

قصور القواعد العامة في حماية حق علم المتعاقد

Insufficiency of general rules In protecting the right of knowledge of the contractor

عباسي محمد الحبيب

ط.د بونقطه لندة*

جامعة طاهري محمد بشار (الجزائر)

جامعة طاهري محمد بشار (الجزائر)

Bounegta.linda@univ-bechar.dz

abbassimelhabib@univ-bechar.dz

مخبر البحث الدراسات القانونية و مسؤولية المهنيين

ملخص:

أصبحت حماية المستهلك من الأولويات التي تعنى بها الدول بمختلف أنظمتها السياسية والاقتصادية، بسبب التطور الذي شهده العالم في المجال الاقتصادي، والذي تجسد أساسا في ظهور الكثير من السلع والخدمات وتسويقها بتقنيات متطورة تتسم بالتعقيد أحيانا. في ظل هذا التطور يجد المستهلك نفسه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية بسبب نقص معارفه ومعلوماته، في حين يواجهه طرفا قويا ملما بكافة المعلومات، هذا ما يؤدي إلى اختلال في التوازن العقدي بين طرفيه.

بالرجوع إلى القواعد العامة يتبين قصورها في توفير الحماية اللازمة للمستهلك، وإزاء هذا القصور الذي شهدته هذه القواعد كان لزاما البحث عن قواعد خاصة، كما هو في الحق في الإعلام، الذي أصبح يجد مصادره في قوانين خاصة بحماية المستهلك تنص على الالتزام بالإعلام. كلمات مفتاحية: حماية المستهلك، الالتزام بالإعلام، قصور القواعد العامة، اختلال التوازن العقدي.

Abstract:

Consumer protection has become a priority in state policy with its various political and economic systems, many of which have witnessed development in a wide economic field through it, many goods and services emerged using advanced and complex technologies. In light of this development, the consumer finds himself the weak party in the contractual relationship due to his lack of knowledge and information while facing it is a strong party that is aware of all the information, and this leads to an imbalance in the contract between the two parties referring to the general rules shows their failure to provide the necessary protection for the consumer in light of this shortcoming in the general rules, the right to media has found its sources. In several areas, many countries have issued several consumer protection laws that stipulate a commitment to the media.

Keywords: consumer protection, Commitment to the media, Insufficiency of general rules, Nodal imbalance

مقدمة:

يشهد العالم فيضاً من التحولات مست العديد من مجالات الحياة المتعددة، خصوصاً اقتصادياً، حيث أن التطور في المجال الاقتصادي يؤدي في غالب الأحيان، إلى تقدم المجتمعات كونه يتماشى مع احتياجات الأفراد. ومع هذا التطور ظهرت العديد من المنتجات التي وإن ساهمت في تيسير حياة الفرد بما وفرت له من أسباب الرفاهية، إلا أنها جعلته عرضة للعديد من المخاطر، لأن استخدام تقنيات متطورة في إنتاجها جعلها تتسم بالتعقيد الفني، وصار استهلاكها يعرض الأفراد لأضرار تلحق أرواحهم وأموالهم وممتلكاتهم، كون المستهلك هنا طرفاً ضعيفاً لا يقدر على الإلمام بكافة جوانب المعاملة الاستهلاكية، إلى جانب المهني وهو الطرف الأكثر تميزاً وتفوقاً من الناحية الاقتصادية والمعرفية.

أدى ذلك إلى وضوح عدم التوازن جلياً في العلاقة التعاقدية بين الطرفين، يظهر في اختلاف مراكز التعاقد نجد فيه المهني الطرف القوي في جانب المعلومات، يقابله طرف ضعيف يحتاج إلى معلومات كافية من أجل إبرام العقد وهو المستهلك، وهو ما يعني أن حماية هذا الأخير أصبحت من الأولويات، وفرض البحث عن الوسائل اللازمة لتحقيق ذلك. من أجل تحقيق التوازن العقدي بين طرفي العلاقة التعاقدية لابد من الرجوع إلى القواعد العامة لمعرفة الوسائل التي تحمي التعاقد عندما يكون في مواجهة متعاقد في مركز أقوى منه.

والأصل أن هذه الوسائل لا تخرج عن نظرية عيوب الإرادة، الشروط التعسفية ونظرية ضمان العيوب الخفية، غير أن هذه المبادئ التقليدية لا تكفي وحدها لتحقيق حماية فعالة للمستهلك، فتدخلت معظم التشريعات بفرض آليات جديدة من شأنها توفير الحماية القانونية اللازمة لضمان حماية للمستهلك، ومن بين هذه الآليات الالتزام بالإعلام الذي فرض على عاتق الطرف الملم بالمعلومات والبيانات، خاصة منها المتعلقة بشروط وأوصاف الشيء محل التعاقد، إلى إيصالها للمتعاقد الآخر، بدرجة من السعة والشمولية تجعله عالماً بسائر عناصر العقد و من هنا تظهر الأهمية البالغة التي يكتسبها الموضوع في البحث عن وسائل و آليات تضمن حماية للمستهلك.

من خلال ما سبق ذكره يمكننا طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى يعتبر الحق في العلم بموجب القواعد العامة والخاصة كالنظام يحقق التوازن العقدي؟ وإلى أي مدى يمكن اعتباره كضمان مستحدث لحماية المستهلك؟

للإحاطة بهذه الإشكالية ارتأينا معالجة الموضوع من خلال تقسيمه إلى مبحثين:

المبحث الأول: الحق في العلم في القواعد العامة بين قصور النظريات التقليدية و حتمية التوازن العقدي.

المبحث الثاني: حق العلم في القواعد الخاصة بحماية المستهلك.

المبحث الأول: الحق في العلم في القواعد العامة بين قصور النظريات التقليدية و حتمية التوازن العقدي.

