

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية الحقوق و العلوم السياسية  
قسم الحقوق



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ليسانس أكاديمي

الميدان : الحقوق والعلوم السياسية

الشعبة: الحقوق

تخصص : قانون خاص

مقدمة من قبل الطالبة : الزاير أحلام

العنوان:

## حق الإعلام و فكرة العلم الكافي بالمبيع ( خيار الرؤية )

نوقشت وأجيزت بتاريخ .....

أمام اللجنة المكونة من السادة :

رئيسا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	الأستاذ: برفوق عبد العزيز
مشرفا ومقررا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	الأستاذ: طوايبي حسن
مناقشا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	الأستاذ: زرقاط عيسى

الجنة الدراسية 2013-2014

# الإهداء

أهدي ثمرة جهدي و عملي المتواضع هذا :

إلى روح والدي التي الثرى غط اها، إلى حبيبت ي التي رحلت و حرمت  
متعة النظر إلى محياها ، إلى كل الحنان و الحب ، إلى غاليتي التي فط  
فراقها فلب ي ، إلى جنة الأرض التي ما عدت أراها ، أحبك يا روعي  
و يا ملكة وجداني أدعو الله الله ربي لك بالرحمة و نعيم الجنة .

إلى حبيبي و فخري في هذه الحياة ، والدي الغالي الذي يدعمني و يقف  
إلى جانب ي دائما ، بتشجيعه لي و حرصه علي ، أحبك يا نور حياتي  
و يا أعز علي من قلب - ي ال- ذي ينبض بي - ن ضلك و عي ، أدام- لك الله  
و حفظك و شفداك

إلى أست اذي المش- رف الفاض- ل لعل هـ ذا العم- ل المتواضع يرق - ي  
إلى مستواه العالي .

إلى قط - رات الز- دى ، شم- وع حيات ي إخوت ي ، نادية ، كريمة ، الزاير-  
وفاء ، سليمة ، إيمان ، إلى آخر العنقود محمد الغالي .

و إلى عمي الغالي رشيد .  
و عم اتني و خالاتي و إبنة  
عمتي الغالية على قلبي سميرة .

إلى زوجة أبي زهية ، و إلى زوجة أخي منال

إلى كتكوتة و ياسمينة البيت رتاج و الصغير موسى .

# كلمة شكر و عرفان

أتقدم بشكري و إمتاني لأستاذي الكريم ،طوايبيه حسن  
الراقي علما و خلقها ، على مساعدته و دعمه لي ، بأراءه السديدة  
و توجيهاته القيمة ، التي أنارت لي طريق التقصي و البحث الجاد  
للوصول إلى عمل مثمر .

بفضله أزال كل ما إعترض طريقي من لبس أو عدم وضوح  
لبعض الأمور .

لكل تقديري و إحترام-ي لك أستاذي الكريم

أدعوا الله ربي لك بالمزيد المزيد من النجاحات

المقدمة

إن عقد البيع يعتبر أبو العقود جميعا و هو أسبقها ، لذا تناوله الفقه ف - ي أول العقود فهو أهم العقود و أكثرها تداولاً في كل مجتمع ، و يأتي موقعه أول العقود المسماة .

حيث تقوم فكرة البيع أساسا على الحاجة الملحة للإنسان أن يكتسب شيئا ليس لديه ، وهذا الإكتساب هو حاجة دافعة إلى ضرورة ملحة جعلت الإنسان من قدم عهده يلجأ إلى عملية البيع و الشراء تجاه كل الإحتياجات المعيشية .

و عقد البيع لم يكن معروفا قديما ، فلقد تفرغ عن المقايضة التي سبقته للوجود بحيث من خلالها يستطيع الفرد الحصول على ما يريد بمقايضة سلعة بسلعة .

و أخذت أهميته تزداد حتى أضحى من أهم العقود المدنية شيوعا في حياتنا المعاصرة كما أخذ مجاله يتوسع بعد التطور الكبير الذي خلقه الإنتاج الصناعي و تقدم الأساليب الخاصة بتوزيع و ترويج المنتجات بصورة لم يسبق لها مثيل .

كما تظهر أهميته في أنه السبيل الأمثل حتى يقوم الفرد بتصريف ما زاد عن حاجته و التزود بما يرغب في تملكه سواء كان إستحواذا أو من الإنتفاع حيث يعتبر أيضا وسيلة إتصال بين الإنتاج و الإستهـلاك .

و من أجل تنقيح و ترتيب و توضيح هذه العلاقة الإقتصادية قام المشرع الجزائري بإضافة حكم خاص إلى القواعد العامة يقضي بضرورة توفر علم المشتري بالمبيع - ع ليصح عقد البيع ، حيث تخلف هذا الشرط يؤدي إلى قابلية العقد للإبطال .

## المقدمة

و يعتبر العلم الكافي بالمبيع علما كافيا حسب المادة 352 من القانون المدني الجزائري هو إشمال العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن من التعرف عليه .

و يعتبر بعض الفقه أن دلالاته تظهر من خلال المغزى من هذا الشرط و هو ضمان تنوير إرادة المشتري في كل ما يتعلق بالمبيع . للوصول إلى رضا سليم بالشراء ، فواجب العلم بكل مميزات المبيع وقت إبرام العقد أو قبله .

فبحسب الأصل يتحقق العلم بالمبيع برؤيته ، و يدنوا هذا المعنى من خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية ، و الغرض منه هو ما يتحقق لأحد المتعاقدين عند الرؤية ، من الحق في فسخ العقد أو الرضا به و إمضائه . بعد الإطلاع عليه و معاينته بحيث تمكن المشتري من الإطلاع على كل ما يخص المبيع معرفة تامة .

و يقابل العلم الكافي بالمبي - ع الحق في الإعلام و هو حق يتمثل في إلزامية وجوب علم المستهلك.

فلقد كان في السابق و إلى غاية منتصف القرن 20 تطغى على فكرة حماية المستهلك إتجاهات تعتمد على مبدأ أن عبء حماية المستهلك يقع على عاتقه عملية التأكد من كل شيء يقتنيه ، وكذا الإحتياط و حماية نفسه بنفسه .

و لقد تطور هذا المفهوم بعد بروز الحركة الجموعية ، و جمعيات حماية المستهلك إلى مفهوم " دع شركات الإنتاج و التسويق تتحمل تبعة السلع المعيبة "

أضحى الإعلام اليوم وسيلة و جواز سفر بين الأفراد و أصبحت وسائله عوامل للتنمية الإقتصادية عن طريق المساهمة بالإشهار التجاري و الصناعي .

## المقدمة

لذلك يعتبر حق المستهلك في الإعلام هو المفهوم الأشمل و الأوسع نطاقا لمفهوم العلم الكافي بالمبيع .

كما يشكل مفهوم الحق في الإعلام إرتباط قوي و متين الصلة بجرية الإعلام التي تمثل إمتدادا لهذا الحق .

فالحق في الإعلام لا يتوقف فقط على معرفة الأفراد بجرية إستقبال المعلومات المتوفرة ولكن يشمل أيضا مدى الصلاحية القانونية التي تقيدها المعلومات الحقيقية .

كما للدولة أن تضم - ن تواج - د ح - ق المستهلك بتنظي - م قان وني يطبق على - ي المص در و ممارس - ة رقاب - ة عليه ، يمكن أن يتوافق مع وضع أحكام تعطي الفرصة للمنتج أو المخترع من إستخ - دام وسائل الإيع - لام في شك ل دعاية أو تروي - ج لأي منتج .

كما قد يتمثل حق الإعلام في شكل وضع علامة رئيسية أو وسم على غلاف السلعة ذات الجودة مما يساعد ذلك و يسهل على المستهلك عملية الفرز بين مختلف السلع ليستشف ما بداخلها .

لئما ألزم المشرع على المنتج أو الموزع مراعاة الطرف الضعيف (المستهلك) لعدم إلمامه ه بالكثير من المعلومات التقنية الدقيقة مما يوجب الإهتمام بانتقاء الألفاظ وكذا العبارات و اللغة المناسبة أو الرموز فيما يتعلق بجودة المنتج المعروض للإستهلاك .

## المقدمة

و لقد قرر المشرع قوانين لحماية حق المستهلك في الإعلام منها :

- قانون رقم 02-89 مؤرخ في 07 فبراير سنة 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك جريدة رسمية عدد 06 لسنة 1989 (الملغى) .

- قانون 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 متعلق بقانون حماية المستهلك و قمع الغش جريدة رسمية عدد 15 ، الصادرة في 08 مارس 2009 .

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش جريدة رسمية عدد 05 لسنة 1990 .

و للأهمية البالغة التي يجب أن نوليها لمثل هذه العقود الحساسة ، إرتأينا في هذا الموضوع إلى وجوب التطرق و تسليط الضوء على أهم النقاط و الجوانب، حيث أن المشرع الجزائري حين أضاف إلى كل الإلتزامات السابقة هذا الإلتزام الخاص بعقد البيع كان غرضه حماية الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية وصولا لحماية رضاه و ذلك بوجوب حصوله على المعلومات الضرورية و الأساسية المتعلقة بالمبيع.

و أيضا من أجل توضيح العلاقة التوافقية بين حق إعلام المستهلك و مدى فكرة العلم الكافي بالمبيع و كيف تناول المشرع و الفقه عموما هذا الجانب الذي يهدف فيه دائما إلى ضرورة خلق حماية كافية و وافية للمستهلك الذي يفترض عدم إلمامه بالسلعة أو المنتج المعروض للإستهلاك .



و قد حاولنا قدر الإمكان الإحاطة بأحكام العلم الكافي بالمبيع ، وكذا الإلتزام بإعلامه و الشروط الواجب توفرها و الجزاءات التي تترتب عند تخلفها .

وتم طرح الإشكالية التالية : مامدى تأثير حق الإعلام وفكرة العلم الكافي بالمبيع على رضا المستهلك في ظل التشريع الجزائري ؟

و ترتبت عنها هذه التساؤلات الجزئية :

- إلى أي حد يتداخل معنى العلم الكافي بالمبيع بحق الإعلام؟

. و ماهي الجزاءات التي رتبها المشرع عند إخفاء المحترف أو البائع الحقائق و المعلومات التقنية الدقيقة على المستهلك ؟ .

وفيما يخص الدراسات السابقة التي تناولت مثل هذا الموضوع ، فلا يوجد ، حيث لم يتم تناول هذا الموضوع من قبل و بهذه التركيبة و لكنني إطلعت على مذكرة ماجستير بعنوان : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة . من إعداد الطالب : زويير أرزق - ي جامعة مولود معمري تيزي وزو سنة ،2011 .

و مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية و الإدارية بعنوان :

المسؤولية المدنية للمنتج وفقا لأحكام القانون الجزائري المدني ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، معهد العلوم القانونية و الإدارية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة اليسانس في العلوم القانونية و الإدارية ، من إعداد الطالب : شرياف محمد

## المقدمة

و لقد إنتهجنا لدراسة هذا الموضوع المنهج التحليلي الذي يقوم على تحليل محتوى الموضوع و توضيح و تحديد عناصره .

و تم إتباع الخطة التالية :

المقدمة

المبحث الأول : فكرة العلم الكافي بالمبيع

المطلب الأول : ماهية العلم الكافي بالمبيع في القانون الجزائري

الفرع الأول : تعريف العلم الكافي بالمبيع

الفرع الثاني: نطاق العلم الكافي بالمبيع

المطلب الثاني : أحكام العلم بالمبيع في القانون الجزائري

الفرع الأول : شروط تحقق العلم بالمبيع

الفرع الثاني : جزاء عدم تحقق العلم الكافي و أساسه

أ - الجزاء

ب - الأساس

المبحث الثاني : الإلتزام بإعلام المشتري و حقه في العلم الكافي (المستهلك) .

المطلب الأول : مفهوم الإلتزام بالإعلام

## المقدمة

---

الفرع الأول : تعريف الإلتزام بالإعلام

الفرع الثاني : طبيعة و نطاق الإلتزام بالإعلام

الفرع الثالث : أساس الإلتزام بالإعلام

المطلب الثاني : حق المستهلك في الإعلام

الفرع الأول : تعريف المستهلك

الفرع الثاني : أنواع الإلتزام بإعلام المستهلك

الفرع الثالث : شروط وكيفيات إعلام المستهلك

المطلب الثالث : علاقة العلم الكافي و حق المستهلك في الإعلام

الفرع الأول : نطاق العلم الكافي و الحق في الإعلام

الفرع الثاني : جزاء تخلف حق المشتري في الإعلام و حقه في العلم الكافي

الخاتمة

المبحث الأول

فكرة العلم الكافي بالمسيح

### المبحث الأول : فكرة العلم الكافي بالمبيع

سنتناول في هذا المبحث مطلبين و سنتطرق فيهما أولا المطلب الاول ماهية العلم الكافي بالمبيع

في القانون الجزائري و المطلب الثاني : أحكام العلم بالمبيع في القانون الجزائري .

