المعماري بتقديم المعلومات الفنية والتكنولوجية وفقا لأصول وسياسات علم الهندسة المعمارية الذي يمتنعه ذلك المهندس<sup>1</sup>. وهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم المشورة لا اختلاف كبير بينهما، لأن كلاهما ينطوي على نقل المعلومات والبيانات اللازمة لحسن إبرام العقد وتنفيذه، والاختلاف الذي يمكن أن يكون بينهما أن أحدهما يتقدم على الآخر، فالالتزام بالإعلام يتقدم على الالتزام بتقديم المشورة<sup>2</sup>.

#### \*- تمييز الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم النصيحة:

بذل الفقه قسارى جهده في فرنسا من أجل بيان حدود واجب الإعلام والنصيحة، رغم استعمال القضاء للمصطلحين معا، وانتهى إلى أن الالتزام بالإعلام يهدف إلى تقديم إخبار موضوعي، أما النصيحة فتهدف إلى إعطاء إعلام ملائم، يتناسب وحاجات المتعاقد مع المحترف، وهو يفترض تقديرا يتماشى ومقتضيات الملائمة ليؤدي إلى توجيه المتعاقد في اتخاذ القرار المناسب.

وواجب التحذير هو عبارة عن نصيحة سلبية، وهو التزام عقدي من ضمن الالتزامات العقدية المفروضة على عاتق المتعاقد، ذلك لأن بعض العقود تنشئ بالإضافة إلى التزاماته الأصلية التزامات تبعية على عاتق أحد طرفيها، بأن يحذر الآخر<sup>3</sup>، أو إثارة انتباهه على العواقب التي يمكن أن تنجر عن عدم الأخذ بالنصائح الموصى بها، فهو واجب أكثر دقة من الالتزام بالإعلام الذي يعتبر إعلام بسيط، حيث أن الإخلال بالالتزام بالنصيحة قد ينجر عنه عواقب تصل إلى حد المساس بسلامة الجسم، ومنه الدائن بالالتزام بالنصيحة يفرض عليه أكثر من الواجب المفروض في الالتزام بتقديم المعلومات<sup>4</sup>.

1- حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص16 و17.

2- حسن حسين البراوي، عقد تقديم المشورة ( دراسة قانونية لعقد تقديم الاستشارة الفنية)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 34.

3- حسن حسين البراوي، المرجع السابق، ص 40.

4- PHILIPPE LE TOURNEAU LOIC CADIET, droit de la responsabilité, Dalloz, delta, 1997, p426.

غير أن الاجتهاد القضائي شهد تطورا ملحوظا في الأعوام الأخيرة، لفائدة ضحايا الأضرار، حيث أصبح يوقع على المحترف نفسه عبء إثبات قيامه الفعلي بواجب الإعلام والنصيحة، استنادا إلى نص المادة 2/1315 من القانون المدني الفرنسي، ويجوز إثباته بكافة طرق الإثبات<sup>1</sup>.

### ثانيا : أسس الالتزام بالإعلام و دواعي قيامه:

لقد سبق وتعرفنا أن هذا الالتزام، المتمثل في فرض التزام على عاتق البائع أو المنتج بإعلام المستهلك عند عرض السلعة على جمهور المستهلكين، تم من صنع القضاء الذي لجأ إلى فرض هذا الالتزام قبل تقنينه في قوانين متعلقة بحماية المستهلك، لما له من فائدة حماية للطرف للمستهلك في عملية التعاقد أو إبرام العقد الاستهلاكي هذا العقد الذي ظهر في زمن ليس ببعيد.

وبعدما تم تقنين هذا الالتزام بعد صدور قوانين حماية المستهلك، لأن نصوص القانون المدني لم تنص بصراحة على هذا الالتزام وبما هو عليه الآن. ولكن ما هي الأسس التي قام عليها هذا الالتزام والمبررات التي أدت إلى الاعتراف بهذا الحق، وفرض الالتزام على العون الاقتصادي.

### 1- أسس الالتزام بالإعلام:

حاول الفقه وضع أساس قانوني للالتزام بالإعلام، وقد ظهرت عن هذه المحاولات عدة نظريات فقهية، تبنى كل واحد منها اتجاه مختلف عن الآخر، و أهمها بشكل من الاختصار.

#### أ- الالتزام بالإعلام أساسه عيوب الرضاء:

ارتبط الالتزام بالإعلام بداية بالعيوب الرضاء، خاصة عيبي الغلط والتدليس، فلا شك أن الإرادة تكون معيبة عندما يقدم المتعاقد على إبرام العقد مدفوعا بمعلومات وهمية أو تضليلية، أو عند سكوت طرف عن بعض المعلومات الضرورية، والتي لو علم بها المتعاقد الآخر، لما أقدم على إبرام العقد أصلا، أو حتى إذا توهم المتعاقد وجود خصائص معينة في المبيع، وهي لا تتوافر فيه في الحقيقة والواقع، ولو لا هذا الوهم لما أقدم على إبرام العقد (الغلط).<sup>2</sup>

إلا أنه من نظرة نقدية لهذا الرأي، أن الالتزام بالإعلام جاء ليعالج قصور نظرية عيوب الرضاء عن إسداء الحماية القانونية الكافية للمشتري، الأمر الذي لا يجعل من هذه النظرية

<sup>1</sup> - بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات (دراسة مقارنة)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص22 و23.

<sup>2</sup> - أحمد السعيد الزرق، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، المرجع السابق، ص 40.

أساساً قويا للالتزام بالإعلام، وكذلك رغم الاتفاق حول الغرض وهو ضمان صحة الرضاء، إلا أن نطاق الالتزام بالإعلام أوسع من نطاق عيوب الرضاء، وكذلك من حيث الجزاء، الذي لا يقتصر على البطلان، بل يرتب مسؤولية العون الاقتصادي (البائع). وهذا ما سوف نتعرف عليه في الفصل الثاني.

### ب- الالتزام بالإعلام أساسه الالتزام بالضمان:

ذهب رأي من الفقه الفرنسي إلى أن التزام البائع بإعلام المستهلك (المشتري) بحقيقة المبيع يجد أساسه القانوني في الالتزام بالضمان، بمعنى أن الالتزام بالإعلام هو امتداد للالتزام بالضمان بالمعنى الواسع<sup>1</sup>، إلا أن هذا الرأي انتقد من عدة جوانب<sup>2</sup>. فمن حيث مصدر الإنشاء، فالالتزام بالضمان يجد مصدره في النصوص التشريعية، في حين الالتزام بالإعلام ولد على يد القضاء، أما من حيث طبيعة الالتزام بالضمان يعتبر ذو طبيعة عقدية أم الالتزام بالإعلام قد يكون عقدي وقد لا يكون عقدي، وهذا ما سوف نتطرق إليه في الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.

كما أن نطاق الالتزام بالإعلام أكثر اتساعاً بالنسبة للالتزام بالضمان، فهذا الأخير لا يسأل البائع عليه إلا إذا كان المبيع مشوباً بعيب خفي، أو ارتفاق أو أمور غير ظاهرة تؤدي إلى استحقاقه والتعرض له لم يفصح عنها البائع للمشتري، لكن نجد أن مسؤولية البائع تقوم كإخلال بالبيانات المتعلقة بطريقة الاستخدام، والاحتياطات الواجب مراعاتها عند الاستخدام، بالإضافة إلى ما تم ذكره في الضمان، وهذا ما دفع بالقضاء الفرنسي إلى إلزام البائع بإعلام المستهلك بالبيانات التي تكفل حسن استعمال المبيع وتجنب أخطاره<sup>3</sup>.

### ت- الالتزام بالإعلام أساسه الالتزام بتسليم المبيع:

المستهلك لا يستطيع الانتفاع بالمبيع إلا إذا زوده البائع بمعلومات خاصة بكيفية استعماله، وإعلامه بمكان الخطورة وكيفية تجنبها، وإذا أخل بها يعتبر أنه لم ينفذ التزامه على الوجه الكامل.

وحتى يقوم بالتزامه بالتسليم على الوجه الكامل لا بد من أن يفضي إلى المستهلك بكل البيانات الضرورية للمبيع، وتزداد أهمية هذا الالتزام في الوقت الحاضر بصدد بيع المنتجات

---

\* - الضمان بالمعنى الواسع يعني كافة الالتزامات التي من شأنها ضمان تنفيذ العقد تنفيذاً صحيحاً وكاملاً ومن هذه الالتزامات الالتزام بإعلام المشتري، حيث يعتبر هذا الأخير أول الالتزامات بالضمان، لأنه يعلمه بحقيقة المبيع محل الضمان.

<sup>2</sup> - عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، 74 و 75.

<sup>3</sup> - عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 76 و 77.

والآلات المتطورة التي ينطوي استعمالها على مخاطر معينة ودقة أسلوب فني محدود يتعذر على المستهلك العادي الإلمام بها، لذا أصبح التزاما مكملا للالتزام بالتسليم<sup>1</sup>. كما يجب أن يسلم إليه الكتيبات والنشرات الخاصة بكيفية الاستعمال للمبيع والتحذير من مخاطره، وكيفية الوقاية منها<sup>2</sup>.

إلا أن هذا الرأي انتقد من الأوجه التالية، فاللتزام بالإعلام ينشأ بموجب القانون، والثاني ينشأ عن العقد<sup>3</sup>. كما أنه لا يكون في البيوع التي ينطوي محلها على مخاطر وأضرار، كالمواد الكيماوية، ومستحضرات التجميل، والأدوية، والآلات والأجهزة الكهربائية والحاسبات الإلكترونية وغيرها، نظرا لما ينطوي عليه تشغيلها واستعمالها من تعقيدات فنية لا يكون المستهلك العادي على دراية بها. وخاصة العقود المبرمة بين المنتج أو البائع المتخصص والمستهلك<sup>4</sup>.

### ث- الالتزام بالإعلام أساسه مبدأ حسن النية:

القضاء ربط أصل الالتزام بالإعلام على أساس الالتزام بتنفيذ العقد مبدأ حسن النية بين أطراف التعاقد في مرحلتي التعاقد. فقد تكون في المرحلة الأولى وهي إبرام العقد أو في المرحلة الثانية وهي تنفيذ العقد، والمرحلة الأولى هي التي يتم فيها الالتزام بالإعلام، حيث أنه يفرض على المتعاقد الإدلاء بالمعلومات المتعلقة بالعقد على الطرف الآخر<sup>5</sup>. ويتأسس الالتزام بالإعلام على أساس مبدأ حسن النية، الواجب مراعاته أثناء تنفيذ العقد<sup>6</sup>، والذي جعله المشرع الفرنسي أساسا يتحكم في تنفيذ العقود، وعلى ذلك يقع على البائع واجب النزاهة في تنفيذ العقد، وقد يمتد هذا الالتزام إلى مرحلة ما قبل التعاقد وهو ما يعرف بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام، وهذا ما يرد الالتزام قبل التعاقد بالإعلام إلى الطبيعة العقدية لهذا الالتزام رغم نشوءه قبل العقد حسب رأي بعض الفقهاء<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 260.

<sup>2</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 274.

<sup>3</sup> - عبدالعزيز المرسى حموده، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 78.

<sup>4</sup> - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 261.

<sup>5</sup> - Christophe LIVERMONT, les risque dans la vente de choses mobilières, Inles risques dans la vente, Prévention et responsabilité , C.E.R.D.A.C.C, UNIVERSIT2 DE HAUTE ALSACE,1 FEVRIER2006.

[www.jac.cerdacc.uha.fr/recherche/jcerdacc.nsf/nomunique/a51038bef/c316dec127131002d9d07/file/intervention%20me%20lievermont.pdf](http://www.jac.cerdacc.uha.fr/recherche/jcerdacc.nsf/nomunique/a51038bef/c316dec127131002d9d07/file/intervention%20me%20lievermont.pdf). Le 22/01/2008.

<sup>6</sup> - Dalila ZENNAKI, LES ASPECTS CONTROVERSES DU DROIT ALGERIEN DE LA CONSOMMATION PAR RAPPORT AU DROIT CIVIL,REVUE SCIENCE JURIDIQUE ET ADMINISTRATIV , faculté de droit , université de djilali liabess, sidi bel abbesse, algerie, numéro spécial, 2005, p7.

<sup>7</sup> - لحسين بن شيخ آث ملويا ، المنتقى في عقد البيع (دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة)، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ، 2005، ص 305.

حيث يقتضي هذا المبدأ ويفرض على المتعاقد الآخر مراعاة الأمانة ، بما يحقق الثقة العقدية بين الطرفين، ومنه يفرض على المدين بالإعلام أن يفضي للطرف الآخر بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول المبيع، والإحجام عن كتم المعلومات، التي قد يعلم بها ولسوء نيته يقوم بإخفائها، لما لها من تأثير على قرار المستهلك في إبرام العقد أو التخلي<sup>1</sup>.

وهذا المبدأ لا يقتصر على مرحلة تنفيذ العقد، بل يمتد ليشمل مرحلة إبرامه وهو ما يطلق عليه مبدأ حسن النية قبل التعاقد، ومنه فهو يبدأ من لحظة المفاوضات العقدية التمهيديّة، حيث يلتزم المتعاقدان بالصدق والأمانة تجاه المتعاقد الآخر، بمقتضى ذلك يجب أن يدلي البائع للمشتري قبل أو عند التعاقد بكافة المواصفات والبيانات المتعلقة بالمبيع، والتي تجعل المستهلك يقدم على التعاقد عن بينة من أمره وألا يكتم عنه أية معلومة يكون لها تأثير على قرار المستهلك بإبرام العقد أو الإحجام<sup>2</sup>، فيجب على المتعاقد الذي يعلم بالمبيع (المنتج، البائع، الموزع) أن يضع تحت تصرف المتعاقد الآخر - المستهلك - كافة المعلومات الضرورية المتعلقة بالسلعة وطريقة الاستعمال، والمخاطر التي يحتمل أن تنجم عن هذا الاستعمال، وطرق الوقاية منه<sup>3</sup>، وهذا ما أكدته محكمة النقض الفرنسية في قرارها الصادر في 30 يونيو 1992<sup>4</sup>.

### ج- الالتزام بالإعلام أساسه الالتزام بمقتضيات العقد:

جانب آخر من الفقه يؤسس الالتزام بالإعلام على أساس أن المتعاقد ملزم بما ورد في العقد وما هو من مستلزماته، وفقا للقانون المدني والعرف وعلى العدالة وذلك بحسب طبيعة الالتزام<sup>5</sup>، ومنه أصبح الالتزام بالإعلام من مستلزمات التعاقد، والذي يمكن أن يضيفه القاضي القاضي إلى مضمون العقد، إذا كان العرف أو العدالة أو مبادئ القانون الطبيعي، تقتضي إضافته إليه بغرض حماية المستهلك وهو الطرف الضعيف في العقد.

### ح- الالتزام بالإعلام أساسه العلم بالمبيع:

<sup>1</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 279

<sup>2</sup> - عبدالعزيز المرسى حموده، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 82.

<sup>3</sup> - أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، المرجع السابق، ص 39 و40.

\* - وقد جاء في هذا النص: " أن الزوجين ديلون لكي يقيما عليها مبنى اشتريا قطعة أرض ، وبعد إتمام البيع ، اكتشفا وجود محتوى ماني تحت الأرض المبيعة مما يعوق البناء عليها ولا يمكنه إتمامه إلا بالقيام بأعمال تتطلب مصاريف مكلفة ، فطلب المشتريان فسخ عقد البيع ، فرفضت محكمة الاستئناف الطلب ، إلا أن محكمة النقض قررت نقض الحكم وإلغاء حكم محكمة الاستئناف لإخلاله بحكم المادة 1134 مدني فرنسي ، حيث كان يجب على البائعة أن تدلي للمشتريين بالصفات الجوهرية للأرض المبيعة، وأن تكشف لهما عن وجود دعوى أمام القضاء تتعلق بالصفات الجوهرية للأرض المقامة من مشتري آخر لحصة مجاورة ضد نفس البائعة ، أما أنها لم تفعل فقد أخلت بالتزامها بالإعلام وفقا لنص المادة 1134 الفقرة 3 من القانون المدني الفرنسي".

<sup>5</sup> - عبدالعزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص 83.

تنص المادة 1/352 من القانون المدني الجزائري: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه" المقابلة لنص المادة 1/419 من القانون المدني المصري.

فهذا النص يوجب علم المستهلك بالمبيع علما كافيا وهو ما يقتضي بمفهوم الموافقة لهذا النص أن يقوم البائع باعتبار أن المبيع يكون في حيازته قبل العقد بتهيئة وسائل تحقيق إعلام المستهلك بالمبيع ليتحقق له العلم به، لا سيما إذا تعذر على المستهلك إدراك ذلك العلم وتحقيقه بوسائله الخاصة، ولا ريب أن العلم بالمبيع المفيد للمشتري في تحقيق أهدافه ومصالحه هو العلم السابق على إبرام العقد أو على الأقل المعاصر لهذا الالتزام، هذا كله لا يتأتى إلا مع تقرير التزام بالإعلام بكافة الأوصاف الأساسية للمبيع على عاتق البائع لصالح المستهلك<sup>1</sup>.

أما بعد صدور القانون المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام فأصبح الأساس الذي قوم عليه الالتزام بالإعلام هي النصوص القانونية مثلا في القانون الفرنسي المادة 111 من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر سنة 1993 وما يليها، وفي التشريع الجزائري أساس حق المستهلك في الإعلام هي المادة 17 والمادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المواد 04 و 05 و 08 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والنصوص التنفيذية المتعلقة بالوسم والإعلام، وفي القانون المصري المادة 03 وما يليها من قانون حماية المستهلك المصري

## 2- دواعي فرض الالتزام بالإعلام:

فرض الالتزام بالإعلام، وهو التزام ينير إرادة المستهلك الذي قد يقدم على التعاقد في ظل رضا حقيقي وواقعي متبصر، ومنه يمكن تقسيم مبررات نشوء الالتزام بالإعلام إلى نقص الخبرة التي يتمتع بها، مما يوجب إعادة التوازن بين المستهلك والعمد الاقتصادي، بالإضافة إلى قصور النظرية التقليدية في توفير الحماية اللازمة للمستهلك في عقود الاستهلاك.

## أ- إعادة التوازن بين طرفي الالتزام:

يعود مصدر الالتزام بالإعلام إلى التفاوت الحاصل بين المتعاقدين لجهة المعلومات عن موضوع التعاقد، لاسيما بين أصحاب المهن أو المنتجين من جهة والمستهلكين من جهة

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 80.



أخرى، لما للمنتجات من تشعب ودقة مما يتطلب الخبرة الفنية المتقدمة للمشتري التي لا تتوفر لديه عادة<sup>1</sup>.

لقد نبه كلا من الفقهيين أليس (Alice) و بوير (Boyer) إلى التفاوت الكبير بين المنتج والبائع في مواجهة المستهلك بسبب التطور الصناعي والعلمي والتكنولوجي<sup>2</sup>، وهذا التطور العلمي والتقدم التكنولوجي، الذي أدى إلى اختراع العديد من الآلات والأجهزة التي ساعدت على وجود كم هائل و متدفق من السلع والخدمات المعقدة فنيا، فأصبح المستهلك يواجه العديد من المنتجات ذات التقنية العالية والحديثة والمعقدة، البعيدة عن مجال إدراكه، ومنه كانت الحاجة لمعرفة حقيقتها، وتجنب أخطارها، وإدراك مكوناتها واستعمالها، لأن درجة معرفته بالنظر إلى منتج هذه السلعة أصبح جد متميز، ومن المستحيل الإلمام بكافة التفاصيل والدقائق الفنية في مثل هذه العقود، ومنه جاءت الحاجة للبحث عن وسيلة يعاد بها تحقيق التوازن المفقود في العلم بين المتعاقدين، خاصة في المرحلة ما قبل التعاقدية<sup>3</sup>.

وقد أشار الأستاذ "جستان" إلى أن التبيان في المعرفة وعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية، نظرا لأن المستهلك معرض لاستغلال الطرف الأقوى الذي هو صاحب الخبرة والمعرفة في هذه الحالة<sup>4</sup>.

ولقد سبق القضاء التشريع بالعمل على تحقيق التوازن بين المراكز العقدية لطرفي العقد في مجالات مماثلة، كما في عقود الإذعان عن طريق منح القاضي سلطة تقديرية في تعديل وإلغاء ما قد يرد في العقد من شروط تعسفية.

يعتبر الالتزام بالإعلام بحماية وقائية للمستهلك، لأنه يفرضه هذا الالتزام على عاتق البائع أو المنتج، فإنه ملزم بالبوح عن مخاطر المنتجات للمستهلك، ومنه فهو يقية من هذه المخاطر التي قد تنجم عن استعمالها أو بطبيعتها.

ويرجع التبيان في المعرفة لجانبين منها، انخفاض مستوى المعرفة والعلم في جانب المستهلك، بحيث لا يمكن مطالبة المستهلك بمعرفة المعلومات المتصلة بالمبيع، لاسيما وقد عجت بها السوق واختلفت أنواعها، وتشابه تغليفها، خاصة السلع والمنتجات ذات التقنية العالية ومنه جاءت الحماية الوقائية للمستهلك وألقت على المهني واجب الإعلام كحق للمستهلك.

<sup>1</sup> - مصطفى العوجي، القانون المدني الجديد (العقد ومقدمة في الموجبات المدنية)، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2007، ص 182.

<sup>2</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 21.

<sup>3</sup> - عمر محمد عبدالباقي، المرجع السابق، 191 و192.

<sup>4</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، ص 22.

كما أن التفاوت قد يزداد في مجال الخدمات، خاصة الخدمات ذات التكنولوجيا العالية أو المعقدة، فهنا نجد إمكانات ومعارف المستهلك العادي منخفضة جدا إن لم نقل منعدمة، فمثلا الميكانيكي المختص بتصليح السيارات، ومنه فهو في وضع أكثر علما من المستهلك الذي لا يعرف عن عملية التصليح إلا الشيء القليل، والمقصود بالمستهلك هنا هو المستهلك العادي<sup>1</sup>. ولهذا يجب أن تقدم المعلومات من طرف المحترف للمستهلك، وأن تكون هذه المعلومات نزيهة وشفافة، وكل إعلام غامض فإنه يرجع على المحترف<sup>2</sup>، مثلا في مجال الألعاب خاصة داخل القاعات، فالمحترف يقع عليه واجب إعلام المستهلك لدرايته الكبيرة بطرق وقواعد اللعبة التي قد يكون يجهلها المترددون على قاعات اللعب والتسلية، أما الجانب الآخر فقد تكون الثقة المشروعة لدى المستهلك بسبب صفة واعتبار في البائع، نتيجة المركز القانوني الذي يتمتع به هذا الأخير، أو لسلوك البائع الذي يدع ثقة في نفس المستهلك اتجاه البائع<sup>3</sup>. زد على ذلك أيضا أن نشوء الالتزام بالإعلام يرتبط بالاستخدام الذي قد يكون خاطئ من المستهلك للسلعة، فمن الصعب على الشخص العادي أن يتمكن بفطرته من التعرف على كيفية الاستخدام الصحيح للمنتجات المعقدة أو الخطرة، فقد ذهب القضاء الفرنسي إلى أن ذلك ينشئ التزاما تعاقديا على البائع المحترف بالإفشاء بالبيانات اللازمة لاستخدامها على الوجه الأمثل. وفي هذا الشأن قضت محكمة استئناف باريس بإلزام المنتج بالتعويض عن الضرر الذي أصاب المستهلك نتيجة التهاب فروة الرأس استنادا إلى المسؤولية التعاقدية الناشئة عن إخلاله بالالتزام بالإفشاء بالبيانات المتعلقة بطريقة الاستخدام لأحد أنواع صبغ الشعر، وقد جاء في حيثيات هذا الحكم أنه كان ينبغي على المنتج أن يذكر في طريقة الاستخدام ضرورة إجراء اختبار سابق لمعرفة درجة حساسية الجلد، وأن هذا التقصير في الإعلام هو الذي أدى لحدوث الضرر<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - la loi sur la protection du consommateur et le domaine de l'automobile, lettre d'affaires, office de la protection du consommateur , Québec, mars 2004, page 2.

<sup>2</sup> -Ghenadie RADU, l'origine des marchandises : un élément controversé des échange commerciaux internationaux, thèse et soutenue publiquement le 22 juin 2007 en vue de l'obtenir du grade de docteur en droit, faculté de droit faculté des sciences économique, université pierre mendes, France, 2007, p36.

[www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf](http://www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf) le 12/01/2008

<sup>3</sup> - AUDY AYOUN, la protection du consommateur en matière de jeux et loteries, mémoire soutenu dans le cadre du D.E.A. de droit privé, faculté de droit et de science politique, université d'aix Marseille III .Année universitaire2002-2003,p5.

[www.themis.u-3mrs.fr/ayoun/memoire-ayoun.pdf](http://www.themis.u-3mrs.fr/ayoun/memoire-ayoun.pdf). le 15-01-2008

<sup>4</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة( دراسة فقهية مقارنة في ضوء تطور القضاء الفرنسي و صدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في 19 مايو 1998)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 71.

كما أن الالتزام بالإعلام لم يعد يقتصر على المعلومات الجوهرية المنصوص عليها في الالتزامات العقدية، بل تتعداه إلى وجوب الإعلام بطرق الاستخدام والتحذير من المخاطر التي قد تنجم عن استعمال المنتج، والسعر المطبق، وشروط التعاقد<sup>1</sup>.

لكن الجهل الذي يستطيع المستهلك التمسك به هو الجهل المشروع، بحيث لا يمكن للمستهلك الاستعلام عليها، واستحالة الاستعلام هنا إما الاستحالة موضوعية ترجع إلى طبيعة الشيء المبيع، أو قد تكون استحالة شخصية ترجع إلى المستهلك (المشتري) نفسه، ففي هذه الحالة يكف المحترف بإعلام المستهلك (المشتري) بالمعلومات الهامة والجوهرية المتعلقة بالعقد والتي استحال على المستهلك معرفتها.

وكذا فرض التزام بإشهار الأسعار المطبقة على السلع والخدمات بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بخصائص السلعة وكذا شروط التعاقد وحدود المسؤولية التعاقدية، وكل هذا من أجل حماية القدرة الشرائية للمستهلك، والمنع من استغلاله، ومن هذا الفرض يمكن إعادة التوازن بين المستهلك والمحترف، وشرط هذا الإعلام أن يكون شفاف وشرعي من نصيب على المنتجات والخدمات التي تعرض على المستهلك، والتي تقدم من طرف المحترف<sup>2</sup>. ولم تقف التشريعات عند هذا الحد بل فرضت على البائعين الذين لا يمتلكون معلومات حول السلع والخدمات المعروضة على المستهلكين واجب آخر هو الالتزام بالاستعلام حول هذه السلع والخدمات ليعلموا بها المستهلكين، مثلاً في مجال التجارة في الأجهزة الإلكترونية، فقد نجد تاجر أجهزة الكترونية لا يكون من ذوي الاختصاص في الإلكترونيك، وبالتالي فهو يجهل كل المعلومات عن هذه الأجهزة، ومنه يقع عليه التزام بالاستعلام حول هذه الأجهزة ليتمكن من تقديم المعلومات الكافية، وإلا قامت مسؤوليته ولا يمكنه الاحتجاج بأنه غير محترف في هذا المجال<sup>3</sup>.

### ب- قصور النظرية التقليدية على فرض الحماية:

حق المستهلك في الإعلام الذي كان من اجتهاد القضاء، تجسد بنصوص القانون المدني بفرض التزام على عاتق البائع بإعلام المستهلك (المشتري) بالحالة القانونية للمبيع ولكن في

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 130.

<sup>2</sup> - AUDREY DAVE , L'OBLIGATION D'INFORMATION DU CONSOMMATEUR SUR LE PRIX ET LES CONDITIONS DE VENTE DES PRODUITS ET DES SERVICES, Master 2 recherche droit de le communication , université panthéon assas - paris 2,p03.

[www.uparis2.fr/deadtcom/tetechargements/cours/hazan/pub\\_2006\\_obligation\\_information\\_consommateur\\_prix\\_cgv.pdf](http://www.uparis2.fr/deadtcom/tetechargements/cours/hazan/pub_2006_obligation_information_consommateur_prix_cgv.pdf) le 25/12/2008

<sup>3</sup> - Etienne ZERY, le bogue de l'an 2000 sous la loupe des contrats informatique.p5.

[www.droit-technologie.org/upload/dossier/doc/6-1.pdf](http://www.droit-technologie.org/upload/dossier/doc/6-1.pdf). Le 23/01/2008

مجالات خاصة ومن تطبيقاتها نجد المشرع الفرنسي في المادة 1626 من القانون المدني الفرنسي ألزم بائع العقار بإعلام المستهلك (المشتري) بالارتفاق المثقل به العقار المبيع<sup>1</sup>. وبتحليل النظرية الكلاسيكية التي تضع حلولاً نوعاً ما غير مجددة لحماية المستهلك، فنجد المرحلة السابقة على التعاقد لا توفر أية حماية عقدية للمستهلك، وإن كانت هناك تنظيم فهو متروك من غير جزاء إلا في حالة وقوع ضرر، الذي يتطلب قيام المسؤولية التقصيرية، والجزاء المفروض لا ينظم العقد إلا في مرحلة الإنشاء أو التنفيذ<sup>2</sup>. ومنها نظرية عيوب الإرادة، التي كانت تكفل حماية إرادة المتعاقد، هذه الحماية التقليدية، التي نظمت بطريقة محددة ودقيقة إعمالاً لاستقرار المعاملات، إلا أن نطاقها ضيق وتشديد في الشروط اللازمة لتطبيقها مما نتج عنه صعوبة في الإثبات، ومنه لم تتحقق النتائج المرجوة من تقريرها.

ولذا من الضروري الإقرار أن نظرية عيوب الإرادة لا تحقق الحماية الكافية لإرادة المستهلك، ولا بد من إعادة التوازن إلى عقد الاستهلاك ذلك أن اللجوء إلى هذه النظرية لا يسمح إلا بإنهاء أزمة التوازن العقدي وحرمان أطراف التعاقد من أهداف العقد نفسه<sup>3</sup>. وأن الالتزام بالإعلام يمكن له معالجة القصور الذي يعتري هذه النظرية، وإمكانية رجوع دائن الالتزام بالإعلام بالتعويض على المدين به عند الإخلال بهذا الالتزام، وذلك وفقاً للمسؤولية التقصيرية، ومنها الحكم الصادر بمسؤولية المنتج والبائع عن حادث تعرض له قارب عند إبحاره في منطقة ذات أمواج عالية، تأسيساً على أن المستهلك (المشتري) كان يجهل أن هذا القارب لا يمكنه أن يتحمل الأجواء العاصفة، أو الأمواج العاتية اعتماداً منه على مواصفات المبيع وكفاءته المدعى بها في العقد المبرم<sup>4</sup>. إذن طبيعة العلاقة بينهما تختلف فيما يتعلق بهذا الالتزام نلخصها في الإخلال بالالتزام بالإعلام في القانون المدني يؤدي لقابلية العقد للإبطال، للتدليس الواقع فيه وهو ليس في صالح المستهلك.

إذا اشترى المستهلك مثلاً علبة طماطم، وتضرر نتيجة عدم وجود مدة صلاحية استهلاكها فليس في صالح المستهلك إبطال العقد. لأن إبطال العقد يشترط فيه رفع دعوى

<sup>1</sup> -CHRISTIAN LARRMOUNT, op.cit, p331.

<sup>2</sup> - David BOSCO, le droit de rétraction , mémoire présenté pour obtenir du D.E.A de droit privé , faculté de droit et de science politique , université d' Aix Marseille, 1999.  
[www.glose.org/mem014-htm.htm](http://www.glose.org/mem014-htm.htm). le 24/01/2008.

<sup>3</sup> - عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني والمقارن)، الدار العلمية الدولية، عمان، الأردن، 2002، ص 97.

<sup>4</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 195 و196.

قضائية، موضوعها طلب إبطال العقد والتعويض، وعليه أن يثبت توافر شروط المادة 86 من القانون المدني الجزائري، وليس فقط عدم توافر البيانات على العلبة، إنما أيضا نية التضليل والسكوت العمدي، وأن هذا السكوت هو الدافع لإبرام العقد، وهي مهمة في غاية الصعوبة للمستهلك.

كما لا تعرف نظرية التقليدية للالتزامات وصف المستهلك، غير أنها تحمي أحد طرفي الرابطة التعاقدية أصلا لا وصفا، ومن ثم يقرر جانب من الفقه المصري يكون المستهلك محميا متى تصادف وجوده في مركز من مراكز الحماية العامة التي حددها القانون المدني وفقا لضوابطه ( تفسير الشك لمصلحة المدين، نظرية الظروف الطارئة، نظرية عقود الإذعان)<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني

### خصائص الالتزام بالإعلام و طبيعته القانونية

يتميز الالتزام بالإعلام بعدة خصائص، و التي يقوم عليها هذا الالتزام، وتميزه عن باقي الالتزامات الأخرى، والتي نستشفها من التعاريف المذكورة سابقا، ثم نبين الطبيعة القانونية لهذا الالتزام، في ظل الإشكالية التي ثارت حول تحديد الطبيعة القانونية للالتزام العام بالإعلام.

#### أولا- خصائص الالتزام بالإعلام:

الالتزام بالإعلام هو التزام خاص عن باقي الالتزامات الأخرى التي تعرف في القانون المدني، لما له من شروط محددة للالتزام بالإعلام الصادر عن المدين به، وأوصاف خاصة به، لذا وجب التطرق إلى شروط الالتزام بالإعلام، ثم الأوصاف الخاصة به.

#### 1- شروط الالتزام بالإعلام:

الغاية من فرض الالتزام بالإعلام هو تنوير إرادة المستهلك الذي يقدم على التعاقد لتمكينه من الاختيار الحر والسليم لمحل التعاقد عليه، وبالطريقة التي تحمي مصالحه، وحتى

<sup>1</sup> - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص91.

يفي الالتزام بالإعلام من الغاية التي فرض منها لابد أن يكون الإعلام الصادر عن المدين مفهوماً، كافياً، صادقاً ودقيقاً.

#### أ- يجب أن يكون الإعلام بسيطاً مفهوماً:

لتحقيق الغاية من الالتزام بالإعلام لا بد أن تكون عباراته سهلة بسيطة في عرض المعلومات المتصلة بالعقد ليتمكن المستهلك من إدراكها، وأن يكون واضح في أسلوبه، وباللغة التي يفهما، وأن يتخلى عن الأسلوب المعقد والمركب، التي يعجز غير المتخصصين عن فهم مدلولاتها وإدراك مضامينها.

كما يجب أن يراعى عند الإعلام الظروف الشخصية للمستهلك، فالمستهلك ذو المؤهلات العلمية يكون الإعلام بالنسبة له، على غرار المستهلك الذي لا يمتلك تلك المؤهلات العلمية، فمثلاً بائع الأجهزة الكهرومنزلية، أو الطبيب لا يكون إعلامه بالنسبة للحالتين بأسلوب واحد<sup>1</sup>.

#### ب- يجب أن يكون الإعلام كافياً:

ولا يكفي أن يكون الإعلام الصادر عن العون الاقتصادي أن يكون مفهوماً بسيطاً مفهوماً، فيجب أن يتسم بالكفاية حتى يتمكن المستهلك من العلم والإحاطة بجميع العناصر الجوهرية المتصلة بالعقد لكي يستطيع أن يكون إرادة غير معيبة، والإعلام الناقص أو الإعلام غير الكافي لا يحقق الهدف المنشود من الالتزام بالإعلام<sup>2</sup>.

ويكون الإعلام كافي إذا كان يحيط بجميع المعلومات المتصلة بالعقد المراد إبرامه، ففي الحالة التي يغفل فيها العون الاقتصادي عن ذكر ولو معلومة واحد من المعلومات الواجب الإدلاء بها للمستهلك، وتكون لتلك المعلومة تأثيراً على إرادة المستهلك في التعاقد أو الإحجام عنه، فيعتبر هذا الإعلام الصادر عن العون الاقتصادي إعلاماً غير كافي<sup>3</sup>.

#### ت- يجب أن يكون الإعلام صادقاً ودقيقاً:

فبالإضافة لكون الإعلام بسيطاً مفهوماً و كافياً يشترط كذلك فيه الصدق والدقة حتى يؤدي الوظيفة المنوط بها، فمتى كان الإعلام الصادر عن العون الاقتصادي مفترقاً للصدق والدقة يعتبر إعلاماً معاباً، لا يفلح في تبصير المستهلك بالعقد المراد إبرامه، وهذا ما يفتقده الإعلام في الآونة الأخيرة، وهذا ما نشهده من كثرة الإشهار الكاذب والمضلل. والدقة في الإعلان أن يقدم إعلاماً محدداً بالقدر الذي يساعد المستهلك على تكوين القرار الصحيح بشأن العقد المقبل على إبرامه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 371 و 372 و 373.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 375.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 376 و 377.

<sup>4</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 378 و 379.

## 2- أوصاف الالتزام بالإعلام:

الالتزام بالإعلام من أوصافه أنه سابق على تنفيذ العقد وعام في جميع العقود، ذو طبيعة وقائية، ومستقل، وسنأتي على تفسير كل مصطلح من المصطلحات السابقة.

أ- التزام سابق على تنفيذ العقد وعام:

\* - التزام سابق على تنفيذ العقد:

الالتزام بالإعلام يجد مجاله في المرحلة السابقة أو المعاصرة لنشوء العقد ، وهي مرحلة تكوين الرضا، ولا ينبغي أن يكون الوفاء به سابق على التعاقد بفترة طويلة بحيث يمكن أن يعتري محل العقد أو ظروف التعاقد بعض التغيرات التي من شأنها تعديل وجه الرأي في التعاقد إجمالاً، كما أن إعلام المستهلك بهذه البيانات والمعلومات لحظة إبرام العقد يعد إجراء متأخراً للغاية، إذا ما أراد الحصول على تأثيرات ما في شأن قراره بالتعاقد<sup>1</sup>.

إلا أننا نجد أحيانا قد يكون الالتزام بالإعلام يكون أثناء تنفيذ العقد، مثلا الإعلام على طريقة الاستعمال والتحذير من استعمال المنتجات الدوائية، فمستهلك الأدوية تقدم له المعلومات الكافية عن طريق استعمال الجرعات الدوائية وكميتها والأوقات المناسبة لأخذها، وهذا بعد عملية البيع.

\* - التزام عام:

هو التزام على جميع العقود، وليس التزام خاص بعقد معين، فهو يشمل جميع العقود التي محلها السلع أو الخدمات، إلا أنه قد تتفاوت درجة الالتزام بالإعلام. ففي العقود التي تكون محلها منتجات خطيرة بطبيعتها يزداد هذا الالتزام كما يتشدد فيه القضاء، لما قد ينجم عن هذه المنتجات، نذكر على سبيل المثال المواد المنفجرة وألعاب الأطفال الخطيرة والأجهزة المنزلية أو غير المنزلية التي تشتغل بالكهرباء أو المواد الطبية التي تشكل خطر على صحة المستهلك، إذا لم يبين لمستهلكها الطريقة الحسنة للاستعمال والمقادير التي يجب تناولها وفترات تناولها.

وقد يخفف من حدة هذا الالتزام في المواد التي ليست خطيرة لا بطبيعتها أو بالاستعمال الخاطئ لها، منها على سبيل المثال الحبوب إلا إذا كان فاسدا وهذا له نظام قانوني مستقل عن الالتزام بالإعلام، فهنا الالتزام بالإعلام حول المنتج لا يشكل ضررا عند عدم إعلام المستهلك، لأنه واقعا هي سلعة واسعة الاستعمال، فيكون المستهلك على علم بها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 179.

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق ، ص 196.

وهذا الحق في الإعلام هو حق عام لجميع المستهلكين، ولا يقتصر على المستهلك المقبل على التعاقد، كما أنه التزام عام على جميع الأعوان الاقتصاديين، وهو حق للمستهلك والالتزام على الأعوان الاقتصاديين وفق قواعد قانونية أمره، لا يمكن للأطراف الاتفاق على مخالفتها، وهذا من بين الأوجه الجديدة التي يتصف بها قوانين حماية المستهلك، وتضييقاً لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين.

### ب- التزام ذو طبيعة وقائية :

إن النشأة القضائية لهذا الالتزام تحمل في طياتها الأهداف المرجوة من تقريره، وهي العمل على حماية العقود في المستقبل من مقومات الانهيار ودواعي الإبطال، وذلك في ضوء ما تكشف لهذا القضاء من عوامل باتت تهدد هذه العقود في أمري سلامتها واستقرارها، وهذا ما يعكس الدور الوقائي لهذا الالتزام في مجال العقود، إذ أن أداء المدين لالتزامه بالإعلام قبل التعاقد أو أثناء التعاقد، يؤدي إلى تنوير رضا الطرف الآخر، الأمر الذي يؤدي إلى تفتي الحكم بالبطلان خاصة في مجال الغلط والتدليس<sup>1</sup>.

كما أن قيام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك، يحقق حماية وقائية للمستهلك من الأضرار التي قد تصيبه في جسمه من الأخطار التي تنطوي عليها المنتوجات من الاستعمال الخاطئ أو المنتوجات الخطرة، أو ماله بمعرفة ثمن المنتوج أو الخدمة مما يحمي قدرته الشرائية، أو شرفه، بتنويره وتبصيره.

### ت- التزام مستقل:

إن نظرة القضاء الفرنسي إلى هذا الالتزام كالتزام مستقل هو الأمر الذي برر نشأته ووجوده، وكذا عجز النظريات التقليدية عن فرض الحماية الكافية للمستهلك، واختلال التوازن القائم بين المنتج والمستهلك، وهذا ما أكده بعض الفقه الحديث الذي يرى أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام مستقل يقع على المهني الذي ينوي التعاقد مع المستهلك<sup>2</sup>، وهو لا يقوم لحماية رضا الطرف الآخر، بل تحقيق التكافؤ بين الطرفين، إعمالاً لمقومات العدالة العقدية.

والشيء الذي يؤكد استقلالية الالتزام بالإعلام عن التزامات أخرى، أنه يتميز عن نظرية عيوب الرضا في قيام المسؤولية لدى الإخلال بهذا الالتزام، رغم عدم تعيب إرادة الدائن بأي

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 197.

<sup>2</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 348.



عيب من عيوب الرضا. كما يتميز عن نظرية الضمان في أن أمر قيامه مرتبط بحدوث شيء يوجب الضمان على عاتق المدين، وليس تطبيقاً من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المذعن في عقود الإذعان لأنه في نصوص القانون المدني الجزائري أو القانون المدني المصري لا تقر أية حماية للطرف المذعن في المرحلة السابقة على التعاقد<sup>1</sup>.

### ثانياً- الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام:

ثار خلاف فقهي حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، ما إذا كان التزام عقدي أو غير عقدي؟ من جهة و من جهة أخرى، أهو التزام ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة؟

#### 1- الطبيعة العقدية أم غير العقدية للالتزام بالإعلام؟

الالتزام بالإعلام يكون قبل التعاقد أو أثناءه، فالالتزام بالإعلام أثناء التعاقد هو التزام عقدي، لكن الإشكالية تثور حول الالتزام ما قبل التعاقد بالإعلام<sup>2</sup>. هل هو من طبيعة عقدية أم لا ؟

#### أ- الطبيعة العقدية للالتزام بالإعلام:

يرى أنصار هذه النظرية أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، التزام عقدي يستمد وجوده من العقد ذاته، فيوجد هذا الالتزام قبل إبرام العقد ويستمر أثناء تنفيذه، بحيث يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك (المشتري) حول مدى ملائمة الشيء محل العقد وحسن استعماله وتجنب أضراره<sup>3</sup>.

ويستند أصحاب هذا الرأي في قولهم على الحجج التالية:

التزام العون الاقتصادي بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بضمان العيوب الخفية والالتزام بضمان الاستحقاق والالتزام بالتسليم وهي الالتزامات بلا شك من طبيعة عقدية<sup>4</sup>.

أن هناك صعوبة في التمييز بين التزام العون الاقتصادي بالإعلام الواجب تنفيذه قبل وأثناء إبرام العقد والتزامه بالإعلام الناتج عن عقد البيع ذاته لدرجة أن عدم تنفيذ الالتزام الأول يؤدي إلى عدم تنفيذ الثاني. فلو أن العون الاقتصادي أحل بالتزامه بالإعلام عن عيوب الشيء المباع وقت إبرام العقد فسترتب عن إخلاله بالتزامه بضمان العيوب الخفية، وهو التزام عقدي.

أن البائع عندما يعلم المستهلك (المشتري) بالمبيع وقت إبرام العقد إنما يعلمه به بصفته متعاقداً، لأن عدم تنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام لا يُكتشف إلا بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 198 و 199.

<sup>2</sup> - Christian LARRMOUNT, op.cit, p 335

<sup>3</sup> - عبدالعزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 52.

<sup>4</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 202.

كما يستند أصحاب هذا الرأي إلى نظرية الخطأ في تكوين العقد، التي تعتبر أن الالتزامات السابقة على التعاقد التزامات عقدية تأسيساً على 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 مصدراً لهذا الالتزام. وهو ما يأخذ به القانون السويسري حتى الآن.

كما أنه من الناحية العلمية لتحقيق حماية أكثر للمستهلك ينبغي أن تؤثر الطبيعة العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام، لما يؤدي ذلك من إمكانية الاستفادة بقواعد الإثبات المعمول بها في المسؤولية العقدية، إذا أنه يكفي حينئذ حتى تقرر مسؤولية المدين بهذا الالتزام قيام الدائن بإثبات أمر عدم تنفيذه، كما أنه من الناحية الواقعية ينبغي في مجال الالتزام بالإعلام إهمال التفرقة بين الالتزام العقدي والالتزام غير العقدي، والتي لا تستند إلى أساس من الواقع، وأنه من الأفضل بسط الطبيعة العقدية على كل منهما<sup>2</sup>.

#### ب- الطبيعة غير العقدية للالتزام بالإعلام:

أما أصحاب هذا الرأي، فيرون أن التزام بالإعلام لصالح المستهلك إنما هو التزام غير عقدي، إنما هو التزام عام سابق على التعاقد *précontractuelle*<sup>3</sup>، يجد أساسه في نصوص القانون، ومنه فهو التزام قانوني، يستمد قوته من القانون، الذي ينص مباشرة على هذا الالتزام، والذي يوجب على العون الاقتصادي إعلام المستهلك (على كل متعاقد أن يدلي قبل إبرام العقد إلى المتعاقد الآخر بالمعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المزمع إبرامه والتي يتعذر على هذا الأخير العلم بها أو الاستعلام عنها بوسائله الخاصة<sup>4</sup>، في الفترة السابقة لإبرام العقد من أجل إيجاد رضاء حر وسليم لدى المتعاقد الآخر)، ويعاقب على الإخلال بهذا الالتزام على أساس المسؤولية التقصيرية<sup>5</sup>.

ومنطق القائلين بالطبيعة غير العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام، هو أنه ليس من المعقول أن ينشأ الفرع قبل نشوء أصله، أو أن ينشأ الالتزام قبل أن ينشأ مصدره، فالعقد لم ينشأ بعد حتى يتسنى القول بأن هذا الالتزام عقدي. كما يستندون إلى أن الرضا الذي هو أحد أركان العقد لم يتحقق بعد، حيث أن الالتزام بالإعلام يتم في مرحلة سابقة على التعاقد، وهو

<sup>1</sup> - عبدالعزيز المرسي حمود، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ص 53.

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 204 و 205.

<sup>3</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، 200.

<sup>4</sup> - عبدالعزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص 53.

<sup>5</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 201.

أمر يتعلق بتقديم المعلومات الكافية والمتعلقة بالوضع القانوني للشيء أو بصافته المادية وأمر أخرى وهي معلومات لازمة لإيجاد رضا حر وسليم.

وبالنسبة لما أثير حول نظرية الخطأ في تكوين العقد، حسب رأيهم أن الخطأ السابق على التعاقد ينفصل عن العقد، ولا يمكن توقيع جزاء بشأنه إلا من خلال أحكام المسؤولية التقصيرية وليس أحكام المسؤولية العقدية<sup>1</sup>.

## 2- الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة؟

الالتزام بالإعلام هو التزام بعمل يقوم به المهني اتجاه المستهلك من أجل إفادت ه بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة حتى يكون على بينة من أمره، وهنا هل هو التزام ببذل عناية أم التزام ببذل نتيجة؟

### أ- التزام ببذل عناية:

الالتزام بالإعلام بموجبه يلتزم المدين به أن يبذل ما في وسعه من وسائل للوصول إلى أكبر قدر من الهدف المنشود، وهو غير ملزم بتحقيق النتيجة، 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<sup>2</sup>.

ذهب الفقه والقضاء في بداية ظهور الالتزام بالإعلام إلى أنه التزام ببذل عناية، يتحدد وجوده ونطاقه بمدى علم المنتج أو البائع من ناحية ومدى علم خبرة المستهلك (المشتري) من ناحية أخرى، ويبرر هذا التفسير بحكم أن البائع لا يتحكم في نتيجة المعلومات والنصائح التي يقدمها وهو لا يستطيع أن يلزم المستهلك (المشتري)، والأصل أنه يقع على المستهلك (المشتري) إقامة الدليل على عدم تلاؤم أو عدم كفاية المعلومات المقدمة أو عدم القيام بالإعلام المطلوب، وهو في غاية الصعوبة لأنه يتعلق بإثبات عمل سلبي<sup>3</sup>.

ومنه لا بد أن يبذل الشخص العناية المطلوبة، وقد يوجب الاتفاق عناية أكثر أو أقل من عناية الشخص العادي، وهذا ما نلاحظه في الالتزام بالإعلام الذي يقع على المدين به، فيتسع في بعض المرات، ويقل في أحيان أخرى، وذلك حسب طبيعة العقد والمنتج محل العقد. وبالخصوص في مسؤولية المنتج بحكم سيطرته على العلم بمكونات المنتجات ومخاطرها،

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 205 و206.

<sup>2</sup> - حمدى عبد الرحمان، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات ( الكتاب الأول المصادر الإرادية للالتزام العقد والإرادة المنفردة)، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص39.

<sup>3</sup> - بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في عقود الخدمات دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص 27.

وبحكم أن مسؤوليته لا تقوم فقط في مواجهة المشتريين، بل وفي مواجهة البائعين المتعاقبين، مما دفع بتشديد مسؤولية المنتج إلى افتراض علمه بعيوب ومخاطر منتجاته<sup>1</sup>.

وتأييدا لهذا الاتجاه الذي يرى أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية، فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأنه: "إذا كان من الثابت أن الالتزام بالإعلام هو التزام بوسيلة، فإن عدم الإداء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بكيفية وشروط استخدام المنتج المبيع والاحتياطات الواجب مراعاتها في هذا الخصوص لا يمكن المستعمل من استخدامه الصحيح الذي يتفق مع الغرض المخصص له، ومن ثم فإن محكمة الاستئناف لا تكون قد أخذت بنص المادة 1137 من القانون المدني الفرنسي عندما فرضت على عاتق صانع المنتج هذا الالتزام بالإعلام والذي لا يهدف إلى ضمان النتيجة المطلوبة.

واعتبار الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية، يؤدي إلى وجوب أن يثبت المستهلك خطأ العون الاقتصادي المتمثل في عدم تنفيذ التزامه بإعلامه، بالإضافة إلى حدوث الضرر<sup>2</sup>.

#### ب- التزام بتحقيق نتيجة: obligation de résultat

ويقصد الالتزام بتحقيق نتيجة هو بلوغ غاية، أي أن يفرض القانون على المدين بالالتزام بتحقيق نتيجة قانونية محددة، فإذا تخلف عن تحقيق النتيجة انعقدت مسؤوليته المدنية، وإذا أراد المدين أن يتخلص من هذه المسؤولية وجب عليه إثبات أن السبب الأجنبي هو الذي منعه من القيام بالتزامه، كالقوة القاهرة، إما إذا لم يقدم الدليل على ذلك ظلت مسؤوليته قائمة، ويلتزم بالتعويض لتخلف النتيجة<sup>3</sup>.

إلا إذا أثبت أن لا يدلله، وأثبت عدم استطاعته على مواجهة السبب الأجنبي، لتحقيق النتيجة الملتزم بها، فإذا لم يقدّم الدليل على ذلك كان مسؤولاً<sup>4</sup>، تحول القضاء والفقهاء تدريجياً من اعتبار الالتزام بالإعلام التزاماً ببذل عناية إلى اعتباره التزاماً بتحقيق نتيجة<sup>5</sup>.

والالتزام بالإعلام هو التزام بنتيجة، أي نقل المعلومات، وتزويد الطرف الآخر بها، وليس بذل العناية في إيصال المعلومات إلى الطرف الآخر، بل يلزم أثناء التعاقد نقل هذه المعلومات، حسب طبيعة الالتزام الأساسي<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص 77.

<sup>2</sup> - علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المتوج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 220 و 221.

<sup>3</sup> - حمدي عبد الرحمان، المرجع السابق، ص 37.

<sup>4</sup> - Christian LarroumNt, op.cit, p 48.

<sup>5</sup> - حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص 77.

<sup>6</sup> - PHILIPPE LE TOURNEAU LOIC CADIET, op.cit, p 423.

ولهذا جاء رأي فقهي ثالث حول طبيعة الالتزام، ومضمونه أن التزام المهني هو التزام بعمل، وهو نقل المعلومات الصحيحة إلى المستهلك (المشتري)، والتزامه محدود بنقل هذه المعلومات، وليس ملتزم بمدى استيعابها من طرف المستهلك أم لا، ويشترط في نقل المعلومات الشفافية، الحرص والوضوح، أما امتلاكها من طرف المستهلك أم لا، فهنا لا تترتب المسؤولية على المهني.

إلا أن أصحاب الرأي الراجح يرون بأن الالتزام بالإعلام هو التزام يتحلل في الواقع التزامين أحدهما التزام بنتيجة وهو الالتزام بنقل المعلومات والبيانات إلى المستهلك (المشتري)، والالتزام الثاني التزام بوسيلة ويتمثل في استعمال الوسائل المناسبة لنقل الإعلام إلى المستهلك (المشتري).

وهكذا فهذا الرأي يفرق بين قيام البائع بنقل المعلومات المتعلقة بالمبيع وإخبار المستهلك (المشتري) بها ويعتبره التزاما بنتيجة، بحيث لا يعفي البائع من مسؤوليته عنه إلا بإثبات السبب الأجنبي الذي منعه من تحقيق النتيجة المطلوبة، وبين قيام البائع بالبحث واستقصاء المعلومات الصحيحة والنصائح الجيدة وانتقاء الوسيلة الأكثر ملاءمة لتحقيق استيعاب المستهلك (المشتري) لهذه المعلومات، ويعتبره التزاما بوسيلة. إلا أننا في مجال الخدمات وعلى سبيل المثال في التزام الطبيب، فقد أشار الفقه أن التزام الطبيب عموماً بإخبار المريض وإعلامه أصبح التزاماً بتحقيق نتيجة وليس التزاماً ببذل عناية، ولا يعد الطبيب منفذاً لالتزامه هذا إلا إذا تحققت النتيجة المرجوة فعلاً، ولا يكفي منه صدور الإعلام<sup>1</sup>. واعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة، فهذا يؤدي إلى تخفيف عبء الإثبات على المستهلك في طلب التعويض، بمجرد إثبات تخلف النتيجة المطلوبة، أي بمجرد حصول الضرر<sup>2</sup>.

ونتيجة مما سبق قوله فإن الالتزام بالإعلام هو من طبيعة غير عقدية وإن كان أصل نشأته عقدية، وهو التزام بتحقيق نتيجة من حيث اختيار الوسيلة المناسبة في إيصال المعلومات الكافية إلى علم المستهلك، فلا يمكن أن تبرأ ذمته من خلال بذل العناية الكافية في إيجاد الوسيلة المناسبة، وفي الشق الثاني هو التزام ببذل عناية من حيث تملك المستهلك للمعلومات المقدمة من طرف العون الاقتصادي.

<sup>1</sup> - محمد عبد الظاهر حسين، المسؤولية المدنية في مجال طب وجراحة الأسنان، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 88.

<sup>2</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 220.

## المبحث الثاني مضمون حق المستهلك في الإعلام

بالرجوع إلى النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري أوجبت على عارض المنتجات أو الخدمات تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية، حماية له، وعليه فهذا الفرض هو حق للمستهلك والتزام على العون الاقتصادي بوجود إعلامه حول معلومات متعلقة بالمنتجات أو الخدمات، ولم تكفي هذه النصوص بتحديد أطراف الالتزام، بل رسمت محل هذا الالتزام بالبيانات الواجب أن يعلم بها المستهلك.

كما ألزمت عارض المنتجات والخدمات استعمال الوسائل المناسبة لإعلام المستهلك، سواء عند عرض للمنتجات أو الخدمات، أو عند الإشهار، ويجب أن تكون المعلومات التي تظهر على هذه الوسائل صادقة ومطابقة لحقيقة المنتج أو الخدمة المعروض، وفقا للنظام

القانوني المعمول به، وإلا ترتبت المسؤولية على عاتق العارض، وسوف نركز في هذا المبحث على مجال حق المستهلك في الإعلام (المطلب الأول)، وسائل إعلام المستهلك (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

### مجال حق المستهلك في الإعلام

المستهلك في عقد البيع المنظم وفق أحكام عقد البيع كان يفرض على المتعاقدين الإلءاء بالمعلومات والاتفاق على العقد، ولم يكن يعفى المستهلك من طلب تقديم المعلومات الكافية حول العقد، وأن يسعى من أجل الحصول عليها، إلا أن بعد صدور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، أصبح هذا حق للمستهلك والتزام على العون الاقتصادي، لذا وجب التطرق في الفرع الأول إلى تحديد من هو كلا من المستهلك والعون الاقتصادي، وما مركز كل واحد منهما لهذا الحق؟

محل الالتزام بالإعلام هو المنتجات والخدمات، التي زاد تعقيدها بسبب التطور العلمي والتكنولوجي، من حيث التشابه، وصعوبة الاستعمال، أو من حيث انطواءها على المخاطر التي قد تمس بسلامة مقتنيها أثناء استعمالها. بالإضافة إلى تنوير هذه الإرادة حول الثمن المتطلب لاقتناء السلعة أو الخدمة المعروضة للبيع، وتغير النظرة باتجاه هذا الشرط الذي كان منظم في عقد البيع وفق تنظيم كلاسيكي جداً، خاصة بعد انتشار عقود الإذعان بشكل واسع، بسبب ظهور التجمعات التجارية والمحلات التجارية الكبرى، التي تعرف تعاملات كثيرة مما لا يعطى الوقت الكافي لعملية التفاوض التي كان يتسم بها عقد البيع، وعليه فما محل الالتزام بالإعلام؟ والذي سوف نتطرق إليه في الفرع الثاني من هذا المطلب.

## الفرع الأول

### أطراف الالتزام بالإعلام

أي التزام قانوني له طرفين اثنين، وهما الدائن والمدين، وهذا ما أقرته الأحكام القضائية الذي فرض التزام على المهنيين عند عرضه للمنتجات (السلع والخدمات) في السوق، بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتج محل العرض، وبالآثمان، وبشروط التعاقد،

ولقد سائر التشريع أحكام القضاء، فبالرجوع إلى النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك أقرت صراحة بحق المستهلك بالإعلام فهو الطرف الدائن بهذا الالتزام، وألقت واجبا على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك فهو الطرف المدين بهذا الالتزام، ولهذا وجب التطرق إلى تعريف المستهلك الدائن بالالتزام (أولا)، والعون الاقتصادي المدين بالالتزام (ثانيا).

**أولا- المستهلك دائن بالالتزام بالإعلام:**

لقد ارتبط مفهوم المستهلك في بداية الأمر بعلم الاقتصاد، حيث عرف من طرف فقهاء الاقتصاد بأنه: "كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي"، أو: "كل من يحصل من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجته الاستهلاكية إشباعا حالا ومباشرا<sup>1</sup>." أما تعريف المستهلك من الناحية القانونية فلم يلقى الاهتمام إلا في أواخر القرن الماضي، بعد ظهور مصطلح المستهلك في علم الاقتصاد، ومنه اتجه التشريع والفقهاء والقضاء إلى تعريف المستهلك ولهذا ظهرت عدة تعريفات للمستهلك سنركز على البعض منها.

فعلى المستوى الفقهي القانوني عرف المستهلك: "كل من يبرم تصرف قانونيا من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو أغراضه المهنية"<sup>2</sup>، ومن هذا التعريف يعتبر مستهلكا، كل شخص يتعاقد من أجل حاجاته التجارية، أو حاجاته الشخصية، وهو المفهوم الواسع للمستهلك. أما في المفهوم الضيق فيعرف المستهلك: "هو كل شخص يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية سواء كان التعاقد بغرض استهلاك أو استخدام المال أو الخدمة"، ويرجح هذا التعريف من عدة جوانب، أنه أخرج طائفة المهنيين والتجار من دائرة المستهلكين، كما جمع بين الاستهلاك الشخصي والعائلي، وقصره على من يتعاقد بهدف إشباع الحاجات الشخصية والعائلية فقط<sup>3</sup>.

وعلى المستوى التشريعي عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993 المستهلكين بأنهم: "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني". ورغم ذلك صدر قانون في صيغته النهائية خاليا من أي تعريفا للمستهلك.

أما على المستوى القضائي فالقضاء الفرنسي تبنى في بداية الأمر الاتجاه الموسع من خلال بعض الأحكام، أما حديثا وفي حكم لمحكمة النقض الفرنسية تبنت المفهوم الضيق لفكرة المستهلك حيث استبعد المهني من نطاق حماية المستهلك طالما كانت معاملته لها صلة مباشرة

<sup>1</sup>- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 50.

<sup>2</sup>- خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 20.

<sup>3</sup>- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 52 و 53.



مع النشاط المهني، أما إذا كانت معاملاته تبعد عن مجال تخصصه، فإنه يكون مجرد مستهلك عادي، بالإضافة إلى أن جميع نصوص القانون في السبعينيات من القرن الماضي، والتي كونت في مجملها قانون الاستهلاك قد تبنت المفهوم الضيق للمستهلك<sup>1</sup>

## 1- في التشريع الجزائري:

عرف المشرع الجزائري المستهلك لأول مرة في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الذي نصت عليه المادة 2 الفقرة 6 على أن: "المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجاناً منتوجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط والنهائي لسد الحاجات الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"<sup>2</sup>، إلا أن من استقراء هذا التعريف نجد أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع في تعريف المستهلك من استقراء مصطلح الوسيط الذي أدرجها في التعريف.

وعاود الأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك بنص المادة 2/03 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، التي جاءت بتعريف المستهلك في الفقرة الثانية منها بقولها: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"<sup>3</sup>. فهنا نص صراحة على أن المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو معنوي، بشرط أن يكون الاقتناء للخدمات والسلع بعيدة عن النشاط المهني له، أي خارج الحرفة التجارية، بل للاستعمال النهائي الشخصي.

أما في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ففي المادة 03 منه نصت على تعريف المستهلك في فقرتها الأولى بالقول: "...المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة تكون موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو لفائدة حيوان متكفل به..."<sup>4</sup>.

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نستشف عناصر التعريف القانوني للمستهلك في التشريع

الجزائري وهي:

- المستهلك يمكن أن يكون شخص طبيعي أو معنوي.

- المستهلك ليس شخص مهني في المعاملة.

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 22 و 23 و 24 و 25.

<sup>2</sup> - المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 05 الصادرة في 1990، وزارة العدل، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1990.

<sup>3</sup> - المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 جوان سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41 الصادرة في 27 جوان 2004، وزارة العدل، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2004.

<sup>4</sup> - المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- أن يكون الهدف من التعاقد هو تلبية حاجاته الشخصية أو حاجات شخص أو حيوان يتكفل به وليس لإعادة بيعه.

- أن يكون موضوع المعاملة هو سلعة أو خدمة.

- أن يكون المستهلك مقتنيا بصرف النظر عما إذا كان متعاقدا أو مستعملا، وبصرف النظر إن كان بمقابل أو مجانا<sup>1</sup>.

## 2- في التشريع المصري:

في حين عرفه المشرع المصري في قانون حماية المستهلك بالمادة الأولى منه:  
"المستهلك كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص ولفظ المنتجات في هذا القانون يشمل السلع والخدمات معا". ويقوم هذا التعريف على الغرض من التصرف، فإذا كان هذا الغرض بعيدا عن نشاطه المهني وغير مرتبط به، مثل التصرفات التي يجريها لإشباع حاجاته اليومية والأسرية، فإنه يكون مستهلكا، بخلاف ما إذا كان الغرض من التصرف يتعلق بالنشاط المهني، حيث لا يعد في هذه الحالة مستهلكا جديرا بالحماية، ولو اتسم مركزه الاقتصادي بالضعف.

مما سبق حول تعريف المستهلك في كلا من التشريع المصري والجزائري نلاحظ أن كلا منهما قد أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك، اقتداء بالمشرع الفرنسي، فاعتبروا مستهلكا كل من يفتني سلعة أو خدمة من أجل الغرض الشخصي وليس المهني.

## ثانيا- العون الاقتصادي مدين بالالتزام بالإعلام:

لما كان العون الاقتصادي هو الطرف الأكثر خبرة ودراية بالمبيع، ويحوز بحكم خبرته كافة المعلومات الجوهرية المتصلة به، فالغالب أن يقع الالتزام بالإعلام على عاتق العون الاقتصادي، وقبل تعريف العون الاقتصادي في التشريع الجزائري، نزى اللبس حول البائع الذي قد يتخذ عدة صفات منها سواء كان منتج، أو مهني أو موزع أو متخصص أو عرضي \* -البائع المهني: وفيه طائفتين، الطائفة الأولى تتمثل في الصناع الذين يتولون تصريف المنتجات بأنفسهم عن طريق الوكلاء أو إنشاء فروع خصيصا لذلك، والطائفة الثانية التجار والوسطاء الذين يقومون بتصريف إنتاج غيرهم، ومنه تمثل هذه الفئة الأخيرة حلقة وصل بين المنتج والمستهلك، والقضاء الفرنسي سوى بين هاتين الطائفتين في الحكم، لاكتسابهم الخبرات الفنية مما يجعلهم على دراية تامة بخصائص المنتج<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 428.

<sup>2</sup> - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص 59.

\* - **البائع الموزع:** ويقصد به من لا يقوم بإنتاج السلعة أو الخدمة التي يبيعونها، إنما يقتصر دوره على شرائها من أجل بيعها، وإن كان التزامه بالإعلام يكون مكثفياً على تقديم مع السلعة مع النشرات والكتيبات، إلا أنه يجب عليه القيام بالاستعلام من المنتج أو تاجر الذي تعاقده معه من أجل إعلام المستهلك بجميع البيانات والتحذير من المخاطر التي قد ينطوي عليها استعمال هذا المنتج<sup>1</sup>.

\* - **البائع المتخصص:** وهو البائع الذي يكرس نشاطه لبيع سلعة معينة دون سواها، مثل الأجهزة الالكترومنزلية، أو قطاع الغيار، وبحكم تخصصه فهو يملك المعلومات الكافية حول الشيء المبيع فعلمه هنا مفترض.

\* - **البائع غير المتخصص:** وهو من يبيع سلعا مختلفة أو أجهزة متعددة، وه و في حكم البائع الموزع الذي سبق وأن حددنا التزامه<sup>2</sup>.

\* - **البائع العرضي:** وهو كل من يقوم ببيع شيء بصفة عارضة دون أن يتخذ منها حرفة معتادة له، وهنا يكون البائع العرضي لا يملك من المعلومات المتعلقة بالمبيع إلا القليلة، ويلتزم بالأمانة والثقة وحسن النية، وذلك بإعلامه بما يعرفه من معلومات متصلة بالشيء المبيع فقط.

## 1- في التشريع الجزائري:

المشرع الجزائري فقد استعمل في بداية الأمر مصطلح المحترف وذلك بالمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات وقد عرفه على أنه: "...المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك" وهنا تحديد المشرع الجزائري للمحترفين جاء على سبيل المثال، وهذا ما اتجه إليه المشرع الجزائري بنص المادة 01 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك "...مهما كان النظام القانوني للمتدخل"، ومن استقراء هذه المادة يتبين أن المحترف يدخل تحت طائفته جملة من الأشخاص، ولذا وجب تعريف كل واحد من هم بشيء من الإيجاز.

<sup>1</sup> - عبد العزيز المرسى حمود، الحماية المدنية الخاصة، المرجع السابق، ص 106 و 107.

<sup>2</sup> - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص 123.

**المنتج:** كل ممتهن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهدا واهتماما خاصين، فيكون له دور في تهيئتها و تنشئتها أو صنعها وتوضيبيها ومن ذلك خزنها في أثناء صنعها وقبل أول تسويقها<sup>1</sup>.

**الصانع:** هو الشخص الذي ينجز بحكم حرفته أو صنعته أعمالا متكررة تستوجب توفير معارف تقنية تتطابق ومعطيات العلم، سواء كان يملكها بشخصه أو ظاهريا بواسطة غيره، لكن من المفروض أن يحوز ثقة أقرانه والمتعاملين معه بمؤهلاته<sup>2</sup>.

**الحرفي:** عرفه المشرع الجزائري بالمادة 10 الفقرة 01 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالصناعات التقليدية والحرف: "الحرفي كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف يمارس نشاطا تقليديا يثبت تأهिला ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل وإدارته ونشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته".

**التاجر:** عرفته المادة 01 من القانون التجاري الجزائري: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له، ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك"<sup>3</sup>.  
**المستورد:** هو كل شخص يتولى مباشرة عمليات جلب المنتوجات من خارج الدولة على سبيل الاحتراف.

**الموزع:** هو كل شخص يباشر على سبيل الاحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول إلى يد الباعة بالجملة أو نصف الجملة<sup>4</sup>.

وفي نص المادة 03 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة والملغى بالقانون 03-03 عرف العون الاقتصادي: "يقصد بالعون الاقتصادي في مفهوم هذا الأمر كل شخص طبيعي أو معنوي مهما تكن صفته يمارس أعمال منصوص عليها في المادة 02 أعلاه"، وبالرجوع إلى نص المادة 02 من نفس الأمر التي تحدد هذه الأعمال وهي: نشاطات الإنتاج والتوزيع، الخدمات حتى التي يقوم بها الأشخاص العموميون و الجمعيات.

وفي نص المادة الرابعة من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء نصها بالشكل الآتي: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، و بشرط البيع"<sup>5</sup>، مما يفهم أن الإعلام بالأسعار يقع على عاتق البائع وحده

<sup>1</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 414.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 418.

<sup>3</sup> - المادة 01 من القانون التجاري الجزائري.

<sup>4</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 420 و 421.

<sup>5</sup> - قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

دون الآخرين، أما الإعلام حول السلع والخدمات بالرجوع إلى القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك فيقع على كل متدخل، سواء كان بائع أم منتج. أما في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وفي الباب الخامس منه، وبالتحديد في المادة 19، التي جاء نصها كالاتي التي يستشف منها تحديد المدين بالالتزام بالإعلام: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم والعلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة..."<sup>1</sup>، مما يفهم أن المشرع الجزائري لم يحدث الجديد فيما يتعلق بتحديد مفهوم العون الاقتصادي خاصة من استقراء المادة 03 الفقرة 07 التي عرف فيها المتدخل بقوله: "المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك"<sup>2</sup>.

## 2- في التشريع المصري:

أما فيما يتعلق بالتشريع المصري وبالرجوع إلى المادة 03 من قانون رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك التي جاء نصها على النحو التالي: "على المنتج أو المستورد بحسب الأحوال أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أي قانون آخر أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون، وذلك بشكل واضح تسهل قراءته وعلى النحو الذي يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه. وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها".

ومن استقراء هذه المادة يتبين أن الملتزم بالإعلام هو المنتج والمورد وبالرجوع إلى المادة الأولى من نفس القانون التي عرفت المورد في الفقرة الرابعة كالاتي: "كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو بإنتاج أو استيراد، أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في أحد المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق".

ومنه ندرك أن المدين بالالتزام بالإعلام هم بائع المنتجات أو مقدم الخدمة، المنتج، المستورد، الموزع، العارض أو الذي يتداول المنتجات بين المنتج والمستهلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

\* - الذي يتداول المنتجات : هو الشخص الذي ينقل السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك حسب تعريف التداول في نظرية التداول التي تحدد الأعمال التجارية .

مما سبق نستنتج أن كلا من المشرع المصري والجزائري ألقيا الالتزام بالإعلام على العون الاقتصادي، وإن اختلفت المصطلحات إلا أننا بالرجوع إلى تعريف كل واحد منهما، من استقراء المواد القانونية نجد لهما نفس التعريف.

## الفرع الثاني محل الالتزام بالإعلام

إن المدين بالالتزام بالإعلام هو عارض السلع والخدمات للاقتناء في قانون حماية المستهلك لهذا وجب إعلام المستهلك في المرحلة السابقة والمعاصرة للتعاقد بجملة من المعلومات الصادقة والنزيهة التي تتعلق بمحل الالتزام بالإعلام، ومن حيث زمن الإعلام نجد نوعين من الالتزام بالإعلام، فهناك التزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد، والتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد، ولكل نوع من هاذين النوعين محل لابد من أن يعلم به المستهلك. فمما سبق سنولي بالدراسة كلا من محل الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد(أولاً)، ومحل الالتزام بالإعلام أثناء التعاقد(ثانياً).

### أولاً : محل الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد

في هذه المرحلة فرض التزام على عاتق المحترف عارض المنتجات والخدمات إعلام طالب التعاقد بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة والأسعار، حماية لرضاه وحتى يقدم على التعاقد وهو بينة من أمره، وإمكانية مقارنة الخصائص التي يتمتع بها هذا المنتج ومدى تطابقه مع متطلباته وحاجياته، ومدى كفاية القدرة المادية للحصول عليه.

### 1- التعريف بالمنتجات.

قبل التطرق إلى مجال الالتزام بالإعلام في المنتجات لابد من إعطاء تعريف للمنتجات، حتى يسهل استيعاب مجال الالتزام بالإعلام.

### أ- تعريف المنتجات:

تعرف المنتجات بأنه أية فكرة أو خدمة أو سلعة محسوسة يكمن الحصول عليها من قبل المستهلك من خلال عملية مبادلة نقدية أو عينية<sup>1</sup>، هذا التعريف الاقتصادي فما موقف المشرع الجزائري والمصري من تعريف المنتجات؟

## \* - في التشريع الجزائري:

عرف المشرع الجزائري المنتجات بالمادة 02 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: "المنتج سواء كان شيئا ماديا أو خدمة مهما كانت طبيعته..."<sup>1</sup>، ومنه المنتج حسب هذا النص المنتج هو كل شيء مادي أو خدمة، ومنه العقار يدخل تحت دائرته، وهذا التعريف جاء واسعا.

وعرفها بالمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش وقمع الغش: "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"<sup>2</sup>، وبهذا التعريف المشرع الجزائري أخرج من نطاق المنتجات العقار، لأنه نص صراحة على الأموال المنقولة، كما أخرج الخدمات من المنتجات لأن الخدمة هي عمل وليست شيء.

وفي المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات عرفه: "المنتج: هو مل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة"<sup>3</sup>، وباستقراء هذا النص المشرع وسع من نطاق المنتجات بحيث أصبحت تشمل الأموال المنقولة والعقارات، والخدمات أيضا.

وفي القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المنتج بالمادة 03 منه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"، وفي نفس المادة عرف السلعة على أنها كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا، وفي هذا التعريف المشرع الجزائري رجع إلى التعريف الذي كان عليه في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، لكن بشرط أن يكون محل عقد سواء كان عقد معاوضة أم عقد تبرع. أما عن تعريف الخدمة فقد عرفها المشرع الجزائري من المرسوم التنفيذي 90-39

المذكور سابقا: "الخدم هو كل منتج يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له"<sup>4</sup>، ومنه الخدمة قد تكون مادية كالفندقة والتنظيف والإصلاح، أو مالية كالقرض أو التأمين، أو فكرية كالعلاج الطبي، استشارة قانونية<sup>5</sup>، كما عرفها بالمادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "الخدمة: كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"<sup>6</sup>، مما يلاحظ

<sup>1</sup> - المادة 02 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>2</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

<sup>4</sup> - المادة 02 الفقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

<sup>5</sup> - كالم حبيبة، كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، سنة 2005، ص12.

<sup>6</sup> - المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

على هذا التعريف أن المشرع لم يحدث تغيير على تعريف الخدمة بالمقارنة مع التعريف الذي أورده في المرسوم 90-39 المذكور سابقا.

### \*- في التشريع المصري:

أما المشرع المصري فقد عرف المنتجات بنص المادة 01 من قانون حماية المستهلك المصري: "المنتجات: السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام والخاص، وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال مورد"<sup>1</sup>، ومنه تعريف المشرع المصري كان أدق مما هو عليه المشرع الجزائري فقد نص على أن المنتجات شاملة السلع الاستهلاكية والسلع الخدمية سواء المقدمة من طرف أشخاص القانون العام أو أشخاص القانون الخاص، مما يوجب أن يعلم المستهلك بالمنتجات سواء تلك التي كان محل إنتاج قطاع خاص أم عام.

### ب- مجال الالتزام بالإعلام في المنتجات:

ألزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتج محل التعاقد بموجب المادة 17 من القانون السابق 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم والعلامات أو بأية وسيلة ملائمة".

أما في التشريع المصري فالمادة 06 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006<sup>2</sup> فقد نصت: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه..."، ومما يستشف من هذا النص أن المشرع المصري ألزم على المورد أو المعلن عن السلعة أن يقدم للمستهلك كل المعلومات المتعلقة بالمنتج بالمعلومات المتعلقة بطبيعتها والخصائص الأساسية لها، أما عن الخدمات فنص عليها بموجب المادة 02/03 من نفس القانون التي تنص: "...وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها".

ومنه ألزم عارض المنتجات والخدمات أن يعلم المستهلك بخصائص السلعة أو الخدمة<sup>3</sup>، وذلك بجعل البيانات المتعلقة بالسماوات الأساسية للمال أو الخدمة محل الالتزام معلومة للمستهلك، وهذه البيانات تتعلق بوضع الشيء وأوصافه المادية في المرحلة السابقة على إبرام أي عقد من العقود التي تربط بين المستهلك والعون الاقتصادي. وتجسيدا لهذا الالتزام فيجب على عارض السلعة أو الخدمة أن يمكن المستهلك (المشتري) من الوقوف على السمات

<sup>1</sup> - المادة 01 من قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>2</sup> - قانون 67 لسنة 2006 قانون حماية المستهلك، الصادر في 19 ماي 2006.

<sup>3</sup> - Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz, Droit de la consommation, 7<sup>e</sup> édition,



الأساسية الدقيقة قبل العقد، بمعرفة مكوناته، تركيباته، الأجزاء الداخلة فيه وكميته ومقداره أو مقاسه، ودرجة جودته، أي كافة العناصر التي تساعد على تكوين علم كافي لدى المستهلك بحقيقة المبيع ومدى ملاءمته لغرضه من الشراء<sup>1</sup>.

فمثلا إذا كان المنتج سلعة غذائية، يتعين بيان اسم المنتج والمواد الداخلة في إنتاجه والإضافات الكيميائية كالألوان والأصباغ ومكسبات الطعم، فضلا عن بيان كميته ووزنه الصافي، وتاريخ الصلاحية<sup>2</sup>.

كما يلتزم منتج الأدوية بتقديم المعلومات وتبصير المستهلك مقتني الدواء بشكل واضح بالمبيع وأوصافه لحظة طرحه المنتج للتداول، وأن يزود المستهلك بكل المعلومات عنه بتاريخ التصنيع، ومدة الصلاحية، والتركيبات الداخلة فيه، والشركة المصنعة واسم الدواء وبلد التصنيع، والمستورد إذا كان من الدواء المستورد، وكيفية الاستعمال، والآثار المصاحبة لاستعماله والنصائح لاتقاء مخاطر الأخطار...الخ<sup>3</sup>.

وتزداد معرفة المستهلك بالموصفات المادية للشيء المبيع إذا كان مستعملا، حيث لا تخلو الأشياء المستعملة من وجود عيوب تهم المستهلك معرفتها، ولهذا فرض المشرع المصري بموجب المادة 18 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك أن: "يلتزم مورد السلعة المستعملة بتقديم المعلومات الكافية عن حالتها وعن مدى وجود عيب فيها ومدى حاجتها للإصلاح قبل استعمالها، وذلك على نحو لا يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط، ويحقق متطلبات الصحة والسلامة"، في حين أن المشرع الجزائري لم ينص على السلع المستعملة صراحة ولكن يستشف من تعريف كلمة سلعة في المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "كل سلعة أو خدمة..."، رغم أن التعريف يتطابق مع التعريف الذي نص عليه المشرع الجزائري في القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ومنه يمكن إدخال السلع المستعملة تحته، لكن حذب أن شملها هي أيضا بالنص الصريح، لأن البيانات التي يجب العلم بها من طرف المستهلك الخاصة بالسلع المستعملة، ليست تلك التي تتعلق بالسلع الجديدة، وإن كانت تتشابه في بعضها.

ومثال ذلك بيع السيارات المستعملة، حيث يلتزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بأوصاف السيارة المستعملة المباعة، بما يبسر على

<sup>1</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص159.

<sup>2</sup> - عبدالعزيز المرسي حموده، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص 28.

<sup>3</sup> - رضا عبد الحليم عبد المجيد، المسؤولية القانونية عن إنتاج وتداول الأدوية والمستحضرات الصيدلانية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 9.

المستهلك الوقوف على قيمة السيارة وصلاحيتها، وملاءمتها للغرض من الشراء، ومن أهم البيانات والمعلومات التي تهم المستهلك معرفتها بهذا الخصوص، سنة الصنع، وطرازها أو نوعها، وسعة محركها، والعدد الحقيقي والصحيح للكيلومترات التي قطعتها، والاستعمال السابق لها والغرض الذي كانت مخصصة للاستعمال فيه، وأصل ومصدر الأجزاء الجوهرية لها، والحوادث السابقة التي تعرضت لها السيارة، ومدى جسامتها الحاد، ونوع الإصلاحات التي أجريت عليها وكافة المعلومات الخاصة بالحالة العامة للسيارة وحالة أجزائها<sup>1</sup>.

أما في مجال إنتاج المواد الغذائية وغيرها ألزم المنتجون بإعلام المستهلك بجميع المكونات ومحتويات المنتج خاصة ما يأتي:

- نوعه وطبيعته وعناصره الأساسية.
- مادته و تركيبه، استخدامه، وطرق هذا الاستخدام.
- العلامة التجارية المميزة له.
- الالتزامات المفروضة على المستورد من الخارج<sup>2</sup>.