في ظل التقدم الهائل الذي يشهده العالم، خاصة في مجال عقود الاستهلاك الذي أدى إلى توسيع الفجوة في مستوى الخبرة والعلم بين المهني والمستهلك الذي يتعاقد معه، فإن تقرير الالتزام بالإعلام، فرضته مبررات واقعية كشف عنها التعامل ما بين الأفراد وتعاملهم بالنصوص القانونية العامة، الذي أبان عن قصورها في توفير الحماية اللازمة لهم في ظل التطور الذي تشهده معاملاتهم.

على هذا الأساس تمت دراسة حالة فرض الالتزام بالإعلام، من خلال التطرق إلى أهم مبررات نشوئه وهي: عجز النظريات التقليدية في تقرير حق المستهلك في العلم (المطلب الأول)، حتمية إعادة المساواة في العلم وإعادة التوازن العقدي (المطلب الثاني).

المطلب الأول: عجز النظريات التقليدية في تقرير حق المستهلك في العلم

ضماناً لاستقرار المعاملات بين أطراف العلاقة التعاقدية، لقد اهتم المشرع بحماية المستهلك من خلال النظريات التقليدية و هي نظرية عيوب الرضا و قواعد الضمان (نظرية العيوب الخفية) الأمر الذي دفع البعض إلى إعتقاد، قدرة هذه النظريات على توفير حماية فعالة للمستهلك غير أن التطبيق العملي لنظرية عيوب الإرادة في المرحلة السابقة للتعاقد، كشف عن قصورها في تحقيق الحماية للمستهلك، وهذا راجع إلى تشدد الشروط اللازمة لتطبيقها لأنها تتسم بالدقة والتعقيد¹، و كذلك بالنسبة لقواعد الضمان التي أبانت على عدم

كفايتها و هذا ما سنتطرق إليه في: عجز نظرية عيوب الإرادة في حماية مصلحة المستهلك العقدية (الفرع الأول)، عجز قواعد الضمان في حماية أمن وسلامة المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: عجز نظرية عيوب الإرادة في حماية مصلحة المستهلك العقدية

أصبحت القواعد القانونية العامة المتعلقة بسلامة و صحة الرضا عاجزة عن توفير الحماية اللازمة للمستهلك، و عليه سوف نتناول قصور عيب الغلط في توفير الحماية اللازمة للمستهلك (أولا)، قصور عيب التدليس في توفير الحماية اللازمة للمستهلك (ثانيا).

أولاً: قصور عيب الغلط في توفير الحماية اللازمة للمستهلك

الغلط هو وهم يقع فيه الشخص، يكون هو الدافع للتعاقد، حيث أن المتعاقد ما كان ليتعاقد لو علم الحقيقة المسبقة، أو أنه سوف يتعاقد وفق شروط أخرى غير تلك التي تعاقد بها تحت تأثير هذا العيب.

تناول المشرع الجزائري الغلط في المواد من 81 إلى 85 من القانون المدني، وأورد شروط التمسك به في المادتين، فالمادة 81 نصت على أنه: « يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب بإبطاله² أما المادة 82 فنصت على: « يكون الغلط جوهرياً إذ بلغ حداً من الجسامه بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط. ويعتبر الغلط جوهرياً على الأخص إذا وقع في صفة للشئ يراها المتعاقدان جوهريه، أو يجب اعتبارها كذلك نظراً لشروط العقد أو لحسن النية.

إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد³.

جاء في هذين النصين الشروط الواجب توافرها في الغلط وهي أن يكون: الغلط جوهرياً ويكون على حد من الجسامه، وأن يكون في صفة جوهريه في محل العقد، أو في شخص المتعاقد أو صفة من صفاته، وأن يكون هو الدافع للتعاقد، وجزاء هذا هو حق المتعاقد الذي أبرم العقد تحت تأثير الغلط أن يطالب بإبطاله⁴، حسب ما نصت عليه المادة 81 من القانون المدني الجزائري.

تظهر محدودية نظرية الغلط في توفير الحماية اللازمة لرضا المستهلك، بسبب الشروط الواجب توافرها لتطبيقها من جهة، ومن جهة أخرى الجزاء المقرر وهو قابلية العقد للإبطال، الذي اعتبره البعض وسيلة محدودة لتحقيق الحماية الكافية للمستهلك. هذا الأمر الذي لا يتلاءم مع حاجات المستهلك ورغبته المشروعة في الاستهلاك، الذي يتمثل أصلاً في حصوله على شيء أو خدمة تستجيب لمتطلباته وتطلعاته، مما حتم فرض الالتزام بالإعلام الذي يهدف المشرع من خلاله تضيق دائرة الطعن بالبطلان، بسبب الغلط وفقاً للقواعد العامة.

ثانياً: قصور عيب التدليس في توفير الحماية اللازمة للمستهلك

يقصد بعيب التدليس اللجوء إلى الحيلة والغش قصد إيهام المتعاقد بغير الحقيقة. عالج المشرع الجزائري في القانون المدني، إذ نصت المادة 86 منه على أنه: « يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامه بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد. ويعتبر تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا أثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة⁵ وكذلك المادة 87 أيضاً التي نصت على أنه: « إذ صدر التدليس من غير المتعاقدين فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب بإبطال العقد، ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم، أو كان من المفروض حتماً أن يعلم بهذا التدليس».

يشترط لقيام التدليس توافر عنصرين، العنصر المادي وهو استعمال حيل كالكذب والكتمان أو السكوت عن واقعة يجب الإفضاء بها، أما العنصر المعنوي فهو توافر نية التضليل لتحقيق الهدف غير مشروع من جانب المدلس، وأن تكون تلك الوسائل دافعا للتعاقد⁶.

إن صعوبة إثبات واقعة التدليس وشروطه، تفتح المجال أمام الالتزام بالإعلام لمواجهة عيب التدليس من خلال تيسير طرق الإثبات، إذ يكفي للمستهلك إثبات شروط هذا الالتزام، بأن المتعاقد معه لم يقوم بتنفيذ هذا الالتزام تنفيذاً صحيحاً مع افتراض علم هذا الأخير بالمعلومات ومدى تأثير كتمانها على رضا المستهلك⁷.