### المطلب الاول : ماهية العلم الكافي بالمبيع في القانون الجزائري

و سيكون مجرى حديثنا في هذا المطلب حول تعريف العلم الكافي بالمبيع و نطاق العلم الكافي بالمبيع.

### الفرع الاول : تعريف العلم الكافي بالمبيع في القانون الجزائري

فقـ د إـشـ ترطـ المشـ رعـ وجوب علم المشـ - تري بالمبيع علما كافي - ا مع بي - ان جمي ع

اوصافه الاساسية.

كما أن العلم بالمبيع قد يتحقق إما عن طريق الإبصار إن كان المبيع من المرئيات أو بحاسة الشم

إذا كان مما يشم كالروائح العطرية أو عن طريق التذوق إذا كان من الأطعمة مثلا ( عسل النحل ) .

كما أن المعاينة تتم بمعرفة المشتري نفسه أو ممن ينوب عنه ، حيث أن الإنابة في حالة عجز المشتري

عن قيامه بالمعاينة بنفسه ضرورة ، أيضا في حالة بيع و كان المشتري أعمى و المعاينة تحتاج

إلى الرؤية .

كما يلاحظ أيضا من خلال المادة 352 الفقرة الأولى أن المشرع لم يجعل الرؤية هي الطريق

الوحيد لتحقيق العلم الكافي بالمبيع بل هناك سبيلين آخرين هما :

أولا : إشمال عقد البيع على بيان كافة أوصاف المبيع الأساسية بيانا يمكن التعرف عليه .

حيث أن القانون جعل الوصف يعادل الصورة التي تصل المشتري عند التعاقد من خلال معاينته للمبيع.<sup>1</sup>

و السبيل الثاني : هو إقرار المشتري في عقد البيع بعلمه بالمبيع حيث نجد في نفس

المادة 352 فقرة (2) إقرار المشتري بعلمه بالمبيع عند التعاقد يسقط حقه في طلب إبطال العقد

على أساس عدم علمه بغض النظر عن علمه من عدمه حقيقة فيكفي إقراره بالعلم ليسقط حقه في الطعن

أما في حالة ثبت أن إقرار المشتري في العقد بعلمه بالمبيع حصل بسبب غش (و تدليس)

من البائع ، حيث أن البائع قام بإطلاعه على خلاف حالة المبيع الحقيقية و أوهمه بعدم وجود

أي عيب فيه ، ففي هذه الحالة لا يمنع المشتري من الطعن في العقد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني ، عقد البيع و المقايضة ، دراسة مقارنة في القوانين العربية المرجع السابق، ص 57، 58 .

<sup>2</sup> - محمد شريف عبد الرحمان أحمد عبد الرحمان ، مطول القانون المدني في عقد البيع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ص 159 .

و على النقيض الآخر في الشريعة الإسلامية أيضا يثبت خيار الرؤية للمشتري ، بحيث تجيز للمتعاقد في حالة تعاقد على شيء لم يره حق الفسخ أو إمضاء العقد و الرضا بما تدم .  
مثلا : إذا إشتري شخص حرار يحتاجه في أرضه و لم يره كان له الحق عند رؤيته أن يمضي العقد أو يفسخه إن وجده يخالف الوصف الذي وصف به عند التعاقد .

بمعنى أن العلم بالمبيع عن طريق بيان أوصافه و إن كان نافيا للجهالة فإنه لا يسموا

إلى العلم به عند رؤيته ، لأن رؤية الشيء المتعاقد عليه تستلزم الدقة و الشمولية الوافية

لتحقق العلم<sup>1</sup>

فخيار الرؤية و ثبوته لم يكن محل وفاق بين الفقهاء ، فقد أجازة الأحناف ، وأستدلوا

بقول الرسول عليه الصلاة والسلام « من إشتري شيئا لم يره فله الخيار إذا رآه » .

أما الشافعية منعوا خيار الرؤية إذ يرون أن العقد لا يصح على مبيع غائب فعدم مشاهدة

المعقود عليه يؤدي إلى جهالة، فقد صنفوه على أنه نوع من الغرر و قد نهى عنه الرسول.

كما أن وقت ثبوت خيار الرؤية هو وقت الرؤية لا قبلها ، هذا حتى لو أجاز البيع قبل الرؤية

و رضي به فله الحق برد العين إذا رآها لأن نزوله عن الخيار قبل أن يثبت له لا يعتد به .

<sup>1</sup> - محمد السعيد جعفرور ، الخيارات العقدية في الفقه الاسلامي ، كمصدر للقانون المدني الجزائري ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع

و العقد غير لازم للمشتري عند قيام خيار الرؤية وله الرجوع عنه بالفسخ بعد الرؤية كما يحق له أيضا حتى قبلها .

و عدم إلزامية العقد للمشتري قائمة أساسا على فكرة الغلط ، التي يفترض فيها أن المشتري لم يجد المبيع على الحالة التي تناسب و الغرض المنشود .

و يسقط خيار الرؤية عندما يرى المشتري العين المباعة ، كذلك بموت المشتري قبل أن يختار و بهلاك المبيع كله او بعضه و أيضا بتصرف المشتري في المبيع .<sup>1</sup>

### الفرع الثاني : نطاق العلم الكافي بالمبيع .

إن علم المشتري بالمبيع يتحقق بالوجه الذي يناسبه و حسب طبيعة المبيع

سواء كان عن طريق الشم أو الإبصار أو التذوق ، و مادامت المعاينة قد تمت بطريقة وافية و كافية ، بحيث تسهل من عملية التعرف عليها و بعناية الرجل العادي و لو لم يتحقق العلم .<sup>2</sup>

علم المعتبر من جانب المشتري هو العلم السابق لإنعقاد العقد ، شريطة يكون المبيع إلى وقت العقد بنفس الحالة التي كان عليها وقت علمه به .

<sup>1</sup> - محمد السعيد جعفر ، الخيارات العقدية في الفقه الاسلامي ، المرجع السابق ، ص 76 ، 77 .

<sup>2</sup> - د.سي يوسف زاهية حورية ، الواضح في عقد البيع ، دراسة مقارنة ومدعمة بإجتهاادات قضائية و فقهية، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر ص،73،72



و العلم بالمبيع يختلف عن تعيينه من حيث الهدف و الوسيلة ، ففي مسألة تعيين المبيع يعتبر التعيين شرط أساسي و الغرض منه هو تعيينه (المبيع) تعيينا وافيا يميزه عن غيره ، أما الغاية من العلم من المبيع هو الوصول لتحقيق سلامة رضا المشتري و أن يكون على بينة مستوفية لكل ما يتعلق بهذا المبيع .

أ - قد يكون المبيع معين تعيينا وافيا دون العلم به لدى المشتري و تحقق أحد الأمرين لا يغني مطلقا من تحقق الغاية الأخرى .

فمثلا من باع منزلا و أشتمل الوصف على تعيين موقعه بذكر الحي، الشارع، و رقم المنزل مع تحقق التعيين قد لا يتوافر لدى علم المشتري الصورة الواضحة في ذهنه عنه ، فهناك أمور لم تتحقق حتى بالرغم من تعيين المنزل ، كمقدار المساحة الكلية له ، عدد الغرف ... إلخ

فحسب المادة 352 الفقرة 1 : (إذا احتوى العقد د على بي - ان المبي - ع و أوصافه

الاساسية بي - انا يمكن من التعرف عليه ) .

و نخلص هنا أن المشرع قد وسع في مقصود العلم بالمبيع و جعل الوصف الدقيق للمبيع

يقوم مقام الرؤية ، و هذا يتواءم مع المذاهب الثلاثة بخلاف المذهب الحنفي .

فمعيار التفرقة بين التعيين المبيع و العلم به لا يزال قائماً ، يكفي في تعيين المبيع أن يكون معروفاً

بذاته لا لبس فيه ، أما العلم بالمبيع فيجب أن يتوافر المبيع قانوناً على بيان الأوصاف الأساسية بيانا

يمكن المشتري من التعرف عليه وهل يحقق الغرض المرجو منه والذي من أجله يسعى إلى شرائه.

. أما إذا كان المشتري في عقد البيع عالماً بالمبيع و أقر بذلك سقط حقه في طلب إبطال البيع

بدعوى عدم العلم و أُستثنى من هذا في حالة كان البائع غاشياً ، بحيث وصف المبيع

على غير الحقيقة التي هو عليها أساساً<sup>1</sup>.

كما في حالة إشتري شخص شيئاً لم يعاينه و لم يحتوي في العقد بيان أوصافه الأساسية

لكنه أقر في العقد بأنه عالم به كان إقراره بمثابة العلم .

فالإقرار بالعلم للمشتري إما أن يتوافق مع الواقع و يتحقق العلم فعلاً أو أن يخالفه

فيستخلص أن المشتري لا يولي أهمية على علمه بالمبيع ، أو بتنازله عن حقه بالطعن في العقد .

<sup>1</sup> - د نبيل إبراهيم سعد ، العقود النمسة عقد البيع ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية 2004 ، ص 112 ، 113 .

و هنا المشرع خالف فقهاء الشريعة الإسلامية ، فهم لا يجيزون التنازل عن الخيار قبل الرؤية و في حالة وقوع المشتري في تدليس ، من طرف البائع بحيث أوهمه بشيء و باعه شيئاً آخر هنا لا يعتد بهو لا قيمة لإقراره و له التمسك بإبطال البيع لواقعة التدليس لا للغلط .<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - د نبيل إبراهيم سعد ، العقود النمسماة عقد البيع ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية 2004، ص، 113. 114.

### المطلب الثاني : أحكام العلم بالمبيع في القانون الجزائري

تطرق المشرع الجزائري في نص المادة 352 ق م أن حق العلم بالمبيع هو حق منح للمشتري دون البائع ، فالبائع في حالة عدم علمه بالمبيع علما كافيا ، فمثلا في حالة إذا ورث هذا المبيع ثم قام ببيعه دون أن يراه لا يحق له طلب إبطال البيع ، فعلم المشتري هو العلم و الدراية السابقة له ذا المبيع بمعينته ، بحيث تمكن هذه المعاينة من التعرف ، كما يعتبر العلم إذا إشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه .

### الفرع الأول : شروط تحقق العلم بالمبيع .

و جاء في نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري : أنه يجب أن يتضمن المبيع بالنسبة

للمشتري العلم الكافي الذي يمكنه من التعرف عليه و ذلك بإشتمال العقد على بيان المبيع و كذا أوصافه الأساسية .

أيضا جاء في الفقرة الثانية من نفس المادة 352 ق م أنه إذا ذكر في ذات العقد أن المشتري

عالم بالمبيع فإن حقه في رفع دعوى طلب إبطال البيع بسبب عدم العلم به يسقط ، إلا في حالة

أثبت أنه وقع في غش (تدليس) من طرف البائع<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد حسنين ، عقد البيع في القانون المدني الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، طبعة الخامسة، الجزائر ، سنة 2006 ، ص55

و نستخلص أن شروط تحقق العلم بالمبيع :

### الشرط الأول :

رؤية المبيع : و هذا يتفق مع خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية ، و تتحقق المعاينة (الرؤية)

بحسب ما يتفق مع طبيعة المبيع ، إما بالإبصار إذا كانت طبيعته تقتضي ذلك للتحقق من جودته

و خلوه من أي عيب ، أو بالشم كالروائح أو بالتذوق إن كان طعاما أو شرابا ، أو باللمس

إذا كانت طبيعة المبيع تستلزم ذلك كالقماش .

### الشرط الثاني :

وصف المبيع وصفا وافيا يمكن من التعرف عليه : فالمشرع قد جعل وصف المبيع في العقد

وصفا نافيا للجهالة مساويا لرؤية المبيع ، و القانون هنا يخالف أحكام خيار الرؤية في الفقه الحنفي

، إذ فيه يثبت خيار الرؤية في البيع مادام المشتري لم يرى المبيع ، و لو تضمن العقد وصف المبيع

وصفا كافيا ، بل حتى لو وجد المشتري المبيع مطابقا لما وصف به .

### الشرط الثالث :

إقرار المشتري عند التعاقد علمه بالمبيع : و طبقا لنص المادة 352 الفقرة الثانية التي تنص :

إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى

أكان عالما بالمبيع فعلا أو غير عالم به ، ذلك لأن العلم بالمبيع يتوافر فعلا في الحالة الأولى .

أما الحالة الثانية يفيد الإقرار أن المشتري لا يعلق أهمية كبرى على علمه بالمبيع أو أنه ينزل عن التمسك بالطعن في البيع لعدم العلم ، و هذا يخالف أحكام الشريعة الإسلامية ففي خيار الرؤية لا يحق له التنازل عن الخيار قبل الرؤية<sup>1</sup>.

و في حالة أثبت المشتري أنه وقع في تدليس و غش من طرف البائع ، فالبايع و من خلال الوصف الذي أعطاه له عند التعاقد قد أوهمه بخلاف الواقع و طبيعة المبيع الحقيقية فهنا لا يمنع و لا يسقط حق المشتوي في الطعن .