وحتى الأصل أو بلد المنشأة وهو التزام يقع على منتج السلعة أو الخدمة مما قد يبعد الغلط الذي قد يقع فيه المستهلك، ضانا منه أن هذا الإنتاج من إنتاج بلد ما في حين أنه من بلد آخر مغاير، وهذا الالتزام لا يكون فقط حين عرض السلعة أو الخدمة على الجمهور، بل كذلك في عملية الاستيراد، ومراقبته من اختصاص أعوان الجمارك<sup>3</sup>.

ولم يقتصر الإعلام على المنتجات فقط بل شمل أيضا الخدمات، فمقدم الخدمة فرض عليه تقديم المعلومات المتعلقة بالخدمة، ومن بين هذه الخدمات نذكر على سبيل المثال الخدمات المقدمة في قاعات الألعاب، حيث يلتزم العون الاقتصادي هنا بإمداد المستهلك بالمعلومات الكافية عن اللعبة وقواعدها وطرق لعبها، وكل ما يتعلق بها<sup>4</sup>.

## 2- إشهار الأسعار:

من أجل شفافية السوق وحرية المنافسة، و حماية المستهلك في المحافظة على قدرته الشرائية، ولا يكون هذا إلا من خلال فرض الالتزام بالإعلام بالأسعار<sup>5</sup>، ومنه العون

<sup>1</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 164.

<sup>2</sup> - على محمود على حموده، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة، دار النهضة العربية، دون بلد النشر، 2003، ص 162.

<sup>3</sup> - Ghenadie RADU, l'origine des marchandises : un élément controversé des échanges commerciaux internationaux, thèse et soutenue publiquement le 22 juin 2007 en vue de l'obtenir du grade de docteur en droit , faculté de droit faculté des sciences économique , université pierre mendes, France, 2007. 42

[www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf](http://www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf) le 12-01-2008

<sup>4</sup> - AUDY AYOON, op.cit.p 77.

<sup>5</sup> - PRIX ET CONDITION DE VENTE

الاقتصادي ملتزم بإشهار الأسعار المقابلة للسلع أو للخدمات عن طريق وضع علامات أو بطاقات أو إشهار أو بأي طريقة أن يعلم المستهلك بالأسعار، أي يعلم البائع المستهلك عن الأسعار بإحدى الطرق التالية، وضع علامات (marquage) أمام المنتج بطريقة واضحة، أو عن طريق الملصقات (étiquetage) وهي بطاقة لاصقة تلتصق أو تعلق بالمنتج (وسم)، أو عن طريق المعلقات وهي عبارة عن جدول الأسعار الذي يحدد المنتجات والسعر مقابل كل منتج<sup>1</sup>.

وهنا الإعلام يكون عام وقبل مرحلة التعاقد، أي لكافة الجمهور دون أن يستعلم المستهلك عن أسعار المنتجات المعروضة على الجمهور سواء كانت على الواجهة أو مصففة في الرفوف، بحيث لا يمكن عادة من إمكانية طلب قيمة السلعة المصففة على الرفوف أو حملها إلى غاية البائع وطلب قيمة الثمن ، أما غير المعروضة على الجمهور فنميز بين حالتين، الأولى أن يكون معد للبيع في المحلات فهذا واجب أن يوضع عليه السعر المقابل، والثانية أنه غير معد للبيع مباشرة فهذا الالتزام لا يقوم على عائق العون الاقتصادي<sup>2</sup>، إذن لا بد من بطاقة السعر أو أية وسيلة مستعملة لإشهار السعر أن توضع على محل المال المعروض على المستهلك سواء عليه مباشرة أو أمامها، بحيث لا تدخل أي شك في ذهن المستهلك، أما في مجال الخدمات فلا بد من تعيين الخدمة والسعر المقابل لها<sup>3</sup>.

ولم يقتصر هذا الإلزام على الإعلان على الأسعار، بل ألزم التقيد بهذه الأسعار المعلن عنها، مما ينتج عنه إذا عرض البائع منتج بسعر ما فإنه طبقاً للقواعد العامة للعقود فإنه ملزم ببيعها بالثمن المعلن عنه إذا تقدم مستهلك قبوله، ولا يحق للبائع في الرجوع عن إيجابه، لأنه بمثابة إيجاب ملزم وإلا ترتبت عليه المسؤولية<sup>4</sup>.

وعند إشهار الأسعار أن يبين أن هذه الأسعار المقابلة للمنتج داخلة فيها مصاريف التوريد أو بدونها، و أن توضع البطاقة التي تبين أن الثمن بدون مصاريف الإيصال، والثمن المقابل لمصاريف إيصال المنتج لمحل إقامة المستهلك<sup>5</sup>، والسعر المشهر هو سعر البيع

[www.sos-net.eu.org/conso/code/infodat1c.htm](http://www.sos-net.eu.org/conso/code/infodat1c.htm)

le 15-02-2008.

<sup>1</sup> - Yves GUYON , DOIT DES AFFAIRS , tome 1, droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996, p 955.

<sup>2</sup> - AUDREY DAVE, op.cit.p 18.

<sup>3</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, droit des affaires (concurrence consommation), édition francis lefebvre, LEVALLOIS, France, 2007-2008, p 1009.

<sup>4</sup> - JEAN CALAIS – AULOY ET FRANK STEINMETZ, op. cit. p 379.

<sup>5</sup> - AUDREY DAVE, op.cit.p 16.

الحقيقي بما فيه سعر المنتج والمصاريف الأخرى مثل مصاريف التغليف، مصاريف النقل إلى مكان البيع<sup>1</sup>.

وفرض المشرع الجزائري وكذا المصري هذا الالتزام وفرضه على العون الاقتصادي عند عرضهم للسلع والخدمات على جمهور المستهلكين، بإقرار قواعد قانونية في القانون 04-02 السالف الذكر، كما أوجب إشهار الأسعار قبل صدور القانون المذكور أعلاه، بالأمر 75-37 بموجب الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، بالمادة 10 منه ألزم العون الاقتصادي الإعلان عن الأسعار للمستهلك بوضع بطاقات الأسعار أو بأية طريقة، واعتبرها مخالفة بنص المادة 10 من الأمر المذكور أعلاه<sup>2</sup>، والقانون 89-12 المتعلق بالأسعار<sup>3</sup>، حيث ألزم الأعوان الاقتصاديين بالمادة 29 منه على وجوب إشهار الأسعار

وفي المادة 53 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة استوجب إشهار الأسعار من أجل إعلام الزبائن بأسعار السلع والخدمات وشروط البيع: "إشهار الأسعار إجباري ويتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع السلع أو الخدمات وشروط البيع..."<sup>4</sup>، وبعد صدور القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والذي يضمن جميع أحكام إشهار الأسعار التي كانت في الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة، مما يفهم إلغاء كلياً للأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة المذكور آنفاً بعد صدور القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الساري المفعول.

والمادة 04 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي ألزمت البائع بوجوب إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع، وتناولت المادة 5 من القانون المذكور آنفاً الطريقة التي يتم بها إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبين الأسعار بصفة مرئية ومقروءة.

وبينت المادة 5 الطرق التي يتم بها الإعلان عن الأسعار والتعريفات، كأن يضع العون الاقتصادي علامات تدل على سعر السلعة المعروضة، أو عن طريق الوسم خصوصاً بالنسبة

<sup>1</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 705.

<sup>2</sup> - الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار، الجريدة الرسمية عدد 38 المؤرخة في 13-05-1975، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975 .

<sup>3</sup> - القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05/07/1989 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 19/07/1989، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989 .

<sup>4</sup> - الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، الجريدة الرسمية رقم 9 الصادرة في 22/02/1995، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1995.

للسلع المعالجة أو المغلفة، أو عن طريق معلقات إذا تعلق الإعلان بسعر السلع المتماثلة في صنفها ونوعها ووزنها حتى ولو تعددت الأمكنة التي تعرض فيها السلعة داخل المحل. ونظرا لاختلاف السلع والخدمات من حيث طبيعتها فإن المشرع أعطى الحرية في اختيار الوسيلة الأنسب للإعلام في كل مرة، لكن في كل الأحوال يشترط أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية واضحة للعيان فمثلا السلع الموضوعة على الواجهة لابد من أن يكون السعر الموضوع عليها واضح من خارج دون حاجة لدخول على المحل لمعرفة السعر المطبق عليها<sup>1</sup>، كما يجب أن تكون ومقروءة حتى تؤدي الوسيلة المستعملة وظيفتها في إعلام المستهلك، إلا أن المشرع في بعض الأنشطة الخدمية أوجب على مقدمها إشهار الأسعار، ومن بينها ما يتعلق بالتعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها أصحاب سيارات الأجرة الفردية أو الجماعية بشكل واضح داخل السيارات<sup>2</sup>، أو في الرسوم التنفيذية رقم 2000-46 المؤرخ في 01 مارس 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها، حيث نص على وجوب إظهار الأسعار المتعلقة بإيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات توضع عند مدخل المؤسسات الفندقية وفي مكاتب الاستقبال والدفع وفي الغرف طبقا للماد 31 منه.

وبالنتيجة فمادام المشرع يلزم العون الاقتصادي (البائع) بأن يعلم المستهلك بالسعر أو التعريفات فهو في الحقيقة إنما يلزمه (بلغة القانون المدني) بتحديد "ثمن" السلعة أو الخدمة وإعلانه للجمهور، ومن ثم فيجب أن يتحقق في السعر المعلن شروط الثمن، وهي أن يكون مبلغا من النقود.

إلا أننا نجد المشرع المصري بالمادة 2/03 من القانون رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك فرض الإعلان عن الأسعار التي جاء نصها على الشكل الآتي: "...وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها".

من استقراء هذه المادة أن المشرع المصري أوجب على المنتج والمورد الإعلان عن الأسعار المقابلة للخدمات، ولم يتناول وجوب الإعلان عن الأسعار المقابلة للسلع، مما يفهم أنه ترك تنظيمها للقرارات الوزارية المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية، تفاديا للزخم القانوني.

<sup>1</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 1009.

<sup>2</sup> - المادة 7 من المرسوم التنفيذي 448/02 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي"، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 2002/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2002.

أما المادة 05 من القانون المذكور آنفا ألزم المورد أن يقدم فاتورة إلى المستهلك بناء على طلبه متضمنة ثمن المنتج المتعاقد عليه، إلا أننا هنا نثار خلاف فقهي حول اعتبار الفاتورة وسيلة إعلام، إلا أن الفاتورة تقدم للمستهلك بعد تمام إبرام عقد البيع لإثبات التعامل حسب نص المادة 05 من القانون المذكور أعلاه، ولا يمكن أن نتصور أن الفاتورة وسيلة إعلام، لأن الاتفاق على الثمن أو أسس تحديد الثمن في حالة عدم تحديده وهذا بالرجوع إلى القواعد العامة يعتبر ركن أساسي لقيام عقد البيع، لأن بدون ثمن ليس هناك بيع<sup>1</sup>. إلا أن الإشكالية قد تثور فيما يتعلق بأن الثمن المشهر يختلف عن الثمن المحدد بالفاتورة، ويتحجج العون الاقتصادي بأن الثمن الحقيقي المطبق هو الموجود في الفاتورة وأن السعر المشهر غير هو المطبق ولكنه راجع لخطأ أحد العمال، فهنا يلتزم العون الاقتصادي بالسعر المشهر حتى وإن كان حسن النية ويصحح الفاتورة على أساس السعر المشهر، وبعدها يحق له تغيير السعر المشهر بحسب السعر الذي وضعه ويحقق له فائدة<sup>2</sup>.

كما أصدرت قوانين خاصة بمصر تنظم طريقة الإعلان عن الأسعار، ففق نصت المادة 6 من القانون رقم 163 لسنة 1950 على أنه: "يجوز لوزير التجارة والصناعة أن يلزم بقرارات يصدرها:

1- أصحاب الفنادق و البنسيونات والمطاعم والمقاهي والحانات والبوفيهات وغيرها من المحال العمومية المعدة لبيع الوجبات والمأكولات والمشروبات بإعلان أسعار بيعها في هذه الأماكن ومقابل الدخول فيها .

2- أصحاب الغرف في الفنادق و البنسيونات المفروضة وما يماثلها من الأماكن المعدة لإيواء الجمهور أو السياح بإعلان أجور الغرف .

3- تجار التجزئة والباعة الجائلين بإعلان أسعار ما يعرضون للبيع ."

ومن نص هذه المادة يتبين أن المشرع المصري فوض إلى وزير الصناعة الاختصاص في مجال فرض التزام بالإعلام بالأسعار على بعض البائعين ومقدمي الخدمات، كما أنه يفرض هذا الالتزام على باعة التجزئة دون باعة الجملة، وهذا التنظيم يعطي حماية للمستهلك دون العون الاقتصادي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة ( البيع)، الجزء الأول، دار النهضة العربية، بيروت، 1997، ص168.

<sup>2</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 1010.

<sup>3</sup> - السيد خليل هيكل، المرجع السابق، ص44.

و نصت المادة 19 من القرار رقم 180 لسنة 1950 المعدل بالقرار رقم 138 لسنة 1952 على تحديد الطرق التي يتم بها الإعلان عن سلع المواد المختلفة فقد جاء في نصها: " كل تاجر يبيع لأية سلعة أو مادة يجب عليه أن يعلن سعر كل صنف بالأوضاع الآتية: أن يكون الإعلان بكتابة سعر السلعة أو المادة مع إيضاح صنفها ونوعها وذلك بشكل واضح غير قابل للشك وباللغة العربية، ويجوز أن يكون البيان مصحوبا بترجمة له بإحدى اللغات الأجنبية. ويكتب بيان السعر والصنف والنوع على السلعة ذاتها أو على أغلفتها أو على بطاقة توضع على المواد أو البضائع<sup>1</sup>.

ويجوز أن يكتفي ببطاقة واحدة للسلع المماثلة في صنفها ونوعها ووزنها حتى لو تعددت الأمكنة التي تعرض فيها هذه السلعة داخل المحل. والمواد والبضائع التي تباع عادة بالوزن أو الكيل أو المقاس يكون الإعلان عنها ببيان وحدة الكيل أو المقاس". فهذه المادة بينت الطرق المختلفة للإعلان عن الأسعار، وذلك ببيان الأسعار على السلع المعروضة، وكتابة بيان السعر، ومنه يستخلص أنه لا يعد كافيا الإعلان عن الأسعار عن طريق كتالوج وكذا اللافتة، فلا يصح حسب هذه المادة القانونية ويرتب المسؤولية على التاجر، الذي قام بالإعلان عن هذه الأسعار بهاتين الوسيلتين<sup>2</sup>.

ويبقى تقدير مدى كفاية وسيلة الإعلام ووضوحها من مسائل الواقع التي يختص بها قاضي الموضوع. فمثلا قضت محكمة النقض المصرية أن تعليق لافتة أو وجود كتلوج لا يكفي لامتناع مسؤولية التاجر فلا يصح القول بأن الكتلوج الخاص بالأسعار من شأنه أن يوفر للعملاء العلم بأسعار البضاعة الموجود على أساس أن اللافتة أو الكتلوج يغنيان عما ألزمه القانون في شكل ظاهر تحديد السعر والنوع والصنف<sup>3</sup>. وقد يحدث عمليا عدم بقاء البطاقة الموضوعية على السلعة في مكانها إما لحركة التاجر أو كثرة أيدي المستهلكين التي تتناول السلع، فيستحيل على العون الاقتصادي (البائع) بملاحظة بطاقات الأسعار بصفة دائمة وإلا أدى ذلك إلى تعطيل عمله التجاري، ولهذا فهو ملزم باختيار الوسيلة المناسبة التي تحفظ حق المستهلك بالعلم بالسعر المطبق، ولا يمكنه التحجج في هذه الحالة وتقوم عليه المسؤولية<sup>4</sup>.

**أ- تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن:**

<sup>1</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 375.

<sup>2</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 119.

\* - نقض في 19/12/1967. حيث حدد المشرع المصري طريقة الإعلام بالأسعار بموجب المادة 19 من القرار رقم 180 لسنة 1950 المعدلة بالقرار رقم 138 لسنة 1952.

<sup>4</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 120.

لا يكفي الإعلان عن الأسعار فيجب أن يقابل السعر المعلن عنه الكمية من السلعة المعروضة للبيع، ومثاله 75 دج للتر الواحد من الزيت، وإلا فلا جدوى من تبين السعر للمستهلكين إذا لم يحدد لهم مقدار المبيع المقابل لهذا السعر حتى يتسنى لهم الإعلام الذي يتوخاه المشرع.

لذا نص المشرع الجزائري في المادة 5 في فقرتها الثالثة من القانون 02-04 السالف الذكر بأنه: "يجب أن توزن أو تعد أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المستهلك (المشتري). وعند ما تكون هذه السلع مغلقة أو معدودة أو موزونة أو مكيّلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن"<sup>1</sup>.

يتضح من هذه الفقرة أنها تخص السلع التي تباع بالمقادير سواء عن طريق العد كقوالب الإسمنت أو الأجر مثلا، أو عن طريق الوزن كالخضر والفواكه والحبوب، أو عن طريق الكيل بالنسبة للسوائل أو عن طريق المقاس كالقماش والخيوط والأنابيب. وإلزامية أن يكون التقدير (الفرز) أمام المستهلك (المشتري)، أو من ينوب عنه طبقا للقواعد العامة، وذلك حرصا على الشفافية في المعاملات وتسهيلا للرقابة<sup>2</sup>. إلا أنه يجوز أن يكون التقدير مسبقا تسهيلا للعمل أو هناك سلع تسوق محددة المقدار منذ إنتاجها كالمشروبات والمياه المعدنية والمواد المصبرة كالطماطم المعلّبة مثلا، فيجب على العون الاقتصادي وضع علامة على الغلاف أو العبوة تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن<sup>3</sup>. أما إذا تبين أن مقدار السلعة ينقص أو يزيد على ما تم تحديده في الغلاف وكان السعر مقدرا بحسب الوحدة، ففي هذه الحالة إعمال القواعد العامة في عقد البيع<sup>4</sup>. ولذا فإن إلزام المشرع تحديد مقدار المبيع المقابل للسعر المعلن فيه حماية للمستهلك والعون الاقتصادي أيضا.

كما أن عدم تحديد مقدار السلعة لا يؤثر في انعقاد العقد إذا كان المبيع محددًا بذاتيته دون تحديد مقداره، إذ نكون حينئذ بصدد "البيع بالجزاف". المستبعد من نطاق عقود الاستهلاك بنص المادة 5 فقرة 3 من القانون 02/04 حينما فرضت على العون الاقتصادي تقدير السلعة المعروضة للبيع وتبيين المقدار المقابل للسعر المعلن، وهذه إحدى نتائج الشفافية التي تنبأها

<sup>1</sup> - المادة 5 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - سمير عبد السيد تناغو، عقد البيع، الفنية للطباعة والنشر، الإسكندرية، بدون سنة النشر، ص 81.

<sup>3</sup> - محمد عماد الدين عياض، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية- دراسة على ضوء القانون رقم 02-04-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون أعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، السنة الجامعية 2005-2006، غير منشورة، ص 60.

<sup>4</sup> - نبيل إبراهيم سعد، المرجع السابق، ص 217.



المشرع في القانون 02/04، وفي ذلك حماية للمستهلك نظرا لكون طريقة البيع بالجزاف قد تضلل وتغرر المستهلك البسيط، بل إن فقهاء الشريعة الإسلامية شددوا في شروط البيع بالجزاف نظرا لاقترابه من دائرة الغرر المحظور<sup>1</sup>.

وأخيرا يجب التركيز على أن حكم الفقرة 3 من المادة 5 يخص السلع المثلية التي تباع عن طريق التقدير، أما غيرها من السلع التي تباع بذاتها كالأجهزة والآلات مثلا فإن وضع علامة السعر عليها دليل على ثمنها باعتبارها كلا لا يتجزأ. كما يجب أن يبين سعر البيع الإجمالي، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 06 من القانون 02-04 المذكور سابقا، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات<sup>2</sup>، حيث أوجب بالمادة 22 منه على أن يحرر السعر باحتساب كل الرسوم ويحتوي عند الاقتضاء التخفيضات والاقطاعات والانتقاصات الممنوحة، وذلك في سند الطلبية الخاص بالسيارة والمبين لسعر البيع، وهذا السعر لا بد أن يكون ثابتا غير قابل للتعديل والتحيين عند الزيادة خلال مدة صلاحية الطلبية، وعليه فنقوم مسؤولية العون الاقتصادي عند إشهاره لسعر سلعة أو خدمة معينة بقيمة محددة، وعند التقدم لتسديد الثمن من طرف المستهلك بعد انتقاءها، يتفاجأ بزيادات غير معلن عنها في الوسيلة التي اعتمدها في إشهاره عن السعر المطبق.

بالإضافة لذلك فإن هذه الفقرة ركزت على السلع دون الخدمات على الرغم من أن الخدمات هي الأخرى يخضع مقدمها للالتزام بإعلام أسعارها وتعريفاتها، مع إن إلزام مقدم الخدمة بإعلام الأسعار أو التعريفات في بعض الخدمات قد يثير إشكالات عملية خصوصا بالنسبة للخدمات التي يختلف الأداء والجهد المبذول فيها بحسب الظروف، حيث لا يمكن تحديد مقابل الخدمة إلا بعد تقديمها وتقدير الجهد المبذول فيها، ومن ثم لا يمكن تحديد سعر وإعلانه للمستهلكين منذ البداية، ولعل ذلك ما استدركه المشرع في الفقرة الأخيرة من المادة 5 التي أحالت على التنظيم تحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات.

وتطبيقا للفقرة 04 من المادة 05 من القانون 02-04 المذكور أعلاه أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع

<sup>1</sup> - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 60.

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات، الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 2007/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2007.

والخدمات المعينة<sup>1</sup>، والتي قصد بها حسب المادة 02 الفقرة من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه قطاعات النشاط والسلع والخدمات التي تتطلب أسعارها وتعريفاتها كصفات خاصة بالإعلام. حيث ألزم بموجب المادة 03 منه الأعوان الاقتصاديين بالإعلان عن أسعار والتعريفات المطبقة على بعض قطاعات النشاط والسلع والخدمات المعينة عبر دعائم الإعلام الآلي والوسائل السمعية البصرية واللوحات الالكترونية والدلائل والنشرات البيانية أو أية وسيلة أخرى، وذلك قبل إنجاز المعاملة حسب المادة 05 منه، أما عن الخدمات فقد ألزم بنص المادة 06 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه إمداد المستهلك كشف وذلك قبل إنجاز الخدمة، موضحا فيه بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمة والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع.

#### ب- موافقة الأسعار والتعريفات للمنتوج:

كما ألزم المشرع الجزائري عارض المنتج أو الخدمة أن توافق الأسعار المعلن عنها المنتج أو الخدمة، وهذا الإلزام محدد بنص المادة 06 من قانون 04-02 السابق الذكر أجبرت المحترف على الإعلان على الأسعار والالتزام بما أعلنه<sup>2</sup>، بنصها: "يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة". حيث يقع أحيانا أن يتم إعلان أسعار أو تعريفات بعض السلع والخدمات ثم يفاجأ المستهلك عند مباشرته للعقد بإضافة مبالغ نظير بعض الملحقات أو مقابل أشياء أو أداء يرتبط بتسليم السلعة أو تنفيذ الخدمة محل العقد، وعادة ما تظهر هذه الإضافات عند تنفيذ العقد مما يوقع المستهلك في إحراج.

تفاديا لذلك أوجب المشرع من خلال المادة 06 أعلاه، أن تكون الأسعار والتعريفات المعلن عنها تشمل قيمة كل ما يتطلبه اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة من طرف المستهلك، أي أن السعر المعلن أو التعريفات تشمل قيمة السلعة وملحقاتها وما يلزم لاقتنائها من أكياس وأغلفة، وكذلك قيمة الخدمة وما يرتبط بها، وما يتطلبه أدائها من أدوات ومواد لازمة للحصول عليها.

ويترتب على ذلك أن العون الاقتصادي ملزم بأن يمكن المستهلك من اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة مقابل السعر أو التعريفات المعلنة إذا أقدم المستهلك على التعاقد أي أبدى قبوله للإيجاب المعلن وفي ذلك حماية لرضا المستهلك، كما يجب أن يبين سعر البيع الإجمالي،

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 07-02-2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 11-02-2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

<sup>2</sup> -JEAN CALAIS – AULOY ET FRANK STEINMETZ, op. cit.p379et 380.

ففي المرسوم التنفيذي رقم 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات<sup>1</sup> أوجب المشرع الجزائري بالمادة 22 منه على أن يحرر السعر باحتساب كل الرسوم ويحتوي عند الاقتضاء التخفيضات والاقطاعات والانتقاصات الممنوحة، وذلك في سند الطلبية الخاص بالسيارة والمبين لسعر البيع، وهذا السعر لا بد أن يكون ثابتا غير قابل للتعديل والتحيين عند الزيادة خلال مدة صلاحية الطلبية، وعليه فتقوم مسؤولية العون الاقتصادي عند إشهاره لسعر سلعة أو خدمة معينة بقيمة محددة، وعند التقدم لتسديد الثمن من طرف المستهلك بعد انتقائها، يتفاجأ بزيادات غير معلن عنها في الوسيلة التي اعتمدها في إشهاره عن السعر المطبق.

هذه هي العناصر الثلاثة التي يقوم عليها تنفيذ التزام العون الاقتصادي (البائع) بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات، والتي تقودنا إلى نتيجة هامة مفادها أن هذا القانون حينما ألزم العون الاقتصادي بإعلام الأسعار والتعريفات على النحو المبين إنما هو يفرض عليه اتخاذ مركز "الموجب"<sup>2</sup>، لكونه عرضا باتا محددًا ودقيقًا يعبر عن الإرادة الجازمة في التعاقد، وعليه إذا أبدى المستهلك رغبته في التعاقد (صدور القبول) انعقد العقد، وعلى العون الاقتصادي أن يلتزم بتنفيذه. "ولا يؤثر في اعتباره إيجابا كونه موجه لشخص غير معين لأن توجيه الإيجاب لأشخاص غير معينين بالذات لا يؤثر في تكييفه طالما ينعقد العقد بمجرد صدور القبول من أي شخص كان"<sup>3</sup>.

مما يلاحظ أن المشرع الجزائري نظم عملية الإعلان عن الأسعار بالقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة للممارسات التجارية بالإضافة إلى القواعد العامة في القانون المدني المتعلقة بالثمن، إلا أن المشرع المصري ترك تلك الأحكام كليا إلى أحكام عقد البيع المنظمة بالقانون المدني و القوانين المنظمة للممارسات التجارية، ولم ينص عليها في قانون حماية المستهلك.

### ثانيا: محل الالتزام في مرحلة التعاقد

بعد تبصير رضا المستهلك حول طبيعة المنتج المعروض للبيع على جمهور المستهلكين، وذلك مرحلة سابقة على إبرام العقد الاستهلاكي، وإقدام هذا الأخير على التعاقد لا بد من إعلامهم حول شروط التعاقد وكيفية استعمال المنتج، والخطورة التي قد تنجم من

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات، الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 2007/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2007.  
<sup>2</sup> - محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري ( النظرية العامة للالتزامات مصادر الالتزام التصرف القانوني العقد والإرادة المنفردة)، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2004، ص 110.  
<sup>3</sup> - علي فيلاي، الالتزامات (النظرية العامة للعقد)، موفم للنشر، الجزائر، 2001، ص 91.

جراء استعمال هذا المنتج وكيفية الوقاية منه، وهو ما يعرف بالإعلام التعاقد، لأن المستهلك هنا بصدد إبرام عقد، وهذا الالتزام قائم من جراء إقدامه على التعاقد وهو في المرحلة المعاصرة للتعاقد ومنه فهو التزام تعاقد.

### 1-الإعلام بشروط التعاقد وحدود المسؤولية:

إن العقود التي يتم بها اقتناء سلعة أو خدمة من طرف المستهلك من المهني، عادة ما تكون من عقود الاستهلاك، التي تتصف بالطبيعية الإذاعانية (العقد الاستهلاكي عقد إذعان)، أي أن العون الاقتصادي هو الذي يقوم بإعداد النموذج مسبقا وما للمستهلك سوى القبول بها كليا أو رفضها، فالعقود التفاوضية مع التطور الاقتصادي، والانفتاح والسياسات التجارية المطبقة في الدول بدأت في الاضمحلال، ولم يبق لها وجود في الأسواق التي أصبحت تخضع لنظام قانوني خاص، لذا لم يقتصر الإلزام على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بالمنتج والسعر فقط بل أن يعلمه بشروط التعاقد وحدود المسؤولية.

### أ - الإعلام بشروط التعاقد:

كما أن العون الاقتصادي كل همه هو تحقيق الربح والبيع، ومنه لا يقوم بتقديم المعلومات الكافية حول شروط التعاقد، وقد يلجأ إلى طرق مما يخلق الثقة في نفس المتعاقد الآخر، فيدفع به إلى عدم المطالبة بالإطلاع بشروط التعاقد، ولهذا تم فرض على الأعوان الاقتصاديين إعلام المستهلك بشروط التعاقد.

فالمشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، وألزم العون الاقتصادي أن يعلم المستهلك بها، حيث اعتبرها من العناصر الأساسية في العقد بموجب المادة 04 من المرسوم 06-306 المذكور أعلاه، وأن يكون هذا الإعلام بكافة الوسائل الملائمة، وأن يعلم المستهلك بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/ أو تأدية الخدمة ومنحهم المدة الكافية لفحص العقد وإبرامه<sup>1</sup>، تطبيقا للمادة 30 من القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، وفي حالة عدم العلم بشروط العقد (كامتناع العون الاقتصادي عن ذكر هذه الشروط) يعتبر من الشروط التعسفية<sup>2</sup>، ومنه لا يمكن الاحتجاج بالشروط غير المعلومة من طرف العون الاقتصادي في مواجهة المستهلك، وهذا ما ذهب له

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11/09/2006، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006 .  
<sup>2</sup> - الفقرة 07 من المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

التشريع والقضاء المصري حيث لم يكتف باحتمال العلم بها إنما أوجب أن يكون المذعن عالماً بها لقيام إرادة حقيقية مستتيرة، ومنه لا يعتد بالشروط التي لم يعلم بها<sup>1</sup>.

وهذا الالتزام لم يفرض في المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه فقط، بل أن المشرع الجزائي نص عليه بالمادة 53 من قانون 95-06 المتعلق بالمنافسة وكذا المادتين 04 و 8 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أما المشرع المصري فقد نص في المادة 15 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري المتعلقة بالبيانات الواجب إدراجها في الفاتورة ومن بين هذه البيانات نص على وجوب إدراج شروط البيع<sup>2</sup>.

وكذا في حالة البيع بالتقسيط وجب إعلام المستهلك ب: طريقة دفع المبالغ، تواريخ دفع الثمن خاصة في البيوع الالكترونية، تاريخ التسليم ومكانه وزمانه<sup>3</sup>.

كما يمكن إدراج شرط الضمان في العقد شروط، وكيفية استبدال السلعة أو التعويض في حالة اكتشاف العيب. كما يجب أن يعلم بتاريخ توفير قطع الغيار المتعلق بالمنتجات، وهذا الالتزام يطبق على السلع دون الخدمات<sup>4</sup>.

ولم تكتف التشريعات بوجوب الإعلام بشروط التعاقد على السلع بل امتدت لتشمل الخدمات، وذلك بإلقاء التزام بالإعلام على مقدم الخدمة بتوضيح شروط التعاقد، ومنهم الموثق الذي القي عاتقه التزام بإعلام المتعاقدين عن كل الآثار المترتبة عن العقد<sup>5</sup>. ففي مجال عقود القرض فلا بد من إعلام المستهلك بالعقد والفوائد المطبقة، وقيمة المبلغ الذي يدفعه بصفة دورية عند حلول الأجل المحدد في عقد القرض، وتاريخ الدفع، وفي حالة التأخر الجزاءات التي يخضع لها.

كما يفرض استعمال اللغة الوطنية سواء عند تحريرها أم إعلام المستهلك بها شفاهة، وفي حالة أن تكون محررة يشترط في تحريرها الوضوح (دون غموض)، وترجع وضوح أو

---

<sup>1</sup> - حسني محمود عبدالدايم، العقود الاحتكارية بين الفقه الإسلامي والقانون المدني (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 185.

<sup>2</sup> - المادة 15 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون 67 لسنة 2006.

<sup>3</sup> - la protection du consommateur lors de la formation de contrat.

[www.Ecogest08.free.fr/pages/page.php?code=ts2dr09html](http://www.Ecogest08.free.fr/pages/page.php?code=ts2dr09html).

Le 24/11/2007

<sup>4</sup> - la protection du consommateur

[www.Medias.hachlette-education.com/medias/contenu\\_numerique/029/1404442751.pdf](http://www.Medias.hachlette-education.com/medias/contenu_numerique/029/1404442751.pdf)

le 31/12/2007

<sup>5</sup> - T.S.Borghetti, S.Caraval et G.Viney? la responsabilité du banquier pour manquement à son devoir de mise en garde le devoir de mise en garde du banquier dispensateur de crédit, REVUE DES CONTRAT , n° 2007/2, LGDJ/EJA, avril 2007, p310.

غموض عبارات العقد وتفسيراتها إلى القاضي الذي يؤوله لمصلحة المدين طبقاً للقواعد العامة للعقد، ووجوب تحديد شروط العقد والضمانات في هذا العقد كضمان صلاحية المبيع، وخدمة ما بعد<sup>1</sup>. وهذا ما أراده المشرع الجزائري باستقراء المادة 04 و 08 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، إلا أن المشرع المصري سكت عن ذكر هذه الحالة، وتركها للقواعد العامة للقانون المدني والمطبقة في عقود الإذعان.

#### ب- الإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية:

وقد اتسع محل الالتزام بالإعلام بنصوص القانون ولم يعد يقتصر بما ورد سابقاً فقط، فيجب على العون الاقتصادي أن يبين الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، لذا نجد المشرع الجزائري نص عليها بالمادة 08 من قانون 02-04 السابقة الذكر، وألزم الأعوان الاقتصاديين بذكر الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية وهي شاملة لعقد بيع السلع أو عقد اقتناء الخدمات على السواء، كما يجب أن يعلم المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية، في حالة الإخلال بالالتزامات التعاقدية، على من تقع المسؤولية التعاقدية، وهذا عن طريق تحديد الالتزامات المفروضة على كل طرف بموجب هذا الاتفاق، وإمكانية تضمين العقد الشرط الجزائي في حالة الإخلال بالالتزامات التعاقدية، مما يمكن المستهلك من الوقوف على حقيقة العقد المرتبط بالمستهلك، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 03 المذكورة أعلاه من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد لعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية<sup>2</sup>، تحديد المسؤولية التعاقدية عند الإخلال بالالتزامات التعاقدية، فأوجب إدراج عقوبات التأخير عن دفع الثمن من طرف المستهلك، وعقوبة التأخير من طرف العون الاقتصادي عند الإخلال بالتسليم فيما يتعلق بزمان، مكان التسليم، وحالة السلع المنفق عليها عند التعاقد.

أما المشرع المصري فاكتفى بوجوب كتابتها على متن الفاتورة في حالة البيوع بالتقسيط بنص المادة 15 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

والمسؤولية التعاقدية تقوم في حالة الإخلال بالالتزام عقدي يترتب عنها التعويض إذا كان للضرر محلاً، ومنه العون الاقتصادي ملزم بإعلام المستهلك للحدود المتوقعة للأضرار التي يلتزم بتعويضها، منها يلتزم بسلامة المنتج من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال

<sup>1</sup> -Yves Guyon, op.cit, p 954 et 955.

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

المخصص، أو الأخطار التي قد ينطوي عليها خلال فترة الضمان، أو عدم الضمان عليها مثلا إعلام صاحب الحمام المستهلكين الوافدين أنه غير ضامن للمبالغ والأشياء الثمينة التي لا تودع لديه خلال تواجدهم في الحمام.

كما نص المشرع الجزائري على وجوب الضمان وحدد الحد الأدنى للضمان في الأجهزة التقنية بستة أشهر ولهذا وجب على العون الاقتصادي (البائع) إعلام المستهلك بفترة الضمان التي تكون قد تزيد عن الفترة المحددة قانون، مع منح شهادة يثب ويذكر فيها نوع هذا الضمان، وشروط التشغيل وبعض البيانات الإلزامية<sup>1</sup>. كما يعلم المهني بحدود الالتزامات التي تترتب عن الاستعمال الخاطيء للشيء المبيع.

كما تشمل المسؤولية في البيع بالتقسيط، الجزاءات في حالة تخلف المستهلك (المشتري) عن دفع الأقساط أو التأخير في سدادها<sup>2</sup>.

وفي مجال القروض العقارية، فرض تزويد المستهلك في ملحق العقد بالقرض، نشرة إعلامية تنص على مخاطر الضمان، حسب حكم لمحكمة النقض الفرنسية في قرارها رقم 207.20.95 بتاريخ 20 جانفي 1998<sup>3</sup>. وتطابقت أحكام الغرفة التجارية لمجلس الاستئناف الفرنسي من أحكام الغرفة المدنية الأولى بفرض الالتزام بالإعلام على عاتق البنك بوجوب تحذير المقترض، وتتوير إرادته مما هو مقبل عليه من خلال إبرام عقد القرض<sup>4</sup>.

## 2-الإعلام حول استعمال المنتجات:

إعلام المستهلك حسب التنظيم القانوني لحق المستهلك في الإعلام، لا يكتمل على الوجه الصحيح إلا بإعلام المستهلك حول الطريقة الصحيحة لاستعمال السلع أو الخدمة على الوجه الأحسن، وتحذيره من المخاطر التي قد ينطوي عليها هذا المنتج. لذا وجب التطرق لطريقة الاستعمال ثم إلى الالتزام بالتحذير.

### أ- الإعلام بطريقة الاستعمال:

الالتزام الذي يأتي مباشرة بعد الإعلام عن خصائص المنتج أو الخدمة هو الالتزام بالإخبار عن طريقة الاستعمال، حتى يتسنى للمستهلك الانتفاع بها على الوجه الكامل، وحتى

<sup>1</sup> - المادة 13 و 14 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

<sup>2</sup> - المادة 15 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

<sup>3</sup> - MARC BRUSHI, crédit à la consommation et obligation d'information, Revues des contrats, RDC, n° 2/2005, LGDJ, 2005, p 322.

<sup>4</sup> - T.S.Borghetti, S.Caraval et G.Viney, op.cit, p300.

يتوقى من جهة أخرى الاستعمال الخاطئ الذي قد ينجر عنه ضرر لمستعمله فتترتب عليه المسؤولية<sup>1</sup> وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري بنص المادة 03/03 من قانون 89-02 السابق الذكر، إلا أن المشرع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم يحدد البيانات الواجب إعلام المستهلك بها، غير أن أورد عبارة بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج، مما يستشف أن الإعلام بطريقة الاستعمال تعتبر من المعلومات المتعلقة بالمنتج والواجب العلم بها، أما المشرع المصري فقد نص عليه بالمادة 12 من قرار 887 لسنة 2006 وزير التجارة والصناعة لإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك: " في الأحوال التي يمكن أن يؤدي فيها استخدام المنتج إلى الإضرار بصحة وسلامة المستهلك، يلتزم المنتج بأن يبين الطريقة الصحيحة لاستخدام المنتج وكيفية الوقاية الأضرار المحتملة وكيفية علاجها في حالة وقوعها".

ولذا فتقصير المنتج أو البائع في بيان كيفية استعمال الشيء المبيع سواء بالإمساك عن الإفشاء بهذا البيان كلية أو بالإفشاء به ناقصاً أو غير سليم يقيم مسؤوليته عما يصيب المستهلك من ضرر.

ومن البديهي أن يمتد هذا الالتزام إلى الأشياء المبتكرة أو حديثة الاستعمال حتى ولو كان المستهلك (المشتري) مهنياً، وهذا الالتزام يقتصر على بيان الطريقة المثلى للاستعمال الشيء المبيع وفقاً للغرض المخصص له، وفي هذه الحالة لا تقوم مسؤولية العون الاقتصادي إذا قام بواجب الإعلام وقام المستهلك (المشتري) باستعماله في غرض آخر أو بطريقة غير تلك التي بينها له مقدم الشيء، ومنه تخلى مسؤوليته إذا أثبت أنه قام بالتزامه على الوجه الكامل، وأن الضرر ناتج عن خطأ أو إهمال من طرف المستهلك (المشتري)، فيتحمل هو المسؤولية عن الضرر الذي أصابه.

ففي العقود التي ترد بين العون الاقتصادي والمستهلك حول الطائرة فإن صانع الطائرة يجب عليه الإفشاء بالمعلومات المتعلقة باستعمال الطائرة، حيث يعد من الأولويات للالتزامات التي تقوم على مصنع الطائرة، ولتفادي الأضرار التي قد تلحق به من جراء الاستعمال الخاطئ، ولأن الطائرة تعتبر من الآلات الخطرة للتقنية العالية التي يجب التمتع بها من طرف مستعملها، فإذا قام بالإدلاء بمعلومات غير كافية أو غير واضحة أو مبهمة أو أخطأ في بيان طريقة الاستعمال كان عليه تحمل تقصيره، لأنه أحل بالتزامه من تمكين طالبها أو مستعملها

---

<sup>1</sup> - محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 22.



من الانتفاع بها على الوجه الكامل، كما أن صانع الطائرة ملتزم بضمان السلامة المتولد عن عقد تصنيع الطائرة أو عقد بيع الطائرة<sup>1</sup>.

### ب- التحذير من خطورة المبيع:

كما لا يلتزم العون الاقتصادي الذي تعاقده مع المستهلك إعلامه حول الشيء المبوع وإعلامه بطريقة الاستعمال فقط، فلا بد من تحذيره من المخاطر التي يمكن أن تنجم عن استعمال الشيء أو حيازته وأن يبين له بكل دقة جميع الاحتياطات الواجب تقيدها، وخاصة في الأشياء الخطرة بطبيعتها، وذلك بلفت انتباهه والاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنب أضراره<sup>2</sup>، وهذا ما نستشفه أيضا من المادة 17 القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أما المشرع المصري فقد نص عليه المادة 12 من قرار 887 لسنة 2006 وزير التجارة والصناعة لإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

والالتزام بالتحذير ولفت الانتباه هو التزام مكمل للالتزام بالإعلام، ينطبق بالدرجة الأولى على التعامل في الأشياء التي تنطوي على مخاطر تهدد أمن وسلامة الشخص سواء كانت خطرة بطبيعتها مثل المواد متفجرة، أو بسبب دقة تشغيلها مثل الآلات الميكانيكية أو معدات يحتاج تشغيلها لخبرة خاصة وإلا تعرضت للتللف وأدت لنتائج معاكسة، كأجهزة الحاسب الآلي<sup>3</sup>.

وأكد قانون الأول من جويلية لسنة 1998 الفرنسي على أهمية التبصير بالمنتج الطبي وذلك بإعلام المستهلك بالأخطار المعلومة فضلا عن أخطاره المتوقعة<sup>\*</sup>. لدرء خطر متوقع أو التحسب لخطر محتمل، أو حتى الاحتياط لخطر طبي، بحيث لا يقتصر على إرفاق دليل استعمال المنتج معه، والطبيب ملتزم بتبصير المريض ليس فقط بوجود المخاطر العادية الملازمة للمنتج الطبي، بل بالمخاطر غير العادية كذلك، وكذلك التشديد على مسؤولية المعمل بسبب عدم ذكره للآثار غير العادية في دليل الاستعمال، إلا أنه تراجع فيما بعد عن هذا التشديد الذي فرضه<sup>4</sup>.

وفي هذا الصدد كيف الالتزام بالتحذير هو التزام ببذل عناية، فالمنتج لا يضمن بدهاءة للمستهلك عدم تحقق الخطر، وإنما هو يحذره من الخطر القائم وكيفية الوقاية منه<sup>5</sup>. ولكي

<sup>1</sup> - يسرية محمد عبدالجليل، المسؤولية عن الأضرار الناشئة عن عيوب تصنيع الطائرات، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007، ص 226.

<sup>2</sup> - عبدالعزيز المرسى حمود، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، المرجع السابق، ص 42.

<sup>3</sup> - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 41.

\*-« Cette loi avec force l'importance d'une présentation Claire et précise des risque connus ou envisageables par le producteur au moment de la mise en circulation du produit ».

<sup>4</sup> - أسامة أحمد بدر، المرجع السابق، ص 76 و 77 و 78 و 79.

<sup>5</sup> - شكري محمد سرور، المرجع السابق، ص 25.

يرفع عنه المسؤولية يشترط في التحذير أن يكون كاملاً، واضحاً، ظاهراً، ولصيغاً بالمنتجات. وسنأتي على توضيح كل شرط على حدة،

### \* - الشرط الأولي : يجب أن يكون التحذير كاملاً

ويقصد به هو التحذير الذي يلفت انتباه المستعمل أو المستخدم لكافة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها في شخصه أو في أمواله<sup>1</sup>، أي أن يشمل التحذير كافة الأخطار المحتملة (محيطاً بجميع المخاطر التي يمكن أن تلحق بالمستهلك)، لذلك القضاء تشدد في ضرورة اكتمال التحذير بما يسمح للمشتري بالتعرف على كافة الأخطار وكيفية الوقاية منها<sup>2</sup>. وهذا ما جاء في قرار محكمة النقض الفرنسية بأنه: "إذا كان من غسل الشعر يحتوي على مادة لها التأثير ضار جداً بالجلد ويمكن أن تؤدي إلى إصابة المستعملين بحساسية شديدة، فإن المنتج الذي لا يعني بلفت انتباه العملاء إلى تلك المخاطر وإلى الوسائل الكفيلة بتجنبها ملتزم بالتعويض كل من يضر نتيجة ذلك"<sup>3</sup>.

ويزداد التشديد في هذا الالتزام إن كنا بصدد المنتجات التي تنطوي على درجة كبيرة من الخطورة كالمواد السامة والقابلة للاشتعال والمنتجات الطبية والمواد الغذائية المحفوظة أو المعبأة في عبوات مغلقة والآلات الخطيرة بطبيعتها... الخ. ولم يكتفي القضاء بالتحذير بل امتد هذا الالتزام ليشمل المعلومات التي قد يجهلها ذلك البائع ولكن لديه القدرة على معرفتها<sup>4</sup>.

### \* - الشرط الثاني: أن يكون التحذير واضحاً

وينصرف التحذير إلى العبارات التي يصاغ بها التي يجب أن تستجمع صفات وهي تحديد المخاطر ووسائل الوقاية بعبارات بسيطة وألفاظ سهلة ، ولا يكون ذلك إلا إذا خلى من المصطلحات الفنية المعقدة التي يتعذر على المستهلك العادي فهمها، ويمكن إرفاق المنتج رسماً بسيطاً يرمز إلى الخطر الذي يمكن أن ينجم عن منتجاته، خاصة بالنسبة للأعمى، أو كتابتها بالإضافة للغة الوطنية لبلد الإنتاج باللغة الأجنبية للبلد المستورد، إذا كان الدواء معداً للتصدير أيضاً<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - بسرية محمد عبدالجليل، المرجع السابق، 2007، ص 104.

<sup>2</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص 84.

<sup>3</sup> - عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص 43 و44.

<sup>4</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 234.

<sup>5</sup> - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص 127.

والابتعاد عن العبارات التي قد يستفاد منها التوصية فقط ، مثل العبارات التي توضع على قارورات العصير ( يحفظ في مكان بارد )، فيعتقد أنها مجرد توصية أريد بها أن يبقى العصير محتفظا بالخواص الطبيعية له ، في حين يقصد منها تجنب التخمر العصير بفعل الحرارة وما يترتب على ذلك من احتمال انفجار القارورة.

#### \*- الشرط الثالث : أن يكون التحذير ظاهرا

يجب أن يكون التحذير ظاهرا، بفصل البيانات التحذيرية عن البيانات الأخرى المتعلقة بخصائص الشيء واستعماله باستعمال لون مخالف أو كتابة عبارة التحذير على العبوة نفسها ( الوسم)، ولقد أوجبت المادة الثانية الفقرة الأولى من المرسوم الفرنسي الصادر في 12 أكتوبر 1972 الخاص بالعنونة للمنتجات الغذائية الصادر بالتطبيق لقانون أوت 1907 حول قمع الغش أن تكون البيانات مدرجة بطريقة ظاهرة ومجموعة على جانب من الغلاف بطريقة تكون منظورة بسهولة يمكن قراءتها في الظروف العادية للعرض<sup>1</sup>. وفي هذا الشرط الحرية مطلقة للمنتج في اختيار الطريقة التي يظهر بها التحذير ، عن بقية البيانات الأخرى المتعلقة بخصائص المنتج وطريقة الاستعمال كاستعمال لون مخالف في الطباعة أو تغيير الحجم بالزيادة ... الخ<sup>2</sup>.

#### \*- الشرط الرابع: أن يكون التحذير لصيقا بالمنتجات

لكي يحقق التحذير الذي يكون مدونا على العبوات للغرض الموضوع من أجله لا بد من أن يكون لصيقا بالشيء المبيع ، بحيث يكون ملازما له ، فمثلا إذا كان شيء صلب مثلا آلة فلا يصعب هنا لأنه يكتب التحذير على جسم الشيء ذاته أو على قطعة حديدية وتثبت عليه، لكن عندما يكون رخو كالمعلبات أو المنتجات الطبية فهنا يكتب التحذير على الشيء المغلف المحمي للشيء المبيع ، مثلا إذا كان الدواء في زجاجات فيجب كتابة التحذير على الزجاجاة أو على العلبة<sup>3</sup> .

وعندما يقوم منتج الأدوية بكتابة التحذير، على العلبة الورقية دون الزجاجاة المحفوظ بها الدواء أن هذا التحذير غير لصيق بالشيء لأن كثير من الأحيان العلبة الورقية معرضة للتلف، ويتلف معه التحذير، ولهذا يكتب التحذير على الزجاجاة والعلبة أيضا ولا يغني كتابة التحذير على واحد منهما عن كتابته على الآخر<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ، ص 46 و47.

<sup>2</sup> - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق ، ص 128.

<sup>3</sup> - عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ، المرجع السابق ، ص 48 و49.

<sup>4</sup> - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق ، ص 128 و129.

كما لا يكفي قيام صانع الطائرة أو منتجها بالإدلاء للمشتري أو مستعملها بالبيانات المتعلقة بكيفية الاستخدام بل يجب تحذيره ، حيث يلتزم صانع الطائرات نظرا لما تكتنفه الطائرات من طبيعة معقدة ودقة الاستعمال ، أن يفضي للمتعاقد بالطبيعة الخطرة للطائرة وهذا الالتزام شخصي يجب على الصانع القيام به بنفسه ولا يجوز أن يركن به إلى الغير وإلا عدا مهملًا للتحذير وهو إهمال جسيم ، والإفشاء بما تكتنفه الطائرة من مخاطر ، وقد يهمل في التحذير بإخفاء بعض المعلومات المتعلقة بنظام التشغيل الكهربائي<sup>1</sup> .

كما أن بائع المبيدات عليه التحذير من عدم استعمال القناع خاصة داخل البيوت ، ولفت الانتباه أن عدم استعمال القناع قد يؤدي للاختناق ، ومنه لا يكفي بذكر على العبوات ضرورة استخدام القناع عند عملية الرش<sup>2</sup> .

## المطلب الثاني

### وسائل إعلام المستهلك

بالرجوع إلى القوانين المتعلقة بحماية المستهلك سواء في التشريع الجزائري أو المصري، ألزمت الأعوان الاقتصاديين بتقديم المعلومات الكافية عند عرض المنتج أو الخدمة على جمهور المستهلكين، وهو ما يعرف بالإعلام الإجباري، ولحق ترك الاختيار للأعوان الاقتصاديين في اختيار الوسيلة المناسبة لذلك، غير أنه وبالرجوع إلى المراسيم

---

<sup>1</sup> - يسرية محمد عبدالجليل ، المرجع السابق، ص 100 و101 و102 و103

<sup>2</sup> - محمد شكرى سرور، المرجع السابق، ص 26.

التنفيذية المتعلقة بالوسم المتعلقة بالسلع السلع ألزم الأعدوان الاقتصاديين تقديم المعلومات الكافية عنها عن طريق الكتابة، وهو ما يطلق عليه اصطلاحا الوسم (البطاقة الإعلامية أو بطاقة البيانات).

وهناك إعلام اختياري مصدره الأعدوان الاقتصاديين أنفسهم، حيث يلجؤون إلى التعريف بمنتجاتهم إلى المستهلكين، وهو ما يطلق عليه اصطلاحا بالدعاية التجارية (الإشهار)، فيقومون بالإشهار عن منتجاتهم، من أجل زيادة المبيعات وتحقيق الربح. ولذا سوف نركز في دراستنا على الوسم وهو إحدى الطرق الإلزامية، دون باقي الوسائل الإلزامية الأخرى في الفرع الأول ، أما الفرع الثاني فسنخصصه للإشهار و هو إحدى الوسائل الاختيارية.

## الفرع الأول الوسم

الإعلام الكتابي هو الوسيلة الأكثر فعالية والأكثر شيوعا واستعمالا في مجال التعاملات، خاصة في هذا العصر، لما تقدمه الكتابة من مزايا لطرفي التعاقد، ولذا فإن القانون يلزم أحيانا العون الاقتصادي بتزويد الطرف الآخر بالمعلومات والنصائح كتابة<sup>1</sup>. فالتوجيهات الأوروبية تفرض أن يكون الإعلام مكتوبا، خاصة تلك التي توضع من طرف المنتج<sup>2</sup>. فما هي البيانات التي يجب أن تتوافر على الوسم في التشريع الجزائري ومصر؟

### أولا : مفهوم الوسم

قبل التطرق إلى البيانات الواجب إدراجها على الوسم لابد من تعريفه وتحديد الشروط الواجب توافرها في شكلية الوسم حتى يؤدي الوظيفة المناط بها، وإنارة رضا المستهلك حول محل التعاقد .

### 1- تعريف الوسم

يعرف الوسم على أنه : " مجموع البيانات والتنبيهات الإلزامية الواجب إظهارها على المنتج المعروض للبيع والصيقة به". وقد جاء في المعجم الفرنسي أن:

<sup>1</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 328.

<sup>2</sup> - David BOSCO, le droit de rétraction , mémoire présenté pour obtenir du D.E.A de droit privé , faculté de droit et de science politique , université d' Aix Marseille, 1999.

L'étiquette: Petite écriteau que l'on fixe à un objet pour en indiquer la nature, le prix, le contenu ... etc.<sup>1</sup>.

Petite morceau de papier de carton, fixe à un objet (pour en indiquer la nature, le contenu, le prix, la destination, le possesseur)<sup>2</sup>.

إذن فالوسم (البطاقة الإعلامية) هي: بطاقة توضع على المنتج لتبيين الطبيعة، والتمن والمحتوى إلى غير ذلك من البيانات الإجبارية.

عرفه بالمادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش: "هو جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة أو الصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تعليق أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما". كما عرفه المشرع الجزائري بالمادة 02 من المرسوم رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ب: "وسم: كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع"، وأخيرا عرفه المشرع الجزائري بالمادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"، وعلى عكس ذلك نجد أن المشرع المصري لم يعرفه لافي القانون المتعلق بحماية المستهلك، ولبا في لائحته التنفيذية واكتفى بالنص عليها في المادة 03 من قانون حماية المستهلك وهذا ما نستشفه من عبارة: "... أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية...". أي أن المشرع المصري أوجب على المنتج أو المستورد وضع بطاقة الوسم على السلع، أم في مجال الخدمات فاكتفى المشرع المصري بوجود تحديد مواصفات الخدمة لكن الوسيلة تركها لحرية مقدم الخدمة بشرط أن تكون واضحة، وهو نفسه موقف المشرع الجزائري.

مما يفهم أن الوسم هي البطاقة التي تحتوي على بيانات المتعلقة بالسلعة ومنتج السلعة أو الخدمة والمواصفات التي تتعلق بالسلعة والتي ترافق السلعة أو الخدمة من أجل التعريف بها، وذلك بوضع بطاقات على المنتج<sup>3</sup>.

## 2- أهمية الوسم:

<sup>1</sup> -PETITE LAROUSSE ILLUSTRÉ , librairie la rousse;1990.

<sup>2</sup> -PAUL ROBERT, petite ROBERT1, SOCITE DU NOUVEAU LITRE ,1978.

<sup>3</sup> - المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمرقابة الجودة وقمع الغش .

للوسم أهمية كبيرة سواء بالنسبة للمستهلك، أو الأعوان الاقتصاديين وحتى لاقتصاد الدولة، ولهذا تم وضع تنظيم قانوني خاص بالوسم، فمثلا للأعوان الاقتصاديين حماية العلامة التجارية، أو علامة الجودة<sup>1</sup>، أي بالمعنى الواسع حماية الملكية الصناعية وحتى الأدبية من الاعتداءات التي قد تمس بها، وكذا وسيلة لحمايته من المنافسة غير المشروعة، أما للدولة فهي وسيلة تنظيم الاقتصاد والتجارة والحفاظ على صحة وسلامة أفراد الدولة، وتسهيل الرقابة على المنتجات فيما يخص التنظيم القانوني للمواصفات القياسية، واتخاذ التدابير والعقوبات في حالة المخالفة.

أما فيما يتعلق بأهمية المستهلك، فالوسم يلعب دورا كبيرا في التعريف بالمنتجات، فهي وسيلة اطلاع المستهلك على طبيعة المنتجات، ونوعها، ومكوناتها، والشروط الأخرى المرتبطة بها، كصلاحيتها، وشروط الحفظ، وطريقة الاستعمال أو تناولها، مما لا يدع مجالا للشك أو اللبس لدى المستهلك، مما يمكن هذا الأخير من توقي المخاطر التي قد تلحق ضررا بصحته وسلامته<sup>2</sup>، وزد على ذلك فهو يبين أصل المنتج، والمنتج والعلامة التجارية<sup>3</sup> - وهنا الحماية ليست للمستهلك فقط بل تمتد كذلك لصاحب العلامة التجارية وحمايتها من التقليد أو التزوير-، كما يلعب دور المؤثر في توجيه اختيار المستهلك خاصة في العصر الحالي، وغياب التوجيه من طرف الأعوان الاقتصاديين خاصة في المحلات التجارية الكبرى، التي يكثر عليها التردد من طرف الزبائن، مما لا يمكنه من نصح المستهلك باختيار سلعة معينة، فأصبح المستهلك يعتمد بصورة كلية على هذه البيانات في اتخاذ القرار.

والوسم الذي يعتمد لتكرس حقوقا للإنسان، قد لا يدري بها الكثيرون من المستهلكين في بلادنا، في حين يستغلها كثيرون من المصنعين والتجار والمستوردين ليتلاعبوا بمقدرات المواطنين، ممن يقتنون السلع والبضائع من دون معرفة أو من دون علم بأن لهم حقوقا كبرى وكبيرة تضمنها ورقة صغيرة تلصق على قنينة أو علبة وتسمح لأي مواطن مهما كان أن يطالب بحقه وان يلجأ إلى المحاكم باعتماد هذه الورقة الوثيقة.

فهي تحوي أشياء تصويرية ووضعية، و تكون هذه البطاقة منقوشة على الوعاء أو العبوة أو مطبوعة على جانب منه أو عدة جوانب، وقد تكون مطبوعة على ورقة مستقلة، تلصق فيما بعد على ذلك الوعاء أو تلك العبوة، ليكشف ما بداخل الوعاء أو العبوة.

<sup>1</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 698.

<sup>2</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 194.

<sup>3</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 706.

فللبطاقة تبقى ضرورة ملحة، لأنها تحتوي على البيانات التي تمد المستهلك بالحقائق التي يحتاجها لتمكينه من الاختيار الواعي للسلعة التي يرغب بشرائها أولاً.

كما أن صياغة المعلومات في صورة مكتوبة تيسر من عب الإثبات<sup>1</sup>، لأنها تصبح وسيلة إثبات ودليل واقعي على توفر الشروط الخاصة بتلك المادة وخصوصاً بالنسبة لشروط الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية الواجب توافرها في كل مادة ومما يعني بالتالي أن افتقار أية مادة لأحد هذه الشروط يرتبط مباشرة بقوائم المواد الكثيرة غير الصالحة للعرض على المستهلك. كما أنها إحدى وسائل الكشف عن الغش الصناعي والتجاري الذي يمارسه البعض لإغراض معينة بعيدة عن الممارسة التجارية المشروعة.

### 3- الشروط الواجب توافرها في الوسم:

لقد نظمت القوانين الوسم واشترطت شروط لا بد من توافرها، منها ما يتعلق بالكتابة نفسها، وأخرى باللغة التي تحرر بها البيانات، وأخيراً البيانات الواجب إدراجها، تحت طائلة العقوبات الجزائية، في حالة عدم مراعاة القوانين المعمول بها في كل بلد.

#### أ- الشروط الواجب توافرها في بطاقة الوسم:

لم يكتف التشريع الجزائري أو المصري بإلزام المنتجين والمستوردين وحتى الباعة بكتابة البيانات المتعلقة بالمبيع فقط، بل اشترط توافر بعض الشروط على هذه البطاقات بنص المادة 17 و من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "المرتبطة بالسلعة..."، والمادة 18 من نفس القانون: "... وبطريقة مقروءة ومتعذر محوها". ومنه يجب أن تكون بطاقة مكتوبة بطريقة يسهل فهمها، وواضحة وظاهرة للعيان سهلة القراءة، غير قابلة للمحو أو الإزالة، لصيقة بالشئ المبيع.

#### - لصيقة بالشئ المعروض للبيع: أن البيانات توضع على جسم السلعة، بحيث تكون

ملاصقة لها، كما لو كانت منقوشة عليها، أو تكتب على صفيحة معدنية وتلصق على محتواها، وإن كانت من السلعة الرخوة كالأطعمة والأشربة، فيجب أن تكتب البيانات على العبوة مباشرة التي توضع بداخل الغلاف، وإلا فعلى الغلاف<sup>2</sup>، كما يجوز أن تكتب على جسم الزجاجية المحتوية على السلعة، كما في حالة المشروبات الغازية، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري من خلال تعريف الوسم بالمادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك

<sup>1</sup> - ثروت عبدالحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث (وسائل الحماية منها ومشكلات التعويض عنها)، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2007، ص5.

<sup>2</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص330.



وقمع الغش، وكذا المشرع المصري في القرار رقم 588 لسنة 1964 بشأن العبوات الزجاجية للمشروبات الغازية غير الكحولية<sup>1</sup>.

- غير قابلة للمحو : أي لا يمكن محوه، أو غير قابل للمحو، ويكون قابل للمحو مثلا:

الكتابة على نوع من الورق الذي يتأثر بالماء بسهولة، مما يؤدي لمحو بيانات الوسم. وهذا الشرط نص عليه المشرع الجزائري اشترط المشرع الجزائري شروط لا بد من توافرها في الوسم، على أن بطاقة الوسم لا بد أن تكون ملصقة بحيث تكون ظاهرة للعيان، ميسورة القراءة غير قابلة للإزالة<sup>2</sup>. كما اشترط المشرع المصري بموجب القرار الصادر عن وزير الصناعة رقم 153 لسنة 1983 بشأن إلزام المنشآت الصناعية المنتجة للمواد الغذائية المعلبة أو المجمدة أو التعبئة وأن تكون هذه البيانات بخط واضح غير قابل للمحو<sup>3</sup>.

ولم يقتصر المشرع الجزائري على هذه الاشتراطات، بل أوجب اشتراطات أخرى في بعض الحالات، ومن بينها أن المشرع الجزائري أوجب أن يكون البيان المتعلق بتسمية المبيع والكمية الصافية في نفس المجال النظري بموجب المادة 06 مكرر من المرسوم 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

**ب- الشروط الواجب توافرها في بيانات الوسم:**

\* - **الشفافية:** أي أن تكون عبارات الوسم سهلة الفهم والقراءة، كأن تكون المصطلحات سهلة غير معقدة، قريبة من الواقع، لا تؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في الغلط أو اللبس<sup>4</sup>، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، والمادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 التي كانت لهما تقريبا النص الحرفي: "يمنع..... استعمال أي إشارة أو أي علامة، أو أي تسمية خيالية، أو أية طريقة للتقويم أو الوسم..... من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك...<sup>5</sup>". كما يمنع ذكر أي بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين سلعة معينة ومنتجات مماثلة، كما تمنع الإشارة إلى مواصفات وقائية أو علاجية من الأمراض التي تصيب الإنسان باستثناء ما يتعلق بالمياه المعدنية والطبيعية والسلع الغذائية المعدة لتغذية الإنسان<sup>6</sup>، في حين أن جميع المنتجات الأخرى لها نفس القيمة، أو الادعاء في الوسم بان المنتج له القدرة على الوقاية أو

<sup>1</sup> - ثروت عبد الحميد، المرجع السابق، ص 76.

<sup>2</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 05 الصادرة في 1990، وزارة العدل، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1990.

<sup>3</sup> - على محمود على حمود، المرجع السابق، ص 178.

<sup>4</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 329.

<sup>5</sup> - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها، والمادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

<sup>6</sup> - على فتاك، المرجع السابق، ص 329.

الشفاء من ببعض الأمراض، خاصة في مجال السلع الغذائية<sup>1</sup>، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في الفقرة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

\* - لغة كتابة البيانات :

اشترطت الكتابة باللغة الرسمية للدولة يعتبر آلية لحماية حق المستهلك في الإعلام لأن لغة الوطن سهلة الفهم لمواطنيها، مما تمكن المستهلك من العلم بالخصائص العامة للمنتوج<sup>2</sup>، ففي القانون الجزائري كل النصوص المتعلقة بالوسم تشترط أن تكون محررة باللغة العربية، ومن بين هذه القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بالمادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها التي تنص: " يجب أن تحرر بيانات الوسم باللغة العربية..."، وهذا حماية للمستهلك الذي قد لا يكون يحسن اللغات الأجنبية الأخرى<sup>3</sup>.

أما المشرع المصري ألزم العون الاقتصادي بكتابة البيانات باللغة العربية بعدة نصوص قانونية، منها القانون رقم 48 لسنة 1941 الخاص بقمع الغش والتدليس، القانون رقم 57 لسنة 1939 الخاص بالبيانات والعلامات التجارية، والقانون رقم 115 لسنة 1958 الخاص باستعمال اللغة العربية. أن يضع جميع البيانات والمعلومات اللازمة حسب طبيعة كل منتج وطبقا للمواصفات القياسية المصرية، وأن تكون البيانات باللغة العربية، ولم يقتصر ذلك على المنتج والمستورد فقط، بل ألزم القانون مقدم الخدمة، بأن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعار ومميزات تلك الخدمة وخصائصها، هذا ما جاء في قانون حماية المستهلك<sup>4</sup>.

وحسنا فعل المشرع المصري بالنص عليها في قانون حماية المستهلك لنفاذي الخلط الذي وقع فيه المشرع المصري، حيث نجده في بعض القرارات استلزم ذكر البيانات باللغة العربية، أي ما يفيد إعلام المستهلك باللغة العربية، وبعضها لم يستلزم ذلك، وحتى القرارات التي استلزم ذلك، فتختلف حيث استلزم ذكرها في سلع دون غيرها<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> -MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 708.

<sup>2</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 709

<sup>3</sup> - Jean Calais –AULOY Frank Steinmetz. Op. cit , p 65.

<sup>4</sup> - المادة 3 من قانون 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك .

<sup>5</sup> - ياسر أحمد كمال الصيرفي، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة القومية، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية، العدد 75 لسنة 2005، مطبعة كلية الحقوق، جامعة القاهرة، القاهرة، 2005، ص 20.

وقد ميز المشرع المصري بين السلع المنتجة محليا والمستوردة، حيث جاء في نص المادة 04 من القانون رقم 115 لسنة 1958 الخاص بوجوب استعمال اللغة العربية على أن "تكتب باللغة العربية البيانات التجارية المتعلقة بأية سلعة يتم إنتاجها بالجمهورية العربية المتحدة، أما المنتجات والبضائع التي تستورد من الخارج، فتلصق عليها بطاقة باللغة العربية، تتضمن تحديد البيانات التجارية التي لها دخل في تقدير قيمتها، ويصدر بتحديد هذه البيانات قرار من وزير الاقتصاد والتجارة، ويجوز أن تضاف لغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية فيما يتعلق بالبضائع المعدة للتصدير إلى الخارج". أما المشرع الجزائري لم ينص صراحة على أن تحمل المنتجات المستوردة البيانات باللغة العربية، إلا أنه وبالرجوع إلى الفقرة 04 من المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 467-05 الذي يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك التي تنص: "تقرر المراقبة بالعين المجردة من أجل التأكد من مطابقة المنتج للبيانات المتعلقة بالوسم و/أو الوثائق المرفقة"<sup>1</sup>، مما يفهم أن تكون هذه المنتجات المستوردة مطابقة للتنظيم القانوني المعمول به في الجزائر، أي أن تكون محررة باللغة العربية.

\* - **واضحة:** ويقصد بواضحة وضوح الخط، أي يشترط أن تكتب بيانات الوسم بخط واضح مقروء، وأن يكون حجم الخط مناسب للرؤية فلا يكون رقيقا جدا يصعب قراءته،

\* - **مطابقة للنظام القانوني للوسم:** كما يشترط أن تكون بيانات الوسم مطابقة للنصوص القانونية المتعلقة بالوسم، وأن يدرج البيانات التي أوجبهها التشريع المعمول به، كما يقع التزام على العون الاقتصادي بإدراج جميع البيانات، ففي حالة نقص بيان أو أكثر من البيانات الإلزامية فنكون بصدد وسم غير قانوني، إلا إذا ما استثنى بنص خاص، راجع لطبيعة السلعة، أو حالتها. عن طريق إضافة بيانات إضافية أو عن طريق إسقاط بيانات.

وهذا ما سوف نأتي على تحديده أدناه بذكر البيانات الواجب إدراجها على بطاقة الوسم، وذلك حسب طبيعة كل متوج.

## ثانيا: بيانات الوسم

لقد فرض كلا من المشرع الجزائري والمصري كتابة بيانات إجبارية على بطاقة الوسم، من أجل التعريف بها، كما يجب أن تحمل هذه البطاقة كذلك طريقة الاستخدام والمخاطر التي

---

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 467/05 المؤرخ في 2005/12/10 يحدد مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية العدد 80 المؤرخة في 2005/12/11، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.

يمكن أن تسببها، والاحتياطات الواجب مراعاتها لضمان السلامة<sup>1</sup>، ولقد سن كلا من  
المشرعين نظام قانوني للوسم خاص به مما يقتضي التطرق لكل واحد منهما على حدا.

### 1- في التشريع الجزائري:

المشرع الجزائري ألزم المنتجون أو المستوردون إدراج بيانات الوسم الإلزامية بنص  
المادة 18 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي أوجب تحرير  
المعلومات المتعلقة بالمنتج، ولم يتم ذكر المعلومات الواجب ذكرها على بطاقة الوسم، بل  
أحالتها على النصوص التنظيمية المتعلقة بالوسم، رغم أن القانون القديم كان ينص عليها  
بالمادة 03 الفقرة<sup>2</sup>، والتي وسنورها حسب المنتج الذي تعلق به المرسوم التنظيمي.

### أ- وسم المنتجات الغذائية:

عرف المشرع الجزائري المنتجات (السلع) الغذائية بنص المادة 02 من المرسوم  
التنفيذي رقم 484-05 المعدل المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367-90 المتعلق بوسم السلع  
الغذائية و عرضها: " كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو في شكلها الخام معدة لتغذية الإنسان  
وتشمل المشروبات وعلك المضغ وكذا جميع المواد المستعملة في صناعة المادة الغذائية أو  
تحضيرها أو معالجتها باستثناء مستحضرات التجميل أو التبغ أو المواد المستحدثة في شكل  
أدوية"، وهو نفس التعريف الذي جاء به المشرع بالمادة 03 من القانون 03-09 المتعلق  
بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر.

أما البيانات اللازم إدراجها على بطاقة الوسم المتعلقة بالسلع الغذائية فقد حددتها المادة  
06 من المرسوم التنفيذي 367-90 المعدل والمتمم و المذكور سابقا، مع ملاحظة أن المادة  
06 قد عدلت بعدما كانت تلزم تسعة بيانات، تم إضافة ثلاث بيانات أخرى ليصل عدد البيانات  
الإلزامية إلى 11 بيانا بموجب المادة 07 من هذا المرسوم 484-05 المعدل المتمم للمرسوم  
التنفيذي رقم 367-90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وهي:

- تسمية البيع.
- الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا.
- اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموزع أو الموزع و  
المستورد، إذا كانت المادة مستوردة.
- البلد الأصلي و/أو بلد المنشأ.
- تحديد حصة الصنع.

<sup>1</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 329.  
<sup>2</sup> - القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

- طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية.

- تاريخ الصنع أو التوضيب وتاريخ الصلاحية الدنيا أو في حالة المواد الغذائية سريعة التلف ميكروبيولوجي، التاريخ الأقصى للاستهلاك.

- قائمة المكونات.

- الشروط الخاصة بالحفظ.

- بيان نسبة حجم الكحول المكتسب للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 12% من الكحول حسب الحجم.

- إذا اقتضى الحال بيان معالجة بالأشعة الأيونية أو معالجة بواسطة الأيونات أو رمز الإشعاع العالي بقرب اسم الغذاء مباشرة.

وفي هذا المجال صدرت مراسيم تنظيمية وقرارات وزارية تبين عملية وسم المنتجات الغذائية نذكر من بينها المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 92-30 المؤرخ في 20 جانفي 1992 يتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 31 ماي 1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضه، و المادة 08 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 ماي 1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع سميد القمح الصلب وشروط وكيفيات وسمها، والتعليمية الوزارية الصادرة في 2006 التي حددت البيانات اللازمة على الفواكه والخضر الطازجة والمستوردة التي أوجبت توافر البيانات التالية:

- الاسم أو اسم الشركة وعنوان المستورد.

- التسمية الخاصة بالبيع.

- الكمية الصافية والمعبر عنها بوحدة النظام الطولي.

- البلد الأصلي و/أو المصدر.

كما رخص المشرع الجزائري في نفس هذا المرسوم عدم الإشارة إلى بيان من هذه

البيانات أو أكثر المذكورة آنفا، بقرار من وزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>1</sup>.

وهذه البيانات تتعلق بالسلع المعبأة و المغلفة، غير أنه في حالة أن السلعة غير معبأة،

فالمشرع الجزائري اشترط حسب نص المادة 02/04 من المرسوم التنفيذي 05-484

المذكور أعلاه، أن تعرف على الأقل بواسطة تسمية المبيع مدونة على لافتة أو أية وسيلة

أخرى بحيث لا يدع موقعها أي مجال للشك بالنسبة للمادة المعنية.

<sup>1</sup> - المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 الصادر في 22 ديسمبر 2005 المتعلق بوسم السلع الغذائية .

## ب- وسم المواد المضافة:

ويقصد بالمواد المضافة كل مادة تضاف إلى منتج غذائي، ولا يمكن استعمالها عادة كمنتج غذائي سواء كانت تنطوي أم لا على قيمة غذائية، بحيث لا تعد مادة أساسية في تركيب المنتج الغذائي، وتكون إضافتها إرادية إلى المنتج الغذائي في أي مرحلة من مراحل عرضها للاستهلاك. ويخرج من نطاق المواد المضافة المواد الملونة ورواسب مبيدات الجراثيم مواد مضافة<sup>1</sup>. والبيانات الواجب توافرها على غلاف المواد المضافة وهي تسمية المادة المضافة أو المواد المضافة المخصصة لاستعمالها في المتوجات الغذائية، محتوى المنتج الغذائي من المواد المضافة المستعملة، بيان طبيعة المادة المضافة أو المواد الداعمة المستعملة، تاريخ انقضاء أمد استعمالها، التعريف بصانع المادة المضافة إذا كانت منتجة محليا، أو الشخص المسؤول عن عرضها إذا كانت مستوردة. شروط طرق استعمالها عند الاقتضاء<sup>2</sup>.

## ت- وسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية:

نظم المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية والذي عرفها بالمادة 02 منه: "يقصد بها جميع المنتوجات المستعملة في صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسلع الغذائية"<sup>3</sup>، والتي اشترط المشرع أن توضع هذه المنتوجات في تعبئة صلبة ومحكمة السد تلتصق بها بطاقة الوسم بإحكام طبقا للمادة 03 من المرسوم المذكور أعلاه، كما اشترط توافر في هذا المرسوم جملة من البيانات الواجب توافر عليها الوسم المتعلق بهذه المنتوجات وهي:

- التسمية الخاصة بالبيع.
- الكمية الصافية معبر عنها بوحدات النظام الدولي.
- اسم وعنوان المسؤول عن صناعة المنتج أو توضيحه أو توزيعه، واسم عنوان المستورد إذا كانت من المواد المستوردة .
- طريقة استعمال المنتج أو شروط الاستعمال الخاصة إن وجدت.
- جميع البيانات الإلزامية الأخرى المنصوص عليها في نصوص خاصة بكل مادة.

ث- وسم مواد التجميل والتنظيف البدني:

<sup>1</sup> - على فتاك المرجع السابق، ص 348.

<sup>2</sup> - علي فتاك، المرجع السابق، ص 350 و 351.

<sup>3</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية وعرضها.

عرف المشرع الجزائري مواد التجميل والتنظيف البدني بنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المحدد للشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية التي تنص: "... منتج التجميل ومنتج المنظف البدني كل مستحضر أو مادة، باستثناء الدواء، معدّ للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان، مثل البشرة والشعر، الأظافر، والشفاة، والأجفان، والأسنان، والأغشية، بهدف تنظيفها أو المحافظة على سلامتها، أو تعديل هيئتها، أو تعطيرها، أو تصحيح رائحتها.."، أما البيانات الواجب توافرها على الوسم المتعلق بمواد التجميل والتنظيف البدني، فقد حددها بنص المادة 10 منه وهي:

- تسمية المنتج مصحوبة مباشرة بتعيينه إذا لم تتضمن تسميته ذلك.
- اسم وعنوان المنتج أو الموضب والمستورد وكذا البلد المصدر بالنسبة للمنتجات المستوردة.
- الكمية الصافية وقت التوضيب معبر عنها بوحدات قياس قانونية ملائمة.
- تاريخ انتهاء مدة الصلاحية المنتج والظروف الخاصة بالحفظ و/أو التخزين (حيث أن بالنسبة لمواد التجميل والتنظيف البدني التي لا تتجاوز مدة صلاحيتها على الأقل ثلاثين شهرا).

- تاريخ صنعه أو المرجع الذي يسمح بالتعرف على ذلك.
- التركيب والشروط الخاصة بالاستعمال.

#### ج- وسم المنتجات النسيجية:

عرفت المنتجات النسيجية بنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-429 المتعلق بالمواصفات التقنية المطبقة على المنتجات النسيجية: "المنتجات النسيجية يقصد بها في هذا المرسوم ما يلي:

- كل المنتجات التي تكون في حالتها الخامة نصف مشغلة أو مشغلة أو نصف جاهزة أو جاهزة أو نصف مصنوعة أو مصنوعة، مركبة فقط من ألياف نسيجية، مهما كانت طريقة الخلط أو الجمع المستخدمة؛

- المنتجات التي تحتوي على 80 % على الأقل من وزنها من ألياف نسيجية.
- أغطية الأثاث، المطاريات، المظلات الشمسية، التلبسات الأرضية، الأفرشة.
- لوازم التخميم وكذلك التبطينات المسخنة المستعملة في الأرجل والقفايز التي تمثل

فيها الأجزاء النسيجية على الأقل من وزنها و كذلك الأنسجة المدرجة في منتوجات أخرى حيث تكون 80 % خصائص مكوناتها محددة<sup>1</sup>.

أما البيانات الواجب توافرها على الوسم عليها وهي:

- تعين المنتج من حيث تركيبه.

- علامة الصانع و/أو المستورد وعنوانه التجاري.

- البلد الأصلي للمنتجات النسيجية المستوردة.

وقد حددت البيانات الواجب توافرها على المنتوجات النسيجية المستعملة وهي:

- تسمية المادة .

- الوزن الصافي مصرح به بوحدة القياس العالمية.

- الاسم أو المقر الاجتماعي للمستورد والمموم.

- البلد الأصلي وعند الاقتضاء البلد الذي استوردت منه هذه المواد<sup>2</sup>.

**ح- وسم اللعب الخاصة بالأطفال:**

عرف المشرع الجزائري اللعبة في المرسوم رقم 97-494 المؤرخ في 21/11/1997

المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن اللعب: "اللعبة هي مصمم موجه صراحة لغرض

اللعب لسن أقل من 14 سنة"، و حدد المشرع الجزائري البيانات الواجب توافرها على الوسم

في اللعب الخاصة بالأطفال وهي:

- تسمية البيع.

- الاسم أو العنوان التجاري أو العلامة وعنوان المصنع وكذلك عنوان المستورد

وعنوانه التجاري.

- طريقة الاستعمال .

- التحذيرات وبيانات احتياطات الاستعمال<sup>3</sup>.

**خ - وسم الإسمنت:**

أما فيما يخص الإسمنت فحددت له البيانات التالية<sup>4</sup>:

---

<sup>1</sup> - المرسوم التنظيمي رقم 97-429 المؤرخ في 21 نوفمبر 1997 المتعلق بالمواصفات التقنية المطبقة على المنتوجات النسيجية.

<sup>2</sup> - القرار الوزاري المؤرخ في 16 أبريل 1997 المتعلق بشروط استيراد وتسويق المواد النسيجية المصنعة والمستعملة وكيفياتها.

<sup>3</sup> - المرسوم التنظيمي رقم 97-494 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب.

<sup>4</sup> - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 04 جويلية 2003 المتضمن المواصفات التقنية والقواعد المطبقة على الإسمنت.



- نوع الإسمنت كما هو محدد المادة 2 من هذا القرار، مع الإشارة إلى المقياس الجزائري الذي يقابله.

- الكمية الصافية محددة بالكيلو غرام.

- اسم البلد الأصلي للإسمنت المستورد.

- اسم الصانع و الموضوع و/أو المستورد واسم شركته وعنوانه.

- تاريخ الصنع.

- رقم الحصة.

- قائمة الإضافات المحتملة التي قد تستعمل وكذا نسبها.