ما يمكن استخلاصه أن نظرية عيوب الإرادة قد توحى بإمكانية علاج مشكلة حماية المستهلك، غير أن التدقيق والتفحص فيها يوضح عدم جدواها في توفير المناخ الملائم للمستهلك، لتأكيد صحة إرادته وعدم كفايتها لإعادة التوازن في العقد، الذي يستغل فيه المهني تفوقه في مواجهة المستهلك ضعيف القدرة والخبرة الذي يتعاقد معه دون التعرف على عناصر هذا العقد وشروطه مع تبين أثرها ومداها⁸. ذهب بعض الفقه إلى القول أن تقرير الالتزام قبل التعاقد بالإعلام من شأنه معالجة أوجه القصور التي تعترى نظرية عيوب الإرادة، خاصة فيما يتعلق بإمكانية رجوع المستهلك على التاجر المحترف عند إخلاله بالالتزام بتقديم المعلومات الجوهرية في العقد المراد إبرامه طبقا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية⁹.

الفرع الثاني: عجز قواعد الضمان في حماية أمن وسلامة المستهلك

إن الانفتاح الذي شهدته معظم الأسواق أدى إلى ظهور العديد من المنتجات المعقدة أو الخطيرة بطبيعتها، يصعب على المستهلك استيعاب طرق استعمالها فكان ضحية لخطرها في كثير من الأحيان، و حماية له كان لابد من اللجوء إلى قواعد الضمان لحمايته من الأضرار التي تحدثها المنتجات غير أن التطبيق العملي لما أبان على قصورها خاصة فيما يتعلق في حقه في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمنتج يتجلى هذا القصور في مفهوم التقليدي للعيب (أولا)، والقيود التي تحد من ممارسة دعوى الضمان (ثانيا).

أولا: العيب الموجب للضمان في مجال حماية المستهلك

يشترط المشرع الجزائري في مسؤولية المنتج، أن يكون الضرر ناتجا عن عيب في المنتج لقيام مسؤولية المنتج، وهذا حسب ما جاء به نص المادة 140 مكرر¹⁰ من قانون المدني الجزائري، غير أنه لم يضع تعريفا لماهية هذا العيب¹¹.

عرفت محكمة النقض المصرية العيب الموجب للضمان بأنه « الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للشيء المبيع»¹²، كما عرفه الأستاذ محمد شكري سرور بأنه: «هو شائبة أو نقيصة لا توجد عادة في مثل المبيع ولكنها وجدت بالمصادفة فيما اشتره المشتري» كما عرف بأنه ما ينتقص من قيمة المبيع أو يفوت به على المشتري غرض الصحيح، والغرض من ضمان العيب هو ضمان فائدة المبيع ومطابقته بحيث يكون صالحا للاستعمال فيما أعد له¹³.

حسب ما ذكر سابقا في تعريف العيب الخفي، يلاحظ بأنه يناسب بصفة أساسية المنتجات الطبيعية، لأن هذه المنتجات وحدها يمكن القول عليها بوجود فطرة سليمة كانت توجد عليها عند بدء خلقها، في حين لا يصدق هذا القول على المنتجات الصناعية¹⁴، لأن طبيعتها لا تتناسب بالقول بوجود فطرة سليمة كانت عليها من قبل.

وبالنظر لتطور المجتمع في كل مجالات الحياة، الذي أسفر عنه تفاوت كبير بين المتعاقدين، بسبب تعقيد المعاملات، خاصة بالنسبة للمنتجات التي يتطلب انتاجها تقنيات ليست في متناول العامة، يكون المشتري في غالب الأحيان جاهلا تماما لما يريد شراؤه، وليست له دراية في مواجهة هذا النوع من السلع. في حين يكون البائع محترفا له دراية كافية لكيفية استعمال، وتجاوزا لهذا التفاوت أبدع الاجتهاد القضائي بوضع عدة التزامات على عاتق البائع منها الالتزام بالإعلام، الالتزام بالتحذير، الالتزام بالسلامة...¹⁵

يمكن القول أن الضرر الناتج عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، يقع نتيجة نقص وانعدام المعلومات المتعلقة بالمنتجات الصناعية، أو فيما يخص طريقة استعمالها أو الاحتياطات اللازمة لتوقي مخاطرها، على أن مفهوم العيب حسب ما ذكر سابقا يستبعد الخدمات من نطاق ضمانه. في حين أن الالتزام بالإعلام يشمل السلع والخدمات¹⁶، ومن ناحية أخرى يفترض تعيب المبيع، لكي يشمل ضمان البائع ليحقق الحماية اللازمة للمستهلك، إذ العيب الذي يكون محل ضمان البائع، هو العيب الخفي، أو عدم مطابقة المبيع، أو عدم صلاحيته للاستعمال. ويكون البائع مسؤولا عن الإخلال بالالتزام بالإعلام حتى في الحالات التي يتم فيها تسليم منتج خال من العيوب، متى ثبت أنه لم يعلم المشتري بمخاطر حيازته أو استعماله¹⁷.

يفهم مما سبق ذكره أن تقليدية فكرة العيب التي تقوم عليها نظرية ضمان العيوب الخفية، لا تستقيم وتعويض الأضرار التي تلحق المستهلك نتيجة قصور المعلومات المتعلقة بالمنتجات المطروحة للتداول¹⁸.

ثانياً: قيود ممارسة دعوى ضمان العيب الخفي في مجال حماية المستهلك

تعتبر دعوى ضمان العيوب الخفية¹⁹، الوسيلة القانونية التي يستطيع بها المستهلك المطالبة بحقه لجبر الضرر الذي لحقه من المنتج، وتنقيد هذه الدعوى بقيود موضوعية وأخرى إجرائية.

1- القيود الموضوعية لممارسة دعوى ضمان العيب الخفي:

تتمثل قيود الموضوعية لممارسة دعوى ضمان العيب الخفي في توافر بعض الشروط التي تقوم عليها و هي: شرط خفاء العيب، شرط قدم العيب، شرط التأثير العيب، شرط عدم علم المشتري بالعيب.