فالعلم الكافي بالمبيع هو شرط لسلامة رضا المشتري و في حالة تخلفه يعد غلطا في صفات المبيع الجوهرية ما يرتب فابلية هذا العقد للإبطال<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني : جزاء عدم تحقق العلم بالمبيع و أساسه

#### أ- الجزاء :

إن جزاء عدم تحقق العلم بالمبيع هو فابلية -ة العقد للإبطال و الإبطال هنا يطلان نسبي و هذا يخالف الحكم في الفقه الإسلامي الذي يجعل أثر ثبوت خيار الرؤية لمن يثبت له حق إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية محل العقد فالجزاء هو الفسخ و ليس القابلية للإبطال .

<sup>1</sup> - د محمد صبري السعدي ، المرجع السابق ، ص 58

<sup>2</sup> - د محمد صبري السعدي ، المرجع السابق، ص 58 .

و من ثم يكون عقد البيع الذي لم يتحقق فيه علم المشتري بالمبيع على النحو السابق صحيحا و منتجا لآثاره حتى يقضي ببطلانه ، و يقتصر التمسك بالإبطال على المشتري و بالتالي لا يستطيع البائع أن يستند إلى عدم علمه هو بالمبيع لأن البطلان مقرر لمصلحة المشتري .

فمثلا : إذا باع شخص عينا لم يرها كأن تكون هذه العين قد ورثها و باعها دون رؤيتها ، و رغم هذا لا تقبل منه دعوى الإبطال لعدم رؤيته و لكن يثبت له الحق في طلب الإبطال على أساس وجود الغلط متى توفرت شروطه<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - د/ رمضان أبو السعود ، شرح العقود المسماة في عقدي البيع و المقايضة ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية 2000 ص ، 93 ، 94 .

و تتضح صلة عدم العلم بالمبيع و الغلط في عدة نقاط :

### أولا :

أن كل منهما، الغلط و عدم العلم بالمبيع له صلة برضا العاقد بحيث لا يتأتى الرضا إلا إذا كان قائم على بينة بطبيعة المبيع الحقيقية .

### ثانيا :

إن تخلف بيان ذكر الأوصاف الأساسية للمبيع يعتبر من قبيل عدم العلم ، كما أن وقوع الغلط يعتبر عنصر فعال في صفة هذا المبيع و بالسلي يعتبر جوهريا في إعتبار كل من المتعاقدين .

### ثالث :

يعتبر عدم العلم بالمبيع و تخلف ذكر الأوصاف الأساسية له التي تمكن من التعرف عليه بيانا شاملا و يتحقق معه رضا العاقد بماهية المبيع و وقوع الغلط الذي كان سببا في دفعه على التعاقد ، و أن كل منهما يتعلق بصحة العقد حيث يترتب عنهما تباعا الجزاء نفسه و هو قابلية العقد للإبطال .

و لهذا إتجه جانب من الفقهاء إلى أنه و بالرغم من أن أحكام العلم بالمبيع هي مستمدة

من الشريعة الإسلامية ، إلا أن هذا لم يمنع من أن تتفق مع المبادئ العامة في القانون المدني

لأن علم المشتري الكافي بالمبيع يمنع من وقوعه في الغلط ، أما بالنسبة للبائع فيفترض علمه بالمبيع .



و رأى البعض الآخر إلى إبطال العقد لعدم توفر العلم الكافي بالمبيع يختلف عن إبطال العقد لحدوث غلط ، فنص المادة واضح بمنح المشتري الحق في طلب الإبطال حتى ولو لم يكن هناك غلط ، يكفي تخلف العلم بالمبيع أو ما يقوم مقامه حتى يتعلق حقه بإبطال البيع<sup>1</sup>.

و الرأي الراجح أن مدى الإرتباط بين عدم العلم بالمبيع و الغلط يستلزم عدم إغفال الفروق الجوهرية بينهما ، لأن معيار الغلط في أساسه يعتبر معيار ذاتي ، و لهذا فتقييم الصفات الجوهرية تكون بتقييم شخصي محض ، أما فيما يخص تقدير الصفات الأساسية للمبيع و التي تعتبر من قبيل العلم بالمبيع ، فيكون التقدير موضوعي ، الغاية المنشودة منه ، هو التحقق من أن المبيع قد حقق القصد المطلوب .

و ما يلاحظ أن المشرع قد وضع شرط العلم بالمبيع ليعزز الحماية اللازمة للمشتري

حيث يتوافق هذا مع ساسته العامة في تنظيم أحكام عقد البيع .

و لهذا فعدم تحقق العلم الكافي للمشتري ببيان أوصافه و كل مشتريات المبيع ، يحق للمشتري

طلب إبطال العقد حتى في حالة لم يكن إقدامه على الشراء نتيجة غلط ، بمعنى هو نتيجة تصور

المبيع على غير الحقيقة.

<sup>1</sup> - نبيل إبراهيم سعد ، المرجع السابق ، ص 114. 115.

و النتيجة هنا أنه مجرد عدم علم المشتري بالمبيع يكفي ، و لذلك إثبات البائع في هذه الحالة عدم وقوع المشتري في غلط ، ليحول دون إبطال العقد .د لا يجدي نفعا ، بل كان عليه أن يكون واضح من البداية بإعلام المشتري ، بذكر كل الأوصاف و المميزات الأساسية للمبيع ، أو أن يجعل المشتري يقرر علمه بالمبيع في العقد .<sup>1</sup>

### (ب) - الأساس :

لقد اختلف الفقهاء في تفسير أساس بطلان العقد لعدم العلم في مجال بيان إرتباط شرط العلم بنظام الغلط ، فالبعض منهم أسس ذلك على أنه مجرد تطبيق لنظام الغلط ، أما البعض الآخر فإعتبره أمرا مكملا لهذا النظام، و جانب آخر يرى أن البطلان مكنة تستقل عن القيود التي يقيد بها الطعن الغلط .<sup>2</sup>

ووفقا للقانون المدي الجزائي يثبت للمشتري الحق بخيار الرؤية ، في حالة ما لم يتم دليل ووفقا لرؤية المشتري للشيء المبيع ، و ما لم يقرر في العقد أنه على علم به .

<sup>1</sup> - نبيل ابراهيم سعد ، المرجع السابق، ص 115، 116 .  
<sup>2</sup> - د .محمد صبري السعدي ، المرجع السابق .ص 61

و هذه الحالة إعتبر القانون فيها أن المشتري ، قد وقع في غلط جوهري في شأن المبيع ، أساسه أن المشتري عندما رأى الشيء بعد إبرام العقد قد وجده غير كاف لتحقيق الغرض الذي كان يرمي إلى تحقيقه من وراء إمتلاكه لهذا الشيء ، و من ثم أجاز له القانون أن يطلب إبطال العقد وفقا للأحكام العامة في نظرية الغلط

لكن هذا الغلط يختلف عن الغلط الذي يعتبر عيبا في الإرادة ، ووجه الإختلاف بينهما أن الغلط الذي أساسه إنعدام الرؤية مفترض ، و يكفي للمشتري أن يدعى أن -ه لم يري المبيع و لم يعلم به قبل إبرام العقد حتى بأخذ القاضي بقوله ، و أن هذا الغلط خاص بقدرة وفاء العين المبيعة للقصد المنشود تحقيقه منها .

في حين أن الغلط الذي يعتبر عيبا في الإرادة ، فهو لا ي -فترض و إنما على المش -تري إقامة الدليل على وقوعه بالغلط و أنه لولا ه - ذا الغلط لما تعاق - د بالشروط التي قبلها نتيجة لوقوعه بالغلط .

إضافة إلى أن الغلط كعيب من الارادة يجب أن يكون في صفة جوهريه للشيء محل العقد وأن يكون الغلط في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - د- خليل أحمد حسن قدامة ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، عقد البيع ، جزء الرابع ، طبعة ثالثة سنة 2003 ، الجزائر ، ص 325

و رأى جانب آخر من الفقه إلى وجوب النظر إلى إبطال البيع لعدم العلم بالمبيع إستقلالاً عن أحكام الغلط ، إذ يكفي للإبطال بسبب عدم العلم أن يقوم المشتري بأن يثبت أنه لم يعلم بالمبيع ، فمجرد عدم العلم يعطيه الحق في طلب الإبطال إعتقاداً على هذا السبب حتى ولو لم يقع في غلط ، و يمكنه طلب الإبطال دون أن تتوافر شروط الغلط حينها ليس على المشتري إثبات وقوعه في غلط ، ولا أن يثبت أن المتعاقد الآخر قد وقع مثله في هذا الغلط أو كان على علم به أو كان من السهل عليه أن يتبينه كما تقضي بذلك أحكام الغلط .

و مؤدى هذا الرأي الصائب في الفقه أن شرط العلم بالمبيع شرط مستقل لصحة رضا المشتري و يعود إلى هذا الرأي الفضل في تنبيه الأذهان إلى أن المشرع أراد أن يعطي أكبر قدر من الحماية على رضا المشتري ، و لاشك أن مقصد المشرع في هذا الصدد جدير بالتأييد فالمشتري و لأته الطرف الضعيف في علاقات البيع و خاصة غني هذه المرحلة ، حيث تتسم فيه ظروف التعاقد على البيع بإنعدام المساواة بين البائع و المشتري سواء كانت هذه المساواة إقتصادية أو فنية في مواجهة المعلومات ، فالبائع أصبح بائعاً محترفاً أو مهنياً يعلم تفصيلات السلعة التي عرضها قصد البيع بينما يبقى المشتري مجرد مستهلك لمثل هذه السلعة مع جهله لخصائصها و كذا مكوناتها حيث تظهر أهمية الق-ول بتج-اوز الحماية التقليدية لرضا المشتري عن طريق عيوب الإرادة المعروفة و إشتراط علمه بالمبيع لضمان سلامة الرضا الصادر منه .

و هذا ما يتوافق مع الإتجاهات الحديثة في القضاء و التشريع المقارن و التي تسعى إلى مواجهة

انعدام المساواة المشار اليها خارج النطاق التقليدي لعيوب الإرادة ، كطريقة تقليدية لحماية

الإرادة التعاقدية<sup>1</sup>

و لقد اتجه القضاء المقارن يسانده الفقه الى البحث لإيجاد سبل جديدة لحماية الطرف الضعيف

في العلاقة العقدية و تتمثل إحدى هذه الوسائل هي إقرار القضاء بوجود التزام قبل تعاقدي

بالإعلام يقع على عاتق المتعاقد الذي يوجد في مركز القوة من الناحية الاقتصادية أو من ناحية

ما يتوافقو لديهم من معلومات ، و هو غالبا المتعاقد المهني أو المحترف حيث يتقرر هذا الإلتزام لصالح

المتعاقد الآخر و الذي يفترض انه الطرف الضعيف الذي يبحث عن المعلومات المتعلقة بموضوع

العقد الذي يسعى لإبرامه و السلعة التي يرمي الحصول عليه .

و لقد ذهب إلى ما هو أكثر من ذلك، فالمعلومات الدقيقة تبقى بلا جدوى إذا لم يتم

إستغلالها و تفحصه. من طرف الذي قدمت إليها .

لذا منح المشرع الفرنسي فترة للتروي أو للتفكير في هذه المعلومات ، بحيث يترتب على ذلك

رضا المتعاقد صادر عن تروي و تفكير فيما يخص المعلومات المقدمة له من الطرف المتعاقد الآخر .

<sup>1</sup> - د/محمد حسن قاسم ، القانون المدني ، العقود المسماة ، البيع- التأمين(الضمان)- الإيجار ، دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت لبنان، 2007 ، ص 98 .

و في خضم هذه الإتجاهات يذهب رأي حديث في الفقه المصري و هو الرأي الراجح للتأييد و هو أن شرط العلم الكافي و البطلان المقرر جزاء لتخلفه يمثل تطبيقا مثاليا مباشرا للقانون المصري للإلتزام بالإدلاء بالمعلومات و كذا البيّنات الضـرورية عن إدبـرام العقـود لصحة و تنـوـر رضا المتعاقـد .

لثما يتضح من خلال هذا الإتجاه أن الإبطال هنا هو أثر مترتب على عدم العلم ، كما يتضح من خلال هذا الإتجاه أن الإبطال هنا هو أثر مترتب على عدم العلم ، فهو يخرج من نظرية الغلط و لا يتوجب على المشتري إثبات وقوعه في غلط جوهرى فضلا عن أنه أولى من أن نقرب هذا البطلان إلى نظام لم يقيم دليل على قصد الشارع بالرجوع إليه ، و ما كان قد تميز البيع بشرط العلم الكافي و كان قد إكتفى بالقواعد العامة في الغلط .<sup>1</sup>

و خلاصة هذا الرأي أن البطلان المنصوص عليه في المادة 2/352 من القانون المدني الجزائري و تقابلها المادة 2/419 من القانون المدني المصري ، جزاء عدم العلم الكافي حيث يعتبر جزاء مستقل لا يدخل في نطاق نظرية الغلط ، إنما هو جزاء مترتب عن عدم تنور رضا المشتري بأوصاف المبيع نتيجة لإخلال البائع بالتزاماته او هو الإدلاء بكل مشتملات و مميزات المبيع عند إبرام العقد .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - د/ محمد حسن قاسم ، المرجع السابق، ص 99،98 .  
<sup>2</sup> - د/محمد حسن قاسم ، المرجع سابق ، ص 100 .