#### د- وسم المزلفات(الزيوت الصناعية):

تتمثل هذه المنتجات والمحددة في المادة 3 من القرار الوزاري المؤرخ في 26 جوان 2000 المحدد للحد الأدنى المطلوب لمستويات الفعالية للمزلفات الكاملة وكذلك كفاءات وشروط عرضها للاستهلاك زيوت محركات البنزين والمازوت، زيوت الطيران والزيوت البحرية، الزيوت الصناعية، الزيوت الخاصة غير تلك المذكورة أعلاه. والبيانات الواجب توافرها على بطاقة الوسم الخاص بالمزلفات(الزيوت الصناعية)<sup>1</sup>:

- تسمية المنتج طبقاً لأحكام المادة 3 من هذا القرار.

- الكمية الصافية معبر عنها بوحدة الحجم أو الكتلة حسب طبيعة المنتج الدرجة.

- التصنيف.

- مستوى الفعالية.

- الاسم أو اسم الشركة وعنوان الصانع والمستورد والموزع.

- الاستعمال الموجه إليه المنتج.

- بيان " زيت مجده" إذا كان المنتج مشتق من خليط لزيوت أساسية مجده.

#### ذ- وسم العجلات المطاطية:

أما الإطارات المطاطية ( العجلات)<sup>2</sup>:

بيانات الوسم الإلبارية هي الاسم أو التسمية التجارية للشركة أو العلامة التجارية

وعنوان الممون والمستورد، تعيين الأبعاد، دليل أو دلائل الحمولة ورمز السرعة، الشكل العام

للإطار المطاطي، تاريخ الصنع.

<sup>1</sup> - القرار الوزاري المؤرخ في 26 جوان 2000 المحدد للحد الأدنى المطلوب لمستويات الفعالية للمزلفات الكاملة وكذلك كفاءات وشروط عرضها للاستهلاك.

<sup>2</sup> - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 أبريل 2001 يتعلق بمواصفات الإطارات المطاطية لعجلات العربات ومقطوراتها وكفاءات وضعها للاستهلاك .

## ر- وسم الأجهزة الالكترومنزلية:

أما الأجهزة الالكترومنزلية كالثلاجات، المكيفات الهوائية، أجهزة الهاتف، آلات التصيير، وبصفة عامة الأجهزة الالكترونية ذات الاستعمال المنزلي، فالمشرع الجزائري حدد البيانات الواجب إدراجها على هذه المنتجات بموجب القرارات الوزارية، فمثلا في القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير المتعلق بوسم الطاقوي للثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية، حدد البيانات الواجب إدراجها على بطاقة الوسم للثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية في المادة وهي:

- اسم المورد وعنوانه.

- علامة الجهاز.

- وصف عام للمنتج بما يسمح بتعريفه.

- المعلومات وعند الاقتضاء في شكل رسوم، المتعلقة بالموصفات الأساسية لتصميم

المنتج، ولاسيما العناصر التي تؤثر تأثيرا بالغا في استهلاكه للطاقة.

- تقارير التجارب والقياسات المنجزة على نموذج واحد طبقا للإجراءات المحددة

بموجب الأنظمة التقنية المعمول بها<sup>1</sup>.

أما فيما يتعلق بوسم المكيفات الهوائية فقد حددت المادة 06 من القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير سنة 2009 المتعلق بالوسم الطاقوي لمكيفات الهواء ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية البيانات الواجب إدراجها على بطاقة الوسم<sup>2</sup>، وهي نفسها المتعلقة بوسم الثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الاستعمال المنزلي. كما أوجب المشرع الجزائري إدراج نفس البيانات المذكورة أعلاه بالنسبة لوسم المصابيح المنزلية بالمادة 07 من القرار الوزاري المؤرخ في

---

<sup>1</sup> - القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية، الجريدة الرسمية العدد 22 المؤرخة في 15 أبريل 2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

<sup>2</sup> - القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي لمكيفات الهواء ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية، الجريدة الرسمية العدد 22 المؤرخة في 15 أبريل 2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

21 فبراير سنة 2009 المتعلق بالوسم الطاقوي لمصابيح المنزلية الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية<sup>1</sup>.

وفي المدة الأخيرة ظهر ما يعرف بالترميز الخطي، وهو عبارة عن خطوط توضع على البطاقة الإعلامية، والتي تحتوي على ثلاثة عشر خطأ وثلاثة عشر رقما التي تسمح بمعرفة المنتج، عن طريق آلة خاصة ( les procédés de lecture optique )، الرقم الأول يبين البلد المنتج مثلا فرنسا، والخمسة الأرقام التالية رمز المنتج، والستة الأخرى خصائص المنتج، الأخير مفتاح مراقبة. وهو نظام عالمي لتشفير الأموال الاستهلاكية، وهي من إبداع أمريكي وكندا وطورت في فرنسا من طرف شركة جين كود (GENCOD)<sup>2</sup>.

وهو غير إلزامي، ولكن تطبيقا في الاستعمالات لدى المساحات التسويقية الكبيرة أصبح ذو أهمية كبيرة لدى صاحب المحل التجاري، لكن بالنسبة للمستهلك لا أية أهمية لعدم تمكن المستهلك من معرفة كافة البيانات المتعلقة بالسلعة أو الثمن المطبق عليها إلا بعد تزويده ببطاقة الصندوق، زد على ذلك عدم قدرة المستهلك على فك رموزها نظرا للمستوى الثقافي للمستهلك الجزائري المحدود، ومنه لا يمكن أن يعوض بطاقة الوسم<sup>3</sup>، كذلك الترميز الخطي لا يحترم القواعد المتعلقة بإشهار الأسعار.

## 2- في التشريع المصري:

من التشريعات المصرية التي أوجبت على المنتج أو المستورد إدراج بطاقة البيانات الخاصة بالسلع والخدمات، التشريعات المتعلقة بالمواد الغذائية حيث ألزموا بوجوب كتابة بيانات معينة عليها بطريقة يصعب معها التغيير فيها، ويجب أن تكون هذه البيانات كافية التمييز بين منتج غذائي مركب ومصنع، وذلك بتبيان مكوناته الأساسية والجهة المصنعة أو المنتجة له، واسم الصانع أو المنتج، وشروط استهلاكه، والأسماء التي يسمى بها وفقا للعلامة التجارية التي يتخذها شعارا تجاريا له، ويجب كذلك ترقيم المنتجات أو المصنعات بأرقام كودية تبين تاريخ الإنتاج أو الصنع وتاريخ انتهاء الاستهلاك.

كما نجد المادة 11 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون 67 لسنة 2006 حيث أوجب فيها وضع البيانات المحددة من طرف الهيئة المصرية للمواصفات القياسية، والبيانات الواجب

<sup>1</sup> القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للمصابيح المنزلية الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية، الجريدة الرسمية العدد 22 المؤرخة في 15 أبريل 2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

<sup>2</sup> - MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 705.

<sup>3</sup> - AUDREY DAVE, op.cit, p 13et 14.

التوافر عليها بالإضافة للبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة وهي طريقة الاستعمال، والتحذيرات، كيفية الوقاية من الأخطار<sup>1</sup>، وطريقة معالجتها، وقرار وزير الصناعة رقم 354 لسنة 1985 بشأن إلزام المنشآت الصناعية المنتجة للمواد الغذائية المعلبة أو المجمدة أو المعلبة بالبيانات الواجب وضعها على عبواتها البيانات التالية:

- اسم المنتج الغذائي، وعنوانه وعلامته التجارية.
- قائمة بالمكونات الأساسية والمواد المضافة للمنتج الغذائي.
- الوزن الصافي وعدد الوحدات في الحالات التي تتطلب ذلك .
- تاريخ الإنتاج وتاريخ انتهاء الصلاحية (..شهر / ..سنة).
- اشتراطات التخزين والتداول في الحالات التي يرى المنتج ضرورة إيضاها.
- أية بيانات أخرى تنص عليها المواصفات القياسية المصرية<sup>2</sup>.

وقد قضت محكمة النقض المصرية عن القرار الصادر في 14/05/1963: "لما كان ما أثبته الحكم المطعون في حق الطاعن من إضافته قدرا من النشا إلى مسحوق الشيكولاتة له أصله الصحيح في تقرير المعمل الكيماوي، الأمر الذي يستوجب حتما إثبات ذلك ضمن بيانات العبوة، وإلا أصبح البيان مخالفا للحقيقة، ومن ثم فإنه لا محل لما يثيره الطاعن من أن النشا قد يكون طبيعيا باعتباره من العناصر التي تدخل في تكوين مسحوق الكاكاو<sup>3</sup>.

كما حظر المشرع المصري في أحد قرارات وزير التموين والتجارة الداخلية على مستوى تجارة الجملة والتجزئة تداول السلع الغذائية المعلبة والمجمدة وسريعة التلف ما لم يكن مثبت على كل عبوة، ووحدة من وحدات البيع المعبأ و تاريخ الإنتاج وتاريخ انتهاء الصلاحية، كما يلتزم مستورد تلك السلع وتجار التجزئة بإثبات اسم المستورد وسعر البيع للمستهلك باللغة العربية في مكان ظاهر بكل وحدة قابلة للتداول<sup>4</sup>.

كما منع المشرع المصري عرض منتجات المطابع المتعلقة بالتغليف، غير مدون عليها أو على أغلفتها أو عبواتها عنوان المصنع المنتج ورقم تسجيل المطبعة، وفي حالة المخالفة يكون العارض مسؤولا عن غش وتضليل المستهلك<sup>5</sup>.

كما حدد المشرع المصري في القرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 الصادر بتاريخ 23 جانفي 2005 بيانات المواد الغذائية المتعلقة بالحدود الميكروبيولوجية، والميكروبات

<sup>1</sup> - المادة 12 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>2</sup> - ثروت عبدالحميد، المرجع السابق، ص 76 و 77.

<sup>3</sup> - على محمود على حمود، المرجع السابق، ص 178 و 179 .

<sup>4</sup> - ثروت عبدالحميد، المرجع السابق، ص 77.

<sup>5</sup> - قرار وزاري رقم 194 لسنة 2005 ، الصادر بتاريخ 5 مارس 2005، جمهورية مصر العربية ، 2005

المرضة والطفيليات، وإفرازاتها السامة، وحدود المعادن الثقيلة وحدود المبيدات والعقاقير الطبية والإشعاع، بالإضافة إلى بيانات بطاقة العبوة على ضوء التعاريف الفنية الواردة بالموصفات الكافية للسلع والمنتجات الغذائية، وإن كانت هذه البيانات غير إلزامية إلا أن في حالة ذكرها يشترط المشرع أن تكتب بخط واضح مفهوم ومقروء، كما ألزم المشرع المصري كذلك بالقرار الجمهوري رقم 1957/798 الخاص بالأوعية التي تستعمل في تعبئة المواد الغذائية ذكر البيانات الإلزامية المحددة من طرف الهيئة المصرية للمواصفات القياسية، بموجب المادة 5 من هذا القرار.

وفي نهاية هذا الفرع نجد أن كلا من المشرع الجزائري والمشرع المصري أصدر قوانين ومراسيم تنظيمية لعملية الوسم أو ما يعرف اصطلاحاً في التشريع المصري بالبطاقة البيانية (الإعلامية)، فمن حيث الإلزام كلا من المشرعين أوجب إدراج على المنتجات البيانات اللازمة، واشترط أن يحمل بيانات إجبارية سواء عليها أو علا غلافها حسب نوع المنتج، ونظراً لاختلاف الكبير بين المواد فرض على كل من المشرع الجزائري والمصري إصدار مراسيم تنظيمية تبين البيانات اللازمة الواجب إدراجها على صنف أو نوع من أصناف وأنواع المنتجات، حتى يمكن المستهلك بالعلم بحل البيع، وتعتبر هذه النصوص القانونية في حد ذاتها حماية لحق المستهلك في الإعلام، لأنها الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الحماية الإدارية والحماية القضائية للمستهلك، والتي سوف نتعرف عليها في الفصل الثاني .

## الفرع الثاني

### الوسائل الاختيارية

إلى جانب الطرق الإلزامية في إعلام المستهلك، يقوم المهنيون من تلقاء أنفسهم بالتعريف بمنتجاتهم قصد الحث على اقتناءها، وذلك عن طريق إشهارها على جمهور المستهلكين بالوسائل المعدة لذلك، وهنا اللجوء إلى هذه الطريقة هو اختياري بالنسبة للمستهلك. ولا بد من توافر البيانات الإلزامية الكافية عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها، ويجب أن تكون عبارات الإعلان واضحة وحصول المعلن عن ترخيص بالإشهار عن منتجاته وهذا ما نص عليه المشرع المصري في القانون رقم 66 لسنة 1956 ، بالإضافة إلى أن لغة الإعلان هي اللغة الوطنية، وعلى سبيل الاستئناس لغة أجنبية أو أكثر من اختيار المعلن. ولقد تعددت القوانين التي تحدد الإشهار في مصر، أما المشرع الجزائري فلم يتناول الإشهار إلا في المشروع التمهيدي المتعلق بالإشهار لسنة 1999 الذي تراجع عنه، ولم ينظم

المشرع الجزائري الإشهار إلا بصدور القانون 04-02 المحدد للشروط المطبقة على الممارسات التجارية. ولذا فسوف نلقي الضوء في هذا الفرع من البحث على الإشهار حسب قانون حماية المستهلك في مصر والقانون 04-02 السالف الذكر في الجزائر.

### أولاً: مفهوم الإشهار التجاري.

الإشهار التجاري هو الوسيلة الأكثر انتشاراً في مجال الترويج للمنتجات والخدمات، وهي في نفس الوقت وسيلة إعلام، ويجب أن تتصف بالصفات التي يجب أن يتصف بها الإعلام الصادر عن الأعوان الاقتصاديين أثناء عرضهم للسلع والخدمات، لذا وجب التطرق إلى تعريف الإشهار التجاري، وأهميته بالنسبة للعون الاقتصادي والمستهلك.

### 1- تعريف الإشهار التجاري:

لقد استعملت عدة مصطلحات للإشهار في الفقه القانوني، فمنه من اعتبره إشهار ومنه من اعتبره إعلان تجاري، وآخر ذهب إلى الدعاية التجارية، إلا أن كل المصطلحات تصب في مغزى واحد هو السلوك الذي يسلكه التاجر أو المهني للتعريف بمنتجاته بغية ترويجها في السوق من أجل الإقبال عليها باستعمال وسائل دعائية.

ويقال عن الأمر علونا أي شاع وظهر خلاف خفي، كما يقال أعلنه أي ظهره وجهر به<sup>1</sup>، والعلن إعلان الشيء بالنشر ويقابلها بالفرنسية المصطلح *Publicité*<sup>2</sup>. فالإعلان هو كل ما ينشره التاجر أو غيره في الصحف السيارة أو في النشرات الخاصة، حيث يعلن فيها ما يريد الإعلان عنه ترويجا له<sup>3</sup>.

أما اصطلاحاً فعرف على أنه: "فن له تأثير نفسي على الجمهور تحقيقاً لغايات تجارية"، أو أنه: "فن إغراء الأفراد لاتخاذ سلوك معين"، ومنه انصرفت كل التشريعات المستحدثة إلى اعتبار الإشهار وسيلة تحريضية أكثر مما هي إخبارية، تهدف على الحث على التعاقد من أجل الربح. وعرفه محمد العليان على أنه عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمننا معيناً لإيصال معلومات على فئات معينة من المستهلكين، بحيث يفصح المعلن عن شخصيته<sup>4</sup>. وذهب البعض إلى أن الإعلان التجاري هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور أياً كانت أداة هذا التأثير<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 91.

<sup>2</sup> - جديني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، رسالة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق بجامعة الجزائر، الجزائر، 2001، ص 09.

<sup>3</sup> - أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية، المرجع السابق، ص 25.

<sup>4</sup> - الإشهار تحديد المفهوم ومعايير التصنيف.

le 28/12/2007

[www.wahab1081.maktooblog.com/309350.htm](http://www.wahab1081.maktooblog.com/309350.htm)

<sup>5</sup> - القاضي أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص 22.

وعرف الإعلان على أنه: "إخبار وإعلان تجاري أو مهني، القصد منه التعريف بمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وامتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو هذه الخدمة".<sup>1</sup>

عرفه المشرع الفرنسي في المادة 1-121 من قانون الاستهلاك الفرنسي: "كل وسيلة إعلام تسمح بتكوين رأي حول الأموال والخدمات المعروضة من طرف المعلن"<sup>2</sup>، كما عرف ب: "كل شكل من أشكال الاتصال في إطار النشاط التجاري أو الصناعي أو الحرفي من أجل تسويق الأموال والخدمات"<sup>3</sup>، وقد اعتمد هنا إدراج مصطلح الأموال عن السلع لأنه شامل للمنقول والعقار، على غرار النصوص السابقة التي استعمل فيها كلمة منتج مما يفهم عن طريق المخالفة أن العقار خارج عن دائرة الحماية.

و المشرع الجزائري عرف الإشهار في المادة 3/03 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء نصها على الشكل الآتي: "إشهار: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلعة أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"<sup>4</sup>. وحسب تعريف المشرع الجزائري لا بد من توافر العلانية والجمهور ومخاطبة الجمهور حتى يعتبر إشهاراً، كما لم يشترط المشرع الجزائري شخص معين مهما كانت صفته، وكذلك لم يشترط وسيلة معينة بأي وسيلة من الوسائل.

أما المشرع المصري أورد تعريفاً للإشهار التجاري<sup>5</sup> في القانون رقم 66 لسنة 1956 الصادر في شأن تنظيم الإعلانات حيث نص في مادته الأولى: "يقصد بالإعلان في تطبيق أحكام هذا القانون، أية وسيلة أو تركيبية أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو أي مادة أخرى، وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الإعلان، بحيث تشاهد من الطريق أو من خارج وسائل النقل". أما في قانون حماية المستهلك أو لائحته التنفيذية فلم يورد تعريفاً للإشهار واكتفى على النص على الحالات التي يعتبر فيها الإشهار غير قانوني حيث جاء في نص المادة 17 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 المتعلق بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون 67 لسنة 2006: "يعد إعلاناً خادعاً الذي يتناول منتجاً ويتضمن عرضاً أو ادعاءً كاذباً أو أي أمر آخر ينصب بصفة خاصة على عنصر أو أكثر من العناصر التالية متى كان من شأنه أن

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 92.

<sup>2</sup> - MÉMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, op.cit, p 1030.

<sup>3</sup> - AUDREY DAVE, op.cit.p 3.

<sup>4</sup> - المادة الثالثة من قانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>5</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 94.

يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل، أي كانت وسيلة هذا الإعلان "...". ومن تحديد هذه التعاريف يتضح أن للإشهار عنصرين أساسيين.

## 2- عناصر الإشهار التجاري:

الإشهار يقوم على عنصرين أساسيين، العنصر المادي والعنصر المعنوي، ومنه يقتضي دراسة كل عنصر على حدا بشيء من الاقتضاب.

### أ- العنصر المادي للإشهار:

ويتمثل في كل فعل أو نشاط أو استخدام أدوات التعبير<sup>1</sup> التي يتم بها الإعلان والتي تختار من بين الوسائل المتاحة مهما كانت المكتوبة أو المسموعة أو المرئية أو شفوية كانت. ومن أمثلة هذه الأدوات ومن الوسائل المكتوبة نجد صحيفة مجلة لوحة منشورا أم مطبوعا، أما الوسائل المرئية فنجد الصورة أو السينما أو التلفزيون وغيرها<sup>2</sup>، وقد يكون شفويا كما تم ذكره، ومن الأمثلة على الوسيلة الشفوية قيام المندوبين الجوالين بالمرور على المنازل بقصد عرض المنتجات والخدمات مثلا. لإحداث التأثير النفسي لدى الجمهور، فالإعلان هو رسالة من المعلن إلى الجمهور هدفها تغيير نمط سلوك استهلاكي بحيث يسلك الجمهور السلوك الذي يقصد منه المعلن وهو الإقبال على منتوجاته أو خدماته محل الإعلان.

### ب- العنصر المعنوي للإشهار:

هو نية تحقيق الربح التي يسعى له المعلن وراء الإعلان، الذي يرسله للجمهور بسلوكه المادي المتمثل في استعمال وسيلة الإعلان، بزيادة العملاء أو طالبي السلعة أو الخدمة محل الإعلان. وهذا هو العنصر الذي يميز الإعلان التجاري عن بقية الإعلانات الأخرى التي لا تتوافر على نية الربح من وراء الإعلان، ومنه نميزه عن باقي الإعلانات الأخرى التي تصدر من الأشخاص الأخرى، والتي لا تنطوي على تحقيق الربح أو الإعلانات الصادرة عن المرافق العمومية اتجاه المواطن<sup>3</sup>.

ومن بين الأمثلة التي تضرب في هذا الصدد، تلك الإعلانات التي تصدر عن وزارة الصحة بوجوب استعمال أكياس بلاستيكية لرمي القمامات، من خلال عرضها لنوع محدد من هذه الأكياس لمتانتها وقوتها، حتى لا تحدث مزبلة بتقطيع الكلاب لها، وإن كانت تدعو بطريقة ما إلى شراء نوع معين منها، وبالتالي دعاية تجارية، ولكن لا تسعى إلا تحقيق الربح، ولكن للمحافظة على الصحة العامة، ومنه يخرج هذا الإعلان من دائرة الإعلانات التجارية.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 101.

<sup>2</sup> - WILFRID JEAN DIDIER, droit pénal des affaires, 6 édition, DALLOZ, 2005, p 407.

<sup>3</sup> - القاضي أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص 23 و24.



### 3- أهمية الإشهار التجاري:

الإشهار هو وسيلة اتصال بين منتج لسلعة أو خدمة وبين المستهلك الذي يريد الحصول على هذه السلعة أو الخدمة، فما أهميته لكل واحد منهما؟

#### أ- أهمية الإشهار بالنسبة للأعوان الاقتصاديين:

فبالنسبة للأعوان الاقتصاديين يعتبر الإشهار التجاري من أهم الوسائل التي تربطه بعلاقة دائمة مع جمهور المستهلكين، فهو يحث المستهلك على الشراء للسلعة أو الخدمة محل العرض، وهذا ما يؤدي إلى تصريف منتجاته في السوق، ومنه فهو حل لمشكلة الكساد التي قد تعترى منتجاته وتورقه.

أما للبائع فهي الوسيلة التي تمكنه من زيادة مداخله التي يسعى إليها لتحقيق الربح في نشاطه التجاري وذلك عن طريق زيادة في المبيعات<sup>1</sup>، وذلك بترويج سلعته بأفضل الطرق حتى يزيد من إقبال جمهور المستهلكين عليها، وكثرة الطلب مما يحقق له فائدة تجارية كبيرة، وهي الزيادة التي يتصف بها كل نشاط تجاري.

حتى للوكالات الإشهارية التي تقوم بالترويج لهذه السلع والخدمات عن طريق دفع مبالغ مقابلة لعملية الإشهار مما يحقق لها منفعة مادية من خلال إقبال المنتجين والموزعين والباعة، على استعمال هذه الوسائط الإعلامية من أجل الترويج لسلعهم وخدماتهم.

إلا أنه قد يكون له آثار سلبية ولكن في حالة السلوك غير القانوني الذي يقدم عليه المعلن في تقديم إشهاره، وخداع الجمهور بأساليب احتيالية مما قد يوقع المستهلك في التدليس وحينئذ نكون أمام إشهار غير قانوني الذي نحدد صورهم فيما بع د في كلا التشريعين المصري والجزائري.

#### ب- أهمية الإشهار بالنسبة إلى المستهلك:

ويعد الإشهار للمستهلك له ضرورة ملحة لتحقيق غايته في إشباع رغباته لأنه هو الذي يزوده بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل الإشهار<sup>2</sup>، ويحيطه إحاطة كاملة بأفضل أنواع السلع والخدمات المعروضة وكذا مواصفاتها وأسعارها وكيفية الحصول عليها، وأماكن تواجدها لكي يمكنه من المفاضلة والتمييز بين أنواع وبدائل فيما يتعلق بالسلع من نفس الصنف، فالمستهلك قبل أن يقوم باتخاذ قرار الشراء يكون في حالة تشويش معرفي بين الشيء الذي يختاره والشيء الذي يتوافق وما يطلبه وما يملكه من إمكانات الحصول عليه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - تاريخ وتطور الإعلان.

le 30/12/2008

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 118.

<sup>3</sup> - الإشهار تحديد المفهوم ومعايير التصنيف .

ومنه فالإشهار يزيد من حرية المستهلكين في اختيار السلع، كما يوفر عنهم عناء البحث عن السلع، كما له فوائد صحية بغرس سلوك صحي في أفراد المجتمع. كما يحافظ على القدرة الشرائية للمستهلكين من خلال المنافسة بين المهنيين داخل السوق من جراء تحديد الأسعار بسعر أقل مما عرضه عون اقتصادي آخر، ولكن بشرط الخضوع للمنافسة الحرة والنزيهة<sup>1</sup>.

### ثانيا : صور الإشهار غير المشروع

لقد اشترطت جميع التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك أن يكون الإشهار التجاري مشروعاً وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة، فالإعلان الذي يحرض على اقتناء المخدرات أو ممارسة الدعارة فلن يكون مشروعاً، وهذا ما ذهب إليه المشرع المصري في المادة 187 من قانون العقوبات المصري.

بالإضافة إلى هذا اشترط أن يكون بعيداً عن أي كذب أو تضليل للمستهلك، أي لا بد أن يتصف الإشهار ببعض الصفات كالموضوعية والصدق، باعتباره أحد الوسائل المشروعة في عملية المنافسة، إلا أن بعض الأعوان الاقتصاديين قد يلجؤوا إلى أساليب ترويجية غير نزيهة تقوم على الخداع والتضليل غير الشرعي. ومنه حتى يكون الإشهار مشروع يجب أن يكون غير كاذب وغير مضلل، فالإشهار الكاذب هو الذي يحمل معلومات خاطئة غير حقيقية، أما الإشهار المضلل هو الذي يحمل معلومات قد تؤدي على التضليل أو الالتباس<sup>2</sup>.

إلا أن لكل مشرع نظريته في تحديد الصور التي يعتبرها إشهاراً غير قانوني ولذا سنأتي على دراسة كل تشريع على حدة، ونخص بالذكر كلا من التشريعين المصري والجزائري وهو محل الدراسة من هذه المذكرة.

### 1- - صور الإشهار غير المشروع في التشريع الجزائري:

ولقد حدد المشرع في المادة 28 من القانون 02/04 ثلاث حالات يعتبر فيها الإشهار تضليلياً غير شرعي. وقبل أن نخوض في تعدادها نورد الملاحظات التالية:

1- من خلال سياق المادة 28 يبدو أن الصور الثلاثة المذكورة للإشهار التضليلي وردت على سبيل الذكر لا على سبيل الحصر، يفهم ذلك من استخدام المشرع عبارة "... لا سيما إذا كان: 1..2..3.." وعليه يمكن للقاضي اعتبار إشهار معين تضليلي ولو خارج هذه الصور

الثالث، وإن كانت هذه الصور تستغرق في الحقيقة كل مظاهر الإشهار التضليلي المستعملة في الوقت الحالي خصوصا مع الصياغة العامة التي وردت بها هذه الصور.

2- لقد استأنفت المادة 28 نصها بالعبرة: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان..." وفي هذا إشارة إلى أن المشرع قد نظم موضوع الإشهار في نصوص أخرى نذكر منها المرسوم التنفيذي رقم 286/92 المتعلق بالإعلام الطبي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري الذي حدد ضوابط الإشهار والترويج في هذا المجال، وبما أن الطبيب والصيدلي ينطبق عليهما صفة العون الاقتصادي فإنهما يخضعان بالإضافة إلى أحكام هذا المرسوم للقانون 02/04، وفي حالة التعارض تطبق قاعدة الخاص يقيد العام.

3- إن تحديد حالات الإشهار التضليلي له أهمية بالغة كونها تحدد الركن المادي لجريمة الإشهار التضليلي التي اعتبرها المشرع ممارسات تجارية غير نزيهة وعاقب عليها بموجب المادة 38 من القانون 02/04 وبالتالي فإن هذا التحديد هو تجسيد لمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات.

4- يلاحظ أن المشرع لم يحدد صفة متلقي الإشهار إن كان مستهلكا أم عون اقتصادي، سواء عند تعريفه للإشهار أو عند تحديده لصور الإشهار التضليلي في المادة 28، وهو ما يفهم منه أن أحكام الإشهار التضليلي تطبق سواء كان موجها للمستهلك أو للأعوان الاقتصاديين.

و المادة 28 ذكرت ثلاث صور للإشهار، سيتم التركيز عليها في هذا الجزء من البحث، ولكن دون التعمق فيها<sup>1</sup>.

#### أ- الإشهار المفضي إلى التضليل:

من استقراء المادة 1/28 من قانون 02-04 فإنه يعتبر إشهارا غير مشروع و ممنوع كل إشهار "يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته"، ومنه لا يشترط أن يقع التضليل فعلا بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع مستقبلا، ومن ثم فإن تحديد مدى انطباق هذه الصورة ينطلق من مضمون الإشهار ومحتواه بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار، وفي ذلك تكريس لحماية المستهلك.

والملاحظ أن المشرع لم يشترط قصد التضليل (الركن المعنوي) لدى صاحب الإشهار وإنما اكتفى بالركن المادي المتمثل في أن يكون الإشهار متضمنا لبيانات أو تشكيلات يمكن

<sup>1</sup> - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 98 .

أن تفضي إلى التضليل وبالتالي فإن الجريمة التي تجسدها هذه الصورة للإشهار التضليلي هي "جريمة مادية" لا تحتاج إلى ركن معنوي.

وقد استعمل المشرع الجزائري مصطلح التضليل دون الكذب لأن التضليل هو أي سلوك من شأنه خداع المتلقي وإيقاعه في الغلط، أما الكذب فهو ادعاء مزاعم مخالفة للحقيقة<sup>1</sup>. وعليه فإن مفهوم الكذب ينطوي تحت مصطلح التضليل<sup>2</sup>، وهذه نقطة ايجابية للمشرع الجزائري الذي وسع من دائرة الحماية للمستهلك والأعوان الاقتصاديين، وسواء تعلق الأمر بتعريف المنتج أو الخدمة أو بكميته أو وفرته أو خصائصه. لذا عادة ما يطلق على هذا النوع من الإشهار بالإشهار الخادع.

ولقد قاوم المشرع تضليل المستهلك في نصوص تشريعية أخرى منها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات<sup>3</sup>، حيث نص المشرع في المادة 7 منه على الحالات التي يرفض فيها تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وهي 9 حالات نذكر منها الحالتين 5 و6 التي تهمننا في هذا المقام<sup>4</sup>:

- إذا كانت العلامة تتضمن "رموزا تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمزا أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك".

- إذا كانت العلامة تتضمن "رموزا يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها".

#### ب- الإشهار المفضي إلى اللبس:

تنص المادة 2/28 على أنه يعتبر إشهارا تضليليا غير شرعي وممنوعا إذا كان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو منتجاته أو خدماته أو نشاطاته".

يتضح من ذلك أن المشرع في هذه الـصـورة أيضا لم يستوجب وقوع اللبس فعلا وإنما يكفي إمكانية حدوثه في المستقبل، كما أن المشرع لم يشترط على غرار الصورة السابقة أي

<sup>1</sup> - أحمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، ص 59.

<sup>2</sup> - أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، عدد 04 لسنة 1995، سبتمبر 1995، ص 173.

<sup>3</sup> - الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 2003/07/23، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2003.

\* - يترتب على رفض تسجيل العلامة من قبل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، عدم إمكانية استعمالها على الإقليم الوطني طبقا للمادة 04 من الأمر 06/03، وهناك حالات أخرى في المادة 07 من نفس الأمر استهدف من خلالها المشرع حماية المستهلك من التضليل إلا أنها أقرب للصورة الثانية المتعلقة "بالإشهار المفضي لللبس".

قصد للتلبيس لدى صاحب الإشهار أي لم يشترط أي عنصر معنوي وبالتالي فإن الإشهار في هذه الصورة أيضا يشكل جريمة مادية.

وعلة حظر هذا النوع من الإشهار بالنسبة للمستهلك تتجلى في أن اللبس الحاصل نتيجة الإشهار من شأنه توليد الشك والأوهام في ذهن المستهلك فيقدم على اقتناء ما لم يقصد اقتناؤه فعلا من السلع والخدمات أو التعاقد مع من لم يكن ينوي التعاقد معه، فتحميد بذلك إرادته عن منحها الصريح نتيجة ما لحقها من بلبلة وتشويش. ولا يكون ذلك إلا إذا كان هذا الإشهار يتضمن عناصر تقلد أو تحاكي أو تشبه عنا صرر تميز منتج أو سلعة أو نشاط بائع آخر، وبالتالي فإن المشرع من خلال حظره للإشهار المفضي للبس يستهدف حماية رضا المستهلك وذلك بأن يكون اختياره حرا ونزيها لا يشوبه أي لبس أو تشويش.

والفرق بين الإشهار المفضي للتضليل والإشهار المفضي لللبس هو أن المشرع في الصورة الأولى ركز على ضرورة أن تكون بيانات الإشهار وتشكيلاته صادقة تدل بدقة على تعريف المنتج أو الخدمة ومميزاته وخصائصه، أي ضرورة أن يلبي المنتج أو الخدمة الرغبات التي يمكن أن يتوقعها المستهلك عند مشاهدته للإشهار من حيث خصائص المنتج أو الخدمة ووظيفته ومنفعته وجدواه. أما بالنسبة للإشهار المفضي لللبس فإن المشرع قد حرص على حرية ونزاهة اختيار المستهلك، وبالتالي حتى وإن كانت البيانات التي وردت في الإشهار صحيحة وتدل على حقيقة المنتج أو الخدمة محل الإشهار فإن الإشهار يعتبر مضللا متى كان من شأنه أن يجعل المستهلك يتعاقد مع بائع لم يكن يقصده أو على سلعة أو خدمة لم يقصد اقتناؤها حتى وإن كانت هذه السلعة أو الخدمة تلبى رغباته. لذا فإن الحماية في هذه الصورة تبدو أرقى وأبعد من التي سبقتها.

ولاشك أن حظر الإشهار المفضي إلى اللبس من شأنه أيضا تكري س نزاهة الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين، وهي تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك<sup>1</sup>.

ومادامت المادة 28-2 لم تشترط صراحة أن يكون العون الاقتصادي(البائع) الذي وقع التلبيس على منتوجه أو خدمته أو نشاطه "منافسا" للبائع الذي أصدر الإشهار، ولو أراد المشرع عكس ذلك لنص صراحة على صفة المنافس في العون الاقتصادي(البائع) ضحية التلبيس كما فعل في المادة 27 من قانون 04-02 السالف الذكر، ولعل المشرع أراد من وراء ذلك سد باب التواطؤ الذي يحصل من خلال الإشهار الذي تصدر عن بائع غير منافس لكن

<sup>1</sup> - المادة 27 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

لمصلحة بائع آخر منافس لمن وقع التلبس ضده، وعادة ما يستهدف هذا الإشهار الحط من سمعة العون الاقتصادي(البائع) الآخر لتحويل زبائنه إلى العون الاقتصادي(البائع) المنافس الذي يظل خارج الصورة<sup>1</sup>.

ولقد لعب القضاء في الجزائر دورا هاما في مقاومة التلبس الذي قد يضلل المستهلك حتى قبل صدور القانون 02/04، وذلك من خلال حماية العلامات التجارية خصوصا من خلال جريمة المحاكاة التدلّيسية، بل إن القضاء أخذ بالمستهلك كمعيار لتقدير المحاكاة التدلّيسية إذ جعل التقدير يتم على ضوء اللبس أو الغلط أو الانخداع الذي قد يقع ضحيته المستهلك ذي الانتباه المتوسط<sup>2</sup>.

### ت- الإشهار المضخم

تنص المادة 3/28 على أنه يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوع، كل إشهار تضليلي "يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار". فالمشرع في هذه الصورة للإشهار التضليلي يتصدى للأعوان الاقتصاديين الذين يبثون إشهارا يفوق قدراتهم الحقيقية، والملاحظ أن المشرع هنا أيضا لم يشترط أي قصد جنائي وبالتالي حتى إذا كان الإعلان المضخم سببه سوء في تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية فإن ذلك لا ينفي عن الإشهار صفة التضليل. والعلة في حظر هذا النوع من الإشهار ترجع لتأثيره على الاستقرار والتوازن بين العرض والطلب وما ينجر عنه من تذبذب في الأسعار وهز لتقة المستهلك.

وعليه فإذا كان مضمون الإشهار يضخم من قدرات العون الاقتصادي على نحو يوحي بقدرته على تلبية حاجيات المستهلك من سلعة أو خدمة معينة في حدود ما يستشف صراحة أو ضمنا من الإشهار، فإن هذا سيبيح الثقة في نفس المستهلك من جهة، ومن جهة أخرى يجعل بعض الأعوان الاقتصاديين الآخرين يوجهون نشاطاتهم نحو سلع وخدمات يحتاجها المستهلك نتيجة نقص العرض بشأنها، وبهذا يتوازن العرض والطلب حسب قواعد السوق. فإذا كان الإشهار غير واقعي (مضخما) بأن كانت قدرات العون الاقتصادي صاحب الإشهار لا تمكنه من تغطية طلبات المستهلكين من سلع وخدمات على النحو الذي يوحي به إشهاره، انعكس

<sup>1</sup> - حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، بدون دار النشر، بدون مكان النشر، بدون سنة النشر، الصفحات 50 و51 و52 و53.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 66.

ذلك على توازن السوق فيقل العرض مقارنة مع الطلب وهو ما يستتبع عجز السوق عن تلبية حاجات المستهلك وما يرافق ذلك من ارتفاع للأسعار.

وقد يكون القصد منه الحط من قيمة الأسعار لإلحاق الضرر بعون اقتصادي آخر، وهذا النوع من الممارسات حظره المشرع في الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة التي تكمن في عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها<sup>1</sup>.

ويتضح من خلال المادة 28-3 أن الحكم على إشهار معين بالتضخيم يقتضي توافر شرطان، الشرط الأول يجب أن يتضمن الإشهار عرضا معيناً لسلع أو خدمات، والشرط الثاني هو عجز العون الاقتصادي عن توفير السلع أو ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

ويلاحظ أن المادة 28-3 لم تشترط أن يكون التضخيم مقصوداً وبالتالي يكفي أن يكون سببه سوء تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية، لأن هذا الأخير شخص محترف يفترض دقة تقديره لقدراته المهنية<sup>2</sup>. وعموماً فإن تقدير مدى تضخيم العون الاقتصادي لقدراته في الإشهار يرجع للسلطة التقديرية للقاضي. والصورة الرابعة التي لم يتناولها المشرع الجزائري هي الإشهار المقارن، على غرار المشرع المصري، واكتفى بحظر الإشهار المفضي إلى اللبس، على الرغم من أن مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 حظره في المادة 42 منه.

## 2- صور الإشهار غير المشروع في التشريع المصري:

حمى المشرع المصري جمهور المستهلكين من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل بنص المادة 06 من قانون حماية المستهلك، وألزم على المعلن والمورد بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة السلعة وخصائصها بما يحمي المستهلك من تكوين اعتقاد غي ر صحيح أو مضلل، ووضع لها عقوبة جنائية<sup>3</sup>.

وقد نص المشرع المصري على صور الإعلان غير القانوني بنص المادة 17 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 المتعلق بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك التي جاء نصها على الشكل الآتي: "يعد إعلاناً خادعاً الإعلان الذي يتناول منتجاً ويتضمن عرضاً أو بياناً أو ادعاءً كاذباً أو أي أمر آخر ينصب بصفة خاصة على عنصر أو

<sup>1</sup> - الفقرة 4 من المادة 6 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

<sup>2</sup> - المادة 06 من قانون 03-03 المتعلق بالمنافسة.

<sup>3</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق ص 95.

أكثر من العناصر التالية متى كان من شأنه أن يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل، وأيا كانت وسيلة الإعلان:

1 طبيعة السلعة أو تركيبها أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التي تتكون منها هذه السلعة أو كميتها.

2 مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمالها أو محاذير هذا الاستعمال.

3 جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة.

4 نوع الخدمة ومكان تقديمها ومحاذير استخدامها وصفاتها الجوهرية سواء انصبت على نوعيتها أو الفوائد من وراء استخدامها.

5 شروط وإجراءات التعاقد بما في ذلك خدمة ما بعد البيع والضمان والتمن وكيفية سداده.

6 الجوائز أو الشهادات أو علامات الجودة.

7-العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات.

8 خصائص المنتج أو النتائج المتوقعة".

وباستقراء هذه المادة يتبين تعداد صور الإشهار غير المشروع، جاء على سبيل المثال وهذا ما يفهم من عبارة: "يعد إعلاننا خادعا الإعلان الذي..."، ومنه بالقياس على هذه الصور يعتبر إشهارا غير قانوني في التشريع المصري. كما أن مصدر الإشهار غير المشروع هو الكذب أو التضليل الذي ينصب على عناصر المنتوجات الذاتية أو عناصر المنتوجات الخارجية.

#### **أ- الكذب والتضليل المنصب على العناصر الذاتية للمنتجات:**

الصورة الأولى للإشهار غير المشروع في التشريع المصري، هي أن ينصب الإشهار الكاذب أو المضلل على العناصر الذاتية للمنتجات، سواء على طبيعة السلعة، أو على أصلها، أو على الخصائص الجوهرية المكونة لها، أو على مقدارها.

\* - الكذب والتضليل المنصب على طبيعة السلعة : حينما يتصل الكذب أو التضليل

بطبيعة السلعة، فهنا السلعة موجودة ولكن طبيعتها مخالفة للحقيقة ومثال الإعلان عن نباتات على أنها هرمية وإنها مزهرة حتى فصل الشتاء والواقع أنها مجرد نباتات حولية.

\* - الكذب والتضليل المنصب على أصل البضاعة: أصل البضاعة له دور في الإقبال أو

الإجحاف عنها، ولهذا قد ينصب الكذب أو التضليل على أصل البضاعة ، ومثالها كأن يدعي تاجر أن أصل هذه السلعة من دول أوروبية في حين هو مستورد من اندونيسيا.



\* - **الكذب والتضليل المنصب على الخصائص الجوهرية للسلعة** : قد يتعاقد المستهلك بدافع العناصر الجوهرية التي تم الإعلان عنها و التي تتمتع بها السلعة، وتترتب المسؤولية على العون الاقتصادي في حالة ما إذا كانت هذا المنتج لا يتوفر على هذه الصفات المعلن عنها، وفي هذا الصدد قد حكم بمسؤولية صاحب معرض السيارات أعلن عن بيع سيارة أنها بحالة جيدة جدا رغم تعرضها لحادثين متتاليين<sup>1</sup>.

\* - **الكذب والتضليل المنصب على مقدار البضاعة**: كما قد ينصب الكذب والتضليل على مقدار البضاعة، ومقدار البضاعة يشمل الكمية والوزن والعدد أو المقاس، وإذا كان الفارق بين ما تضمنه الإعلان وبين ما تسلمه المستهلك لا يجري العرف ولا العادة على التسامح عليه، فهنا نكون بصدد إعلان تجاري كاذب، وفي هذه الحالة لا يصعب على المحكمة إثباته، ويكفي إجراء مقارنة بين ما ورد في الإعلان والمقدار الحقيقي المسلم فعلا للمشتري<sup>2</sup>. ومثاله الإعلان عن بيع قطعة أرض من وكالة عقارية على أن مساحتها 200 متر مربع في حين هي لا تتجاوز 180 متر مربع في الحقيقة.

#### ب- **الكذب والتضليل المنصب على العناصر الخارجية للمنتجات**:

أما الصورة الثانية للإشهار غير المشروع، أن ينصب الكذب والتضليل على العناصر الخارجية للمنتجات سواء انصب على طريقة وتاريخ الإنتاج، أو على ثمن البضاعة وشروط البيع، أو على الأثر الفعال للمنتج، أو على الشهادات والعلامات المتعلقة بالمنتج.

\* - **الكذب والتضليل المنصب على طريقة وتاريخ الإنتاج** : وهنا ينصب الكذب على الطريقة الصنع بالنسبة للسلعة أو تقديم الخدمة، ومثالها الخبز الذي يروج له أنه محضر على نار طبيعية في حين تم تحضيره في فرن اصطناعي<sup>3</sup>.

أما عن تواريخ الإنتاج وبالقياس بتاريخ الاستهلاك ومدة الصلاحية، نحن نعرف أن بعض السلع خاصة الغذائية محل للتعرض للتعفن بعد مدة من إنتاجها، ولهذا يكون محل الكذب هو تاريخ الإنتاج على أنها جديدة وفي الحقيقة أنها صنعت منذ فترة سابقة على الفترة المذكورة في الدعاية، وبهذا يكون الإعلان غير مطابق للحقيقة، بالإضافة إلى العقوبات الجنائية إذا ترتب ضرر يمس سلامة الجسم، بتطبيق أحكام قانون العقوبات.

\* - **الكذب والتضليل المنصب على ثمن البضاعة وشروط البيع** : وكثيرا ما ينصب الكذب والتضليل على ثمن السلعة والخدمة فيروج لها بثمن ما محدد، ولكن عند التقدم للشراء

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 145.

<sup>2</sup> - أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، المرجع السابق، ص 104 و105.

<sup>3</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 149.

أو الاقتناء فنفجاً بئمن غير ذاك الذي ذكر في الإعلان، ومن ثم يحاط بكل وسائل التأثير، وهو النية من هذا الإشهار<sup>1</sup>.

وقد ينصب على شروط التعاقد، ومن بين هذه الشروط استبدال السلعة في حالة عدم إعجابه أو تقديم شيء نفسه إذا اقتنيت منه كمية. أو البيع بالتقسيط دون زيادة الفوائد، أو البيع بسعر الجملة في حين سعرها عند الاقتناء هو نفس سعر التجزئة المطبق في السوق.

\* - **الكذب والتضليل المنصب على الأثر الفعال للمنتوج:** ويقصد بالأثر الفعال هي

الميزات الخاصة التي تنطوي عليه السلعة أو المنتوج، وتكثر هذه الإعلانات في مجال المنتجات الصيدلانية والتجميل والنظافة، مثل الغسول الذي يدعي فيه منتجه على أنه يقوي الشعر في حين هو غسول عادي.

أو منتوج نتأجه المتوقعة في درجة ما، ومثاله أن يدعي منتج القمح أن البذور المعروضة - تم خضوعها لتجهينات وتنمو في جميع شهور السنة. إلا أن هذا غير مطابق للحقيقة مما يرتب المسؤولية على العون الاقتصادي.

\* - **الكذب والتضليل المنصب على الشهادات والعلامات المتعلقة بالمنتوج:** كما قد يكون

محل الكذب والتضليل هو العلامة التجارية للمنتوج، فقد يدعي بأن هذا المنتوج علامته التجارية كذا في حين هو منتوج مقلد أصلاً، ولا يملك علامة تجارية، أو يعلن أنه خضع للفحص وتم المصادقة على جودته في حين أنه لم يخضع لمصالح المراقبة وهو في حالة تسويقية غير قانونية.

وفي نهاية هذا الفرع نستنتج أن كلا من المشرع الجزائري المشرع المصري نظم عملية الإشهار بنصوص خاصة، رغم أنها عرفت صدور تشريعي متأخراً جداً، وتركاه للحرية الأطراف من حيث الوسيلة المتخذة، إلا أن التنظيم القانوني الخاص بالإشهار رسم الحدود الواجب أن لا يتعداه المشهر أثناء التشهير بمنتجاته وخدماته، بتحديد الصور التي يكون عليها الإشهار غير مشروع، ورغم الاختلاف إلا أن نقاط التلاقي بينهما كثيرة جداً في تحديد هذه الصور غير المشروعة للإشهار، غير أن المشرع الجزائري كان أوسع مجالاً في تحديد الصور المتعلقة بالإشهار مما هو عليه التشريع المصري مما يحقق حماية أفضل للمستهلك في التشريع الجزائري.

<sup>1</sup> - أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، المرجع السابق، ص 109.

## الفصل الثاني

### آليات حماية حق المستهلك في الإعلام

إن إخلال العون الاقتصادي بحق المستهلك في الإعلام، تترتب عليه المسؤولية المدنية بالإضافة إلى المسؤولية الجزائية نتيجة هذا الإخلال، مما يفهم أن حق المستهلك في الإعلام محمي عن طريق المسؤولية المدنية والمسؤولية الجزائية.

فالمسؤولية المدنية سابقة على الحماية الجزائية، ولقد تم ابتداء هذا الالتزام من طرف القضاء لما لاحظته من كثرة الدعاوي المتعلقة بالغلط والتدليس، وبعدها صدرت قوانين تحمي هذا الحق لها وصف الحماية الجزائية، مع إبقاء المسؤولية المدنية، مما نستطيع القول أن التشريع الجزائري والتشريع المصري وفر ازدواجية في حماية المستهلك. ومنه يتبادر إلى الأذهان السؤال الآتي: لماذا لجأ كلا من التشريع الجزائري والمصري إلى هذه الازدواجية؟ هل أن المسؤولية المدنية لم تحقق الحماية الكافية للمستهلك؟ أم أن هذه ضمانات إضافية للمستهلك في الحماية؟

وهذا ما سوف نجيب عليه من خلال الحديث عن كل من المسؤولية المدنية في المبحث الأول، والمسؤولية الجزائية في المبحث الثاني.

### المبحث الأول

#### المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام

المسؤولية المدنية تنقسم إلى قسمين، المسؤولية العقدية و المسؤولية التقصيرية، وبما أن حق المستهلك في الإعلام، هو حق فرضته التشريعات على الأعوان الاقتصاديين في مرحلة وضع المنتج للاستهلاك. وقد عرف وضع المنتج للاستهلاك بالمادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "...مجموع مراحل الإنتاج الاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة.

ومنه فقد يكون التزام عقدي، وتطبق عند الإخلال به المسؤولية العقدية، وقد يكون ما قبل مرحلة التعاقد وتطبق عليه أحكام المسؤولية التقصيرية، ولهذا في هذا المبحث سوف نبين كيف حمت كلا من المسؤولية العقدية و التقصيرية حق المستهلك.

## المطلب الأول

### المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام

إن العقد يمر بمرحلتين مرحلة التكوين و مرحلة التنفيذ، ففي مرحلة التكوين يقبل المستهلك على إبرام العقد من أجل اقتناء حاجته محل التعاقد على ضوء إرادة لا بد من أن تكون حرة مستبصرة بالشيء المادي محل العقد أي أن يكون رضاه غير معيب، ومن هنا وجب حماية هذا الرضا من العيوب التي قد تلحقه.

و في مرحلة تنفيذ العقد يلتزم العون الاقتصادي بتسليم محل العقد على المواصفات التي كان عليها وقت البيع، أو بالمواصفات المتفق عليها، أو بالمواصفات المصرح عنها من طرف العون الاقتصادي، مما يفرض حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد، وهي المرحلة الثانية. وعليه نقوم بتقسيم هذا المطلب إلى المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام عند تكوين العقد(الفرع الأول)، المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام عند تنفيذ العقد(الفرع الثاني).

## الفرع الأول

### المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام عند تكوين العقد

إن الإقرار بحق المستهلك في الإعلام يوفر حماية لرضا المستهلك من عيوب الرضا، ومن العيوب التي نتصورها في هذا المجال، هو إخلال العون الاقتصادي عن تنوير إرادة المستهلك.

إما عن طريق الامتناع عن تقديم المعلومات مما قد يدفع بالمستهلك إلى الوقوع في الغلط، أو إما يقوم بتضليل إرادته باستعمال وسائل غير مشروعة(أن يدلس عليه).

#### أولاً: الغلط

تنوعت التعاريف المتعلقة بالغلط وسوف نقتصر على ذكر أهمها:

يعرف الغلط على أنه وهم أي اعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المتعاقد فيدفعه للتعاقد<sup>1</sup>، أو هو الاعتقاد أن ما هو خطأ صحيح وأن ما هو صحيح خطأ، وبصفة أدق عدم الملائمة بين التصور الفكري للصفة الجوهرية للشيء موضوع العقد من جهة أولى والحقيقة من جهة

<sup>1</sup> - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص165.

ثانية<sup>1</sup>، كما يعرف على أنه: وهم كاذب يتولد في ذهن المتعاقد، أو حالة تقوم بالنفس تجعله يتصور الأمر على غير حقيقته أي على غير الواقع، أي أن الوقوع في غلط يعني أن يكون لدى المتعاقد اعتقاد مخالف للحقيقة<sup>2</sup>.

ومن التعاريف السابقة نصل إلى أن قاعدة الغلط أعطت حماية للمتعاقد الذي يقدم على إبرام التصرفات القانونية وقد يقع في غلط أن يتصل من هذا الالتزام عن طريق طلب بطلان العقد على أساس وجود عيب في إرادته بوقوعها في الغلط.

وقد يصادف أن يقع المستهلك في غلط أثناء تعاملاته القانونية مع الأعوان الاقتصاديين ن لتلبية حاجياته الشخصية سواء تعلق الأمر بشراء أموال أو اقتناء خدمات، عن طريق إبرام عقود الاستهلاك مع هؤلاء الأعوان الاقتصاديين، الذين فرض عليهم التزام بإعلام المستهلك عن موضوع العقد المزمع إبرامه.

### 1- الأساس القانوني للغلط:

لقد أخذ كلا من المشرع الجزائري والمصري بنظرية الغلط فقد نصت المادة 81 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 120 من القانون المدني المصري على أنه: "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله"، أما نص المصري فكان على النحو التالي: "إذا وقع المتعاقد في غلط جاز له أن يطلب إبطال العقد، إن كان المتعاقد الآخر قد وقع مثله في غلط أو كان على علم به، أو كان من السهل عليه أن يتبينه"<sup>3</sup>، ومنه الغلط المعيب للإرادة هو الغلط الجوهري، ثم بينت المادة 82 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 121 من القانون المدني المصري التي وضعت معيار للغلط الجوهري، وهو عدم الإقدام على هذا التصرف لو لم يقع في هذا الغلط<sup>4</sup>، حيث جاء النص الجزائري على النحو التالي: "يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط". ويعتبر الغلط جوهري على الأخص إذا وقع في صفة للشئ يراها المتعاقدان جوهريا، أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية.

<sup>1</sup> منصور القاضي، جاك غستان، المطول في القانون المدني (تكوين العقد)، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2000، ص 510 و511.

<sup>2</sup> عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 336.

<sup>3</sup> القانون المدني المصري

le 25/04/2008

<sup>4</sup> حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 243.

إذا وقع في ذات العقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد<sup>1</sup>.

كما يرى بعض من الفقه أن طلب إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع يرتبط بالغلط كعيب من عيوب الإرادة، مما يؤدي إلى القول بوجود ترابط بين الغلط وعدم العلم الكافي بالمبيع، وهذا الترابط يرجع إلى كون أن<sup>2</sup>:

- إن كل من الغلط وعدم العلم بالمبيع محله هو عدم العلم بحقيقة الشيء محل البيع.
- إن كل من الغلط وعدم العلم يلتقيان عند صفات الشيء، فيعتبر عدم ذكر الأوصاف الأساسية للشيء المباع من قبيل عدم العلم، ويعد غلطا جوهريا، لأنه وقع في الصفات الجوهرية.
- إن كل منهما يتعلق بصحة العقد وبالتالي الجزاء المقرر لهما واحد وهو القابلية للإبطال.

وعليه فعدم العلم بالمبيع يتضمن قرينة بسيطة على وقوع المستهلك في الغلط، وغلط المستهلك في حالة عدم العلم بالمبيع غلط مفترض وعلى العون الاقتصادي إن أراد أن يتجنب هذا الإبطال إثبات أن المستهلك لم يقع في أي غلط، وأنه عالم بالمبيع<sup>3</sup>.

وكذلك الالتزام بالإعلام (التزام قانوني وعقدي) ملقى على عاتق العون الاقتصادي، والإخلال بالالتزام بالإعلام يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في الغلط<sup>4</sup>. سواء في المرحلة السابقة على التعاقد أو المعاصرة له، كما يعتبر قرينة على وقوع المستهلك في الغلط، كما أن الإخلال بهذا الالتزام يعتبر في حد ذاته قرينة على أن الغلط كان جوهريا لأن العلم بالبيانات محل الالتزام بالإعلام كان من شأنه أن يحجب المستهلك عن إبرام العقد<sup>5</sup>.

كما يجد الغلط أساسه القانوني في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، فالمشرع المصري في قانون حماية المستهلك السالف الذكر وفي المادة 06 منه حيث أوجب على كل مورد أو معن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه و تجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط...، أما المشرع الجزائري حظر على الأعوان الاقتصاديين كل ما قد يدخل اللبس في ذهن المستهلك، ففي المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير

1- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 30-09-1975 المعدل والمتمم.

2- نبيل إبراهيم السعد، المرجع السابق، ص 131.

3- عبدالعزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 139.

4- مصطفى العوجي، المرجع السابق، ص 367.

5- حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 31.

الغذائية وعرضها التي تنص على: "يمنع طبقا للمادة 3 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989 والمذكور أعلاه، استعمال أي إشارة أو علامة، أو أي تسمية خيالية، أو أي طريقة للتقويم أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة المنتج، وتركيبه، ونوعيته الأساسية، ومقدار العناصر الضرورية فيه، وطريقة تناوله وتاريخ صناعته والأجل الأقصى لصالحية استهلاكه ومقداره وأصله..."<sup>1</sup>.

وفي المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها التي تنص على: "يمنع طبقا للمادة 3 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989 والمذكور أعلاه، استعمال أي إشارة، أو أي علامة، أو أي تسمية خيالية، أو أي طريقة للتقديم أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض، أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة السلعة وتركيبها، ونوعيتها الأساسية، ومقدار العناصر الضرورية فيها، وطريقة تناولها وتاريخ صناعتها والأجل الأقصى لصالحية استهلاكها ومقدارها وأصلها..."، مما يفهم أن المشرع الجزائري يمنع أن يترك المستهلك يقع في غلط، ولا بد من تقديم له كل المعلومات المتعلقة بالشيء محل العقد، ولم يقف المشرع الجزائري عند هذا الحد بل تعدها، فنجده في هاذين المرسومين التنفيذيين أن للمستهلك الحق في طلب إبطال العقد نتيجة الغلط الذي وقع فيه بسبب طريقة عرض هذه المنتوجات.

## 2- نطاق تطبيق الغلط:

بالرجوع إلى المادة 81 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 120 من القانون المدني المصري، يتضح أن نطاق تطبيق نظرية الغلط محصور في العقود، حيث استهل كلا من المشرعين في هاتين المادتين ب " : إذا وقع المتعاقد....." و منه لا تكون لأي شخص هذه الصفة إلا إذا كان بصدد إبرام عقد. و بمفهوم المخافة أن خارج حدود العقد لا يمكن الاستفادة من تطبيق نظرية الغلط.

ومن العقود المسماة التي ظهرت حديثا العقد الاستهلاكي الذي يربط بين المستهلك والعمول الاقتصادي، حيث عرف على أنه: "عقد يلتزم به التاجر، المنتج المهني أن ينقل إلى المستهلك ملكية سلعة أو منتج أو أداء خدمة في مقابل ثمن نقدي"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم السلع المنزلية غير الغذائية وعرضها.  
<sup>2</sup> لعمال لمياء، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك، بحث لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001-2002، ص 9.

والمشرع الجزائري لم يورد تعريفا بالعقد الاستهلاكي، ولكن من تعريف المستهلك الذي يعتبر شخصا طبيعيا أو معنويا يقنتي بمقابل أو مجانا منتوجا أو خدمات، والاقتناء لا يكون إلا عن طريق عقد يربطه بعارض المنتج أو الخدمة، ومنه العقد الاستهلاكي هو عقد، كما أن من عبارة "... بمقابل أو مجانا..." فقد يكون عقد معاوضة أو عقد تبرع، كما أنه يكيف من عقود الإذعان، وهذا ما نستشفه من نص المادة 03 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر على أنه: "عقد: كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير من إحداث تغيير حقيقي فيه..."<sup>1</sup>، ومنه هذا التعريف يتضح أن المشرع الجزائري كيف التعاملات التي تقع بين المستهلك و الأعدان الاقتصاديين على أنه عقد استهلاكي، فيكفي للقول أننا أمام عقد استهلاكي أن يكون أحد أطراف العقد مستهلكا، وبما أنه عقد فتطبق عليه نظرية الغلط، ويمكن للمستهلك الذي وقع في غلط أن يطلب إبطال العقد. أما المشرع المصري فلم يورد تعريفا للعقد الاستهلاكي، واكتف بإعطائه وصف العقد بطريقة ضمنية نستشفها من تعريف المستهلك في المادة الأولى من القانون رقم 67 لسنة 2006 لحماية المستهلك حيث ورد لفظ التعاقد، والتعاقد لا يكون إلا بصدد إبرام عقد. وفي العقود الاستهلاكية ألقى على عاتق العون الاقتصادي التزام بإعلام المستهلك عن العقد المزمع إبرامه، كحماية وقائية لرضا المستهلك، ومنه امتناع العون الاقتصادي عن تنفيذ التزامه بالإعلام أو تقاعسه عن أداءه وتنفيذه من شأنه أن يؤدي إلى اختلاط الأمور المتصلة بالعقد والتباسها في ذهن المستهلك مما قد يعرضه للوقوع في غلط حول أمر جوهرى في العقد<sup>2</sup>.

### 3- آثار الغلط:

إذا وقع المستهلك في غلط جوهرى طبقا لنص المادة 120 من القانون المدني المصري والمادة 81 من القانون المدني الجزائري جاز له طلب إبطال العقد<sup>3</sup>، لأن إرادته قد وقعت في غلط وهي بصدد إحداث أثر قانوني، فهي تعد في حكم الإرادة المعيبة، لأنها لم تصدر وفق إرادة حرة مستبصرة وفقا لمبدأ سلطان الإرادة، فينقرر قانونا عدم صلاحيتها لترتيب الآثار التي قصدتها، لأنها قد بنيت على وقائع زائفة.

<sup>1</sup> - المادة 03 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 452.

<sup>3</sup> - قرار المحكمة العليا الجزائرية في القضية رقم 9339 الصادر في 14 / 11 / 1988، المجلة القضائية، العدد 04، لسنة 1990، ص 147 و 148.



ومنه يمكن للمستهلك أن يتحلل من هذا التصرف القانوني الذي قد ينشئ على عاتقه التزامات غير متكافئة، بما يحقق نوعاً من التوازن بين المستهلك والعميل الاقتصادي، الذي تراخى عن تنفيذ التزامه بإعلام المستهلك عن العناصر الجوهرية، ومنه تجنب وقوعه في غلط.

حيث جعل المشرع طلب إبطال العقد للغلط جوازي، أي حق مقرر للمستهلك، لأنه قل ما نجد أن المهني يقع في غلط للمعلومات التي يمتلك من جراء امتهانه، إلا أنه ضيق من دائرة الطعن بالبطلان في العقد بسبب الغلط، من خلال وضع شروط محددة يستلزم توافرها لقيامه، من أجل توازن بين الحماية للإرادة المعيبة وبين المحافظة على مبدأ استقرار المعاملات<sup>1</sup>. ومن بين هذه الشروط أن يكون الغلط جوهرياً، وأن يتصل الغلط بالعميل الاقتصادي. ولذا وجب تحديد الصفات الجوهرية لمحل العقد الاستهلاكي، وعلم العميل الاقتصادي بوقوع المستهلك في الغلط.

#### أ- جوهرية الغلط :

المعيار الذي أخذ به كلا من التشريع المصري والجزائري في القانون المدني هو المعيار الشخصي، ومنه حتى يكون الغلط جوهرياً إذا بلغ حداً من الجسامة بحيث لو علم به المتعاقد لامتنع عن الإقدام على هذا التصرف القانوني، فالقاضي في بحثه في نفسية المتعاقد ليتوصل إلى الباعث إلى إبرام التعاقد<sup>2</sup>. إلا أن بالرجوع إلى القوانين المتعلقة بحماية المستهلك (المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 والمادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المذكورين آنفاً) نجد أن المشرع الجزائري أخذ بالمعيار الموضوعي، فالغلط يرتبط بمجال حق المستهلك في الإعلام، المحدد بنصوص تشريعية التي تفرض على الأعوان الاقتصاديين أن يزودوا المستهلك بالمعلومات المتصلة بمحل العقد.

ومنه في مجال حماية المستهلك أن الغلط يرتبط بحق المستهلك في الإعلام هو غلط جوهري، كأن يعتقد المستهلك أن محل البيع أو الخدمة المقدمة له صفات ومميزات تتفق و الهدف من السعي وراء الحصول عليها، وفي الحقيقة هي على خلاف ذلك، بحيث لو علم بحقيقة محل العقد لما أقدم على التعاقد و أبرم هذا العقد.

ولذا يجب على المستهلك لكي يتسنى له طلب إبطال العقد أن يثبت جوهرية المعلومات التي وقع في الغلط بشأنها<sup>3</sup>، ولقد حدد المشرع الجزائري بنص المادة 13 من المرسوم

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 271.

<sup>2</sup> - حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 244.

<sup>3</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 281.

التنفيذي رقم 90-367 والمادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 السالفين الذكر، الصفات الجوهرية لمحل العقد، وهم الطبيعة المنتوج، التركيب، النوعية الأساسية، مقدار العناصر الضرورية، وطريقة التناول أو الاستعمال، تاريخ الصناعة والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه، المقدار، والأصل. فكل غلط ينصب على عنصر من هذه العناصر، يعتبر غلط جوهرية. مما يتبين أن المشرع الجزائري قد أخذ بالمعيار الموضوعي للغلط عوض المعيار الشخصي الذي أخذ به في القواعد العامة للالتزامات.

ولم يكتفي عند هذا الحد، بل قد مُنِع العون الاقتصادي من عرض المنتوجات مما قد يوقع المستهلك في غلط، ونضرب مثالا في هذه الحالة أن عونا اقتصاديا يعرض نوعين من العسل الأول طبيعي والثاني اصطناعي أمام بعضهما البعض مما قد يخلط توهم بأن كلا العسليين طبيعيين ويقوم بشراء العسل الاصطناعي على أساس أن عسل طبيعي، ففي هذه الحالة يحق للمستهلك طلب إبطال العقد.

أما بموجب المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 السالف الذكر، فقد أُلزم أن تحمل المواد الغذائية المعبأة مسبقا وسماء، مما يبعد المستهلك عن الوقوع في الغلط، أما المواد غير المعبأة مسبقا والمعرضة للبيع على المستهلك أن تكون معرفة بتسميتها ومدون عليها عن طريق لافتة أو عن طريق أي وسيلة أخرى بحيث لا تدع موقعها أي مجال للشك بالنسبة لهذه المادة<sup>1</sup>.

#### ب- علم العون الاقتصادي بوقوع المستهلك في الغلط:

لا يكفي أن يكون الغلط جوهرية، بل أن يكون العون الاقتصادي يعلم أو كان بإمكانه أن يعلم بوقوع المستهلك في الغلط، وهذا ما أخذ به المشرع المصري بنص المادة 120 من القانون المدني المصري التي تنص على: " إذا وقع المتعاقد في غلط جوهرية جاز له أن يطلب إبطال العقد ، أن كان المتعاقد الآخر قد وقع مثله في هذا الغلط ، أو كان على علم به ، أو كان من السهل عليه أن يتبينه"<sup>2</sup>.

في حين أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على هذا الشرط غير أنه يتعين من نص المادة 82 من القانون المدني الجزائري أنه يلزم هذا الشرط إذ تقول: " يعتبر الغلط جوهرية على الأخص إذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقدان جوهرية أو يجب اعتبارها

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 2005/12/22 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90/367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

<sup>2</sup> - القانون المدني المصري.

كذلك نظرا لشروط ولحسن النية"، ولذا نرى أن الغلط يتصل بالمتعاقد الآخر بأن وقع بدوره فيه، أو كان على علم بأن المتعاقد قد وقع فيه، أو على الأقل كان من السهل أن يتبين ذلك<sup>1</sup>. ومن شروط قيام الالتزام بالإعلام علم العون الاقتصادي بالمعلومات العقدية اللازمة لإبرام العقد، وطالما أخل العون الاقتصادي بهذا الالتزام، فذلك يعد قرينة على وقوع المستهلك في الغلط من جهة وعلم العون الاقتصادي بوقوع هذا المستهلك في الغلط، خاصة في الحالة التي يتعمد فيها العون الاقتصادي لإخفاء شيء ما عن المتعاقد الآخر، ولأن هذا الأخير يعلق أهمية حاسمة على هذا الشيء، وأن الاتفاق بدون غلط غير ممكن، وهذا ما تُبين من عدم استقامة أحد المتعاقدين لتستنجن من ذلك الطابع الحاسم للغلط<sup>2</sup>. ويكفي لإثبات المستهلك علم العون الاقتصادي بوقوعه في الغلط، أن يثبت إخلال العون الاقتصادي بتنفيذ التزامه بالإعلام، ومنه يساهم الالتزام بالإعلام في تحقيق حماية المستهلك عن طريق التيسير في إثبات الغلط الجوهرية، وإثبات اتصال الغلط بالمتعاقد الآخر<sup>3</sup>. إلا أنه ليس لمستهلك أن يتمسك بالغلط على وجه يخالف مبدأ حسن النية، وأظهر العون الاقتصادي الاستعداد لتنفيذ العقد بالشكل الذي توهمه المستهلك، ففي هذه الحالة يسقط حق المستهلك في طلب إبطال العقد<sup>4</sup>، وهذا ما قضت به المادة 85 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 124 من القانون المدني المصري.

ويسقط الحق في إبطال العقد إذا لم يتمسك به صاحبه خلال خمس سنوات من يوم اكتشاف فيه الغلط، أو خلال عشر سنوات من وقت تمام العقد طبقا للمادة 101 من القانون المدني الجزائري.

#### \*- تقدير نظرية الغلط من حيث مدى كفايتها لحماية حق المستهلك في الإعلام

إن كانت نظرية الغلط قد أعطت للمستهلك حماية من الناحية النظرية والمتمثل في إبطال العقد إذا توافرت شروطه<sup>5</sup>، إلا أنه من الجانب الواقعي أبدت نوع من القصور، فليس من صالح المستهلك أن يطلب إبطال العقد بعد سعيه لتلبية حاجته.

كما يثار التساؤل بالنسبة للحالات التي يقع فيها غلط المستهلك على شروط معينة من بين شروط العقد أو حينما يقع المستهلك في فهم خاطئ لهذه الشروط أو لما تحققه له من مزايا<sup>6</sup>، حيث أن شروط التعاقد ليست من الصفات الجوهرية التي تمس محل العقد، وليست من صفات

1- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 176.

2- منصور القاضي، جاك غستان، المرجع السابق، ص 542.

3- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 272.

4- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 179.

5- محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 5.

6- عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص 21.

المتعاقد، ومنه ليس غلط جوهري، ولا يمكن هنا للمستهلك إلا أن يطلب إبطال هذا الشرط إن كان من الشروط التعسفية.

إلا أن تشريعات حماية المستهلك ألزمتهم بتقديم بيانات محددة قانوناً، وقد شملت هذه البيانات على كل ما يحتاجه المستهلك لتكوين إرادة سليمة، مما يوفر حماية أكثر في عقود الاستهلاك.

### ثانياً: التدليس

إن من عيوب الإرادة التدليس، لأنها لا تكون حرة نتيجة التضليل من الطرف الآخر في العقد، عن طريق تزيف الحقيقة مما يوقع المستهلك في الغلط. وهو مخالف لحق المستهلك في الإعلام، بأن يقدم له العون الاقتصادي المعلومات الكافية عن محل العقد، وأن تكون نزيهة وشفافة.

ولذا وجب التطرق إلى تعريف التدليس و الأساس القانوني له، والعناصر التي يقوم عليها، والآثار المترتبة عن قيام التدليس. أما نطاقه فلا داعي للحديث عليه لتطابقه مع نطاق الغلط.

#### 1- تعريف التدليس والأساس القانوني له:

قبل التطرق إلى العناصر المكونة للتدليس، والآثار المترتبة على اكتمال عناصره، وجب تعريف التدليس، والأساس القانوني له.

أ- تعريف التدليس: عرف التدليس على أنه: "تصرف صادر عن أحد طرفي العقد أو عن شخص ثالث متصف بالحيلة أو الكذب أو الإيهام أو غلطاً في ذهن المتعاقد الآخر حمله على التعاقد ولم يكن ليتعاقد لولا حصوله"<sup>1</sup>، أو استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد<sup>2</sup>. وعرف: "هو إيهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة بقصد دفعه إلى الارتباط بالتعاقد"<sup>3</sup>، و عرف على أن الغلط: "هو إيهام الشخص بغير الحقيقة بالالتجاء إلى الحيلة والخداع لحمله على التعاقد، أو أنه وهم بفعل شخص آخر ولذا يسمى التخليط (الإيقاع في الغلط)<sup>4</sup>، أو هو إيهام شخص بغير الحقيقة باستخدام وسائل احتيالية بقصد حمله على التعاقد، وعلى هذا النحو هو نوع من التغرير، فالمدلس يستخدم الطرق الاحتيالية فيوقع الطرف الآخر في غلط حمله على التعاقد<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - مصطفى العوجي، المرجع السابق، ص 379.

<sup>2</sup> - علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزامات في القانون المدني الجزائري، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1993، ص 60.

<sup>3</sup> - أحمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، المرجع السابق، ص 155.

<sup>4</sup> - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 181.

<sup>5</sup> - حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 257.

## ب- الأساس القانوني للتدليس:

وضح المشرع الجزائري أحكام التدليس في القانون المدني، وبالضبط في المادة 86 و المادة 87 منه. فالمادة 86 من القانون المدني الجزائري تقضي أنه: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد. ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة".

أما المادة 87 من القانون المدني الجزائري فتقضي أنه: "إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين، فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد، ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم، أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس".

مما يفهم من هذين النصين أن المشرع الجزائري حدد شرطين لتوافر التدليس، فالشرط الأول أن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد، أما الشرط الثاني هو علم العون الاقتصادي بواقعة التدليس.

أما المشرع المصري فقد نص علي التدليس في المادة 125 من القانون المدني المصري بقولها: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو نائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم العقد. ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة، إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة"<sup>1</sup>.

أما المادة 126 من القانون المدني المصري فقد نصت على: "إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين، فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد، ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان من المفروض حتما أن يعلم بالتدليس".

والتدليس غير مفترض ويجب على من يدعيه إثباته فإذا ثبت استخدام أحد طرفي التعاقد لوسائل ومناورات احتيالية فإن هذا يؤدي إلى إمكان المطالبة بإبطال العقد بشرط أن يثبت على وجه اليقين أن من تعرض للتدليس لم يكن ليتعاقد إلا بسبب هذه الوسائل التدليسية<sup>2</sup>.

كما يتجسد الأساس القانوني للتدليس في قوانين حماية المستهلك، التي أوجبت على العون الاقتصادي أن يقدم للمستهلك المعلومات الكافية عن محل التعاقد، وأن تكون هذه المعلومات حقيقية غير مضللة، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 08 التي تنص على: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج،

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 274.

<sup>2</sup> - عامر قاسم القيسي، المرجع السابق، ص 23.

بالمعلومات الزبينة والصادقة المتعلقة بمنتجات أو الخدمات و شروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"، و المادة 28 من القانون 04-02 السالف الذكر المتعلق بالقواعد المحددة للممارسات التجارية التي تنص على دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهار غير شرعي كل إشهار تضليلي..."، و المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 السالف الذكر، وكذا المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 السالف الذكر، أما المشرع المصري فقد نص عليها في المادة 06 من قانون حماية المستهلك المصري السابق الذكر التي تقضي ب: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط"، والمادة 13 و 16 و 18 من اللائحة التنفيذية المتعلقة بإصدار قانون حماية المستهلك المذكور سابقا كذلك. ولقيام حالة التدليس لا بد من توافر عناصره لإمكانية طلب إبطال العقد للتدليس. وسنأتي على شرح العناصر المكونة للتدليس.

## 2- عناصر التدليس:

باستقراء المادة 86 من القانون المدني الجزائري السابقة الذكر، والمقابلة لنص المادة 125 من القانون المدني المصري، لا بد من توافر عنصرين لقيام حالة التدليس، ويتمثل هذان العنصران في العنصر المادي والعنصر المعنوي للتدليس.

### أ- العنصر المادي:

يتمثل العنصر المادي في استعمال حيل، وأن تكون هذه الحيل من الجسامة بحيث لو لاها ما أبرم المدلس عليه العقد، والحيل وسائل أو مظاهر خداعه، ويكفي أن تكون من شأنها أن تحمل المدلس عليه على التعاقد، مثل ذكر بيانات كاذبة أو الامتناع عن تقديم المعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، فيسكت عن ذكر هذه الواقعة الحاسمة في العقد<sup>1</sup>.

وقد أشارت المادة 86 من القانون المدني الجزائرية المقابلة للمادة 125 من القانون المدني المصري إلى أن للتدليس صورتين، أولهما هو السلوك الايجابي المتمثل في استعمال وسائل احتيالية، والصورة الثانية هي الامتناع عن إعلام المستهلك عن طريق السكوت.

### \*- الصورة الأولى: السلوك الايجابي

<sup>1</sup> - على على سليمان، المرجع السابق، ص 60 و 61.

اشترط كلا من المشرع الجزائري والمصري لقيام التدليس وجوب استعمال وسائل احتيالية (وسائل تضليلية)، و هي وسائل ايجابية خارجية المظهر<sup>1</sup>، حيث يلجأ العون الاقتصادي إلى بعض الأفعال أو التصرفات المادية بقصد تضليل المستهلك، وإخفاء وجه الحقيقة عنه، كما قد يلجأ العون الاقتصادي إلى استعمال الكذب من أجل الدفع بالمستهلك إلى التعاقد، فهل يرقى الكذب إلى مستوى الحيل التدليسية؟

#### - استعمال الحيل التدليسية:

يقصد بالحيل التدليسية الوسائل والطرق الاحتيالية، التي يلجأ إليها العون الاقتصادي للتضليل على جماعة المستهلكين، لحملهم على التعاقد، ومثالها تقديم شهادات مزورة عن خضوع هذه المنتجات للمراقبة المسبقة، أو إلصاق عليها علامات تجارية مزورة أم مقلدة، أو عرض الوجه الحسن للسلع داخل المحلات التجارية و إخفاء الوجه الفاسد منها، أو طلاء عمارة قديمة وتزينها مما تظهرها على أنها حديثة البناء، فكل هذه الوسائل المتمثلة في الشهادة المزورة أو العلامة التجارية المقلدة، أو عملية عرض الوجه الحسن، أو طلاء واجهة العمارة تعتبر وسائل تضليل، لأن عن طريق هذه الوسائل يتم تضليل المستهلك وبالتالي وقوعه في الغلط، ومنه تعاب إرادته، فيحق له طلب إبطال العقد لتدليس الواقع عليه من طرف العون الاقتصادي الذي زيف الحقيقة من أجل دفعه للتعاقد ولو لا هذه التضليل لما أقدم على التعاقد<sup>2</sup>. ولا يهم الوسيلة المتخذة في ذلك سواء أن حدث التدليس عن طريق القول أو الكتابة أو بالإشارة، فالمهم هو استعمال الوسائل والطرق ليست مألوفة في التعامل وغير مشروعة<sup>3</sup>، لأن هذه الوسائل والطرق ليست هي التي تعيب إرادة المستهلك، ولكن ما ينتج عنها من غلط يقع فيه المستهلك، ولهذا نجد صلة وطيدة بين الغلط والتدليس.

#### - الكذب:

بالرجوع إلى النصوص المتعلقة بالتدليس في القانون المدني نجد كلا من المشرع الجزائري والمصري لم ينص على الكذب، أما في المجال الفقهي فقد ثار خلاف حول مدى اعتبار الكذب تدليسا. فالرأي الأول ذهب إلى أن الكذب لا يكفي لقيام التدليس، أما الرأي الثاني فقد اعتبر الكذب في حد ذاته ومجردا من أي حيل تدليسية، يحقق المسلك التدليسي الذي

<sup>1</sup> - حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 261.

<sup>2</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 463 و 465.

<sup>3</sup> - مساعد زيد المطيري، الحماية المدنية للمستهلك في القانون المصري والكويتي، الطبعة الأولى، دار الحفانية للإصدارات القانونية، القاهرة، 2007، ص 145 و 146.

يتكون منه العنصر المادي للتدليس، بشرط تجاوزه للحد المألوف في التعامل، وخاصة في حالة إخلاله بواجب الصدق الذي يفرضه القانون، أو الاتفاق أو طبيعة التعامل أو الثقة المشروعة في التعامل، ومن الأمثلة التي تضرب في هذا الصدد، الكذب المنصب بشأن منشأ منتج أو سلعة معينة، إلا أن الكذب المألوف في التعامل كأن يمتدح التاجر بضاعته ويغالي في ذلك إلى حد الإدلاء بمعلومات كاذبة، طالما كان يقصد من هذا المدح سوى مجرد الترويج لبضاعته دون التعرير لمن يرغب في التعامل معه<sup>1</sup>.

وفي مجال الدعاية التجارية، فالإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات قصد بها المحترف تضليل المستهلك بتعريف خصائص المنتج أو الخدمة يعد ضرباً من الاحتيال والخداع الذي يجسد التدليس، وما دام الإشهار هو أساس وسيلة للترويج عن طريق إعلام المستهلك بالمبيع وتدفعه إلى الشراء، أو الاقتناء فهو إذا دفعا للتعاقد بمقتضى وظيفته الأساسية<sup>2</sup>، بشرط أن يربط المستهلك مع المعلن عقد.

وهو نفسه مسار القضاء في مصر حيث اتجه القضاء إلى الاعتداد بالكذب كوسيلة احتيالية، تؤثر في رضاء المستهلك بالعقد، متى ثبت أن الكذب الذي صدر من العون الاقتصادي كان سبباً في حمل المستهلك على التعاقد، وتطبيقاً لذلك قضت محكمة مصر الكلية الوطنية بأن التأكيدات غير الصحيحة التي تصدر من أحد المتعاقدين، ويكون لها على الطرف الآخر، التأثير الذي يحمله على قبول التعاقد من شأنها أن تجعل العقد قابلاً للإبطال متى ثبت أنه لولا هذه التأكيدات لما حصل الرضاء<sup>3</sup>.

وفي مجال العقود الاستهلاكية فرض على العون الاقتصادي أن تكون المعلومات المقدمة للمستهلك مطابقة للحقيقة، مما يفهم أن المعلومات التي تكون غير مطابقة للحقيقة سواء عن طريق الكذب أو استعمال وسائل احتيالية ترتب مسؤولية العون الاقتصادي وتكون هنا مسؤولية عقدية، وتكيف على أنها تدليس واقع على المستهلك مما يحق له إبطال العقد.