(أ)- شرط خفاء العيب:

يقصد بالعيب الخفي أن لا يكون ظاهراً وقت التعاقد، بحيث لا يظهر للمشتري الذي يقاس سلوكه بالرجل العادي. وهنا لا يضمن البائع في العادة العيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، غير أنه يحق للمشتري أن يستفيد من أحكام ضمان العيب الخفي ولو كان ظاهراً في حالتيه:

- في حالة إذ أثبت المشتري أن البائع قد أكد له خلو المبيع من العيوب.
 - إذا أثبت أن البائع تعمد إخفاء العيب غشاً منه²⁰.
- ما يمكن ملاحظته أن اشتراط الخفاء في العيب لضمانه لا يمكنه توفير حماية للمستهلك عندما يتعلق الأمر بالعلم بطريقة استعمال المبيع ومخاطره وهذا من عدة نواحي تتمثل في:
- قد ينطوي المبيع على مخاطر رغم أن البائع قد أعلم المستهلك بعيوب المبيع، وفي هذه الحالة ينتفي عن المبيع وصف الخفاء، رغم أن الشيء المبيع يحتوي على مخاطر بالنظر لطبيعته الذاتية أو لظروف استعماله.
 - قد لا يكون شرط خفاء العيب محققاً، وهذا لا يسمح بالرجوع وفقاً لقواعد ضمان العيب، مثلاً إرفاق النشرة بالمنتج الدوائي التي تتضمن معلومات عن الآثار الجانبية له، تنفي صفة الخفاء. هنا ورغم ذلك ينجم ضرر لعدم وضوح المعلومات لصياغتها في مصطلحات علمية معقدة يصعب فهمها من قبل المستهلك.
 - ضعف خبرة المستهلك ومركزه الاقتصادي بالنسبة للبائع المحترف وما يحوزه هذا الأخير من مقومات اقتصادية، يتعذر على المستهلك إثبات تأكيد البائع له خلو المبيع من العيب وإثبات تعمد قيامه بإخفاء العيب غشاً منه²¹.

(ب) شرط قدم العيب:

البائع يضمن العيب الموجود في المبيع وقت التسليم، أي أن البائع يضمن العيب الموجود وقت التسليم، أما العيب الذي طرأ بعد التسليم لا يضمنه البائع. ويقع عبء إثبات أن قدم العيب في المنتج على عاتق المستهلك، وبعد هذا الأمر حقيقة عائقاً يعترض طريق المستهلك لحصوله على تعويض مناسب جراء ما لحقه من ضرر.

(ج) شرط أن يكون العيب مؤثراً:

العيب الموجب للضمان يجب أن يكون مؤثراً، وفي تقدير جسامة العيب يجب أن يكون من شأن وجوده إحداث نقص في قيمة المبيع، أو التأثير على صلاحيته للاستعمال ومدى نفعه بحسب الغاية المقصودة منه كما ورد في عقد البيع أو على حسب الظاهر من طبيعة الشيء²².

ما يمكن ملاحظته أنه قد لا يكون بالمبيع عيب مؤثر على منفعة أو قيمته أو المنفعة المرجوة منه، ولكنه ينجر على حيازته أو استعماله ضرر، وفي هذه الحالة لا يمكن الرجوع على المنتج بدعوى الضمان.

(ذ) شرط أن يكون العيب غير معلوم للمشتري:

إذا علم المشتري بالعيب في المنتج ومع ذلك رضي به وتمكن البائع من إثبات ذلك، لا يكون للمشتري الحق في الرجوع على البائع بدعوى ضمان العيب رغم الأضرار التي تلحقه نتيجة الخطورة الكامنة فيه، والتي لم ينتبه إليها²³.

2- القيود الإجرائية لضمان العيوب الخفية:

تتقيد دعوى ضمان العيوب الخفية بقيدين وإجراءين هما: المدة المحددة للإخطار والمدة المحددة لرفع دعوى ضمان²⁴.

على الرغم من عدم تحديد المدة التي ينبغي من خلالها فحص المبيع من قبل المشتري وإخطار البائع بما يشوبه من عيوب، إلا أن حقه يسقط في الضمان لعدم إخطار البائع بالعيب في مدة معقولة، حتى ولو لم تكن دعوى الضمان سقطت بالتقادم. هذا الأمر صراحة يعتبر بمثابة قيد على دعوى الضمان قد تحول دون حصول المشتري على حقه²⁵.

من جهة أخرى فإن التحديد الضيق للمدة التي ينبغي فيها رفع دعوى الضمان، قد يفضي إلى ضياع حق المشتري المضروب في الحصول على تعويض عما لحقه من أضرار، لأن بعض المنتجات لا تتكشف عيوبها إلا بعد مرور فترة زمنية معينة.

من خلال ما سبق ذكره عن قصور نظرية العيوب الخفية في توفير الحماية الكافية للمستهلك، يمكن أن يظهر هذا القصور أيضا في شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، فشريحة كبيرة من المستهلكين لا يعلمون شيئا عن الضمان القانوني الذي يشوب المبيع، وتقتصر معرفتهم فقط على الضمان الإتفاقي، بينما في الضمان القانوني ينفرد البائع به من خلال معرفته بمحدوده ما يدفعه إلى وضع شروط التخفيف أو الإعفاء من أجل نطاق التخليص من الضمان²⁶.

و كذلك يظهر قصور هذه النظرية من حيث نطاق ضمان العيوب الخفية، فمن حيث الأشخاص لا تفرق أحكام هذه النظرية بين المتعاقدين وفقا لما يتواجدون فيه من مراكز فعلية أو واقعية، فحين أن الالتزام بالإعلام يقع على المتعاقد ذو الخبرة في مجال تخصصه ولا يلزم المتعاقد الآخر. ويتجلى أيضا قصور نظرية الضمان من حيث العقود إذ يقتصر الالتزام بضمان العيب على عقد البيع فقط، في حين أن الالتزام بالإعلام يغطي كافة العقود التي يسودها نوع من عدم التوازن في الخبرة والمعرفة بين المتعاقدين²⁷.