المبحث الثاني

الإلتزام بإعلام المشتري وحقه في العلم الكافي (المستهلك)

### المبحث الثاني: الإلتزام بإعلام المشتري و حقه في العلم الكافي

يقع على عاتق المحترف و خاصة البائع المتخصص إلتزاما آخر إضافة إلى كل الإلتزامات

السابقة ، يتجلى في واجب الإعلام للمشتري بكل متعلقات المبيع و هذا مرتبط بحماية

المستهلك و هو إلتزام وضعه القضاء يقضي بإلزام الطرف الأكثر تخصصا و دراية بإبلاغ الطرف المقابل بموضوع العقد .

و سنعرج في هذا المبحث على مفهوم الإلتزام بالإعلام و كذا طبيعته

و نطاقه و أحيانا أساسه

### المطلب الأول : مفهوم الإلتزام بالإعلام

و سنتناول في هذا المطلب توضيح مفهوم الإلتزام بالإعلام ، تعريف الإلتزام بالإعلام

ثم طبيعته و نطاق الإلتزام بالإعلام ثم أساس هذا الإلتزام .



### الفرع الأول : تعريف الإلتزام بالإعلام

يعتبر الإلتزام بالإعلام هو من خلق القضاء ، حيث يلنزم فيه الطرف المتخصص بإيفاد الطرف الآخر بكل البيانات المتعلقة - ة بموض- وع العق- د ، وه- ذا ما ه- و واجب و منصوص عليه في قانون العقود ، حيث يفترض على كل متعاقد علمه الكافي بما هو معروض عليه ، و ذلك تطبيقا للقواعد العامة .

وإعلام المستهلك ليست بالفكرة الجديدة ، فقد تناولت الشريعة الإسلامية

هذا تحت ما يسمى ب " بخيار الرؤية " <sup>1</sup>

و تناولها القان ون المدني الجزائي- ري في المادة 352 ، وأيضا في المادة 03 و04 من القانون

89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 ، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ( الملغى ) .<sup>2</sup>

و قان ون 03-09 الم- وُرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك ، و ق-م ع الغ ش

حيث جاء في نص المادة 17 منه على : " يجب على كل متخل أن يعلم المستهلك بكل

المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ، ووضع العلامات أو بأي

وسيلة أخرى " .<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - د/ سي يوسف زاهية حورية ، المرجع السابق ، ص ، 326 .

<sup>2</sup> - جريدة رسمية ، عدد 06 لسنة 1989 .

<sup>3</sup> - جريدة رسمية ، عدد 15 ، لسنة 2009 .

كما إشتملت المادة 18 من نفس القانون على ضرورة أن تحرر بيانات الوسم و طريقة

الاستخدام و كذا دليل الاستعمال و شروط الضمان و كل معلومة .<sup>1</sup>

و يرتب مخالفة هذا النوع من الإلتزامات في العقود ، عيبا لرضا المستهلك ، يعتبر الفقيه

juglar هو أول من تعرض لهذا الإلتزام سنة 1945 .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - المادة 17 من ، جريدة رسمية عدد 15 ، الصادرة في 8 مارس 2009 .

<sup>2</sup>- juglar,l'obligation de renseignement dans les contrats, Revue trimestrielle de droit- civil,n°9 , 1945.p5

لم تعرف التشريعات الحديثة الإلتزام بالإعلام بل إقتصرت على الإشارة إلى ضرورة وجود إلتزام ملقى على عاتق البائع و يتمثل في إيصال و إيضاح المستهلك بالمعلومات .  
وتعاريف فقهيّة تعرفه : بأنه إلتزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد .  
و تم تعريفه أيضا : أنه يتم بوضع ما يشير إليه ، وضع علامة رئيسية أو رسم على غلاف السلعة ذات الجودة لمساعدة المستهلك حتى يستطيع التمييز بين السلع ليستشف ما بداخلها .<sup>1</sup>

و يعرف أيضا : هو الإفصاح للمشتري بكل ما يتعلق بالمبيع وبكل خصائصه مما يجعله على بينة<sup>2</sup>

و قد أوجبت المادة 107 من القانون المدني الجزائري : انه يجب على المدين تنفيذ العقد بحسن نية حيث جاء تبصها كالتالي : " يجب تنفيذ العقد طبقا لما إشتمل عليه و بحسن نية "

<sup>1</sup> - علي بولحية ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها ، دار الهدى الجزائر 2000 ، ص 55

<sup>2</sup> - محمود جمال الدين زكي ، مشكلات المسؤولية المدنية، جزء 1 ، ط2 ، مطبعة جامعة القاهرة ، 1992 ، ص 442 .

حيث يقع على عاتق البائع واجب النزاهة و الشفافية في تنفي

ذ العقد و قد يمتد

هذا الإلتزام إلى مرحلة ما قبل التعاقد

و لذلك ففكرة النزاهة سلوك يشترط من طرفي العقد خال من أي سوء نية

فإذا كان البائع يملك معلومات حول قيمة المبيع أو تكوينه أو طريقة إستعماله إع - لام

المشتري بها .

كما يستخلص واجب إعلام المشتري و حقه في العلم الكافي بالمبي - ع من خلال

نص المادة 352 قانون مدني جزائري : " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما

كافيا و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية

بحيث يمكن التعرف عليه " <sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 352 ، من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 ، و المتضمن القانون المدني ،

المعدل و المتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 مايو عام 2007 ، ص 74 ..

و قد تضمن قانون حماية المستهلك الصادر في 07 فبراير 1989 إلتزام البائع بالإعلام

في مواجهة المستهلك وهذا بتقديم المعلومات الصحيحة غير مغلوطة حول مواصفات

مميزات المبيع حيث من بينها :

. مصدر المبيع .

. تاريخ الصنع .

. التاريخ الأقصى لإستهلاكه .

. الإحتياجات الواجبة الإستعمال.

. عمليات المراقبة المجرأة على المبيع<sup>1</sup>

و يعرف أيضا : " بأنه وضع علامة رئيسية أو رسم على غلاف السلعة ذات الجودة

لتمكين المستهلك التمييز بين مختلف السلع " <sup>2</sup>

و حسب المادة القانونية L111 - 01 التي نشد - رت يوم 2012/02/14 للكات ب

" JoanDRAY " ، فيما يخص الإلتزام بإعلام المستهلك فتقول: أنه يترتب على كل بائع مهني

<sup>1</sup> - لحسين بن الشيخ آث ملويا ، المنتقى في عقد البيع ، دراسة فقهية قانونية و قضائية مقارنة ، نصوص للمطالعة أعمال تطبيقية دار هومة ، طبعة الثانية، سنة ، 2006 ، ص 312 .

<sup>2</sup> - علي بولحية ، المرجع السابق ، ص 55 .

عند عرض هـ للسلعة أو تقديمه الخدمة و قبل إبرام العقد ذكر كل الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة ، فمن هلال هذه الخصائص من المحتمل أن ينم تحديد فرار المستهلك قبل التعاقد .<sup>1</sup>

### الفرع الثاني : طبيعة و نطاق الإلتزام بالإعلام

#### أولا : طبيعة الإلتزام بالإعلام

إتجه الفقه و القضاء إلى تبيان طبيعة هذا الإلتزام بأنه إلتزام ببذل عناية ، يلتزم بها المحترف بائعاً كان أو منتجا .

ذلك أنهما على حد سواء مطالبين بإستخدام كل الطرق التي توصل هذا الإلتزام إلى أن يكون ناجعا للمشتري ، و لكن لا يضمن إتباع المشتري لهذه التعليمات ففي حالة تضرر أحد المشتريين من الشيء المبوع ، إستوجب إقامة الدليل على أن البائع (المنتج) قد تهاون في إخباره بكافة المعلومات و بالطريقة الواجب إستعمالها غير أن توسع القضاء في مجال حماية المستهلكين ، حاول أن يؤكد على نوع ما من مسؤولية المحترفين إفتراضهم بأسبقية العلم لديهم للمخاطر الموجودة بالمنتج و هذا ما جعل هذا الإلتزام<sup>2</sup> هو لتحقيق

<sup>1</sup> - <http://www.legavox.fr/blog/maitre-joan-drays/droit-information-consommateur-7729.htm#.U2k0q1fLYVA>

نتيجة ، بحيث يلتزم المحترف بضمان سلامة المشتري و بالتالي لا يمكنه التهرب منها بإثبات أنه قام بما يجب عليه بتقديم كل المعلومات المطلوبة إلا في حالة أثبت أن ما حصل قد كان بسبب أجنبي .<sup>1</sup>

### ثانيا : نطاق الإلتزام بالإعلام

يتعين نطاق الإلتزام بالإعلام من خلال موضوع المنتجات و المبيعات محل العقد ومن خلال الأشخاص الملزمون بالإعلام و الأشخاص الذي قرر بخصوصه-م هذا الإلتزام . فمن حيث الموضوع : تباينت آراء الفقه حول تعيين المبيعات التي يقتضي فيها قيام الإلتزام بالإعلام على عاتق البائع ، حيث إتجه بعضهم إلى قصره على المبيعات الخطرة بطبيعتها و التي تستوجب الحذر و الدقة في الإستخدام و الإستعمال .<sup>2</sup>

و على خلاف البعض الذي يرى أن هذا الإلتزام لا يختصر على الأشياء التي تكمن الخطورة في طبيعتها بل يتجاوز ذلك ليشمل جميع الأشياء بغض النظر إن كانت هذه الخطورة تتمثل في مكوناتها أو في سوء إستعمالها .

<sup>1</sup> - د.سي يوسف زاهية حورية ، المرجع السابق ، ص 331

<sup>2</sup> - د. سي يوسف زاهية حورية ، مرجع سابق ، ص 330 .

و نطاق الإلتزام من ناحية الأشخاص يجب فيه تحديد الأشخاص الملزمين بالإعلام

والمستفيدين منه ، فالشخص الملتمزم بالإعلام هو المنتج بصفة خاصة ، لأنه الأعلم

بمكونات و كل ما يخص المنتج ، و أيضا الموزعين (البائعين) ، فهؤلاء الموزعين يقع

عليهم إلتزام إعلام المستهلك بكيفية إستعمال المبيع بمقتضى عقد البيع ، فالبائع يعتبر

المحترف و الوسيط بين المنتج و المستهلك و بناء على خبرته ب إمكانه معرفة مميزات

و مخاطر الشيء المبيع تجاه المشتري الذي يضع ثقته في البائع لعدم درايته الكافية .

و فيما يخص المستهلك الذي يعتبر المستفيد من هذا الإلتزام الذي يفترض فيه جهله

بمميزات و خصائص السلعة المباعة و بمكوناتها و كيفية إستعمالها ، خاصة إذا كان غير

متخصص في السلعة التي إقتناها ، و في حالة كان المستهلك له في هذا المجال

الذي يتخصص فيه البائع ينتج عنه سببا لإعفاء البائع من الإلتزام أو على الأقل تخفيفه .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - د.سي يوسف زاهية حورية ، المرجع السابق ، ص ، 330،331 .



### الفرع الثالث : أساس الإلتزام بالإعلام

لقد ثار خلاف فقهي حول الأساس القانوني الذي يميز الإلتزام بالإعلام و قد إنشطر هذا الخلاف إلى رأيين .

**الرأي الأول :** إتجه هذا الرأي إلى إقامة الإلتزام بالإعلام على أساس تعاقدي

على خلاف بعض الفقه الذي إعتبره من الالتمات التابعة للإلتزام بالتسليم و الإخلال به يرتب إنعقاد مسؤولية البائع الذي يلتزم بتزويد المستهلك عن تسليمه المبيع أو المنتج بجميع البيانات و المعلومات الضرورية و بكل مشتملاته المتعلقة بإستخدام الشيء في حين أسس بعض آخ - ر من الفقه الإلتزام بالإعلام بأنه يجب تنفيذ العقد بحسن نية.

رغم أن هذا الإلتزام لم ينص عليه القانون صراحة و أيضا قد لا ينص عليه العقد لكن بإمكان القاضي أن يطبق هذا الإلتزام إلى مضمون عقد البيع و إمتثالا لقواعد العرف و العدالة بهدف حماية المستهلك الطرف الضعيف في العقد و لتحقيق التوازن بين المصالح المختلفة .

و لأن بعض العقود تتضمن إلى جانب الإلتزامات الأساسية ، إلتزامات إضافية أخرى تقتضيها طبيعة كل عقد حيث لا يحتاج وجودها إلى النص عليها في العقد أو القانون .