مما يفهم أن المشرع هنا في العقود الاستهلاكية أخذ من الكذب وسيلة للتدليس، فبالرجوع إلى المادة الثامنة من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المذكور سابقاً أوجب على العون الاقتصادي تقديم المعلومات الكافية عن موضوع التعاقد، واشترط أن تكون هذه المعلومات نزيهة وصادقة، وبتطبيق مفهوم المخالفة أن مسؤولية العون

<sup>1</sup> - مساعد زيد المطيري، المرجع السابق، ص 148 و149 و150.

<sup>2</sup> - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 143.

<sup>3</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 459.



الاقتصادي تقوم في حالة أن المعلومات المقدمة كاذبة، وهي ضمانة أخرى لحماية المستهلك من التضليل الذي قد يلجأ إليه العون الاقتصادي من أجل حمل المستهلك على التعاقد.

### \* - الصورة الثانية: الامتناع عن تنفيذ التزامه بالإعلام

يتمثل الامتناع عن تنفيذ التزامه بالإعلام في إجماع العون الاقتصادي عن الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالعقد وهو ما يعرف بالسكوت التدليسي، وهو نوع من الكذب، الذي يوصف بالكذب السلبي<sup>1</sup>، ويستلزم في الالتزام بالإعلام عدم الكتمان. ويقصد بالكتمان عدم الإفصاح عن أمور تتعلق بالأشياء محل التعامل، مما يترتب عليه تشويه الحقيقة.

في بداية الأمر ذهب الفقه وأحكام القضاء إلى أن واقعة السكوت وحدها، لا تقيم الدليل الكافي على وجود التدليس، ففي التدليس يفترض استعمال وسائل أو طرق احتيالية، بمعنى اتخاذ مظهر ايجابي، مما يؤثر على رضا المستهلك، ويدفعه إلى التعاقد، والأخذ بالسكوت على أن تدليس، أمر يهدد التعامل ويهدم الاستقرار في المعاملات. كما أن السكوت عدم، و الأصل ألا ينسب لساكت قول فالأولى ألا ينسب إليه فعل، وهذا الاعتبار إن كان يدفعنا إلى القول أن السكوت لا يعتبر تدليسا، لأن التدليس قائم بفعل ايجابي خارجي.

إلا أن في الوقت الحالي، نجد أن السكوت يؤثر على رضا المتعاقد، خاصة في ظل التقدم والتطور في صناعة المنتجات، بطرق متنوعة، كما وجدت بعض العقود التي تتطلب قدرا كافيا من حسن النية والثقة المشروعة بين المتعاقدين، والتي تسمى بعقود الأمان العقدية (حيث يلقي حسن النية واجبا على أحد المتعاقدين مفاده إداء المتعاقد الآخر بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد، أو المخاطر الناجمة عن استخدامه بطريقة غير لائقة)<sup>2</sup>. ومنه مقتضيات الثقة في التعامل رجحت في النهاية إلى اعتبار السكوت تدليسا، وهو الطريق الذي سار عليه القضاء في مصر قبل صدور القانون المدني الجديد، إلى اعتبار السكوت تدليسا إذا لازمته ظروف معينة<sup>3</sup>، ولهذه هي الأهمية أدى إلى فرض الالتزام بالإعلام لتأمين احترام مبدأ حسن النية في تنفيذ العقد<sup>4</sup>.

ونجد أن الفقه والقضاء في مصر يتفقان على أن الإخلال بالالتزام بالإدلاء بالمعلومات والبيانات هو أحد حالات الكتمان التدليسي المكونة للعنصر المادي في التدليس المؤدي لبطلان العقد قبل صدور القانون المدني المصري الجديد، ولكن يبقى على عاتق المستهلك أن يثبت

<sup>1</sup> - مساعد زيد المطيري، المرجع السابق، ص 151.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 151 و 152.

<sup>3</sup> - حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 263.

<sup>4</sup> - منصور القاضي، المرجع السابق، ص 602.

نية التضليل لدى الطرف المتعاقد معه<sup>1</sup>، وبعدها نص عليه في التشريع المدني سواء الجزائري أم المصري.

وفي هذه الحالة يجعل العقد قابلا للإبطال طبقا للمادة 2/86 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 2/125 من القانون المدني المصري<sup>2</sup>. حيث يقدم المتعاقد على كتمان أمور هامة من شأنها إذا باح بها قد تحول دون انعقاد العقد لإحجام المتعاقد الآخر عن ذلك نظرا للضرر الذي تلحقه به أو عدم موافقتها لمصلحته، وفي الفقه والقضاء الحديث يعتد بالكتمان المضلل كسبب لإبطال العقد في حالة تحقق بعض شروطه، ويكون الكتمان سبب لإبطال العقد إذا اتصف بالمواصفات التالية:

- 1 - إذا أثر تأثيرا بالغيا في إرادة المتعاقد الآخر الذي يجهله.
- 2 - أن يعرفه المتعاقد الآخر ويعرف خطره.
- 3 - أن يتعمد كتمه عن المتعاقد الأول.
- 4 - استحالة معرفته من المتعاقد الآخر<sup>3</sup>.

والسكوت الذي يعد تدليسا، يجب أن ينصب على البيانات المتعلقة بمحل العقد، وأن تكون مؤثرة في رضا المستهلك بها، فلو علم بحقيقتها لما أقدم على التعاقد، ويستخلص قاضي الموضوع مسألة السكوت من خلال ظروف وملابسات التعاقد دون أن يخضع في ذلك لرقابة المحكمة العليا، غير أن إثارة مسألة السكوت التدليس أمام قاضي الموضوع تعد من المسائل القانونية التي يخضع بشأنها للمحكمة العليا.

والمادة 8 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر قد رتب التزاما بالإفشاء على عاتق العون الاقتصادي اتجاه المستهلك حول مميزات المنتج أو الخدمة وشروط البيع وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو تقديم الخدمة، أما المشرع المصري فقد أوجب إعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتج وذلك حسب طبيعة هذا المنتج، وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه بموجب المادة 03 منه، وعليه فإن إخلال العون الاقتصادي (العون الاقتصادي) بهذا الالتزام القانوني هو بمثابة تدليس يمكن معه للمستهلك طلب إبطال العقد مع حقه في التعويض عما لحقه من ضرر نتيجة هذا الكتمان<sup>4</sup>، إلا أنه لم يفرض إمداد المستهلك بشروط العقد وحدود المسؤولية التعاقدية قبل إتمام العقد، واكتفى بموجب نصوص قانون حماية المستهلك تزويد المستهلك فاتورة تثبت التعامل الحاصل بين العون الاقتصادي

<sup>1</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 32.

<sup>2</sup> - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 183.

<sup>3</sup> - مصطفى العوجي، المرجع السابق، ص 384 و385.

<sup>4</sup> - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 85.

والمستهلك، ولكن ألزم أن تتضمن هذه الفاتورة معلومات من بينها شروط التعاقد فيما يتعلق ميعاد التسليم، أما حدود المسؤولية التعاقدية فلم ينص عليها غلا في حالة البيع بالتقسيط<sup>1</sup>. ومنه عدم كتابة بيانات السلعة باللغة العربية يعد تدليسا يكون هدفه لإخفاء القصور أو إيهام بباطل<sup>2</sup>. أو عدم إدراج بطاقة الوسم على المنتج، أو أن تكون الكتابة على الوسم غير واضحة أو قابلة للمحو، أو نقص بيان من البيانات الواجب إدراجها على الوسم، فكل هذه الأفعال تعتبر من الوسائل الاحتيالية التي يستشف منها واقعة التدليس، أو تقديم معلومات غير مطابقة للحقيقة عن المنتج، أو طريقة عرض المنتوجات، مما يوقع المستهلك في الغلط.

### ب- العنصر المعنوي:

لا يكفي توافر الوسائل الاحتيالية، ولكن يجب أن تكون هذه الوسائل قد وجهت إلى المتعاقد بقصد التدليس وحمله على التعاقد، وأن تبلغ هذه الغاية بالفعل<sup>3</sup>، ومنه العنصر المعنوي في التدليس هو قصد التدليس، للوصول إلى الغرض غير المشروع، فلا بد من وجود نية التضليل لدى المدلس، لأن التدليس خطأ عمدي، فإذا قام العون الاقتصادي بعمل ما انخدع به المستهلك، ففي هذه الحالة لا نكون بصدد التدليس، وليس أمام المخدوع (المستهلك) إلا إبطال العقد على أساس الغلط إن توافرت شروطه، فلا يعد تدليسا إبراز التاجر بضاعته في أحسن صورة طالما أنه لم يقصد التضليل، بل الترويج لبضاعته واستهواء الناس، ومن ذلك انخداع المستهلك بظهور الثراء الذي يبدو عليه الطرف الآخر، أو عدم ذكر بيان يهم المتعاقد الآخر دون تعمد إخفائه عنه بقصد تضليله<sup>4</sup>. والعنصر المعنوي في التدليس ينعقد بمجرد أن صدر عنه قصد إيجاد الغلط لدى المتعاقد الآخر، مما جعله يتعاقد، ولا يشترط أن يكون أراد الإضرار به، ولكن قصده تحقيق فائدة شخصية من وراء العقد<sup>5</sup>.

وأن يكون المدلس عالما بالطبيعة التدليسية لما صدر منه، أي أنه تعمد على القيام بالتدليس على المستهلك، أما إذا تخلفت نية التدليس، فهنا لا يقوم التدليس لتخلف عنصر من عناصره<sup>6</sup>.

إلا أن الاتجاه الحديث للقضاء سواء المصري أو الجزائري أنه لم يعد الحديث والبحث على العنصر المعنوي المتمثل في نية التدليس بعد صدور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، بل صار المعيار الحاسم في هذا المقام هو مدى التزام المتعاقد قبل التعاقد بالإعلام عند إبرام

1- المادة 15 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري.

2- محمود على حمود، المرجع السابق، ص 19.

3- حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 265.

4- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 184.

5- مصطفى العوجي، المرجع السابق، ص 389.

6- حمدي عبدالرحمان، المرجع السابق، ص 266.

العقد، ذلك الالتزام الذي يتخذ فيه كل من شروطه، والإخلال به يعد مظهرا ماديا يسهل الإثبات فيه، ويعوض ضيق نظرية عيوب الإرادة، وما تلزمه من ضرورة إثبات مسائل نفسية بحثة، والتي من بينها العنصر المعنوي لدى الطرف الآخر، والمتمثل في نية التضليل، الأمر الذي يغني عنه إثبات قيام الالتزام قبل التعاقد بالإعلام وإخلال المدين به، ومنه يكفي مجرد الكتمان<sup>1</sup>.

### 3- آثار التدليس:

الأثر هو النتيجة المترتبة على حدوث التدليس، ويتمثل في إبطال العقد، وهو حق مقرر للمستهلك ( المدلس عليه) بموجب المادة 86 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 125 من القانون المدني المصري، وقد منحه المشرع مكنة إبطال العقد للحيل التي لجأ إليها العون الاقتصادي من أجل الدفع به لإبرام العقد، وبما أنه حق للمستهلك فيجوز له أن يطلب إبطال العقد، أو أن يجيزه رغم وقوعه في الغلط من جراء الحيل التي استعملها العون الاقتصادي، وليس للعون الاقتصادي أن يتمسك بالإبطال، وهذا ما قضت به المادة 99 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 138 من القانون المدني المصري.

وفي حالة أن المستهلك يتمسك بطلب إبطال العقد، واتفق مع العون الاقتصادي على ذلك يمكن أن يقع إبطال العقد باتفاق الطرفين، وفي حالة الرفض من طرف العون الاقتصادي فيمكن للمستهلك اللجوء إلى القضاء، وللقاضي سلطة واسعة في تقرير واقعة التدليس، ومتى تبين للقاضي أن المستهلك قد دلس عليه من فإنه يقضي بإبطال العقد ، متى توافر شرطيه المتمثلين في:

- **الشرط الأول:** أن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد، بالتأثير على إرادة المستهلك

(التعاقد) ودفعته إلى إبرام العقد عن إرادة معيبة<sup>2</sup>، وعلى ذلك إذا لم يكن للتدليس تأثيرا على إرادة المتعاقد، فلا يمكن طلب إبطال العقد على أساس التدليس<sup>3</sup>.

- **الشرط الثاني:** أن يصدر التدليس من طرف العون الاقتصادي، هذا ما أخذ به التشريع

المصري والجزائري تبعا للتطور الحاصل في القانون المدني الفرنسي<sup>4</sup>. أو صدوره من

العون الاقتصادي شخصيا أو من أحد أتباعه، أو ممن وسطهم في إبرام العقد، أو ممن يبرم

العقد لمصلحتهم<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 277.

<sup>2</sup> - حمدي عبدالرحمان ، المرجع السابق، ص 273.

<sup>3</sup> - مساعد زيد المطيري، المرجع السابق، ص 160.

<sup>4</sup> - حمدي عبدالرحمان ، المرجع السابق، ص 268.

<sup>5</sup> - مساعد زيد المطيري، المرجع السابق، ص 162.

ويقع عبء من ادعى بالتدليس إثبات توافر الشرطين، لأن الأصل خلو الإرادة من العيوب، ولإثباتها يكون بكافة طرق الإثبات لأن واقعة التدليس واقعة مادية، يجوز إثباتها بكافة الطرق، وللقاضي السلطة التامة في تقدير واقع التدليس دون الخضوع لرقابة محكمة النقض.

وقد ذهبت محكمة النقض المصرية في هذا الشأن، إلى أن استخلاص عناصر التدليس الذي يجيز إبطال العقد من وقائع الدعوى، وتقدير ثبوته هو من المسائل التي تستقل بها محكمة الموضوع دون رقابة عليها في ذلك من محكمة النقض، ما دام قضاؤها مقاما على أسباب<sup>1</sup>.

وترفع دعوى التدليس خلال خمس سنوات من يوم اكتشاف التدليس أو خلال عشرة سنوات من يوم إبرام العقد حسب نص المادة 101 من القانون المدني الجزائري، أما في التشريع المصري فنقضي المادة 140 من القانون المدني المصري بسقوط الحق في إبطال العقد إذا لم يتمسك به صاحبه خلال ثلاث سنوات من يوم اكتشاف التدليس، أو خلال خمسة عشر سنة من وقت تمام العقد، وحذ لو أن المشرع الجزائري أبقى على مدة تقادم دعوى كل من الغلط والتدليس لمدة خمسة عشر سنة مما يهدد العون الاقتصادي مدة أطول وبذلك يبتعد عن تضليل المستهلك.

وخالصة القول فرغم أن قوانين حماية المستهلك وسعت من قاعدة التدليس في العقود الاستهلاكية، وذلك عن طريق تكيف الكذب الصادر من طرف العون الاقتصادي على أنه وسيلة من وسائل التدليس، إلا أن نظرية التدليس لم تحقق حماية نوعا ما كافية إزاء الحيل التدليسية التي يلجأ إليها العون الاقتصادي في مرحلة إبرام العقد، خاصة اتجاه الإشهار لما تنطوي عليه الرسائل الإعلانية من كذب وتضليل لأن نظرية التدليس تطبق على العقود، وفي هذه الحالة لا يربط العون الاقتصادي بالمستهلك أي عقد.

وكما تم ذكره سابقا لأن إثبات توافر شروط التدليس ليس بالشيء الهين مما يقف كحجر عثرة في وجه المستهلك من اللجوء إليها.

كما أن المستهلك يسعى للتعاقد وفق البيانات التي زود بها، مما يستوجب الحفاظ على العقد قائما وإعطائه مكنة أفضل لحماية حقه، وهذا ما سوف نتعرف عليه في الفرع الثاني الموسوم بالمسؤولية العقدية أثناء تنفيذ العقد.

## الفرع الثاني

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 164.

## المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام أثناء تنفيذ العقد

إذا أبرم المستهلك مع العون الاقتصادي عقداً، وتضمن هذا العقد كل البيانات والمواصفات اللازمة للشيء المعقود عليه، وبشروط محددة، أو حسب ما تم عرضه على المستهلك بالوسائل العرض في المجالات التجارية، فالعون الاقتصادي ملزم بتنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه.

إلا أن العون الاقتصادي إذا أخل بهذا العقد، أو ما ورد في عقوده النموذجية تترتب عليه المسؤولية من طبيعة تعاقدية، مع ملاحظة أن العون الاقتصادي يقوم بتنفيذ عقده على مرحلتين، مرحلة العرض ومرحلة التسليم، التي من خلالهما نبين هذه المسؤولية فيما يتعلق بحق المستهلك في الإعلام.

### أولاً: مرحلة العرض:

مرحلة العرض لها أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك فمن خلالها يستطيع الوقوف على حقيقة العقد، سواء تعلق الأمر بالشيء المعقود عليه، أو شروط التعاقد، مهما كانت الوسيلة المخصصة لذلك قديمة أم حديثة، فهل الآثار المترتبة عن هذه الوسائل نفسها؟ ولهذا سنأتي على تبيان طرق العرض، والآثار المترتبة على كل نوع من هذه الطرق.

### 1- طرق العرض للسلع والخدمات:

هناك نوعان من طرق عرض المنتج والخدمة في مجال العقود، منها القديمة والحديثة تبعاً للتطورات الحاصلة في مجال المعاملات التجارية، وسنأتي على تبيان هذين النوعين بشيء من الإيجاز.

### أ- طرق العرض التقليدية:

حيث يعلق البيع في هذه الحالات على شرط لصالح المستهلك، ومنه يستطيع تكوين إرادة حرة حول العقد، والتأكد من أن هذا المبيع هو الذي يحتاجه، ومن بين هذه الطرق نجد:

### \* - البيع بشرط التجربة:

عرف البيع بشرط التجربة بأنه: "بيع يحتفظ فيه المشتري بخيار تجربة المبيع ليقرر ما إذا كان يروق له أو لا"<sup>1</sup>، أو: "بيع يعلق على شرط التجربة الشيء بحيث لا يصبح البيع باتاً إلا إذا ثبتت صلاحية الشيء للأغراض المخصصة لها"<sup>2</sup>، أو هو: "البيع الذي يحتفظ فيه

<sup>1</sup> - ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص 467.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 467.

المشتري بخيار تجربة المبيع لمعرفة مدى مناسبته له، أو مدى صلاحيته للغرض الذي أعد له، وذلك خلال الفترة المتفق عليها لذلك<sup>1</sup>.

نص عليه المشرع الجزائري في المادة 355 من القانون المدني الجزائري بقوله: "في البيع على شرط التجربة يجوز للمشتري أن يقبل المبيع أو يرفضه وعلى البائع أن يمكنه من التجربة فإذا رفض المشتري يجب عليه أن يعلن الرفض في المدة المتفق عليها فان لم يكن هناك اتفاق على المدة ففي مدة معقولة يعينها البائع، فإذا انقضت هذه المدة وسكت المشتري مع تمكنه من تجربة المبيع اعتبر سكوته قبولا.

يعتبر البيع على شرط التجربة بيعا موقوفا على شرط القبول إلا إذا تبين من الاتفاق أو الظروف أن البيع معلق على شرط فاسخ" المقابلة للمادة 421 من القانون المدني المصري. ويعلق البيع على شرط التجربة عادة أن يشترط المستهلك على العون الاقتصادي أن يجرب المبيع ليتبين صلاحيته للغرض المقصود منه<sup>2</sup>، ومنه يجوز للمستهلك بعد تجربة المبيع أن يقبله أو يرفضه، وهو حق للمستهلك، ويلتزم البائع من تمكين المستهلك من تجربة الشيء محل هذا النوع من العقود الموصوفة طبقا لنص المادة 355 من القانون المدني الجزائري التي تنص: "...وعلى البائع أن يمكنه من التجربة..."، وفي حالة سكوت المستهلك (المشتري) طيلة المدة المتفق عليها أو التي يحددها العون الاقتصادي بشرط أن تكون معقولة فيعتبر قابلا، وشرط التجربة هو شرط واقف أصلا إلا في الحالات الاستثنائية التي تستنتج من الاتفاق أو ملابسات العقد فيكون شرطا فاسخا.

وهذا العرض في البيوع التي لا يمكن تقدير صلاحية محلها إلا بعد التجربة، مثلا عقد بيع السيارات المستعملة، والمحركات مهما كان نوعها، والسفن، والأجهزة الإلكترونية منزلية، حتى الملابس فإذا كانت تناسب مفاصله أم لا.

وتظهر حماية المستهلك في البيع بشرط التجربة في منحه مكنة اللجوء إلى القضاء في حالة إخلال العون الاقتصادي بالتزامه المتمثل في عدم تمكينه من تجربة المبيع، ففي هذه الحالة للمستهلك طلب إلزام العون الاقتصادي من تمكينه القيام بإجراء التجربة، إضافة إلى ذلك بإمكان المستهلك طلب فسخ العقد والتعويض عن الأضرار التي أصابته بسبب عدم تمكينه من إجراء التجربة في موعدها، أو اللجوء إلى القضاء في حالة اختلافه مع العون الاقتصادي حول مدة إجراء التجربة، التي يرجع تقديرها إلى القضاء<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 823.

<sup>2</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (عقد البيع والمقايضة)، الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1998، ص 130.

<sup>3</sup> - لعجال لمياء، المرجع السابق، ص 24.

ولم يكتف المشرع الجزائري بنصوص القواعد العامة للعقد في القانون المدني، بل أُلزم الأعران الاقتصاديين بنص المادة 09 من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك التي تنص على أن: "كل مقتني لإحدى المنتجات المذكورة في المادة 06 من هذا القانون، له الحق طبقاً للتنظيم المعمول به في أن يشترط تجربة المنتج المقتنى"<sup>1</sup>، وهو نفسه نص المادة 15 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي ألغى بموجبه القانون 89-02 السالف الذكر، بالإضافة إلى نص المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات أن يمكن المستهلك من تجريب المنتجات المذكورة في المادة 06 من القانون المذكور آنفاً<sup>2</sup>، وهو حق للمستهلك وليس أمراً إلزامياً، أما بالنسبة للعون الاقتصادي فهو أمر إلزامي حسب نص المادة 15 من القانون 09-03 المذكور آنفاً.

#### \* - البيع بشرط المذاق:

هو عقد بمقتضاه يلتزم الشخص أن يبيع للآخر شيئاً إذ قبل شراؤه بعد مذاقه في خلال مدة معينة، وقد تطرق إليه المشرع الجزائري في نص المادة 354 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 422 من القانون المدني المصري، وينعقد البيع فيه يوم الإعلان عن القبول، ومدة القبول تحدد عن طريق اتفاق الأطراف أو العرف، ويكون هذا النوع من البيع في السلع التي لا يمكن إدراكها إلا عن طريق التذوق كالمأكولات والزيوت، وبعض المشروبات.

وتظهر حماية المستهلك في البيع بشرط المذاق في تمكينه طلب فسخ العقد، وحتى طلب التعويض أو التنفيذ العيني أمام القضاء، وكذا طلب الغرامة التهديدية لحمل العون الاقتصادي على تمكينه من إجراء التذوق.

#### \* - البيع بالعينة:

تقضي المادة 353 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 420 من القانون المدني المصري بأنه: "إذا كان البيع بالعينة وجب أن يكون المبيع مطابقاً لها. وإذا تلفت العينة أو هلكت في يد أحد المتعاقدين ولو دون خطأ كان على المتعاقد بائعاً أو مشترياً أن يثبت أن الشيء مطابق للعينة أو غير مطابق"، حيث في هذا النوع من البيع لا يكتفي المتعاقدان بتحديد المبيع عن طريق جنسه ونوعه ومقداره، بل يقوم أحدهما بائعاً أو

<sup>1</sup> - القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>2</sup> - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر سنة 1990 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الجريدة الرسمية عدد رقم 40 الصادرة بتاريخ 19 سبتمبر 1990، الجزائر، 1990.



مشتريا بتقديم عينة من الشيء المراد بيعه، وغالبا ما يكون العون الاقتصادي هو الذي يقوم بتقديم العينة للمستهلك، ويشترط في العينة أن تكون مطابقة للشيء المبوع<sup>1</sup>. وهذا ما قضت به محكمة النقض المصرية بأن التعاقد بالعينة لا يؤثر في صحة انعقاده عدم توقيع الملتزم على العينة وإن جاز أن يكون ذلك مثار خلاف، ولا رقابة لمحكمة النقض على محكمة الموضوع فيما تقرر من أن العقد قد تم على عينة معينة وإن العاقد قد عاينها. وتكمن حماية المستهلك في البيع بالعينة، أنه يتمكن من إدراك حقيقة المبوع وتكوين إرادة حرة، عن طريق الاتصال المادي بالمبيع عن طريق اللمس<sup>2</sup>، وفي حالة محاولة خداعه من طرف العون الاقتصادي، جاز له المطالبة بالتنفيذ العيني طبقا لمواصفات العينة، أو فسخ العقد أو قبول المبوع مع طلب إنقاص الثمن، بشرط إثبات مواصفات العينة من طرف المستهلك إذا كانت العينة في يده وتلفت أو هلكت، أما إذا كانت بيد العون الاقتصادي فإثبات مواصفات العينة يقع على العون الاقتصادي.

#### ب- طرق العرض الحديثة:

أما في العصر المعاصر فقد تطورت طرق عرض المتوجات والخدمات، فإلى جانب طرق العرض التقليدية نجد طرق العرض الحديثة التي تعتمد على وسائل معينة، ومن بينها الوسائل الاقتصادية والوسائل التقنية.

\* - الوسائل الاقتصادية: تتمثل أهم هذه الوسائل في:

- **الكتالوج** : وهو عبارة عن شكل ورقي يحتوي على بيانات مكتوبة ومصورة ورسومات للسلع المعروضة للبيع، أو في صورة شرائط فيديو أو أسطوانات، وظيفته إعلام المستهلك بحقيقة السلع والمنتجات التي يعرضها العون الاقتصادي بالمراسلة، ويشترط فيه أن يكون الوصف دقيقا للسلع واضحا، ومفصلا وكاملا.

- **الملصقات واللافتات الإعلانية** : وهي عبارة عن لافتات تلصق على الجدران أو اللوحات لإعلام المستهلك الراغبين في الشراء، بكل ما يتعلق بالسلع والخدمات من حيث خصائصها ومزاياها وطرق استعمالها وضمن ما بعد البيع وغيرها من البيانات الهامة، التي تهم المستهلك معرفتها.

<sup>1</sup> - رمضان أبو السعود، شرح العقود المسماة في عقد البيع والمقايضة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 108.

<sup>2</sup> - عبدالعزيز المرسي حمود، الحماية الخاصة لرضا المشتري، المرجع السابق، ص 78.

- **النماذج والعلامات التجارية:** وتعد من طرق إعلام المستهلك، فالنموذج عبارة مجسم لإحدى المنتجات، إذ يمكن من خلال تشغيل وتحريك النموذج على هيئة تشغيل السلعة أن يتحقق المستهلك من مواصفات وخصائص وطرق استخدام السلعة.

أما العلامة التجارية فهي عبارة عن كل رمز يتخذ كشعار مميزا لمنتجات مشروع صناعي أو زراعي أو تجاري، أو خدمات التي يؤديها المشروع، فالمستهلك عند شراءه للمنتج يربط بين العلامة التجارية للمنتج وخصائص السلعة.

- **الكوبونات:** وهو أحد صور البيع بالمراسلة حيث ينشر في الصحف والمجلات متضمن مجموعة من البيانات تساهم في إعلام المستهلكين الذين يرغبون بالشراء.

- **أوامر الشراء والفواتير:** حيث تتضمن بيانات هامة عن السلعة والخدمات موضوع التعامل، كنوع السلعة وكميتها وثنائها وتاريخ البيع وضمن ما بعد البيع وغيرها من البيانات التي تهم المستهلك معرفتها<sup>1</sup>.

\*- **الوسائل التقنية لإعلام المستهلك:** وتتمثل في<sup>2</sup>:

- **الإذاعة الصوتية والمرئية:** اللتان تسمحان بنقل الرسائل الإعلانية إلى جمهور المستهلكين، التي تنطوي على مجموعة من البيانات التي تفيد إعلام المستهلكين، بالإضافة إلى تحريضهم على الاقتناء.

- **التليفون:** وهي وسيلة للتعاقد، وهي مكمل للوسيلتين المذكورتين آنفا، للحصول على معلومات إضافية عن العقد ومحلّه.

- **الانترنت:** تعد الانترنت من الوسائل العصرية، وقد اتسع دورها في مجال البيع، حيث يتم عرض المنتجات والترويج لها عبر شبكة الانترنت من طرف الأعوان الاقتصاديين، حيث يتمكن جمهور المستهلكين من معاينة المنتجات عن طريق المشاهدة والبيانات التي يتم وضعها، وبهذا تلعب شبكة الانترنت دورا هاما في إعلام جمهور المستهلكين خاصة في الآونة الأخيرة.

إذا يلعب العرض دورا هاما في مجال التعاملات التجارية، وعن طريقها يفصح العون الاقتصادي عن سلعته أو خدماته لإقبال جمهور المستهلكين عليها، فهل هو ملزم بهذا العرض أمام المستهلك، وهذا ما سوف نتطرق إليه.

## 2- آثار العرض و الإعلان في مجال العقود الاستهلاكية:

<sup>1</sup> - عبدالعزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص 123 و 124.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 125 و 126 و 127.

الإيجاب قد يصدر صراحة من الموجب، ويكون بالكلام أو الكتابة أو الإشارة، أو باتخاذ موقف يفهم منه الإيجاب بصراحة، فعرض التاجر لبضاعته على الجمهور مع بيان أثمانها يعتبر إيجابا صريحا من التاجر بأن يبيع هذه البضائع بالثمن الذي بيّنه<sup>1</sup>.

ولكي يعتبر الإيجاب ملزما، ينبغي أن يتوافر له شرطان، الشرط الأول أن يكون نهائيا وباتا، عن نية قاطعة وحاسمة ويعكس عزمًا نهائيا عن التعاقد، أي غير مقترن بتحفظات<sup>2</sup>، أما الشرط الثاني فيجب أن يكون الإيجاب كاملا ومحددا من جهة أخرى، ومقتضى هذا الشرط أن يحوي هذا العقد على الأقل طبيعته والصفات الجوهرية الواجب توافرها في هذا العقد، بحيث لا يبقى لانعقاده سوى توافر القبول، وفي حالة عدم توافر هذين الشرطين اعتبر مجرد دعوة للتفاوض أو التعاقد بحسب الأحوال<sup>3</sup>.

وطبقا للقواعد العامة فعرض المنتجات والخدمات أو الإعلان عنها، ببيان أثمانها يعتبر إيجابا ملزما لأنه يتوافر على الركنين الذين تم تحديدهما آنفا، وينعقد به العقد إذا صادفه قبول من طرف المستهلك (المشتري)، لأنه يشكل اتفاق إرادتي العون الاقتصادي والمستهلك حول المسائل الجوهرية في العقد طبقا للمادة 65 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 95 من القانون المدني المصري.

ولا يشترط في القواعد العامة لكي يعتبر التعبير عن الإرادة إيجابا أن يكون موجها إلى شخص معين بالذات، وإنما من الممكن أن يكون موجها للجمهور طالما ينطوي على نية التعاقد مع أي شخص يظهر رغبته بالقبول، بما أن نية العون الاقتصادي أن إيجابه موجه لكافة الأشخاص الذين يبديون الرغبة في التعاقد، ولذلك تكثر في مجال التجارة صور عملية للإيجاب، كذلك التي تتم عن طريق عرض العون الاقتصادي في واجهات المحلات التجارية مع وضع بيان بأثمانها عليها، أو عن طريق النشرات والإعلانات التي يذكر فيها أثمان هذه المنتجات أو الخدمات والموجهة لجمهور المستهلكين<sup>4</sup>.

زد على ذلك أن العرض المتعلق بالميدان التجاري هو العرض من أجل البيع، ولا يمكن أن يقال أن عرضها كان فقط لإطلاع الناس عليها و الإعجاب بشكلها، فالعرض يتطلب وجود بعض التصرفات التي من شأنها وضع السلع والخدمات تحت نظر المستهلك (المشتري) سواء بإبرازها أو بإظهارها أو بتقديمها، أو بالإعلان عنها بشتى الوسائل إلى غير ذلك من

<sup>1</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، نظرية العقد، الجزء الأول، الطبعة الثانية الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1998، ص 154 و155.

<sup>2</sup> - عبدالعزيز المرسى حمود، الجوانب التعاقدية لمرحلة التفاوض ذو الطابع التعاقدية (دراسة مقارنة)، دون مكان النشر، دون بلد النشر، 2005، ص 12 و13.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 16.

<sup>4</sup> - رمضان أبو السعود، المرجع السابق، ص 163 و164.

الأعمال<sup>1</sup>. ومثل هذا الإيجاب الملزم يبقى قائماً طوال المدة التي تبقى فيها البضائع معروضة، وخاصة في العرض عن طريق الإعلانات والنشرات التجارية، فمثل هذه الحالة يعد إيجاباً ملزماً، وعلى العون الاقتصادي أن يسلم البضاعة للمستهلك بعد أن يصدر عن المستهلك قبولاً ومنه يقوم العقد حسب المادة 59 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 89 من القانون المدني المصري<sup>2</sup>.

ولا يجوز للتاجر أن يعدل عما ورد في إعلانه من بيانات محددة خاصة بوصف المبيع وثمنه، والقول بغير ذلك من شأنه الإضرار بمصلحة المتلقي، كون أن يضع الإعلان نفسه موضع الشك من حيث أنه وسيلة إعلام الجمهور بالسلع والخدمات المطروحة للبيع. وفي أغلب الأحيان ما يتضمن ميعاد محدد صراحة أو ضمني، فهنا لا بد أن يتقيد المعلن بالمدة المحددة، وإذا عدل عن ذلك قبل انقضاء المدة فإن العدول لا يرتب أثره إذ يلزم الموجب بالبقاء على إيجابه طالما لم ينقض الوقت المحدد، ويلزمه بالتنفيذ العيني ما لم يكن مستحيلاً، فإذا استحال جاز له المطالبة بالتعويض، لكن إذا وصل القبول إلى المعلن بعد المدة المحددة أو المعقولة في الإشهار أو بعد نفاذ الكمية، فيعتبر قبولاً متأخراً لا ينعقد به العقد وإنما يمكن أن يعتبر إيجاباً جديداً موجه إلى العون الاقتصادي<sup>3</sup>.

وفي التشريع الجزائري فقد فرض المشرع على الأعوان الاقتصاديين أن يكون إعلامهم محدداً ودقيقاً، ومنه يتضمن العناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه، بحيث يتسنى للمعروض عليه الإطلاع بدقة على مضمون العقد، وبذلك يكون العقد قابلاً للانعقاد بمجرد صدور القبول دون إضافة شيء آخر، وهذا الشرط نص عليه في المادة 05 من القانون 04-02 السالف الذكر، والتي بموجبها تلزم العون الاقتصادي بأن يعلم المستهلك بأسعار السلع المعروضة بصفة مقروءة ومرئية، كما تلزمه بعداً أو وزن السلع المعروضة، ووضع علامات على الغلاف بالنسبة للسلع المعبأة مسبقاً تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسلع المعلنة.

وباستقراء المادة 15 من القانون 04-02 السالف الذكر<sup>4</sup>، اعتبر عرض السلعة أمام نظر الجمهور هو بمثابة تعبير قاطع وجازم على إرادة البيع، بحيث لم يترك مجالاً أمام العون الاقتصادي للتراجع عن البيع، في حالة صدور قبول من طرف المستهلك (المشتري)<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - كالم حبيبة، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 108.

<sup>2</sup> - المادة 59 من القانون المدني الجزائري.

<sup>3</sup> - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 141.

<sup>4</sup> - المادة 15 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>5</sup> - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 102.

وفي كل الأحوال جعلت النصوص القانونية دائما المحترف في مركز الموجب والمستهلك في مركز القابل، وهذه أفضلية للمستهلك، ووسيلة فعالة في حمايته، لأنه هو الذي يتلقى المعلومات، ويكون إرادة حرة، مما يمكنه العلم بحقيقة الشيء الذي ينوي التعاقد عليه، أو إدراكه لشروط التعاقد<sup>1</sup>.

وتطبيقا للقواعد العامة للعقد المنصوص عليها في القانون المدني فإن إعلان المستهلك عن رغبته في التعاقد هو بمثابة قبول ينعقد به العقد طالما صدر واتصل بعلم العون الاقتصادي خلال المدة المحددة أو المعقولة، ويرتب جميع آثاره، ومن بينها التسليم والذي سنأتي على تناوله.

### ثانيا: مرحلة التسليم

لقد كفل القانون حماية للمستهلك خلال مرحلة التسليم، وذلك بإلزام العون الاقتصادي بتسليم الشيء المبيع، وفي حالة الإخلال إما بالإحجام كليا عن التسليم، أو التسليم ناقص، أو في غير المكان والزمان المنفق عليه تقوم مسؤوليته، ولهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى التسليم، ثم الأثر المترتب عن الإخلال بالتسليم.

#### 1- الالتزام بالتسليم:

##### أ- مفهوم الالتزام بالتسليم

يقصد بالتسليم وضع الشيء المبيع تحت تصرف المستهلك (المشتري) بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به بدون مانع<sup>2</sup>. ومنه التسليم التزام فرعي من الالتزام بنقل الملكية يقع على العون الاقتصادي، حيث تنص المادة 364 من القانون المدني الجزائري: "يلتزم البائع بتسليم المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع"، المقابلة لنص 431 من القانون المدني المصري التي تنص على أن: "يلتزم البائع بتسليم المبيع للمشتري بالحالة التي كان عليها وقت البيع"<sup>\*</sup>، ومنه العون الاقتصادي مجبر على تسليم الشيء المبيع بالحالة التي كان عليها وقت إبرام العقد، دون تغيير في حالته<sup>3</sup>.

والمفروض بقاء الشيء على أصله، فالحالة التي كان عليها المبيع وقت التسليم يفترض أن تكون هي نفس الحالة التي كان عليها وقت البيع، فإذا تغيرت حالته عند تسلم المبيع، أو

<sup>1</sup> - PHILIPPE delebecque, op.cit, p 24.

<sup>2</sup> - خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2003، ص 121.

\*- مما يلاحظ أن النصين متطابقين إلا أن المشرع الجزائري استعمل الصيغة (في الحالة) بدل (بالحالة) وحسب الفقيه خليل أحمد حسن قدارة أن المشرع المصري وفق في الصياغة وأن الترجمة من اللغة الفرنسية كانت مخطئة لأن النص الفرنسي في القانون المدني الجزائري le vendeur est obligé de délivrer à l'acheteur l'objet vendu dans l'état ou il se trouvait au moment de la vente

<sup>3</sup> - خليل أحمد حسن قدارة، المرجع السابق، ص 126 و127.

عند معاينته واختباره من طرف المستهلك (المشتري) بعد التسلم، فيقع عبء إثبات أن المبيع مطابق للحالة التي كان عليها وقت البيع على العون الاقتصادي، لأنه هو المدين بالالتزام بالتسليم وهو الذي يقوم بتنفيذه<sup>1</sup>.

وفي حالة وجود اتفاق خاص على حالة المبيع ومكانه وزمانه، فإن هذا الاتفاق هو الذي يسري بين العون الاقتصادي (البائع) والمستهلك (المشتري)، وفي هذه الحالة يقع على المستهلك (المشتري) إثبات وجود الاتفاق، أما على العون الاقتصادي فيقع عليه إثبات أن المبيع وقت التسليم كان فعلا في الحالة المتفق عليها<sup>2</sup>.

والتسليم إما أن يكون قانونيا، أو فعليا، أو حكما، ففي التسليم القانوني لا بد من توافر عنصرين، العنصر الأول هو وضع المبيع بأي شكل تحت تصرف المستهلك (المشتري) حتى ولو لم يتم التسليم المادي، أما العنصر الثاني فيتمثل في إعلام المستهلك (المشتري) من طرف العون الاقتصادي (البائع) بأي شكل بوضع المبيع تحت تصرف المستهلك (المشتري)<sup>3</sup>. في حين التسليم الفعلي يكون التسليم فيها بنقل الحيازة على المستهلك (المشتري) ويصبح فيها المستهلك حائزا فعليا للشيء المبيع، إذا كان محل العقد شيئا منقولا ماديا فتسليمه يتم عادة بالمناولة أي بالتسليم المادي.

أما التسليم الحكمي فيقوم مقام التسليم القانوني (الفعلي) المنصوص عليه في المادة 2/367 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 2/435 من لقانون المدني المصري في حالة اتفاق طرفي العقد، ويتم هذا التسليم في ثلاث حالات:

الحالة الأولى: تواجد المبيع في حيازة المستهلك (المشتري) قبل البيع، ففي هذه الحالة ينفق العون الاقتصادي (مالك الشيء المبيع) والمستهلك (المشتري) على بقاء المبيع في حيازة المستهلك (المشتري) كمالك للشيء المبيع.

الحالة الثانية: يبقى المبيع في حيازة العون الاقتصادي ليس بصفته مالك للشيء المبيع، بل كمستأجر أو مستعير أو مودع عنده أو مرتهن<sup>4</sup>.

الحالة الثالثة: أن يكون الشيء المبيع في حيازة شخص ثالث كمودع لديه لحساب العون الاقتصادي (البائع)، وبعد أن يتم البيع فإن هذا الغير يحوزها لحساب المستهلك (المشتري)<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> عبدالزراق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد ( عقد البيع والمقايضة )، المرجع السابق، ص 560 و 561.

<sup>2</sup> أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (عقد البيع والمقايضة)، المرجع السابق، ص 565.

<sup>3</sup> محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 220.

<sup>4</sup> خليل أحمد حسن قدارة، المرجع السابق، ص 125.

<sup>5</sup> خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 224.

إلا أنه قد يخل العون الاقتصادي بالالتزام بالتسليم، في أي صورة من صوره هذا الإخلال.

### ب- صور الإخلال بالالتزام بالتسليم:

العون الاقتصادي قد يخل بالتزامه بالتسليم سواء في حالته القانونية أو الفعلية أو الحكيمة وذلك بالامتناع كلياً عن التسليم، أو يقوم بالتسليم ولكن ناقص، أو يخل بزمان ومكان التسليم، والذي سوف نوضحه على النحو الآتي:

#### \*- الصورة الأولى: الامتناع كلياً عن التسليم

إذا ما قام العقد صحيحاً يترتب التزاماً على العون الاقتصادي بتسليم الشيء محل التعاقد إلى المستهلك (المشتري)، إذا كان منقولاً وجب تمكين المستهلك (المشتري) من ملكيتها وحيازتها، أما في العقار فيكون التسليم بتمكين المستهلك (المشتري) منه وكف البائع عن الانتفاع به و التخلي عنه، وتسليم مفاتيحه إن كان بناية وتسليم سند الملكية<sup>1</sup>، إلا أنه قد يحجم العون الاقتصادي عن تنفيذ التزامه بالتسليم كلياً، فهنا تترتب عليه المسؤولية العقدية.

ومثال الامتناع الكلي عن التسليم، عرض العون الاقتصادي للسلع بما يفيد إيجاب للجمهور المستهلكين، فيقابلته قبولاً من طرف المستهلك (المشتري)، الذي يبدي رغبته في تنفيذ التزامه المقابل بدفع ثمن محل العقد، إلا أن العون الاقتصادي يرفض التسليم. ولم يكتف المشرع بنصوص القانون المدني، بل نص على ذلك بطريقة غير مباشرة، فباستقراء المادة 2/15 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث تنص على أنه: "يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة"<sup>2</sup>، يحظر على العون الاقتصادي رفض التعاقد مع المستهلك إذا أبدى هذا الأخير الرغبة في التعاقد حول سلعة معروضة للبيع أو خدمة المتوفرة، مما يفهم أن العون الاقتصادي ملزم بإبرام العقد وتسليم المستهلك السلعة محل العقد أو تأدية الخدمة، وهذا وجه من الأوجه الجديدة التي تكفل حماية المستهلك والتي جاءت بها القوانين المتعلقة بحماية المستهلك.

#### \*- الصورة الثانية: التسليم الناقص

يقصد بالتسليم الناقص هو أن ينفذ العون الاقتصادي المدين بالتسليم لالتزامه ولكن ليس بالحالة المتفق عليها أو المعهودة له، كتخلف صفة من الصفات المتعلقة بمحل العقد، ومثال ذلك كأن يتفق العون الاقتصادي أن يبيع له جهاز تلفاز من نوع SONY بشرط أن يكون

<sup>1</sup> - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 220.

<sup>2</sup> - المادة 15 الفقرة 02 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

مصنوع في فرنسا، وعند التسليم يقوم بتسليم جهاز التلفاز من النوع المتفق عليه وبالمميزات المتفق عليها إلا أن هذا الجهاز تم تركيبه في إفريقيا الجنوبية، فيعتبر هنا التسليم ناقص لتخلف صفة من الصفات المتفق عليها. مما يحق للمستهلك هنا المطالبة بتنفيذ الالتزام العقدي بالتسليم على الوجه الصحيح المتفق عليه أو المعلن عنه بالوسائل الإعلانية، كما سوف نوضحه لاحقاً

**\*- الصورة الثالثة: الإخلال بزمان ومكان التسليم**

العون ليس ملزم بتسليم محل العقد بالحالة التي كان عليها وقت التعاقد، بل لا بد من تنفيذ التزامه في الزمان والمكان المتفق عليهما.

#### **- الإخلال بزمان التسليم:**

يلتزم العون بتسليم المبيع إلى المستهلك (المشتري) في الوقت المحدد في العقد، وفي حالة عدم تحديد الوقت وجب تسليم المبيع فور إنشاء العقد، مع مراعاة المواعيد التي تستلزمها طبيعة المعاملة أو ما يقتضيها العرف، هذا طبقاً لقواعد البيع، ويبدأ حساب ميعاد التسليم من تاريخ إبرام العقد.

وفي حالة وقوع نزاع يمكن استخلاص زمان التسليم باستظهار نية المتعاقدين، وللقاضي سلطة تقديرية واسعة للتعرف على زمان التسليم، وقد عبرت محكمة النقض المصرية بقولها: "إن التعرف على تاريخ التسليم للمبيع هو من مسائل الواقع التي يستقل بها قاضي الموضوع متى أقام قضاؤه على أسباب سائغة لها معينها في الأوراق".

وفي حالة وجوب تصدير المبيع للمستهلك، فلا يتم التسليم إلا إذا وصل إليه ما لم يوجد اتفاق يقضي بغير ذلك<sup>1</sup> طبقاً للمادة 368 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 436 من القانون المدني المصري.

أما في مجال العقود الاستهلاكية يلتزم العون الاقتصادي أن يعلم المستهلك (المشتري)

المتعاقدين معه عن تاريخ تسليم محل العقد أو تأدية الخدمة، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في الفقرة 7 من المادة 29 من قانون 04-02 على أن التفرد بتغيير آجال تسليم آجال تنفيذ خدمة يعتبر من الشروط التعسفية مما يفهم أنه يتم الاتفاق على زمان التسليم أو أنه محدد في العقد النموذجي مما يوجب تنفيذ الالتزام في وقته، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري صراحة بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية بنص المادة 03 حيث اعتبر شروط التسليم وآجاله من العناصر

<sup>1</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (عقد البيع والمقايضة)، المرجع السابق، ص



الأساسية في العقد وجب إعلام المستهلك بها<sup>1</sup>، أما المشرع المصري وفي اللائحة التنفيذية الخاصة بإصدار قانون حماية المستهلك أو جب ضمن البيانات التي لا بد أن تحويها الفاتورة ميعاد التسليم<sup>2</sup>، مما يفهم أنه من البيانات التي يجب أن يعلم بها المستهلك أثناء تعاقدته.

وفي مجال تأدية الخدمات الإخلال بزمان التسليم كثير الوقوع، خاصة في عقود إصلاح السيارات، حيث يتفق مستهلك الخدمة مع مقدم الخدمة على زمن تأدية الخدمة، إلا أن هذا الأخير يتأخر في تأدية خدمته، أو في مجال عقود بيع السيارات حيث يضرب للمستهلك (المشتري) موعد تسلم السيارة إلا أن في الواقع يتأخر بزمن كبير عن زمن تسليم السيارة.

### - الإخلال بمكان التسليم:

مكان التسليم إما أن يعين باتفاق الأطراف المتعاقدة (المستهلك والعميل الاقتصادي) أو العرف، وفي حالة عدم تعيين مكان تسلم المبيع ففي هذه الحالة وجب على المستهلك (المشتري) أن يتسلمها في المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع، ففي محل الالتزام المعين بالذات وجب تسليمه في المكان الذي كان موجودا فيه وقت نشوء الالتزام، أما في الالتزامات الأخرى ففي موطن المدين وقت الوفاء أو في المكان الذي يوجد فيه مركز أعمال المدين بالتسليم إذا كان الالتزام متعلقا بهذه الأعمال<sup>3</sup>. أما في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك فلم تنص على مكان التسليم مما يفهم أنه يرجع للقواعد العامة، ومنه مكان التسليم هو مكان تواجد المبيع إلا إذا اتفقا على غير ذلك.

ويكون الإخلال بمكان التسليم وذلك بتغيير مكان التسليم بإرادة العميل الاقتصادي، ومثاله اتفاق المستهلك و العميل الاقتصادي على أن التسليم يكون في المحل التجاري، إلا أن العميل الاقتصادي عند حلول أجل التسليم، يعلم المستهلك (المشتري) أن مكان التسليم قد تغير و أصبح في مكان آخر، أو أن يكون في المكان المنفق عليه مع إضافة مبلغ مالي لإيصاله، مما يترتب عنه ضررا للمستهلك.

وفي هذه الصور تترتب عليه المسؤولية العقدية لإخلاله بالالتزام عقدي<sup>4</sup>، وهذا ما سوف نتعرف عليه.

### 2- أثر الإخلال بالالتزام بالتسليم:

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 2006/09/10 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 2006/09/11، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006.

<sup>2</sup> - المادة 15 من قرار وزير التجارة رقم 887 لسنة 2006 الخاص بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري.

<sup>3</sup> - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 226.

<sup>4</sup> - قرار المحكمة العليا في القضية رقم 22385، المؤرخ في 2000/05/24، المجلة القضائية عدد 1، سنة 2001، الصفحات من 139 إلى 144.

وفي حالة إخلال العون الاقتصادي بتسليم المستهلك (المشتري) للمنتوج أو الخدمة محل التعاقد يحق للمستهلك (للمشتري) طلب تنفيذ الالتزام العقدي، إما طلب فسخ العقد، إما طلب إنقاص الثمن لتخلف الصفات.

#### أ- طلب تنفيذ الالتزام العقدي:

إذا أحجم العون الاقتصادي عن التسليم كلياً، أو كان التسليم ناقصاً، أو في غير الزمان والمكان المحددان، أو بشروط غير تلك المتفق عليها، جاز للمستهلك أن يطلب من العون الاقتصادي تنفيذ التزامه على الوجه الكامل والصحيح، وهنا تنفيذ الالتزام إما أن يكون تنفيذاً عينياً، أو تنفيذاً بطريق التعويض<sup>1</sup>.

#### \* - التنفيذ العيني للالتزام:

تنص المادة 164 من القانون المدني الجزائري على أن: "يجبر المدين بعد إعداره طبقاً للمادتين 180 و181 على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً، متى كان ذلك ممكناً"، المقابلة لمادة 203 من القانون المدني المصري.

#### \* شروط التنفيذ العيني:

من استقراء المادة 164 من القانون المدني الجزائري يتبين أنه لا بد من توافر جملة من الشروط ليتمكن المستهلك من طلب التنفيذ العيني وهي:

#### - الشرط الأول: أن يكون التنفيذ العيني ممكناً

متى كان الالتزام ممكناً فالعون الاقتصادي ملزم بتنفيذه، ما لم يصبح مستحيلًا بسبب أجنبي، أو هلاك الشيء محل التسليم، أو فوات ميعاد تنفيذ الالتزام، فأصبح المستهلك في غنا عن محل العقد المبرم مع العون الاقتصادي<sup>2</sup>.

#### - الشرط الثاني: أن يطلبه الدائن أو يتقدم به المدين

إذا طلب المستهلك (المشتري) تنفيذ الالتزام تنفيذاً عينياً، وكان ممكناً، فلا يحق للعون الاقتصادي أن يمتنع عن ذلك، مقتصرًا على التعويض، بل يجبر على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً، ونفس الشيء في حالة تقدم العون الاقتصادي بتنفيذ التزامه، فلا يحق للمستهلك أن

<sup>1</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد ( نظرية الالتزام بوجه عام - الإثبات - آثار الالتزام)، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2000، ص 718.

<sup>2</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الإثبات - آثار الالتزام)، المرجع السابق، ص 760 و761.

يرفضه ويطلب التعويض أو فسخ العقد، بل تبرأ ذمة العون الاقتصادي من التنفيذ العيني، أما في حالة عدم تقدم المستهلك (المشتري) بطلب التنفيذ العيني ويقتصر طلبه على التعويض، ويسكت العون الاقتصادي أو يقبل التعويض، فهنا القاضي يحكم بالتعويض بدل التنفيذ العيني وهي إحدى الحالات التي يجوز اللجوء مباشرة إلى الحكم بالتعويض قبل التنفيذ العيني<sup>1</sup>.

#### - الشرط الثالث: أن لا يكون في التنفيذ العيني إرهاب للمدين

في هذه الحالة يحق للعون الاقتصادي العدول عن تنفيذ التزامه تنفيذًا عينيًا بإرادته وحده ولكن بتوافر شرطان، فالشرط الأول أن يكون في التنفيذ العيني إرهاب للعون الاقتصادي، والشرط الثاني أن لا يلحق المستهلك من جراء العدول عن التنفيذ العيني ضرر جسيم<sup>2</sup>.

#### - الشرط الرابع: إعدار المدين

الإعذار هو وضع العون الاقتصادي موضع المتأخر في تنفيذ التزامه<sup>3</sup>، وهو ضروري القيام به من طرف المستهلك اتجاه العون الاقتصادي، وهذا ما نصت عليه المادة 164 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 203 من القانون المدني المصري، وحرصت عليه المحكمة العليا في القرار رقم 34951<sup>4</sup>.

فإذا لم يتم المستهلك (المشتري) بإعذار العون الاقتصادي قبل أن يطلب قضائياً التنفيذ العيني، فإن للعون الاقتصادي حق أن يقدم للمدين التنفيذ العيني حتى بعد المطالبة القضائية، وفي هذه الحالة لا يحق للمستهلك (المشتري) أن يطلب العون الاقتصادي بالتعويض عن تأخره في تنفيذ التزامه تنفيذًا عينيًا ويخسر المصاريف القضائية، وهذا ما قضت به المحكمة العليا حيث أوجبت صراحة أن طلب التعويض لا يستجاب إلا بعد إعدار المدين<sup>5</sup>.

#### \* وسائل التنفيذ العيني:

إذا تحققت الشروط الأربعة السالفة الذكر أمكن للمستهلك مطالبة العون الاقتصادي بتسليم الشيء محل العقد، فإذا لم ينفذ التزامه طوعاً، أُجبر على التنفيذ إما عن طريق الغرامة التهديدية أو عن طريق التنفيذ بالتعويض بحسب الأحوال، وتقع تبعية الهلاك على العون

<sup>1</sup> - عبدالزراق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الإثبات - آثار الالتزام)، المرجع السابق، ص 762 و763.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 764 و765.

<sup>3</sup> - الطعن رقم 0306 لسنة 32 مكتب فني 17 صفحة رقم 955 بتاريخ 28-04-1966.

<http://www.egyccourt.com/forums/showthread.php?s=a2d7e193ecf2da92c1ac9e60218e8bd>  
le 20/05/2008  
&t=1733

<sup>4</sup> - قرار المحكمة العليا في القضية رقم 34951، المؤرخ في 10/10/1985.

<sup>5</sup> - قرار المحكمة العليا في القضية رقم 206796، المؤرخ في 12/10/2000، المجلة القضائية عدد 1، سنة 2001، الصفحات من 110 إلى 113.

الاقتصادي إلا في حالة أن هذا الأخير أعذر المستهلك (المشتري) بالتسليم ولم يتم المستهلك (المشتري) بتسليم المبيع.

إلا أنه يعطى للعون الاقتصادي قبل إجباره على تنفيذ التزامه مهلة لتنفيذ التزامه عينا في حالة الظروف الاستثنائية أو القوة القاهرة أو السبب الأجنبي، وهذا ما ذهبت إليه المحكمة العليا الجزائرية في القضية رقم 212782<sup>1</sup>.

ومن وسائل التنفيذ العيني في حالة عدم تنفيذ العون الاقتصادي لالتزامه بتسليم محل العقد بعد إعداره بالإضافة إلى الوسائل التي تم ذكرها والمتمثلة في الوفاء عن طريق الغير وعلى نفقة المدين بالتسليم، أو أن يقوم حكم القاضي مقام التنفيذ العيني، و في حالة أن العون الاقتصادي لم يتم بتنفيذ التزامه يمكن جبره عن طريق الغرامة التهديدية:

**\* - الغرامة التهديدية:**

والغرامة التهديدية وسيلة ضغط على المدين، والتغلب على عناده لتحمله على تنفيذ التزامه، ولقد نص عليها المشرع الجزائري بالمادة 174 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 213 من القانون المدني المصري، فهي وسيلة حمل المدين على تنفيذ التزامه عينا خلال مدة معينة من الزمن، فإذا تأخر في التنفيذ كان ملزما بدفع غرامة تهديدية عن هذا التأخير حسب وحدة زمنية يختارها القاضي<sup>2</sup>، ومتى لاحظ القاضي أن مقدارها لم يؤثر في إرادة المدين كان له أن يزيد في مبلغها<sup>3</sup>، وهذا ما قضت به الفقرة 02 من المادة 174 من القانون المدني الجزائري المقابلة للفقرة 02 من المادة 213 من القانون المدني المصري.

وللحكم بالغرامة التهديدية لابد من توافر ثلاثة شروط وهي:

-الشرط الأول: أن يكون هناك امتناع المدين عن تنفيذه الالتزام العيني مع أن تنفيذه لا يزال ممكنا.

-الشرط الثاني: أن يقتضي تدخل المدين شخصيا لتنفيذ الالتزام تنفيذا عينا.

-الشرط الثالث: أن يلجأ الدائن للمطالبة بتوقيع غرامة تهديدية على العون الاقتصادي

كوسيلة غير مباشرة للتنفيذ العيني<sup>4</sup>.

وفي حالة إصرار المدين عن عدم تنفيذ التزامه رغم فرض الغرامة التهديدية، فيجب أن يلجأ المستهلك (المشتري) إلى محكمة الموضوع<sup>1</sup> طالبا تصفية الغرامة التهديدية والحكم على

<sup>1</sup> - قرار المحكمة العليا في القضية رقم 212782، المؤرخ في 2000/01/12، المجلة القضائية عدد 1، سنة 2001، ص 114 و115 و116.

<sup>2</sup> - العربي الشحط عبدالقادر و نبيل صقر، طرق التنفيذ، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2007، ص 17.

<sup>3</sup> - دربال عبدالرزاق، الوجيز في أحكام الالتزام في القانون المدني الجزائري، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2004، ص 22.

<sup>4</sup> - العربي الشحط عبدالقادر و نبيل صقر، المرجع السابق، ص 21 و22.

المدين بالتعويض، وهذا ما نصت عليه المادة 175 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 214 من القانون المدني المصري. ولا يشترط في التشريع المصري أن يعذر العون الاقتصادي إذا ألح على عدم تنفيذ التزامه وهذا ما ذهبت إليه محكمة النقض المصرية في إحدى قراراتها التي جاء نصها على النحو التالي: "إن القانون لا يتطلب إعدار الملتزم متى كان قد أعلن إصراره على عدم الوفاء، و استخلاص هذا الإصرار من الدليل المقدم لإثبات حصوله، هو مسألة موضوعية لا سلطان فيها لمحكمة النقض على محكمة الموضوع"<sup>2</sup>.

#### \* - التنفيذ بطريق التعويض:

نص المشرع الجزائري على التنفيذ بطريق التعويض بنص المادة 176 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 215 من القانون المدني المصري التي تنص على أن: "إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا يد له فيه، ويكون الحكم كذلك إذا تأخر المدين في تنفيذ التزامه:"، أما نص المادة المصري فكان على النحو التالي: "إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بالتعويض لعدم الوفاء بالتزامه، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ قد نشأت عن سبب أجنبي لا يد له فيه، ويكون الحكم كذلك إذا تأخر عن تنفيذ التزامه"، ومنه الفرق بين النص المصري والجزائري أن مجرد عدم تنفيذ الالتزام العيني إذا توافرت شروطه يحق للمستهلك طلب التنفيذ عن طريق التعويض حتى ولو لم يتحقق الضرر للمستهلك على عكس الجزائري الذي اشترط حدوث الضرر، وهنا حذب لو أن المشرع الجزائري سار على نظيره المصري.

ويحكم بالتنفيذ بطريق التعويض متى توافرت شروطه وهي:

#### - الشرط الأول: استحالة التنفيذ العيني.

يعتبر التنفيذ العيني مستحيلا إذا كان هذا التنفيذ يقتضي تدخل العون الاقتصادي شخصيا، وامتنع هذا الأخير عن التنفيذ ولم يجد التهديد المالي في التغلب على عناده، أو هلك محل الالتزام بالتنفيذ بسبب خطأ من العون الاقتصادي، أو تصرف فيه لمستهلك آخر وكان شيئا معينا بالذات، وكان هذا المستهلك الأخير حسن النية.

#### - الشرط الثاني: استحالة التنفيذ العيني راجع لخطأ المدين بالتنفيذ.

<sup>1</sup> - أنور سلطان، النظرية العامة للالتزام ( أحكام الالتزام)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 150.

<sup>2</sup> - الطعن رقم 0025 لسنة 16 مجموعة عمر 5 ع صفحة رقم 435 بتاريخ 15-05-1947.

ومرد هذا الشرط أن هذه الاستحالة راجعة لخطأ العون الاقتصادي، وبمفهوم المخالفة أن الاستحالة كانت راجعة لخطأ المستهلك، أو لظروف خارجة عن يد العون الاقتصادي فلا يجبر على التنفيذ بطريق التعويض، لأن مسؤولية العون الاقتصادي هنا غير قائمة<sup>1</sup>.

### - الشرط الثالث: إعدار العون الاقتصادي

طبقاً لنص المادة 178 من القانون المدني الجزائري التي تنص: "لا يستحق التعويض إلا بعد إعدار المدين ما لم يوجد نص مخالف لذلك"، المقابلة لنص المادة 218 من القانون المدني المصري، وهذا ما ذهبت إليه محكمة النقض المصرية حيث جاء في حيثيات القرار أن: "الأصل في التشريع المصري أن مجرد حلول أجل الالتزام لا يكفي لاعتبار المدين متأخراً في تنفيذه، إذ يجب للتنفيذ العيني للالتزام كما يجب للتنفيذ بطريق التعويض إعدار المدين حتى لا يحمل سكوت الدائن محل التسامح و الرضاء الضمني بتأخر المدين في هذا التنفيذ..."<sup>2</sup>.

إلا أنه وبالرجوع إلى نص المادة 181 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 220 من القانون المدني المصري، لا يشترط الإعدار في حالات معينة وهي :

- 1- إذا تعذر تنفيذ الالتزام وأصبح غير مجد بفعل العون الاقتصادي.
- 2- إذا كان محل الالتزام تعويضاً ترتب عن عمل مضر.
- 3- إذا كان محل الالتزام رد شيء يعلم العون الاقتصادي أنه مسروق، أو شيء تسلمه دون حق وهو عالم بذلك.

4- إذا صرح العون الاقتصادي كتابة أنه لا ينوي تنفيذ التزامه.  
التنفيذ بطريق التعويض لا نتصوره إلا في حالات محددة وهي:

1. إذا أصبح التنفيذ العيني مستحيلاً بخطأ من العون الاقتصادي.

2. إذا طلبه المستهلك وكان مرهقاً للمدين والقيام به لا يعود على المستهلك بضرر

جسيم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عبدالزراق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الإثبات - آثار الالتزام)، المرجع السابق، ص 823 و 824.

<sup>2</sup> - الطعن رقم 1110 لسنة 49 ق، جلسة 2004/02/6.

<http://www.egycourt.com/forums/showthread.php?s=a2d7e193ecf2da92c1ac9e60218e8bd&t=1733>  
le 20/05/2008

<sup>3</sup> - الطعن رقم 0424 لسنة 21 مكتب فني 06 ص 969.

التنفيذ العيني للالتزام هو الأصل و العدول عنه إلى التعويض النقدي هو رخصة لقاضي الموضوع تعاطيها كلما رأى في التنفيذ العيني إرهاقاً للمدين و بشرط ألا يلحق ذلك ضرراً جسيماً بالدائن . و إذن فمتى كانت المحكمة قد رأت أن عدم التنفيذ العيني من شأنه أن يضر بالدائن ضرراً جسيماً فإنه لا تثريب عليها إذ هي أعملت حقاً أصيلاً لهذا الدائن و قضت بالتنفيذ العيني و لا شأن لمحكمة النقض في التعقيب عليها في ذلك .

3. إذا امتنع العون الاقتصادي عن تنفيذه رغم الحكم بالغرامة التهديدية.

4. إذا تأخر العون الاقتصادي في تنفيذ التزامه.

وتقدير التعويض إما أن يكون عن طريق الاتفاق وهو ما يعرف بالشرط الجزائي<sup>1</sup>، حيث يتضمن العقد شرط جزائي مفاده في حالة عدم تنفيذ العون الاقتصادي لالتزامه بتسليم محل العقد على الوجه الأكمل يخضع لتعويض مبلغ قدره... دج، وهذا القدر منصوص عليه في العقد أو في اتفاق لاحق حسب نص المادة 183 من القانون المدني الجزائري، وللقاضي سلطة تقديرية واسعة في هذا المجال، إما بالحكم بنفس التعويض المقدر في الشرط الجزائي أو الإنقاص منه أو الزيادة فيه حسب نص المادة 177 من القانون المدني الجزائري.

أما التقدير القضائي، فيكون في حالة أن التعويض غير مقدر لا في العقد أو في القانون، فهنا للقاضي سلطة واسعة في تقدير التعويض بشرط أن لا يتجاوز الضرر الفعلي، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، بشرط أن يكون نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو التأخر عن الوفاء به، بالإضافة إلى العنت الذي بدأ من العون الاقتصادي وامتناعه عن تنفيذ التزامه الذي ألزم بتنفيذه بموجب الحكم القضائي<sup>2</sup>.

ومن وسائل التنفيذ بطريق التعويض منها الاختيارية والجبرية، فالاختيارية أن يقوم العون الاقتصادي بتعويض المستهلك في حالة عدم تنفيذ التزامه دون اللجوء إلى القضاء أو بعد الحكم بالتعويض دون اللجوء إلى الوسائل الجبرية .

أما الوسائل الجبرية فيلجأ إليها في حالة عصيان العون الاقتصادي عن تعويض المستهلك عن عدم تنفيذ التزامه كلياً أو أنه تأخر في التنفيذ وحكم عليه بالتنفيذ عن طريق التعويض، وحاز هذا الحكم حجية الشيء المقضي فيه، فيجوز للمستهلك (المشتري) إجباره على الدفع بطريق التنفيذ القهري، المتمثل في حجز أموال المدين الملتزم بالتنفيذ عن طريق التعويض .

وكل شرط يدرج في العقد أن يعفي المحترف من المسؤولية، أو التخفيف من مسؤوليته في حالة عدم الوفاء التام بالتزامه، يعتبر من الشروط التعسفية حسب المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المذكور سابقاً، التي يجب أن تستبعد من التطبيق طبقاً للمادة 110 من القانون المدني الجزائري، ومنه كل شرط ينص في العقد على إعفاء المحترف من المسؤولية

في هذا الصدد يكون باطلا دون بطلان العقد<sup>1</sup>، مع ملاحظة أن المشرع الجزائري لم ينص على الجزاءات المدنية في القانون 04-02 المذكور سابقا، واكتفى بترتيب جزاء جنائي بنص المادة 38 من القانون المذكور أعلاه وهو الغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج، إلا إذا كان هناك اتفاق بين المستهلك والعون الاقتصادي على إعفاء هذا الأخير من أية مسؤولية مدنية مترتبة على عدم تنفيذ التزامه التعاقدية، إلا ما كان ناشئا عن غش، أو عن خطأ جسيم من العون الاقتصادي شخصيا، أما الغش أو الخطأ الناشئ عن المستخدمين في تنفيذ التزامه فيجوز الاتفاق عن إعفائه من المسؤولية<sup>2</sup>.

وفي حالة أن العون الاقتصادي لم يحم بتعويض المستهلك نتيجة عدم تنفيذه لالتزامه، وليس له أموال يمكن الحجز عليها وبيعها بالمزاد، فهل يطبق عليه الإكراه البدني؟  
\* - الإكراه البدني:

نص المشرع الجزائري على الإكراه البدني في المواد من 407 إلى 412 من قانون الإجراءات المدنية في المواد التجارية، في حين اقتصر على عقود القرض بالنقود فقط في المواد المدنية، وبما أن العون الاقتصادي له صفة التاجر فيمكن تطبيق الإكراه البدني في مجال المعاملات التي تدور بين المستهلك والعون الاقتصادي.  
غير أنه قيد تطبيق الإكراه البدني بتوافر الشروط الآتية:

- أن يكون سند الدين التنفيذي، أو حكما أو أمرا حائز لقوة الشيء المقضي به.
- أن يكون أصل الدين زائد عن 500 دج.
- أن يبقى الإكراه البدني آخر وسيلة يلجأ إليها بعد استيفاء جميع الطرق الأخرى.
- أن لا يمر التقادم المسقط المحدد بثلاث سنوات تبدأ احتسابها من تاريخ صيرورة الحكم الحائز لقوة الشيء المقضي به.

- أن يقدم الدائن طلبا إلى رئيس الجهة القضائية الواقع بدائرة اختصاصها محل التنفيذ، ويقضى في الطلب طبقا لإجراءات القضاء المستعجل بعد تبليغ العون الاقتصادي تبليغا صحيحا<sup>3</sup>.

إلا أنه بعد انضمام الجزائر للعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية بموجب المرسوم الرئاسي رقم 89-67 المؤرخ في 16 ماي 1989 بعد موافقة البرلمان عليه بموجب القانون رقم 89-08 المؤرخ في 25 أفريل 1989، وتطبيقا للمادة 132 من الدستور

<sup>1</sup> - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص 36.

<sup>2</sup> - المادة 2/178 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 2/217 من القانون المدني المصري.

<sup>3</sup> - العربي الشحط عبدالقادر و نبيل صقر، المرجع السابق، ص 15 و 16.



الجزائري، فإن المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية تسمو على القانون، وعليه فتطبيق الإكراه البدني في مجال العجز عن تنفيذ الالتزامات التعاقدية محظور، وبصدور التعديل المتعلق بقانون الإجراءات المدنية لم ينص المشرع الجزائري على الإكراه البدني، مما يوحي أنه تفتن لهذا التعارض القانوني بين نصوص العهد الدولي ونصوص قانون الإجراءات المدنية.

أما المشرع المصري لم يأخذ بنظام الإكراه البدني إلا في مجال الأحوال الشخصية أو في حالة تحصيل المبالغ الناشئة عن الجريمة، نظرا لعدم تماشي هذه النظام والمبادئ الحديثة في الالتزام التي تقوم على فكرة أن أموال المدين لا شخصه هي الضامنة بالوفاء، وأن جزاء الإخلال هو التعويض لا العقوبة<sup>1</sup>.

#### ب- طلب فسخ العقد:

يقصد بالفسخ هو حل الرابطة العقدية بناء على طلب أحد طرفي العقد إذا أخل الطرف الآخر بالتزامه، فالفسخ هو جزاء إخلال العاقد بالتزامه ليتحرر العاقد الآخر نهائيا من الالتزامات التي يفرضها عليه العقد<sup>2</sup>. ومجال الفسخ لا يكون إلا في العقود الملزمة لجانبين، مما يفهم أن العقود الملزمة لجانب واحد لا يطبق عليها الفسخ<sup>3</sup>.

ويشترط في طلب الفسخ حسب نص المادة 119 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 157 من القانون المدني المصري :

- **الشرط الأول:** أن يثبت المستهلك (طالب الفسخ) أن العون الاقتصادي لم يف بالتزامه بتسليم المستهلك (المشتري) محل العقد على الحالة المبينة عليه في العقد.
- **الشرط الثاني:** أن يثبت المستهلك (المشتري) أنه وفى بالتزاماته الناشئة عن العقد أو أنه مستعد للوفاء بها، وأن يقضي به القاضي إلا إذا اتفق عليه صراحة في عقد البيع
- **الشرط الثالث:** لا بد من إعداره<sup>4</sup>.

ففي حالة تحقق الشروط السابقة الذكر، يستطيع المستهلك (المشتري) أن يطلب فسخ البيع لعدم قيام العون الاقتصادي (البائع) بتنفيذ التزامه من تقديم شيء مطابق لما ورد في العقد، أو على غير الحالة التي كانت عليها المنتجات والخدمات وقت العرض، وللقاضي سلطة تقديرية واسعة في هذا المجال، فالقاضي غير ملزم بطلب المستهلك (المشتري) في الفسخ، فيحق له

<sup>1</sup>- أنور سلطان، المرجع السابق، ص 159 و 16.

<sup>2</sup>- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 371.

<sup>3</sup>- أبو الخير عبدالونيس الخويلدي، حق المشتري في فسخ العقد المبرم بوسائل الاتصال الحديثة (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2006، ص 20.

<sup>4</sup>- سليمان مرقس، شرح القانون المدني (العقود المسماة المجلد الأول عقد البيع)، الطبعة الرابعة، دار الهنا للطباعة، القاهرة، 1980، ص 454 و 455 و 456.

أن يرفض الطلب بالفسخ إذا كان ما لم يف به العون الاقتصادي (البائع) قليل الأهمية بالنسبة للالتزامه بالتسليم في جملته، كأن يكون الاختلاف طفيف على ما تم الاتفاق عليه والشيء المسلم، كما يجوز أن يمنح للمدين أجلا للتنفيذ<sup>1</sup>.

وإذا قضى القاضي بالفسخ تعاد الحالة إلى ما كانت عليها قبل العقد، ففي العقود الفورية فيتم رد كل طرف للآخر ما استلمه منه، أما في العقود المستمرة فلا يكون له أثرا إلا في المستقبل كعقد تقديم خدمة<sup>2</sup>.

ويجوز له فوق ذلك أن يطلب المستهلك (المشتري) من العون الاقتصادي تعويضا عما أصابه من ضرر بسبب عدم تنفيذ المحترف للالتزامه<sup>3</sup>، إلا إذا استحالة تنفيذه بسبب قوة القاهرة، أو حادث مفاجئ، أو سبب أجنبي.

ويحق للدائن الذي أجيب طلبه في الفسخ الرجوع بالتعويض على المدين الذي لم يتم بتنفيذ التزامه عن عمد أو خطأ منه، ويكون حقه في التعويض عن كافة الأضرار التي لحقت به نتيجة إخلال العون الاقتصادي بالتزامه، لكن التعويض هنا يكون على أساس المسؤولية التقصيرية لا على أساس المسؤولية العقدية، لأن العقد قد حكم بفسخه فلا يصح التعويض على أساسه<sup>4</sup>. وللقاضي هنا سلطة واسعة في تقدير التعويض.

غير أن مجال تطبيق المادة 119 من القانون المدني الجزائري يكون في العقود الملزمة لجانبين، ومنه فهي تشمل العقود الاستهلاكية الملزمة لجانبين، أما العقود الاستهلاكية التي تكون غير ملزمة لجانبين (مثل الوعد بالجائزة والتي نجدها كثيرة الانتشار في هذا العصر) فهي غير مشمولة بهذا النص ولا يرد عليها فسخ، ومنه لا يمكن تطبيق هذه الآلية لحماية المستهلك في هذا النوع من العقود الاستهلاكية.

ومنه للمستهلك الحق في فسخ العقود الاستهلاكية المكيفة على أنها عقود معاوضة، وفي حالة إدراج شرط أو بند في العقد، على رفض حق المستهلك في فسخ العقد في حالة إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته، يعتبر هذا الشرط من الشروط التعسفية، دون بطلان العقد، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري صراحة في الفقرة 7 من المادة 29 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المذكور سابقا، ويعتبر هذا الشرط بتطبيق المادة 30 من نفس القانون المذكور أعلاه.

<sup>1</sup> - نبيل إبراهيم سعد، المرجع السابق، ص 329.

<sup>2</sup> - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 381 و 382.

<sup>3</sup> - عبدالزراق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الإثبات - آثار الالتزام)، المرجع السابق، ص 238.

<sup>4</sup> - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 382.

## ت- طلب إنقاص الثمن:

تنص المادة 107 مكن القانون المدني الجزائري التي تنص: " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن النية"، المقابلة لنص المادة 1/148 من القانون المدني المصري، ومنه يجب تسليم محل العقد طبقا لما اتفق عليه أثناء التعاقد أو بالحالة التي كان عليها وقت العقد أو أثناء العرض. كما تنص المادة 364 من القانون المدني الجزائري: " يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع" المقابلة لنص المادة 431 من القانون المدني المصري.

وطبقا لنص المادة 107 و المادة 364 من القانون المدني الجزائري يلتزم العون الاقتصادي بتسليم محل العقد بالصفات و الشروط المتفق عليها أو المعلن عنها، وفي حالة تسليمه الناقص، وكان هذا النقص مما لا يعيق كليا والانتفاع بمحل العقد، أو لا يف بالغرض الكامل الذي تم التعاقد من أجله، يجوز للمستهلك أن يطلب إنقاص الثمن، أو أن يلجأ إلى هذه الدعوى في حالة عدم استجابة القاضي لدعوى الفسخ نتيجة التسليم الناقص.

ومنه يمكن للمستهلك أن يبقى على العقد قائما، خاصة في حالة أن العون الاقتصادي نفذ جزء من التزامه بأن قدم سلعة أو خدمة ليست مطابقة للعقد، كما يحق للمستهلك المطالبة بالتعويضات عن الضرر الذي أصابه بسبب التنفيذ الناقص، وهذا ما أشارت إليه المادة 365 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 433 من القانون المدني المصري، ويتمثل هذا الفعل في صورة تخفيض الثمن، ولكي يعفى العون الاقتصادي من المسؤولية، يجب أن يثبت أن القوة القاهرة هي التي منعتة من التنفيذ<sup>1</sup>.

مثلا حالة نقص المبيع وفقا للمقدار المتفق عليه في العقد في هذه الحالة يكون العون الاقتصادي مسؤولا عما نقص في المبيع، إلا إذا وجد اتفاق بالتسامح، أو قد يكون العرف قد جرى على التسامح، ففي هذه الحالة لا يكون العون الاقتصادي (البائع) مسؤولا، ولا يحق للمشتري في الرجوع على العون الاقتصادي (البائع)<sup>2</sup>.

وحق المستهلك (المشتري) في طلب إنقاص الثمن لا يكون إلا في حالة انعدام الاتفاق على التسامح أو كان العرف قد جرى على التسامح بمقدار النقص، ومضمون طلب المستهلك (المشتري) في هذه الحالة هو طلب إنقاص الثمن، خاصة إذا كان النقص لم يصل إلى درجة الجسامة مما يعيق والانتفاع الكلي بالشيء محل التعاقد فقد يقبله المستهلك (المشتري) مع ثبوت حقه في طلب إنقاص الثمن، كما يجوز للمستهلك قبول المنتج بغير الحالة التي تم الإعلان

<sup>1</sup> - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص 35.

<sup>2</sup> - خليل أحمد حسن قدارة، المرجع السابق، ص 130.

عليها في مقابل إنقاص الثمن، إذا ثبت نقص قيمة المبيع المسلمة إليه عن قيمة المبيع المبينة في الإعلان<sup>1</sup>.

وتتقدم دعوى إنقاص الثمن حسب المادة 366 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 434 من القانون المدني المصري، خلال سنة من تاريخ التسليم الفعلي<sup>2</sup>.

\*- **تقدير المسؤولية العقدية عن الإخلال بحق المستهلك في الإعلام أثناء تنفيذ العقد:**

مما سبق نجد أن المسؤولية العقدية توفر حماية للمستهلك في حالة إخلال العون الاقتصادي في تنفيذ التزامه بإعلام المستهلك، أو أن يقوم بإعلامه على غير حقيقة العقد، سواء في مرحلة التعاقد وربط الالتزام بالإعلام بنظرتي الغلط والتدليس، وهذا الأخير الذي أضيفت له صور من صور التدليس والتمثلة في الكذب، أو أثناء تنفيذ العقد عن طريق تكيف عرضه للمنتج أو الخدمة بأنه إيجاب يلزمه بالتعاقد بما ورد في عرضه، عن طريق التنفيذ العيني أو عن طريق التعويض، وكذا فرض التزام على العون الاقتصادي في إثبات تنفيذ التزامه في حالة ادعاء المستهلك على العون الاقتصادي بالإخلال في تنفيذ الالتزام بالإعلام.

إلا أن هذه الحماية لم توفر للمستهلك طرق الاقتضاء بحقه من العون الاقتصادي للشروط المفروضة من طرف التشريعات والتي يصعب على المستهلك إثباتها، وكذا طول إجراءاتها، فكل هذا ما يجعل المسؤولية العقدية حماية نظرية فقط للمستهلك، ولهذا التجأ كلا من التشريع والقضاء إلى إيجاد وسيلة أنجع من الحماية العقدية، فطبق على الإخلال بحق المستهلك في الإعلام أحكام المسؤولية التقصيرية وهذا ما سوف نتطرق إليه في الفرع الآتي.

<sup>1</sup> - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص191.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 131 و132.

## المطلب الثاني

### المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام

المسؤولية التقصيرية هي التي يربتها القانون على الإخلال بالتزام قانوني مقتضاه ألا يضر الإنسان غيره بخطأ أو تقصيراً منه<sup>1</sup>. وبما أن الالتزام بالإعلام هو حق للمستهلك على العون الاقتصادي هو التزام قانوني، فإن إخلال هذا الأخير في تنفيذه يرتب على عاتقه المسؤولية التقصيرية، ولذا وجب الحديث عن قيام هذه المسؤولية في الفرع الأول، ثم أثر قيام هذه المسؤولية على العون الاقتصادي في الفرع الثاني.

## الفرع الأول

### قيام المسؤولية التقصيرية

---

<sup>1</sup> - على على سليمان، المرجع السابق ص 113.

حتى تقوم المسؤولية التقصيرية على عاتق العون الاقتصادي لا بد من توافر أركانها، وقبل التطرق لأركان المسؤولية التقصيرية وجب التطرق إلى كل من مجال المسؤولية التقصيرية فيما يتعلق بحق المستهلك في الإعلام الذي هو محل الدراسة وأساسه القانوني التي تقوم عليه المسؤولية التقصيرية (أولاً)، الأركان التي تقوم عليها المسؤولية التقصيرية (ثانياً).