أما من ناحية نطاق الضمان من حيث الأضرار التي تستهدف التعويض عنها، يكمن قصور نظرية العيوب الخفية في أن التعويض فيها يشمل الضرر التجاري والاقتصادي فقط، فهي ترمي إلى ضمان الجدوى الاقتصادية للمنتج المبيع، بحيث يخرج عن نطاقها نوعان من الأضرار

- الأضرار الناتجة عن جهل المستهلك بطريقة استعمال المنتج والاحتياطات اللازمة لتفادي مخاطره، فضلا على أنه لا يمكن اعتبار نقص المعلومات المتعلقة بالمنتج بمثابة عيب خفي.

- لا يمكن اعتبار عدم إتباع احتياطات مادية معينة من جانب المنتج في تغليف منتجه بما يكفل سلامة المستهلكين إلى وجود عيب خفي.

في الأخير، وما يمكن قوله بوجود العديد من الأضرار التي تلحق المستهلكين، والتي لا تغطيها نظرية ضمان العيوب الخفية، ظهر الالتزام بالإعلام الذي يكفل حماية أوسع للمستهلكين لأنه يغطي الضرر الذي ينجم عن عدم صلاحية المبيع للغرض المعد له أو نقصان فائدة بالاضافة إلى الضرر الناجم عن المبيع الذي يسبب للمشتري خسارة تلحق في جسده أو ماله²⁸.

المطلب الثاني: حتمية إعادة المساواة في العلم وإعادة التوازن العقدي

تحقيقاً للمساواة الفعلية بين أطراف العلاقة التعاقدية و لمواجهة عدم التكافؤ بين الطرفين يتجسد هذا من خلال حتمية إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين (الفرع الأول)، و إعادة التوازن العقدي بين المتعاقدين (الفرع الثاني).

الفرع الأول: إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين

تزايد التفاوت في المعرفة بين المهني والمستهلك بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي، مما جعل الشخص العادي (المستهلك) يصعب عليه التعرف على التفاصيل الفنية ودقائق السلع المعروضة. وبهذا يختل ميزان المعرفة لصالح المهني على حساب المستهلك الذي يفتقر للمعلومات والبيانات الأساسية التي ترشده إلى تحديد أوصاف المنتج محل العقد من سلع وخدمات مع رغباته ومدى كفايتها لإشباع حاجياته²⁹.

في هذا الشأن قد قضت محكمة باريس في القضية الشهيرة المعروفة باسم "بوسان" **poussin** وتتعلق بأن إحدى المدارس عرضت للبيع في مزاد علني لوحة فنية تعتقد أنها نسخة من اللوحة الأصلية للفنان المشهور، وتقدم « المتحف الوطني » مستعملاً الأولوية القانونية المقررة له واشترى هذه اللوحة بثمن عادي وهو يعلم أنها الأصلية، فرفعت المدرسة البائعة دعوى إبطال فحكمت المحكمة بالبطلان، ورغم استناد هذا البطلان إلى المادة 1110 من القانون المدني الفرنسي - والمتعلقة بالغلط - إلا أن حيثيات الحكم المذكور أثارت صراحة إلى مبدأ « عدم المساواة في المعرفة والعلم بين المتعاقدين » بسبب انخفاض المستوى الفني للبائع (المدرسة) بالمقارنة بخبرة المشتري (المتحف)³⁰.

إن عدم المساواة في المعرفة يبرر تقرير الالتزام بالإعلام لفائدة المستهلك الذي يقع على عاتق المهني، وهذا من أجل حماية حقوق المستهلك في المعرفة الاستهلاكية وفي الاختيار الحر وأن يكون رضا الطرفين صادراً عن علم وإرادة واعية³¹.

الفرع الثاني: إعادة التوازن العقدي في مجال حماية المستهلك

خلق انعدام التكافؤ بين المهني والمستهلك، من حيث العلم بالعناصر الجوهرية لهذا العقد، عدم التوازن العقدي. ولإعادة هذا التوازن لا بد من فرض الالتزام بإعلام المستهلك وإمداده بالبيانات والمعلومات حماية لرضائه بالنظر إلى مركزه العقدي المتميز بالضعف³².

لا يحقق اللجوء إلى نظرية عيوب الإرادة الحماية الكافية لإرادة المستهلك، هذا ما أدى إلى ظهور بعض الصور الحديثة للالتزام مثل " الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات"، حيث قرر جانب من الفقه المصري بأن مبدأ الثقة لم يعد يكفي بإلزام المتعاقد بإتباع مبدأ حسن النية في تنفيذ العقد فحسب، بل يلقي عليه قبل إبرام العقود التزام عام يسمى الالتزام بالإدلاء بالبيانات العقدية³³.

كما ينظر إلى هذه الحماية على أنها تطبيق من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المدعى في عقود الإذعان إلا أنها تختلف عنها في فرض الالتزام بالإعلام قبل التعاقد على المهني لصالح المستهلك، حيث أن هذه الحماية لا تماثل حماية الطرف المدعى، ولذلك يعتبر الالتزام بالإعلام التزاماً مستقلاً وأصيلاً³⁴.

المبحث الثاني: حق العلم في القواعد الخاصة بحماية المستهلك

إن إعلام المستهلكين يجد مصدره في عدة جهات، أولها المحترفين أنفسهم، وثانيها جمعيات المستهلكين وكذا المؤسسات العمومية. ولهذا وضع المشرع على عاتق المحترف التزاماً بالإعلام يهدف إلى ضمان إعلام موضوعي وكامل للمستهلك يسمح له بالدفاع عن مصالحه، مصدره قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 (المطلب الأول)، ومحاولة للتصدي للاختلال التوازن في العلاقات العقدية في ميدان الممارسات التجارية وحماية للمستهلك وإعلامه أقر القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية جملة من الالتزامات تكرس حق المستهلك في العلم (المطلب الثاني).