و أقوى مثال في هذا المجال هو الإلتزام بالسلامة الذي يستوجب وجوده في بعض العقود التي قد يؤدي تنفيذها إلى تهديد شخص أو مال المتعاقد .

حيث يعتبر الإلتزام بالمعلومات أحد مشتقات الإلتزام بالسلامة فإهمال المنتج أو البائع في بيان كيفية إستعمال الشيء المبيع أو الإدلاء بمعلومات منقوصة من شأنها إقامة مسؤوليته عما قد يصيب المشتري من أضرار .

**الرأي الثاني :** و يجب هنا التفريق بين مرحلتين في نشوء هذا الإلتزام .

**المرحلة الأولى :** فالإلتزام بالإعلام هنا يعتبر صورة من صور ضمان العيوب الخفية

و أن هناك تداخلا بين الإلتزام بالإعلام و الإلتزام بضممان العيوب الخفية

و أن هناك تداخلا بين الإلتزام بالإعلام و الإلتزام بضممان العيوب الخفية في البداية

و حتى يمكن للمشتري الإختيار بينهما ، خصوصا عندما يقفل أمامه باب

دعوى ضمان العيوب الخفية و توضيح ذلك في المثل – ال التالي ، ما قضت به محكمة النقض

بتأييد حكم محكمة الإستئناف " caean " حيث رفض الطعن المقدم فيها ، و إست بخاد المشتري من إمكانية فسخ العقد و الحصول على تعويض جراء لقيام البائع بتسليمه مبيدات للطفيليات الزراعية التي تعتبر غير صالحة لبعض النباتات ، و لم يقم بتوضيح ذلك له و هنا يترتب إخلال من طرف البائع بإلتزامه لضمان مطابقة المبيع للغرض الذي إتفقا عليه في العقد و أيضا إخلال بإلتزامه التعاقدي الخاص بالإعلام .

**المرحلة الثانية** : أولى الإهتمام في هذه المرحلة ، أن مقتضيات الحماية الحقيقية

للمشتري ، تدعوا إلى ضرورة البحث على أساس آخر للإلتزام بالإعلام ، وأن صلته

بالإلتزام بضمان السلامة أفضل للمستهلك و كذلك للأسباب التالية :<sup>1</sup>

أولا : لأن الإلتزام بالإعلام يتسع لما هو أكثر من العيب ، فيعتبر المنتج بوصفه بائعا

محترفا مخلا بالإلتزام بالإعلام ، تترتب عنه المسؤولية التعاقدية متى أثبت أن البائع لم يخبر

المشتري عن المخاطر الموجودة .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - د/ عبد الحميد الديسطي عبد الحميد ، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسئولية المنتج ، دراسة مقارنة ، دار الفكر و القانون ، طبعة 2009 ، ص ، 197 .

<sup>2</sup> - د/ عبد الحميد الديسطي عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص ، 199 ، 200 .

ثانيا : إن التباين بين الإلتزام بضمان العيوب الخفية و مصدر الإلتزام بالإعلام يستلزم

الفصل بينهما ، فالإلتزام بضمان العيوب الخفية مصدره النصوص التشريعية المنظمة له

أما مصدر الإلتزام بالإعلام ، فمصدره القضاء الذي إستخلصه من تفسير إرادة المتعاقدين .

ثالثا : إن المقصود من إنشاء الإلتزام بالإعلام هو العمل على إقرار أكبر قدر ممكن

من الحماية التي تحققها دعوي ضمان العيب للمستهلك ، حيث صار من غير المقبول

الإبقاء على تلك الصلة بين الضمان و الإلتزام بالإعلام نتيجة القيود التي تحيط

بدعوي الضمان .

رابعا : ما يدعم قيام الإلتزام بالإعلام على أساس الإلتزام بالسلامة ، أن الإلتزام

بالإعلام نشأ قضائيا في حالات بيوع السلع ذات الطبيعة الخطرة ، بغض النظر عن مدى

الخطورة ، ترجع لطبيعة السلعة كالمفجرات مثلا، و على حسب إختلاف درجة الخطورة .

و يرى بعض آخر من الفقه إلى أن الأساس القانوني لإلتزام المنتج أو البائع بالإعلام

لم يصبح محل خ-لاف بعد-صر قانون الإسته-لاك الفرنسي الذي تنص مادته 11 :

الفقرة الأولى و الثانية منه ، حيث جاء في الفقرة الأولى : " يجب على أي مهني يتعاقد

مع المستهلك على منتج ما أن تكون لديه الدراية الكاملة بكل خصائص المنتج

الضرورية " و ألزمت أيضا الفقرة الثانية من نفس المادة ، أنه يجب على المنتج أن يطلع

المستهلك بكل المعلومات التي تخص المبيع وكذا طريقة استخدام هذه السلعة

و مدة و تاريخ صلاحيته- منبذ طرحه- في السوق .

و تؤكد الفقرة الثالثة أن أحكام الفقرتين السابقتين تطبق دون أن يخل بتطبيق أي أحكام

أخرى ، هي أكثر حماية للمستهلك فيما يخص الإلتزام ، إلتزام المنتج بالإعلام<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني : حق المستهلك في الإعلام

هناك إرتباط وثيق بين مفهوم الحق في الإعلام و بحرية الإعلام، فالحق في الإعلام

هو ليس فقط حرية معرفة و استقبال الأفراد للمعلومات المتواجدة بل أيضا يعتمد الصلاحية

القانونية التي تقيدها المعلومات الحقيقية ، كما فرض المشرع وجوب ذكر جميع البيانات

و الحقائق و الإبتعاد عن المعلومات المغلوطة مع مراعاة عدم إلمام المستهلك بكل هذه المعلومات

التقنية الدقيقة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - د/ عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص، 200، 201 .

<sup>2</sup> - علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق ، ص 55

الفرع الأول : تعريف المستهلك

المقصود بالمستهلك : يعتبر علم الإقتصاد العلم الأساسي الذي يهتم بإيضاح

مصطلحي المستهلك و الإستهلاك ، هذا لأن الإستهلاك يعد المرحلة الأخيرة من مراحل

العملية الإقتصادية بعد الإنتاج و التوزيع .

المقصود بالمستهلك لغة : هو اسم فاعل من استهلك بضم الميم و كسر اللام و المزيد

فيه الهمزة و السين و التاء إفادة الطلب أو المعالجة ، كما تزيدان لإفادة وجود الشيء

على صفة فعله.<sup>1</sup>

و يقصد بالمستهلك في الإصطلاح القانوني : حيث لم ينل المستهلك إهتمام الفقه

القانوني إلى بداية النصف الثاني من القرن العشرين ، حيث إقتصرت هذا المفهوم على علماء

الإقتصاد إلا أنه بدأ يتزايد في اللغة القانونية في الآونة الأخيرة . خصوصاً مع بداية بروز

حركات الدفاع عن المستهلكين .

<sup>1</sup> - - / عبد الحميد الديسبي عبد الحميد ، المرجع السابق، ص 25، 26، 28 .

و المستهلك في التشريع الفرنسي : حسب نص المنشور الصادر في 14 يناير 1972 الخاص بتطبيق النصوص المتعلقة بضرورة وضع بطاقات الأسعار على المنتجات .

و تم تعريف المستهلك كذلك : ذلك الشخص الذي يستعمل المنتجات لإشب - اع حاجاته الخاصة .

و عرفته أيضا : محكمة باريس الابتدائية المستهلك : هو كل شخص يدخل طرفا في علاقة عقدية ، لإقتناء كل ما يحتاجه من السلع و الخدمات من أجل الاشباع الشخصي<sup>1</sup> .

و حسب تعريف " yeve gueyons " : "هو كل شخص يحترف الشراء في أعماله المعتادة كالتاجر ، المنتج ،الصانع ، الوسيط "

و في حقيقة الأمر أن التعريف غير كافي لفهم و إستخلاص معنى المستهلك لكون أن المحترفين مقارنة بالأفراد العاديين هم أحسن من ناحية الإطلاع الواسع و التنظيم في مناقشة البائع .

<sup>1</sup> - / عبد الحميد الديسطي عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص ، 28 .

و الإشكال يطرح عندما يتعامل المحترف خارج حدود إختصاصه و كذا بالنسبة للأشخاص المعنوية ، كالجمعيات عند تشبيهها بالمستهلكين .

و المستهلك الذي يستحق الحماية فعلا هو المستهلك الأخير و هو الشخص الطبيعي الذي إشتري و إمتلك منتج معي ن لتحقيق ق رغبة التمتع و الإستفادة الشخصية<sup>1</sup> .

و عرف القانون الجزائري المستهلك في المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 03-09 على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به "<sup>2</sup>

و يعرف المستهلك أيضا : هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بإبرام العقود من أجل تحقيق الغاية لإحتياجاتها الشخصية و العائلية ، في حين لم يشترط بعض العلماء صفة معينة لإبرام هذه العقود ، فالفرد غالبا ما يقوم بالعملية الإستهلاكية بنفسه و هذا وفقا لقواعد المسؤولية المدنية العادية و ليس وفقا لقواعد القانون .

<sup>1</sup> - علي بولحية بن بوخميس ، المرجع السابق ، ص ، 15

<sup>2</sup> - قانون 03-09 ، المؤرخ في 29 صفر عام 1430 ، الموافق 25 فبراير 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش .



و يعرف المستهلك وفقا للمفهوم الإقتصادي : (هو ذلك الشخص الذي يقوم

بعملية الإستهلاك ، غير آخذ بعين الإعتبار الطريقة و لا الكيفية المفصلة

للإستهلاك ، طالما أن هذا الإستهلاك لا يمثل أي مخالفة قانونية) .

يستخلص من هذا أن المستهلك هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يمارس

عملية الشراء أو الإستهلاك أو الإستخدم لتلك المنتجات أو الخدمات بغض النظر

إن كان للإستهلاك الشخصي أو لمقاصد مهنية حرفية<sup>1</sup>

فقد يكون غرض الإستهلاك في بعض الأحيان ليس فقط للإشباع و التنفع

الشخصي قد يكون مرحلة تكميلية من مراحل الحرفية أو المهنية .

<sup>1</sup> - إبراهيم الأخرس ، حماية المستهلك بين مقاصد الشريعة و الفكر الإقتصادي الوضعي في منظور منهج الإقتصاد الإسلامي ، إيتراك للطباعة

و النشر و التوزيع القاهرة 2012 ، ص 366،

و يعرف بعض الفقهاء المستهلك : ( هو كل شخص يبرم الصفقات التي من شأنها أن تخدم مهنته ، كما هو الحال بالنسبة للطبيب الذي يقوم بإقتناء المعدات الطبية و التاجر الذي يشتري كل ما يلزمه من أثاث و مقتنيات خاصة بمتجره أو هو كل من تؤهله مهنته و تخصصه للوقوف كمستهلك . )

إلا أن الفقهاء تبنا مفهوم أضيق للمستهلك "كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية و العائلية ."

و التعريف الأشمل للمستهلك : (هو كل شخص يقوم بإبرام صفقات قانونية من أجل الحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الإستهلاكية الشخصية أو العائلية )

و في الأخير المستهلك هو كل شخص يقوم بعملية الإستهلاك للسلع الغذائية

التي تستخدم لمرة واحدة كالغذاء و يمتد ليشمل جميع السلع الدائمة و الكمالية المعمرة .<sup>1</sup>

و أيضا : " لكل من يهؤول إليه الشراء بطريق الشراء بقصد الإستهلاك و الإستعمال "<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - د/إبراهيم الأخرس ، المرجع السابق ، ص . 367.

<sup>2</sup> - د/ رمضان علي السيد الشرنباصي ، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، سنة 2004 ص 32 .

### الفرع الثاني : أنواع الإلتزام بإعلام المستهلك

يتمثل إعلام المستهلك في مرحلتين ، مرحلة ما قبل التعاقد ، كما أنه يكون  
أثناء العقد .

فالإعلام قبل التعاقد يطلق عليه أيضا مسمى الإشهار ، وهو وسيلة لتوصيل الأحداث  
و الأفكار لعلم المستهلك بطرق معينة وواضحة ، مبسطة و باللغة العربية لإيجاد رضا حر  
و سليم عند المستهلك .<sup>1</sup>

بحيث يمكنه من الشروع في إبرام العقد ، وعلى علم كاف بكل البيانات المتعلقة  
بأركان و شروط التعاقد و مدى ملاءمتها لكل النتائج التي يهدف إليها من التعاقد .

و أيضا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة و كذا التحذيرات  
التي لها علاقة بالإستهلاك و الإستعمال .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - د/ سي يوسف زاهية ، المرجع السابق ، ص 327

<sup>2</sup> - غبيدي محمد ، ملخص ليوم دراسي حول الوسم ، و إعلام المستهلك ، حق المستهلك في الإعلام ، فندق الشيراتون ، الجزائر  
يوم 07 جويلية 2007 ،

كما يجب التفرقة بين الإشهار و الإعلام ، فالإشهار هو طريقة للترويج ونشر السلع أما فيما يخص الإعلام فهو إعلام الغير بشروط التعاقد ، و بكل ما مميزات المنتج الأساسية<sup>1</sup>.