### أولاً: مجال المسؤولية التقصيرية و أساسها

في هذا البند سوف نأتي على تحديد نطاق المسؤولية التقصيرية فيما يتعلق بحق المستهلك بالإعلام، وما الأسس التي قامت عليها المسؤولية التقصيرية في التشريع الجزائري والمصري سواء في القانون المدني أو القوانين المتعلقة بحماية المستهلك في مجال حق المستهلك في الإعلام.

#### 1- مجال المسؤولية التقصيرية:

مجال المسؤولية التقصيرية أوسع من مجال المسؤولية العقدية، وفيما يتعلق بحق المستهلك فهي تشمل مرحلة ما قبل التعاقد وتمتد إلى غاية مرحلة ما بعد تنفيذ العقد، وكل الأخطاء التي ترتب ضرراً للمستهلك، تستوجب تطبيق المسؤولية التقصيرية، كما أن مسؤولية العون الاقتصادي تقوم كلما ثبت تقصير من جانبه سواء كانت علاقته مع المستهلك مباشرة أو غير مباشرة<sup>1</sup>.

ففي المرحلة السابقة على التعاقد (مرحلة المفاوضات أو مرحلة العرض)، يلتزم العون الاقتصادي عند عرضه للمنتوجات والخدمات بإعلام المستهلك بكافة المعلومات التي فرضتها النصوص التنظيمية الخاصة بعرض السلع والخدمات، ويشترط أن تكون هذه المعلومات صادقة ونزيهة، وفي حالة إخلال العون الاقتصادي بهذا الالتزام ولحق بالمستهلك ضرراً، فيحق للمستهلك اللجوء للقضاء طالبا التعويض عن هذا الضرر الذي لحق به، مستندا في ذلك على أساس المسؤولية التقصيرية.

ويمكن كذلك تطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية في مجال الدعاية التجارية، في حالة حدوث ضرر للمستهلك نتيجة الدعاية غير المشروعة المرسلة في الرسائل الإعلانية، التي تنطوي على كذب مألوف لا يرقى إلى مستوى التدليس، بحيث لا يمكن للمستهلك المتضرر من جراءها إلا اللجوء إلى دعوى التعويض عن الضرر الحاصل للاقتضاء بحقه من المعلنين خاصة عند عدم وجود عقد<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001-2002، ص 137.

<sup>2</sup> - يسرية محمد عبدالجليل، المرجع السابق، ص 222.

وأثناء التعاقد العون الاقتصادي ملزم بالإدلاء إلى المستهلك المتعاقد معه بالمعلومات الكافية حول محل التعاقد وشروط التعاقد، وأساس الإلزام القواعد العامة لعقد البيع أو نصوص المتعلقة بحماية المستهلك، وفي حالة إخلال العون الاقتصادي بهذا الالتزام، وترتب ضررا للمستهلك تقوم المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي، وهنا يمكن أن تؤسس المسؤولية على أساس المسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية خاصة في الأخطاء التي يرتكبها العون الاقتصادي ولم تصل إلى درجة التدليس، دون إمكانية الجمع بينهما.

أما عن مرحلة ما بعد التعاقد فهي أيضا قد تتأسس عن الأضرار التي تصيب المستهلك تقصيرا من العون الاقتصادي المدين بالالتزام بالإعلام من خلال فترة التعاقد، في حالة إخلاله بتحذير المستهلك من الأخطار التي ينطوي عليها المنتج، أو إعلامه بطريقة الاستعمال، وهو ما يبرر الحكم بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية<sup>1</sup>.

كما أن أغلب الأحيان لا تربط المنتج بالمستهلك علاقة تعاقدية، إلا أن بتطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية وخاصة التي جاءت بها قوانين حماية المستهلك يمكن للمستهلك الرجوع على المنتج بدعوى المسؤولية نتيجة الضرر الحاصل له<sup>2</sup>، حيث فرضت هذه النصوص القانونية على المنتج أن يلتزم سواء بنفسه أو بواسطة متخصصين باتخاذ كل ما هو ضروري من الاحتياطات في توفير المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية في المنتج<sup>3</sup>.

وبعد تحديد مجال المسؤولية التقصيرية فيما يتعلق بحق المستهلك في الإعلام، نقوم

بتحديد الأساس الذي قامت عليه هذه المسؤولية

## 2- أساس المسؤولية التقصيرية:

تجد المسؤولية التقصيرية أساها في نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تنص على: "كل عمل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"، المقابلة لنص المادة 163 من القانون المدني المصري.

والمادة 65 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وكذا المادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أن: "يجب أن لا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية، وأن لا تسبب له ضررا معنويا"، وحبذا لو أن المشرع الجزائري بهذا النص استبدل كلمة الخدمة بالمنتج مما يحقق له حماية أكبر، أما المشرع المصري فالأساس القانوني للمسؤولية التقصيرية يتجسد في المادة 24 من

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 281.

<sup>2</sup> - محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص 79.

<sup>3</sup> - جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 136.

قانون حماية المستهلك المصري التي تقضي بأن للمستهلك الحق في التعويض من جراء الضرر الذي أصابه لإخلال العون الاقتصادي بحق المستهلك في الإعلام<sup>1</sup>.

### ثانياً: أركان المسؤولية التقصيرية

المادة 65 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وكذا المادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لم تحدد الأركان لقيام المسؤولية التقصيرية، فتصبح المادة 124 من القانون المدني الجزائري والمذكورة سابقاً المرجع في تحديد أركان المسؤولية التقصيرية، والتي حصرتها في: ركن الخطأ، ركن الضرر، و ركن العلاقة السببية.

والتساؤل الذي يطرح بهذا الصدد ما الجديد الذي جاءت به القوانين المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة، وحماية حق المستهلك بصفة خاصة فيما يتعلق بأركان المسؤولية التقصيرية؟ وهذا ما سوف نجيب عليه بدراسة كل ركن من أركان المسؤولية التقصيرية طبقاً للقانون المدني والقوانين المتعلقة بحماية حق المستهلك في الإعلام.

#### 1- ركن الخطأ:

عرفه الفقيه إيمانويل ليقى الخطأ بأنه إخلال بالثقة المشروعة<sup>2</sup>، وعرف بأنه العمل الضار غير المشروع، أما الأستاذ بلانيول فقد عرفه بأنه إخلال بالتزام سابق<sup>3</sup>، أما الفقيه ديموج عرفه على أنه اعتداء على حق يدرك المعتدي فيه جانب الاعتداء. والخطأ يمثل اللبنة الأولى والركيزة الأساسية لقيام المسؤولية التقصيرية، حيث لا مسؤولية بدون خطأ، الذي يكون إثباته بجميع طرق الإثبات.

ونظراً لعدم كفاية قواعد المسؤولية التقصيرية التي كانت تطبق على الأعوان الاقتصاديين، اضطر المشرع الجزائري لتشديد المسؤولية، وأصبح بموجب قواعد حماية المستهلك يحمل العون الاقتصادي المسؤولية على أساس الخطأ المفترض، سواء كان الخطأ صادراً من العون الاقتصادي أو ممن هم تحت رعايته<sup>4</sup>. ولركن الخطأ عنصران، عنصر مادي وعنصر معنوي.

#### أ- العنصر المادي للخطأ:

<sup>1</sup> - المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>2</sup> - علي علي سليمان، المرجع السابق، ص 146.

<sup>3</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام) المجلد الثاني، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2000، ص 880.

<sup>4</sup> - جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 138 و 139.



من التعاريف السابقة نستنتج أن الركن المادي للخطأ يتجسد في انحراف السلوك، فهو تعدي من الشخص في تصرفه ومجاوزة للحدود التي يجب عليه التزامها في سلوكه<sup>1</sup>، ولهذا بالإخلال الصادر من العون الاقتصادي بحقوق المستهلكين التي جاء بها القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يعتبر خطأ يستوجب المسؤولية<sup>2</sup>، ومن بين هذه الحقوق حق المستهلك في الإعلام، وإخلال العون الاقتصادي بتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك، يعتبر كانحراف في السلوك التجاري، لأن النصوص القانونية والعادات التجارية أوجبت عليه أن يتعامل مع المستهلك بمبدأ حسن النية. وخطأ العون الاقتصادي فيما يتعلق بحق المستهلك بالإعلام يأخذ مظهرين، إما مظهرا إيجابيا، أم مظهرا سلبيا.

#### \* - المظهر الإيجابي للخطأ:

المظهر الإيجابي لخطأ العون الاقتصادي، يتمثل في حالة الإدلاء بالكاذب بالمعلومات المتصلة بمحل التعاقد، كما لو كذب العون الاقتصادي على المستهلك الراغب بالشراء فأوهمه بأن السلعة المعروضة للبيع لها خصائص معينة ليست فيها<sup>3</sup>. وإذا كان مجرد إعطاء بيانات كاذبة للمشتري يعطى لخطأ المحترف مظهرا إيجابيا، فإن ذلك المظهر يتحقق من باب أولى وبشكل أوضح إذا كان هذا الكذب مصحوبا بوسائل احتيالية تدخل الخديعة على المستهلك بهدف حمله على التعاقد<sup>4</sup>.

ولا يكفي الإعلام، فلا بد من اتصال الإعلام بالمستهلك شخصيا، فمثلا مسؤولية المنتج قائمة في حالة أن البيانات الموضوعية على المنتجات قابلة للإزالة أو المحو، أو ليست لصيقة بالمنتجات، فهنا المنتج أو المستورد أو العون الاقتصادي (البائع) كلهم مسؤولون عن مخالفة شروط البطاقات الإعلامية وفقا للتنظيم القانوني المعمول به في مجال البطاقة الإعلامية، تقام عليهم المسؤولية التقصيرية، إذا صاحب هذا الخطأ ضررا بالمستهلك.

#### \* - المظهر السلبي للخطأ:

يتخذ خطأ العون الاقتصادي طابعا سلبيا، حينما يقف موقف المتفرج من المستهلك فيمتنع عن تقديم المعلومات الكافية والهامة المتصلة بمحل التعاقد، والتي يجهلها المستهلك<sup>5</sup>، وهو ما يعرف بالكتمان، والكتمان قد يكون كلي أم جزئي، فالكتمان الكلي يكتم فيه العون الاقتصادي عن المستهلك جميع المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة وشروط التعاقد عليها، مما يجعل

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 882.

<sup>2</sup> - قادة شهيد حسن، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 160.

<sup>3</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 479.

<sup>4</sup> - عبدالعزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، المرجع السابق، ص 156.

<sup>5</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 477 و478.

المستهلك يقدم على التعاقد وهو على غير بينة، فإذا أصابه ضرر تقوم مسؤولية العون الاقتصادي، هنا الخطأ يتمثل في امتناع العون الاقتصادي كلياً عن إعلام المستهلك وتنويره، مما يترتب المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي الممتنع<sup>1</sup>.

أما الكتمان الجزئي، ففيه يكتم العون الاقتصادي عن المستهلك بعض المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد، ويظهر بعضها الآخر، ومثاله كأن يقوم العون الاقتصادي بكتمان الأخطار التي قد تتجم عن المنتجات خوفاً من إحجام المستهلكين عن شراءها، وفي المقابل يبين طريقة الاستعمال، ففي هذه الحالة تقوم مسؤولية العون الاقتصادي عن الضرر الحاصل للمستهلك نتيجة عدم إعلامه بهذه المخاطر التي قد تنجر عن هذه المنتجات الخطيرة بطبيعتها<sup>2</sup>.

و المشرع الجزائري يترتب المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي في حالة الامتناع (الفعل السلبي) سواء كان الامتناع كلياً أم جزئياً، وهنا له نفس الأثر مع الفعل لايجابي، لأن كليهما يترتب عليه ضرراً يوجب التعويض، ومنه يعتبر الفعل السلبي (الامتناع) مساوياً للفعل الإيجابي ومعادلاً له، فعمله هذا عبارة عن اتخاذ موقف سلبي نتج عنه الضرر، وعليه لا يمكن من الناحية الفلسفية النظرية أن نفرق بين إحداث الضرر وبين ترك الضرر يحدث، متى كان بإمكان الشخص أن يحول دون حدوث الضرر ويمنع وقوعه، وخاصة إذا تعمد هذا الموقف السلبي واختاره<sup>3</sup>. وهنا نجد أن المشرع الجزائري يضيف حماية أكبر خاصة في حماية حق المستهلك في الإعلام.

مما يفهم أن الأصل عند عرض المنتجات أو الخدمات على جمهور المستهلكين يلزم العون الاقتصادي بإعلامهم، إلا أنه في مجال التزامات الطبيب بالإعلام، نجد أن القانون في حالات معينة خول للطبيب الحق في الامتناع على إعلام المريض بالحالة الصحية، في حالة الوقوف على الحالة الخطيرة للمريض بعد تشخيصه، وذلك حسب المادة 51 من قانون أخلاقيات مهنة الطبيب الجزائري، التي تنص: "يمكن إخفاء تشخيص المرض الخطير عن المريض لأسباب مشروعة يقدرها الطبيب، أو جراح الأسنان، بكل صدق وإخلاص، غير أن الأسرة يجب إخبارها، إلا إذا كان المريض قد منع مسبقاً عملية الإفشاء هذه، أو عين

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 477.

<sup>2</sup> - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 90.

<sup>3</sup> - حسن علي الذنون، المبسوط في شرح القانون المدني (الخطأ)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن،

الأطراف التي يجب إبلاغها بالأمر، ولا يمكن كشف هذا التشخيص الخطير، أو التنبؤ الحاسم إلا بمنتهى الحذر والاحتراز"<sup>1</sup>.

### ب- العنصر المعنوي للخطأ:

لقيام ركن الخطأ لا يكفي توافر العنصر المادي له، بل يجب أن يكون من وقع منه فعل الخطأ مدركا له<sup>2</sup>. وفي مجال حق المستهلك في الإعلام، فإن الخطأ الصادر عن العون الاقتصادي والمتمثل بالإخلال بالتزامه بالإعلام، فالعون الاقتصادي كامل الأهلية، سواء كان تاجرا أهلا لمزاولة التجارة، ببلوغه 19 سنة كاملة أو كان مرشدا طبقا للقانون التجاري الجزائري، ومحترف في مجال تجارته، أو حرفي أهلا لمزاولة تلك الحرفة، الخطأ الصادر منه جاء عن وعي وإدراك، وفي مجال قوانين حماية المستهلك تقوم مسؤولية العون الاقتصادي في حالة الإخلال بالتزامه بالإعلام سواء كان هذا الإخلال عمدي أم غير عمدي وترتب عن هذا الخطأ ضررا للمستهلك<sup>3</sup>. كما أن التعديل الذي جاء به القانون المدني الجزائري في المادة 136 منه التي تنص: "يكون المتبوع مسؤولا عن الضرر الذي يحدثه تابعه بفعله الضار متى كان واقعا منه في حالة تأدية وظيفته أو بسببها أو بمناسبةها. وتتحقق علاقة التبعية ولو لم يكن المتبوع حرا في اختيار تابعه متى كان هذا الأخير يعمل لحساب المتبوع"، المقابلة لنص المادة 174 من القانون المدني المصري، ومنه مسؤولية العون الاقتصادي قائمة في حالة إخلال العمال الذين هم تحت مسؤوليته، ولقيام هذه المسؤولية لابد من وجود علاقة تبعية بين محدث الضرر، بحيث له سلطة الإشراف والرقابة والتوجيه، وأن يحدث هذا الخطأ أثناء تأدية الوظيفة أو بسببها<sup>4</sup>.

### 2- ركن الضرر:

يقال عادة لا مسؤولية بدون ضرر، وفي المسؤولية التقصيرية لابد من حدوث الضرر ولو معنوي للمستهلك، فلا يكفي حدوث الخطأ لقيام المسؤولية التقصيرية على عاتق العون الاقتصادي، بدون أن يلحق ضرر بالمستهلك، ولقد ورد نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري المقابل لنص المادة 163 من القانون المدني المصري قاطعا في ضرورة تحقق

<sup>1</sup> - أحمد حسن عباس الحيارى، المسؤولية المدنية للطبيب في ضوء النظام القانوني الأردني والنظام القانوني الجزائري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 119.

<sup>2</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام المجلد الثاني)، المرجع السابق، ص 903.

<sup>3</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 480.

<sup>4</sup> - أحمد محمد عطية محمد، نظرية التعدي كأساس للمسؤولية المدنية الحديثة (دراسة مقارنة في ضوء الفقه وأحكام القضاء) دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 37.

الضرر في المسؤولية التقصيرية حين قضى بأن كل عمل أيا كان يرتكبه المرء بخطئه  
ويسبب ضررا للغير<sup>1</sup>.

والضرر قد يكون ماديا يصيب المستهلك في حق من حقوقه التي يحميها القانون سواء  
في جسمه أو في ماله أو يصيبه في مصلحة مادية مشروعة، أو معنوي الذي يمسه في  
مشاعره أو عواطفه أو في شرفه أو في عقيدته<sup>2</sup>. ولقد نص عليه المشرع الجزائري صراحة  
بنص المادة 182 مكرر من القانون المدني الجزائري: "يشمل التعويض عن الضرر المعنوي  
كل مساس بالحرية أو الشرف أو السمعة".

والأمثلة كثيرة في هذا الصدد عن الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك من جراء امتناع  
العون الاقتصادي عن تنفيذ التزامه القانوني بالإعلام، وسوف نضرب أمثلة عن كل ضرر قد  
يلحق المستهلك حسب أنواع الضرر، ففي الضرر المادي وما يتعلق بسلامة جسمه فعدم  
تحذير المستهلك من مخاطر استعمال الدواء بكمية غير تلك الواجب احترامها قد يصل الضرر  
فيها إلى درجة الموت، أو عدم إعلامه بمجال استعمال آلة معينة كمن يعتقد أن مضخة  
صغيرة عادية يمكنه استخراج الماء من قاع بئر ذو عمق كبير، وعند استعمالها يتبين أنها لا  
تفي بالغرض، فيضطر لشراء مضخة أخرى، وهنا الضرر مس ماله، أما فيما يخص الضرر  
المعنوي فيكفي ضرب مثال عن الضرر في العقيدة، فمثلا أن منتج غذائي مصنوع من لحم  
الخنزير، وغياب تنفيذ الالتزام بالإعلام، حول هذه المعلومة الجوهرية في المجتمعات  
الإسلامية فيسبب له ضرر معنوي يمسه في عقيدته.

والضرر الواجب التعويض عنه هو الضرر المباشر<sup>3</sup> حسب نص المادة 182 من القانون  
المدني الجزائري المقابل لنص المادة 221 من القانون المدني المصري، وهذا ما ذهب إليه  
الفقيه الأستاذ السنهوري أن الضرر غير المباشر لا يعوض عنه أصلا، لا في المسؤولية  
العقدية ولا في المسؤولية التقصيرية.

ولم يكتفي المشرع الجزائري والمصري بالتعويض عن الضرر الحال، بل أوجب  
التعويض عن الضرر المتوقع بنص الفقرة الثانية من المادة 182 من القانون المدني الجزائري  
المقابل لنص الفقرة الثانية من المادة 221 من القانون المدني المصري، في حالة قيام العون  
الاقتصادي الذي يرتكب غشا أو خطأ جسيما، وهذا الحكم مستمد من المادة 1150 من القانون  
المدني الفرنسي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - علي علي سليمان، المرجع السابق، ص 162.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 162.

<sup>3</sup> - علي فتاك، المرجع السابق، ص 450.

<sup>4</sup> - علي علي سليمان، المرجع السابق، ص 177.

وإن كان الضرر لا يثير أية صعوبة في بعض حالات المسؤولية التقصيرية، كالضرر الواقع من جراء تصادم سيارة فهنا الضرر محقق يسهل إثباته، على العكس في حالة إصابة المستهلك ضرر لإخلال العون الاقتصادي في تنفيذ التزامه بإعلام المستهلك فقد يصعب إثباته خاصة في حالة عرض المنتج أو الخدمة دون اقتناءها<sup>1</sup>.

أما في المشروع التمهيدي المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري والمنتظر المصادقة عليه من طرف البرلمان بغرفتيه، أجاز لجمعيات حماية المستهلك الادعاء بحق مدني متعلق بأفعال تتضمن ضررا مباشرا أو غير مباشر يمس بالمستهلك، مما يتبين أن المشرع الجزائري في نيته أن يأخذ بالضرر غير المباشر ليعطي حماية أكثر للمستهلك<sup>2</sup>.

### 3- العلاقة السببية:

هي الركن الثالث والأخير من أركان المسؤولية التقصيرية، ومفادها أن خطأ العون الاقتصادي، بعدم تنفيذ التزامه القانوني بإعلام المستهلك بالمعلومات الكاملة عن محل التعاقد وشروط التعاقد، وكيفية استعماله، والتحذيرات من المخاطر التي قد ينطوي عليها هذا المنتج أو هذه الخدمة، هو السبب في حدوث الضرر.

ويقع على المستهلك الذي يدعي وقوع الضرر عليه أن يثبت ذلك، هذا حسب القواعد العامة في القانون المدني سواء الجزائري أم المصري<sup>3</sup>، ولا يعفى العون الاقتصادي من المسؤولية إلا إذا أثبت أن الضرر قد نشأ عن سبب لا يد له فيه، كالحادث المفاجئ، أو القوة القاهرة، أو خطأ صادر عن المستهلك (المضروب)، أو خطأ من الغير حسب نص المادة 127 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 165 من القانون المدني المصري، لكن بشرط عدم وجود نص قانوني يلزمه التعويض أو انفاق.

لكن حديثا ترى الفقيهة MURIEL وجود علاقة سببية بين الكتمان العمدي أو الخاطيء كأحد صور مخالفة المدين لالتزامه بالإعلام وبين الضرر الذي يصيب المستهلك، وعليه يكفي إثبات أن العون الاقتصادي قد أخل بالتزامه بالإعلام لإثبات أن الضرر الحاصل نتيجة هذا الخطأ الذي ارتكبه العون الاقتصادي<sup>4</sup>.

فما الأثر القانوني إذا ما استطاع المستهلك أن يثبت قيام المسؤولية في ذمة العون الاقتصادي؟ وهو محل النقاش في الفرع الثاني.

<sup>1</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 482.

<sup>2</sup> - المادة 24 من المشروع التمهيدي للقانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، وزارة التجارة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجزائر، 2008.

<sup>3</sup> - علي علي سليمان، المرجع السابق، ص 194.

<sup>4</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 483.

## الفرع الثاني أثر قيام المسؤولية التقصيرية

إذا توافرت أركان المسؤولية التقصيرية التي تم تحديدها، تقوم المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي، ويحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض عن الضرر، وهذا ما سنتناوله في هذا الفرع، دعوى المسؤولية التقصيرية (أولاً)، جزاء قيام المسؤولية (ثانياً).

### أولاً: دعوى المسؤولية التقصيرية

لابد من إثبات المسؤولية من جانب المدعى الذي له الشروط القانونية للتقاضي على العون الاقتصادي، بتقديم الدفوع والحجج التي تثبت ذلك، وقبل انقضاء حقه في هذه الدعوى، على النحو التالي:

#### 1- إثبات المسؤولية التقصيرية:

إذا استطاع المستهلك أن يثبت قيام المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي، بتوافر أركانها كان له الحق في التعويض عما لحقه من ضرر، نتيجة عدم تنفيذ العون الاقتصادي للالتزام الملقى على عاتقه بنصوص القانون. وهذه النصوص تتجه نحو حماية المستهلك، حيث تسهل عليه الحصول على التعويض عن الضرر الذي أصابه، ذلك أن وجود هذا الالتزام في حد ذاته يعتبر أحد سبل التسهيل على المستهلك في إثبات خطأ العون الاقتصادي، ونتج عن هذا الخطأ ضرر، بأن تركه يتعاقد دون أن يعلم، فيلاحظ في هذا الشأن يشترط صفة الاحتراف في المتعاقد مع المستهلك يقيم قرينة على سوء نية العون الاقتصادي باعتباره أنه يفترض فيه علمه الشخصي بهذه المعلومات، وبهذا يعفى المستهلك من إثبات خطأ العون الاقتصادي بعدم قيامه بالإعلام<sup>1</sup>.

وبهذا تثبت مسؤولية العون الاقتصادي الذي بخطئه تسبب في حدوث الضرر للمستهلك، الذي ينشأ له حق في التعويض من وقت توافر أركان المسؤولية، ويقدر التعويض على قدر الضرر الذي أصاب المستهلك المتضرر، ولا يصح أن يتجاوز الضرر، ولا يكون إلا على الضرر المباشر سواء المتوقع أم غير المتوقع<sup>2</sup>، وقد يكون التعويض نقدي أو عيني، مثال هذا الأخير ما استوجبه المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

<sup>1</sup> - حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 35.

<sup>2</sup> - جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 141.

كما يرى جانباً من الفقه المصري<sup>1</sup> إلى أن القضاء بإبطال العقد تأسيساً على عيب الغلط أو عيب التدليس، لا يمنع القاضي من الحكم زيادة عليه بالتعويض لمن وقع ضحيته، إذا ناله ضرر لم يصلحه الإبطال في رفعه عنه، و كان هذا الضرر ناجماً عن خطأ ارتكبه العون الاقتصادي وأدى بالمستهلك إلى أن يجيء رضاه مشوباً بالعيب المبطل، كما لو علم بوقوعه في الغلط ولم ينبهه إليه متجافياً في ذلك مع مقتضيات الشرف ونزاهة التعامل، وحسب رأيهم أن هذا الحكم لا يعدو أن يكون تطبيقاً للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، ولنظرية الخطأ عند تكوين العقد.

ومن بين الحالات التي يجوز فيها الجمع بين طلب إبطال العقد وطلب التعويض ما نصت عليه المادة 397 و المادة 399 من القانون المدني الجزائري المقابلة لمادة 466 و المادة 468 من القانون المدني المصري، والتي تتعلق ببيع العون الاقتصادي لشيء معين بالذات و مملوك لغيره، دون أن يعلم المستهلك المشتري بذلك، فيحق لهذا الأخير أن يطب التعويض إلى جانب طلب الإبطال حتى وإن كان العون الاقتصادي حسن النية<sup>2</sup>.

## 2- أطراف دعوى المسؤولية التقصيرية:

طبقاً للقاعدة العامة في قانون الإجراءات المدنية المنصوص عليها بالمادة 459 من هذا القانون<sup>3</sup>، لابد من توافر ثلاثة شروط لرفع الدعوى المدنية، وهي الصفة والمصلحة والأهلية القانونية، وهذه الصفات نجدها في كل من: المستهلك، ورثة المستهلك المضرور، وجمعية حماية المستهلك التي نصت عليها المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وترفع دعوى التعويض على الطرف المسؤول، سواء كان مسؤولاً على فعله الشخصي أو مسؤولاً عن غيره، أو مسؤولاً عن الشيء الذي في حراسته، أما في حالة تعدد المسؤولين فقد قضت المادة 126 من القانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 169 من القانون المدني المصري بأنه إذا تعدد المسؤولون عن عمل ضار، كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر، وتكون فيما بينهم بالتساوي إلا إذا عين القاضي نصيب كل منهم في التعويض، وما

<sup>1</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 486.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 487 و 488.

<sup>3</sup> - أصبحت المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الصادر بالقانون رقم 09-08 المؤرخ في 25 فيفري 2008.

داموا متضامنين فإن للمدعي يستطيع أن يقيم الدعوى عليهم جميعا، أو أن يختار منهم من يشاء فيقصر الدعوى على واحد دون غيره، ويطالبه بالتعويض كاملاً<sup>1</sup>.

وطبقاً للمادة 12 الفقرة الأولى من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، بالإضافة إلى المادة 20 من نفس القانون، فيحق الرجوع بدعوى التعويض على كل المتدخلين أو بعضهم، كل حسب مسؤوليته الخاصة وفي حدود فعله، مما يفهم يحق لمن لهم الحق في رفع دعوى التعويض عن الضرر الذي لحق بالمستهلك الرجوع على أي مهني<sup>2</sup>، ولا يهم إن كان شخص طبيعى أم معنوي، فيمكن مساءلة الشخص المعنوي أيضاً عن الأخطاء التي يرتكبها ممثلوه عند القيام بإدارة شؤونه، إلا أن هذا النص قد ألغي بإلغاء القانون 89-02 السالف الذكر بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مما تصبح القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية هي الواجبة التطبيق، وهذا المبدأ استقر عليه الفقه والقضاء في مصر<sup>3</sup>.

وفي حالة إن كان الإخلال بحق المستهلك في الإعلام صادر عن شخصية معنوية، فترفع الدعوى على الشخص المعنوي، وإذا ارتكب من طرف ممثل القانوني للشخص المعنوي، فترفع الدعوى على الشخص المعنوي باعتباره متبوعاً<sup>4</sup>.

### 3- طلب المستهلك في دعوى المسؤولية التقصيرية:

إن سبب دعوى التعويض مهما تنوعت الوسائل والسندات التي يستند إليه في طلباته واحدة، وهو إخلال العون الاقتصادي بمصلحة مشروعة، وهنا المصلحة المشروعة هي حق المستهلك في الإعلام، والطلب الرئيسي في دعوى التعويض هو تعويض المستهلك عن الضرر الذي لحق به من جراء خطأ المتدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك. فيستند المستهلك في طلباته على إخلال العون الاقتصادي بحقه في الإعلام، سواء أن العون الاقتصادي امتنع كلياً عن تقديم المعلومات مما تسبب له ضرر في مصلحة مادية أو أدبية حسب الضرر الذي وقع له، أو أنه قدم له معلومات غير مطابقة للحقيقة، ويستند المستهلك في دعواه على جميع النصوص القانونية الخاصة بحماية حقه في الإعلام، والنصوص الخاصة بالمسؤولية عقدية أو تقصيرية، حتى لا تفلت منه فرصة في كسب دعواه،

1- عبدالرزاق أحمد السنهوري، النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص 1046 و 1047.

2- لعجال لمياء، المرجع لسابق، ص 37.

3- عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام المجلد الثاني)، المرجع السابق، ص 913.

4- عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام المجلد الثاني)، المرجع السابق، ص 1055.



وموضوع الدعوى هو التعويض عن الضرر، يقدره المستهلك كما يرى، ولا يجوز للقاضي أن يزيد عما طلبه المستهلك، ولكن يجوز له أن يقضي بأقل<sup>1</sup>.

إلا أن للعون الاقتصادي أن يدفع بعدم توافر ركن من أركان المسؤولية (عدم توافر ركن الخطأ، الضرر، أو العلاقة السببية)، أو انقضائها، أو بانقضاء الالتزام الذي ترتب عنه المسؤولية.

#### 4- تقادم دعوى المسؤولية التقصيرية:

تتقادم دعوى المسؤولية التقصيرية طبقاً لنص المادة 133 من القانون المدني الجزائري: "تسقط دعوى التعويض بانقضاء خمس عشرة سنة من يوم وقوع الفعل الضار:" أم في التشريع المصري فتتقادم دعوى المسؤولية التقصيرية طبقاً لنص المادة 172 من القانون المدني المصري التي جاء نصها على النحو التالي: "تسقط بالتقادم دعوى التعويض الناشئة عن العمل غير المشروع بانقضاء ثلاث سنوات من اليوم الذي يعلم فيه المضرور بحدوث الضرر وبالشخص المسئول عنه، وتسقط هذه الدعوى في كل حال بانقضاء خمس عشرة سنة من يوم وقع العمل غير المشروع، على أنه إذا كانت هذه الدعوى ناشئة عن جريمة وكانت الدعوى الجنائية لم تسقط بعد انقضاء المواعيد المذكورة في الفقرة السابقة، فإن دعوى التعويض لا تسقط إلا بسقوط الدعوى الجنائية".

من استقراء هذه النصوص يتبين لنا وجود اختلاف بين التشريع المصري والجزائري في مدة تقادم دعوى التعويض، فالمشرع الجزائري طبق التقادم طويل المدى على عكس المشرع المصري الذي طبق التقادم متوسط المدى في حالة العلم بحدوث الضرر والمسئول عن إحداث الضرر.

#### ثانياً: جزاء قيام المسؤولية التقصيرية على العون الاقتصادي

إذا ثبت مسؤولية العون الاقتصادي في إخلاله بحق المستهلك بالإعلام، حكم عليه بالتعويض عن الضرر الذي لحق بالمستهلك نتيجة هذا الإخلال، ومنتصور في مجال حق المستهلك بالإعلام أن يكون التعويض نقدياً وهو الغالب<sup>2</sup>.

ويرجع تقدير التعويض للقاضي حسب نص المادة 131 من القانون المدني الجزائري المقابلة لنص المادة 170 من القانون المدني المصري، بشرط أن العون الاقتصادي والمستهلك لم ينفقا على مبلغ التعويض، أو لم ينص عليه في القانون.

<sup>1</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام المجلد الثاني)، المرجع السابق، ص 1056 و1057.

<sup>2</sup> - عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام المجلد الثاني)، المرجع السابق، ص 1092 و 1093.

إلا أنه يجوز للمستهلك في حالة الاتفاق، وكان الضرر الحاصل أكبر من قيمة التعويض أن يطلب أكثر من مقدار التعويض المتفق عليه بشرط أن يكون الضرر صادر نتيجة غش أو خداع أو خطأ جسيم من طرف العون الاقتصادي<sup>1</sup>.

ومقدار التعويض هنا الضرر الحاصل نتيجة إخلال العون الاقتصادي بحق المستهلك في الإعلام، مع مراعاة الظروف والملابسات التي من شأنها أن تدخل في الاعتبار في تحديد قيمة التعويض.

#### \*- تقدير المسؤولية المدنية في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام:

رغم أن المشرع الجزائري وسع من الحماية المدنية، بتزويدها بنصوص قانونية، وسهل من إثباتها عن طريق إثبات أن العون الاقتصادي قد تقاعس عن تنفيذ التزامه بالإعلام، لتثبت المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي، إلا أن الإثبات في هذا المجال صعب.

كما يبقى العائق الأكبر أمام المستهلك من اللجوء إلى القضاء لتفعيل هذه الآليات هو المصاريف القضائية، بالإضافة إلى طول إجراءات التقاضي، وقد تظن إلى ذلك المشرع المصري، حيث أحدث على مستوى جهاز حماية المستهلك لجان لفض المنازعات التي تثور بين المستهلك والعون الاقتصادي، ولها الصفة شبه القضائية، وحيد لو أن المشرع الجزائري يساير المشرع المصري خاصة في التعديل الذي سيتم إحداثه على قانون حماية المستهلك. ونظرا لهذه الصعوبة تم إيجاد آلية أخرى لحماية الحق المستهلك في الإعلام أما قصور المسؤولية المدنية (المسؤولية العقدية و المسؤولية التقصيرية) في توفير الحماية الكافية لحق المستهلك في الإعلام، وهذا ما سوف نتطرق إليه في المبحث الثاني من هذا الفصل.

---

<sup>1</sup> - المادة 155 من القانون المدني الجزائري.

## المبحث الثاني الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام

إلى جانب المسؤولية المدنية في حالة إخلال العون الاقتصادي بحق المستهلك في الإعلام، هناك المسؤولية الجزائية التي تجسدت بعد صدور القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وإن كانت هناك حماية جزائية للمستهلك غير مباشرة منصوص عليها في قانون العقوبات سابقة على صدور القانون أعلاه، بتجريمه للخداع، أما في مصر فكانت هناك حماية جزائية للمستهلك حتى قبل صدور قانون حماية المستهلك 2006 في حالة قيام العون بأفعال يحظرها القانون، أو الامتناع عن فعل يفرضه القانون، مما يستوجب مسؤولية الشخص عن هذه الأفعال أو عن الامتناع عن القيام بها.

ولتحقيق هذه الغاية يجب أن يكون الشخص الملاحق قد ارتكب جرماً، سواء بمخالفته النصوص التي يحويها قانون العقوبات أو النصوص المتعلقة بحماية المستهلك، والتي أعطت وصفا جنائياً لهذا الخطأ، وحددت الأركان التي تقوم عليها المسؤولية الجنائية باعتباره جريمة تمس بحق المستهلك في الإعلام، الذي فرضه كلا من المشرع الجزائري والمشرع المصري،

حماية له من الأضرار التي قد تلحق به من جراء هذه الأفعال المحظورة، وبينت الجزاء الجنائي للجريمة.

وسنأتي في هذا المبحث على تبيان الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام (المطلب الأول) والذي نكتفي فيه بالجرائم المباشرة والتي تمس بحق المستهلك في الإعلام بصفة مباشرة دون التطرق إلى الجرائم الأخرى، ثم الجزاء الجنائي لهذه الجرائم (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

### الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام

حق المستهلك في الإعلام له وجهين، فالوجه الأول يتمثل في وجوب تزويد المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، والوجه الثاني أن تكون هذه المعلومات حقيقية ومطابقة للواقع، أي لا تتطوي على تضليل المستهلك. وفقا لهذين الوجهين نشأ نوعين من الجرائم، جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك (الفرع الأول)، أو جرائم الغش وتضليل المستهلك (الفرع الثاني).

## الفرع الأول

### جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك

وفي هذا النوع من الجرائم، إما يمتنع العون الاقتصادي عن الإعلام كليا أو جزئيا، أو أن إعلامه يكون مخالف للنظام القانوني الذي ألزمه المشرع، دون نية خداعه أو تضليله، سواء بالامتناع عن الإعلام عن أسعاره، أو الامتناع عن وسم المنتوجات، ولذا سوف نتناول في هذا الفرع جريمتين، وهما جريمة عدم الإعلام بالأسعار (أولا)، والثانية جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم (ثانيا).

### أولا: جريمة عدم الإعلام بالأسعار:

أوجب المشرع الجزائري الأعوان الاقتصاديين بإعلام جمهور المستهلكين بالأسعار والتعريفات السلع والخدمات بموجب المادة 04 والمادة 05 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تحت طائلة الجزاء الجنائي في حالة المخالفة طبقا لنص المادة 31 من القانون المذكور سالفًا، ولذا فالامتناع عن الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة تعتبر جريمة مما يقتضي منا تحديد الأركان التي تقوم عليها.

### 1- الركن الشرعي للجريمة:

حدد كل من المشرع الجزائري و المصري الأساس القانوني الذي يجرم فعل الامتناع عن لإعلام بالأسعار تطبيقا لمبدأ شرعية العقوبات المنصوص عليه في القانون العقابي لكل من التشريع الجزائري والتشريع المصري.

ففي الجزائر أصدر المشرع الجزائري أول قانون يتعلق بالأسعار في سنة 1975 بموجب الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، فبموجب المادة 10 منه ألزم الأعوان الاقتصاديين الإعلان عن الأسعار للمستهلك عن طريق وضع بطاقات الأسعار أو بأية طريقة ملائمة تحدد كلياتها عن طريق وزير التجارة، واعتبرها مخالفة بنص المادة 10 من الأمر المذكور أعلاه، وحدد لها عقوبة الغرامة بموجب المادة 50 من نفس الأمر<sup>1</sup>.

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية، ألغى القانون أعلاه بصدور القانون 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار<sup>2</sup>، حيث ألزم الأعوان الاقتصاديين بالمادة 29 منه على وجوب إشهار الأسعار، وفي حالة المخالفة تطبق عقوبة الغرامة من 1000 دج إلى 2000 دج، وفي حالة أن المخالفة مست أكثر من ثلاثة منتوجات تشدد العقوبة إلى 5000 دج.

وفي مرحلة اقتصاد السوق، تم إصدار القانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة<sup>3</sup> الذي بموجبه ألغى القانون 89-12 السالف الذكر، ونص بالمادة 53 منه على وجوب إشهار الأسعار، ورفع من قيمة الغرامة المطبقة في حالة مخالفة نص المادة ، حيث رصد لها عقوبة الغرامة التي تتراوح ما بين 5000 دج و 500.000 دج، ولكن بحلول سنة 2003 أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة<sup>4</sup>، ناسخا بذلك القانون 95-06 المتعلق بالمنافسة، إلا فيما يتعلق بإشهار الأسعار فهو جاري به العمل حسب نص المادة 2/73 من القانون 03-03 المذكور أعلاه والتي تنص على أنه: "يبقى العمل جاريا بصفة انتقالية بأحكام الباب الرابع والخامس والسادس من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمذكور أعلاه..."، وبالرجوع إلى المادة 53 من القانون رقم 95-06 فإن إشهار الأسعار إجباري ويتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع

<sup>1</sup> - الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار، الجريدة الرسمية عدد 38 المؤرخة في 13-05-1975، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975 .

<sup>2</sup> - القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05/07/1989 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 19/07/1989، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989 .

<sup>3</sup> - الأمر رقم 95/06 المؤرخ في 25/01/1996 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 22/02/1995، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1995 .

<sup>4</sup> - الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 المؤرخة في 20/07/2003، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003 .

السلع والخدمات وشروط البيع، وامتداد سريان الأمر 95-06 السالف الذكر إلى غاية صدور القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

حيث تضمن القانون 04-02 المذكور أعلاه بين نصوصه جل النصوص القانونية المتعلقة بإشهار الأسعار التي كانت في الأمر 95-06 السالف الذكر، حيث بموجب المادة 04 والمادة 05 فرض على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك تحت طائلة الجزاء الجنائي كل مخالفة لذلك طبقاً للمادة 31 من القانون السالف الذكر<sup>1</sup>.

أما التشريع المصري فقد تضمن الأحكام الخاصة بتنظيم بعض جوانب الاتجار في السلع كافة، سواء كانت مسعرة أو غير مسعرة. حيث نص عليها المشرع المصري في المادة 06 من المرسوم بقانون 163 لسنة 1950، والمادة 19 من القانون رقم 180 لسنة 1950 المعدلة بالقرار رقم 138 لسنة 1952 التي تناولت تحديد طرق الإعلان على سعر المواد المختلفة<sup>2</sup>، كما نص عليها المشرع المصري في قانون حماية المستهلك بنص المادة 03 منه، حيث ألزم المنتج أو المستورد إمداد المستهلك بالبيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أي قانون آخر، مما يفهم أنه القانون رقم 163 المذكور آنفاً قد ألزم المحترف بالإعلان عن الأسعار فيعتبر إمداد المستهلك بالسعر المقابل للمنتج أو الخدمة إلزامي، كما فرض كذلك إمداد المستهلك بالسعر المقابل لاقتناء السلعة أو الخدمة طبقاً للمادة 15 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري تحت طائلة العقوبات الجزائية<sup>3</sup>.

## 2- الركن المادي للجريمة :

تعد جريمة الامتناع عن الإشهار الخاص ببيان السعر، من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، حيث يتمتع الجاني عن القيام بعمل استوجب القانون وهو باستطاعته القيام به<sup>4</sup>، كما تعد أيضاً من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتمامها تحقق نتيجة معينة، فتقوم الجريمة بمجرد الامتناع عن الإعلام بالأسعار.

فالمشرع الجزائي جرم عدم الإعلام بالأسعار سواء كان الشيء المادي المعروض أمام المستهلك مقنن السعر أم حرّ، ففي الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، حيث أوجب في المادة 53 من الأمر وجوب إشهار الأسعار، من أجل إعلام المستهلك أو العون الاقتصادي

<sup>1</sup> القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> أحمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 117.

<sup>3</sup> المادة 15 من اللائحة التنفيذية الخاصة بإصدار قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>4</sup> عبدالله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائي (القسم العام- الجريمة)، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2002، ص 148.

بالسعر المطبق على السلعة أو الخدمة، والتي أدرجها في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فنص في المادة 04 منه على إلزام البائعين بإعلام الزبائن، ولفظ الزبائن عام، مما يفهم أن الإعلام حول الأسعار هو حق للمهنيين والمستهلكين على حد سواء، أي أن وجوب الإشهار عن الأسعار يكون على كل عارض للسلعة أو الخدمة، سواء كان تاجر جملة أو تاجر تجزئة، وهذا الإلزام عام في جميع النصوص التشريعية، ويشمل السلع والخدمات،

أما طرق الإشهار عن الأسعار فتكون بوضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 05 من القانون 04-02 المذكور سابقاً<sup>1</sup>، مما يفهم أن المشرع الجزائري ترك الحرية الكاملة للعون الاقتصادي في اختيار الوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك بالأسعار المطبقة على السلع والخدمات المعروضة.

إلا أنه وضع ضوابط وحدوداً لعملية إشهار الأسعار، حيث اشترط في طريقة إعلام المستهلك بالأسعار أن تكون مرئية واضحة و مقروءة، ومنه وضع هذه البطاقات وتكون غير جلية للمستهلكين فإن مسؤولية العون الاقتصادي في هذه الحالة قائمة، أو غير واضحة (عدم وضوح الخط الذي كتب به السعر)، مثلاً قيام العون الاقتصادي بوضع بطاقة السعر ولكن الخط رقيق جداً، مما لا يمكن المستهلك من قراءتها، أو أن تكون غير مقروءة (أي لا تمكن المستهلك من قراءتها بسهولة)، فتدخل الشك في ذهن المستهلك عند قراءتها لمعرفة السعر المطبق، ففي كل هذه الحالات تقوم مسؤولية العون الاقتصادي، كما اشترط أن تكون ملازمة للسلعة المعروضة، وذلك عن طريق وضع السعر على المنتج نفسه أو على غلافه<sup>2</sup>.

كما ألزم المشرع الجزائري العون الاقتصادي ليس فقط بإعلام المستهلك بالسعر المطبق، بل بإعلامه بالكمية المطبق عليها السعر، وذلك حسب طبيعة السلعة إما بالعدد أو الوزن أو الكيل أو المقاس، وفي حالة ما تكون هذه السلع مغلقة فيجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة العدد أو الوزن أو الكيل المقابل للسعر المعلن<sup>3</sup>.

وتقوم مسؤولية العون الاقتصادي في حالة عدم بقاء البطاقة الموضوعة على السلعة في مكانها، إما لحركة معاملات التاجر أو لكثرة أيدي المستهلكين التي تتناول سلعة من السلع، فينتجج العون الاقتصادي باستحالة ملاحظة بطاقة الأسعار بصفة دائمة، وإلا أدى ذلك

<sup>1</sup> - المادة 5 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، انظر كذلك المادة 55 الفقرة الأولى من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

<sup>2</sup> - المادة 55 الفقرة الثانية من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

<sup>3</sup> - المادة 5 الفقرة 3 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

لتعطيل عمله التجاري، أو يتعلل بأي سبب من الأسباب للتهرب من أحكام قانون الساري المفعول، إلا أن هنا مسؤوليته تكمن في اتخاذ الطريقة الصحيحة في عرض بطاقة السعر، مثلا عون اقتصادي يقوم بوضع بطاقة كراس على سلعة في صندوق ويضع الصندوق خارج المتجر مما يعرضها لهبوب الرياح فتتحرك عن مكانها<sup>1</sup>.

وفي مجال الخدمات أوجب المشرع الجزائري كذلك الإعلان عن الأسعار المقابلة للخدمة، ففي المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 01 مارس 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها، فقد أوجب بالمادة 31 منه إظهار أسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات توضع عند مدخل المؤسسات الفندقية، وفي مكاتب الاستقبال والدفع وفي الغرف.

وفي المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17-12-2002 المعدل للمرسوم التنفيذي رقم 96-40 المؤرخ في 15 جانفي 1996 المتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي" بنص المادة 07 منه، وذلك عن طريق تعليق التعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها سائقي سيارات الأجرة الفردية والجماعية بشكل واضح، داخل السيارة<sup>2</sup>.

كما أصدر المشرع الجزائري مؤخرا المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة<sup>3</sup>، وهذا المرسوم تم إصداره تطبيقا للمادة 5 الفقرة 4 من القانون 04-02 المذكور سابقا، حيث حدد بعض طرق الإعلام بالأسعار بالمادة 03 منه، ومن بين هذه الوسائل التي حددها المشرع الجزائري في هذا المرسوم دعائم الإعلام الآلي (تيليماتيك)، الوسائل السمعية البصرية و الهاتفية، اللوحات الإلكترونية، والدلائل والنشرات البيانية، إلا أنه في آخر هذه عاد وأعطى الاختيار للعون الاقتصادي في اتخاذ أية وسيلة أخرى ملائمة.

كما حدد المشرع الجزائري بالمادة 05 والمادة 06 من المرسوم المذكور أعلاه وقت الإعلام بالأسعار والتعريفات المطبقة على الخدمات، وذلك قبل إنجاز المعاملة، وذلك عن

1- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 119 و120.

2- المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 17-12-2002 المتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة طاكسي، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 2002/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2002.

3- المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 07-02-2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 11-02-2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.



طريق تقديم كشف للمستهلك قبل انجاز الخدمة، موضحا فيه مقدم الخدمة بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمة والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع، ويجب أن يحرر هذا الكشف باللغة العربية طبقا للمادة 07 من المرسوم المذكور أعلام، وفي حالة مخالفة هذا التنظيم القانوني تطبق العقوبة المنصوص عليها في القانون 04-02.

وفي مجال بعض الخدمات لا يمكن تحديد سعر الخدمة دفعة واحدة إلا من خلال عملية حسابية من طرف مقدم الخدمة، ولكن يقع التزام على مقدم الخدمة بإعلام مستهلك الخدمة بالسعر المقابل لوحدة، ونضرب في ذلك مثلا مقاوله البناء، فهذا الأخير لا يستطيع أن يعلن عن السعر المقابل للخدمة إلا من خلال احتساب وحدة الخدمة وإجراء عملية جداء في السعر المطبق على الوحدة، ولكن يلتزم بالإعلان عن السعر المطبق على الوحدة مثلا 500 دج عن كل متر مربع، أو 1200 دج عن كل يوم عمل... الخ.

أما في حالة أن العون الاقتصادي يقدم خدمات متنوعة، ففي هذه الحالة فيجب على العون الاقتصادي الإعلان عن كل سعر مقابل لخدمة محددة، وفي حالة أن المستهلك يستهلك خدمات متنوعة من هذا العون الاقتصادي مقدم الخدمة، فما عليه إلا حساب المجموع عن طريق عملية جمع الأسعار المطبقة على كل خدمة على حدا.

كما يجب أن بين سعر البيع الإجمالي، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 06 من القانون 04-02 المذكور سابقا، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات<sup>1</sup>، حيث أوجب بالمادة 22 منه على أن يحرر السعر باحتساب كل الرسوم ويحتوي عند الاقتضاء التخفيضات والاقتراعات والانتقاصات الممنوحة، وذلك في سند الطلبية الخاص بالسيارة والمبين لسعر البيع، وهذا السعر لا بد أن يكون ثابتا غير قابل للتعديل والتحيين عند الزيادة خلال مدة صلاحية الطلبية، وعليه فتقوم مسؤولية العون الاقتصادي عند إشهاره لسعر سلعة أو خدمة معينة بقيمة محددة، وعند التقدم لتسديد الثمن من طرف المستهلك بعد انتقاءها، يتفاجأ بزيادات غير معلن عنها في الوسيلة التي اعتمدها في إشهاره عن السعر المطبق.

كما يلتزم العون الاقتصادي بوضع السعر بالعملة الوطنية، لأن واجب إشهار الأسعار يكون بالعملة الوطنية وهي الدينار الجزائري<sup>2</sup>، ففي حالة أن العون الاقتصادي يعرض منتج ما مستورد ويشهر سعره بقيمة الدولار مثلا فهنا تقوم مسؤولية العون الاقتصادي.

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات، الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 2007/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2007.  
<sup>2</sup> - المادة 04 من الأمر 11-03 المؤرخ في 2003/08/26 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية العدد 52 المؤرخة في 2003/08/27، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.

أما في التشريع المصري فالمشرع المصري ألقى التزام على التجار بإعلام المستهلكين بالسعر المطبق على السلع، وقد أحال تنظيمها على القرارات، و التي منحها الاختصاص في تنظيم الممارسات التجارية، وبالرجوع إلى هذه القرارات التي تنظم عملية الإعلام بالأسعار فالمشرع المصري بموجب نص المادة 06 الفقرة 04 من المرسوم بالقانون 163 لسنة 1950 ألزم تجار التجزئة دون تجار الجملة في مجال الإعلام بالأسعار المطبقة على السلع<sup>1</sup>. لكن المشرع المصري لم يستقر على هذا الموقف، عندما نص على إلزام كافة التجار سواء كان تاجر جملة أم تاجر تجزئة بموجب المادة 19 الفقرة 01 من القرار رقم 180 لسنة 1950 المعدلة بالقرار رقم 138 لسنة 1952 التي تنص: "كل تاجر يبيع لأية سلعة أو مادة يجب عليه أن يعلن سعر كل صنف..."<sup>2</sup>، مما يفهم أن الإلزام جاء عام على كافة التجار. وعليه فجميع التجار سواء تجار الجملة أو تجار التجزئة ملزمون بالإعلان عن أسعار جميع سلعهم، أي مهما كان نظام الأسعار المطبقة على السلعة (نظام الأسعار المقننة، أو نظام تحرير للأسعار)، وإلا حق عليهم العقاب الذي نص عليه، وتقوم الجريمة سواء امتنع عن الإشهار عن الأسعار كلياً، أو أعلن عنها بما يخالف ما قضى به القانون<sup>3</sup>.

وفي نص المادة 19 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 180 لسنة 1952 المعدل بالقرار رقم 138 لسنة 1952 بين المشرع المصري الطرق المختلفة للإعلان عن سعر كل سلعة بقولها: "كل تاجر يبيع أية سلعة أو مادة يجب عليه أن يعلن سعر كل صنف بالأوضاع التالية:

- 1 - أن يكون الإعلان بكتابة سعر السلعة أو المادة مع إيضاح صنفها ونوعها وذلك بشكل واضح غير قابل للشك وباللغة العربية، ويجوز أن يكون البيان مصحوباً بترجمة له بأي من اللغات الأجنبية.
- 2 - يكتب بيان السعر والصنف والنوع على السلعة ذاته أو على أغلفتها أو على بطاقة توضع على المواد أو البضائع.
- 3 - يجوز أن يكتفي ببطاقة واحدة للسلع المماثلة في صنفها ونوعها وتوزيعها ووزنها حتى ولو تعددت الأمكنة التي تعرض فيها هذه السلع داخل المحل.
- 4 - للمواد الغذائية التي تباع عادة بالوزن أو الكيل أو المقاس يكون الإعلان عنها ببيان وحدة الوزن أو الكيل أو المقاس.

<sup>1</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 117.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 117.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 119.

ومن استقراء هذه المادة يتبين أن المشرع المصري نظم طرق الإعلان عن الأسعار حيث اشترط وجوب الإعلان عن الأسعار وذلك بكتابة السعر المطبق على السلعة وإيضاح صنفها ونوعها، بطريقة واضحة لا تدع مجالاً للشك، وهذه الكتابة أن تكون باللغة العربية. وأن يكتب هذا بيان السعر على السلعة ذاتها أو على غلافها أو على بطاقة توضع على المواد أو على البضائع. كما اشترط المشرع المصري بنص الفقرة 05 من المادة المذكورة أعلاه أن الإعلام بالأسعار في مجال السلع التي تباع عن طريق الوزن أو الكيل أو المقاس بتبيان سعر بيع الوحدة منه، وحدة الكيل أو وحدة الوزن أو وحدة المقاس.

وفي هذا الشأن قضت محكمة النقض المصرية بأن: "تعليق لافتته ووجود كتالوج بالأسعار عديلاً لما اشترطه المشرع من أوضاع خاصة للإعلان عن الأسعار، لا يكفي لامتناع مسؤولية التاجر عن الجريمة محل البحث، فلا يصح بأن الكتالوج الخاص بالأسعار من شأنه أن يوفر العلم للعملاء بأسعار البضاعة الموجودة على أساس أن اللافتة والكتالوج لا يغني عما استلزمه القانون في شكل ظاهر بتحديد السعر والنوع والصنف وسواء كان السعر على ذات السلعة أو في جدول إجمالي، فالقاعدة العامة أنه متى كانت عبارة القانون واضحة ولا لبس فيها فإنه يجب أن تعبر تعبيراً صادقاً عن إرادة المشرع ولا يجوز الانحراف فيها عن طريق التفسير أو التأويل أيما كان الباعث على ذلك، وأنه لا محل للاجتهاد إزاء صراحة نص القانون الواجب التطبيق"<sup>1</sup>.

وفي نص المادة 02 من القرار رقم 263 لسنة 1963 بشأن تسعير الأقمشة الحريرية على التزام المنتج بإيضاح سعر البيع للمستهلك على كل خمسة أمتار على الأقل، كما يلتزم البائع بإيضاح سعر البيع للمستهلك على البطاقة توضع على السلعة في مكان ظاهر. كما تنص المادة 04 من القرار 2344 لسنة 1965 على التزام المصانع على طباعة على المنتجات اسم المصنع وسعر البيع للمستهلك على كل قطعة، كما يقع التزام على عاتق المصانع والمؤسسات والشركات الصناعية بطبع اسم المنتج والمواصفات الرئيسية وسعر البيع للمستهلك على السلعة أو على الغلاف الخارجي لها<sup>2</sup>.

كما اشترط المشرع المصري أن تكون بطاقة السعر ظاهرة للعيان، وقد نص على هذه الطريقة في القرار الوزاري رقم 143 لسنة 2007 فبنص المادة 01 منه، ألزم كافة مصانع إنتاج الحديد والوكلاء وتجار الحديد بأن يعلنوا عن أسعار بيع الحديد في مكان ظاهر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 119.

<sup>2</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 118.

<sup>3</sup> - المادة 01 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 143 لسنة 2007.

كما أصدر المشرع المصري القرار رقم 162 لسنة 2009 وبنص المادة 01 منه ألزم مصانع إنتاج الاسمنت بالإعلان لدى الوكلاء والتجار بالحد الأقصى لسعر بيع الاسمنت لكافة حلقات التوزيع، بما في ذلك سعر البيع للمستهلك، وحظر بنص المادة 02 بيع الاسمنت بسعر يزيد عن السعر المعلن عنه<sup>1</sup>

ولم يكتف المشرع المصري بالزام الأعوان الاقتصاديين بالإعلام بأسعار السلع فقط، بل هو شامل للسلع والخدمات أيضا وهذا ما نص عليه في الفقرة الأخير من المادة 03 من قانون حماية المستهلك المصري، ولقد سبق هذا القرار المرسوم بقانون رقم 163 لسنة 1950 المذكور سابقا، حيث بالمادة 06 منه نص على هذا الالتزام في مجال الخدمات المعروضة على جمهور المستهلكين. ومن بين بعض الخدمات التي نص عليها المشرع المصري، مثلا أصحاب الفنادق و البنسيوهات والمطاعم والمقاهي والحانات والبوفيهات وغيرها من المحال العمومية المعدة لبيع الوجبات والمأكولات والمشروبات بإعلان أسعار بيعها في هذا الأماكن ومقابل الدخول إليها. أصحاب الغرف و الفنادق و البنسيوهات المفروضة وما يماثلها من الأماكن المعدة لإيواء الجمهور والسياح بإعلان أجور الغرف.

وفرض على كل التجار التعامل بالعملة المصرية " الجنيه المصري" بنص المادة 42 من اللائحة التنفيذية لقانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد الصادر بالقرار رقم 101 لسنة 2004، حيث جاء في نص المادة 42 بأن التعامل داخل مصر شراء أو بيعا في مجال السلع والخدمات بالجنيه المصري<sup>2</sup>.

### 3-الركن المعنوي للجريمة:

من استقراء المادة 04 من القانون 04-02 ، المشرع الجزائي لا يشترط لقيام جريمة عدم الإعلان عن الأسعار توافر القصد في مرتكب جريمة عدم الإشهار عن الأسعار و الخدمات المعروضة للبيع، وإنما اكتفى بالقصد الجنائي العام بعنصره العلم والإرادة<sup>3</sup> . وهذه حماية أخرى للمستهلك لما يثيره من صعوبة في إثبات الغاية من هذا السلوك المجرم، وهو نفس الموقف في التشريع المصري .

---

<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70D252DA229A/21/41.pdf>

le 20-01-2009

<sup>1</sup> - المادة 01 القرار رقم 162 لسنة 2009.

<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70D252DA229A/21/41.pdf>

le 20-01-2009

<sup>2</sup> - المادة 42 من اللائحة التنفيذية المتعلقة بإصدار قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد.

<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70D252DA229A/21/41.pdf>

le 20-01-2009

<sup>3</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 120.

ومنه جريمة عدم الإعلام بالأسعار وشروط البيع هي من الجرائم المادية التي يكفي لقيامها توافر الركن المادي، فعدم الإعلام بالأسعار يشكل جريمة، حتى ولو لم تتجه نية العون الاقتصادي إلى إتيان ذلك السلوك الجرمي، ويمكن لقاضي الموضوع أن يستشف قيام هذه الجريمة، إما بعدم وضع ما يفيد الإعلام، أو عدم وضع بطاقات الأسعار على السلع المعروضة للبيع، أو أن تكون هذه البطاقات غير جلية، أو غير واضحة، أو غير مقروءة مما يشكل جريمة عدم الإعلام بالأسعار.

وفي هذا النوع من الجرائم التي تمس بالمستهلك، فإن الخطأ مفترض، والمسؤولية مفترضة وقائمة على العون الاقتصادي عند الإخلال بالتزاماته اتجاه المستهلك، ومن بين هذه الالتزامات التزامه بإعلام المستهلك بالأسعار، وبالتالي لا يمكنه الاستفادة من البراءة إلا بإثبات وجود قوة قاهرة خارجة عن إرادته، وافتراض المسؤولية هو نوع من حماية القانونية للمستهلك<sup>1</sup>، لما يثيره من صعوبة في إثبات الركن المعنوي، في هذا النوع من الجرائم<sup>2</sup>. إلا أنه في مجال بعض الخدمات قد يصعب إثبات هذه الجريمة، لأنه يصعب تحديد أجرة كافة الخدمات وأن يوضع لها سعر خاص قبل تحديد الخدمة مما يكون الإعلام بالسعر أثناء قيام العقد مستحيلاً، ونضرب مثلاً في مجال إصلاح السيارات فلا يمكن إعلام المستهلك بسعر الخدمة إلا بعد معاينة العطب في السيارة، إلا أنه يقع عليه التزام بوجوب إعلام صاحب السيارة بالسعر عن تكلفة إصلاح السيارة، ويوضح سعر الخدمة وسعر قطعة الغيار الواجبة الاستبدال لعطبها.

والنتيجة المتوصل إليها أن كلا من المشرع الجزائري والمصري لهم نفس النهج في تحديد التنظيم القانوني لعملية الإعلام بالأسعار، وجرم في حالة الامتناع عن الإعلام بالأسعار المطبقة على المنتجات، وحدد الركن الشرعي للجريمة بالنص على العقوبة المطبقة في حالة الإخلال بهذا التنظيم القانوني، مما يفيد أن الركن المادي للجريمة عدم الإعلام بالأسعار يتشابه إلى حد كبير، وقد تعدى هذا إلى اعتبار كلا من المشرع الجزائري والمصري أن جريمة عدم الإعلام بالأسعار هي من الجرائم المادية، تسيرا لإثبات الجريمة مما يحقق حماية أكثر، وهذا التشابه يرجع لأن الاقتباس للأحكام التشريعية من مصدر واحد وهو التشريع الفرنسي.

### ثانياً: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

<sup>1</sup> - بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون حماية المستهلك، أقيمت على طلبه الماجستير، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.  
<sup>2</sup> - أنور محمد صدقي المساعدة، المرجع السابق، ص 278.

ألزم المشرع الجزائري بالنصوص التشريعية عارض السلع والخدمات كتابة البيانات اللازمة والكافية عليها، من أجل إعلام المستهلك بالخصائص المميزة لهذا المنتج أو الخدمة، وطريقة استعماله، والمخاطر التي قد تنجم عنه، بطريقة واضحة سهلة وباللغة الوطنية على سبيل الإلزام، وأن تكون هذه البطاقة ثابتة على المنتج غير قابلة للإزالة ولا للمحو، وفي حالة مخالفة هذا التشريع، تقوم الجريمة إذا توافرت أركانها، فما الأركان القانونية المكونة لهذه الجريمة؟ وهذا ما سوف نحيطه بالدراسة.

### 1-الركن الشرعي للجريمة:

المشرع الجزائري بموجب القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وفي المادة 03 منه أوجب على العون الاقتصادي إمداد المستهلك بالمعلومات الضرورية حول المنتج أو الخدمة حيث جاء في الفقرة الثالثة منه: "... وأن يقدم المنتج وفق مقاييس تغليفه، وأن يذكر مصدره، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياجات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه..."<sup>1</sup>.

إلا أنه تم إلغاء القانون 89-02 السالف الذكر بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي نص فيه على وجوب إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتج عن طريق الوسم بالمادة 17 منه.

وقد نظم المشرع الجزائري عملية الوسم، بموجب المراسيم التنفيذية ومن بينها المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها. والمرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.

ولقد اشترط المشرع الجزائري أن تدون البيانات التي حددها في هذه المراسيم باللغة

العربية، كما اشترط فيها الدقة والنزاهة، وفي حالة الإخلال بهذا التنظيم تقوم المسؤولية

الجزائية وفقا لنص المادتين 21 و 28 من القانون 89-02 المذكور سالفًا.

أما المشرع المصري فقد نص في قانون حماية المستهلك على واجبات والتزامات المورد

أو المستورد أو المنتج، ومن بين هذه الالتزامات وضع البيانات اللازمة على المنتجات التي

توجبها المواصفات القياسية المصرية، وأن تكون هذه البيانات باللغة العربية<sup>2</sup>، بنص المادة

03 من قانون حماية المستهلك الذي صدر حديثًا، إلا أنه عرف تشريع تنظيمي يتعلق بوسم

<sup>1</sup> -المادة 03 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>2</sup> - قدرى عبدالفتاح الشهاوي، شرح قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ولائحته التنفيذية وقانون حماية المستهلك ومذكراته الإيضاحية في التشريع المصري العربي الأجنبي (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص284.

المنتجات، عن طريق القرارات الوزارية التي كانت سابقة على قانون حماية المستهلك، ومن بينها القرار الوزاري رقم 176 لسنة 1996 المعدل والمتمم بالقرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 بشأن الإلزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية، حيث نصت المادة الأولى والثانية منه على وجوب ذكر البيانات على بطاقة العبوة طبقاً للمواصفات القياسية الغذائية<sup>1</sup>.

وقرار وزير التجارة والصناعة رقم 784 لسنة 2005 بشأن الإلزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية المصرية، والقرار الوزاري رقم 1498 لسنة 1996 بشأن تنظيم الأعلاف وصناعتها وتداولها والرقابة عليها، حيث بنص المادة 14 منه أوجب على أن تكون عبوات العلف تتحمل التداول بحسب نوع كل صنف، وأن تكون مطابقة للمواصفات القياسية المصرية، ومحكمة الغلق ووضع على العبوات شكل الحيوان المستهلك للعلف ويوضع داخل كل عبوة ويثبت خارجها بطاقة لا يسهل نزعها وتكون البيانات مطابقة لبيانات شهادة التسجيل وتشمل البيانات المحددة بخط واضح لا يسهل محوها، وفي حالة تداوله صلباً يحضر محضر تصنيع مدونا فيه الكمية المصنعة وجميع البيانات الواجب إثباتها في البطاقة المذكورة<sup>2</sup>. ومن هنا يتبين أن المشرع المصري كذلك ألزم الموردين والمنتجين والمستوردين وضع بطاقة الوسم على جميع السلع المعروضة للبيع أو المعدة للبيع، ونظمها وفق قرارات وزارية، وعاقب عليها وفق نصوص قانونية.

## 2- الركن المادي للجريمة:

يتحقق الركن المادي لجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم بنشاط إجرامي يصدر من العون الاقتصادي يخالف فيه النصوص التشريعية التي ألزمته بكتابة البيانات الإلزامية على السلع، ومحل ينصب عليه هذا النشاط.

يقصد بالنشاط الجرمي هو كل سلوك يأتية الشخص يخالف فيه التزاما ت فرضتها القوانين سواء التزام بالامتناع عن فعل أو التزام بالقيام بفعل، وفي هذه الجريمة هي كل النشاطات الصادرة عن العون الاقتصادي بمخالفة النصوص التشريعية التي نظمت عملية الوسم، والمشرع الجزائي ألزم العون الاقتصادي بذكر جملة من البيانات على السلع، وتتعلق بكل من المصدر، تاريخ الصنع، والتاريخ الأقصى للاستهلاك، وكيفية الاستعمال، والاحتياطات الواجب اتخاذها، وعمليات المراقبة التي أجريت عليه<sup>3</sup>، وبعدها صدرت

<sup>1</sup> القرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 صادر بتاريخ 2005/02/23 بشأن الإلزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية.

[www.geoic.eg/g130.html](http://www.geoic.eg/g130.html)

le 15-03-2008

<sup>2</sup> قرار وزاري رقم 1498 لسنة 1996 بشأن تنظيم الأعلاف وصناعتها وتداولها والرقابة عليها.

[www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053](http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053)

le 12/01/2008

<sup>3</sup> الفقرة الثالثة من المادة الثالثة للقانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

نصوص تنظيمية، نظمت طريقة الوسم بالنسبة للسلع المختلفة، ومن بينها المرسوم 367-90 المعدل بالمرسوم 484-05 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، والمرسوم 366-90 المتعلق بالسلع غير الغذائية وعرضها.

كما اشترط المشرع الجزائري في النصوص التشريعية على وجوب أن تبتعد عبارة الوسم عما قد يؤدي إلى وقوع المستهلك في لبس، حول طبيعة المنتج وتركيبه ونوعيته الأساسية، ومقدار العناصر الضرورية الداخلة في التركيب، وطريقة تناوله، وتاريخ الصنع، والأجل الأقصى لاستهلاكه، والمقدار، والأصل<sup>1</sup>، مما يفهم أن عبارات الوسم حول هذه البيانات إذا كانت بإمكانها أن توقع المستهلك في لبس فتقع تحت طائلة التجريم وقيام المسؤولية مما يوجب العقاب. كما اشترط المشرع الجزائري في جميع النصوص التنظيمية لعملية الوسم أن تكتب باللغة العربية، وفي حالة مخالفة هذا الالتزام تقع المسؤولية على عاتق العون الاقتصادي.

ويلاحظ في هذا الشأن أنه قد تتولد عن هذه الجريمة، جريمة خداع المستهلك، إذا كانت بيانات الوسم تخالف الحقيقة، أو جريمة الإشهار الخادع أو المضلل لبيانات المنتج المركب أو المصنع، وذلك عن طريق الوسائل الجذابة التي يعتمد عليها المعلن كإضافة رسوم.

وقد ذهبت التشريعات إلى وجوب إدراج بيانات محددة وشروط الاستخدام للمنتج، وطرق استخدامه، والتحذيرات الواجبة، وأن يكون بلغة مفهومة لعامة المستهلكين، درءاً للغلط الذي قد يقع فيه المستهلك بالنظر إلى خطورة هذه المنتجات على صحة وسلامة المستهلكين<sup>2</sup>.

أما المحل الذي ينصب عليه النشاط الجرمي لهذه الجريمة هي البطاقة الإعلامية للمنتج، حيث جاءت المراسيم التنفيذية بتنظيم عملية الوسم، التي حددت البيانات الواجب توافرها على الوسم، أي أن وسم المنتج لا بد أن يذكر فيه جميع البيانات الإلزامية، التي تحدها المواصفات القياسية الجزائرية، ومنه في حالة عدم وضع جميع البيانات، أو بيان من البيانات الإلزامية، فنكون بصدد جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، ولا يعفى من ذكر بيان من البيانات إلا إذا نص القانون على ذلك مثل ما حدده المشرع الجزائري بالنسبة لمواد التالية: كالمح، الخل، السكريات، الخمور، والمشروبات الكحولية وغيرها<sup>3</sup>.

ومن شروط الوسم " البطاقة الإعلامية " أن تكون ملازمة للسلعة، أي أن تكون لصيقة بالغلاف أو العبوة، وأن تكون غير قابلة للمحو أو الإزالة، ومنه تقوم مسؤولية العون

<sup>1</sup> - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المواد غير الغذائية وعرضها، والمادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

<sup>2</sup> - على محمود على حموده، المرجع السابق، ص 180 و 181.

<sup>3</sup> - المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدل والمتمم و المتعلق بوسم المواد الغذائية وعرضها.



الاقتصادي إذا كانت على غير الحالة التي اشترطها القانون، كأن تكون قابلة للمحو، أو سهلة الإزالة، أو غير لصيقة بالغلاف أو العبوة، إلا في الحالات التي يجيزها القانون، مثل علب الأدوية التي توضع مع المستحضر الدوائي بطاقة البيانات داخل العبوة، بشرط أن يتم التنبية إلى ذلك، إما على العبوة أو على العبوة.

إلا أنه في حالة انعدام الوسم، أو أن يكون الوسم غير قانوني طبقاً للنظام القانوني المعمول به فهنا على من تقوم المسؤولية الجزائية على المنتج، أو الوسيط، أو البائع؟.

في التشريع الجزائري بالرجوع إلى نص المادة 12 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر، فإن المسؤولية تقوم على جميع هؤلاء، بداية من المنتج أو المصنع إلى البائع، لأن نص المادة 12 من القانون المذكور أعلاه أوجب على كل متدخل أن يتحرى على مدى مطابقة المنتج للمواصفات والتنظيمات المعمول بها، وحسنا فعل المشرع الجزائري، مما يعطي حماية أكثر للمستهلك<sup>1</sup>.

أما في التشريع المصري حسب المادة 6 من القرار الوزاري رقم 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون رقم 153 لسنة 1949 فقد أوجبت المنتج بضرورة كتابة البيانات اللازمة على منتوجاته، وجرمت الامتناع عن القيام بهذا الالتزام، فقد يقدم المنتج على عدم الإعلام الكافي ببيانات المنتج الغذائي وشروط استخدامه، لما للمواد الغذائية من خطورة لأنها معدة للاستهلاك البشري، ولهذا جاء إلزام المنتجين والصانعين لهذه المواد بوجوب كتابة بيانات معينة عليها بطريقة يصعب معها التغيير، ويجب أن تكون هذه البيانات كافية لتمييز المنتج الغذائي المركب أو المصنع، بأن تبين مكوناته وتركيباته الأساسية والجهة الصانعة أو المنتجة له، واسم الصانع والمنتج له، وشروط استهلاكه، والأسماء التي يسمى بها وفقاً للعلامة التجارية، التي يتخذها شعاراً تجارياً له، ويتعين أن تكتب هذه البيانات باللغة العربية، وبخط واضح وغير قابل للمحو. ويترتب عن ذلك أن عدم كتابة البيانات، أو كتابتها ناقصة، أو بغير الطريقة المحددة لها في التشريعات التي تصدر في هذا الشأن، يعد سلوكاً جرمياً يستوجب العقاب عليه لأنه يخالف الالتزامات التي تفرضها هذه التشريعات<sup>2</sup>.

كما أصدر المشرع المصري القرار الجمهوري الصادر في 26-12-1953 الذي ألزم فيه الصانعين والمنتجين ذكر اسم المادة الحافظة على عبوات المواد الغذائية التي تحتوي على المواد الحافظة<sup>3</sup>، كما أصدر القرار رقم 267 لسنة 1975 المتعلق بتنظيم مسؤوليات وزارة

<sup>1</sup> - المادة 05 من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>2</sup> - على محمود على حموده، المرجع السابق، ص 178 و 179.

<sup>3</sup> - محمد علي سكيكر، الوجيز في جرائم قمع التدليس والغش وحماية المستهلك (في ضوء التشريع والفقهاء والقضاء)، دون مكان النشر، دون بلد النشر، 2008، ص 122.

الصحة، حيث بين طريقة وسم المواد الغذائية التي تحتوي بها على مادة ملونة، وذلك عن طريق تثبيت وسم المادة الملونة على العبوة ، وأن يبين نوعها من حيث أنها طبيعية أم صناعية، بشرط توضيح المادة الصناعية المضافة المسموح بها<sup>1</sup>.

وبنص المادة 06 من قانون حماية المستهلك المصري بالإضافة إلى الشروط السابقة في الوسم، اشترط المشرع المصري أن تكون هذه البيانات المقدمة من طرف العون الاقتصادي أن تكون حقيقة، لا تتطوي على تضليل أو أن تؤدي به إلى الوقوع في خلط أو غلط، وفي حالة أن تكون بطاقة الوسم مخالفة للنظام القانوني الذي وضعه المشرع المصري تقع تحت طائلة الجزاء الجنائي.

و المسؤولية قائمة على المنتج أو المستورد طبقاً لنص المادة 03 من قانون حماية المستهلك المصري<sup>2</sup>، والمادة 11 و المادة 13 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري، التي أوجبت على المنتج أو المستورد كتابة البيانات وفقاً للمواصفات القياسية المصرية، وقد نص عليها من قبل صدور قانون حماية المستهلك بالقرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 الصادر في 23-02-2005 المتعلق بشأن الإلزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية المصرية، حيث بموجب المادة 01 الفقرة 03 أوجب أن تكون بيانات بطاقة العبوة على ضوء التعاريف الفنية الواردة بالمواصفات الغذائية<sup>3</sup>. وفي مجال المنتجات الغذائية العضوية أوجب بالمادة 02 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 853 لسنة 2008 تدوين البيانات الخاصة بالأغذية المنتجة عضوياً على بطاقات البيانات للمنتجات الغذائية طبقاً للمواصفات القياسية المصرية رقم 5737 لسنة 2006 الخاصة بالأغذية المنتجة عضوياً (حيوياً) والبيانات والادعاءات<sup>4</sup>.

والشروط التي توجبها المواصفات القياسية المصرية في الوسم هي:

- أن تكتب البيانات باللغة العربية ويجوز كتابتها بلغتين أو أكثر على أن تكون إحداها اللغة العربية. ومن بين النصوص القانونية التي رخصت بكتابة البيانات باللغة العربية ولغات أجنبية أخرى نجد القرار الجمهوري رقم 1957-798 الخاص بالأوعية التي تستعمل في

<sup>1</sup> - محمد علي سكيكر، المرجع السابق، ص 128.

<sup>2</sup> - المادة 03 من قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>3</sup> - قرار وزاري رقم 130 لسنة 2005 بشأن الإلزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية المصرية

[www.goeic.gov.eg/q130.html](http://www.goeic.gov.eg/q130.html).

le 15-03-2008

<sup>4</sup> - المادة 02 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 853 لسنة 2008.

<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A70D252DA229A/21/41.pdf>

le 20-01-2009

تعبئة المواد الغذائية التي فرضت كتابة البيانات باللغة العربية، ويجوز كتابتها بلغة أخرى إلى جانب اللغة العربية.

- أن تكتب البيانات بطريقة يتعذر إزالتها.

- أن تكتب البيانات على السلعة ذاتها فإذا استحال ذلك تكتب على بطاقات تلصق عليها أو على عبوتها<sup>1</sup>.

كما ألزم المشرع المصري أن تكون بطاقة البيانات في مكان ظاهر للعيان، ومن بين القرارات التي نصت عليها القرار الوزاري رقم 180 لسنة 2003 المؤرخ في 30-07-2003 بشأن الإلزام بوضع بطاقات استهلاك الطاقة على الأجهزة الكهرومنزلية بالمادة الأولى منه<sup>2</sup>. وفي حالة أن السلع تكون قد خضعت لعملية المطابقة للمواصفات القياسية المصرية وضع بطاقة مكتوبة عليها ما يفيد هذه المطابقة على السلعة طبقاً للمادة 02 من القرار الوزاري رقم 42 لسنة 2003 بشأن تنظيم وضبط عمليات مطابقة السلعة والمنتجات للمواصفات القياسية المصرية.

وفي حالة أن تكون بطاقة الوسم بغير هذه الاشتراطات تقوم المسؤولية الجنائية على مرتكب المخالفة، كما تقوم مسؤولية العون الاقتصادي على مقدم الخدمة في حالة عدم توضيح مميزات هذه الخدمة وأسعارها ومميزاتها وخصائصها<sup>3</sup>.

### 3- الركن المعنوي للجريمة:

بالرجوع إلى نص المادة 78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص: "يعاقب ..... كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليه في المادتين 17 و 18 من هذا القانون"، فالجريمة تقوم بمجرد مخالفة النص القانون، بغض النظر عن اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة.

وإذا كانت هذه الجريمة تتحقق بمجرد الخروج عن الالتزامات التي فرضتها التشريعات بشأن تداول وتعبئة و عرض المنتجات، حتى ولو لم يترتب عليها ضرر يكون قد تحقق بالفعل، فإن ذلك يجعل منها جريمة خطر وليست جريمة ضرر، وهذا يكشف عن الطبيعة الوقائية التي يتصف بها النص الجزائي، فهي جريمة عمديه، يتوافر ركنها المعنوي بتوافر القصد الجنائي العام القائم على توافر العلم بارتكاب المخالفة لهذا الالتزام، التي يتحقق بها

<sup>1</sup> محمد علي سكيكر، المرجع السابق، ص 203 و 204.

<sup>2</sup> القرار الوزاري رقم 180 لسنة 2003 بشأن الإلزام بوضع بطاقات استهلاك الطاقة على الأجهزة الكهرومنزلية.  
<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A70D252DA229A/21/41.pdf>  
le 20-01-2009

<sup>3</sup> المادة 03 الفقرة الأخيرة من قانون حماية المستهلك المصري والمادة 11 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري.

النشاط المادي الإجرامي لهذا الالتزام المفروض في النصوص التشريعية، لأنها جريمة خطر وليست جريمة ضرر<sup>1</sup>. وهذا يعتبر من الحماية الإضافية للمشرع الجزائري وكذا المصري، لتسهيل إثبات وقوع الجريمة من العون، وكذا لما يثيره من صعوبة في إثبات الغاية من التجريم في الجرائم التي تتطلب توافر القصد الجنائي الخاص.

### ثالثاً: جريمة عدم الإعلام بشروط البيع

نظراً لما يقع من ضرر للمستهلك نتيجة عدم العلم بشروط البيع، مما قد يجيئ رضاه معيباً جرم المشرع الجزائري كل فعل صادر عن العون الاقتصادي بالإحجام عن إعلام المستهلك بهذه الشروط، أما المشرع المصري فلم ينص على هذا الإلزام لا في قانون حماية المستهلك ولا في لائحته التنفيذية، ولا في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ولا في لائحته التنفيذية.

و حدد المشرع الجزائري في نص المادة 32 والمادة 08 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الأركان التي تقوم عليها هذه الجريمة مما دفع بنا إلى تحديد هذه الأركان، والمتمثلة في الركن الشرعي، الركن المادي، والركن المعنوي.

#### 1- الركن الشرعي للجريمة:

جرم المشرع الجزائري عدم الإعلام بشروط البيع بنص المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والتي جاء في فحواها: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون. ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)"<sup>2</sup>، ومن استقراء المادة 32 السالفة الذكر يتبين أن المشرع الجزائري كيف جريمة عدم الإعلام بشروط البيع جنحة بالنظر إلى العقوبة المطبقة.