المطلب الأول: حق المستهلك في العلم في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09

يهدف قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09³⁵ إلى إقرار حماية قانونية للمستهلك في إطار علاقاته التعاقدية مع المتدخل، على اعتبار أنها تتميز بعدم التوازن العقدي، حيث يلقي المشرع على المتدخل التزاما بإعلام المستهلك من أجل ضمان سلامة هذا الأخير وتوفير الحماية الكافية له. ولحمايته من خطر التفاوت بينه وبين المتدخل ألزمت المادة 17³⁶ وما يليها من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج³⁷.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع أصدر المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك³⁸، وجاءت المادة 03 الفقرة 15 منه بتعريف الالتزام بالإعلام، حيث نصت على ما يلي: «إعلام حول المنتجات: كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي».

وحماية للمستهلك كطرف ضعيف في العلاقة التعاقدية ستنطبق إلى حق المستهلك في العلم بالبيانات الخاصة بالمنتج (الفرع الأول)، وحق المستهلك بالعلم بشروط العقد ومضمونه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: حق المستهلك في العلم بالبيانات الخاصة المتعلقة بالمنتج

يتجلى حق المستهلك في العلم بالبيانات الخاصة المتعلقة بالمنتج من حيث: الاعلام حول كل البيانات الخاصة بتعريف بالمنتج و احتياطات استعماله (أولا)، التحذير من خطورة المنتج (ثانيا).

أولا: الإعلام حول كل البيانات الخاصة بتعريف المنتج واحتياطات استعماله.

يلتزم المتدخل اتجاه المستهلك بتقديم المعلومات الخاصة بالمنتج، والتي بدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، سواء كان هذا المنتج خطيرا أم لا. كما يجب على المتدخل أيضا إعلام المستهلك بكافة المعلومات التي تميز هذا المنتج عن غيره من خلال تحديد خصائصه ومكوناته وتاريخ الإنتاج ونهاية الصلاحية، وكل معلومة يحتاجها المستهلك والتي تهمه في الإقدام أو الامتناع عن التعاقد.

ثانيا: التحذير من خطورة المنتج.

يقع على عاتق المتدخل إعلام المستهلك بمخاطر المنتج نفسه، أو تلك التي تنجم عن استعماله أو حيازته، وإعلامه بالبيانات التي تتعلق بالتحذير من مخاطر الاستعمال، وكذا بالاحتياطات الواجب أخذها إذا تعلق الأمر بالأشياء الخطيرة بطبيعتها، وهو ما نصت عليه المادة 48 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13: «يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن المرتبطة باستعمال المنتج...»، يتعين أن يكون التحذير واضحا سهل الدلالة وظاهرا³⁹، وهو ما نصت عليه المادة 07 من المرسوم السالف الذكر: «يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية أساسا...».

الفرع الثاني: حق المستهلك في العلم بشروط العقد ومضمونه.

حماية للمستهلك و ضمانا لحقه في العلم يكون هذا من خلال الإعلام حول بنود و شروط الضمان (أولا)، الإعلام الوارد في عقد الاستهلاك (ثانيا).

أولا: الإعلام حول بنود وشروط الضمان

نصت المادة 2/14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «يجب أن تبين بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة مرافقة للمنتج»⁴⁰. يتضح من هذه المادة أن المحترف يلتزم بتقديم المعلومات اللازمة للمستهلك حول الضمان القانوني الخاص بالمنتج، مما يجعل الشروط والبنود المتعلقة بهذا الضمان من بين البيانات الإلزامية الواجب إعلام المستهلك بها.

ثانيا: الإعلام الوارد في قرض الاستهلاك

نصت المادة 20 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على: « يجب أن تستجيب عروض القرض للاستهلاك للطلبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية الغرض المسبق وطبيعة ومضمون مدة الالتزام وكذا آجال تسديده، ويجرر عقد بذلك»⁴¹، وبذلك يكون المشرع قد أقر التزاما قانونيا بالإعلام على كل مؤسسة تعرض قرضا للاستهلاك. ويعد هذا حماية للمستهلك الضعيف من استغلال البنوك لحاجة الناس لإبرام هذه العقود وهم يجهلون مضمونها وشروطها.

في هذا الصدد فإن المشرع في القانون النقدي و المصرفي رقم 23-09⁴² قام بإدراج المادة 2/136⁴³، التي ألزمت البنوك بتزويد الزبائن بوضعيتهم بصفة دورية بكل المعلومات المفيدة المتعلقة بالشروط الخاصة بالبنك، ويدل هذا التأكيد على حق الزبون في الإعلام⁴⁴، بكل وضوح وهذا ما أكدته نفس المادة: « يجب أن تستوفي عروض القروض مطلب الشفافية وتشير بوضوح إلى كل الشروط المتعلقة بها ».

المطلب الثاني: حق المستهلك في العلم في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

يتسم القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 10-06⁴⁵، بعلاقته التكاملية بين قانون المنافسة من جهة، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش من جهة ثانية، كما أنه يحدد مبادئ الشفافية وقواعدها ونزاهة الممارسات التجارية، التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه، فإن الالتزام بالإعلام الذي أنشأه هذا القانون يقع على عاتق البائع أو مقدم الخدمة، سواء كان مستهلكا أو محترفا

سنتطرق إلى هذا الالتزام من حيث موضوعه الإعلام حول الأسعار والتعريفات (الفرع الأول)، ثم إلى الالتزام بالإعلام بشروط البيع والحدود المتوقعة للمسؤولية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام حول الأسعار والتعريفات

يعد إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات حق من الحقوق الأساسية له، وفي نفس الوقت يعد التزاما قانونيا سابقا على التعاقد، يلتزم فيه العون الاقتصادي بإعلام زبونه إعلاما واضحا بالمقابل النقدي الذي سيدفعه بصفة نهائية لاقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة حيث نصت المادة 04 من القانون 04-02 على: « يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وشروط البيع»⁴⁶. ويهدف الإعلام بالأسعار إلى تمكين المستهلك من المقارنة بين مختلف الأسعار المتواجدة في السوق لاختيار السعر الذي يناسبه، ومن ثم يساعده ذلك على اتخاذ قرار الشراء وأن يعبر بإرادة واعية وسليمة⁴⁷.