و لقد تناول القانون المدني الفرنسي في المادة 1602 على أنه : " يجب على البائع أن يشرح صراحة ما يجب أن يلتزم به ."<sup>2</sup>

و يتمثل محل الإلتزام قبل التعاقد في شقيه السلبي و الإيجابي ، فالشق السلبي يتأتى في عدم الكتمان و إخفاء الحقيقة ، فكتمان حقيقة المنتج من شأنه أن يؤدي إلى التدليس الذي ترتب عن السكوت و التكتم عن المعلومات الحقيقة للمبيع ، وكذا الطرق الإحتيالية التي تعطي و تتيح للمستهلك الحق في المطالبة بإبطال العقد و المطالبة بالتعويض .

أما الشق الإيجابي ، فهو الإدلاء بجميع البيانات و المعلومات عن الخدمة أو المنتج وطريقة إستخدامه من غير أن يخلق ذلك خطرا على المستهلك خاصة إذا كان محل عقد الإستهلاك سلعة جديدة في السوق الإستهلاكية ، ويمكن أن تكون خطيرة الإستعمال .

<sup>1</sup> - د/سي يوسف زاهية حورية، المرجع السابق ، ص ، 327 .

<sup>2</sup> - article1602 C.C.F .dispose:(Le vendeur est tenu d expliquer clairement ce à quoi ils oblige).

و يتم تطبيق الإلتزام قبل التعاقدي عن طريق :

02-04 أولاً : الإلتزام بإعلام المستهلك بالأسعار و شروط البيع ، حسب القانون

الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، يتحمل البائع وجوباً إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و شروط البيع .

كما جاء في نص المادة 05 من نفس القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة

على الممارسات التجارية ، على وجوب إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات ، إما بوضع علامة أو وسم أو معلقات أو بأي طريقة كانت مناسبة مع وجوب تبيان الأسعار و كذا التعريفات بصفة مرئية و مسموعة .<sup>1</sup>

ثانياً : الإلتزام بإعلام المستهلك بطبيعة و مميزات المنتج أو الخدمة حسب القانونية

نصت عليه المادة 03 من قانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك حيث

يجب أن يتوفر في المنتج أو الخدمة التي تعرض للإستهلاك ، المقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و التنظيمية التي تميزه .

<sup>1</sup> - عبيدي محمد ، يوم دراسي حول الوسم و إعلام المستهلك ، المرجع السابق ، لا يوجد رقم صفحة ..

لئما أنه يجب يلي و يستجيب و يستجيب هذا المنتج أو الخدمة ، لكل المواصفات و الرغبات المشروعة للإستهلاك ، سواء ما يتعلق بطبيعة هذه الخدمة و صنفها و منشئها مميزاتها الأساسية تركيبته ، ... و المقومات اللازمة له و هويته و كمياته .

و يستلزم أن يتوافق المنتج أو الخدمة مع الرغبات المشروعة للمستهلك فيما يتعلق

بالنتائج المرجوة منه ، وأن يعرض المنتج وفق مقاييس تغليفه ، و أن يذكر مصدره و تاريخ

الصنع و التاريخ الأقصى للإستهلاك ، و أيضا طريقة و كيفية إستعماله ، و الإحتياطات الواجب العمل و الأخذ بهما .

و حسب نص المادة 04 من نفس القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية

المستهلك التي نصت على أن تكييف العناصر المنصوص عليها في المادة 03

من هذا القانون 89-02 يكون حسب طبيعة و صنف المنتج بالنظر إلى كل ما يخص المنتج

أو الخدمة التي لزاما علم المستهلك بهما .

و يتعلق هذا الإلتزام بصفة أساسية ببيع الأشياء التي قد تشكل و يرتب إستعمالها

بعض المخاطر ، كالمواد الكهرومنزلية ، و الإللكترونية الدقيقة ما ينجم عند إستعمالها

بعض التعقيدات الفنية .<sup>1</sup>

بحيث يرتب إلتزام البائع بإفاداة المشتري بالبيانات و المعلومات الضرورية عن المبيع

التي إلتزام تعاقدية ينشأ عن عقد منذ لحظة إبرامه إلى وقت إنقضاءه ، يؤدي عم تنفيذه

إلى قيام مسؤولية تعاقدية ، وهو الإلتزام الذي يقوم أثناء تنفيذ عقد البيع ، فهو يتمثل

في تقديم البيانات الفنية الضرورية اللازمة للمستهلك ، بعد إقتناء الخدمة أو المنتج ، فتزويد

المشتري أو المستهلك بكل ما يخص المبيع و كذا المخاطر و طرق الإستعمال حتى يكون

على بينة ، كما يجب أن يرفق مع المبيع سبل الإستعمال في شكل نشرات أو كتيبات

أو ملصقات على الغلاف ، كما يجب أن تكون مكتوبة بطريقة واضحة و بأسلوب

مبسـط .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبيدي محمد ، يوم دراسي حول الوسم و إعلام المستهلك ، المرجع السابق ، غير مذكور رقم صفحة .

<sup>22</sup> - محمد حسين منصور ، أحكام البيع التقليدية و الاللكترونية و الدولية و حماية المستهلك ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، سنة 2006

ص ، 260،261 .

### الفرع الثالث : شروط و كفيات إعلام المستهلك .

- لقد إنبثق عن الجريدة الرسمية رقم 58 سنة 2013 مرسوم تنفيذي رقم 378-13 مؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق ل 09 نوفمبر سنة 2013 ، يحدد شروط و الكفيات المتعلقة بإعلام المستهلك
- و كما تناولت المادة 17 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر سنة 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009 . المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، التي نصت على :
- " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة. تحدد شروط و كفيات تطبيق أحكام هذه الم-ادة عن طريق التنظيم ."
- حيث تناولت المادة الأولى من المرسوم التنفيذي لسنة 2013 السالف الذكر تطبيقا لأحكام المادة 17 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع ، بهدف تحديد شروط و كفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .



و فيما يخص المادة 03 من نفس المرسوم المتعلقة بالمنتجات الغذائية ، فقد حدد

الإشهار المتعلق بالمنتوج و كذا المميزات الخاصة به ، و تاريخ الإنتاج و مكونات

هذا المنتوج ، و كل المعلومات الضرورية التي من شأنها الوصول لإرضاء المستهلك

بتعريف المنتوج .

و المتدخل المعني بعرض السلع للمرة الأولى في السوق مع التعرض أيضا لطبيعة

هذا المنتوج و المكونات و كذا واجهاته تكون واضحة مما يمكن من قراءتها .

و يحدد المرسوم التنفيذي رقم 378-13 في المادة 04 كيفية إعلام المستهلك

و ذلك عن طريق الوسم أو بوضع علامة أو بأي طريقة تكون مناسبة عند ع - رض المنتوج

للاستهلاك ، كما يجب أن يشتمل المنتوج على تقديم كل الخصائص الأساسية و الممي - زة

له طبقا لهذا المرسوم .

كما يجب أن لا يقدم أي وصف لأي منتج غذائي بطريقة توحي بغير الحقيقة ، أو أن يشير

إنطباعا خاطئا بخصوص نوعه ، بشكل يؤدي إلى جعل المستهلك يقع في غلط .

مع وجوب أن لا تكون هناك أي إدعاءات تسمح أو تشجع من الإستهلاك المفرط لمادة غذائية أو توهي بأن تغذية متوازنة و متنوعة لا يمكن أن توفر كل العناصر المغذية بكمية كافية ، أو غير مبررة ، و الإشارة إلى تغييرات في الوظائف الجسمية ، التي من شأنها أن تثير مخاوف لدى المستهلك و ذلك إما في شكل خطي أو عروض رمزية .

و حسب المادة 52 من نفس المرسوم 13-378 ، يجب أن تخضع الخدمات المقدمة بمقابل أو مجاناً و التي تعرض على السوق بإجراءات هذا المرسوم ، كما يجب أن يتم إعلام المستهلك من قبل مقدم الخدمة عن طريق الإشهار أو الإعلان بأي طريقة أخرى مناسبة بالخدمات المقدمة أو التعريفات و الحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية و الشروط الخاصة بتقديم الخدمة .<sup>1</sup>

و يتوجب إعلام المستهلك بكل ما يخص و يتعلق بالخدمة المقدمة قبل إبرام العقد من طرف مقدم الخدمة ، و في حالة غياب عقد مكتوب يطبق هذا الإلتزام قبل بداية تنفيذ الخدمة المقدمة .

<sup>1</sup> - جريدة رسمية رقم 58 سنة 2013 ، مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق لـ 9 نوفمبر سنة 2013 ، يحدد شروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .

و يلزم مقدم الخدمة أن يضع المستهلك أمام صورة واضحة بكل المعلومات الأساسية دون لبس أو تضليل بطبيعة هذه الخدمة ، و إسم مقدم الخدمة و كذا مقر الشركة ، وفترة صلاحية العرض و سعره مع بيان الشروط المتعلقة بفسخ العقد ، و هذا ما تؤكدُه المادة 56 من نفس المرسوم أنه : " تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شذب من شأنها إحداث لبس في ذهن المستهلك . "

و يتضح من نص هذه المادة أن المشرع منع أي تصرف بإستعمال أي بيان أو إشارة أو تسمية من شأنها أن تح - دث لبس في ذه - ن المستهلك لا سيما حول الطبيعة و النوعية الأساسية لهذا المنتج .

### الفرع الرابع : جزاء الإخلال بإعلام المستهلك

يترتب عن ا لإخلال بإعلام المستهلك جزاء يقع على عاتق المحترف بحيث يترتب عنه جزاء الإخلال باللتزام قبل التعاقدي و جزاء الإخلال بعد التعاقدي .

### أولا : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يمكننا ا لإشارة إلى أن الجزاء المترتب على مخالفة الإلتزام قبل التعاقدي با لإعلام .  
قد إستقى أساسه و خصائصه من الغاية التي يرمي الى تقريرها و تحقيقها و هي تبصير إرادة المستهلك لدى التعاقد ، ولذلك فالإخلال هنا يحدث أثرا بالغاً على رضا المستهلك عند التعاقد يرتب تعيب إرادته .

فلقد اتجه شراح القانون المدني المعاصر الى دراسة الإلتزام قبل التعاقدي با لإعلام ، بين طرق حماية الرضا لإيجاد رضا سليم وواضح المعالم بكل ما يخص العقد و من البديهي و كحصيلة للإخلال بهذا الإلتزام هو بطلان العقد و ذلك لتعيب الإرادة من جانب واحد .

ووجود العقد في شكله البسيط يفترض فيه تطابق إرادتين لطرفين تبادلا لإيجاب و القبول ، كما يجوز للطرف الذي تعينت إرادته أو المشتري الذي أكد عدم علمه بالمبيع علما كافيا بطلب إبطال العقد و ذلك تأسيسا على عدم تنفيذ الطرف الآخر بإلتزامه قبل التعاقدى بالإعلام<sup>1</sup>

لقد نادى الفقه و القضاء ب إجزاء كآثر ترتب عن مخالفة الإلتزام قبل التعاقدى بلاعلام<sup>1</sup>.

### أولا : البطلان

يتجه الفقه الى أن بطلان التصرف القانوني لا يتأتى إلا كنتيجة لمخالفة النصوص و القواعد القانونية التي تستلزم أركاناً محددة و تستلزم شروط ، بحيث تخلفها يرتب بطلان تلك التصرفات .

و لقد دأب المشرع دائما الى إحداث قدر من التوازن بين المصالح المتعارضة لأفراد العلاقة التعاقدية و لقد سلك المشرع ذلك المنهج و هذا فيما يتعلق بنظرية العقد حيث قصد تضييق دائرة الطعن بالبطلان في العقد بسبب الغلط و هذا من خلال تحديد شروط يستلزم توافرها لقيامه لإيجاد قدر من التوازن بين حماية الإرادة المعيبة و المحافظة على مبدأ إستقرار المعاملات .

<sup>1</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون ، منشأة المعارف ، طبعة الثانية 2008 ص ، 267 .

و حتى يتسنى للمتعاقد طلب ابطال العقد يتوجب عليه اثبات جوهرية المعلومات التي حصل الغلط بشأنها و كذا إثبات علاقة هذا الغلط بالمتعاقد الآخر ، بحيث أدى هذا إلى تحقيق غاية المشرع في تضيق دائرة الطعن بالبطلان لسبب الغلط حيث اعتبره البعض طريقة محدودة لتحقيق الحماية للمستهلك .<sup>1</sup>

و هناك اتجاه قانوني اعتبر السكوت التدليسي حالة إخلال بالتزام قبل التعاقد لأن إبطال العقد لتعييب ا لإرادة لسبب التدليس قد يؤدي إلى إتيان طرق احتيالية من أجل التنفيذ و هذا من شأنه أن يجعل المتعاقد الآخر يتصور ا لأمر المتعاقد عليه على خلاف الحقيقة التي هو عليها فعلا .