وهذا التجريم يكون في حالة مخالفة التنظيم المنصوص عليه في المادة 08 من القانون المذكور أعلاه، والتي تنص على أنه: "يلتزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"<sup>3</sup>.

#### 2- الركن المادي للجريمة:

<sup>1</sup> - على محمود علي حمود، المرجع السابق، ص 185.  
<sup>2</sup> - المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.  
<sup>3</sup> - المادة 08 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

جريمة الامتناع عن الإعلام بشروط التعاقد تعتبر من الجرائم الوقائية، حيث أُلزم  
المشرع الجزائري بنص المادة 08 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على  
الممارسات التجارية بوجوب إعلام المستهلك بشروط البيع الممارس، وكذا الحدود المتوقعة  
للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة، كما اشترط أن يكون هذا الإعلام.  
المشرع الجزائري في نص هذا المادة لم يشترط طريقة معينة من استقراء المادة 08 من  
القانون المذكور أعلاه، سواء كان الوسيلة مكتوبة أو شفاهة، إلا أنه وضع معياراً لتلك  
الطريقة من نص المادة المذكورة أعلاه: "... بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج ..."،  
ومنه يشترط في هذه الطريقة أن تتلاءم وطبيعة المنتج.

كما أن المشرع بنص المادة 08 من القانون 04-02 المذكور أعلاه، ألقى هذا الالتزام  
على البائع، دون بقية الأعوان الاقتصاديين، ولم يحدد هل بائع التجزئة أم بائع الجملة، إلا أننا  
من استقراء النص يتبين أن كل بائع في علاقة تعاقدية مباشرة مع المستهلك يقع عليه هذا  
الالتزام، وبالإسقاط يقع على كل مقدم خدمة في علاقة تعاقدية مع المستهلك.

أما عن زمن تقديم هذا الإعلام فالمشرع الجزائري اوجب من نص المادة 08 المذكورة  
أعلاه: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك..."، أي أن زمن الإعلام يكون  
قبل اختتام عملية البيع، ومنه لا يعتد بالشروط التي تصدر عن العون الاقتصادي بعد اختتام  
عملية البيع، مما يفهم أن الإعلام يكون قبل أو أثناء زمن التعاقد.

كما اشترط المشرع الجزائري أن يتصف هذا الإعلام بالنزاهة والصدق، فالنزاهة  
يفترض في الإعلام الصادر عن العون الاقتصادي أن يكون واضحاً بعيد عن أي غموض قد  
يعتري عباراته، ومثال ذلك أن تجيء عبارات العقد بمصطلحات صعبة مقارنة بثقافة  
المستهلك، مما يشكل غموضاً له، فتؤدي بهذا الأخير إلى الوقوع في غلط أو لبس، أما  
الصادق فيشترط أن تكون مطابقة للحقيقة، أي بعيدة عن كل تضليل قد تنطوي عليه هذه  
المعلومة.

أما عن العناصر المتعلقة بشروط التعاقد، فيلزم القانون في المادة 08 المذكورة أعلاه أن  
ينصب الإعلام الصادر عن العون الاقتصادي على شروط البيع الممارس، والحدود المتوقعة  
للمسؤولية، ومنه يفرض على العون الاقتصادي أن يبين للمستهلك المتعاقد معه شروط المطبقة  
على عملية البيع، مثلاً كيفية دفع الثمن، بيع بالتقسيط أم بدون تقسيط، وفي حالة البيع بالتقسيط  
قيمة الدفعة الأولى وباقي الدفعات وعدد الشهور، والقسط المخصص للدفع في الشهر، ووسيلة  
الدفع. وكذا مدة الضمان، وكيفية التعويض في حالة اكتشاف العيب، وخدمة ما بعد البيع،

وحسنا فعل المشرع بعدم تحديد شروط العقد، وتركها حسب طبيعة العقد، مما يمكن القاضي من تقدير هذه الشروط بالنظر على طبيعة العقد.

كما حدد المشرع الجزائري العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المستهلك والأعوان الاقتصاديين في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد لعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ومن استقراء المادة 02 الفقرة 02 من هذا المرسوم التي عرفت العقد بين المشرع الجزائري طريقة التي يتم بها إعلام المستهلك حول شروط التعاقد<sup>1</sup>، في هذا النوع من العقود بموجب المادة 01 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، حيث أوجب تحرير هذه العقود مسبقا من احد الأطراف وعادة ما يكون من طرف العون الاقتصادي<sup>2</sup>.

وألزم الأعوان الاقتصاديين بوجوب إدراج عناصر العقد الأساسية في العقد والمتعلقة بإعلام المستهلك بموجب المادة 02 منه، وبالمادة 03 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه والتي تنص: "تتعلق العناصر الأساسية للعقد المذكور في المادة 2 أعلاه، أساسيا بما يأتي:

- خصوصيات السلعة و/أو الخدمات وطبيعتها.
- الأسعار والتعريفات.
- كفيات الدفع.
- شروط التسليم وآجاله.
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم.
- كفيات الضمان ومطابقة السلع و/أو الخدمات.
- شروط تعديل البنود التعاقدية.
- شروط تسوية النزاعات.
- إجراءات فسخ العقد"<sup>3</sup>.

ومن استقراء هذه المادة يتبين الشروط المتعلقة بالتعاقد الواجب إدراجها في العقود بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والمتمثلة في كفيات الدفع من طرف المستهلك للسعر المطبق على السلع أو الخدمات التي يجرى عليها التعامل بين المستهلك والعون الاقتصادي،

---

<sup>1</sup> - المادة 02 الفقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11/09/2006، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006 .

<sup>2</sup> - المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

<sup>3</sup> - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

شروط التسليم وأجاله للمحل الجاري عليه التعامل من طرف العون الاقتصادي إلى المستهلك المتعاقد معه، كصفات الضمان ومطابقة السلع من طرف العون الاقتصادي، أو مطابقة الخدمات، شروط تعديل البنود التعاقدية بين العون الاقتصادي، شروط تسوية النزاعات التي قد تثور بين العون الاقتصادي والمستهلك.

كما يجب أن يعلم المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية، في حالة الإخلال بالالتزامات التعاقدية، على من تقع المسؤولية التعاقدية، وهذا عن طريق تحديد الالتزامات المفروضة على كل طرف بموجب هذا الاتفاق، وإمكانية تضمين العقد الشرط الجزائي في حالة الإخلال بأحد الالتزامات التعاقدية، مما يمكن المستهلك من الوقوف على حقيقة العقد المرتبط بالمستهلك، وهذا ما استوجبه المشرع الجزائري في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد لعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية تحديد المسؤولية التعاقدية عند الإخلال بالالتزامات التعاقدية، فأوجب إدراج عقوبات التأخير عن دفع الثمن من طرف المستهلك، وعقوبة التأخير من طرف العون الاقتصادي عند الإخلال بالتسليم فيما يتعلق بزمان، مكان التسليم، وحالة السلع المنفق عليها عند التعاقد.

ومنه تقوم مسؤولية العون الاقتصادي في حالة الإخلال بالإعلام بشروط التعاقد، كامتناعه عن إعلام المستهلك بشروط البيع الممارس، أو الامتناع عن إعلام المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية، أو في حالة إخفاء عنه شرط من شروط البيع، أو مسؤولية من المسؤولية في حالة الإخلال بشروط العقد. كما تقوم مسؤولية البائع في حالة أن المعلومات الصادرة عنه في مجال الإعلام بشروط البيع أو حدود المسؤولية التعاقدية غير نزيهة، أو غير صادقة مما يستوجب قيام المسؤولية الجزائية على عاتقه.

### 3- الركن المعنوي للجريمة:

من استقراء المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر يتبين أن المشرع الجزائري لم ينص على النية، والسكوت على القصد الجنائي الخاص يعتبر كدليل على اعتبار هذه الجريمة من الجرائم المادية، التي لا يتطلب لإثبات وقوعها إثبات القصد الجنائي الخاص<sup>1</sup>، فالجريمة تقوم بمجرد الخروج عن القوانين التي تفرض هذا الالتزام والقصد الجنائي مفترض، يكفي توافر القصد الجنائي العلم لتحقيق

<sup>1</sup> - أحمد عوض بلال، الجرائم المادية والمسؤولية الجنائية بدون خطأ (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، ص 252.

الركن المعنوي للجريمة، والإدراك الحر في الالتجاء إلى ذاك السلوك عن وعي دون إكراه،  
والعلم أن ذاك السلوك مجرم بالقانون.

كما لم يشترط المشرع الجزائي نتيجة ولذ تعد من الجرائم الشكلية التي لا تستوجب  
تحقيق النتيجة، فيكفي قيام العون الاقتصادي بعدم الإعلام بشروط البيع حتى تقوم مسؤولية  
العون الاقتصادي، كما تقوم مسؤولية العون الجزائية في حالة صدور عن إعلام غير نزيه أو  
غير صادق، مما يجعلها جريمة عدم الإعلام بشروط البيع جريمة خطر وليست جريمة  
ضرر، وهذا تجسيدا للطابع الوقائي الذي يتميز به القانون المتعلق بحماية المستهلك.

## الفرع الثاني

### جريمة خداع و تضليل المستهلك

في هذا النوع نتعرض لجرائم تضليل المستهلك، والمتمثلة في أن الإعلام الصادر عن  
العون الاقتصادي غير مطابق لحقيقة الشيء محل العرض، ومنه تقوم مسؤولية العون  
الاقتصادي، إما عن طريق خداع المستهلك من طرف العون الاقتصادي أثناء التعاقد، أو عن  
طريق الرسائل الإشهارية و ما تنطوي عليه من كذب وتضليل، مما يقتضي منا دراسة كل  
جريمة على حدا لكون لكل جريمة خصوصياتها ومكوناتها.

جريمة خداع المستهلك (أولا). جريمة الإشهار غير المشروع (ثانيا).

#### أولا: جريمة خداع المستهلك:

عرف الدكتور عبدالحميد الشواربي الخداع هو: "إلباس أمر من الأمور مظهرا يخالف  
حقيقة ما هو عليه"<sup>1</sup>، أما الدكتور السيد عمران فعرفه بأنه: "إلباس أمر من الأمور مظهرا  
يخالف ما هو عليه"<sup>2</sup>، في حين عرفه الدكتور حسني الجندي على أنه: "هو القيام بأعمال  
وأكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته"<sup>3</sup>.

ولقد جرم كل من المشرع الجزائري والمصري الخداع بنصوص القانون، مما يقتضي  
منا تبيان الأركان التي تقوم عليها هذه الجريمة، على النحو التالي.

#### 1- الركن الشرعي للجريمة:

<sup>1</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 16.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 16

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 16.



في بداية الأمر جرم المشرع الجزائري فعل الخداع بنص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي جاء نصها كالآتي: "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 2000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق".

وبصدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي أفرد نص خاص بجريمة الخداع، حيث نص بالمادة 68 منه: "يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول الخداع أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول :

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

وقد وسع المشرع الجزائري من دائرة الخداع مقارنة بالمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، حيث أنه جرم الفعل في حالة العرض دون أن يكون هناك عقد طبقا للمادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهذا ما نستشفه من العبارة التي أوردتها في نص المادة 68 منه "...: كل من خدع أو حاول خداع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت..."، ولم يبقى عند هذا الحد بل تعداه إلى محل آخر فنقوم الجريمة إذا كان محل الخداع ينصب أيضا حول تسليم منتجات غير تلك المتفق عليها مسبقا، حول قابلية استعمال كل منتوج، حول المخاطر التي قد تتجر عن استعمالها، حول النتائج المنتظرة من كل منتوج، حول كيفية الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة عند الاستعمال، حول المراقبة السابقة لكل منتوج، وأصبح هو النص الساري المفعول، إلا أن العقوبة المطبقة هي العقوبة المنصوص

عليها بالمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري طبقا لنص المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش : " يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول الخداع أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول .....".

وشدد المشرع الجزائري في الجريمة إذا تم الخداع ببعض الوسائل التي حددها بموجب المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، التي تنص: "ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى خمس سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار ( 500.000 دج)، إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة:

الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة.  
طرق ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش تركيب أو وزن أو حجم المنتج.  
إشارات أو إدعاءات تدليسية.  
كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى"<sup>1</sup>.

أما المشرع المصري فجرم الخداع المنصب على أحد المتعاقدين للآخر في المادة الأولى من القانون رقم 48 لسنة 1941 بشأن قمع التدليس والغش المعدل بالقانون رقم 16 لسنة 1980 الصادر في 20 ماي سنة 1980 وذلك سواء اتخذ الخداع شكلا ايجابيا أو سلبيا. حيث تنص المادة 01 على : " يعاقب بالحبس لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن مائة جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه بأية طريقة من الطرق في إحدى الأمور الآتية:

- عدد البضاعة أو مقدارها أو مقاسها أو كيلها أو طاقتها أو عيارها.  
- ذاتية البضاعة إذا كان ما سلم منها غير ما تم الاتفاق عليه.  
- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة وعلى العموم العناصر الداخلة في تركيبها.  
- نوع البضاعة أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها - بموجب الاتفاق أو العرف

- النوع أو الأصل أو المصدر السند المسند غشا إلى البضاعة سببا أساسيا في التعاقد"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

بالإضافة إلى المادة 06 من قانون حماية المستهلك التي أوجبت على المحترف تقديم المعلومات الصحيحة عن السلع والمنتجات المعروضة للبيع<sup>2</sup>، وكذا المادة 16 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، التي عرفت السلوك الخادع، وبينت نطاقه البيانات المذكورة بنص المادة 17 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري<sup>3</sup>، حيث أضافت كذلك تاريخ الإنتاج، والصلاحية، وشروط الاستعمال والتحذيرات، كما قد ينصب على نوع الخدمة ومكان تقديمها، ومحاذير الاستعمال والصفات الجوهرية شروط إجراء التعاقد بما في ذلك خدمة ما بعد الضمان، والثمن وكيفية سداه، الجوائز والشهادات أو علامات الجودة، العلامات التجارية والشعارات أو البيانات، وأخيرا النتائج المتوقعة من استخدامه<sup>4</sup>.

## 2 - الركن المادي للجريمة:

يتطلب القانون للعقاب على جريمة خداع المتعاقد قيام نوع خاص من التدليس، ويشكل الفعل المادي للجريمة، ويقع الخداع بكل سلوك يقوم به الجاني وبكافة الوسائل، حيث لم يشترط المشرع الجزائري وسيلة معينة من استقراء المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي تجرم فعل الخداع: " ... كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك..."، والمهم أن تؤدي الوسيلة إلى الإيقاع بالمستهلك معه في غلط حول البيانات المتعلقة بالمنتجات، وهذه البيانات قد تكون محددة مسبقا بنصوص تنظيمية متعلقة بالموصفات القياسية الواجب توافرها والسارية المفعول والمطبقة على المنتجات<sup>5</sup>، أو عن طريق الاتفاق أو العرف السائد، ومن كل هذا فيمكن أن يلجأ المخادع إلى الكذب، أو الكتمان، أو استعمال طرق احتيالية، القيام بعمليات تغليب في المقادير أو الوزن، أو استعمال أسماء وصفات كاذبة مما يرتب المساءلة الجنائية<sup>6</sup>.

والمشرع المصري الذي لم يشترط أيضا وسيلة معينة من الوسائل لاعتبار السلوك مخادعا، واكتفى أن يكون من شأن هذا السلوك إيقاع المستهلك في خلط أو غلط أو تضليل وهذا ما نستشفه من استقراء نص المادة 16 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري: " يعد سلوكا خادعا كل فعل أو امتناع من جانب المورد أو المعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك، أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط،

<sup>1</sup> - خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص 260.

<sup>2</sup> - قانون رقم 67 بإصدار قانون حماية المستهلك.

<sup>3</sup> - قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون 67 لسنة 2006.

<sup>4</sup> - محمد علي سكيكر، المرجع السابق، ص 214.

<sup>5</sup> - DIDIER FERRIER, la protection des consommateurs, DALLOZ, 1996., p 33.

<sup>6</sup> - بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون حماية المستهلك، أقيمت على طلبية الماجستير، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

وذلك متى انصب هذا السلوك على أي عنصر من العناصر المبينة في المادة 17 من هذه اللائحة"،

ويجب أن يتحقق الخداع أثناء عملية وضع المنتج للاستهلاك، وهي مجموع مراحل الإنتاج والاسترداد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة، وهنا تظهر حماية أكثر مما كان عليه الحال بتطبيق نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري. أما محل الجريمة باستقراء المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هو المستهلك الذي يقع عليه فعل الخداع، وذلك لحماية المستهلك من خداع العون الاقتصادي. ونفس الموقف بالنسبة للمشرع المصري بالمادة 16 من اللائحة التنفيذية في أن محل الخداع ينصب على المستهلك سواء كان متعاقدا أم غير متعاقدا، ومنه لا يشترط أن نكون بصدد عقد.

وقبل تحديد النطاق الذي ينصب عليه فعل الخداع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نأتي على ذكر النطاق الذي ينصب عليه فعل الخداع في قانون العقوبات قبل صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في التشريع الجزائري

**أ- نطاق جريمة الخداع في قانون العقوبات:**

حددت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري نطاق جريمة الخداع الذي ينصب على:

**\*- الخداع في طبيعة البضاعة :** و هو أقدم أنواع الغش و أوضحه، يقع على المادة نفسها بكل عناصرها ومكوناتها<sup>1</sup>. أي هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء المبيع، إما بفقدانه طبيعته الأولى، أو جعله غير صالح للاستعمال الذي أعد من أجله، بحيث يعتبر في الحقيقة أنه تحول إلى شيء ذو طبيعة أخرى، ومنه يمكن اعتباره ناتج جديد<sup>2</sup>.

ومن الأمثلة التي تضرب في هذا الصدد بيع شمعدان من نحاس فإذا به من حديد مطلي بالنحاس<sup>3</sup>، أو وصف قماش أنه مصنوع من الحرير والواقع غير ليس كذلك<sup>4</sup>، وتقدير الوقائع المكونة لجريمة الخداع في طبيعة الشيء هو من المسائل الموضوعية التي يختص بها قاضي الموضوع، ولا تخضع لرقابة محكمة النقض، أما تكييف الوقائع فهو خاضع لرقابتها<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 102.

<sup>2</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 174.

<sup>3</sup> - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 312.

<sup>4</sup> - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 102.

<sup>5</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 175.

\* - **الخداع في الصفات الجوهرية للبضاعة** : وهي مجموع الصفات التي يتضمنها الشيء موضوع العقد والتي تقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة من وجهة نظر المتعاقد، أي تلك الصفات التي لو علم المتعاقد انعدامها في المنتج أو الخدمة ما كان ليقدّم على التعاقد، وهذه الحالة من الخداع هي الأكثر شيوعاً في القضاء، كالخداع في العداد الكيلو متري للسيارة أو الخداع في سنة الصنع، أو بيع مواد غذائية انتهى تاريخ صلاحيتها<sup>1</sup>. ويتم الاستناد في تقدير الخداع إلى المراسيم التنفيذية والقرارات الوزارية التي تحدد خصائص المنتجات والتي تدخل تحت تسمية معينة، والتي تسهل من عمل المحاكم<sup>2</sup>.

ولا يلزم أن تكون هذه الصفة هي السبب الأساسي للتعاقد، ولكن يجب أن تكون أحد الأسباب الدافعة للتعاقد. كما أن الصفات الجوهرية للشيء المبّيع هو مسألة اعتبارية تختلف باختلاف الأشخاص والعقود، والأغراض التي دفعت إلى التعاقد<sup>3</sup>.

\* - **الخداع في العناصر الداخلة في تركيبها**: وهو شكل جديد من الخداع التجاري ناتج عن الصناعة سواء في المنتجات بصفة عامة و المنتجات الغذائية بصفة خاصة، فالمنتج يتركب من مزيج من عناصر مختلفة بنسب محددة ومعينة<sup>4</sup>، ويتحقق الخداع في هذه الصورة، بأن يدلي كذبا عن مقدار العناصر النافعة الداخلة في تركيبها، فهو عبارة عن بيان كاذب، ومثال ذلك قيام تاجر ببيع شكولاتة تحت اسم معين ويعلن عنها أنها ممتازة ويدخل في تركيبها عناصر ذات منفعة غذائية، أما في الحقيقة فلا تحوي إلا على كمية من الكاكاو وأقل جودة مما يجب أن يدخل عرفاً في صناعتها التي تباع تحت اسمه. أو الإعلان عن حليب منزوع الدسم يوصي به لمن يتبعون نظاماً غذائياً خاصاً، وله أثر في تصحيح وظائف الجسم العضوية والنفسية، مع أنه في الحقيقة حليب عادي كغيره من أنواع الحليب وليس منزوع الدسم<sup>5</sup>.

ويمكن تحديد هذه العناصر عن طريق القرارات الوزارية واللوائح، التي تحدد المواصفات القياسية، ومنه تتحقق الجريمة بمجرد أن يكون الشيء المعروض أو المسلم تحت اسم معين، مختلفاً في تركيبه أو مواصفاته عن تلك المنصوص عليها قانوناً<sup>6</sup>.

ويمكن الرجوع إلى بيانات العقد، أو الفاتورة المسلمة أو الإشهار الذي يتضمن أحياناً المقومات اللازمة للمنتج، لإثبات الجريمة<sup>1</sup>.

1- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 312.

2- المرجع نفسه، ص 312 وص 313.

3- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 175.

4- كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 103.

5- المرجع نفسه، ص 103.

6- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 176.

\* - الخداع المنصب على نسبة المقومات: ففي هذه الحالة يكون المنتج مطابقا، غير أن بعض مواده قد فقدت فعاليتها بفعل الزمن، أي أن المنتج فقد المنفعة أو الفائدة التي كان يتوخاها المتعاقد من إبرام العقد.

\* - الخداع المنصب على نوعها أو مصدرها : والعلة من التجريم هنا أن البضائع قد تتشابه من ناحية الشكل أو المظهر، ولكن تختلف في النوع والمصدر، مثل أنواع الزيوت الغذائية (زيت بذرة القطن، زيت الزيتون، زيت النخيل... الخ)، ويشترط للعقاب أن يكون النوع أو المصدر المسند غشا للبضاعة بموجب الاتفاق أو العرف سببا أساسيا للتعاقد، حسب المادة الرابعة من القانون السالف الذكر المصري<sup>2</sup>. وللمحكمة أن ترجع في تحديد ما إذا كان النوع أو المصدر سببا أساسيا في التعاقد إلى الاتفاق المبرم بين المتعاقدين، فإن لم يكن فالى العرف أو الغرض من التعاقد، ويتم ذلك بجميع طرق الإثبات، وعموما فهذه المسألة مسألة تخضع لتقدير قاضي الموضوع.

ويتحدد نوع البضاعة بالمزايا والخصائص التي توجد فيها وتتميز عن منتجات من نفس الجنس ومثال ذلك، جنس الحيوانات كبيع أبقار هجين على أنها أبقار هولندية حقيقية وغير مهجنة<sup>3</sup>. ويتحقق الخداع في مصدر البضاعة، إذا كان الشيء المبيع من مصدر غير المصدر المتفق عليه، ونذكر على سبيل المثال بيع سجاد تركي على أساس أنه سجاد عجمي. وتقع في أغلب الأحيان في جريمة الخداع بعض المزاعم التي توهم المجني عليه بصحة المصدر أو النوع، ومثال ذلك قد يستعمل بيانا تجاريا كاذبا أو علامة تجارية غير صحيحة، أو تغيير في الاسم التجاري، وفي هذه الحالة توجد جريمتان، الأولى جريمة الخداع، والثانية جريمة وضع علامة أو بيان غير صحيح والمعاقب عليه بالمادة 33 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات<sup>4</sup>، ويعاقب عليه في التشريع المصري بالقانون رقم 57 لسنة 1939 المعدل أخيرا بالقانون رقم 69 لسنة 1979 الخاص بالبيانات والعلامات التجارية، وفي هذه الحالة يحكم بالقانون الأشد وفقا للمادة 1/32 من قانون العقوبات المصري<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 313.

<sup>2</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 177.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 178.

<sup>4</sup> - الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 2003/07/23، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.

<sup>5</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 179.

\* - **الخداع المنصب على الكمية المسلمة:** (أي الخداع في عدد البضاعة أو مقدارها أو مقاسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها)\*، ولا يهم الوسيلة المستعملة في هذا النوع من الخداع، والتي ترمي إلى رفع الكمية بالخلط مع مادة أخرى<sup>1</sup>، ومن الأمثلة التي تضرب في هذه الصورة أن يزعم التاجر أن المركب الهوائي يمكن تسيره بمحرك قوة عشرة أحصنة، لكن في الحقيقة لا يمكن تسيره أقل من خمسة وعشرين حصانا، أو أن يزعم أن الغسالة الكهربائية محل البيع تتضمن عشرين برنامجا مع العلم أنها تتضمن عدد من البرامج أقل عن العدد المزعوم به.

والخداع في هذه الحالة لا يقل أهمية عن الحالات الأخرى، فطالما أن المشرع يعاقب على الخداع بمجرد إبداء أقاويل كاذبة، فإنه يجب أن يعاقب أيضا على الخداع الذي يقع على عدد البضاعة أو مقاسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها<sup>2</sup>.

ويقع الخداع في هذه الحالة ممن يقوم بتسليم السلعة، وذلك عن طريق كل وسيلة ترمي خداعا منه إلى رفع الوزن أو الكيل أو غيرها، وذلك بإضافة أو خلط مادة أخرى معها، أو بفعل من يتلقى السلعة من المنتج، كتاجر يشتري من فلاح منتجات زراعية ويتعمد ارتكاب الخطأ في الوزن.

وقد لا يكون الزبون محددًا مسبقًا فتضع البضاعة مسبقًا من أجل البيع، وهنا نميز بين فرضيتين، الأولى أن كمية البضاعة محددة مسبقًا بموجب نصوص قانونية مثل الخبز فهنا إنقاص الوزن يشكل خداعا، أن البضاعة كميتها غير محددة مسبقًا بنصوص قانونية ولكن العون الاقتصادي يوضع بطاقة على الغلاف يعلم بها الكمية البضاعة المعروضة، وهنا كلما نقص الوزن المصرح به الوزن الحقيقي للبضاعة يعتبر خداعا<sup>3</sup>.

\* - **الخداع في هوية البضاعة:** ونعني بذلك تسليم غير البضاعة المتفق عليها أثناء إبرام العقد كأن يسلم العون الاقتصادي المتعاقد معه كمية من الزبدة على أساس انه من هولندا، وفي الحقيقة هي من تونس.

\* - العدد هو الإحصاء الرقمي مثلا 50 60 ... الخ.

- المقدار هو الحساب الكمي

- المقياس هو الحساب الطولي متر

- الكيل هو تعيين الكمية ومقدار البضاعة بواسطة أداة ما مثل القدر الأردب اللتر

- الوزن هو معرفة مقدارها باستعمال آلة وزن ويعبر عنها بطن - قنطار - كيلوغرام ... الخ

- طاقة البضاعة هو قدرة الشيء وقوة الاستعمال المعدلة طبقا للمقاييس الفنية مثل أمبير - وات - فولت - حصان

بخاري

- عيار البضاعة وهو وحدة تستعمل في قياس بعض المواد كالذهب والفضة

<sup>1</sup> - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 313.

<sup>2</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 180.

<sup>3</sup> - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 105

## ب- نطاق الخداع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

المادة 68 من القانون 09-03 السالف الذكر حددت النطاق الذي ينصب عليه السلوك

الجرمي لجريمة الخداع وهي:

\* - **كمية المنتوجات المسلمة:** وهنا الخداع ينصب على الكمية المسلمة للمستهلك وهي نفس الحالة التي كانت في نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري.

\* - **تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا:** وفي هذه الحالة يقوم المتدخل بتسليم المستهلك منتج غير الذي تم تعيينه مسبقا، سواء كان التعيين عن طريق الوسم أو الاتفاق أو ما شابه ذلك، بنية الخداع، وفي هذه تدخل جميع الصفات المتعلقة بالمنتوج المعروض للاستهلاك، والشيء الملاحظ أن المشرع الجزائري بهذا النص شمل جميع الخداع المنصب على طبيعة المنتوج، والخصائص الجوهرية والصفات الداخلة في التركيب، ونسبة المقومات.

\* - **قابلية استعمال المنتوج:** ويقصد به أن المتدخل يقوم بخداع المستهلك حول قابلية استعمال المنتوج، كأن يوهمه أن هذا المنتوج قابل للاستعمال في غرض ما في حين أنه لا يتعلق أصلا بذلك الغرض.

\* - **تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج:** المدة التي تكون فيها السلعة قابلة للاستهلاك من يوم تصبح فيه هذه السلعة جاهزة للتعبئة، أو من تاريخ جنيها بالنسبة للمنتوجات الزراعية، وهنا العون الاقتصادي يذكر تاريخ غير التاريخ الحقيقي للصنع التي أصبحت فيه السلعة جاهزة للتعبئة، وتمتد هذه المدة إلى غاية التاريخ المقيد لنهاية الأجل الذي تصبح فيه المادة من بعده لا تتوفر على الأرحح على الجودة التي للمستهلك حق انتظارها، ويجب أن لا تعتبر المادة بعد هذا التاريخ قابلة للبيع، إلا أن العون الاقتصادي يزيّف هذا التاريخ رغم علمه أنه غير حقيقي<sup>1</sup>.

\* - **النتائج المنتظرة من المنتوج:** وحالة الخداع هنا كأن يدعى أن المنتوج هذا له فائدة معينة نظرا للخصائص الجوهرية أو المكونات التي تدخل في تركيب السلعة، وهذا الادعاء يكون بنية الخداع لأنه غير مطابق لحقيقة السلعة، ومثال هذه الحالة الخداع الذي يكون محله القيمة الغذائية من سلعة في الحقيقة أن قيمتها أقل بكثير<sup>2</sup>.

\* - **طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج:** كما ألزم بذكر طريقة استعمال المنتوج، خاصة للمنتوجات المعقدة الاستعمال، أو المنتوجات التي تنطوي على خطر عند الاستعمال الخاطيء، وأن يذكر الطريقة الصحيحة، وباللغة العربية، إما على الوسم أو بأية وسيلة

<sup>1</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

<sup>2</sup> - أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 114.



مناسبة أخرى، وفي حالة عدم ذكرها، أو ذكر الطريقة غير الصحيحة للاستعمال، أو بلغة غير العربية بنية خداعه تقوم عليه المسؤولية الجزائية.

كما فرض على العون الاقتصادي أن يحذر المستهلك من المخاطر التي قد تنطوي عليه هذه المنتوجات، واشترط أن يكون التحذير واضحا، وافيا، ظاهرا، كاملا، وباللغة العربية، وفي حالة الامتناع عن تنفيذ هذا الفرض القانوني تقوم عليه المسؤولية، إذا ثبت أن خطأه كان بنية الخداع. أما المشرع المصري فجرم الخداع المنصب على أحد المتعاقدين للآخر في المادة الأولى من القانون رقم 48 لسنة 1941 بشأن قمع التدليس والغش المعدل بالقانون رقم 16 لسنة 1980 الصادر في 20 ماي سنة 1980 وذلك سواء اتخذ الخداع شكلا ايجابيا أو سلبيا. ومن حيث العناصر التي ينصب عليها الخداع فبالإضافة إلى العناصر التي نص عليها المشرع الجزائي وهي :

- عدد البضاعة أو مقدارها أو مقاسها أو كيلها أو طاقتها أو عيارها (الكمية).

- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة وعلى العموم العناصر الداخلة في تركيبها.

- نوع البضاعة أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق أو

العرف

- النوع أو الأصل أو المصدر السند المسند غشا إلى البضاعة سببا أساسيا في التعاقد

نجد المشرع المصري جرم الخداع المنصب على ذاتية البضاعة ، إذا كان ما سلم منها

غير ما تم الاتفاق عليه، وتحدث هذه الصورة عند استبدال المبيع محل التعاقد بغير علم

المتعاقدين معه، وذلك بغير معينته أو الرضا به، ومنه الشيء المسلم غير ما تم الاتفاق عليه،

ويشترط أن تقع بعد التعاقد وعند التسليم أي عند تنفيذ الالتزام بالتسليم من جانب العون

الاقتصادي<sup>1</sup>.

والمشرع الجزائي لم يعاقب على جريمة الخداع التامة فقط، بل عاقب أيضا على

الشروع في جريمة الخداع بنص المادة 68 من القانون 09-03 المذكورة أعلاه، لأن جريمة

الخداع هي جنحة والشروع في الجنح لا يعاقب عليه إلا بالنص صراحة، وهذا تطبيقا لنص

المادة 30 من قانون العقوبات الجزائي المقابل لنص المادة 45 من قانون العقوبات

المصري، والشروع أن يقوم الجاني بسلوكه المحظور كاملا دون تحقق النتيجة، لأسباب

خارجة عن إرادته، والمراد بالتجريم هنا هو نية التضليل بإرادته الحرة التي لا يشوبها عيب

أو إكراه، ومثالها كأن يأتي العون الاقتصادي بالأفعال المادية المكونة لجريمة الخداع، إلا أن

<sup>1</sup> - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع نفسه، ص 173.

المتعاقد اكتشف الحقيقة قبل إبرام العقد، وبسبب لا دخل للعون الاقتصادي فيه، فهنا الواقعة تعد شروعاً في جريمة الخداع، حيث أن العون الاقتصادي استنفذ كل النشاط المطلوب قانوناً لقيام حالة الشروع<sup>1</sup>.

ولقد ساوى المشرع الجزائري بين جريمة الخداع والشروع في جريمة الخداع، بنص المادة 68 من القانون 09-03 المذكورة أعلاه، تطبيقاً لنص المادة 31 من قانون العقوبات التي تلزم أن لا يعاقب على المحاولة في الجنح إلا بنص، وهذا ما سلكه المشرع المصري أيضاً في القانون رقم 48 لسنة 1941 بشأن قمع التدليس والغش المعدل بالقانون رقم 16 لسنة 1980 الصادر في 20 ماي سنة 1980.

وشدد المشرع الجزائري في العقوبة بنص المادة 69 من القانون 09-03 المذكورة أعلاه في حالة أن جريمة الخداع أو الشروع فيها في ارتكبت بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة، أو بواسطة طرق ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش تركيب أو وزن أو حجم المنتج، أو بواسطة إشارات أو إدعاءات تدليسية، أو بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى<sup>2</sup>.

### 3- الركن المعنوي للجريمة:

جريمة الخداع من الجرائم العمدية في كلا من القانون المصري والجزائري مسايرة للقانون الفرنسي، ويتطلب لتوافر أركانها ثبوت القصد الجنائي لدى المتهم، وبناء على ذلك لا يعاقب الجاني إلا إذا ثبت لديه قصد الخداع<sup>3</sup>.

فيجب أن يعلم أن استعمال هذه الطرق يؤدي حتماً إلى خداع المتعاقد، وأن نتجه إرادته إلى ذلك وأن القانون يعاقب عليه. وقد عبرت محكمة النقض المصرية عن القصد الجنائي في أحد أحكامها: "بأن جريمة خداع المشتري هي من الجرائم العمدية التي يجب لتوافر أركانها ثبوت القصد الجنائي للمتهم، وهي علمه بالغش الحاصل في البضاعة، وإرادة إدخال هذا الغش على المتعاقد معه، ويجب على القاضي أن يثبت في الحكم الصادر بالإدانة في جريمة الغش في جنس البضاعة، الأركان المكونة للجريمة، فيبين الطرق المكونة للغش، وأنه حصل بنية

<sup>1</sup> حسن غنايم، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في المواد الاستهلاكية وغير الاستهلاكية، بحث مقدم لندوة (حماية المستهلك في الشريعة والقانون)، التي نظمتها كلية الشريعة والقانون خلال الفترة من 6-7 ديسمبر 1998، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات العربية المتحدة، 1998، ص 5.

<sup>2</sup> المادة 69 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 314 و315.

التدليس، وأن يبين نوع البضاعة، والتغيير الواقع عليها، وأن البيع قد تم<sup>1</sup>. كما لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي يقع فيه البائع أو التاجر تجاه المتعاقد معه.

والخداع جريمة عمدية لهذا فالإهمال حتى ولو كان جسيماً لا يعادل الخداع لأن الإهمال صورة من صور الخطأ غير العمدي، ولا يعتبر مخادعاً إلا من كان سيء النية، أما إن كان يعتقد خطأ توافر صفة معينة في البضاعة ليحصل على ثمن أعلى من قيمتها الحقيقية لا يقوم الخداع لأن الغلط يستبعد التدليس<sup>2</sup>. لكن الغلط الذي ينفي القصد الجنائي هو الغلط في الوقائع، وليس الغلط في القانون، فعندما يرتكب المخالف فعلاً معتقداً أن القانون لا يعاقب عليه، فهذا النوع من الغلط لا يستبعد المسؤولية الجزائية، ويمكن أن ينشأ ذلك الغلط أيضاً نتيجة الجهل بالقوانين، ولا يولد حقا للمتهم، ولا ينفي القصد، وتقوم الجريمة رغم ذلك<sup>3</sup>.

### ثانياً: جريمة الإشهار غير المشروع

الإشهار غير المشروع هو كل إعلان بطرق تمس نزاهة المعاملات التجارية، مما قد ينجم عنه ضرراً يمس بالحياة الاقتصادية داخل الدولة، والذي ينعكس سلباً على المستهلك، نتيجة الإشهار الصادر عن العون الاقتصادي الغير نزيه، لما ينطوي عليه من معلومات معلن عنها غير مطابقة للحقيقة، مما تدفع بالمستهلك إلى الوقوع في اللبس والغلط. لهذا جرم المشرع الجزائري الإشهار غير المشروع بنص المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مما يقتضي دراسة الأركان التي تقوم عليه جريمة الإشهار غير المشروع.

#### 1- الركن الشرعي للجريمة:

قبل صدور نص خاص يجرم الإشهار غير المشروع كان يعاقب عليه بموجب المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، وكيف الإشهار على أنه جريمة نصب، ورغم صدور القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، لم ينص عليه المشرع، واكتفى بعده بتعريف الإشهار في المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ولم ينظمه قانون الإعلام الصادر سنة 1990، حيث بنص المادة 100 منه استثنى الإشهار التجاري من التطبيق، ورغم النص عليه في المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، الذي اكتفى فيه المشرع الجزائري بتنظيم الإشهار المتعلق بالمواد الصيدلانية والطبية فقط، مميزاً بين الإشهار

<sup>1</sup>- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 184.

<sup>2</sup>- أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 184.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص 184.

الموجه للجمهور، والإشهار الموجه للمهنة الخاصة، إلا أنه في حالة مخالفة هذا التنظيم لم يوضح الجزاء المطبق.

وبصدور القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية جرم الإشهار التجاري غير المشروع بنص المادة 28 منه بقولها: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

1 يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو وفرته أو مميزاته.

2 يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه.

3 يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوافر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار"<sup>1</sup>، وبين الصور على سبيل المثال التي قد يكون عليها الإشهار غير مشروع، ورتب عليها الجزاء الجنائي.

أما المشرع المصري فقد أورد نصا خاصا بالدعاية الكاذبة والمضللة في المادة 6 من قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006، والمادة 17 من اللائحة التنفيذية المتعلقة بإصدار قانون حماية المستهلك.

لقد استعمل المشرع المصري مصطلح الإشهار الكاذب، الذي يعرف على أنه كل إعلان يتضمن بيانات غير حقيقة بشكل يعرض المخاطبين به إلى الخداع<sup>2</sup>، في حين المشرع الجزائري استعمل الإشهار المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، أما الإشهار المخادع هو كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى تضليل أو من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به، أو المنافسين على نحو قد يلحق ضررا بمصالحهم الاقتصادية.

والفرق بين الإشهار الكاذب و الإشهار المضلل، أن هذا الأخير لا يتضمن أية بيانات كاذبة، ولكنه يصاغ في عبارات تؤدي إلى التضليل والخداع، فالمعلومات الواردة به غير

<sup>1</sup> - المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - القاضي أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص 93.

كاذبة بطبيعتها، ولكن الدليل الذي استخدم في صحته دليل مزيف، والخداع في الإعلان الكاذب يكون أكثر وضوح، ومنه الإشهار المضلل يشمل كافة صور الإشهار الكاذب<sup>1</sup>.  
وسواء كان الإشهار مضللاً أو كاذباً تقوم جريمة الإشهار غير المشروع إذا ما اكتمل توافر ركنها المادي والمعنوي.

### أ- الركن المادي للجريمة:

يتكون العنصر المادي في الإشهار غير المشروع من خلال أي سلوك من شأنه أن يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في تضليل أو غلط، سواء عن طريق فعل إيجابي يظهر في الرسالة الإشهارية السلعة بوجه مغاير لما هي عليها في الحقيقة مما يؤدي إلى تضليل المستهلك أو التباس أو غلط<sup>2</sup>. أو عن طريق فعل سلبي، وذلك باتخاذ المعلن موقف سلبي، يمتنع فيه عن ذكر بيانات ما عن السلعة أو الخدمة محل الإشهار، وهذا الإغفال عن ذكر هذه البيانات قد يكون عمداً أو سهواً<sup>3</sup>، ويكون لهذا البيان بعداً مؤثراً في اتخاذ القرار بالتعاقد، وهو أقرب من السكوت أو الكتمان المنصوص عليه في القانون المدني<sup>4</sup>.

ويكفي أن يؤدي هذا السلوك إلى الغلط أو التضليل في كلتا الحالتين الإيجابية أو السلبية ليعتبر الإشهار غير مشروع يجب تجريمه، ومعيار تقدير ذلك هو ذلك المعيار الذي ينظر فيه إلى الشخص متوسط الذكاء، وهو المعيار الموضوعي الذي اعتمده القضاء الفرنسي، أما المعيار الشخصي الذي ينظر فيه كل حالة على حده أو تقدير وجود الكذب وفقاً لأثر هذا الإشهار منسوبا إلى نوعية الجمهور<sup>5</sup>.

ولا يشترط أن يكون التضليل قد وقع فعلاً، بل يجرم الإشهار، إذا كان ما ورد فيه من شأنه مستقبلاً أن يوقع المتلقي في الغلط، بل يكفي تصور أو احتمال وقوع الغلط في المستقبل، فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر والمستقبل معاً<sup>6</sup>، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 02-04 المذكور سابقاً حيث أود المصطلح في الفقرتين الثانية والثالثة من نص المادة "... يمكن أن تؤدي إلى التضليل..."، "... يمكن أن تؤدي إلى التباس..."، وهو نفس الموقف للمشرع المصري من استقراء نص المادة 17 من اللائحة التنفيذية الخاصة بقانون حماية المستهلك المصري "... من شأنها أن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل ..."، ومنه يدخل في الإشهار غير المشروع، الإشهار الذي

1- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 127 و128.

2- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 157.

3- القاضي أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص 94.

4- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 158.

5- المرجع نفسه، ص 161 و162.

6- أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية، ص 60 و61.

يعرض بصورة أو بأسلوب من شأنه إيقاع المتلقي في الغلط أو التضليل، وقد استند أصحاب هذا الرأي إلى أن النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك التي أعطت تصورا واسعا لمفهوم التجريم، بحيث يشمل الأساليب الحديثة في الإشهار والدعاية بالنسبة للمنتجات والخدمات في المجالات المختلفة<sup>1</sup>.

ولقيام الركن المادي في جريمة الإشهار غير المشروع توافر ثلاثة شروط أساسية وهي:

#### \* - الشرط الأول: أن يكون هناك إشهار

يلزم أن يكون هناك إشهار بوصفه رسالة موجهة إلى الجمهور، هدفه تحفيز المتلقين على طلب المنتجات والخدمات، ولم يحدد المشرع الجزائري شكلا خاصا للإشهار الذي تقوم به الجريمة، ولا وسيلة خاصة، ومنه تقوم جريمة الإشهار الخادع مهما كانت الأداة المستعملة في الإشهار كالصحف، الإذاعة، التلفزيون، الملصقات والوسم...الخ<sup>2</sup>.

ولا يهم ما إذا وقع الإشهار بطريقة التضليل الإيجابي أو السلبي، كعدم ذكر بيانات هامة، ولا يهم محل الإشهار إذا كان منقولاً أم عقاراً، أو أداء خدمة، كما لا يهم متلقي الرسالة الإشهارية فقد يكون مستهلك أو عون اقتصادي، ولكن لا بد أن تكون موجهة للجمهور من أجل البحث عن إبرام عقود في المستقبل<sup>3</sup>، وهو المعيار الذي وضع لتحديد ما إن كنا بصدد إشهار أم لا<sup>4</sup>.

إما إذا كان الإشهار لا يقدم أية معلومات متعلقة بمحل الإشهار، فإننا لا نكون بصدد إشهار تجاري، ومنه لا تقوم الجريمة لانتفاء الركن المادي لعدم تحقق شرط من شروط قيام هذا الركن<sup>5</sup>.

#### \* - الشرط الثاني: أن يكون الإشهار كاذبا أو مضللا

كما يجب أن يتصف هذا الإشهار بالكذب أو التضليل، حيث يشكل هذا الطابع أهم عنصر في الجريمة، ويسهل الكشف عنه في مجال الإشهار المكتوب، ويعتبر الإشهار كاذبا أو مضللا إذا كان يؤدي بطبيعة الحال إلى الغلط، ومثال ذلك الإشهار عن منتج عصير برتقال من مكونات اصطناعية عن طريق وضع زجاجة العصير وأمامها ثمرة برتقال مما يوحي للمتلقين أن ما بالزجاجة هو عصير طبيعي<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - مساعد زيد المطيري، المرجع السابق، ص 136 و137.

<sup>2</sup> - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 176.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 175.

<sup>4</sup> - حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص 42.

<sup>5</sup> - المرجع نفسه، ص 41.

<sup>6</sup> - حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص 46.

وتعتبر البيانات أو التصريحات أو التشكيلات غير حقيقية أو مضللة إذا كانت لا تتطابق والحقيقة، ومثال ذلك أن يعلن عن بيع أذية مصنوعة بالكامل من الجلد الطبيعي في حين أن أجزاء منها مصنوعة من المواد الصناعية.

وعلى ذلك أي إعلان غير مطابق للحقيقة يخضع للمسؤولية الجنائية، ويخض في تقدير ذلك للقاضي، الذي يكون له الاستعانة بذوي الخبرة في تقدير الطبيعة المضللة للإشهار، مما يثبت عدم شرعية الإشهار، ويقع على عاتق المعلن إثبات صحة البيانات والتصريحات أو التشكيلات الواردة في رسائله الإشهارية<sup>1</sup>.

### \* - الشرط الثالث: أن ينصب على إحدى العناصر الواردة بنصوص القانون

يتطلب القانون لقيام المسؤولية الجنائية أن يقع الإشهار غير المشروع على إحدى العناصر الواردة في نص المادة المتعلقة بتجريم الإشهار غير المشروع، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري، حيث أورد بنص المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية العناصر التي ينصب عليها الإشهار غير المشروع في الفقرات الثلاث الأخيرة، وقد أورد المشرع الجزائري هذه العناصر على سبيل المثال، من استقراء مصطلح " لاسيما " التي جاءت في متن المادة، وهذا ما يضيف حماية أكثر للمتلقين لهذا الإشهار غير المشروع ( منهم جمهور المستهلكين)، وسنأتي على تحليل كل فقرة من فقرات المادة 28 المذكورة أعلاه، والتي حددت العناصر التي يرد عليها الإشهار غير المشروع، والمتمثلة في:

### - أن ينصب الإشهار غير المشروع على المنتوجات أو الخدمات:

باستقراء الفقرة الثانية من المادة المذكورة أعلاه فالإشهار غير المشروع ينصب على المنتج أو الخدمة، وذلك عن طريق تضليل المتلقي، أو إمكانية تضليله، سواء بالتعريف بالمنتج أو الخدمة، أو الكمية أو الوفرة أو المميزات التي يتميز بها هذا المنتج أو الخدمة عن ما يشابهها من المنتوجات أو الخدمات التي يمتلكها غيره من الأعوان الاقتصاديين، سواء عن طريق تصريحات شفوية، أو بيانات كتابية، أو تشكيلات مهما تنوعت، فالوسيلة هنا لا تهم<sup>2</sup>.

### - أن ينصب الإشهار غير المشروع على بائع:

أما من الفقرة الثالثة من نفس المادة فالمشرع الجزائري بين أن الإشهار يكون غير مشروع إذا كان يؤدي أو يمكن أن يؤدي بالمتلقي إلى الالتباس بين عونين اقتصاديين سواء

<sup>1</sup> - حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص 46 و ص 47.

<sup>2</sup> - الفقرة 02 من المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

في ذاتيتهما، أو في منتوجا تهم ا أو خدماتهما، أو في النشاط اللذان يمارسانهما، مما يصعب التمييز بينهما<sup>1</sup>، إلا أن هنا جاء لفظ البائع مما يفهم عن طريق المخالفة أن الإشهار الذي ينطوي على التباس بين الأعوان الاقتصاديين غير الباعين لا يدخل ضمن طائفة التجريم، وحبذا لو أن المشرع الجزائري أورد مصطلح العون الاقتصادي مكان البائع، ويوسع دائرة التجريم من هذا الإشهار الذي يلحق ضررا بجماعة المستهلكين.

- أن ينصب الإشهار غير المشروع على الإشهار نفسه مقارنة بقدرة العون

الاقتصادي:

ومن الفقرة الرابعة فالإشهار غير المشروع ينصب على الإشهار نفسه، حيث يكون إشهار غير مشروع متى لم يكن بقدرة العون الاقتصادي توفير الكمية اللازمة من السلع مقارنة بالإشهار الذي أصدره، سواء الكمية المعروضة أو الكمية التي يحتفظ بها في مخازنه، أو عدم إمكانية ضمان الخدمات التي يجب تقديمها<sup>2</sup>.

أما المشرع المصري فقد حدد العناصر التي ينصب عليها الإشهار غير المشروع بنص المادة 17 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري، واعتبر كل إعلان يتصف بالكذب أو تضليل إذا انصب على طبيعة السلعة أو تركيبها أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التي تتكون منها هذه السلعة أو كميتها، مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمالها أو محاذير هذا الاستعمال. وكذا جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة. ونوع الخدمة ومكان تقديمها ومحاذير استخدامها وصفاتها الجوهرية سواء انصبت على نوعيتها أو الفوائد من وراء استخدامها.

كما يمكن أن ينصب الإشهار غير المشروع على شروط وإجراءات التعاقد بما في ذلك خدمة ما بعد البيع والضمان والتمن وكيفية سداده. الجوائز أو الشهادات أو علامات الجودة. كما ينصب الإشهار غير المشروع بنص المادة المذكورة أعلاه على العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات. أو خصائص المنتج أو النتائج المتوقعة.

ومن الأمثلة التي يمكن أن نتصورها على الإشهار غير المشروع مثيرة ، ولكن نكتفي بذلك الإشهار المنصب على التخفيضات في الأسعار، حيث يرد في الرسالة الإشهارية لتاجر التجزئة أنه يبيع بنفس سعر الجملة، في حين أن جميع تجار التجزئة الآخرين يبيعون بنفس هذا السعر، أو أن ينصب الإشهار على إجراءات البيع، ومثاله الإشهار الذي يدعي فيه تاجر

<sup>1</sup> - الفقرة 03 من المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - الفقرة 04 من المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.



أن البيع يتم مباشرة للمستهلكين، دون تدخل من جانب وسيط، إلا أنه في الحقيقة يتم عن طريق موزعين<sup>1</sup>.

إلا أن المشرع الجزائري و المشرع المصري لم يبينوا الوقت الذي يعتد فيه بالإشهار غير المشروع، فهل يعتد به من وقت صدوره، أم من وقت وصوله إلى علم جمهور المتلقين؟

### ج-الركن المعنوي للجريمة:

من استقراء المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، لم يورد المشرع الجزائري أي عبارة تدل على اشتراط المشرع الجزائري النية في ارتكاب الجريمة، وسكوت المشرع الجزائري على القصد الجنائي الخاص يعتبر كدليل على نيته في اعتبارها جريمة مادية.

فمتى صدر من العون الاقتصادي سلوك مخالف للنصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك فيعاقب عن هذا السلوك، ومنه الإشهار إذا كان ينطوي على تضليل أو كذب فقد خالف به نص المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مما يشكل جريمة قائمة، يستوجب تطبيق الجزاء الجنائي<sup>2</sup>، حتى وإن لم تتجه نية العون الاقتصادي إلى إيقاع المستهلك في الغلط أو التضليل، مما يشكل فعالية أكثر في حماية المستهلك<sup>3</sup>.

كما أن في الجرائم الاقتصادية، المشرع لا يأخذ بنفس الأحكام المقررة في القانون العام الجنائي، حيث يفترض توافر القصد الجنائي من مجرد وقوع الفعل المادي للجريمة، وعلى الفاعل أن يثبت عدم توافر هذا القصد أو قيام سبب يحول دون مسؤوليته عن الفعل<sup>4</sup>. كما لم يشترط المشرع الجزائري وقوع النتيجة، فاحتمال وقوع النتيجة يؤدي على قيام الجريمة في ذمة الجاني، ومنه فتعتبر جريمة الإشهار غير المشروع من الجرائم الشكلية، فهي جرائم السلوك المجرد وتتميز بخلوها من النتيجة الإجرامية، ويتكون الركن المادي فيها من السلوك الإجرامي فقط، ويطلق عليها جرائم الخطر، لئلا السلوك الإجرامي يعرض المصلحة المحمية للخطر دون أن يضر بها، وحسن فعل المشرع الجزائري بتكليف هذه الجريمة من الجرائم الشكلية، لكي يمكن من وقاية المستهلك من الإشهار المضلل<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، 2004، ص 28 و29.

<sup>2</sup> - علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 89.

<sup>3</sup> - حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص 57.

<sup>4</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 309.

<sup>5</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 286.

وفي حالة توافر أركان الجريمة من الجرائم التي تم تبيانها، تقوم المسؤولية الجنائية على مرتكبها، مما يحقق تطبيق الجزاء الجنائي المقرر بنصوص القانون المختص بالجريمة، وسنأتي على تبيان الجزاء المقرر لكل جريمة على حدا في المطلب الثاني من هذا المبحث.

## المطلب الثاني

### قمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، لابد من إثبات الجريمة على مرتكبها من طرف الأعوان المؤهلون، الذين منح لهم المشرع الجزائي في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سلطة الضبط، وكذا القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية عن طريق المعاينة والمتابعة. وفي حالة إثبات الجريمة تقوم المسؤولية الجزائية على عاتق الجاني، ويستحق الجزاء المقرر للجريمة وفق النصوص القانونية المجرمة للأفعال التي تمس بحق المستهلك في الإعلام، سواء الجزاء المنصوص عليه في القانونين المذكورين أعلاه، أو في قانون العقوبات. وعليه يقسم هذا المطلب إلى إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام و متابعتها (الفرع الأول)، الجزاء المطبق على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (الفرع الثاني).

## الفرع الأول

### إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام ومتابعتها

الإثبات ركن أساسي في المسؤولية الجنائية، فلا يمكن أن تقوم هذه الأخيرة على المتهم إلا إذا تم إثبات قيام الجريمة على عاتقه، ولإثبات الجريمة في القانون 03-09 و القانون 02-04 المذكورين سابقا لابد من معاينتها وتحرير المحاضر. وفي حالة إثبات الجريمة تتم المتابعة لتطبيق الجزاء المقرر لها بالنصوص القانونية المحددة له، والذي سيكون محل الدراسة في الفرع الثاني من هذا المطلب، وتبعاً لما تم ذكره فيحتم علينا التطرق إلى إثبات الجريمة (أولاً)، متابعة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (ثانياً).

### أولاً- إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام:

لا تكون حجية على العون الاقتصادي إلا إذا ثبت المخالفة في ذمته عن طريق المحاضر الذين يحررونها الأعوان المؤهلين بعد معاينتها من خلال العمليات الرقابية، فالأعوان المؤهلون

لهم الاختصاص بالتحري عن الجرائم الماسة بسلامة المستهلك، وفي حالة اكتشاف الجريمة تحرر المحاضر التي تثبت المخالفة. وعلى هذا الأساس لابد من دراسة معاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، وتحرير المحاضر، في كلا من التشريع الجزائري والتشريع المصري.

## 1- معاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام:

نص المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على الأعوان المؤهلون لمعاينة الجرائم، وعليه وجب تحديد الأعوان المؤهلون للتحري عن الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام في كلا من القانونين المذكورين أعلاه.

### أ- الأعوان المؤهلون بمعاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام:

خول المشرع الجزائري الاختصاص بمعاينة المخالفات في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بنص المادة 25 منه حددت الأعوان المؤهلون لمعاينة الجرائم وهم: ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك<sup>1</sup>، أما في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فقد نصت عليه المادة 49 منه، فقد منح هذا الاختصاص إلى ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات<sup>2</sup>، والمستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية، أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة والمرتبون في الصنف 14 على الأقل والمعينون لهذا الغرض، الذين يجب أن يؤدوا اليمين القانونية وأن يقضوا بالعمل طبقاً للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها، والموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية أن يؤدوا اليمين، ويفوضوا بالعمل طبقاً للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها<sup>3</sup>.

حيث أثناء تأدية مهامهم هم ملزمون بالإفصاح عن وظيفتهم، أن يقدموا التفويض بالعمل خاصة في مهمة الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات، وأماكن الشحن والتخزين، وكذا فتح الطرود<sup>4</sup>. ولقد فرض لهم القانون حماية في حالة معارضة الرقابة أو عرقلة عملهم أثناء تأدية المهام، وفرضت عقوبة من ستة (06) أشهر إلى سنتين (02)، وبغرامة مالية من 100.000

<sup>1</sup> - المادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 15 و المادة 19 من الأمر 66-155 المؤرخ في 08 جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية العدد 48 المؤرخة في 10 جوان 1966، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1966.

<sup>3</sup> - المادة 49 الفقرة الأخيرة من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>4</sup> - المادة 52 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

دج إلى 1000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، وقد حددت المادة 54 من القانون 02-04 المحدد لقواعد المطابقة على الممارسات التجارية الأفعال التي تعتبر كمعارضة أو عرقلة عمل الأعوان المؤهلون<sup>1</sup>، كما جرم المشرع الجزائري بالقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فعل الاعتداء على الأعوان المؤهلين بنص المادة 84 منه، وأحال عقوبتها على المادة 425 من قانون العقوبات<sup>2</sup>، وهي نفسها العقوبة المدرجة في القانون 02-04 المذكور سابقا. أما في التشريع المصري فبالإضافة إلى ذوي صفة الضبطية القضائية المنصوص عليهم بنص المادة 23 من قانون الإجراءات الجنائية المصري، يمكن أن يضفي صفة الضبطية القضائية في نصوص قانونية خاصة وهذا ما نص عليه في الفقرة الأخيرة من المادة 23 من قانون الإجراءات الجنائية المصري: "...وتعتبر النصوص الواردة في القوانين والمراسيم والقرارات الأخرى بشأن تخويل بعض الموظفين اختصاص مأموري الضبط القضائي بمثابة قرارات صادرة من وزير العدل بالاتفاق مع الوزير المختص"<sup>3</sup>، وهذا ما نص عليه المشرع المصري بالمادة 21 من قانون حماية المستهلك المصري للعاملين بجهاز حماية المستهلك المصري، والذين منح لهم صفة الضبطية القضائية، عن طريق قرار صادر عن وزير العدل بالاتفاق مع الوزير المختص<sup>4</sup>.

#### ب- التحري عن الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام:

منح المشرع الجزائري بالقانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك للأعوان المؤهلون بالتحري عن المخالفات الماسة بالقانون أعلاه حق القيام بالتحريات اللازمة لمراقبة مدى توفر المطابقة من أجل تفادي الأخطار التي قد تهدد سلامة المستهلك، سواء في صحته أو مصالحه المادية بموجب المادة 14 من القانون المذكور أعلاه، إلا أن المشرع الجزائري لم ينص على الإجراءات الواجب إتباعها من طرف الأعوان المؤهلين بنصوص القانون السالف الذكر، وبالرجوع إلى المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، التي خولت لهم مراقبة المنتوجات والخدمات عن طريق المعاينة المباشرة والفحوص البصرية وبواسطة أجهزة المكييل والموازين والمقاييس وبالتدقيق في الوثائق والاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ العينات<sup>5</sup>، ولم يحدث المشرع الجزائري أي تغيير في هذا الجانب من استقراء المادة 30 منه.

<sup>1</sup> - المادة 53 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطابقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - المادة 84 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> - قانون الإجراءات الجنائية المصري.

[elsaftyaw.jeeran.com/Page\\_2.html](http://elsaftyaw.jeeran.com/Page_2.html)

le 15-01-2009

<sup>4</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 258.

<sup>5</sup> - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

وتتم هذه المعاينة إما في أماكن الإنشاء الأولى، أماكن الإنتاج، أماكن التحويل، أماكن التوضيب، أماكن الإيداع، أماكن العبور، أماكن النقل، أماكن التسويق، وفي كل أماكن الوضع حيز الاستهلاك<sup>1</sup>.

كما لهم الإطلاع على المنتوجات والخدمات ليتسنى لهم الوقوف على مدى المطابقة أو عدمها للمقاييس المعتمدة و/ أو المواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب أن تتميز بها المنتوجات والخدمات<sup>2</sup>، ومن بين هذه المواصفات القانونية والتنظيمية والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام الواسع، ومدى تطابقه مع التنظيم القانوني للوسم الساري المفعول.

أما في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية خولت لهم صلاحيات الإطلاع على الوثائق، المتمثلة في المستندات الإدارية والتجارية والمالية والمحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون المنع من طرف الأعوان الاقتصاديين بحجة السر المهني طبقا للمادة 50 من القانون المذكور أعلاه<sup>3</sup>، كما منح للأعوان المؤهلين حق تفتيش المحلات المهنية بنص المادة 52 من القانون المذكور أعلاه، حيث تجيز هذه المادة حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات، وأماكن الشحن والتخزين، وبصفة عامة أي أماكن باستثناء المحلات السكنية التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية عن طريق ترخيص من وكيل الجمهورية وبحضور ضباط الشرطة القضائية، ونهارا قبل الساعة الثامنة ليلا وبعد السادسة صباحا، كما يمكن لهم القيام بعمليات المعاينة أثناء نقل البضائع، كما يخول لهم القانون فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل<sup>4</sup>.

وفي التشريع المصري خول قانون حماية المستهلك المصري للعاملين بجهاز حماية المستهلك ممن يتمتعون بالصفة الضبطية صلاحيات أثناء تأدية وظائفهم التي من شأنها الكشف عن الجريمة بشرط الكشف عن صفتهم عند تأدية مهامهم، ومن بين هذه الصلاحيات حق الإطلاع لدى أية جهة من الجهات حكومية كانت أو غير حكومية على الدفاتر والمستندات والحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لفحص الحالات محل الشكاوي والمعروضة على الجهاز، والدخول خلال ساعات العمل الرسمية إلى أماكن ومقار عمل الأشخاص الخاضعين للفحص، وذلك بعد الحصول على إذن كتابي صريح من المدير التنفيذي للجهاز موضحا فيه على وجه الخصوص تاريخ إصداره ومدة سريانه، ويجوز لهم الاستعانة برجال السلطة العامة إذا تطلب الأمر ذلك.

<sup>1</sup> - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 50 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>4</sup> - أحسن بوصقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص (جرائم الفساد جرائم المال والأعمال جرائم التزوير)، الجزء الثاني، الطبعة الثامنة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 245.

واتخاذ الإجراءات الكفيلة من أجل جمع الاستدلالات اللازمة للفحص وسؤال أي شخص في شأنه ارتكابه مخالفة لأحكام القانون<sup>1</sup>. وفي حالة اكتشاف المخالفة تحرر المحاضر.

## 2- تحرير المحاضر:

يقع التزام على الأعوان المؤهلون بالتحري أثناء تأدية مهامهم في حالة اكتشاف جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام تدوين المحاضر، ففي القانون 09-03 المذكور سابقا، ومن استقراء المادة 31 منه التي تنص: "يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه في إطار مهامهم الرقابية، وطبقا لأحكام هذا القانون، بتحرير محاضر...". فيقع على عاتق الأعوان المؤهلون الموكل لهم الاختصاص بمعاينة الجرائم في القانون 09-03 السابق الذكر تحرير محاضر، وحدد بيانات الواجب إدراجها في المحاضر على الفقرة الأخيرة من المادة المذكورة أعلاه، وهذه البيانات هي:

- تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة.

- ذكر الوقائع المعاينة.

- ذكر المخالفات المسجلة.

- العقوبات المتعلقة بالمراقبة.

- ذكر هوية الأعوان الذين قاموا بالمخالفة.

- ذكر هوية ونسب ونشاط العون المتدخل المعني بالرّقابة.

- توقيع من طرف الأعوان الذين قاموا بالرّقابة، وتوقيع المتدخل المعني بالرّقابة، وفي حالة الرفض، أو أن محاضر حررت في غيابه يؤشر على ذلك في المحاضر<sup>2</sup>.

ويجوز إرفاق مع المحاضر الوثائق والمستندات التي تثبت المخالفة، وفي حالة الامتناع

تطبق العقوبات المنصوص عليها فيما يتعلق بعرقلة عمل الأعوان.

كما يلتزم الأعوان المنصوص عليهم بالمادة 25 من القانون 09-03 المذكور سابقا بتسجيل

المحاضر المحررة في سجل مخصص لذلك الغرض مرقم ومؤشر عليه من طرف رئيس

المحكمة المختص إقليميا، كما أحال شكل المحاضر على التنظيم الساري المفعول لغاية إصدار

نصوص تنظيمية أخرى<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك

<http://ahmedelgamel.maktoobblog.com/892944/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A3%D8%AD%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%87%D9%84%D9%83> 4 le 15-03-2008

<sup>2</sup> - المادة 32 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 32 الفقرة الأخيرة من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أما قبل صدور القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فقد نص عليها سابقا  
المشرع الجزائري على هذه البيانات بالمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة  
الجودة وقمع الغش، حيث استوجبت بيانات في المحاضر المحررة والتي لها قوة الثبوتية وهي:  
- اسم العون الذي يحزر أو أسماء الأعوان الذين يحزرون المحاضر وألقابهم وصفاتهم و  
إقامتهم الإدارية.

- تاريخ المعاينات المنتهية وساعتها ومكانها أو أماكنها بالضبط.
  - اسم الشخص الذي وقعت لديه المعاينات ولقبه ومهنته ومحل سكنه أو إقامته.
  - جميع عناصر الفاتورة التي يتم بها إعداد قيمة المعاينات التي وقعت بصفة مفصلة.
  - رقم تسلسل محضر المعاينة.
  - إمضاء القائم أو القائمين بالمعاينة.
  - إمضاء المعني إن كان، وإذا رفض الإمضاء يذكر ذلك في المحضر أو في دفتر التصريح.
- أما عن اقتطاع العينات فهي لا تتعلق بالجرائم الماسة بحق المستهلك بالإعلام، ومنه فلا  
مجال للحديث عنها.

كما ألزم القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وجوب إثبات  
الجرائم المنصوص عليها بالقانون أعلاه عن طريق تحرير محضر إثبات، ثم تبلغ إلى المدير  
الولائي، بشرط أن لا تكون مشطوبة أو بها إضافات أو قيد على الهوامش، وتبين صفة الموظفين  
الذين قاموا بالتحقيقات بذكر أسماءهم، كما يجب ذكر أسماء المخالفين وألقابهم وعناوينهم و  
نشاطاتهم وكذا العقوبة المقترحة من طرف الموظفين التي لا تقل أو تتجاوز الحد الذي وضع من  
طرف التشريع الساري المفعول<sup>1</sup>.

وطبقا للمادة 57 من القانون 02-04 السابق الذكر تحرر المحاضر في ظرف ثمانية أيام من  
تاريخ نهاية التحقيق، وتوقع من طرف المحررين، وفي حالة تخلف التوقيع تعتبر باطلة، كما توقع  
من طرف المخالف وفي حالة رفضه أو غيابه لعدم حضوره بعد التبليغ الموجه له بالحضور أثناء  
تحرير المحاضر يقيد ذلك في المحضر.

و خلاف ما نصت عليه المادة 115 من قانون الإجراءات الجزائية من أن المحاضر و  
التقارير المثبتة للجنايات و الجنح لا تعتبر إلا مجرد استدلالات يجوز للقاضي الأخذ بها أو  
إهمالها ما لم ينص القانون على خلاف ذلك ، وبالرجوع إلى القانون 02-04 المحدد للقواعد  
المطبقة على الممارسات التجارية و 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أن  
المشرع الجزائري نص صراحة على خلاف هذه القاعدة العامة، فقد أعطى هذا القانون للمحاضر

<sup>1</sup> - المادة 56 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

المحررة من طرف أعوان الرقابة بمديرية التجارة حجية كاملة و قوّة إثباتيه رسميّة يتعيّن على قاضي الحكم الأخذ بها، و لا يجوز إهمالها إلا إذا تم الطعن فيها بالتزوير و ثبت تزويرها<sup>1</sup>. وهذا ما سوف نخصه بالدراسة.

#### أ - حجية المحاضر في قانون العقوبات:

التكليف القانوني للجرائم المتعلقة بحق المستهلك جميعها جنح (جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع، جريمة الإشهار غير المشروع وجريمة الخداع) تطبيقا للمادة 05 من قانون العقوبات المعدلة بالقانون 06-23 المعدل والمتمم لقانون العقوبات.

المشرع الجزائري بنص المادة 215 من قانون الإجراءات الجزائية، لم يقر لهذه المحاضر أي حجة في الإثبات في الجنح، واعتبرها مجرد استدلال، حيث المحاضر المتعلقة بجمع الاستدلال و التحقيق الابتدائي والمحاضر المتعلقة بإثبات الجنح منصوص لا تلتزم المحكمة بالأخذ بما جاء بها، وأن ما تضمنته من اعترافات للمتهمين أو شهادة للشهود أو معاينات لمكان الجريمة، ليست إلا عناصر إثبات يستطيع الخصوم مناقشتها وتفنيدها دون أن يلتزموا سلوك الطعن بالتزوير وهذا هو الأصل العام الذي أخذ به المشرع الجزائري في حجية المحاضر المنصوص عليها في قانون العقوبات الجزائري والمتعلقة بالجنح.

إلا أن المشرع الجزائري أدرج عبارة في آخر نص المادة 215 المذكورة أعلاه: "... ما لم ينص القانون على خلاف ذلك"<sup>2</sup>، مما يفهم أن الأصل العام قد يرد عليه استثناء، والاستثناء لا بد أن يكون بنص، ولذا وجب علينا الرجوع إلى كل من القانونين 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهذا ما سوف يتم تناوله لاحقا.

أما المشرع المصري فلم ينص على حجية التقارير التي نص عليها في قانون حماية المستهلك<sup>3</sup>، مما يستوجب الرجوع إلى الأحكام العامة في قانون الإجراءات الجنائية، فطبقا للمادة 323 من قانون الإجراءات الجنائية المصري التي نصت صراحة أن للمحاضر حجية في الجنح ذات عقوبة الغرامة التي لا تتجاوز الألف جنيه مصري<sup>4</sup>. وتطبيقا لنص المادة أعلاه فالمحاضر المتعلقة بالجرائم التي تمس بحق المستهلك في الإعلام والمنصوص عليها في قانون حماية

<sup>1</sup> - عبد العزيز سعد، أجهزة و مؤسسات النظام القضائي الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1988، ص 161.

<sup>2</sup> - المادة 215 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

<sup>3</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 433.

<sup>4</sup> - المادة 323 من قانون الإجراءات الجنائية المصري.



المستهلك المصري لا تدخل ضمن اختصاص هذا النص لأن قيمة الغرامة المطبقة عليه هذه الجرائم أكثر من 1000 جنيه مصري، ومنه تعتبر كدليل استدلالي للقاضي.

#### ب- حجية المحاضر في القانون المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك:

نص المشرع الجزائري في المادة 31 الفقرة 04 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "وتكون للمحاضر المنصوص عليها في الفقرات السابقة حجية قانونية حتى يثبت العكس"<sup>1</sup>، وهو ما كان الحال عليه في المادة 15 الفقرة 02 من القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك التي تنص: "إن المحاضر التي يحررها الموظفون والأعوان المؤهلون موثوق بها حتى يثبت العكس..."<sup>2</sup>، ومنه المحاضر التي يحررها الأعوان المؤهلون المذكورون بنص المادة 15 الفقرة الأولى من القانون المذكور أعلاه موثوق بها، وما جاء فيها صحيح إلى غاية أن يثبت العون الاقتصادي الذي حرر المحاضر ضده عكس ما جاء فيه، والإثبات يكون بالكتابة أو بشهادة الشهود طبقاً للمادة 400 من قانون الإجراءات الجزائية. وحبد لو أن المشرع الجزائري أخذ بنفس القيمة الثبوتية للمحاضر التي جاء بها القانون 02-04 المذكور أعلاه (حتى يطعن فيها بالتزوير).

#### ت- حجية المحاضر في القانون المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية:

بالرجوع إلى المادة 58 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على: "مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية وكذا أحكام المادتين 56 و 57 من هذا القانون، تكون للمحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير"<sup>3</sup>، إذن المحاضر المحررة من طرف الأعوان والموظفون وكذا ضباط الشرطة القضائية الموكلة لهم سلطة الضبط القضائي طبقاً للمادة المذكورة أعلاه والمستوفية لكافة الشروط القانونية، لها حجية قاطعة إلى غاية أن يطعن فيها بالتزوير، ويترتب عن أن هذه المحاضر لها حجية حتى يطعن فيها بالتزوير، والقاضي ملزم بما ورد فيها إلى غاية أن يثبت تزويرها، وحتى إن كانت تخالف قناعة القاضي، إذ يفترض صحة ما جاء فيها، فلا يجوز إثبات عكس ما ورد فيها إلا عن طريق التزوير<sup>4</sup>، ولا تعتبر على سبيل الاستدلال.

ومتى حرر الأعوان المؤهلون محاضر ضد عون اقتصادي ارتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على

<sup>1</sup> - المادة 32 الفقرة 04 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 15 الفقرة 2 من القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>3</sup> - المادة 58 من القانون 02-04 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>4</sup> - محمد سعيد نور، أصول الإجراءات الجزائية (شرح لقانون أصول المحاكمات الجزائية)، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 212.

الممارسات التجارية (جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع، جريمة الإشهار غير المشروع)، فيعتبر ما ورد في المحضر أو التقرير له حجية مطلقة والقاضي ملزم الأخذ به حتى يطعن فيه بالتزوير، وهذه حماية أكثر للمستهلك من الجرائم التي تقع عليه ومن بينها الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، والتي جاء به القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على غرار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. وخالصة نجد أن المشرع الجزائري أعطى حماية أكبر من حيث أدلة الإثبات لحماية حق المستهلك في الإعلام مقارنة بالمشرع المصري الذي تركها لتقدير القاضي طبقاً للمادة 291 من قانون الإجراءات الجنائية المصري.

### ثانياً: متابعة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

هناك طريقتان لمتابعة الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام، الطريق الأول هو الطريق الودي، الذي يقصد به إجراء المصالحة، أما الطرق الثاني هو الطريق القضائي، ويقصد به تحريك الدعوى العمومية.

#### 1: الطريق الودي

ويقصد بالمصالحة: "تنازل الهيئة الاجتماعية عن حقها في الدعوى الجزائية أو وقف تنفيذها مقابل المبلغ الذي تم عليه الصلح"<sup>1</sup>. أو هي: "الصلح مع المتهم مقابل التنازل عن سلطة العقاب"<sup>2</sup>. الأصل أن من ارتكب جرماً لا بد أن يسأل عليه ويطبق الجزاء، إلا أن بعض التشريعات خرجت عن الأصل العام، ونصت على جواز تصالح الإدارة، وهذا راجع لأسباب، منها أنه يمكن الوصول إلى الغاية المقصودة من رفع الدعوى الجزائية بدون احتياج لرفعها، وكذا الحد من إطالة التقاضي، وقد يكون الصلح بعد تحريك الدعوى العمومية فيكون سبب لانقضائها، وهو نظام يدعو إلى الشك في سلامته، لأن المتهم يمكن له دفع مقابل مالي دون الوقوف موقف المتهم، وهو ما يخدم التاجر الثري، وخير وسيلة للردع ووقوف المتهم أمام العدالة وتطبيق الجزاء مع تسجيل الحكم على شهادة السوابق العدلية وإشهاره<sup>3</sup>.

أما التشريع المصري بنص المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري أجاز تصالح الإدارة مع مرتكب المخالفات لأحكام قانون حماية المستهلك المصري، والشيء الملاحظ أن المشرع المصري استعمل مصطلح التصالح، غير أن هذا الاصطلاح القانوني لا يوجد فرق هام

<sup>1</sup> - أنور محمد صدقي المساعدة ، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية ( دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية و غيرها)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 288.

<sup>2</sup> - أنور محمد صدقي المساعدة، المرجع السابق، ص 288.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 296.

بينه وبين المصطلحين اللذين أوردهما المشرع الجزائري، من حيث الشروط والآثار المترتبة عنهما.

ولذا وجب دراسة أحكام المصالحة في التشريع الجزائري، ثم أحكام التصالح في التشريع المصري.

### أ- في التشريع الجزائري:

المشرع الجزائري بالرجوع إلى 02-04 السالف الذكر أدرج مصطلح المصالحة، وفي القانون 03-09 أدرج مصطلح الصلح، ورغم أن هذا الأخير استعمل في المسائل المدنية وهذا وفقاً لنص المادة 459 من القانون المدني والتي تنص على أن الصلح " عقد ينهي الطرفان نزاعاً قائماً أو يتوقيان به نزاعاً محتملاً، وذلك بأن يتنازل كل منهما على وجه التبادل عن حقه". في حين استعمل مصطلح المصالحة في المسائل الجزائية بنص المادة 06 الفقرة 03 من قانون الإجراءات الجزائية فيما يتعلق بأسباب انقضاء الدعوى العمومية، إلا أنه بالرجوع إلى التعريف السابق نجد أن المصالحة هي الصلح مع المتهم مقابل دفع غرامة لقاء التنازل عن سلطة العقاب، ولهذا فالمصالحة والصلح هنا لهما نفس المعنى، وتفادياً للالتباس والخلط الذي قد يقع فيه، حبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بمصطلح واحد في القانونين، سواء في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ولقد حدد المشرع الجزائري نطاق المصالحة والصلح بنصوص القانون الذي يطبق كل واحد منهما، فنطاق المصالحة في القانون 02-04 المذكور سابقاً يشمل كل من جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع المحددة، دون جريمة الإشهار غير المشروع، أما نطاق الصلح في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيشمل جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم دون جريمة الخداع، لأن هذه الأخيرة تطبق عليها العقوبة السالبة للحرية وهي من الشروط التي تمنع إجراء الصلح مع المخالف، و سنأتي على تفصيل ذلك من خلال دراسة المصالحة طبقاً لأحكام القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ثم الصلح طبقاً لأحكام القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### \*- المصالحة في القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية:

حتى تنتج المصالحة أثرها القانوني لا بد من توافر شروط فيها حسب النصوص القانونية التي أوردها المشرع في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ولذا لا بد من تحديد الشروط ثم الآثار.

### + - شروط إجراء المصالحة:

حدد المشرع الجزائري في القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الشروط الواجب توافرها لكي تتم المصالحة بنص المادة 60 منه والتي يمكن تقسيمها إلى شروط موضوعية وشروط إجرائية . ولذا لا بد من تحديد الشروط الموضوعية، ثم نأتي على الشروط الإجرائية.

#### - الشروط الموضوعية لإجراء المصالحة:

هناك شروط يجب توافرها في مرتكب المخالفة وأخرى في الإدارة المكلفة بمنح المصالحة، فبالنسبة لمرتكب المخالفة:

- أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود.

- أن تكون العقوبة المقررة للمخالفة أقل من 3000.000 دج<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للإدارة حتى تتعقد المصالحة قانونية منتجة لكافة آثارها القانونية ينبغي أن تكون الإدارة المعنية - كطرف - ممثلة بالشخص المختص قانوناً لإجراء المصالحة. ولقد حدد المشرع الجزائري بنص المادة 61 من القانون 02-04 الاختصاص على النحو التالي:

- اختصاص المدير الولائي لمديرية التجارة بمنح المصالحة إذا كانت المخالفة المعاينة في

حدود غرامة تفل أو تساوي 1.000.000 دج\*، استناداً للمحضر المعد من طرف الموظفين

المؤهلين الذين يقترحون ، ومنه جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع

تدخل في اختصاص المدير الولائي المكلف بالتجارة في إجراء المصالحة، لأن العقوبة المقررة

على هاتين الجريمتين أقل من 1000.000 دج.

#### - الشروط الإجرائية لإجراء المصالحة:

بالإضافة إلى الشروط الموضوعية ينبغي توافر الشروط الإجرائية، التي تتلخص في اقتراح

المصالحة على مرتكب المخالفة، جواب مرتكب المخالفة، قرار السلطة الإدارية المختصة بإجراء

المصالحة.

#### اقتراح المصالحة: في التشريع الجزائري و بالرجوع إلى المادة 61 من القانون 02-04

المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإن اقتراح المصالحة يكون من طرف الإدارة

المختصة، بواسطة الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحاضر، حيث يقترحون على مرتكب

المخالفة غرامة الصلح في حدود العقوبة المالية المنصوص عليها، ولا يجوز لهم النزول عن الحد

<sup>1</sup> - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 248.

\* - يختص الوزير المكلف بالتجارة بمنح المصالحة إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق 1.000.000 دج وتقل عن 3.000.000 دج. أما إذا فاقت قيمة الغرامة 3.000.000 دج فترسل المحاضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعة القضائية.

الأدنى المقرر للعقوبة، أو تجاوز الحد الأقصى المقرر للعقوبة، كما أن الإدارة غير ملزمة باقتراح المصالحة من استقراء المادة 60 من القانون المذكور أعلاه<sup>1</sup>، وهنا نميز بين فرضيتين: الفرضية الأولى: عدم اقتراح المصالحة من طرف الأعوان المؤهلين على العون الاقتصادي المخالف، ففي هذه الحالة يجوز للعون الاقتصادي تقديم طلب للمدير الولائي المكلف بالتجارة. الفرضية الثانية: رفض المدير الولائي المكلف بالتجارة يمكن للعون الاقتصادي المخالف تقديم تظلم للجهة العليا (الوزير المكلف بالتجارة)<sup>2</sup>.