نصت المادة 07 من نفس القانون على: « يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها، ويكون هذا الإعلام بواسطة الجداول والأسعار والنشرات البيانية، أو دليل الأسعار أو بأي وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة»⁴⁸.

يتضح من نص المادة 07 أن الالتزام بالإعلام بين الأعوان الاقتصاديين بالأسعار والتعريفات يدعم لهم المساواة فيما بينهم، ويسمح لهم من التحقق بأن الأسعار التي فرضها عليهم مورديهم ليست مجحفة.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام بشروط البيع والحدود المتوقعة للمسؤولية

نص القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية 04-02 على ضرورة إعلام المستهلك ببعض المعلومات الزهية التي تتعلق بمميزات المنتج أو الخدمة وشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية، حيث جاء في المادة 08 منه: « يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع إخبار المستهلك بأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات الزهية والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة أو شروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة ».

إن إعلام المستهلك بمميزات المنتج أو الخدمة الذي ألزم به المشرع العون الاقتصادي في نص المادة 08 السالف الذكر لم يحدد فيه طريقة الإعلام بمميزات المنتج بل اكتفى بأن تكون صادقة ونزيهة، غير أنه بالرجوع إلى نص المادة 17⁴⁹ من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، يتضح أن نصها أكثر تدقيقاً حيث وسعت فيه باشتراطها على المتدخل الإدلاء بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج⁵⁰.

كما القانون فرض على العون الاقتصادي إطلاع المستهلك على شروط البيع أو تقديم الخدمة، ويعد هذا من الشروط الجوهرية لانطلاق المفاوضات بين المتعاقدين. غير أن إلزام المشرع العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بشروط البيع، غير تلك التي نصت عليها القواعد العامة، حيث نجد أن المرسوم التنفيذي 06-306⁵¹ المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي 08-44 نصت المادة منه 04 على أنه: «يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكافة الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع/ أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه». كما نصت المادة 03 كذلك من المرسوم التنفيذي 06-306 على جملة من الشروط الواجب أن يتقيد بها العون الاقتصادي جاء في نصها: «تتعلق العناصر المذكورة في المادة 02 أعلاه أساساً بما يلي في:

- خصوصيات السلع و/أو الخدمات؛

- الأسعار والتعريفات؛

- كيفيات الدفع؛

- شروط التسليم وأجله؛

- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم؛

- كيفيات الضمان ومطابقة السلع/أو الخدمات؛

- شروط تعديل البنود التعاقدية؛

- شروط تسوية النزاعات؛

- إجراءات فسخ العقد».

و فيما يخص التزام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية الذي تم النص عليه في المادة 08 من القانون 04-02، نجد أن هذا الالتزام نشأ بموجب العقد الذي أبرمه الطرفان، وعليه فالعون الاقتصادي ملزم بالإخبار بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، لأنه هو من يبادر بتحرير بنود العقد التي تمكن المستهلك من معرفة حدود مسؤوليته⁵².

خاتمة:

ختاماً لهذه الدراسة يمكن القول أن الواقع العملي أثبت عجز القواعد العامة في مواجهة اختلال التوازن العقدي بين المتعاقدين، كما أن حماية المستهلك عبر الأنظمة القانونية التقليدية بينت قصور القواعد العامة في توفير الحماية الكافية واللازمة للمستهلك، في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الذي سمح بتدفق السلع والخدمات. يقابله أن المستهلك وجد نفسه عاجزاً عن فهم خصائص وعيوب ومخاطر هذه السلع والخدمات، نظراً لمركزه الضعيف مقارنة بالمهني المحترف الذي يفوقه معرفة نظراً لمركزه الاقتصادي المميز، وهذا ما يسمح جلياً بفرض الالتزام بالإعلام لأنه يساعد على إعادة التوازن العقدي وتضييق الهوة في المعرفة بين الطرفين.

وبالتطرق إلى مختلف جوانب هذا الموضوع تم التوصل إلى العديد من النتائج، لعل من أهمها:

- صعوبة الإثبات التي يواجهها المتعاقد كي يستفيد، من الحماية التي تضمنها له نظرية عيوب الإرادة، فلكي يستفيد من الحماية التقليدية لنظرية الغلط يجب عليه أن يثبت أنه وقع في غلط في الصفة الجوهرية في الشيء محل التعاقد، وأن الطرف الآخر قد

وقع أيضا في نفس الغلط، مما يجعل صعوبة هذا الإثبات تؤثر بالسلب على الحماية التي من المفروض أن تتوفر للطرف الضعيف.

- اختلال ميزان المعرفة بين أطراف العلاقة التعاقدية بسبب قلة الخبرة وندرة المعلومات لدى المستهلك حول المنتجات التي أفرزها السوق في ظل التوسع الذي يعرفه العالم، وحاجة هذا الأخير لها تجعله منه الطرف الضعيف، وكان لابد من فرض الالتزام بالإعلام لمسايرة التطور الذي يشهده العالم من جهة الخدمات والسلع.
- القصور الذي شهدته القواعد العامة في توفير الحماية للمستهلك، يعد من أهم مبررات فرض الالتزام بالإعلام ويجعل من العلم كضمان مستحدث لحماية المستهلك.
- إن نظرية العيوب الخفية أبانت عجزها في توفير الحماية المنشودة للمستهلك، من ناحية صعوبة الإثبات فيها، وكذلك الأجل القصير لرفع دعوى الضمان لا يتلاءم مع الحماية الفعالة للمستهلك.