و قد يترتب نفس الأثر على السلوك السلبي لهذا المتعاقد نفس الأثر على السلوك السلبي لهذا المتعاقد ، و يتأتى من خلال الكتمان بالإفشاء بالمعلومات ا الجوهرية المتصلة بالمعاملة موضوع التعاقد من أجل خداعه .

و لقد أيد قضاء النقض الفرنسي الذي اعتبر مجرد السكوت يعتبر تدليسا

و هذا بإخفاء حقيقة الشيء المتعاقد عليه .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون ، المرجع السابق ، ص ، 269 ، 271 .

<sup>2</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون ، مرجع سابق ، ص ، 273 ، 274 .

## المبحث الثاني الإلتزام بإعلام المشتري و حقه في العلم الكافي بالمبيع

و قد تناول المشرع الجزائري أيضا هذا في المادة 86 من القانون المدني الجزائري :

" يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين

أو النائب عنه ، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد ، و يعتبر تدليسا

السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم

بتلك الواقعة أو هذه الملابسة "

المشتري و من خلال هذه المادة أجاز للمتعاقد الآخر إبطال العقد إذا وقع في تدليس

بالسكوت عمدا و رتب هذا السكوت نوع من الضرر ، بحيث لولا ذلك لما أقدم

على إبرام العقد .<sup>1</sup>

و قابلية العقد للإبطال للتدليس ليس من صالح المستهلك ، مثال إشتري شخص

منتوج حصل له تضرر منه لعد توفره على مدة الصلاحية للإستهلاك ، في هذه الحالة

ليس من مصلحة المستهلك إبطال العقد .

<sup>1</sup> - المادة 86 من من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975 ، والمتضمن القانون المدني ، المعدل

و المتمم.م بالقانون رقم 07/05 المؤرخ في 13 مايو عام 2007 ، ص ، 19،

لأن الإبطال يشترط فيه القانون رفع دعوى قضائية يتمحور موضوعها في طلب إبطال العقد و التعويض ، و يترتب عليه إثبات شروط المادة 86 من القانون المدني الجزائري ليس فقط عدم توافر البيانات على المنتج ، بل أيضا نية التمويه ، إذ كان لهذا السكوت الدافع القوي لإبرام العقد.<sup>1</sup>

ففي قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية و لا إثبات الإخلال بالإلتزام بالإعلام ، بل يكفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتج ليستنتج منها القاضي مباشرة أن هناك إخلالا بهذا الإلتزام .

حيث يعتبر الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يعتبر ك نفاذ تدليسيا يؤدي إلى إبطال العقد .

<sup>1</sup> - شريف محمد ، المسؤولية المدنية للمنتج وفقا لأحكام القانون الجزائري المدني ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، معهد العلوم القانونية و الإدارية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة اليسانس في العلوم القانونية و الإدارية .



### التعويض :

قد لا يؤدي الحكم بإبطال العقد الغاية المنشودة منه كجزاء لإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام الذي يهدف إلى خلق حماية موضوعية للمستهلك .  
و لقد رأى الفقه و القضاء أن الحكم بالتعويض للمستهلك عن الأضرار التي وقع فيها من شأنه معالجة بعض الآثار السلبية قد تحصل نتيجة الإخلال بالإلتزام تعاقدي بالإع-لام .

و يكون سبب طلب الحكم بالتعويض عند الإخلال بالإلتزام في ثلاث حالات التالية :  
. عدم إكتفاء جزاء البطلان في تحقيق تعويض المستهلك لما حدث له من ضرر وذلك لعدم تنوير المستهلك بكل مستلزمات و شروط العقد و خصائصه قبل و أثناء إبرام العقد<sup>1</sup>  
. قد لا يتناسب جزاء البطلان مع ما قام به هذا الدائن من خطأ و الذي يتوجب مواجهته بجزاء أكثر حزم .

<sup>1</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، الحماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون ، المرجع السابق ، ص. 270

. برغم حدوث أضرار مؤثرة للمستهلك قد لا يتمكن من طلب إبطال العقد

و بالرغم من حصول أضرار له كأثر مترتب عن خطأ المدي - ن و المتمثل في مخالفة

الإلتزام قبل التعافدي بالإعلام

و في هذا الجانب نلاحظ أن كلا من المشرع المصري و الفرنسي و حتى المشرع

الجزائري ، سعيًا على الحرص و تحقيق أقصى حماية فعلية للمستهلك

في المرحلة قبل التعاقدية و هذا في إطار قواعد المسؤولية التقصيرية ، وقد أجاز للمستهلك

الحق بالمطالبة بالتعويض لجبر الأضرار التي حصلت له .

و هذا إستنادًا إلى نص المادة 163 من التقنين المدني المصري و التي تقابلها

نص المادة 1382 من المجموعة المدنية الفرنسية و التي تنص " كل خطأ سبب ضررا

للغير يلزم من إرتكبه بالتعويض " .<sup>1</sup>

و تقابلها المادة 124 مدني جزائري و التي تنص أيضا : " كل فعل أيا كان يرتكبه

الشخص بخطئه ، و يسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض " .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -د/ عمر محمد عبد الكافي ، المرجع السابق ، ص 271 .

<sup>2</sup> - المادة 124 ، من القانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 مايو عام 2007 ، ص 27 .

### ثانيا : جزاء الإخلال بالإلتزام التعاقدي بالإعلام

و فيما يخص الجزاء المترتب عن الإخلال بالإلتزام التعاقدي بالإعلام فالمشرع في هذا الجانب لم يشر إلى الإلتزام بالإعلام ، بل جاء النص عليه ضمن قانون حماية المستهلك إلا أنه لم يرد فيه نص بحالة الإخلال بهذا الإلتزام .

و أما هذا الفراغ القانون فلا مناص من الرجوع إلى القواعد العامة تحديدا المادة 119 من القانون المدني الجزائري و التي نصت على حالة الإخلال بأي إلتزام يجوز للطرف الثاني أن يطلب الفسخ كما يمكن للمستهلك الرجوع إلى أحكام المادة 86 من القانون المدني الجزائري أيضا في حالة كان البائع أو المهني ، قد تعمد إخفاء المعلومات عن المستهلك قصد تضليله و دفعه إلى التعاقد و هي أحكام التدليس .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - المادة 119، ص، 25 و المادة، 86، ص، 19، من القانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 مايو 2007 .

### المطلب الثالث : علاقة العلم الكافي و حق المشتري في الإعلام

و تتجلى العلاقة بين أحكام القواعد العامة في القانون المدني و أحكام قانون

حماية المستهلك ، فيما يتعلق بالإعلام ، هو أنه ا تعد علاقة تكاملية و توافقية الهدف فيها

هو حماية الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية ، و ذلك بوضعه أمام الصورة الصحيحة

للمنتوج المعروض للاستهلاك و ببيان كل ما يتعلق به حتى لا يقع في غلط .

### الفرع الأول : نطاق العلم الكافي و الحق في الإعلام

تظهر العلاقة الوثيقة بين العلم الكافي و الحق في الإعلام في إلزامية وجوب بيان

كل المعلومات و كذا المواصفات ، وكل ما يتعلق بالمبيع ، و كل ما من شأنه أن يجعل

بصيرة المشتري أو المستهلك مستنيرة ، وحتى يكون على بينة صحيحة للإقبال على التعاقد

أو العكس .

فالغاية من وجوب العلم الكافي بالمبيع هو تنوير علم المشتري و تزويده

بكل المعلومات و البيانات الأساسية ، للوصول إلى رضا سليم للمشتري .

و حسب نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ، و يعتبر العلم كافيا إذا إشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه . "

حيث يتحقق علم المشتري بالمبيع على الشكل الأنسب و حسب طبيعته ، سواء كان بالشم أو بالذوق أو الإبصار .

و لقد أوجب المشرع وصف المبيع يجعله وصفا نافيا للجهالة مساوي لرؤية المبيع لأنه يفترض عدم و دراية المشتري بما يتعلق بالمبيع ، ولذلك كان لزاما على البائع إحاطة المشتري بكل ما يهمه و يجعله أما الصورة الواضحة للمبيع .

أما و فيما يخص حق المستهلك في الإعلام و المتمثل في الإفضاء و الإدلاء بكل المعلومات الحقيقية الغير مغلوطة التي تهم المستهلك و تجعل بصيرته مستنيرة بخصائص المنتج المعروض عليه للاستهلاك .

و لذلك يتمثل حق الإعلام بوضع علامة رئيسية أو وسم على غلاف السلعة التي تتميز بالجودة ، حتى ويسهل ذلك على المستهلك عملية التمييز بين مختلف السلع حتى يستطيع أن يستشف و يدرك مـا بداخله ـا .

لأن للوسم و الغلاف أهداف تتلخص في تحديد و ضبط رغبة المستهلك فهيكلة السلعة و تمييزها في إطار و كذا في غلاف مناسب يملك ون لعلامة تجارية من شأنه توضيح رؤية المستهلك فبدل أن يتخذ قرار شراء المنتج .

فالمشرع إفترض عدم دراية المستهلك و عدم إلمامه بكل المعلومات التقنية الدقيقة فوجوب ذكر جميع البيانات و الحقائق على الوسم مع إلزامية الصدق و الإبتعاد عن كل ما قد يوقعه في غلط<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : جزاء تخلف حق المشتري في الإعلام و حقه في العلم الكافي

لتحديد مدى العلاقة و الارتباط بين جزاء تخلف حق المشتري في الإعلام ، وجزاء تخلف العلم الكافي بالمبيع ، ينبغي التمييز بين الجزاء المترتب على عدم العلم الكافي بالمبيع عم ا يتداخل معه من جزاءات في أنظمة قانونية مشابهة ، نبين أولا وجه الصلة بين البطلان لعدم العلم الكافي و بين البطلان كجزاء لمخالفة الإلتزام قبل التعاقد

<sup>1</sup> - علي بولحية بن بوخميس ، المرجع السابق ، ص 55 .

أ. التمييز بين الجزاء المترتب على عدم العلم الكافي بالمبيع عما يتداخل معه

من جزاءات قانونية مشابهة .

أول ما قد يمكن التطرق إليه هو التمييز بين بطلان العقد لعدم العلم الكافي و بين الجزاء الذي يترتب القانون عند مخالفة أحكام تعيين المبيع وفقا للقواعد العامة في تعيين محل العقد .

إن عدم تعيين المبيع من شأنه أن يحول دون قيام العقد أصلا لأن مثل هذه التصرفات الصادرة في هذه الحالة، هي غير معتد بها قانونا ، فهي باطلة بطلان مطلق و ذلك لعدم تعيين محل المبيع ، في حين أن علم المشتري بالمبيع علما كافيا لا يمنع من قيام العقد صحيحا منتج لكل آثاره ، كما قد بقضي ببطلانه بناء على طلب المشتري إذا رأى ذلك .

و قد يختلط لدى البعض الجزاء المقرر لعدم علم المشتري بالمبيع علما كافيا و الجزاء المقرر لتعيب إرادة المتعاقد لحدوث الغلط التلقائي ، فكلاهما هو قابلية العقد للإبطال لمصلحة كل من المشتري أو المتعاقد الغالط ، فالغاية منه هو معالجة رضا المتعاقد

عند إبرام العقد<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، المرجع السابق، ص 278 .

و يتضح أن هناك خلاف بينهما ، فلقيام حق المشتري في طلب إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع ، لا يشترط أن يكون واقعا في غلط ، بحيث لا يستوجب إثبات توافر شروطه أو إثبات أن علمه هو مرتبط بصفة جوهرية في الشيء  
و لقد ذهب ال رأي أنه يستلزم النظر إلى إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع إستقلالاً عن أحكام الغلط ، وهذا بناء على أنه يكفي للمشتري لإبطال العقد أن يثبت أنه لم يعلم بالمبيع فمجرد إثباته لذلك يكفي أن يعطيه الحق لطلب الإبطال حتى إن لم يقع في غلط .

ب - مدى الارتباط بين البطلان لعدم العلم الكافي و البطلان لمخالفة الإلتزام

### قبل التعاقد :

يتمثل مدى الإرتباط بينهما ، في وجه التوافق بين الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام و شرط العلم الكافي بالمبيع ، خاصة فيما يتعلق بإعفاء الدائن من هذا الإلتزام أو المشتري عن التمسك بإبطال العقد من خلال إثبات شروط وقوع الغلط الجوهري .



زيادة على هذا إثبات أي تعيب لإرادته ، حيث أنه يكفي قيام كل منهما بإثبات

أن العقد جاء خال م ن أوصافه الأساسية ، إضافة إلى عدم قيام المدين أو البائع لتفادي

ذلك ، هذا من جهة و من جهة أخرى فقد ذهب الرأي أن قيام البائع قبل العقد

أو أثناء إبرامه ، بالعمل على إشماله على كل المعلومات التي من شأنها تبيان الشيء المبيع

على الوجه الأكمل وهذا عندما يتعذر على المشتري بلوغ ذلك بالطرق الذاتية

فإن ذلك يمثل تنفيذ الإلتزام قبل التعاقدي بإعلام المشتري بالبيانات العقدية اللازمة

حتى يكون رضاه صحيح و لتنوير بصيرته و علمه ، هذا فيما يتعلق بمحل العقد .