### جواب مرتكب المخالفة:

في حالة اقتراح المصالحة يكون لمخالف إما رفض المصالحة وفي هذه الحالة تحال المحاضر على وكيل الجمهورية المختص لمباشرة الدعوى الجزائية ضد العون الاقتصادي المخالف، أو قبول المصالحة، وهنا نميز بين حالتين، الحالة الأولى قبول المصالحة وقيمة غرامة المصالحة، وفي هذه الحالة يجب دفع قيمة الغرامة خلال 45 يوم ابتداء من تاريخ الموافقة، والحالة الثانية قبولها مع التحفظ على مبلغ الغرامة المقترح، حيث أجازت المادة 61 من القانون المذكور أعلاه للأعوان الاقتصاديين المخالفين المعارضة في قيمة غرامة الصلح المقترحة من طرف الأعوان المحررين لمحضر المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة في أجل 08 أيام ابتداء من تاريخ تسلم المحاضر لصاحب المخالفة<sup>3</sup>. وفي هذه الحالة خول القانون للمدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل قيمة غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحضر ولكن بشرط أن تكون في حدود العقوبة المالية المنصوص عليها في القانون 04-02 المذكور سابقا، أو الإبقاء عليها، وهذا أمر جوازي وليس وجوبي للمدير الولائي المكلف بالتجارة.

### قرار السلطة المختصة:

وفي حالة صدور قرار بالموافقة على المصالحة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة يستفيد العون الاقتصادي المخالف من تخفيض قدره 20 % من مبلغ الغرامة المطبقة، حيث أن الأعوان يقومون باقتراح قيمة غرامة المصالحة المطبقة على الجريمة المرتكبة والتي تكون تتماشى مع حدود العقوبة المالية المقررة للجريمة في القانون 04-02 السالف الذكر، ثم يخفض منها ما قيمته 20 % من قيمة هذه الغرامة المقترحة، وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل 45

<sup>1</sup> - أحسن بوصقيعة، المرجع السابق، ص 250.

<sup>2</sup> - بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون الاستهلاك، لقاء على طلبة الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خبضر بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

<sup>3</sup> - أحسن بوصقيعة، المرجع السابق، ص 250.

يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا  
قصد المتابعة القضائية<sup>1</sup>.

+ - آثار المصالحة:

الأثر الأساسي للمصالحة بالنسبة للمخالف طبقا للمادة 61 من القانون 04-02 هو انقضاء  
الدعوى العمومية<sup>2</sup>، وإن كان ما يهم المخالف هو انقضاء الدعوى العمومية ومحو آثار الجريمة،  
وبالتالي إذا تمت المصالحة على مستوى الإدارة المختصة قبل إخطار السلطات القضائية فإنه  
يترتب عنها حفظ القضية على مستوى الإدارة وتحفظ هذه الأخيرة بالملف كوثيقة إدارية ولا  
ترسل أي نسخة منه إلى النيابة، وفي حالة إرسال الملف إلى المحكمة المختصة يكون محضر  
المصالحة كدليل على انقضاء الدعوى العمومية بالمصالحة، ويحفظ الملف على مستوى المحكمة.  
لكن الإشكالية تثور بعد إحالة الملف على المحكمة المختصة، هل تستطيع أن تجرى  
المصالحة على مستوى المحكمة؟ هنا يصبح وكيل الجمهورية المختص، وليس مدير التجارة  
وعلى هذا الأساس لابد أن تتم قبل إحالة الملف على المحكمة، إلا أن هناك رأي آخر يرى إمكانية  
إجراء المصالحة بشرط دفع الغرامة فعليا، وهنا لا تنقضي الدعوى العمومية لكن يستفيد المخالف  
من إثبات البراءة<sup>3</sup>.

أما أثر المصالحة على المتضرر من الجريمة المرتكبة، سواء كان المتضرر مستهلكا أم  
عونا اقتصاديا، فلا يمكن للمخالف الاحتجاج عليهم بإجراء المصالحة أمام الجهات الإدارية  
المختصة، ليتهرب من التعويض عن الضرر الذي لحق بهم. فالصلح لا يؤثر على طرف  
المتضرر، ولهذا الأخير الحق في رفع الدعوى المدنية والمطالبة بحقه في التعويض جراء الضرر  
الذي أصابه أو إبطال العقد أو مطالبة المحترف بتنفيذ التزامه وهذا ما نستشفه من عبارة انقضاء  
الدعوى الجزائية بمفهوم المخالفة فالدعوى المدنية تبقى قائمة إذا ما باشرها المتضرر.

\* - الصلح في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش:

في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك لم ينص المشرع الجزائري  
على الصلح، وهذا الشيء الجديد الذي جاء به المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق  
بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى بموجب القانون 89-02 السالف الذكر، فما الشروط التي  
وضعها لإجراء الصلح؟، وما الآثار المترتبة عنه؟.

<sup>1</sup> - أحسن بوصقيرة، المرجع السابق، ص 250.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 250.

<sup>3</sup> - بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون الاستهلاك، ملقاة على طلبة الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق،  
جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

## + - شروط إجراء الصلح:

أما الشروط التي جاء بها المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمتعلقة بالصلح، منها شروط موضوعية وأخرى إجرائية

### - الشروط الموضوعية لإجراء الصلح:

حددت المادة 87 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الشروط الموضوعية الواجب توافرها، ومنه بين هذه الشروط:

إذا لم تكن هذه المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إلى عقوبات أخرى غير العقوبات المالية.

إذا كانت العقوبة لا تتعلق بالتعويض عن الضرر.

في حالة العود.

حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح<sup>1</sup>.

أما عن الاختصاص فهي من اختصاص الأعوان المذكورين في المادة 25 الفقرة 01 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص: "يمكن للأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقاً لأحكام هذا القانون"<sup>2</sup>.

### -الشروط الإجرائية لإجراء للصلح:

أما الشروط الإجرائية للصلح، تتمثل في إنذار المخالف بتسديد غرامة الصلح، دفع الغرامة.

### إنذار المخالف بتسديد غرامة الصلح:

فرض غرامة الصلح من اختصاص الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من القانون 03-09 المذكور سابقاً طبقاً للمادة 86 من القانون 03-09 السالف الذكر، وبعدها تقوم المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بتبليغ المخالف بفرض غرامة صلح عليه في أجل لا يتعدى سبعة (07) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، ويكون التبليغ عن طريق رسالة موصى بإشعار بالاستلام، وأن يبين فيه محل إقامة المتدخل المخالف، مكان وتاريخ وسبب المخالفة، مراجع النصوص المطبقة على المخالفة، ومبلغ الغرامة المفروض عليه الذي يقدر بـ مائتي ألف دينار جزائري (200.000 دج) طبقاً للمادة 88 الفقرة الأخيرة، كما يجب أن يبين في التبليغ أيضاً آجال وكيفيات التسديد طبقاً للمادة 90 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 87 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 25 الفقرة 01 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 88 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

والشيء الملاحظ أن المشرع الجزائري في هذا القانون لم يعط الحق للمتدخل المخالف من الطعن في القرار الذي يحدد غرامة الصلح وهذا ما نستشفه من المادة 91 منه: " لا يقبل الطعن في القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح"<sup>1</sup>، وهذا عكس ما هو في القانون 04-02 المذكور سابقا، الذي كفل للعون الاقتصادي المخالف حقه من الطعن في غرامة المصالحة، وهذا التباين في الأحكام ما يعيب على المشرع الجزائري.

### دفع غرامة الصلح :

أوجب المشرع الجزائري بنص المادة 92 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على المخالف أن يقوم المتدخل المخالف بتسديد غرامة لدى قابض الضرائب لمكان إقامته، أو مكان ارتكاب المخالفة في أجل الثلاثين ( 30 ) يوما التي تلي تاريخ الإنذار. ويكون التسديد دفعة واحدة، مما لا يمكن للمخالف من طلب تجزئة غرامة الصلح على أقساط.

وفي حالة تسديد الغرامة إلى قابض الضرائب في الأجل المحدد، يقوم هذا الأخير بإعلام المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش المعنية بحصول الدفع في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ دفع الغرامة. كما يلتزم قابض الضرائب بإرسال جدول إجمالي لإشعارات الدفع المسلمة من طرفه في الأسبوع الأول من كل شهر إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش.

وفي حالة عدم استلام الإشعار في أجل 45 يوما ابتداء من تاريخ وصول الإنذار للمخالف، ترسل المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا من أجل المتابعة القضائية للمتدخل المخالف<sup>2</sup>.

إلا أننا هنا نميز بين حالتين، الحالة الأولى أن المخالف قام بتسديد غير أن القابض لم يقم بالعمل المناط به، وهنا الوصل الذي سلم له يوم التخليص يثبت حدوث الدفع، أما الحالة الثانية أن المتدخل المخالف لم يقم بالدفع أصلا فتتم المتابعة القضائية.

### + - آثار المصالحة:

تطبيقا لنص المادة 93 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ففي حالة سداد مبلغ غرامة الصلح في الآجال المحددة، وبالشروط المحددة في المادة 92 تنقضي الدعوى العمومية<sup>3</sup>، وهو نفس أثر المصالحة في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مع العلم أن للمستهلك المتضرر من الجريمة الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به أمام الجهات القضائية المختصة.

<sup>1</sup> - المادة 91 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 92 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 93 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.



## ب- في التشريع المصري:

أما المشرع المصري فقد نص عليها في قانون حماية المستهلك في المادة 24 منه، وطبقها على الجميع الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، إلا جريمة الخداع فالمشرع المصري أخرجها من دائرة التصالح، وهذا تطبيقاً للمادة 18 مكرر من قانون الإجراءات الجنائية المصري والتي تقضي بجواز التصالح في مواد المخالفات وكذلك في مواد الجرح التي يعاقب القانون فيها بالغرامة<sup>1</sup>.

### \*- الشروط الموضوعية لإجراء التصالح:

أما المشرع المصري من حيث الشروط الموضوعية نص على شروط هي:

- عدم صدور حكم نهائي في الدعوى.

- إزالة أسباب المخالفة.

- تنازل الشاكي عن شكواه<sup>2</sup>.

وهنا فيها تباين بين الشروط التي أقرها المشرع الجزائري والشروط التي أقرها المشرع المصري المتمثلة في أن المشرع المصري طبق المصالحة على كل المخالفات الماسة بقانون حماية المستهلك، ولم يعف المخالف الذي هو في حالة العود من المصالحة، وهي من اختصاص رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك، دون أن يمدّها إلى وزير التجارة، وهذا تسهلاً منه للقيام بالمصالحة دون عناء اللجوء إلى الجهات الإدارية المركزية في الدولة أو الجهات القضائية، مما يوفر المصاريف الزائدة وفي النهاية النتيجة متقاربة وهي فرض الغرامة، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أخضع جميع المخالفات التي تمس بحق المستهلك في الإعلام المحدد بنصوص القانون 04-02 لنظام المصالحة، ووكّل الاختصاص للمدير الولائي المكلف بالتجارة على مستوى مديريات التجارة. كما اشترط المشرع المصري أن يراعى في إجراء المصالحة تنازل الشاكي عن شكواه، وإزالة أسباب المخالفة في حين لم يشترط المشرع الجزائري هذين الشرطين.

### \*- الشروط الإجرائية لإجراء التصالح:

بالإضافة إلى الشروط الموضوعية ينبغي توافر الشروط الإجرائية، التي تتلخص في اقتراح المصالحة على مرتكب المخالفة، جواب مرتكب المخالفة، قرار السلطة الإدارية المختصة بإجراء المصالحة.

- اقتراح التصالح:

<sup>1</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 278 و 279.

<sup>2</sup> - المادة 53 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري.

أما في التشريع المصري فاقترح المصالحة من طرف رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك، وهي أمر جوازي له من استقراء الفقرة الأخيرة من نص المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري: "يجوز لرئيس مجلس إدارة الجهاز التصالح مع المتهم قبل صدور حكم بات في الدعوى الجنائية مقابل أداء مبلغ لا يقل عن عشرة آلاف جنيه ويترتب على التصالح انقضاء الدعوى العمومية"، كما يمكن أن يكون من طرف العون الاقتصادي مرتكب المخالفة<sup>1</sup>.

#### - جواب مرتكب المخالفة:

أما المشرع المصري لم يحدد أجال لجواب المخالف في حالة اقتراح المصالحة، غير أنه اشترط أن يكون الجواب قبل صدور حكم نهائي، مما يفهم أن للعون الاقتصادي الحق في الجواب قبل إرسال المحاضر إلى المحكمة المختصة، أي أن القضية مازالت لم تحرك فيها الدعوى العمومية، أو كانت على مستوى المحكمة المختصة أثناء التحقيق أو المحاكمة وهذا قبل صدور حكم نهائي<sup>2</sup>.

#### - قرار السلطة المختصة:

أما في التشريع المصري فقد حدد المشرع المصري غرامة الصلح في حالة قبول العون الاقتصادي المخالف للصلح وقدرها ب 10.000 جنيه مصري، كما أعطى مهلة كبيرة لعون الاقتصادي المخالف في آجال قبول المصالحة وحددها قبل صدور حكم حائز لقوة الشيء المقضي فيه<sup>3</sup>.

#### \*- آثار التصالح:

أما في التشريع المصري فيترتب على المصالحة انقضاء الدعوى العمومية، أما التصالح الذي يتم بعد الحكم النهائي فلا أثر له في وقف تنفيذ العقوبة المقضى بها<sup>4</sup>. وانقضاء الدعوى الجنائية بالتصالح يكون بطلب يقدم من المجني عليه أو وكيله الخاص على النيابة العامة لإثبات صلحه مع المتهم ومنه تنقضي الدعوى الجنائية<sup>5</sup>.

فلذا تمت المصالحة بعد إخطار السلطات القضائية بأن تكون القضية مطروحة على مستوى النيابة العامة ولم يتخذ بشأنها أي إجراء، ففي هذه الحالة يحفظ الملف على مستوى النيابة وفقاً لإجراءات الحفظ شأنها شأن باقي القضايا الأخرى التي قد تتعرض للحفظ، أما إذا ما كانت النيابة قد تصرفت في الملف فحركات الدعوى العمومية إما بتقديم القضية للتحقيق وإما بإحالتها إلى

1- محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 279.

2- المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري.

3- المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري.

4- مذكرة بشأن تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك

<http://www.f-law.net/law/archive/index.php/t-11803.html> le 30-03-2008

5- محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 279.

المحكمة، فإنه يتحول اختصاص اتخاذ الإجراء المناسب إلى هاتين الجهتين، فإذا كانت القضية أمام قاضي التحقيق فبانعقاد المصالحة يصدر أمر بالأوجه للمتابعة، وإن كان المتهم رهن الحبس المؤقت يخلى سبيله، أما إذا كانت القضية أمام جهة الحكم يتعين التصريح بانقضاء الدعوى العمومية بفعل المصالحة.

وإعمالاً لأثر التصالح في الجرائم التي تقع بالمخالفة لأحكام قانون حماية المستهلك في انقضاء الدعوى الجنائية يتبع ما يلي:

- يتم حفظ القضايا التي حصل فيها التصالح وفقاً للقواعد المقررة قانوناً، أو التقرير فيها بالأوجه لإقامة الدعوى الجنائية، لانقضائها بالتصالح، فإذا كانت النيابة قد صدرت أمر بتقديم الأوراق إلى قسم الجرح، وحصل التصالح قبل إعلان المتهم بورقة التكليف بالحضور، فيتم العدول عن تقديمها وتحفظ قطعياً أو يصدر فيها ألاًوجه للمتابعة، وإذا تم التصالح بعد إحالة الدعوى إلى المحكمة المختصة أو أثناء نظر الدعوى في أي مرحلة كانت عليها، فيطلب عضو النيابة المائل بالجلسة من المحكمة بانقضاء الدعوى الجنائية بالتصالح<sup>1</sup>.

إلا أن هذا الصلح لا يؤثر على حقوق المضرور من الجريمة تنفيذاً للصلح طبقاً لأحكام المادة 18 مكرر من قانون الإجراءات الجنائية المصري المذكور سابقاً، ويحق له رفع دعوى التعويض عن الضرر الذي لحق به<sup>2</sup>.

وخلاصة القول أن المشرع الجزائي رغم تبيان المصطلحات إلا أن الأثر القانوني لكل من الصلح والمصالحة نفسه، وهو نفس الشيء بالنسبة للتصالح في التشريع المصري. وفي حالة عدم القيام بالطريق الودي، أو رفضه من طرف العون الاقتصادي مرتكب الجريمة يتم اللجوء مباشرة إلى الطريق القضائي، وهو محل الدراسة لاحقاً.

## 2- الطريق القضائي:

ويقصد بها المتابعة القضائية، والتي تكون عن طريق تحريك الدعوى العمومية من طرف الجهة القضائية المختصة، ولذا سوف نأتي على تبيان تحريك الدعوى العمومية، مباشرة التحقيق، والفصل في الحكم.

## أ- تحريك الدعوى العمومية:

<sup>1</sup> - مذكرة بشأن تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك.

<http://www.f-law.net/law/archive/index.php/t-11803.html> le 30-03-2008

<sup>2</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 279.

إن تحريك الدعوى العمومية هو البدء في سيرها عند ارتكاب الجريمة، ويتم تحريكها من طرف النيابة العامة والطرف المضرور، بالإضافة إلى جمعيات حماية المستهلك.

#### \* - النيابة العامة:

تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها من اختصاص النيابة العامة<sup>1</sup>، ولما كانت كل الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام جنح، ووكيل الجمهورية هو ممثل النيابة العامة على مستوى المحكمة، فله الاختصاص بتحريك الدعوى العمومية ومباشرتها.

وكيل الجمهورية عندما يتلقى المحاضر والشكاوي المرسلة من طرف الأعوان ذو الصفة الضبطية أو المحولة إليه من طرف المدير الولائي للتجارة، وبعد فحصها قد يترأى له أنه لا مجال للسير في الدعوى، فيأمر بحفظها بمقرر يكون قابلاً دائماً للمراجعة ويعلم به الشاكي في أقرب الآجال، أو مباشرة الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي يقع بها مقر عمله، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق بموجب طلب كتابي من أجل إجراء التحقيق. إذن فاختصاص قاضي التحقيق يكون بناء على طلب من وكيل الجمهورية، أو عن طريق شكوى مصحوبة بادعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المادة 67 و73 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، أما في حالة التلبس فيباشر قاضي التحقيق السلطات المخولة له بموجب المادة 57 من القانون المذكور آنفاً<sup>2</sup>.

أما في التشريع المصري، طبقاً لنص المادة 01 من قانون الإجراءات الجنائية المصرية النيابة العامة هي التي لها السلطة في تحريك الدعوى العمومية، فهذه الأخيرة تبلغ بالجرائم عن طريق الضبطية القضائية أو الموظفين أو الأفراد، إعمالاً لنص المادة 24 من قانون الإجراءات الجنائية المصري. ومنه أعوان الضبط القضائي الذين يعملون في جهاز حماية المستهلك والمضفي عليهم صفة الضبطية القضائية عند تلقي التبليغات والشكاوي التي ترد إليهم بشأن الجرائم الماسة بحقوق المستهلك أن يبعثوا بها فوراً للنيابة العامة، ويجب عليهم وعلى رؤوسهم الحصول على جميع الإيضاحات وإجراءات المعاينات اللازمة لتسهيل تحقيق الوقائع التي تبلغ إليهم<sup>3</sup>، كما نصت المادة 43 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك بالقرار رقم 887 لسنة 2006 أن لرئيس مجلس إدارة الجهاز - بعد نظر التقرير الخاص بالحالة محل الشكوى المعروضة- أن يصدر قراراً مسبباً بإحالتها إلى الجهات المختصة أو بحفظها<sup>4</sup>. ولم يكتف المشرع بذوي الصفة الضبطية بل ألزم كل الموظفين بحكم تأديتهم لمهامهم

<sup>1</sup> - المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

<sup>2</sup> - المادة 29 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري

<sup>3</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص

<sup>4</sup> - المادة 43 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري

أنم يبلغوا عن الجرائم الذين يعلموا بها بحكم تأدية وظائفهم بنص ال مادة 26 من قانون الإجراءات الجنائية المصري<sup>1</sup>.

### \* - المستهلك (الطرف المضرور):

من استقراء المادة 01 الفقرة 02 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، أجاز المشرع الجزائري للطرف المتضرر من جريمة أن يحرك الدعوى العمومية طبقا للشروط المنصوص عليها في القانون المذكور أعلاه، ومنه فالمستهلك الذي تضرر من إحدى الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام يجوز أن يدعي مدنيا، بأن يقدم شكواه أمام قاضي التحقيق المختص<sup>2</sup>. وهذه مكنة للمستهلك تمكنه من حماية حقه أمام الجهة القضائية المختصة، مما يعفيه من عبء الإثبات الملقى على عاتقه في الدعوى المدنية.

كما يجوز له تقديم شكواه إلى الأعوان ذوي الصفة الضبطية على مستوى الإدارة المختصة، سواء مديرية التجارة الولائية، أو الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، الذين يتلقون الشكاوي ويبلغوها إلى وكيل الجمهورية، لإجراء المتابعة القضائية. وفي حالة أن الجريمة كانت محل صلح أو مصالحة، فإن الدعوى العمومية تنقضي، وما للمستهلك الطرف المتضرر إلى اللجوء إلى القسم المدني، للمطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه، من هذه الجريمة.

وفي التشريع المصري كذلك يمكن تحريك الدعوى من طرف المدعى المدني، حيث يجيز التشريع المصري لمن أصابه ضرر من الجريمة، سواء كان شخصا طبيعيا أم معنويا، بأن يقيم دعواه المدنية أمام المحكمة الجزائية المختصة طبقا للمادة 27 من قانون الإجراءات الجنائية المصري، وهذا بالطريق المباشر وبشرط أن يدعي بحقوق مدنية، وهذا ما نصت عليه المادة 28 قانون الإجراءات الجنائية المصري، وأن تتضمن ضررا شخصا طبقا للمادة 251 مكررا من قانون الإجراءات الجنائية المصري.

إلا أن لجوء المستهلك المضرور عمليا إلى القضاء القسم الجزائي قليل الحدوث لشعور المستهلك بأنه وحيد أعزل في مواجهة منتجين ومهنيين وتجار مجهزين بوسائل مادية تفوق قدرة المستهلك، كما أن الفائدة التي سيحصل عليها لا تساوي رسوم رفع الدعوى، أو انه يجهل وسائل الحماية القانونية أو تكون على قدر من الصعوبة فلا يتحملها ومنه يعزف على الإقدام ومقاضاة هذا المحترف<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 26 من قانون الإجراءات الجنائية المصري.

<sup>2</sup> - المادة 72 من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري.

<sup>3</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 421.

## \* - جمعيات حماية المستهلك:

وأمام تخاذل المستهلك من اللجوء إلى القسم الجزائي للإدعاء المدني بضرر لحقه عن جريمة من جرائم التي تمس بحقه في الإعلام ، نشأت كيانات (جمعيات حماية المستهلك) لتعزيز دور المجني عليه لمواجهة تكتل المنتجين والباعة، وأتاح لها المشرع الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء فقد أجاز كلا من المشرع الجزائري والمصري لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوى أمام محكمة مختصة حتى وإن لم يلحق ضررا بالمستهلك على أساس الخطأ الجنائي<sup>1</sup>.

وفي القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أجاز المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم طبقا للمادة 65 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المذكور سابقا أمام قسم الجرح<sup>2</sup>، وبهذا يكون المشرع الجزائري قد تبنى مفهوما أكثر توسعا عندما مكن الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك من رفع الدعوى المحاكم الجزائرية حتى ولو لم يلحق المستهلكين أي ضرر، وهذا حتى لا يقي المخالف لأحكام حماية المستهلك من الجزاء عن اقرار الجرائم التي تمس بحقوق المستهلك بما فيهم حق المستهلك في الإعلام<sup>3</sup>. كما نص على هذا الاختصاص لجمعيات حماية المستهلك بالمادة 22 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أما المشرع المصري لم يمنح لجمعيات حماية المستهلك صفة التقاضي، إلا بعد صدور قانون حماية المستهلك المصري في سنة 2006، والذي بموجبه نص صراحة على هذا الحق بالمادة 23 من قانون حماية المستهلك المصري، كما خول لها الانضمام في الدعوى الجنائية، وهذا حرصا من المشرع المصري على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك من أجل الوقوف مع المستهلك في وجه الأعوان الاقتصاديين ذوي القدرات المالية الكبيرة<sup>4</sup>.

## ب- مباشرة التحقيق:

المشرع الجزائري نص بالمادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري على أن التحقيق في الجرح أمر اختياري ما لم ينص عليها في القوانين الخاصة، وفي حالة أن وكيل

<sup>1</sup> - هامل الهواري، دور جمعيات حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، أبريل، 2005.

<sup>2</sup> - المادة 65 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

<sup>3</sup> - ساوس خيرة و مرنيذ فاطمة، حق جمعية المستهلك في التقاضي، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، أيام 13 و 14 أبريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، الوادي، الجزائر، 2008، ص 252.

<sup>4</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 264.

الجمهورية أمر بالتحقيق، فإن قضاة التحقيق ملزمون باتخاذ جميع إجراءات التحقيق التي يرونها ضرورية للكشف عن الحقيقة، بأدلة الاتهام وأدلة النفي.

ويباشر قاضي التحقيق إجراءات التحقيق عن طريق استجواب المتهم، سماع الشهود، الانتقال للمعاينة والنفثيش، وبعد الانتهاء من التحقيق، فإذا كانت تلك الوقائع لا تشكل أي وصف جنائي، أو يستفاد من أسباب الإباحة أو موانع المسؤولية، أو أن الدعوى انقضت بأحد أسبابها يصدر أمر بالأوجه للمتابعة أو بانقضاء وجه الدعوى العمومية طبقاً للمادة 163 من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري<sup>1</sup>. أو أن يأمر بإحالة الملف إلى قسم الجرح في حالة انتهاء التحقيق إلى أن الوقائع تشكل جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام<sup>2</sup>.

أما في التشريع المصري بعد مرحلة الاستدلالات التي يقوم بها رجال الضبطية القضائية، يبلغون النيابة العامة، ولهذه الأخيرة إذا رأت أن لا محل للسير في الدعوى تأمر بحفظ الأوراق، أما إذا كانت صالحة لرفع الدعوى بناء على الاستدلالات التي جمعت يكف المتهم بالحضور، وتندب قاضٍ للتحقيق، أو أن تباشر التحقيق بنفسها طبقاً للمادة 63 من قانون الإجراءات الجنائية المصري، وعند الانتهاء من التحقيق تحال الدعوى إلى محكمة الجرح والمخالفات بناء على أمر يصدر من قاضي التحقيق طبقاً لنص المادة 232 من قانون الإجراءات الجنائية المصري.

#### ت- المحاكمة:

يختص في الفصل في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام قسم الجرح على مستوى المحكمة التي يقع بدائرة اختصاصها محل وقوع الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين أو محل القبض عليهم طبقاً لنص المادة 329 من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري، وفي التشريع المصري الاختصاص للمحاكم الجزائية<sup>3</sup> التي يقع بدائرة اختصاصها مكان وقوع الجريمة أو المكان الذي يقيم فيه المتهم، أو مكان القبض عليه طبقاً للمادة 217 من قانون الإجراءات الجنائية المصري.

وتختص المحكمة المطروح عليها النزاع بالفصل في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعاً عن نفسه، ولها مناقشة أدلة الإثبات، هذه الأخيرة التي تعتبر على سبيل الاستدلال، إلا أن في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، والتي حرر فيها محاضر بالشروط والأشكال القانونية

<sup>1</sup> - المادة 163 من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري.

<sup>2</sup> - المادة 164 من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري.

<sup>3</sup> - المادة 215 من قانون الإجراءات الجنائية المصري.

تعتبر ملزمة للقاضي، حتى وإن خالفت قناعته، إلى غاية أن يقيم الدليل على عكسها<sup>1</sup>، أو يطعن فيها بالتزوير المادة<sup>2</sup>.

وعند الانتهاء من التحقيق بالجلسة تسمع أقوال المدعي المدني في مطالباته، طلبات النيابة، دفاع المتهم طبقا للمادة 353 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري. وتتشكل جلسة الفصل من قاض فرد وممثل النيابة العامة على مستوى المحكمة، وذلك في جلسة علنية تحت طائلة البطلان طبقا للمادة 341 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، ويقوم رئيس الجلسة بجميع الإجراءات القانونية، ويصدر الحكم في جلسة علنية إما في نفس الجلسة التي سمعت فيها المرافعات، وإما في تاريخ لاحق مع إخبار أطراف الدعوى باليوم الذي سينطق فيه بالحكم، مع التحقق عند النطق بالحكم من حضور الأطراف أو غيابهم. ويمكن استئناف الحكم. أما في التشريع المصري فطبقا لنص المادة 303 من قانون الإجراءات الجنائية المصري فالقاضي يصدر الحكم في جلسة علنية ولو كانت الدعوى نظرت في جلسة سرية ويجب إثباتها في محضر الجلسة ويوقع عليه رئيس المحكمة والكاتب.

والحكم إما أن يكون بالبراءة إذا كانت الواقعة غير ثابتة أو القانون لا يعاقب عليها، أو بالإدانة وتطبيق العقوبات الجزائية المقررة إذا ثبتت المحكمة توافر أركان الجريمة عن طريق أدلة الإثبات، كما يلزم بالمصاريف القضائية، وللمدان الحق في الاستئناف أمام الجهات القضائية المختصة.

وخلاصة لما تم قوله فالمشرع الجزائري أوجد اختصاص إداري لمراقبة الأعوان الاقتصاديين، ومنح لموظفيها صفة الضبطية القضائية وأقر لهم حماية من أجل البحث والتحري على الجرائم التي تمس بحق المستهلك، وعند الوقوف على الجريمة يقومون بتحرير المحاضر التي اعترف لها بالقوة الثبوتية، كما رخص المشرع الجزائري للسلطة الإدارية المتمثلة في مديرية التجارة بإجراء المصالحة مع العون الاقتصادي المرتكب لجريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع، كما خول للأعوان المؤهلون في الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش إجراء الصلح مع المخالف في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وفي حالة عدم قبول المصالحة من طرف العون الاقتصادي مرتكب المخالفة، ترسل المحاضر إلى الجهة القضائية للقيام بالمتابعة القضائية، التي تتم بنفس الإجراءات المتبعة في باقي الجرائم الأخرى.

## الفرع الثاني

<sup>1</sup> - المادة 31 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.  
<sup>2</sup> - المادة 58 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.



## الجزاء المطبق على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

هناك نوعين من الجزاء جزاء إداري و جزاء جنائي، النوع الأول هو الجزاء الصادر عن الجهات الإدارية المختصة، وتعتبر من التدابير التحفظية، أما النوع الثاني هو الجزاء الصادر عن الجهات القضائية المختصة بالنظر في الجريمة، ولذا نأتي على تحديد الجزاء الإداري لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (أولاً)، الجزاء الجنائي لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام.

### أولاً:الجزاء الإداري لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة تطبيق بعض التدابير الإدارية لقمع الجرائم المتعلقة بالحق بالإعلام في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. والجزاء الإداري يطبق على كل الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام إلا جريمة الخداع، التي تخضع للجزاء الجنائي المنصوص عليها في قانون العقوبات والتي سوف نتعرف عليه فيما بعد، لذا وجب التطرق للجزاء الإداري لكل جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام.

### 1- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

خول المشرع الجزائري للأعوان المذكورين بنص المادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش اتخاذ كافة التدابير التحفظية حماية لصحة وسلامة المستهلك وكذا مصالحه الاقتصادية في حالة أن كانت المنتجات مخالفة للنظام القانوني للوسم، والتي تتمثل في الرفض لدخول المنتج المستورد، الإيداع للمنتوج، السحب المؤقت للمنتوج المخالف للنظام القانوني للوسم، الأمر بتغيير المقصد، الحجز على المنتج، التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة. وفي كل هذه الحالات يتحمل المخالف المقصر كل المصاريف الناتجة عن تطبيق هذه التدابير التحفظية تطبيقاً لنص المادة 66 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### أ- الرفض لدخول المنتج المستورد المخالف للنظام القانوني للوسم:

والرفض إما أن يكون مؤقت أو نهائي، فالرفض المؤقت لدخول المنتج المستورد يكون في حالة الشك في عدم مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم، من أجل إجراء تحريات، أو لضبط مطابقته.

غير أنه في حالة إثبات بعد المعاينة المباشرة أن المنتج المستورد لا يطابق النظام القانوني للوسم يصرح بالرفض النهائي لدخول المنتج عن طريق قرار يصدر من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>1</sup>.

### ب- إيداع المنتج المخالف للنظام القانوني للوسم:

ويتمثل الإيداع في وقف منتج معروض للاستهلاك ثبت بعد المعاينة المباشرة أنه غير مطابق للنظام القانوني للوسم، بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي يمكن الطعن فيه أمام الجهات الإدارية المختصة، ويتقرر الإيداع من أجل ضبط مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم، وفي حالة ضبط المطابقة يرفع الإيداع من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بعد معاينة ضبط مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم<sup>2</sup>.

### ت- السحب المؤقت للمنتج المخالف للنظام القانوني للوسم:

السحب إما أن يكون مؤقت أو نهائي، فالسحب المؤقت يتمثل في منع وضع كل منتج للاستهلاك أينما وجد، عند الاشتباه في عدم مطابقته في انتظار النتائج المترتبة عن التحريات، وفي حالة لم تجر التحريات في أجل سبعة ( 07 ) أيام عمل التي يمكن تمديدتها في الحالة التي تتطلب فيها الشروط التقنية للرقابة والتحليل أو الاختبارات والتجارب ذلك، وإذا لم يثبت عدم مطابقته للنظام القانوني للوسم، يرفع فوراً تدبير السحب المؤقت. وفي حالة ثبوت عدم مطابقته للنظام القانوني للوسم يعلن عن حجز المنتج مع الإعلام الفوري لوكيل الجمهورية. ويحرر محضر بذلك، وتشتمع المنتج المشتبه به والمخالف للنظام القانوني للوسم ، ويوضع تحت حراسة المتدخل المعني<sup>3</sup>، وإذا تصرف فيه بالبيع يقع تحت المسؤولية الجزائية المحددة بنص المادة 79 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### ث- الإعدار بإعادة مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم:

بالإضافة إلى إجراء السحب المؤقت للمنتج الغير مطابق للوسم، يعذر حائز المنتج بالعمل على جعل المنتج مطابقاً للنظام القانوني للوسم طبقاً للمادة 56 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وهذا في حالة ما إذا المنتج كان قابلاً للتلاؤم مع المطابقة دون خطورة على صحة المستهلك، عن طريق تكليفه بإزالة ما يتعلق بعد احترام النصوص القانونية المتعلقة بالنظام القانوني للوسم.

<sup>1</sup> - المادة 54 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 55 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 61 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وفي حالة ثبوت عدم إمكانية مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم أو في حالة رفض المتدخل المعني إجراء عملية مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم يتم حجزه بغرض تغيير اتجاهه، أو إعادة توجيهه، أو إتلافه دون الإخلال بالمتابعة الجزائية.

### ج- حجز المنتجات غير المطابقة للنظام القانوني للوسم:

رخص المشرع الجزائري للأعوان المنصوص عليهم بالمادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، القيام بحجز المنتج الغير مطابق للنظام القانوني للوسم في حالة عدم استحالة مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم، أو في حالة رفض المتدخل المعني العمل على جعل المنتج مطابقا طبقا للمادة 57 من القانون المذكور أعلاه. كما رخص المشرع الجزائري للأعوان المنصوص عليهم بالمادة 25 من القانون المذكور أعلاه الإعلان عن حجز المنتج في حالة إثبات أن هذا الأخير غير مطابق للمواصفات الفنية طبقا للمادة 59 الفقرة الأخيرة من القانون 03-09 المذكور سابقا، بشرط إعلام وكيل الجمهورية فورا بإجراء الحجز. وكذا تحرير محاضر الحجز، وتشميع المنتوجات المحجوزة وتوضع تحت حراسة المتدخل المعني<sup>1</sup>.

وفي حالة أن المنتج قابلا للاستهلاك، والحجز كان بسبب عدم إمكانية ضبط المطابقة، أو رفض المتدخل إجراء عملية المطابقة، فالغرض منه تغيير الاتجاه إلى هيئة ذات منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي، أو إعادة توجيهه إلى هيئة لاستعماله في غرض شرعي بعد تحويله<sup>2</sup>. أما في حالة أن المنتج غير قابل للاستهلاك أو يشكل خطرا فيصدر قرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو الجهة القضائية المختصة بإتلاف المنتج، ويتم الإتلاف من طرف المتدخل بحضور الأعوان المذكورين في المادة 25 من القانون المذكور، الذين يحررون محضر الإتلاف ويوقعون عليه مع المتدخل المعني<sup>3</sup>.

### ح- التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

بالرجوع إلى نص المادة 65 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رخص المشرع الجزائري للمصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة المساهمة في حالة عدم مراعاتها للقواعد المحددة في هذا القانون، ومن بين هذه القواعد الالتزام بمطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم، وقد حدد المشرع مدة الغلق بزوال السبب الذي أدى إلى صدور القرار بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة.

<sup>1</sup> - المادة 61 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - المادة 58 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> - المادة 64 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

## 2- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة الإشهار غير المشروع:

لقد خول القانون لمديرية التجارة تطبيق جزاءات إدارية على جريمة الإشهار غير المشروع، دون باقي الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام التي تضمنها القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ومن بين هذه الجزاءات الإدارية حجز المنتجات، الغلق الإداري للمحل التجاري.

### أ- حجز المنتجات في جريمة الإشهار غير المشروع:

أما في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية طبقا للمادة 39 من القانون المذكور آنفا، يمكن تطبيق الجزاء الإداري المتمثل في الحجز على البضائع في حالة جريمة الإشهار غير المشروع، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب الجريمة، بشرط مراعاة حقوق الغير حسن النية، والحجز لا يمس الجريمتين المتعلقةتين بعدم الإعلام بالأسعار، وعدم الإعلام بشروط البيع.

وعند القيام بإجراء الحجز تحرر محضر ر جرد الأشياء المحجوزة ذلك وفق الإجراءات المتعلقة بالحجز، والحجز إما أن يكون عينيا أو اعتباريا، فالحجز العيني يكون عن طريق الحجز المادي للسلع، ويكون الحجز اعتباريا في حالة أن العون الاقتصادي مرتكب المخالفة لا يستطيع تقديمها لسبب ما.

وفي حالة الحجز العيني يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، حيث تشمع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان الاقتصاديين المؤهلين، وتوضع تحت حراسة مرتكب المخالفة، أما في حالة عدم امتلاك مرتكب المخالفة لمحلات التخزين يخول الموظفون المؤهلون حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لهذا الغرض، وتكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية المكلف بالحراسة سواء كان مرتكب المخالفة في محلات امتلاكه للمحلات التخزين أو إدارة أملاك الدولة في حالة عدم امتلاك مرتكب المخالفة محلات التخزين، إلى غاية صدور حكم قضائي، أما عن تكاليف الحجز فتكون على عاتق مرتكب المخالفة<sup>1</sup>.

أما في حالة الحجز الاعتباري تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس السعر المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية، ونفس الإجراء يطبق على مرتكب المخالفة في حالة الحجز العيني، عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة من تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت

<sup>1</sup> - المادة 41 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

حراسته<sup>1</sup>. وفي حالة انه تم بيع المواد المحجوزة طبقا لأحكام هذا القانون يدفع المبلغ الناتج عن البيع إلى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة<sup>2</sup>.

أما في حالة أن الحجز يكون على سلع سريعة التلف أو تقتضي ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة، يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر، دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزاد للمواد المحجوزة ويودع مبلغ البيع لدى أمانة الخزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة، أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي أو الإنساني، وعند الاقتضاء إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها<sup>3</sup>.

وفي حالة صدور القرار القضائي برفع اليد على الحجز، تعاد السلعة المحجوزة لصاحبها، وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا كانت السلعة محل الحجز قد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها طبقا لأحكام المادة 43 من نفس القانون، فيحق للعون الاقتصادي المطالبة بالتعويض بقيمة السلعة المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز، كما يحق له طلب تعويض الضرر الذي لحق به من الدولة<sup>4</sup>، وترفع ضد الوالي في المحاكم الإدارية المحلية لأنها تتعلق بالتعويض<sup>5</sup>، أما في حالة ضياعها السلع المحجوزة فيتحمل الحارس القضائي المسؤولية<sup>6</sup>.

#### ب- الغلق الإداري للمحل التجاري في جريمة الإشهار غير المشروع :

كما نص المشرع الجزائي على الغلق الإداري للمحل التجاري وجعله من اختصاص الوالي بناء على اقتراح من المدير الولائي للتجارة طبقا للمادة 46 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهنا تغيير عما كان عليه الغلق المؤقت للمؤسسة في القانون 02-89 من حيث مدة الغلق ففي جريمة عدم الوسم يكون لغاية زوال سبب الغلق المؤقت، أما في القانون 02-04 المذكور أعلاه فيكون لمدة شهر واحد.

ويتعلق الغلق الإداري بجريمة الإشهار غير المشروع دون باقي الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 02-04 المذكور أعلاه، ويكون لمدة لا تتجاوز 30 يوما بقرار من الوالي باقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، كما تجيز المادة

<sup>1</sup> - المادة 42 الفقرات 1 و 2 و 3 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

<sup>2</sup> - المادة 42 الفقرة الأخيرة من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

<sup>3</sup> - المادة 43 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>4</sup> - المادة 45 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>5</sup> - بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون الاستهلاك، ملقاة على طلبة الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

<sup>6</sup> - بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون الاستهلاك، ملقاة على طلبة الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

48 من القانون 04-02 المذكور سابقا للوالي المختص أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة بنشر القرار كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية، أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها<sup>1</sup>.

وكذا في حالة المعارضة، ويمكن الطعن في قرار الغلق في المحاكم الإدارية الجهوية، طبقا للمادة 07 من قانون الإجراءات المدنية الجزائري، لأن قرار الغلق يتعلق بقرار صادر عن والي الولاية، وفي حالة إلغاء قرار الطعن يمكن للعون الاقتصادي المتضرر المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه أمام الجهات القضائية المختصة، ويرفع الطلب في هذه الحالة إلى المجلس القضائي الذي يقع في دائرة اختصاصه الولاية التي صدر عنها قرار الغلق طبقا للمادة 07 الفقرة 02 من قانون الإجراءات المدنية.

### 3- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بالأسعار:

لم يطبق المشرع الجزائري على جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع جزاء إداري، مثل ما هو عليه الحال في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وجريمة الإشهار غير المشروع، إلا إذا كان المخالف في حالة العود، فيطبق التدبير الإداري المتمثل في غلق المحل التجاري طبقا للمادة 47 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

### 4- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بشروط البيع:

في حالة أن المخالف المرتكب لجريمة عدم الإعلام بشروط البيع كان في حالة العود، فالتدبير الإداري القاضي بغلق المحل التجاري يطبق على جريمة عدم الإعلام بشروط البيع بنفس الإجراءات التي تم ذكرها في الغلق الإداري للمحل التجاري في جريمة الإشهار غير المشروع. أما في التشريع المصري فالجزاء الإداري المطبق على الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، نص عليه بالمادة 16 من قانون حماية المستهلك المصري والمادة 44 من اللائحة التنفيذية لإصدار قانون حماية المستهلك المصري على تكليف العون الاقتصادي الذي ثبتت المخالفة عليه بتعديل أوضاعه وإزالة المخالفة، فورا، أو خلال فترة زمنية يحددها مجلس حماية المستهلك، ويتم إخطار المخالف.

أما إذا ترتب على المخالفة أو كان من شأنها أن يترتب عليها ضرر يمس بصحة وسلامة المستهلك، يخول القانون للمجلس إصدار قرار بوقف تقديم الخدمة، أما إذا كانت سلعة فيصدر قرار التحفظ السلعة محل المخالفة إلى غاية الانتهاء من فحص، أو صدور حكم قضائي بشأنها، وفي كل هذه الحالات يجب على المدير التنفيذي للجهاز (جهاز حماية المستهلك) إعلام المخالف

<sup>1</sup> - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 256.

بالمخالفة والقرار المتخذ من طرف مجلس إدارة الجهاز بشأن المخالفة عن طريق رسالة موسى عليها بالعلم بالوصول، وتعتبر القرارات الصادرة عن الجهاز نهائية قابلة للطعن أمام محكمة القضاء الإداري وهذا ما نصت عليه المادة 22 من قانون حماية المستهلك المصري<sup>1</sup>، كما يستلزم إعلام جمهور المستهلكين من طرف المجلس عن الخدمات أو السلع التي تشكل خطرا على سلامة وصحة المستهلكين بكل الوسائل المتاحة للمجلس طبقا لفقرة الأخير من المادة 16 من قانون حماية المستهلك المصري<sup>2</sup>.

إذن المشرع الجزائري خول لمديرية التجارة الأعوان المذكورون بنص المادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش و الوالي تطبيق جزاءات إدارية على مرتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، مما تحقق ردعا لاقتراف جرم يمس بحق المستهلك في الإعلام، إلا أن توزيع الاختصاص بين هذه الهيئات يثير كثير من الجدل والغموض خاصة لما لوحظ من غموض على نصوص القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أو على نصوص القانون 02-04 المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهذا ما لا نجده في قانون حماية المستهلك المصري. رغم أن الجزاء الإداري الذي طبقه المشرع المصري غير فعال مقارنة بالمشرع الجزائري، الذي اقتصر فيه على تعديل أوضاع المخالفة أو التحفظ على السلعة لغاية الفحص أو استصدار أمر قضائي.

و إلى جانب الجزاء الإداري ومن أجل تحقيق ردع فعال للمعتدين على حق المستهلك في الإعلام تم رصد جزاء جنائي، وهو محل الدراسة أدناه.

### ثانيا: الجزاء الجنائي لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

انتهاك حق المستهلك في الإعلام، قد يكون على عدة أوصاف كما تم تبيانه، ولهذا لقد رصدت له كلا من المشرع الجزائري والمصري عقوبات متنوعة، كلا حسب درجة وخطورة الجريمة. إلا أن في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام قليلا ما يقر عقوبة الحبس، وعندما يفعل يجعل الحبس عقوبة اختيارية مع الغرامة<sup>3</sup>، وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات الجزائري، ونفسه سلوك المشرع المصري في القانون المتعلق بحماية المستهلك المصري، حيث نص على العقوبة الأصلية المتمثلة في الغرامة

<sup>1</sup> - المادة 22 من قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>2</sup> - المادة 16 الفقرة الأخيرة من قانون حماية المستهلك المصري.

<sup>3</sup> - محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن (الأحكام العامة والإجراءات الجنائية)، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1989، ص 155.

دون العقوبات السالبة للحرية، إلا أنه أخذ بالعقوبة الأشد إذا كان الفعل مجرماً بنص المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري وقانون آخر.

ولم يكتف المشرع الجزائري بالعقوبات الأصلية، فقد نص على بعض العقوبات التكميلية سواء تلك الصادرة عن الجهات القضائية، فسننولى بالدراسة في هذا المطلب إلى تحديد الجزاء المطبق على المخالف، وذلك عن طريق تحديد العقوبات الأصلية، العقوبات التكميلية.

### 1- العقوبات الأصلية:

في هذه الجزئية من المذكرة سوف نأتي على تمييز بين العقوبات الأصلية التي طبقها كلا من المشرع الجزائري، ثم المشرع المصري.

#### أ- في التشريع الجزائري :

الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام في التشريع الجزائري لم يختص بها قانون واحد، ولذا نجدها موزعة في عدة قوانين، فمنها ما يتعلق بالقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وقانون العقوبات الجزائري، لذا يقتضي منا تحديد الجزاء حسب القانون المختص بها.

#### \*- جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

نص المشرع الجزائري على عقوبة جنحة مخالفة النظام القانوني لوسم بالمادة 78 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليه في المادتين 17 و 18 من هذا القانون"<sup>1</sup>، ومنه من قام بمخالفة النظام القانوني للوسم في أي صورة من صور المخالفة يتعرض لغرامة جزائية من 100.000 دج إلى 1.000.000 دج.

المشرع الجزائري لم ينص على عقوبة العود في القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إلا أنه تدارك هذا في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ونص على حالة العود وشدد من العقوبة في حالة أن مرتكب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم كان في حالة العود بنص المادة 85 من القانون المذكور أعلاه وضاعف من الغرامة،

<sup>1</sup> - المادة 78 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

\*- الشيء الملاحظ أن المشرع الجزائري تراجع عن العقوبة السالبة للحرية والتي كانت العقوبة فيها حسب نص المادة 28 الفقرة الثانية من القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بالقانون 03-09: "ويعاقب بالحبس من 10 أيام إلى شهرين وبغرامة من 100 دج إلى 1000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من خالف أحكام المادة 03- الفقرة الأولى والثالثة والمواد 4، 5، 6 و 9 من هذا القانون..."



\* **تقدير العقوبة:** المشرع الجزائري أخذ بعقوبة الغرامة ورفع من قيمة حديها مما يحقق الردع الكافي للجريمة<sup>1</sup>، على غرار العقوبة التي كانت في القانون 89-02 الملغى فالغرامة كانت لا تحقق الردع الكافي، خاصة وقيمتها القليلة المقدرة من 100 دج على 1000 دج مقارنة بقيمة الدينار.

#### \* - جريمة عدم إعلام المستهلك بالأسعار:

ويعد الإخلال بواجب الإعلام بالأسعار والتعريفات جنحة معاقب عليه بنص المادة 31 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والعقوبة المقررة لهذه المخالفة هي الغرامة التي تتراوح بين خمسة آلاف (5000) دج إلى مئة ألف (100.000) دج<sup>2</sup>.

نص المشرع الجزائري على حالة العود بنص المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وبين متى يكون العون الاقتصادي في حالة العود بالفقرة 02 من المادة المذكورة أعلاه: "يعتبر في حالة العود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة..."، وفي حالة العود تضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة، بالإضافة إلى إمكانية إضافة عقوبة الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى سنة (1) واحدة، وهي اختيارية للقاضي إن شاء حكم بالغرامة فقط، أو حكم بهما معا، وهنا سلطة تقديرية للقاضي طبقا للمادة 47 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. غير أن أحكام العود في قانون العقوبات الجزائري طبقا للمادة 54 مكرر 3 التي تنص: "إذا سبق الحكم نهائيا على شخص طبيعي من أجل جنحة، وارتكب خلال الخمس (5) سنوات التالية لقضاء العقوبة السابقة نفس الجنحة أو جنحة مماثلة بمفهوم قواعد العود، فإن الحد الأقصى لعقوبة الحبس والغرامة المقررة لهذه الجنحة يرفع وجوبا إلى الضعف"، من استقراء هذا النص إذا توافرت شروط العود والمتمثلة في صدور حكم نهائي سابق بالإدانة على الجاني، وارتكاب جريمة (جنحة) خلال سنوات 05 من انقضاء العقوبة فإن الحد الأقصى للعقوبة سواء كانت عقوبة سالبة للحرية أو عقوبة مالية فيرفع حدها الأقصى إلى الضعف، ورفع الحد الأقصى وجوبي.

وبالمقارنة بين أحكام العود في القانون 04-02 السالف الذكر وقانون العقوبات أن المشرع الجزائري طبق نفس الشروط العامة المتعلقة بالعقود في قانون العقوبات، أما الاختلاف فيمكن في الشروط الخاصة، من حيث المدة المطبقة على ارتكاب الجريمة الثانية ليكيف الجاني على أنه في حالة العود، فإن المشرع الجزائري قلص من المدة الزمنية التي تحكم العود ففي القانون 04-02

<sup>1</sup> - نواورية محمد، الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عنابة، السنة 2005، ص 39.

<sup>2</sup> - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 252.

كانت قصيرة المدة (أقل من سنة) بالنظر إلى المدة المطبقة في قانون العقوبات (خمس سنوات)،  
وحبذ لو أن المشرع طبق على حالة العود في القانون 04-02 نفس المدة المطبقة في قانون  
العقوبات. أما من حيث تشديد العقوبة ففي القانون 04-02 رفع الغرامة بحديها الأقصى والأدنى  
إلى الضعف مما يحقق حماية أكثر من قانون العقوبات التي رفعت إلى الحد الأقصى.

\*- **تقدير العقوبة:** العقوبة الأصلية للجريمة هي الغرامة المحددة بحددها الأدنى 5000 دج  
وحدها الأعلى 100.000 دج، وحسنا فعل المشرع الجزائري بتطبيق العقوبة المالية دون اللجوء  
إلى العقوبة السالبة للحرية مما تحقق ردع أكبر لأنها من جنس، كما تعتبر اثر ردعا واكل ضررا  
من الناحية الاقتصادية<sup>1</sup>، لأن ارتكابها كان بدافع الربح ومنه الجزاء كان مناسبا لأنه مس الجاني  
في ذمته المالية<sup>2</sup>.

إلا أن الأعوان الاقتصاديين قد تفتنوا لحيلة ومغزاها رفع السعر ليدخل فيه مقدار الغرامة  
المطبقة في حالة إثباتها من طرف الأعوان المؤهلين للرقابة، مما تجد أن الذي يقوم بدفع الغرامة  
بطريقة مباشرة هو المستهلك، كما أن قيمة 20.000 دج في الوقت الحالي لا تساوي شيئا بالنسبة  
للأعوان الاقتصاديين ذي القدرة المالية الكبيرة.

#### \*- **جريمة عدم الإعلام بشروط البيع:**

عاقب المشرع الجزائري على جنحة عدم الإعلام بشروط البيع بنص المادة 32 من القانون  
04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وعقوبتها هي الغرامة من عشرة آلاف  
(10.000) دج إلى مئة ألف (100.000) دج<sup>3</sup>. إلا أن المادة 05 من قانون العقوبات نصت على  
أن الغرامة في مواد الجرح تتجاوز 20.000 دج، أي حد الأدنى هو 20.000 دج في حين الحد  
الأدنى في جريمة عدم الإعلام بشروط البيع هو 10.000 دج.

وفي حالة العود تطبق أحكام المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على  
الممارسات التجارية من حيث العقوبة المقررة على العون الاقتصادي المخالف وهو في حالة  
العود، حيث تضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة، بالإضافة إلى إمكانية إضافة عقوبة الحبس  
من ثلاثة (03) أشهر إلى سنة (1) واحدة، وهي اختيارية للقاضي إن شاء حكم بالغرامة فقط، أو  
حكم بهما معا، وهنا سلطة تقديرية للقاضي طبقا للمادة 47 من قانون 04-02 المحدد للقواعد  
المطبقة على الممارسات التجارية، كما تطبق عليه العقوبات التكميلية الآتية:

<sup>1</sup> - محمد محدة، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي، مجلة المفكر، العدد الأول مارس 2006، كلية الحقوق والعلوم  
السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2006، ص 51.

<sup>2</sup> - نواورية محمد، المرجع السابق، ص 35 و 36.

<sup>3</sup> - المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

\* **تقدير العقوبة:** العقوبة الأصلية للجريمة هي الغرامة المحددة بحددها الأدنى 10.000 دج وحدها الأعلى 100.000 دج، وحسنا فعل المشرع الجزائري بتطبيق العقوبة المالية دون اللجوء إلى العقوبة السالبة للحرية، لأن ارتكابها كان بدافع الربح والتصل من الالتزامات التي كانت ستفرض عليه مما تؤدي به إلى الخسارة وبالتالي انتفاص من ذمته المالية، ومنه نوع الجزاء كان مناسباً لأنه مس الجاني في ذمته المالية.

#### \* - جريمة الإشهار غير المشروع:

جريمة الإشهار غير المشروع تعتبر جنحة، وصنف المشرع الجزائري ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة، في حين الجرح السابقة صنفت على أساس أنها تمس بشفافية الممارسات التجاري، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أدرجه ضمن الباب المتعلق بشفافية الممارسات التجارية، ونص عليها في المادة 28 من نفس القانون.

والعقوبة المقررة لجريمة الإشهار غير المشروع بنص المادة 38 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هي من خمسين ألف (50.000) دج إلى خمسة ملايين (5.000.000) دج<sup>1</sup>. وفي حالة العود كذلك تطبق أحكام المادة 47 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والتي تم التطرق إليها في جريمة عدم الإعلام بالأسعار، وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع.

\* **تقدير العقوبة:** المشرع الجزائري رفع من قيمة الغرامة في جنحة الإشهار غير المشروع بحديها مقارنة بالجرائم السابقة الذكر (جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع) والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، حيث حددها الأدنى 50.000 دج وحدها الأعلى 5.000.000 دج، إلا أن الفرق بين الحد الأدنى والحد الأعلى كبير جداً، حيث الحد الأعلى يفوق الحد الأدنى بمائة (100) مرة، وحبذ لو أن المشرع أخذ بالغرامة النسبية مقارنة بقيمة الإشهار مما يحقق عدالة أكثر، وردع أكبر خاصة للتجمعات التجارية ذات رؤوس الأموال الكبيرة.

#### \* - جريمة الخداع:

نص المشرع الجزائري على العقوبات المطبقة على جنحة الخداع بنص المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وأحال العقوبة المقررة لها على المادة 429 من قانون العقوبات، وهي الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 2000

<sup>1</sup> - المادة 38 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

إلى 20.000 دج ويجوز الحكم إما بعقوبة الحبس أو بعقوبة الغرامة لكل جاني ارتكب جريمة الخداع، كما قرر المشرع الجزائري نفس العقوبة على الشروع في جريمة الخداع<sup>1</sup>.  
و في كل الأحوال و سواء كانت العقوبة، الحبس أو الغرامة المالية، أو كانت العقوبة الحبس و الغرامة المالية معا، فإنه على مرتكب الجريمة إذا حصل على ربح جراء خداعه أو محاولة خداعه فان هذا الربح أو هذه الأرباح هي أرباح غير مشروعة حصل عليها دون وجه حق و عليه بالتالي إعادتها (ردها).

كما شدد المشرع الجزائري من جريمة الخداع بنص المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، إذا تم خداع أو محاولة خداع المتعاقد باستعمال أية وسيلة من الوسائل المذكورة بنص المادة أعلاه<sup>2</sup>.

والعقوبة المقررة بنص المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هي الحبس إلى خمس (05) سنوات كحد أقصى والغرامة ترفع إلى 500.000 دج.

مع ملاحظة أن هذه العقوبة هي نفسها العقوبة المدرجة في المادة 430 من قانون العقوبات بعد التعديل الذي جاء به القانون 06-23 على قانون العقوبات، حيث أن قبل التعديل لم يذكر المشرع الغرامة المالية و بالتالي كانت من ألفين دينار جزائري 2000 دج إلى عشرين ألف دينار جزائري 20.000 دج، و يبقى تقدير العقوبة لسلطة القاضي الجزائري في الحكم، فله أن يحكم بلحبس والغرامة المالية معا أو بإحدهما، إلا أن المشرع عدل المادة 430 من قانون العقوبات ورفع مدة الحبس إلى خمس سنوات وقيمة الغرامة إلى 500.000 دج.

أما في حالة العود المنصوص عليها بالمادة 85 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، فتضاعف الغرامة

قبل صدور القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نص المشرع الجزائري على عقوبة الشخص المعنوي الشخص المعنوي في جريمة الخداع، بنص المادة 435 مكرر:"  
يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون.

تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة، حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر وفي المادة 18 مكرر 2 عند الاقتضاء. ويتعرض أيضا إلى واحدة أو أكثر من العقوبات

<sup>1</sup> - المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري.

<sup>2</sup> - المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

التكميلية المنصوص عليها في المادة 18 مكرر<sup>1</sup>، إلا أن المشرع الجزائري بعد صدور القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم ينص على عقوبة الشخص المعنوي.

**تقدير العقوبة:** المشرع الجزائري جمع بين العقوبة السالبة للحرية المتمثلة في الحبس من (02) شهرين إلى ثلاث (03) سنوات والعقوبة المالية المحددة بحدها الأدنى 2.000 دج وحبسها الأعلى 20.000 دج، إلا أن هذه العقوبة غير كافية خاصة عند قضاء القاضي بالغرامة لوحدها كعقوبة أصلية، وحبس لو أن المشرع الجزائري أخذ بالغرامة ورفع من قيمتها، مما يحقق التناسب بين العقوبة والهدف من ارتكاب الجريمة من جهة. وتحقيق الردع الكافي للأعوان الاقتصاديين في حالة ارتكاب جريمة خداع من جهة أخرى، كما أن عدم النص على عقوبة الشخص المعنوي يضعف من الحماية المقررة للمستهلك خاصة أن الأشخاص المعنوية هي التي تحتل المركز الأكبر في السوق التجارية، واستحوادها لرؤوس أموال مما لا يردعها قيمة الغرامة المطبقة، وحبس لو أن المشرع الجزائري نص عليها وأحال عقوبتها على المادة 435 مكرر.

#### ب- العقوبات الأصلية في التشريع المصري:

المشرع المصري بنص المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري أخذ بالغرامة كعقوبة أساسية وطبقها على جميع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليها في القانون المتعلق بحماية المستهلك المصري، ورصد لهم غرامة لا تقل عن خمسة آلاف (5.000) جنيه، ولا تتجاوز مائة ألف (100.000) جنيه<sup>2</sup>، إلا جريمة الخداع فتحال على النص ذو العقوبة الأشد وهذا ما نصت عليه المادة 24 الفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري. وهي نفس العقوبة مقارنة بالمشرع الجزائري الذي أخذ بالغرامة كعقوبة أساسية، إلا أن المشرع الجزائري لم يأخذ بنفس القيمة على جميع الجرائم الماسة بالحق في الإعلام، سواء في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أو في القانون 02-04 المتعلق بالمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

أما فيما يتعلق بالعقوبة المطبقة على جريمة الخداع في التشريع المصري، فبالرجوع إلى المادة 01 من القانون رقم 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون 281 لسنة 1994 المتعلق بقمع الغش والتدليس في مصر، وقرر لها عقوبة الحبس مدة لا تقل عن سنة، و/ أو بغرامة مالية لا تقل عن 5000 جنيه ولا تتجاوز 20.000 جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين<sup>3</sup>، وبالمقارنة مع الجزاء المطبق مع المشرع الجزائري نجد أن المشرع

<sup>1</sup> - المادة 435 مكرر من قانون العقوبات الجزائري.

<sup>2</sup> - المادة 24 من قانون رقم 67 لسنة 2006 لحماية المستهلك المصري.

<sup>3</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 185.

المصري لم يكتفي بغرامة محددة لجريمة الخداع بل رفع من قيمة الغرامة في حالة أن قيمة السلعة موضوع الجريمة تكون أكبر من قيمة الغرامة المنصوص عليها.

كما شدد المشرع المصري من جريمة الخداع بالمادة 01 الفقرة الأخيرة من القانون المذكور أعلاه، في حالة أن ارتكاب الجريمة كان باستعمال وسائل، موازين، أو مقاييس، أو مكاييل، أو استعمال، أو طرق احتيالية، أو مستندات من جعل عملية وزن البضاعة أو قياسها أو كيلها أو فحصها غير صحيحة، وفي هذه الحالة تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن سنة ولا تتجاوز خمس سنوات و/أو بغرامة مالية لا تقل عن 10.000 جنيه ولا تتجاوز 30.000 جنيه أو ما يعادل قيمة السلع موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين<sup>1</sup>.

وبالرغم من أن المشرع المصري وفق إلى حد في اعتناق العقوبة الأشد، والنص عليها صراحة في قانون حماية المستهلك، إلا أنه ليس بالسهل تحديد جميع الجزاءات على جميع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، لتتاثرها عبر مجموعة من القوانين، وهذا الانتقاد قد قدم من طرف الفقه إلى التشريع المصري، بحيث أن القاضي يتيه في النصوص العقابية التي تشترك فيها الجرائم لتعددتها، وعلى الرغم من أن التشريع الجزائي في مجال حماية المستهلك عرف عدة نصوص قانونية إلا أنه ليس بالحالة التي هو عليها التشريع المصري من حيث الزخم القانوني، وهي ملاحظة سلبية على التشريع داخل الدولة.

وفي حالة أن الشخص مرتكب الجريمة شخص معنوي فقد رصد المشرع المصري نفس العقوبة، حيث نص عليها صراحة في المادة 24 من القانون رقم 67 المتعلق بحماية المستهلك، الذي جاء نصها على النحو التالي: "ويكون للشخص الاعتباري مسؤولاً بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من عقوبات مالية وتعويضات إذا كانت المخالفة قد ارتكبت من أحد العاملين به أو باسمه أو لصالحه".

باستقراء هذه الفقرة من المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري يكون الشخص المعنوي (الاعتباري) مسؤولاً بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من جزاءات مالية وتعويضات، إذا كانت المخالفة التي وقعت من أحد العاملين باسم هذا الشخص أو لصالحه، والتضامن هنا تضامن قانوني إعمالاً لأحكام المادة 24 وتطبيقاً لأحكام المادة 279 من القانون المدني والتي تقضي بأن التضامن بين الدائنين أو بين المدنيين لا يفترض وإنما يكون بناء على اتفاق أو نص في القانون، والقانون أوجب هذا التضامن هنا باعتبار أن العاملين الذين يعملون في شركة أو مصنع أو متجر أو غيرها، من الأشخاص المعنوية إنما يعملون ويؤدون واجبهم الوظيفي وفق أحكام هذا الشخص

<sup>1</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 186.

المعنوي وطبيعته وهدفه وتوجيهاته<sup>1</sup>، أما في القانون رقم 281 لسنة 1994 المعدل لقانون قمع الغش والتدليس رقم 48 لسنة 1941 فقد اقر مسؤولية الشخص المعنوي بطريقة مستقلة عن مسؤولية الشخص الطبيعي، لكنه اشترط أن ترتكب الجريمة لحسابه أو باسمه، بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه<sup>2</sup>.

أما حالة العود فقد نص عليها المشرع المصري بالمادة 24 الفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري، وهو سبب عام لتشديد العقوبة وعلّة التشديد فيه ترجع لشخص الجاني، على أساس أن العقوبات السابقة لم تكن كافية لردعه وأنه ممن يستهين بمخالفة القانون، وذلك بإقرار المشرع المصري بمضاعفة العقوبة في حالة العود بحديها، ومنه تصير العقوبة في حالة العود الغرامة لا تقل عن عشرة آلاف (10.000 جنيه) ولا تتجاوز مائتي ألف (200.000 جنيه). مما يلاحظ على صعيد العقوبات الأصلية أن المشرع الجزائري طبق عقوبات متباينة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، وذلك حسب طبيعة الجريمة وجسامتها، على غرار المشرع المصري الذي طبق عقوبة واحدة على جميع الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والمنصوص عليها في قانون حماية المستهلك، تفاديا لعدم عدالة العقوبات وتحقيق الردع من جسامه الجريمة نص على إحالة العقوبة على القانون ذو الوصف الأشد، وحيد لو أن المشرع الجزائري اقتدى بنظيره المصري في التعديل المقدم عليه والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

## 2 - العقوبات التكميلية

المشرع الجزائري نص على عقوبات تكميلية فيما يتعلق بالجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام، والمتمثلة في المصادرة الحجز ونشر الحكم، بالإضافة للعقوبات التكميلية التي نص عليها في حالة العود، غير أن المشرع المصري لم ينص في قانون حماية المستهلك على عقوبات تكميلية أخرى صراحة إلا عقوبة نشر الحكم، ولكن قضى بالحكم ذو الوصف الأشد في حالة أن الجريمة معاقب عليها في قانون آخر، فتطبق العقوبة الأشد ومنه تطبق العقوبات التكميلية إذا نص هذا القانون ذو الوصف الأشد على هذه العقوبات التكميلية، ونظرا للزخم القانوني الذي يتسم به القانون المصري مما قد يصعب من تحديد جميع القوانين المختصة بالجريمة ومنه تحديد الوصف الأشد. على عكس المشرع الجزائري الذي لا يعرف هذا الزخم بالقدر مما هو عليه في التشريع المصري.

وفي هذا المجال من المبحث نركز على العقوبات التكميلية التي جاءت بها قوانين حماية المستهلك دون التطرق إلى جميع القوانين التي ليست لها صلة مباشرة بحماية المستهلك،

<sup>1</sup> - محمد على سكيكر، المرجع السابق، ص 278.

<sup>2</sup> - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 336.

وبالرجوع إلى هذه القوانين المتعلقة مباشرة بحماية المستهلك في كل من التشريع الجزائري والتشريع المصري.

### أ- العقوبات التكميلية في التشريع الجزائري

في التشريع الجزائري والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام نجد أن المشرع الجزائري نص على عقوبات تكميلية تتمثل أساسا في المصادرة ونشر الحكم بالإدانة.

#### \* - العقوبات التكميلية المطبقة على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

بالرجوع إلى القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد المشرع الجزائري حدد عقوبات تكميلية، ومن بينها ما يتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم وهي المصادرة، الشطب من السجل التجاري. وبهذا المشرع أسقط العقوبات التكميلية الأخرى التي كان منصوص عليها في القانون 02-89 الملغى بالقانون المذكور أعلاه وهي الغلق النهائي للمؤسسة، إلغاء الرخص والشهادات والشطب من قائمة الحرفي.

#### - المصادرة في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

يقصد بالمصادرة هي نقل ملكية مال أو أكثر يمتلكه المحكوم عليه إلى الدولة، ومنه هي عقوبة ناقلة للملكية، جوهرها حلول الدولة محل المحكوم عليه في ملكية المال<sup>1</sup>. وقد عرف المشرع الجزائري المصادرة بنص المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري: "المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة..."<sup>2</sup>، والمصادرة التي توقع كعقوبة لا تكون إلا بحكم قضائي، ومن ثم فإنها لا تكون بقرار إداري ولا لائحته، وإنما تكون بحكم قضائي صادر عن جهة قضائية مختصة<sup>3</sup>، والمصادرة نوعان فقد تكون المصادرة التي تنزل على الأشياء المحرمة وتعتبر مصادرتها من التدابير الاحترازية، وقد نصت عليها المادة 25 من قانون العقوبات الجزائري، وقد تكون عقوبة تكميلية وقد نص عليها في المادة 09 الفقرة 04 من القانون العقوبات الجزائري، والمصادرة التي تعيننا في هذا الجزء من البحث هي المصادرة الثانية<sup>4</sup>. المصادرة في هذا المجال هي عقوبة تكميلية، وتأخذ بها جل التشريعات بالمصادرة الخاصة، وتبتعد عن المصادرة العامة ومنها التشريع المصري والجزائري، والمصادرة تشمل الأموال محل الجريمة<sup>5</sup>. والأخذ بالمصادرة يكون في قوانين حماية المستهلك وجوبي، فالتشريعات المقارنة جلتها أخذ بها.

1 - نواورية محمد، المرجع السابق، ص 14.

2 - المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري،

3 محمد محدة، المرجع السابق، ص 56.

4 - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 115.

5 - محمود محمود مصطفى، المرجع السابق، ص 163 و164 و165.



والمشرع الجزائري نص صراحة علي المصادرة كعقوبة تكميلية في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم بالمادة 82 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، في حالة مخالفة النظام القانوني للوسم، ومحل المصادرة هي كل المنتوجات والأدوات وكل الوسائل المستعملة لارتكاب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم<sup>1</sup>.

#### - الشطب من السجل التجاري:

العقوبات التكميلية التي أدرجها المشرع الجزائري في القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في حالة ارتكاب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، هي سحب الرخص والسندات والوثائق الأخرى، وعند الاقتضاء الشطب من السجل التجاري أو بطاقة الحرفي، إلا أنه بعد صدور القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أسقط جميع هذه العقوبات التكميلية إلا عقوبة الشطب من السجل التجاري في حالة أن مرتكب المخالفة كان في حالة العود، وهذا ما نصت عليه المادة 85 من القانون المذكور أعلاه بقولها: "... وفي حالة العود تضاعف الغرامات ويمكن للجهة القضائية إعلان شطب السجل التجاري للمخالف، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بها دون أن يكون المتدخل في حالة العود.

#### \*- العقوبات التكميلية في جريمة الإشهار غير المشروع:

المشرع الجزائري في جريمة الإشهار غير المشروع نص على عقوبة المصادرة ونشر الحكم الصادر بالإدانة كعقوبتين تكميليتين.

#### - المصادرة:

كما نص المصادرة كعقوبة تكميلية بالمادة 44 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فيما يتعلق بجنحة الإشهار التضليلي، فقد أجازت للقاضي الحكم بمصادرة السلعة المحجوزة في حالة ارتكاب المخالفة المتعلقة بالإشهار التضليلي، وهو أمر جوازي للقاضي يمكن أن يحكم به أو أن يستبعده.

إلا أنه في حالة الحكم بالمصادرة التي تكون على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها في حالة الحجز الاعتباري، أو على السلع، فيصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسب للخزينة العامة، بعد الحكم الذي يكتسب قوة الشيء المقضي فيه<sup>2</sup>.

وإذا تعلق الأمر بسلع كانت محل حجز عيني، فتسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليهما في التشريع والتنظيم المعمول بهما، أما في حالة الحجز الاعتباري تكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، وفي

<sup>1</sup> - المادة 82 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 254.

حالة الحكم بالمصادرة من طرف القاضي يصبح مبلغ بيع السلعة المحجوزة مكتسبا من طرف الخزينة العمومية<sup>1</sup>.

أما المشرع المصري لم ينص علي المصادرة صراحة، إلا أنه أورد عبارة مما يفهم منها أنه أخذ بالعقوبات التكميلية بالعبارة التي جاءت في نص المادة 24 من قانون حماية المستهلك: "... مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها أي قانون آخر...". وخاصة في جريمة الخداع التي ترتكب بوسيلة من الوسائل التي نص عليها المشرع المصري بالمادة 07 من القانون رقم 48 لسنة 1948 بشأن قمع الغش المعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994<sup>2</sup>. وأهمية المصادرة كعقوبة تكميلية تكمن في تفادي احتمال أن يكون استمرار حيازة الجاني لها سببا لارتكاب جرائم تالية، ولقطع الطريق أمام الجاني تلجأ التشريعات إلى النص على المصادرة كعقوبة تكميلية.

#### - نشر الحكم الصادر بالإدانة:

يعد نشر الحكم جزاء آخر يكمل الجزاء الأصلي، و يقصد به نشر حكم الإدانة بأكمله أو مستخرج منه فقط في جريدة أو أكثر تعينها المحكمة أو تعليقه في الأماكن التي يبينها الحكم على أن لا تتجاوز مدة التعليق شهر واحد، فهو يصيب المحكوم عليه في اعتباره لدى زبائنه الذين يعتمد عليهم في كسب عيشه وتنمية دخله، وليس أقسى عليه من أن يسمع عنه هؤلاء، أنه ليس محلا للثقة، والتشهير بالمحكوم عليه قد يكون أبلغ أثرا من العقوبة الأصلية التي قد يظل تنفيذها خافيا على الجمهور الذي يتعامل عادة مع المحكوم عليه<sup>3</sup>، فمثلا العلم بصفة الخداع في العون الاقتصادي قد تكون له أثر في تفهقر عنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري مما تعرضه للإفلاس.

ويكون ذلك على نفقة المحكوم عليه في حدود ما تحدده المحكمة لهذا الغرض من مصاريف، ولا يميز المشرع في نص المادة 18 مكرر من قانون العقوبات الجزائي بين الجنائية والجنحة، إذ يجوز الحكم بها في كل الجرائم، غير أنه يشترط أن تكون هذه العقوبة مقررة بنص صريح في القانون.

وقد أخذ بها بالمادة 48 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويطبق على كل الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والتي جاء بها القانون 04-02 المذكور أعلاه، ومنه تطبق عقوبة نشر الحكم في جريمة الإشهار غير المشروع.

<sup>1</sup> المادة 44 الفقرات 2 و 3 و 4 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 462.

<sup>3</sup> - محمود محمود مصطفى، المرجع السابق، ص 176.

ومدة شهر الحكم هي شهر واحد تطبيقاً للمادة 18 من قانون العقوبات الجزائري، ويتم شهر الحكم بأكمله أو ملخص عنه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الحكم، وبعد التعديل بالقانون 06-23 أضيفت فقرة إلى المادة 18 وتختص بتجريم الاعتداء على الحكم المنشور أو الملخص، وذلك عن طريق إتلاف أو إخفاء أو تمزيق المعلقات الموضوعة في نشر الحكم، سواء كان هذا الاعتداء يمس ملخص موضوع نشر الحكم كلياً أو جزئياً، فيتعرض الجاني إلى عقوبة الحبس من 03 أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من 25.000 إلى 200.000 دج، ويأمر الحكم من جديد بتنفيذ التعليق على نفقة الفاعل<sup>1</sup>.

#### \* - العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار:

العقوبة التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار هي نشر الحكم الصادر بالإدانة، لأن المشرع الجزائري ينص المادة 48 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك طبقها على جميع الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والمدرجة في نصوص القانون أعلاه، ولقد تم شرح هذه العقوبة في الجزء أعلاه من المذكرة.

#### \* - العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بشروط البيع:

كما تطبق على جريمة عدم الإعلام بشروط البيع العقوبة التكميلية المتمثلة في نشر الحكم بالإدانة، لأن المشرع الجزائري ينص المادة 48 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك طبقها على جميع الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والمدرجة في نصوص القانون أعلاه.

#### \* - العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة الخداع:

نميز بين العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة الخداع، قبل صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش وبعد صدور.

#### -العقوبات التكميلية قبل صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش

قبل التعديل الذي جاء به القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لم ينص المشرع الجزائري على جريمة الخداع، وكان القانون الساري المفعول هو قانون العقوبات، وفيه ميز بين العقوبات التكميلية المطبقة على الشخص الطبيعي والشخص المعنوي، حسب طبيعة كل واحد مما يحقق الردع.

**المطبقة على الشخص الطبيعي:** من استقراء المادة 429 و المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري لم ينص على عقوبات تكميلية إلا إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق، ويمكن تكبيفها على أساس الإثراء غير المشروع.

<sup>1</sup> - المادة 18 من قانون العقوبات الجزائري.

**العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي:** وبالرجوع إلى نص المادة 435 مكرر أحال  
المشرع الجزائري العقوبة على نص المادة 18 مكرر الفقرة 2 ومن استقراءها نجد أن المشرع  
الجزائري طبق على الشخص المعنوي عقوبات تكميلية، وأعطى الحرية للقاضي بالحكم بواحدة  
منها أو أكثر وتتمثل هذه العقوبات في :

1- حل الشخص المعنوي

2- غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة خمس سنوات

3- الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات

4- المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر

نهائيا لمدة لا تتجاوز 5 سنوات.

5- مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها

6- نشر وتعليق حكم الإدانة.

7- الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات، وتنصب الحراسة على

ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه.

**- العقوبات التكميلية بعد صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش:**

إلا أن بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الساري المفعول،

نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية أخرى، تتمثل في المصادرة والشطب من السجل

التجاري، ولقد تم الحديث عليهما في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

**ب- العقوبات التكميلية في التشريع المصري**

المشرع المصري في الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليهما في قانون

حماية المستهلك طبق عقوبة تكميلية واحدة تتمثل في نشر الحكم، غير أن في جريمة الخداع التي

نص عليها في قانون حماية المستهلك المصري، والقانون المتعلق بقمع التدليس والغش، والتي

يحكمها هذا الأخير بوصفه الأشد طبق عقوبة النشر أيضا بالإضافة إلى العقوبات التكميلية على

الشخص المعنوي.

**\*- العقوبات التكميلية التي يحكمها قانون حماية المستهلك**

وفي التشريع المصري يحتل نشر الحكم مركزا بارزا بين العقوبات منذ بدء ظهور القوانين

المتعلقة بحماية المستهلك وتنظيم الممارسات التجارية، وقد اعتمده المشرع المصري في قانون

حماية المستهلك، كعقوبة تكميلية أساسية، دون أن ينص على العقوبات التكميلية الأخرى<sup>1</sup>. ولهذا

<sup>1</sup> - المادة 24 من القانون رقم 67 لسنة 2006 لحماية المستهلك المصري.

وجد المشرع المصري نص على نشر الحكم الصادر بالإدانة كعقوبة تكميلية واحدة في المخالفات التي ترتكب والمعاقب عليها بقانون حماية المستهلك المصري.  
\* - العقوبات التكميلية في قانون قمع الغش والتدليس.

المشرع المصري نص على عقوبات تكميلية متعلقة بالشخص الطبيعي وعلى عقوبات تكميلية متعلقة بالشخص المعنوي  
- نشر الحكم الصادر بالإدانة:

نص المشرع المصري على عقوبة نشر الحكم في جريمة الخداع بالمادة 08 من القانون رقم 48 لسنة 1948 بشأن قمع الغش المعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994، وهو عقوبة تكميلية إلزامية، فالقاضي ملزم بالحكم بها، وهذا ما ذهبت إليه محكمة النقض المصرية في الطعن رقم 4778 لسنة 1977، كما يكون النشر في جريدين يوميتين، كما يجب أن يشتمل الحكم على اسم الجريدين وإلا تعرض الحكم للنقض، كما يكون على نفقة المحكوم عليه، إلا أنه في هذا القانون المذكور أعلاه ولا قانون حماية المستهلك المصري لم يحدد مدة النشر، كما لم ينص على عقوبة إتلاف الإعلانات أو إخفاءها، أو تمزيقها، إلا أنه تدارك النقص بالنص على مدة النشر وهي شهر واحد، وكذا في حالة الاعتداء على ملخص موضوع النشر للحكم<sup>1</sup>.

- العقوبات التكميلية المطبقة على بالشخص المعنوي:

أما في التشريع المصري فقد لم ينص على العقوبات التكميلية المطبقة على الشخص المعنوي، إلا في جريمة الخداع بنص المادة 6 مكرر 1 من القانون رقم 271 لسنة 1994 المعدل للقانون رقم 47 لسنة 1941 بشأن قمع التدليس و الغش وقضى فيها زيادة عن العقوبة الأصلية المتمثلة في الغرامة، توقيف نشاط الشخص المعنوي المتعلق بالجريمة لمدة لا تزيد على سنة، وفي حالة العود يكون التوقيف لمدة لا تزيد عن خمس (05) سنوات<sup>2</sup>.