و يعتبر وجه التطابق بين شرط العلم الكافي بالمبيع و الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام ما يتعلق

بالمعلومات التي تربطه بمحل العقد ، حيث أن نطاق المعلومات التي يجب الإفضاء بها تنفيذا للإلتزام

قبل التعاقدي بالإعلام أوسع نطاقا من شرط العلم الكافي بالمبيع ، فالأول و إضافة إلى إشماله

على كل المعلومات المتعلقة بمحل العقد فكل المعلومات الأخرى المرتبطة بذاتية العقد و كذا شروطه

و خصائصه و أوصافه .

أما بالنسبة لجزاء عدم العلم الكافي بالمبيع حسب المادة 2/419 قانون مدني مصري و تقابلها المادة 2/352 قانون مدني جزائري ، و التي تقرّر البطلان النسبي لمصلحة المشتري حيث يدل ذلك على سقوط حق المشتري قي طلب الإبطال إذا احتوى العقد ما يفيد أن المشتري على علم بالمبيع ، وهو أيضا ما يتوافق مع الجزاء المقرر عند الإخلال بالالتزام قبل التعاقدى بالإعلام ، و ذلك إعمالا لوحدة الأساس ووحدة الهدف ، فأساسهما هو عدم علم و جهل الطرف المقدم على التعاقد بالمعلومات التي من شأنها أن تنور بصيرته و تضعه أمام بينة و فاعدة صحيحة للإقدام على التعاقد أو القيام بالعكس .<sup>1</sup>

أما بالنسبة للعلاقة بين الجزاء المترتب عن تخلف حق المشتري في العلم الكافي و حقه في

### الإعلام :

و كما سبق و أشرنا أن الجزاء المتولد عن عدم العلم الكافي بالمبيع ، وحسب ما قرره المادة 419 من القانون المدني المصري و التي تقابلها المادة 352 من القانون المدني الجزائري و التي تقرّر البطلان النسبي لمصلحة المشتري ، حيث لو احتوى العقد على أن المشتري على علم بالمبيع سقط حقه في طلب الإبطال .

<sup>1</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، المرجع السابق، ص ، 269 .

و يتمثل مضمون الإلتزام التعاقدي بأن يقدم المحترف لشريكه في العقد معلومات وافية و متطابقة مع حالة المبيع الحقيقية ، حيث أن الجزاء الذب يقع عند المخالفة هو ترتب المسؤولية العقدية و ذلك لإخفاء و الإمتناع عن ذكر الحقيقة و تزويد المتعاقد معه بكل المعلومات التي تفيد من إنارة بصيرته على الوجدع الصحيح

فواجب المحترف هو إعلام المستهلك بطرق و مواصفات و كذا ما يتعلق بالتحذيرات التي تخص ذات المبيع و في هذا الجانب ألزمت محكمة النقض الفرنسية على البائع أن يبين للمشتري حدود فعالية جهاز الرادار الذي سيستخدم للمراقبة ، والذي نتج عن كتمانه الطريقة المثلى و الصحيحة لإستخدامه ، حدوث سرقة في المحل الخاص بالمشتري و لقد وسع القضاء الفرنسي هذا الإلتزام إلى المنتج في حالة كان البائع من صنع الشيء الذي يبيعه ، فوجب عليه أن يرفق بتلك البضاعة الأوراق و كل البيانات المفصلة عنه و المتعلقة به ، فعدم الوفاء بهذا الإلتزام تقوم المسؤولية المباشرة تجاه المشتري النهائي بإعتباره أفضل<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> - د/ عمر محمد عبد الكافي ، المرجع السابق، ص، 270 .

الْقَائِمَةُ

# الخاتمة

و في نهاية هذه الدراسة ، التي بع فيها تناول حق الإعلام و فكرة العلم الكافي بالمبيع إستخلصنا أن فكرة العلم الكافي ليست بالفكرة الجديدة بل تناولتها الشريعة الإسلامية تحت ما يسمى بخيار الرؤية فجهالة الوصف تؤثر في الرضا و بالتالي هذا الجهالة تحدث خللا فيه ، و إحتلال الرضا يوجب الخيار

و يتضح لنا أن هناك علاقة وثيقة تربط حق الإعلام بالعلم الكافي بالمبيع ، حيث يظهر مدى هذا الإرتباط ، في الغاية التي يصبون إليها و هي تحقيق أقصى حماية للمستهلك .

و من خلال البحث و التقصي إستنتجنا أن المشرع سعى إلى إضفاء أكبر قدر ممكن من الحماية لرضا المشتري ، حيث أنه لم يكتفي بالحماية التي تقرها القواعد العامة بشأن عيوب الإرادة ، بل أضاف شرط علم المشتري بالمبيع علما كافيا ، و إلا كان له حق الإبطال .

و بحسب الأصل فإن العلم بالمبيع يتحقق برؤية أي بمعاينته ، و من هنا يقترب العلم من خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية ، الذي يثبت لأحد المتعاقدين عند رؤية محل العقد الحق في الفسخ أو إمضاءه .

و الملاحظ من خلال هذا أن القانون المدني قد أخذ بخيار الرؤية في الفقه الإسلامي فالشريعة

الإسلامية قد تناولت ثبوت هذا الحق للمشتري ، ولقد قام المشرع بإدخال بعض التعديلات

عليه فلم تجعل خيار الرؤية السبيل الوحيد لتحقيق العلم .

ولذلك لم يكتفي المشرع بالعلم عن طريق الرؤية بل قرر ما يقوم مقامه و هو أن يشتمل العقد على بيان

المبيع و أوصافه الأساسية .

# الخاتمة

كما تظهر الصلة الوثيقة بين العلم الكافي بالمبيع و الحق في الإعلام من خلال إلزام المنتج أو الموزع أن يراعي عدم إلمام المستهلك و بضرورة إعلامه بكل المعلومات التقنية الدقيقة و كذا إلزامية إختيار الألفاظ و اللغة المناسبة و كل ما يتعلق بجودة المنتج .

لذلك و من وجهة نظرنا المتواضعة نرى أنه يستلزم على كل بائع سواء كان عادي أو محترف و جوب تقيده بما سنه و أوجبه المشرع من إلزامية إعلام المشتري بكل خصائص و مميزات المبيع الأساسية حتى يضعه على بينة من أمره ، و حتى لا يكون سببا في وقوعه في غلط للجهالة و عدم العلم الكافي بالمبيع و هذا من أجل خلق الثقة قي المعاملات بين الأفراد، فنحن نلاحظ في الواقع كثيرا ما تحدث بيوع لا يلتزم فيها البائع بما أورده المشرع من وجوب علم المشتري بالمبيع ، وغالبا ما يقع المستهلك في غلط و تغرير لجهالته و لعدم العلم و لذلك من الضروري لو أن المشرع يشدد على هذا الجانب و يرتب جزاءات رادعة و أكثر حزم في توقيع العقاب على المخالف

علمة المراجع والمصادر

# قائمة المراجع

## الكتب :

- 1 - إبراهيم الأخرس ، حماية المستهلك بين مقاصد الشريعة و الفكر الإقتصادي الوضعي في منظور منهج الإقتصاد الإسلامي إيتراك للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة 2012 .
- 2 - خليل أحمد حسن قداد ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، عقد البيع ، جزء الرابع ، طبعة ثالثة ، سنة 2003 ، الجزائر
- 3 - رمضان أبو السعود ، شرح العقود المسماة في عقدي البيع و المياضة ، دار المطبوعات الجامعية الاسكندرية 2000 .
- 4 - رمضان علي السيد الشرنباصي ، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، دراسة مقارنة دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، سنة 2004
- 5 - سي يوسف زاهية حورية ، الواضح في عقد البيع ، دراسة مقارنة ومدعمة بإجتهادات قضائية و فقهية دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ، سنة 2012 .
- 6 - عبد الحميد الديسطي عبد الحميد ، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسئولية المنتج ، دراسة مقارنة ، دار الفكر و القانون ، القاهرة ، طبعة 2009 .
- 7 - علي بولحية ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها ، دار الهدى الجزائر 2000 .



8 - عمر محمد عبد الكافي ،الحماية العقدية للمستهلك ،دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون ، منشأة المعارف الإسكندرية ، طبعة الثانية 2008 .

9 - الحسين بن الشيخ آث ملويا ، المنتقى في عقد البيع ، دراسة فقهية قانونية و قضائية مقارنة ، نصوص للمطالعة أعمال تطبيقية ، دار هومة ، طبعة الثانية، سنة ، 2006 .

10 - محمد السعيد جعفرور ،الخيارات العقدية في الفقه الاسلامي ، كمصدر للقانون المدني الجزائري ،دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع

11 - محمد حسن قاسم ، القانون المدني ، العقود المسماة ، البيع- التأمين(الضمان)- الإيجار ، دراسة مقارنة منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ،لبنان 2007 .

12 - محمد حسين منصور ، أحكام البيع التقليدية و الالكترونية و الدولية و حماية المستهلك ، دار الفكر الجامعي الاسكندرية ، سنة 2006 .

13 - محمد حسنين ، عقد البيع في القانون المدني الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، طبعة الخامسة، الجزائر ،سنة 2006 .

14 - محمود جمال الدين زكي ، مشكلات المسؤولية المدنية،جزء 1 ، 2، مطبعة جامعة القاهرة 1992 .

15. محمد صبري السعدي ،الواضح في شرح القانون المدني ، عقد البيع و المقايضة ، دراسة مقارنة في القوانين العربية ،الجزائر .

16. محمد شريف عبد الرحمان أحمد عبد الرحمان ، م طول القانون المدني في عقد البيع ،دار النهضة العربية القاهرة .

### المذكرات :

- شريف محمد ، المسؤولية المدنية للمنتج وفقا لأحكام القانون الجزائري المدني ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، معهد العلوم القانونية و الإدارية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة اليسانس في العلوم القانونية و الإدارية.

### النصوص القانونية.

- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 ، و المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 مايو عام 2007.

- قانون رقم 89-02 مؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

- قانون 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك

و قمع الغش .

.. مرسوم تنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990 يتعلق برقابة

الجودة و قمع الغش

- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق لـ 09 نوفمبر سنة 2013 يحدد شروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

### المراجع بالفرنسية :

- article 1602 C.C.F .dispose:(Le vendeur est tenu d expliquer clairement ce à quoi ils oblige).-

– juglar,l'obligation de renseignement dans les contrats, Revue trimestrielle de droit civil,n°9 , 1945.p5

### المواقع الإلكترونية :

-[http://www.legavox.fr/blog/maitre-joan-dray/droit-information-consommateur-7729.htm#.U2k0q1fLYVA-](http://www.legavox.fr/blog/maitre-joan-dray/droit-information-consommateur-7729.htm#.U2k0q1fLYVA)

الفهرس

## الفهرس :

الإهداء

شكر و عرفان

- المقدمة ..... أ.
- المبحث الأول : فكرة العلم الكافي بالمبيع ..... 01.
- المطلب الأول : ماهية العلم الكافي بالمبيع في القانون الجزائري ..... 02.
- الفرع الأول : تعريف العلم الكافي بالمبيع ..... 02.
- الفرع الثاني:نطاق العلم الكافي بالمبيع ..... 05.
- المطلب الثاني : أحكام العلم بالمبيع في القانون الجزائري ..... 09.
- الفرع الأول : شروط تحقق العلم بالمبيع ..... 09.
- الفرع الثاني : جزاء عدم تحقق العلم الكافي و أساسه ..... 11.
- أ - الجزاء ..... 11.
- ب - الأساس ..... 15.
- المبحث الثاني : الإلتزام بإعلام المشتري و حقه في العلم الكافي (المستهلك) ..... 20.
- المطلب الأول : مفهوم الإلتزام بالإعلام ..... 20.
- الفرع الأول : تعريف الإلتزام بالإعلام..... 21.
- الفرع الثاني : طبيعة و نطاق الإلتزام بالإعلام ..... 26.

- 29..... الفرع الثالث : أساس الإلتزام بالإعلام
- 33..... المطلب الثاني : حق المستهلك في الإعلام
- 34..... الفرع الأول : تعريف المستهلك
- 39..... الفرع الثاني : أنواع الإلتزام بإعلام المستهلك
- 44..... الفرع الثالث : شروط وكميفيات إعلام المستهلك .
- 56..... المطلب الثالث : علاقة العلم الكافي و الحق في الإعلام
- 56..... الفرع الأول : نطاق العلم الكافي و الحق في الإعلام
- 58..... الفرع الثاني : جزاء تخلف حق المشتري في الإعلام و حقه في العلم الكافي

الخاتمة