وخلاصة القول أن كلا من المشرع الجزائري والمشرع المصري طبق العقوبات المالية (الغرامة الجزائية) على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، إلا في جريمة الخداع فقد جمع بين العقوبات المالية والعقوبات السالبة للحرية وترك للقاضي السلطة التقديرية في الجمع بينهما أو الأخذ بواحدة منهما، ورغم أن المشرع المصري نص على عقوبة الشخص المعنوي في حين المشرع الجزائري سكت عن هذه الحالة وحذ لو أنه أحالها على قانون العقوبات، مما تحقق حماية أكبر للمستهلك، كذلك المشرع الجزائري بعد صدور القانون 09-03 نص على جريمة الخداع ولم يحدد عقوبة الشخص المعنوي، كما كان عليه الحال في القانون الملغى (02-89

<sup>1</sup> - أحمد محمد محمود على خلف، المرجع السابق، ص 479 و 480.

<sup>2</sup> - محمود على حمود، المرجع السابق، ص 34.

المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك)، وحبذ لو أن المشرع الجزائري ترك النص القديم فيما يتعلق بجريمة الخداع من حيث العقوبة.

أما فيما يتعلق بالعقوبات التكميلية فالمشرع الجزائري وفق إلى حد أفضل في حماية حق المستهلك في الإعلام مقارنة بالمشرع المصري الذي نص على عقوبة نشر الحكم فقط، غير أن بما يتعلق بالعقوبات التكميلية المطبقة على الشخص المعنوي في جريمة الخداع، فالتشريع المصري كفل حماية أكثر مما هو عليه التشريع الجزائري بعد صدور القانون 09-03 المذكور سابقاً، وحبذ لو أن المشرع الجزائري نص عليها في القانون المذكور أعلاه.

## الخاتمة:

حق المستهلك في الإعلام وإن كانت بواده ترجع إلى الزمن الغابر، بمجموعة من القواعد البسيطة التي تحمي المشتري بصفة عامة، إلا أنه لم يرق إلى ما هو عليه الحال في ظل التطور القانوني للمجتمعات، حيث نجد أن التشريعات الحديثة والانقلابات القانونية قد أخذت مجراها في ظل عصر عرفت فيه العولمة القانونية سيطرة على ربوع القوانين الداخلية للدول، في إطار حفظ حقوق الإنسان، وباعتبار أن المستهلك هو الشريحة الكبرى داخل المجتمعات.

ولقد نظم المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام، بإلقاء التزام على الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة قبل اختتام عملية البيع، حول خصائص المنتجات والخدمات، الأسعار المطبقة عليها، الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية، وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تتجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها.

كما ألزم الأعوان الاقتصاديين بوسم منتجاتهم بالمادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ورسم النظام القانوني للوسم، سواء من حيث طريقة الوسم، الشروط الواجب توافرها في الوسم أو في طريقة كتابة البيانات، كما حددت المراسيم التنفيذية المتعلقة بالوسم البيانات الصادرة تطبيقاً للقانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية - الملغى بالقانون المذكور أعلاه- المستهلك البيانات الإلزامية الواجب إدراجها على بطاقة الوسم تحت طائلة التجريم، وهو ما يعرف بالإعلام الإلزامي.

أما الإعلام الاختياري الذي يصدر عن العون الاقتصادي، والذي يعرف بالإشهار التجاري، فقد اشترط فيه المشرع الجزائري أن يكون بالوسائل المشروعة، بعيداً عن التضليل واللبس.

ومقارنة بين المشرع الجزائري والمشرع المصري من حيث تنظيم حق المستهلك في الإعلام، فإن أحكام كلا التشريعين متطابقين إلى حد كبير، وهذا راجع للمصدر الواحد في الاقتباس (التشريع الفرنسي).

أما من حيث آليات الحماية لحق المستهلك في الإعلام، نجد كلا التشريعين قد أقر إلى جانب المسؤولية المدنية الجزائية، فعلى مستوى المسؤولية المدنية سواء العقدية عن طريق طلب إبطال العقد للغلط الذي وقع فيه المستهلك نتيجة غياب الإعلام أو التدليس في حالة السكوت أو استعمال الحيل العقدية أثناء مرحلة تكوين العقد، أما في مرحلة تنفيذ العقد

فقد أقر للمستهلك المطالبة بالتنفيذ العيني للالتزام بالتسليم بالحالة التي عرض عليها أو للإيجاب الملزم الذي صدر عنه، أو طلب فسخ العقد، أو إنقاص الثمن.

أما على مستوى المسؤولية التقصيرية فيحق للمستهلك المطالبة بالتعويض على أساس الضرر الحاصل له نتيجة إخلال العون الاقتصادي بالتزامه بإعلام المستهلك مما سبب له ضرراً، وهي نفس الآليات التي أقرها المشرع المصري.

إلا أنها لم تحقق الحماية المرجوة لحق المستهلك في الإعلام، نظراً لإجراءات التقاضي العسيرة والتكاليف الباهظة، مما جعل المستهلك يعزف عن اللجوء على القضاء، وأصبح هدف لكل تاجر باغرائه أو خداعه، وأمام الغياب الكلي لجمعيات حماية المستهلك في القيام بالدور الدفاعي المناط بها، إلا أننا نجد أن المشرع المصري أوجد آليتين أخرتين تحقق الحماية أكثر للمستهلك، أولاً حق الرجوع، وإنشاء لجنة فض المنازعات التي تثور بين المستهلك والأعوان الاقتصاديين، وبسط من الإجراءات وألغى المصاريف، وحبذ لو أن المشرع الجزائري نص على حق الرجوع في قانون حماية المستهلك، كجزء مدني لصالح المستهلك لتخلف الإعلام الكافي بالمبيع في مدة معقولة مما لا يترتب عنها ضرر بالعون الاقتصادي وتحقق حماية مدنية أكثر، وأنشأ لجنة على مستوى مديريات التجارة تختص بالفصل في المنازعات التي تثور بين المستهلكين والأعوان الاقتصاديين، وأعطى لها الصفة الشبه قضائية.

وإلى جانب الحماية المدنية المقررة لهذا الحق، أقر كلا من المشرع الجزائري والمصري حماية جزائية، عن طريق تجريم الأفعال التي يأتئها المحترف، وتكون مخالفة للقوانين المنظمة لهذا الحق، إما في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك مباشرة، أو في القوانين المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات، الذي جرم كل الأفعال التي من شأنها أن تخدع المشتري في حالة التعاقد.

والجرائم التي أدرجها المشرع الجزائري في هذه القوانين، جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وحبذ لو أن المشرع الجزائري نص على وجوب إدراج السعر على الوسم في حالة المواد المعبأة أو الجاهزة للتعبئة مع نصوص القانون المتعلقة بالوسم وتطبيق نفس العقوبة، مما يتفادى المشرع الجزائري الزخم في النصوص التشريعية والتمايز بينها في العقوبة.

كما جرم الامتناع عن الإعلام بالأسعار، أو الامتناع عن الإعلام بشروط البيع، وهي من الجرائم السلبية، وتقوم بمجرد مخالفة النصوص القانونية الملزمة للإعلام بالأسعار وكيفياتها، أو الإعلام بشروط البيع وكيفياتها.

كما تدارك المشرع الجزائري الفراغ القانوني فيما يتعلق بتنظيم الإعلان التجاري ونص على تجريم الإشهار المضلل أو الكاذب بالمادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد



المطبقة على الممارسات التجارية، وحدد الجزاء في حالة أن الإشهار كان غير مشروع، وحدد صور الإشهار الغير مشروع، رغم أن كل هذه الصور قد لمت تقريبا بجميع الحالات، وحبذ أن المشرع الجزائري لم يحدد صور الإشهار غير المشروع مما يوسع من مجاه وينفادى التعديل القانوني في كل مرة تظهر فيه أنواع جديدة من الإشارات التي لا تتطابق مع النزاهة والشفافية، لأننا ندرك كل الإدراك أن الجرائم تبتكر كما تبتكر المنتوجات، فكل يوم تظهر أفعال تتسبب في هتك الحقوق دون وجود نصوص قانونية تحمي هذه الحقوق. فلو كنا في بلد من البلدان التي تتبع نظام السوابق القضائية، ربما قد نقول أن المشرع قد وفق، لكن نحن في بلد يحكم بالقاعدة القانونية، ولهذا حبذ أن المشرع الجزائري يعدل هذه المادة.

كما جرم الخداع الواقع على المتعاقد بنص المادة 429 من قانون العقوبات، إلا أن النص أصبح لا يساير التطور الحاصل على الساحة التجارية، وقد تظن المشرع الجزائري إلى هذا النقص بإدراجه نص يجرم الخداع الواقع على المستهلك في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ولقمع الجريمة خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة سلطة مراقبة الأعوان الاقتصاديين أثناء ممارسة أنشطتهم التجارية، بالبحث والتحري عن الجرائم المخالفة للنصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، أو النصوص القانونية المحدد المطبقة على الممارسات التجارية، وبما فيها المخالفات الماسة بحق المستهلك في الإعلام، وتحرير المحاضر التي تثبت هذه المخالفة وارتكاب الجريمة وأعطى لها حجية، إلا أن هذه الحجية كانت أكثر حماية في القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لاشرطه الطعن فيها بالتزوير على غرار حجية المحاضر في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وحجية المحاضر في مواد المخالفات في قانون العقوبات. وعند ثبوت الجريمة على العون الاقتصادي يطبق الجزاء، وهذا الأخير نوعين جزاء إداري وجزاء جنائي، حيث خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة بالمراقبة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش القيام ببعض التدابير التحفظية في حالة مخالفة النظام القانوني للوسم وفي حالة الاستحالة أو الرفض من حائز المنتج يطبق الجزاء الإداري المنصوص عليه في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أما في جريمة الإشهار غير المشروع المنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فيمكن لمديرية التجارة تطبيق الجزاء الإداري المتمثل في حجز المنتجات والغلق المؤقت للمحل التجاري، هذا الأخير الذي يطبق على جميع الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والذي جاء به القانون أعلاه في حالة العود، إلا أن المشرع

الجزائري خول لمدير التجارة المصالحة مع مرتكب المخالفة في جريمتي عدم الإعلام  
بالأسعار و عدم الإعلام بشروط البيع التصالح مع العون الاقتصادي المخالف، وكذا فرض  
غرامة الصلح في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم والتي جاء بها القانون 09-03 المتعلق  
بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي لم يتضمنها القانون الملغى 89-02، أما في حالة رفض  
المصالحة أو غرامة الصلح فإن هذه المحاضر ترسل مباشرة إلى وكيل الجمهورية المختص  
على مستوى المحكمة التي يقع بدائرة اختصاصها مديرية التجارة، وتتم المتابعة القضائية.  
وإن كان المشرع المصري يتفق إلى حد كبير من حيث النص على اختصاص الأعوان  
المؤهلين في معاينة واثبات الجرائم إلا أن حجية المحاضر ليس بدرجة حجية المحاضر في  
التشريع الجزائري، الذي يحقق حماية أكثر لحق المستهلك في الإعلام، كما أن المشرع  
المصري لم ينص على جزاءات إدارية كما هو الحال في التشريع الجزائري، واكتفي  
بالمطالبة بتعديل الوضع وفي حالة أن كانت من شأنها أن تحقق ضررا الأمر بوقف تقديم  
الخدمة أو التحفظ على السلعة لغاية الانتهاء من الفحص أو صدور حكم قضائي، غير أنه  
يتطابق كلياً مع نظام المصالحة مع العون المخالف.

أما على مستوى الجزاء الجنائي المطبق في حالة ارتكاب الجرائم المتعلقة بالحق في  
الإعلام، فنجد المشرع الجزائري طبق جزاءات متنوعة، بين العقوبات السالبة للحرية  
والعقوبات المالية. ففي جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم الغرامة، ورفع من قيمتها مقارنة  
مع القانون القديم.

أما في الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد  
للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فقد طبق العقوبة المالية، والمتمثلة في الغرامة  
المحددة بحديها، وإن كانت مناسبة لنوع الجريمة إلا أن قيمتها غير كافية للردع خاصة  
المراكز التجارية الكبرى، وحيد لو أن المشرع الجزائري أخذ بالغرامة النسبية التي تتناسب  
وحجم رأس المال للعون الاقتصادي مما تحقق ردعا كافيا، كما حذ لو نص المشرع  
الجزائري على عقوبة الشخص المعنوي في الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والتي  
جاء بها القانون 04-02 وأحال عقوبتها على قانون العقوبات.

أما ما يتعلق بجريمة الخداع فقد جرمها بنصوص القانون 09-03 المتعلق بحماية  
المستهلك وقمع الغش وأحال عقوبتها على المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، ووسع  
من محلها ومجالها فالتجريم أصبح يشمل أيضا الخدمات، وكذا لم تبقى مقتصرة على المستهلك  
المتعاقد بل أي مستهلك، إلا أنه أغفل تشديد العقوبة في حالة أن المجرم كان شخصا معنويا،  
على عكس الحال قبل صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

والملاحظ كذلك من خلال زيارة الأسواق والمراكز التجارية، أن منتجات مستورد تنعدم فيها اللغة العربية وإن وجدت فنجد بطاقة صغير قابلة للإزالة تبين هوية المستورد فقط، وهذا راجع للتقاعس من طرف الأعوان، وفي هذا الإطار حذب لو أن المشرع الجزائري أخضع أعوان الرقابة فيما يتعلق بمديرة التجارة إلى التصريح بالامتلاكات، والمراقبة من حيث الجرائم التي جاءت في قانون مكافحة الفساد، مما يدفع بهم إلى عدم التهاون أو الانحراف عن الهدف من العمل المنوط بهم، وكذا رفع الرواتب مما يحقق لهم العيش دون اللجوء إلى الأعمال الغير مشروعة من أجل تلبية الحاجيات اللازمة في الحياة.

ومن المستحسن لحماية حق المستهلك في الإعلان أن الدولة لا تكتفي بالحماية القانونية للمستهلك، بل تفعيل الآليات الأخرى، مثل وسائل الإعلام عن طريق بث حصص وثائقية تتعلق بالسلوكات الاستهلاكية، ومن خلالها تبين حقوق المستهلك والآليات التي أقرت للمستهلك لحماية حقه في الإعلام، وكذا تمويل الجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك من جهة، وتسليط الرقابة عليها من خلال النشاطات التي تقيمها، المصاريف التي تنفقها، حتى نستأن من الانحراف الذي يلاحظ على الجمعيات، كذلك وضع قانون خاص بجمعيات حماية المستهلك من حيث توفر الثقافة سواء القانونية أو العلمية خاصة في أعضاء مكتب الجمعية، مما تغلق الباب في وجه الانتهازيين، وكذا تحسين مردود العمل الجمعي في هذا الإطار. والمسؤولية لا تلقى على الدولة فقط فيما يتعلق بحماية حق المستهلك في الإعلام، فلا بد من تفعيل دور الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك، وذلك بنشر ثقافة الاستهلاك بتوعية المستهلك حول آليات حماية حقه في الإعلام، والقيام بدراسات علمية ونشرها مما تمكن المستهلك من الوقوف في وجه المستهلك.

كما يجب على المستهلك السعي وراء حقوقه عن طريق التمسك بحقه اتجاه العون الاقتصادي وذلك من مراقبة السلع ومدى مطابقتها، من خلال قراءة بطاقة الوسم، فيما يتعلق بخصائص المنتج أو الخدمة، والانتباه من بطاقة الأسعار، مما يشعر العون الاقتصادي أن المستهلك حريص في التعاقد معه.

## قائمة المراجع:

أولاً : المراجع باللغة العربية

1- الكتب:

أ- الكتب العامة:

1- أبو الخير عبدالونيس الخويلدي، حق المشتري في فسخ العقد المبرم بوسائل الاتصال الحديثة (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2006.

2- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص ( جرائم الفساد جرائم المال والأعمال جرائم التزوير)، الجزء الثاني، الطبعة الثامنة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

3- أحمد حسن عباس الحيارى، المسؤولية المدنية للطبيب في ضوء النظام القانوني الأردني والنظام القانوني الجزائري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

4- أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية (دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصري و الفرنسية وغيرها)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

5- أحمد محمد عطية محمد، نظرية التعدي كأساس للمسؤولية المدنية الحديثة (دراسة مقارنة في ضوء الفقه وأحكام القضاء)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

6- أنور سلطان، النظرية العامة للالتزام (أحكام الالتزام)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.

7- العربي الشحط عبدالقادر و نبيل صقر، طرق التنفيذ، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2007.

8- السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.

9- السيد عطيه عبد الواحد، حماية المستهلك من منظور إسلامي، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995.

10- القاضي غسان رباح، قانون العقوبات الاقتصادي (دراسة مقارنة حول جرائم رجال الأعمال والمؤسسات التجارية المخالفات المصرفية والضريبية والجمركية وجميع التجار)، طبعة جديدة مزينة ومنقحة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2004.

11- ثروت عبدالحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث (وسائل الحماية منها - مشكلات التعويض عنها)، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2007.

12- حسن علي الذنون، المبسوط في شرح القانون المدني (الخطأ)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006.

13- حسن حسين البراوي، عقد تقديم المشورة (دراسة قانونية لعقد تقديم الاستشارات الفنية)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

14- حسني محمود عبدالدايم، العقود الاحتكارية بين الفقه الإسلامي والقانون المدني (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي الجامعي، الإسكندرية، 2007.

15- حماد مصطفى عذب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، بدون بلد النشر، 2004.

16- حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.

17- حمدي عبدالرحمان، الوسيط في النظرية العامة للالتزامات (الكتاب الأول المصادر الإرادية للالتزام العقد والإرادة المنفردة)، الطبعة الأولى دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.

- 18- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، ( دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- 19- خليل أحمد حسن قداة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2003.
- 20- دربال عبدالرزاق، الوجيز في أحكام الالتزام في القانون المدني الجزائري، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2004.
- 21- رجائي السيد أحمد العطافي الفقي، تبصرة العيون بأحكام الثمن و المثلون ( دراسة فقهية عصرية)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.
- 22- رمضان أبو السعود، شرح العقود المسماة في عقد البيع والمقايضة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003.
- 23- سليمان مرقص، شرح القانون المدني ( العقود المسماة المجلد الأول عقد البيع )، الطبعة الرابعة، دار الهنا للطباعة، القاهرة، 1980.
- 24- سمير عبد السيد تناغو، عقد البيع، الفنية للطباعة والنشر، الإسكندرية، بدون سنة النشر.
- 25- سيد محمد الهواري، تصرفات المستهلكين، الطبعة الأولى، القاهرة، 1986.
- 26- عبدالرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (عقد البيع والمقايضة)، الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1998.
- 27- \_\_\_\_\_، نظرية العقد، الجزء الأول، الطبعة الثانية الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1998.
- 28- \_\_\_\_\_، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد ( نظرية الالتزام بوجه عام الإثبات - آثار الالتزام )، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2000.

- 29- \_\_\_\_\_، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد ( الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام ) المجلد الثاني، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2000.
- 30- عبدالله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري ( القسم العام- الجريمة ) ، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2002.
- 31- عبد العزيز المرسي حمود، الجوانب التعاقدية لمرحلة التفاوض ذو الجانب التعاقدية (دراسة مقارنة)، دون دار النشر، دون بلد النشر، 2005.
- 32- على فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج ، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- 33- على على سليمان، النظرية العامة للالتزامات في القانون المدني الجزائري ، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1993.
- 34- عبد العزيز سعد، أجهزة و مؤسسات النظام القضائي الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1988.
- 35- على فيلالي، الالتزامات (النظرية العامة للعقد)، موفم للنشر، الجزائر، 2001.
- 36- على حمود على حمود، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة، دار النهضة العربية، دون بلد النشر، 2003.
- 37- قادة شهين حسن، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 38- قدري عبدالفتاح الشهاوي، شرح قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ولائحته التنفيذية و قانون حماية المستهلك ومذكراته الإيضاحية في التشريع المصري العربي الأجنبي (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.

39- لحسن بن شيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع ( دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.

40- محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري (النظرية العامة للالتزامات مصادر الالتزام التصرف القانوني العقد والإرادة المنفردة)، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2004.

41- محمد عبد الظاهر حسين، المسؤولية المدنية في مجال طب وجراحة الأسنان، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.

42- محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن (الأحكام العامة والإجراءات الجنائية)، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1989.

43- مصطفى العوجي، القانون المدني الجديد (العقد ومقدمة في الموجبات المدنية) ، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2007.

44- منصور القاضي، جاك غستان، المطول في القانون المدني (تكوين العقد) ، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2000.

45- منصور رحمانى، الوجيز في القانون الجنائي العام (فقه وقضايا) ، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2006.

46- مرداسي عز الدين، الغرامة التهديدية في القانون الجزائري ، دار هومة، الجزائر، 2008.

47- نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة (البيع) ، الجزء الأول، دار النهضة العربية، بيروت، 1997.

48- يسرية محمد عبدالجليل، المسؤولية عن الأضرار الناشئة عن عيوب تصنيع الطائرات، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007.



ب- الكتب الخاصة:

- 1- أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 2- أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة ، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
- 3- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 4- القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد القضائي (دراسة تحليلية شاملة) ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، بدون سنة النشر.
- 5- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 6- \_\_\_\_\_، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات (دراسة مقارنة) ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2005.
- 7- حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 8- \_\_\_\_\_، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة (دراسة فقهية مقارنة في ضوء تطور القضاء الفرنسي و صدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في 19 مايو 1998)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- 9- حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك ، بدون دار النشر، بدون بلد النشر، بدون سنة النشر.

10- حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للمبيع ، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999.

11- خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة النشر.

12- رضا عبد الحليم عبد المجيد، المسؤولية القانونية عن إنتاج وتداول الأدوية والمستحضرات الصيدلانية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.

13- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني والمقارن)، الدار العلمية الدولية، عمان، الأردن، 2002.

14- عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)، بدون مكان النشر، بدون بلد النشر، 2005.

15- \_\_\_\_\_، الحماية المدنية الخاصة لرضا المشتري في عقود البيع التي تتم عن بعد (مع التطبيق على البيع عن طريق التلفزيون بوجه خاص )، بدون مكان النشر، بدون بلد النشر، 2005.

16- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر.

17- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

18- محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.

19- محمد علي سكيكر، الوجيز في جرائم قمع التدايس والغش وحماية المستهلك (في ضوء التشريع والفقهاء والقضاء)، دون مكان النشر، دون بلد النشر، 2008.

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

21- مساعد زيد المطيري، الحماية المدنية للمستهلك في القانون المصري والكويتي، الطبعة الأولى، دار الحقانية للإصدارات القانونية، القاهرة، 2007.

22- ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلامي وأحكام القضاء، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999.

## 2- الرسائل والمذكرات:

1- جديني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، رسالة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق بجامعة الجزائر، الجزائر 2001.

2- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، السنة الجامعية، 2001-2002.

3- كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، سنة 2005.

4- لعجال لمياء، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك، بحث لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001-2002.

5- نواورية محمد، الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عنابة، السنة 2005.

6- محمد عماد الدين عياض، الحماية المدنية من خلال قواعد الممارسات التجارية (دراسة على ضوء القانون 04-02)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون خاص، قسم العلوم القانونية و الإدارية ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية 2005-2006، غير منشورة.

### 3- الملتقيات والدوريات والمحاضرات:

1- أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، عدد 04 لسنة 1995، سبتمبر 1995.

2- بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005.

3- بوفليح سالم، محاضرات في مقياس قانون حماية المستهلك، أقيمت على طلبية الماجستير، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

4- حسن غنايم، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في المواد الاستهلاكية وغير الاستهلاكية، بحث مقدم لندوة (حماية المستهلك في الشريعة والقانون) ، التي نظمتها كلية الشريعة والقانون خلال الفترة من 6-7 ديسمبر 1998، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات العربية المتحدة، 1998.

5- جمال النكاس، حماية المستهلك وأثره على النظرية العامة في القانون الكويتي، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، السنة 13 عدد2، جوان 1989.

6- محمد الحبيب التجكاني، مفهوم المستهلك ووسائل حمايته في الإسلام، يوم دراسي 4 فبراير 2002، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، رقم 77، جامعة محمد الأول وجدة، المغرب، 2003.

7- محمد محدة، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي، مجلة المفكر ، العدد الأول ، مارس 2006، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2006.

8- عبد الله معصر، الضوابط الشرعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي، يوم دراسي 4 فبراير 2002، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، رقم 7، جامعة محمد الأول، وجدة، المغرب، 2003 .

9- فتات فوزي ، نشوء حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005 .

10- ساوس خيرة ومرنيز فاطمة، حق جمعية المستهلك في التقاضي، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي ، أيام 13 و14 أبريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالواد، الوادي، الجزائر، 2008

11- سقاش ساسي، التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005.

12- هامل الهواري، دور جمعيات حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.

13- ياسر أحمد كمال الصيرفي، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة القومية، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية ، العدد 75 لسنة 2005، مطبعة كلية الحقوق، جامعة القاهرة، القاهرة، 2005.

ثانيا :المراجع باللغة الفرنسية

1- الكتب:

1- CHRISTIAN LARRMOUNT, droit civil (les obligations le contrat), tome 3, DELTA, 1996.

2- DIDIER FERRIER, **la protection des consommateurs**, DALLOZ, 1996.

3- Jean Calais-Auloy et Frank Steinmetz, **Droit de la consommation**, 7<sup>e</sup> édition, DALLOZ.2006.

4- MEMENTO PRATIQUE FRANCIS LEFEBVRE, **droit des affaires (concurrence consommation)**, edition francis lefebvre, LEVALLOIS, France, 2007-2008.

5- PHILIPPE LE TOURNEAU LOIC CADIET, **droit de la responsabilité**, DALLOZ, delta, 1997.

6- WILFRIDJEANDIDIER, **droit pénal des affaires**, 6 édition, DALLOZ, 2005.

7- Yves GUYON, **DOIT DES AFFAIRS**, tome , droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996.

## -2 المقالات:

1- Dalila ZENNAKI, **les aspects controversies du droit algerien de la consommation par rapport au droit civil** ,REVUE SCIENCE JURIDIQUE ET ADMINISTRATIVE , faculté de droit , université de djilali liabess, sidi bel abbesse, algerie, numéro spécial, 2005.

2 - MARC BRUSHI, **crédit à la consommation et obligation d'information**, Revues des contrats , RDC, 2/2005, LGDJ, 2005

3- PHILIPPE delebecque, **la formation de la vente enter professionnel et consommateur**, la vente éclatée la diversité des régimes juridique dans les ventes de marchandises, colloque de DEAUVILLE, organize les 7 et 8 juin 1997, l'association droit et commerce, paris, 1997

4- T.S.Borghetti, S.Caraval et G.Viney; **la responsabilité du banquier pour manquement à son devoir de mise en garde :le devoir de mise en garde du banquier dispensateur de crédit** , REVUE DES CONTRAT , n° 2007/2, LGDJ/EJA, avril 2007.

## ثالثا: النصوص القانونية

### - القوانين:

1- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 08 /02/ 1989، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989.

2- القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05/07/1989 المتعلق بالأسعار ، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 19/07/1989، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989 .

3- القانون رقم 05/91 المؤرخ في 16/01/1991 المتضمن استعمال اللغة العربية ، الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 16/01/1991، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1991.

4- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41 المؤرخة في 27/06/2004، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2004.

5- القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08/03/2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

### - الأوامر:

1- أمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 /06/ 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتم، الجريدة الرسمية العدد 48 المؤرخة في 10 يونيو 1966، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1966.

2- أمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 /06/ 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتم، الجريدة الرسمية العدد 49 المؤرخة في 30 /10/ 1966، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975.

3- الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 /04/ 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار، الجريدة الرسمية عدد 38 المؤرخة في 13/05/1975، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975 .

4- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانوني المدني المعدل والمتم، الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 30 /10/ 1975، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975.

5- الأمر رقم 95/06 المؤرخ في 25/01/1996 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 22/02/1995، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1995.

6- أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 /06/ 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 20 /06/ 2003، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975.

7- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 23/07/2003، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.

8- الأمر 03-11 المؤرخ في 26 /08/ 2003 المتعلق بالنقد و القرض الجريدة الرسمية عدد المؤرخة 52 المؤرخة في 27 /08/ 2003، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.



- المراسيم التنفيذية:

1- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 31/01/1990، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990.

2- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/10/1990 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الجريدة الرسمية عدد رقم 40 الصادرة بتاريخ 19/10/1990، الجزائر، 1990.

3- المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم المنتوجات غير المنزلية وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 31/01/1990، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990.

4- المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 31/01/1990، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990.

5- المرسوم التنفيذي رقم 30/92 المؤرخ في 20/01/1992 المتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 26/01/1992، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1992، المعدل والمتمم بالمرسوم 371/96 المؤرخ في 3/11/1996، الجريدة الرسمية العدد 67 المؤرخة في 06/11/1996.

6- المرسوم التنفيذي رقم 429/97 المؤرخ في 11/11/1997 المتعلق بالمواصفات التقنية المطبقة على المنتوجات النسيجية، الجريدة الرسمية عدد 75 المؤرخة في 12/11/1997، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.

7- المرسوم التنفيذي رقم 494/97 المؤرخ في 21/12/1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 24/11/1997، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.

- 8- المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 17-12-2002 المتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة طاكسي، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 2002/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2002.
- 9- المرسوم التنفيذي رقم 05/467 المؤرخ في 10/12/2005 يحدد مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية العدد 80 المؤرخة في 2005/12/11، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.
- 10- المرسوم التنفيذي رقم 05/484 المؤرخ في 22/12/2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90/367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ، الجريدة الرسمية العدد 83 المؤرخة في 2005/12/25، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.
- 11 - المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11/09/2006، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006.
- 12- المرسوم التنفيذي 07-390 المؤرخ في 12-12-2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات، الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 2007/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2007.
- 13- المرسوم التنفيذي رقم 06/306 المؤرخ في 10/09/2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11/09/2006، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006 .
- 14- المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 07-02-2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات

المعينة، الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 11-02-2009، الأمانة العامة للحكومة،  
المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

### - القرارات الوزارية:

- 1- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16/04/1997 المتعلق بشروط استيراد وتسويق المواد النسيجية المصنعة والمستعملة وكيفياتها، الجريدة الرسمية عدد 37 المؤرخة في 03/06/1997، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.
- 2- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26/06/2000 المحدد للحد الأدنى المطلوب لمستويات الفعالية للمزلفات الكاملة وكذلك كيفيات وشروط عرضها للاستهلاك ، الجريدة الرسمية العدد 54 المؤرخة في 30/08/2000، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2000.
- 3- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25/04/2001 يتعلق بمواصفات الإطارات المطاطية لعجلات العربات ومقطوراتها وكيفيات وضعها للاستهلاك ، الجريدة الرسمية العدد 26، المؤرخة في 09/05/2001، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2001.
- 4- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 04/07/2003 المتضمن المواصفات التقنية والقواعد المطبقة على الاسمنت، الجريدة الرسمية العدد 40 المؤرخة في 02/07/2003، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.
- 5- القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية، الجريدة الرسمية العدد 22 المؤرخة في 15 أبريل 2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.
- 6- القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي لمكيفات الهواء ذات الاستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة

الكهربائية، الجريدة الرسمية العدد 22 المؤرخة في 15 أفريل 2009، الأمانة العامة للحكومة،  
المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

7- القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للمصايح  
المنزلية الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتغلة بالطاقة الكهربائية ، الجريدة  
الرسمية العدد 22 المؤرخة في 15 أفريل 2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية،  
الجزائر، سنة 2009.

#### رابعاً: الأحكام القضائية

- 1- قرار المحكمة العليا الجزائرية في القضية رقم 9339 الصادر في 11 /14 /1988،  
المجلة القضائية، العدد 04، لسنة 1990.
- 2- قرار المحكمة العليا في القضية رقم 22385، المؤرخ في 24/05/2000، المجلة  
القضائية عدد 1، سنة 2001.
- 3- قرار المحكمة العليا في القضية رقم 206796، المؤرخ في 12/10/2000، المجلة  
القضائية عدد 1، سنة 2001.
- 4- قرار المحكمة العليا في القضية رقم 212782، المؤرخ في 12/01/2000، المجلة  
القضائية عدد 1، سنة 2001.

#### خامساً: المواقع الالكترونية

- 1- [www.Ahmedelgamel.maktoobblog.com](http://www.Ahmedelgamel.maktoobblog.com) le 25-03-2008.
- 2 - [www.europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/132010.htm](http://www.europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/132010.htm). le 23/02/2007.
- 3- [www.geoic.eg/g130.html](http://www.geoic.eg/g130.html) le 15-03-2007.
- 4- [www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053](http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053) le 12-01-2008.
- 5- [www.cpa.gov.eg/doc/law.doc](http://www.cpa.gov.eg/doc/law.doc) le 10-11-2007.
- 6- [www.faculty.ksu.edu.sa](http://www.faculty.ksu.edu.sa) le 15-01-2008.

7 -Christophe Livermont, les risque dans la vente de choses mobilières, Inles risques dans la vente, Prévention et responsabilité, **C.E.R.D.A.C.C**, universite de haute alsace, 1 fevrier 2006.

[www.jac.cerdacc.uha.fr/recherche/jcerdacc.nsf/nomunique/a51038bef/c316dec127131002d9d07/file/intervention%20me%20lievermont.pdf](http://www.jac.cerdacc.uha.fr/recherche/jcerdacc.nsf/nomunique/a51038bef/c316dec127131002d9d07/file/intervention%20me%20lievermont.pdf)

le 22-01-2008

8- Ghenadie RADU, l'origine des marchandises : un élément controversé des échange commerciaux internationaux, **thèse et soutenue publiquement le 22 juin 2007 en vue de l'obtenir du grade de docteur en droit**, faculté de droit faculté des sciences économique, université pierre mendes, France, 2007.

[www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf](http://www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf)

le 12/01/2008

9- Audy Ayoun, la protection du consommateur en matière de jeux et loteries, **mémoire soutenu dans le cadre du D.E.A. de droit privé**, faculté de droit et de science politique, université d'aix Marseille III .Année universitaire, 2002-2003.

[www.themis.u-3mrs.fr/ayoun/memoire-ayoun.pdf](http://www.themis.u-3mrs.fr/ayoun/memoire-ayoun.pdf).

le 15-01-2008

10- Etienne Zery, le bogue de l'an 2000 sous la loupe des contrats informatique.

[www.droit-technologie.org/upload/dossier/doc/6-1.pdf](http://www.droit-technologie.org/upload/dossier/doc/6-1.pdf).

le 23-01-2008.

11- Audrey Dave, l'obligation d'informer les consommateur sur le prix et les conditions de vente des produits et des services, **Master 2 recherche droit de le communication** , université panthéon assas -paris 2,p03.

[www.uparis2.fr/deadtcom/tetechargements/cours/hazan/pub\\_2006\\_obligation\\_information\\_consommateur\\_prix\\_cgv.pdf](http://www.uparis2.fr/deadtcom/tetechargements/cours/hazan/pub_2006_obligation_information_consommateur_prix_cgv.pdf)

le 25-12-2008.

12- David Bosco, le droit de rétraction , **mémoire présenté pour obtenir du D.E.A de droit privé, faculté de droit et de science politique**, université d'Aix Marseille, 1999.

[www.glose.org/mem014-htm.htm](http://www.glose.org/mem014-htm.htm).

le 24-01-2008.

13- prix et condition de vente

[www.sos-net.eu.org/conso/code/infodat1c.htm](http://www.sos-net.eu.org/conso/code/infodat1c.htm)

le 15-02-2008.

14- la protection du consommateur lors de la formation de contrat.  
[www.Ecogest08.free.fr/pages/page.php?code=ts2dr09html](http://www.Ecogest08.free.fr/pages/page.php?code=ts2dr09html) le 24-11-2007.

15- la protection du consommateur  
[www.Medias.hachletteeducation.com/medias/contenunumerique/029/1404442751.pdf](http://www.Medias.hachletteeducation.com/medias/contenunumerique/029/1404442751.pdf) le 31/12/2007.

16-Ghenadie Radu, l'origine des marchandises un élément controversé des échanges commerciaux internationaux, **thèse et soutenue publiquement le 22 juin 2007 en vue de l'obtenir du grade de docteur en droit**, faculté de droit faculté des sciences économique, université pierre mendes, France, 2007.  
[www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf](http://www.Congoforum.be/up/docs/these-GhenadieRADU-22juin-2007.pdf) le 12/01/2008 .

17- أنور أبو بندر ، دراسة تاريخية حمورابي مشرعا ومدونا .  
[www.diwanalarab.com/spip-php?article3562.htm](http://www.diwanalarab.com/spip-php?article3562.htm) le 17/10/2007

18- السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت.  
<http://www.liecedu.com/Uploads/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B2%D8%A7%D9%85%20%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A.doc> le 31/12/2007.

19- القانون المدني المصري  
[www.alhedaia.com/mon/archive/index.php](http://www.alhedaia.com/mon/archive/index.php) le 25/04/2008.

20- قانون حماية المستهلك المصري  
<http://cpa.gov.eg/doc/Law.doc> le 10/11/2007

21- الطعن رقم 0306 لسنة 32 مكتب فني 17 صفحة رقم 955 بتاريخ 1966/04/28.  
<http://www.egycourt.com/forums/showthread.php?s=a2d7e193ecf2da92c1ac9e60218e8bd8&t=1733> le 20/05/2008

22- قرار وزير التجارة والصناعة رقم 143 لسنة 2007.  
[www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70D252DA229A/21/41.pdf](http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70D252DA229A/21/41.pdf) le 20/01/2009

23- القرار الوزاري رقم 130 لسنة 2005 صادر بتاريخ 2005/02/23 بشأن الإلزام بالإنتاج طبقاً للمواصفات القياسية.  
[www.geoic.eg/g130.html](http://www.geoic.eg/g130.html) le 15-03-2008

24- قرار وزاري رقم 1498 لسنة 1996 بشأن تنظيم الأعلاف وصناعتها وتداولها والرقابة عليها .  
[www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053](http://www.rezgar.com/debat/show.art.asp?aid=85053) le 15/03/2008

25- القرار رقم 162 لسنة 2009.  
<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70D252DA229A/21/41.pdf> le 20/01/2009

26- اللائحة التنفيذية المتعلقة بإصدار قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد.  
<http://www.eos.org.eg/NR/rdonlyres/C8E0B934-9687-4C99-985A-70DDA9A/21/41.pdf> Le 20/01/2009

27- الطعن رقم 1110 لسنة 49 ق ، جلسة 2004/02/6.  
<http://www.egycourt.com/forums/showthread.php?s=a2d7e193ecf2da92c1ac9e21806e8bd8&t=1733> le 20/05/2008

28- الإشهار تحديد المفهوم ومعايير التصنيف .  
[www.wahab1081.maktooblog.com/309350.htm](http://www.wahab1081.maktooblog.com/309350.htm) le 28/12/2007

29- تاريخ وتطور الإعلان .  
[www.alnassr.com/vb/showthead.php?t=175629](http://www.alnassr.com/vb/showthead.php?t=175629) le 30/12/2008

30- الالتزام بالتبصير أو الالتزام بالإعلام  
[www.droitaffairesuh1.org/files/obligation%20de%20renseignement%2011.doc](http://www.droitaffairesuh1.org/files/obligation%20de%20renseignement%2011.doc) le 12/12/2007

31- تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك  
[http://ahmedelgamel.maktoobblog.com/892944/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82\\_%D8%A3%D8%AD%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86\\_%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9\\_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A%D9%87%D9%84%D9%83\\_4](http://ahmedelgamel.maktoobblog.com/892944/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82_%D8%A3%D8%AD%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86_%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A%D9%87%D9%84%D9%83_4) le15-03-2008

32- مذكرة بشأن تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك.

[www.f-law.net/law/archive/index.php/t-11803.htm](http://www.f-law.net/law/archive/index.php/t-11803.htm)

le 30-03-2008

سادسا: القواميس باللغة الفرنسية

1-**PETITE LAROUSSE ILLUSTRÉ**, libraire Larousse, 1990.

2-**PAUL ROBERT, LE PETIT ROBERT**, société du nouveau littré, 1978



## الفهرس

01	مقدمة
06	الفصل الأول: الإطار النظري لحق المستهلك في الإعلام.
07	المبحث الأول: ماهية حق المستهلك في الإعلام.
08	المطلب الأول: التطور التاريخي لحق المستهلك في الإعلام.
08	الفرع الأول: في الفترة السابقة على صدور قوانين حماية المستهلك.
09	أولا : في العصور القديمة.
09	1- في الفترة السابقة على القانون الروماني
10	2- في القانون الروماني.
12	3- في القانون اليوناني
13	ثانيا: في الشريعة الإسلامية.
13	1- الآيات الدالة على الحق في الإعلام
13	2- الأحاديث النبوية الدالة على الحق في الإعلام
16	ثالثا : في العصور الوسطى والحديثة.
18	الفرع الثاني: في القوانين اللاحقة على صدور قوانين حماية المستهلك.
19	أولا : في الدول الغربية.
19	1- في الدول الأنجلوأمريكية.
22	2- في الدول اللاتينية.
25	ثانيا: في الدول العربية
26	1- في الجزائر
29	2- في مصر
32	المطلب الثاني: مفهوم حق المستهلك في الإعلام
32	الفرع الأول: التعريف بحق المستهلك في الإعلام
32	أولا: تعريف حق المستهلك في الإعلام.
32	1- تعريف الالتزام بالإعلام.
35	2- التمييز بين لالتزام بالإعلام والمصطلحات المشابهة.
38	ثانيا: أسس الالتزام بالإعلام ودواعي قيامه.
39	1- أسس التي قام عليها الالتزام بالإعلام.
43	2- دواعي فرض الالتزام بالإعلام.

48	الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية.
48	أولاً: خصائص الالتزام بالإعلام.
48	1- شروط الالتزام بالإعلام.
50	2- أوصاف الالتزام بالإعلام
52	ثانياً: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.
52	1- الطبيعة العقدية أم غير العقدية للالتزام بالإعلام
54	2- الالتزام بالإعلام التزام بذل عناية أم بتحقيق نتيجة.
58	المبحث الثاني: مضمون حق المستهلك في الإعلام
58	المطلب الأول: مجال حق المستهلك في الإعلام
59	الفرع الأول: أطراف الالتزام بالإعلام
59	أولاً- المستهلك دائن بالالتزام بالإعلام.
60	1- في التشريع الجزائري.
61	2- في التشريع المصري.
62	ثانياً: العون الاقتصادي مدين بالالتزام بالإعلام.
63	1- في التشريع الجزائري.
65	2- في التشريع المصري.
65	الفرع الثاني: محل الالتزام بالإعلام
66	أولاً: محل الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد.
66	1- التعريف بالمنتجات.
71	2- إشهار الأسعار.
80	ثانياً: محل الالتزام في مرحلة التعاقد.
80	1- الإعلام بشروط التعاقد وحدود المسؤولية.
84	2- الإعلام حول استعمال المنتجات.
90	المطلب الثاني: وسائل إعلام المستهلك
90	الفرع الأول: الوسم
91	أولاً: مفهوم الوسم.
91	1- تعريف الوسم
92	2- أهمية الوسم.
93	3- الشروط الواجب توافرها في الوسم
97	ثانياً: بيانات الوسم

97	1- في التشريع الجزائري
105	2- في التشريع المصري
107	الفرع الثاني: الوسائل الاختيارية
107	أولا: مفهوم الإشهار التجاري.
108	1- تعريف الإشهار التجاري.
110	2- عناصر الإشهار التجاري.
111	3- أهمية الإشهار التجاري
112	ثانيا: صور الإشهار غير المشروع.
113	1- صور الإشهار غير المشروع في التشريع الجزائري.
118	2- صور الإشهار غير المشروع في التشريع المصري.
122	الفصل الثاني آليات حماية حق المستهلك في الإعلام.
122	المبحث الأول : المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام.
123	المطلب الأول :المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام.
123	الفرع الأول: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام عند تكوين العقد.
123	أولا : الغلط.
124	1- الأساس القانوني للخطأ.
126	2- نطاق تطبيق الخطأ.
128	3- آثار الخطأ.
131	ثانيا : التدليس.
132	1- تعريف التدليس والأساس القانوني له.
134	2- عناصر التدليس.
140	3- آثار التدليس
142	الفرع الثاني: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام أثناء تنفيذ العقد.
142	أولا: مرحلة العرض.
143	1- طرق العرض السلع والخدمات.
147	2- آثار العرض والإعلام في مجال العقود الاستهلاكية.
150	ثانيا: مرحلة التسليم.
150	1- الالتزام بالتسليم.
155	2- أثر الإخلال بالالتزام بالتسليم.
167	المطلب الثاني : المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام.

167	الفرع الأول: قيام المسؤولية التقصيرية.
167	أولاً: مجال المسؤولية التقصيرية وأساسها.
167	1- مجال المسؤولية التقصيرية.
169	2- أساس المسؤولية التقصيرية.
169	ثانياً: أركان المسؤولية التقصيرية.
170	1- ركن الخطأ.
173	2- ركن الضرر.
175	3- العلاقة السببية.
176	الفرع الثاني: أثر قيام المسؤولية التقصيرية.
176	أولاً: دعوى المسؤولية التقصيرية.
176	1- إثبات المسؤولية التقصيرية.
177	2- أطراف الدعوى المسؤولية التقصيرية.
178	3- طلبات المستهلك في دعوى المسؤولية التقصيرية.
179	4- تقادم دعوى المسؤولية التقصيرية.
179	ثانياً: جزاء قيام المسؤولية التقصيرية على العون الاقتصادي.
181	المبحث الثاني: الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام.
181	المطلب الأول: الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام.
182	الفرع الأول: جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك.
182	أولاً: جريمة عدم الإعلام بالأسعار.
182	1- الركن الشرعي للجريمة.
184	2- الركن المادي للجريمة.
191	3- الركن المعنوي للجريمة.
192	ثانياً: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.
192	1- الركن الشرعي للجريمة.
194	2- الركن المادي للجريمة.
198	3- الركن المعنوي للجريمة.
199	ثالثاً: جريمة عدم الإعلام بشروط البيع.
199	1- الركن الشرعي للجريمة.
200	2- الركن المادي للجريمة.
202	3- الركن المعنوي للجريمة.

203	الفرع الثاني: جرائم خداع وتضليل المستهلك.
203	أولاً: جريمة خداع المستهلك.
204	1- الركن الشرعي للجريمة.
206	2- الركن المادي للجريمة.
214	3- الركن المعنوي للجريمة
215	ثانياً: جريمة الإشهار غير المشروع.
215	1- الركن الشرعي للجريمة.
217	2- الركن المادي للجريمة.
221	3- الركن المعنوي للجريمة.
223	المطلب الثاني: قمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام.
223	الفرع الأول: إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام ومتابعتها
223	أولاً: إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
224	1- معاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
227	2- تحرير المحاضر
231	ثانياً: متابعة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
232	1- الطريق الودي.
242	2- الطريق القضائي.
247	الفرع الثاني: الجزاء المطبق على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
247	أولاً: الجزاء الإداري لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
248	1- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم
250	2- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة الإشهار غير المشروع
253	3- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بالأسعار.
253	4- الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بشروط البيع.
254	ثانياً: الجزاء الجنائي لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
255	1- العقوبات الأصلية.
263	2- العقوبات التكميلية.
270	خاتمة
276	قائمة المراجع

## ملخص

### الفصل الأول

نشأة حق المستهلك في الإعلام من صنع القضاء الفرنسي، لكثرة الدعاوي المتعلقة بإبطال العقد على أساس الغلط أو التدليس أو ضمان العيوب الخفية، والتي أدى به إلى فرض هذا الالتزام على الباعة حماية للمشتري، إلا أن تشريعات قديمة تمتد إلى مرحلة ما قبل الميلاد بموجب عقود البيع فرضت على البائع إعلام المشتري ببعض الصفات، إلا أن في تلك الفترة لم يظهر مصطلح المستهلك، ولم يكن بالنظام القانوني الذي عليه الآن.

ونتيجة للتطور العلمي وكذا الوعي للمجتمع المدني الذي طالب بوجوب تحقيق الحماية لهذه الطائفة الضعيفة، صدرت القوانين المتعلقة بحماية المستهلك على المستوى التشريعات الداخلية تلبية للحركة العالمية في الحفاظ على صحة وأمن الأفراد ومن بينها المستهلك برصد نصوص تشريعية تعترف وتحمي الحقوق التي تم المناداة بها على الصعيد العالمي، ومن بين هذه الحقوق حقه في الإعلام.

ولقد سار المشرع الجزائري على نفس النهج بإصدار القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي تم إلغائه بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي نص المادة 17 والمادة 18 من هذا القانون ألزم الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلك بجملة من البيانات عند عرضهم لمنتجاتهم على المستهلك، نفسه المشرع المصري بإصدار لقانون رقم 67 لسنة 2006 لحماية المستهلك بموجب المادة 06 من هذا القانون. والمقصود بحق المستهلك في الإعلام أن للمستهلك الحق بالعلم بكل ما يتعلق بالمنتجات والخدمات وملازمات التعاقد تمكينا له من الإحاطة والتبصر بالتصرف القانوني المقدم عليه إذا تولدت فيه النية فيأتي رضاه صحيحا غير معيب، وهذا الحق الذي يقابله التزام يقع على العون الاقتصادي والذي يتمثل في إعلام المستهلك سواء بإخباره أو تبصيره أو تحذيره بالمعلومات التي من شأنها إلقاء الضوء على واقعة أو عنصر المعروض عليه من أجل التعاقد حيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا بالإقدام على التعاقد أو الإحجام عنه.

أما عن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام أنه التزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك ولا بد أن تكون المعلومات التي تقدم من طرف الأعوان الاقتصاديين صادقة ونزيهة مما تحقق الشفافية في الممارسات التجارية والتي نص عليها المشرع الجزائري في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المحددة للممارسات التجارية، ومنه وجوب اتصال المعلومات محل الالتزام بالمستهلك، أما من حيث استيعاب

المستهلك لهذه المعلومات فيعتبر الالتزام هنا التزام بوسيلة، فلا يسأل العون الاقتصادي في حالة أن المستهلك لم يستوعب المعلومات المقدمة من طرف العون الاقتصادي وقام بالإقدام على التعاقد.

وطبقا للنصوص التشريعية المتعلقة بحماية المستهلك فهذا الحق للمستهلك بالمفهوم الضيق الذي يقدم على التعاقد من أجل حاجياته الشخصية أو العائلية سواء كان شخص طبيعي أم معنوي ملقبة التزاما على الأعوان الاقتصاديين فالمستهلك دائن بهذا الالتزام والعون الاقتصادي مدين به. فهو ملزم بإيصال جميع المعلومات المتعلقة بمحل العقد وشروط التعاقد.

وحق المستهلك في الإعلام نطاقه واسع فيشمل المنتجات والأسعار وشروط التعاقد وحدود المسؤولية وكيفية الاستعمال والتحذيرات الخاصة في الزمن المناسب من مرحلة ما قبل التعاقد إلى مرحلة تنفيذ العقد.

فلا بد على العون الاقتصادي أن يعلم المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج بالمادة 17 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عند وضع المنتجات للاستهلاك، جاء الأمر 06-95 المتعلق بالمنافسة الملغي بأحكام القانون 03-03 إلا فيما يتعلق بإشهار الأسعار وأجب على الأعوان الاقتصاديين إعلام جمهور المستهلكين بالسعر المطبق على المنتجات، ثم نظمه المشرع الجزائري بأحكام المادتين 5 و 6 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المنطبقة على الممارسات التجارية، التي أضافت أن تكون الأسعار والتعريفات مقابلة للمنتجات، مما يفهم أ، يشهر العون الاقتصادي السعر المقابل والتعريفات المطبقة عليه وفي حالة سكوته فيعتبر السعر المشهر هو سعر البيع.

كما ألزم الأعوان الاقتصاديين بالإعلام بطريقة الاستعمال خاصة في المنتجات المعقدة التي يجهل المستهلك العادي بالعلم بها، مما يمكنه الانتفاع بها على الوجه الصحيح، أو في حالة الخطورة التي قد تتحقق نتيجة الاستعمال الخاطيء أو أن تكون الخطورة ناتجة عن المنتجات خاصة في المنتجات الخطيرة بطبيعتها، وذلك بتحذيره من هذا الخطر المحتمل الوقوع، والاحتياطات الواجب اتخاذها عند وقوعها.

ولم يقف المشرع الجزائري عند هذا الحد بل ألزم الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلك بالشروط المطبقة على العقد حماية للطرف الضعيف من التعسف الذي قد يقع عليه من المهنيين وأن يعلمه بحدود المسؤولية التعاقدية خاصة في حالة الإخلال التي قد يصدر من أحد أطراف العلاقة التعاقدية الاستهلاكية.

ولم يقف المشرع الجزائري ولا المصري عند هذا الحد بل ألزم الأعوان الاقتصاديين الإعلام عن طريق الوسيلة الكتابية التي تحمل البيانات الإيجابية، فبالرجوع إلى النصوص

التنظيمية المتعلقة بالوسم وعرض المنتجات ألزمهم بوضع بطاقة الوسم التي تعرف في التشريع المصري بالبطاقة الإعلامية وإدراج عليها جملة من البيانات اللازمة، وقد حدد تلك البيانات التي تختلف من نوع لآخر حسب التصنيفات والمقاييس اللازمة والمعمول بها في النظام القانوني الخاص بالدولة الجزائرية في مجال التقييس، وإن كانت بطاقة الوسم إلزامية في المنتجات إلا أنه ترك الحرية في الوسيلة المناسبة في إشهار الأسعار أو الإعلام في مجال الخدمات، إلا أن الإعلام هنا يعتبر إلزامي له.

إلا أنه قد يلجأ الأعوان الاقتصاديين إلى وسيلة اختيارية للترويج عن منتجاتهم أو خدماتهم عن طريق الإشهار التجاري، والذي يعتبر في نفس الوقت وسيلة من وسائل الإعلام ولكنها وسيلة اختيارية على عكس الوسم الذي يعتبر وسيلة إلزامية لهم، من أجل تحريض جمهور المستهلكين على الإقدام على هذه المنتجات والخدمات، ولقد واجه المشرع الجزائري هذه المسألة برسم حدود مشروعية الإشهار التجاري بموجب المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ذلك بتحديد صور الإشهار التجاري غير المشروع، حيث اعتبر كل إشهار تجاري مفضي إلى اللبس أو التضليل أو أن يكون مضخم مقارنة بقدرة العون الاقتصادي الذي صدر الإشهار لمصلحته إشهارا تجاريا غير مشروع. أما المشرع المصري وفيما يتعلق بالإشهار التجاري فقد جرم الإشهار التجاري الذي يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل للمستهلك بغض النظر عن الوسيلة المستعملة في الإشهار، والمنصب على العناصر الذاتية أو الخارجية للسلعة.

ومنه نجد أن كلا من المشرع الجزائري والمصري أقر بحق المستهلك في الإعلام ونظماه، وفق المتطلبات المعاصرة، مقتديين في ذلك بالمشرع الفرنسي، ولهذا نجد تطابق في الأحكام إلى حد كبير.



## ملخص الفصل الثاني

في هذا الفصل ركزنا على الحماية بنوعيتها المسؤولية المدنية والمسؤولية الجزائية سواء عن طريق الإجراءات التحفظية التي تتم على مستوى الإدارة المؤهلة بقمع الجرائم الماسة بحقوق المستهلك أو المكلفة بتنظيم الممارسات التجارية.

فعلى المستوى المسؤولية المدنية بشقيها المسؤولية العقدية والمسؤولية التقصيرية نجد المشرع الجزائري كلا منهما صان حق المستهلك في الإعلام، فعلى مستوى المسؤولية العقدية نجد المشرع الجزائري خول للمستهلك جملة من الآليات الحمائية ومكن المستهلك من اللجوء إلى القضاء، سواء تعلق الأمر بالمسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية بحماية حقه في الإعلام.

ومن بين هذه الآليات على مستوى المسؤولية العقدية ففي المرحلة السابقة على تنفيذ العقد أقر للمستهلك الحق في طلب إبطال العقد، نتيجة للغلط الذي وقع فيه المستهلك مما شابته إرادته، سواء تعلق هذا الغلط بمحل العقد أو شروط التعاقد، مؤسسا دعوى إبطال العقد على الغلط الذي وقع فيه نتيجة الجهل، مما جعله يتوهم بمواصفات غير مطابقة لحقيقة الشيء المتعاقد عليه، أو بغير الشروط الحقيقية للتعاقد عند إبرام العقد لعدم الإعلام، أن كان هذا حدوث الغلط نتيجة إيهام من طرف العون الاقتصادي أم ممن لهم صلة به كالعمال سواء عن طريق الامتناع عن الإدلاء بهذه المعلومات ووقوفهم موقف المتفرج، أو اللجوء إلى الكذب، أو استعمال طرق احتيالية، مما يحق له رفع دعوى أمام القضاء المختص طابا إبطال العقد على أساس التبدليس الواقع عبيه من طرف العون الاقتصادي، وبالتالي تعتبر كل من دعوى الغلط أو دعوى التبدليس آليتين حمائيتين لحق المستهلك في الإعلام، وإن كان إثباتهما عسير.

أما على مستوى تنفيذ العقد، فالعون الاقتصادي الإعلام الصادر منه يعتبر كإيجاب في حالة توافر الإعلام على شروط الإيجاب الملزم، وبالتالي ينعقد العقد، وللمستهلك الحق في التسليم طبقا للإعلام الذي صدر عنه وفي حالة الإخلال بالتسليم فله الحق في طلب التنفيذ، فيبدأ بطلب التنفيذ العيني متى كان ممكنا، وفي حالة الاستحالة للتنفيذ أو تعنت العون الاقتصادي فله طلب التنفيذ بطريق التعويض. كما يحق للمستهلك طلب فسخ العقد، أو قبول المبيع مع إنقاص الثمن فهذه الوسائل التي يمكن للمستهلك الاستناد عليها، لحماية حقه في الإعلام. وفي حالة أن المستهلك لحق ضرر لعدم تنفيذ التزامه بالإعلام أو أن الإعلام كان غير مطابق للحقيقة أو في خداع، يحق للمستهلك اللجوء للقضاء طالبا التعويض عن الضرر الذي

لحق به، متبعا في ذلك القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، أما المشرع المصري فبالإضافة لحق المستهلك في اللجوء إلى القضاء المدني أقر لجنة لفض المنازعات التي تثور بين المستهلك والعون الاقتصادي له الصفة الشبه قضائية، لمواجهة الصعوبات التي تعترض طريق المستهلك في اللجوء إلى القضاء.

والملاحظة المتوصل إليها من مقارنة المشرع الجزائري والمشرع المصري، على مستوى المسؤولية المدنية نجد أن كلا منهما أقر نفس الآليات، إن لم نقل أن التشريع الجزائري والمصري على المستوى المسؤولية المدنية في تنطبق تام.

وعمليا قليل ما نشاهد المستهلك يلجأ إلى القضاء طالبا حماية حقه في الإعلام، إما للمصاريف القضائية الباهظة، أو طول إجراءاتها، أو صعوبة إثبات أركانها، لذا تم إقرار المسؤولية الجزائية من طرف المشرع الجزائري وكذا المصري. وهذه المسؤولية الجزائية تقوم على العون الاقتصادي في حالة ارتكابه سلوك جرمي يمس بحق المستهلك في الإعلام، وهذه الآلية تتمثل في تجريم عدم الإعلام بالأسعار، تجريم مخالفة النظام القانوني للوسم، تجريم عدم الإعلام بشروط البيع، تجريم الإشهار إذا كان غير مشروع، وكذلك تجريم الخداع أو محاولة الخداع المتعاقد، وهذه تعتبر كحماية لحق المستهلك في الإعلام، وحتى تتجسد هذه الحماية التشريعية لحق المستهلك في الإعلام، رصد المشرع الجزائري جهازا إداريا أوكل إليه مراقبة الأعوان الاقتصاديين أثناء مباشرتهم لنشاطاته، وخول للإدارة القيام بإجراءات تحفظية لردع المخالفين لنصوص القانون.

وتتمثل الحماية الإدارية لحق المستهلك في الإعلام منح لأعوان الإرادة الموكلة لهم المراقبة لمعينة المخالفات الصفة الضبطية، والحماية القانونية أثناء تأدية مهامهم، وفي حالة اكتشاف المخالفة يقومون بتحرير محاضر لها حجية في الإثبات سواء على مستوى الهيئة الإدارية أو على مستوى السلطة القضائية.

كما خول لأعوان إدارة رقابة المنتوجات وقمع الغش على مستوى حماية حق المستهلك في الإعلام القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش القيام بالسحب المؤقت للمنتوج، إعادة المطابقة التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة، الأمر بتغيير المقصد، إنذار حائز المنتوج أو مقدم الخدمة بإزالة سبب عدم المطابقة، وفي حالة عدم إزالة عدم المطابقة يمكن حجز المنتوج، بالإجراءات القانونية التي تم توضيحها. أما القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في جريمة الإشهار غير المشروع القيام فقد خول هذا القانون للوالي المختص بناء على تقرير مدير التجارة على مستوى الولاية بالغلق الإداري للمحل التجاري.

كما خول القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إجراء مصالحة مع العون الاقتصادي وفق الشروط الموضوعية والإجرائية المحددة بنصوص القانون أعلاه، وفي حالة المصالحة يسدد العون الاقتصادي المخالف غرامة الصلح، وتنتهى إجراءات المتابعة القضائية، مع احتفاظ المستهلك المضروور بحقه في المطالبة بالتعويض، كما طبق غرامة الصلح القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فيما يتعلق جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

وعلى مستوى الجزاء الجنائي أقر المشرع الجزائري عقوبات ردية، تتمثل أساسا في الغرامة وشدد من قيمتها، وذلك لطابع الجريمة، فهنا العقوبة جاءت من جنس الجريمة، حتى تحقق الردع الكافي إلا في جريمة الخداع نجد كلا من التشريعين الجزائري والمصري جمعا بين الحبس والغرامة. كما أقر عقوبات تكميلية، ففي جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم أقر عقوبة المصادرة والشطب من السجل التجاري، في جريمة عدم الإعلام بالأسعار وعدم الإعلام بشروط البيع العقوبة التكميلية تتمثل في نشر الحكم، في جريمة الإشهار غير المشروع الحجز والمصادرة ونشر الحكم بالإدانة، أما في جريمة الخداع فعقوباتها التكميلية هي نفسها المطبقة على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

و نفس الآليات أقرها المشرع المصري سواء على مستوى الإجراءات أو على مستوى العقوبة، التباين الملاحظ يكمن في أن المشرع المصري أقر عقوبة الغرامة في الجرائم المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك المصري وعقوبة واحد هذه الجرائم، فيما يتعلق عقوبة جريمة الخداع فقد أحالها على النص المختص ذو الوصف الأشد صراحة.

**Résumé**  
**chapitre n°1 :Le cadre théorique**  
**Du droit du consommateur à l'information**

On a pris conscience que le droit à l'information se prolonge dans les anciennes lois, mais son l'imposition revient a la motivation juridique française, Elle a posé ses bases à partir de l'observation de la pluralité des actions d'annulations à cause d'erreur ou de dol. Ce qui a conduit les législateurs à promulguer des lois pour protéger le droit à l'information des consommateurs.

Le législateur algérien qui a promulgué la loi n° 09-03 relatives à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, qui a abrogée la loi n° 89-02 relatives aux règles générales de protection du consommateur, ou il a imposé des droit au faveur du consommateur, parmi eux le droit à l'information

Tous les textes législatifs obligent les professionnels au cours de leurs activités à fournir des données réelles sur l'objet du contrat avant son exécution sur l'identification du produit, le prix et les tarifs, les conditions de contrat et les limites de la responsabilité contractuelle.

Ainsi, la loi oblige les professionnels d'informer le consommateur sur le mode d'emploi, les mises en garde contre les dangers, qui résultent de l'utilisation ou de la nature dangereuse des produits.

Le législateur algérien par l'article 17 et l'article 18 l'article de la loi n° 09-03 relatives à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, et les décrets exécutifs ; il oblige les professionnels d'informer le consommateur par l'étiquetage des produits, qui portent les renseignements obligatoires qui sont fixée par les décrets exécutifs relatives à l'étiquetage des produits.

Par l'article 28 du loi 04-02 fixant les règles applicable aux pratiques commerciales. Le législateur algérien a offert aux professionnels de faire connaître ses produits par voie de publicité à condition qu'elle soit loyale, non mensongère, non trompeuse ou frauduleuse.

**chapitre n°2 :Mécanismes de protection**  
**du droit du consommateur à l'information**

A cote de la responsabilité civile le législateur algérien a approuvé la responsabilité pénale pour la protection du droit du à l'information en vue de l'aide économique.

Au niveau de la responsabilité civile on distingue la responsabilité contractuelle et la responsabilité délictuelle. La responsabilité contractuelle, le

consommateur a le droit d'ester en justice pour demander l'annulation du contrat base sur l'erreur ou base sur le dol à cause de l'absence d'information sur le contrat conclu dans la période précontractuelle, ou au moment du sa signature.

Le consommateur a le droit d'ester en justice à cause de violation de l'obligation de délivrance des marchandises, ou non-conformité selon son offre obligatoire, ou d'être pas au lieu ou temps fixé par le contrat. En cas de préjudice, le consommateur a le droit de demande par voie judiciaire l'exécution en nature, l'exécution par valeur, ou par l'action résolutoire du contrat, ou demande de réduction du prix.

Et au niveau de la responsabilité délictuelle, si préjudice de l'obligation d'information le consommateur, si les informations ne sont pas réelles, qui consiste une faute délictuelle, dont résultera un dommage au consommateur, ce dernier a le droit de demander la réparation de ce dommage.

Ces mécanismes de la législation algérienne sont identiques à ceux de la législation égyptienne. Cette dernière a crée au niveau du service de la protection des consommateurs une commission pour la résolution des conflits qui survient entre le consommateur et les aides économiques, dans le but de bien protégé le consommateur, et lui faciliter au niveau de la justice.

Le législateur algérien a incriminé la violation des lois qui exigent l'exécution de l'obligation d'informer le consommateur

- contravention de l'infraction de système loyal de l'étiquetage.
- Le délit de non informer sur le prix.
- Le délit de non informer sur les conditions du contrat.
- La publicité illicite.
- Le délit de tromperie.

Dans le but de la répression de ses crimes, le législateur algérien a crée des organes spécialisés de perquisition et enquête par des agent qui ont la qualité d'officiers judiciaires. En cas de découverte d'une infraction, ces derniers établissent des procès verbaux, qui font foi jusqu'à preuve du contraire (la loi n° 09-03 relatives à la protection du consommateur et à la répression des fraudes), ou font foi jusqu'à inscription de faux (loi 04-02 fixant les règles applicable aux pratiques commerciales).

Le législateur algérien a donné le pouvoir aux organes administratifs dans le cadre de la protection du droit de consommateur à l'information d'appliquer des sanctions administratives, ou de réconcilier avec l'auteur de l'infraction (Le délit de non informer sur le prix, délit de non informer sur les conditions du contrat).

Des sanction administratives le législateur algérien a approuvé des sanctions pénal divers, selon la gravite d'infraction. Au niveau des peines principale l'emprisonnement et l'amende ou de l'amende seulement, et au niveau des

peines complémentaire on trouve la confiscation, la publicité de la condamnation, la fermeture définitive de l'établissement.

Ces mécanismes en droit algérien parallèles en droit égyptien, mais la seule différence sur le niveau de la peine principale, c'est la nature de la peine, on trouve que le législateur égyptien a appliqué l'amende sur toutes les infractions sauf le délit de tromperie, et la publicité de la condamnation au niveau de la peine complémentaire.

## ملخص المذكرة

نشأة حق المستهلك في الإعلام من صنع القضاء الفرنسي، لكثرة الدعاوي المتعلقة بإبطال العقد على أساس الغلط أو التدليس أو ضمان العيوب الخفية، والتي أدى به إلى فرض هذا الالتزام على الباعة حماية للمشتري، إلا أن تشريعات قديمة تمتد إلى مرحلة ما قبل الميلاد بموجب عقود البيع فرضت على البائع إعلام المشتري ببعض الصفات، إلا أن في تلك الفترة لم يظهر مصطلح المستهلك، ولم يكن بالنظام القانوني الذي عليه الآن.

ونتيجة للتطور العلمي وكذا الوعي للمجتمع المدني الذي طالب بوجوب تحقيق الحماية لهذه الطائفة الضعيفة، صدرت القوانين المتعلقة بحماية المستهلك على المستوى التشريعات الداخلية تلبية للحركة العالمية في الحفاظ على صحة وأمن الأفراد ومن بينها المستهلك برصد نصوص تشريعية تعترف وتحمي الحقوق التي تم المناذاة بها على الصعيد العالمي، ومن بين هذه الحقوق حقه في الإعلام.

ولقد سار المشرع الجزائري على نفس النهج بإصدار القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي تم إلغاءه بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي نص المادة 17 والمادة 18 من هذا القانون ألزم الأعران الاقتصاديين بإعلام المستهلك بجملة من البيانات عند عرضهم لمنتجاتهم على المستهلك، نفسه المشرع المصري بإصدار لقانون رقم 67 لسنة 2006 لحماية المستهلك بموجب المادة 06 من هذا القانون. والمقصود بحق المستهلك في الإعلام أن للمستهلك الحق بالعلم بكل ما يتعلق بالمنتجات والخدمات وملايسات التعاقد تمكينا له من الإحاطة والتبصر بالتصرف القانوني المقدم عليه إذا تولدت فيه النية فيأتي رضاه صحيحا غير معيب، وهذا الحق الذي يقابله التزام يقع على العون الاقتصادي والذي يتمثل في إعلام المستهلك سواء بإخباره أو تبصيره أو تحذيره بالمعلومات التي من شأنها إلقاء الضوء على واقعة أو عنصر المعروض عليه من أجل التعاقد حيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا بالإقدام على التعاقد أو الإحجام عنه.

أما عن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام أنه التزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك ولا بد أن تكون المعلومات التي تقدم من طرف الأعران الاقتصاديين صادقة ونزيهة مما تحقق الشفافية في الممارسات التجارية والتي نص عليها المشرع الجزائري في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المحددة للممارسات التجارية، ومنه وجوب اتصال المعلومات محل الالتزام بالمستهلك، أما من حيث استيعاب المستهلك لهذه المعلومات فيعتبر الالتزام هنا التزام بوسيلة، فلا يسال العون الاقتصادي في حالة

أن المستهلك لم يستوعب المعلومات المقدمة من طرف العون الاقتصادي وقام بالإقدام على التعاقد.

وطبقا للنصوص التشريعية المتعلقة بحماية المستهلك فهذا الحق للمستهلك بالمفهوم الضيق الذي يقدم على التعاقد من أجل حاجياته الشخصية أو العائلية سواء كان شخص طبيعي أم معنوي ملقبة التزاما على الأعوان الاقتصاديين فالمستهلك دائن بهذا الالتزام والعون الاقتصادي مدين به. فهو ملزم بإيصال جميع المعلومات المتعلقة بمحل العقد وشروط التعاقد. وحق المستهلك في الإعلام نطاقه واسع فيشمل المنتجات والأسعار وشروط التعاقد وحدود المسؤولية وكيفية الاستعمال والتحذيرات الخاصة في الزمن المناسب من مرحلة ما قبل التعاقد إلى مرحلة تنفيذ العقد.

فلا بد على العون الاقتصادي أن يعلم المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج بالمادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عند وضع المنتوجات للاستهلاك، جاء الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغي بأحكام القانون 03-03 إلا فيما يتعلق بإشهار الأسعار وأجب على الأعوان الاقتصاديين إعلام جمهور المستهلكين بالسعر المطبق على المنتجات، ثم نظمه المشرع الجزائري بأحكام المادتين 5 و 6 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المنطبقة على الممارسات التجارية، التي أضافت أن تكون الأسعار والتعريفات مقابلة للمنتجات، مما يفهم أ، يشهر العون الاقتصادي السعر المقابل والتعريفات المطبقة عليه وفي حالة سكوته فيعتبر السعر المشهر هو سعر البيع.

كما ألزم الأعوان الاقتصاديين بالإعلام بطريقة الاستعمال خاصة في المنتجات المعقدة التي يجهل المستهلك العادي بالعلم بها، مما يمكنه الانتفاع بها على الوجه الصحيح، أو في حالة الخطورة التي قد تتحقق نتيجة الاستعمال الخاطئ أو أن تكون الخطورة ناتجة عن المنتجات خاصة في المنتجات الخطيرة بطبيعتها، وذلك بتحذيره من هذا الخطر المحتمل الوقوع، والاحتياطات الواجب اتخاذها عند وقوعها.

ولم يقف المشرع الجزائري عند هذا الحد بل ألزم الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلك بالشروط المطبقة على العقد حماية للطرف الضعيف من التعسف الذي قد يقع عليه من المهنيين وأن يعلمه بحدود المسؤولية التعاقدية خاصة في حالة الإخلال التي قد يصدر من أحد أطراف العلاقة التعاقدية الاستهلاكية.

ولم يقف المشرع الجزائري ولا المصري عند هذا الحد بل ألزم الأعوان الاقتصاديين الإعلام عن طريق الوسيلة الكتابية التي تحمل البيانات الإيجابية، فبالرجوع إلى النصوص التنظيمية المتعلقة بالوسم وعرض المنتجات ألزمهم بوضع بطاقة الوسم التي تعرف في التشريع



المصري بالبطاقة الإعلامية وإدراج عليها جملة من البيانات اللازمة، وقد حدد تلك البيانات التي تختلف من نوع لآخر حسب التصنيفات والمقاييس اللازمة والمعمول بها في النظام القانوني الخاص بالدولة الجزائرية في مجال التقييس، وإن كانت بطاقة الوسم إلزامية في المنتجات إلا أنه ترك الحرية في الوسيلة المناسبة في إشهار الأسعار أو الإعلام في مجال الخدمات، إلا أن الإعلام هنا يعتبر إلزامي له.

إلا أنه قد يلجأ الأعوان الاقتصاديين إلى وسيلة اختيارية للترويج عن منتجاتهم أو خدماتهم عن طريق الإشهار التجاري، والذي يعتبر في نفس الوقت وسيلة من وسائل الإعلام ولكنها وسيلة اختيارية على عكس الوسم الذي يعتبر وسيلة إلزامية لهم، من أجل تحريض جمهور المستهلكين على الإقدام على هذه المنتجات والخدمات، ولقد واجه المشرع الجزائري هذه المسألة برسم حدود مشروعية الإشهار التجاري بموجب المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ذلك بتحديد صور الإشهار التجاري غير المشروع، حيث اعتبر كل إشهار تجاري مفضي إلى اللبس أو التضليل أو أن يكون مضخم مقارنة بقدرة العون الاقتصادي الذي صدر الإشهار لمصلحته إشهارا تجاريا غير مشروع. أما المشرع المصري وفيما يتعلق بالإشهار التجاري فقد جرم الإشهار التجاري الذي يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل للمستهلك بغض النظر عن الوسيلة المستعملة في الإشهار، والمنصب على العناصر الذاتية أو الخارجية للسلعة.

ومنه نجد أن كلا من المشرع الجزائري والمصري أقر بحق المستهلك في الإعلام ونظمه، وفق المتطلبات المعاصرة، مقتديين في ذلك بالمشرع الفرنسي، ولهذا نجد تطابق في الأحكام إلى حد كبير.

وهناك نوعين من المسؤولية، فالى جانب المسؤولية المدنية والمسؤولية الجزائية، فعلى المستوى المسؤولية المدنية بشقيها المسؤولية العقدية والمسؤولية التقصيرية نجد المشرع الجزائري كلا منهما صان حق المستهلك في الإعلام، فعلى مستوى المسؤولية العقدية نجد المشرع الجزائري خول للمستهلك جملة من الآليات الحمائية ومكن المستهلك من اللجوء إلى القضاء، سواء تعلق الأمر بالمسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية بحماية حقه في الإعلام. ومن بين هذه الآليات على مستوى المسؤولية العقدية ففي المرحلة السابقة على تنفيذ العقد أقر للمستهلك الحق في طلب إبطال العقد، نتيجة للغلط الذي وقع فيه المستهلك مما شابته إرادته، سواء تعلق هذا الغلط بمحل العقد أو شروط التعاقد، مؤسسا دعوى إبطال العقد على الغلط الذي وقع فيه نتيجة الجهل، مما جعله يتوهم بمواصفات غير مطابقة لحقيقة الشيء المتعاقد عليه، أو بغير الشروط الحقيقية للتعاقد عند إبرام العقد لعدم الإعلام، أن كان هذا حدوث الغلط

نتيجة إيهام من طرف العون الاقتصادي أم ممن لهم صلة به كالعمال سواء عن طريق الامتناع عن الإدلاء بهذه المعلومات ووقوفهم موقف المتفرج، أو اللجوء إلى الكذب، أو استعمال طرق احتيالية، مما يحق له رفع دعوى أمام القضاء المختص طابا إبطال العقد على أساس التدليس الواقع عبيه من طرف العون الاقتصادي، وبالتالي تعتبر كل من دعوى الغلط أو دعوى التدليس آليتين حمائيتين لحق المستهلك في الإعلام، وإن كان إثباتهما عسير.

أما على مستوى تنفيذ العقد، فالعون الاقتصادي الإعلام الصادر منه يعتبر كإيجاب في حالة توافر الإعلام على شروط الإيجاب الملزم، وبالتالي ينعقد العقد، وللمستهلك الحق في التسليم طبقا للإعلام الذي صدر عنه وفي حالة الإخلال بالتسليم فله الحق في طلب التنفيذ، فيبدأ بطلب التنفيذ العيني متى كان ممكنا ، وفي حالة الاستحالة للتنفيذ أو تعنت العون الاقتصادي فله طلب التنفيذ بطريق التعويض. كما يحق للمستهلك طلب فسخ العقد، أو قبول المبيع مع إنقاص الثمن فهذه الوسائل التي يمكن للمستهلك الاستناد عليها، لحماية حقه في الإعلام. وفي حالة أن المستهلك لحق ضرر لعدم تنفيذ التزامه بالإعلام أو أن الإعلام كان غير مطابق للحقيقة أو في خداع، يحق للمستهلك اللجوء للقضاء طالبا التعويض عن الضرر الذي لحق به، متبعا في ذلك القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، أما المشرع المصري فبالإضافة لحق المستهلك في اللجوء إلى القضاء المدني أقر لجنة لفض المنازعات التي تثور بين المستهلك والعون الاقتصادي له الصفة الشبه قضائية، لمواجهة الصعوبات التي تعترض طريق المستهلك في اللجوء إلى القضاء.

والملاحظة المتوصل إليها من مقارنة المشرع الجزائري والمشرع المصري، على مستوى المسؤولية المدنية نجد أن كلا منهما أقر نفس الآليات، إن لم نقل أن التشريع الجزائري والمصري على المستوى المسؤولية المدنية في تتطابق تام.

وعمليا قليل ما نشاهد المستهلك يلجأ إلى القضاء طالبا حماية حقه في الإعلام، إما للمصاريف القضائية الباهظة، أو طول إجراءاتها، أو صعوبة إثبات أركانها، لذا تم إقرار المسؤولية الجزائية من طرف المشرع الجزائري وكذا المصري. وهذه المسؤولية الجزائية تقوم على العون الاقتصادي في حالة ارتكابه سلوك جرمي يمس بحق المستهلك في الإعلام، وهذه الآلية تتمثل في تجريم عدم الإعلام بالأسعار، تجريم مخالفة النظام القانوني للوسم، تجريم عدم الإعلام بشروط البيع، تجريم الإشهار إذا كان غير مشروع، وكذلك تجريم الخداع أو محاولة الخداع المتعاقد، وهذه تعتبر كحماية لحق المستهلك في الإعلام، وحتى تتجسد هذه الحماية التشريعية لحق المستهلك في الإعلام، رصد المشرع الجزائري جهازا إداريا أوكل إليه مراقبة

الأعوان الاقتصاديين أثناء مباشرتهم لنشاطاته، وخول للإدارة القيام بإجراءات تحفظية لردع المخالفين لنصوص القانون.

وتتمثل الحماية الإدارية لحق المستهلك في الإعلام منح لأعوان الإرادة الموكله لهم المراقبة لمعاينة المخالفات الصفة الضبطية، والحماية القانونية أثناء تأدية مهامهم، وفي حالة اكتشاف المخالفة يقومون بتحرير محاضر لها حجية في الإثبات سواء على مستوى الهيئة الإدارية أو على مستوى السلطة القضائية.

كما خول لأعوان إدارة رقابة المنتوجات وقمع الغش على مستوى حماية حق المستهلك في الإعلام القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش القيام بالسحب المؤقت للمنتوج، إعادة المطابقة التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة، الأمر بتغيير المقصد، إنذار حائز المنتوج أو مقدم الخدمة بإزالة سبب عدم المطابقة، وفي حالة عدم إزالة عدم المطابقة يمكن حجز المنتوج، بالإجراءات القانونية التي تم توضيحها. أما القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في جريمة الإشهار غير المشروع القيام فقد خول هذا القانون للوالي المختص بناء على تقرير مدير التجارة على مستوى الولاية بالغلق الإداري للمحل التجاري.

كما خول القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إجراء مصالحة مع العون الاقتصادي وفق الشروط الموضوعية والإجرائية المحددة بنصوص القانون أعلاه، وفي حالة المصالحة يسدد العون الاقتصادي المخالف غرامة الصلح، وتنتهى إجراءات المتابعة القضائية، مع احتفاظ المستهلك المضروور بحقه في المطالبة بالتعويض، كما طبق غرامة الصلح القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فيما يتعلق جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

وعلى مستوى الجزاء الجنائي أقر المشرع الجزائري عقوبات ردية، تتمثل أساسا في الغرامة وشدد من قيمتها، وذلك لطابع الجريمة، فهنا العقوبة جاءت من جنس الجريمة، حتى تحقق الردع الكافي إلا في جريمة الخداع نجد كلا من التشريعين الجزائري والمصري جمعا بين الحبس والغرامة. كما أقر عقوبات تكميلية، ففي جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم أقر عقوبة المصادرة والشطب من السجل التجاري، في جريمة عدم الإعلام بالأسعار وعدم الإعلام بشروط البيع العقوبة التكميلية تتمثل في نشر الحكم، في جريمة الإشهار غير المشروع الحجز والمصادرة ونشر الحكم بالإدانة، أما في جريمة الخداع فعقوباتها التكميلية هي نفسها المطبقة على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

و نفس الآليات أقرها المشرع المصري سواء على مستوى الإجراءات أو على مستوى العقوبة، التباين الملاحظ يكمن في أن المشرع المصري أقر عقوبة الغرامة في الجرائم المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك المصري وعقوبة واحد هذه الجرائم، فيما يتعلق عقوبة جريمة الخداع فقد أحالها على النص المختص ذو الوصف الأشد صراحة.