المقترحات:

- نقترح ضرورة قيام المشرع بتشريع نصوص قانونية تواكب التطور الاقتصادي والتقني و تكفل حماية للمستهلك، نظرا للقصور الذي يعترى القواعد العامة في توفير الحماية لازمة للمستهلكين.
- لا بد من النص على الالتزام بالإعلام صراحة في نصوص القانون المدني، و يكون بتشديد في هذا الالتزام يجعله إلتزام بتحقيق نتيجة يلزم به المتعاقد سواء كان محترفا أو منتجا.
- نقترح على غرف المحكمة العليا تدعيم الاجتهادات القضائية بالعمل على توسيع مضمون الالتزام بالإعلام .
- نقترح على المشرع الجزائري تدعيم المنظومة القانونية بقوانين خاصة تكفل حماية لجمهور المستهلكين، مواكبة للتطورات الحاصلة في العالم.

الهوامش:

- ¹عبوب زهير، حق المستهلك في الإعلام، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، الجزائر، العدد 2015، 01، ص 142.
- ²الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 1975/09/30 المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007 الجريدة الرسمية رقم 13 مؤرخة في 13 ماي 2007.
- ³ المادة 82 من القانون المدني الجزائري، نفس المرجع.
- ⁴ علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام مصادر الالتزام في القانون المدني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 57.
- ⁵ المادة 86 من القانون المدني الجزائري، مرجع سبق ذكره.
- ⁶علي علي سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 61.
- ⁷بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام ، دكتوراة في العلوم، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 57.
- ⁸عامر أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك -دراسة في القانون المقارن-، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة لنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 97.
- ⁹عبوب زهير، مرجع سبق ذكره، ص 143.
- ¹⁰ المادة 140 مكرر من القانون المدني: «يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية. يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية».
- ¹¹علي فيلالي، الالتزامات الفعل المستحق للتعويض، الطبعة الثالثة ، موفم للنشر، الجزائر، 2014، ص 244.
- ¹² منى أبوبكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013 ، 90.
- ¹³ سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية و الاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان، 2008، ص 116.
- ¹⁴ منى أبو بكر الصديق، مرجع سبق ذكره، ص 269.

15 علي فيلاي، مرجع سبق ذكره، ص 247.

16 نفس المرجع و نفس الصفحة ..

17 منى أبو بكر الصديق، المرجع السابق، ص 269.

18 نفس المرجع، ص 270.

19 نص المشرع الجزائري على شروط دعوى ضمان العيوب الخفية في نص المادة 379 من القانون المدني: «يكون البائع ملزماً بالضمان إذ لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذ كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من انتفاع به حسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالماً بوجودها...»، يفهم من نص المادة أن شروط العيب الموجب لضمان أن يكون خفياً، قديماً، مؤثراً، وغير معلوم للمشتري.

20 خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص 161.

21 منى أبو بكر الصديق، مرجع سبق ذكره، ص 271.

22 خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 159.

23 بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 353.

24 المادة 380 من القانون المدني الجزائري: «إذا تسلم المشتري المبيع وجب عليه التحقق من حالته عندما يتمكن من ذلك حسب قواعد التعامل الجارية، فإذا كشف عيباً يضمنه البائع وجب عليه أن يخبر هذا الأخير في أجل مقبول عادة فإن لم يفعل اعتبر راضياً بالمبيع.

غير أنه إذا كان العيب مما لا يظهر بطريق الاستعمال العادي وجب على المشتري بمجرد ظهور العيب أن يخبر البائع بذلك وإلا اعتبر راضياً بالمبيع بما فيه من عيوب».

المادة 381 من القانون المدني الجزائري: «إذا أخبر المشتري البائع بالعيب الموجود في المبيع في الوقت الملائم كان له الحق في المطالبة بالضمان وفقاً للمادة 376».

25 بودالي محمد، مرجع سبق ذكره، ص 354.

26 نفس المرجع، ص 365.

27 منى أبو بكر الصديق، مرجع سبق ذكره، ص 275.

28 منى أبو بكر الصديق، مرجع سبق ذكره، ص 277.

29 الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 152.

30 نزيه محمد الصادق مهدي، الالتزام قبل التعاقد بالادلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود "دراسة فقهية قضائية مقارنة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص 72-73.

31 نفس المرجع و نفس الصفحة.

32 جمال محمد محمد بوشوال، حماية المستهلك من عدم التوازن المعرفي في العقود دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2023، ص 33.

33 نزيه محمد الصادق مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 62.

34 الصغير محمد مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 125.

35 قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، مؤرخة في 08 مارس 2009، المعدل و المتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018، الجريدة الرسمية، العدد 35، مؤرخة في 13 يونيو 2018.

36 المادة 17 من قانون 03-09: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة».

37 عماد عجاني، الوجيز في شرح قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، دار المتني للطباعة والنشر، الجزائر، 2023، ص 25.

38 المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك الجريدة الرسمية، العدد 58، الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

39 زاهية سي يوسف، الالتزام بالإفضاء عنصر من عناصر ضمان السلامة، الملتقى الوطني لحماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية يومي

17 و 18 نوفمبر 2009، ص 08.

40 المادة 2/14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09، مرجع سبق ذكره.

41 المادة 20 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09، نفس المرجع.

- ⁴² قانون رقم 09-23 مؤرخ في 03 ذي الحجة 1444 الموافق ل 21 يونيو 2023، المتضمن القانون النقدي و المصرفي، الجريدة الرسمية، عدد 43، الصادرة بتاريخ 09 ذو الحجة 1444هـ الموافق ل 27 يونيو 2023.
- ⁴³ المادة 136 من قانون النقدي و المصرفي رقم 09-23: «تلتزم البنوك بوضع وسائل و أدوات دفع الملائمة تحت تصرف زبائنها في آجال معقولة، وذلك دون المساس بأحكام المادة 135 أعلاه .
- و تعلم بطريقة دورية، زبائنها بوضعيتهم إزاء البنك وتلتزم بتزويدهم بكل معلومة مفيدة تتعلق بشروط الخاصة بالبنك».
- ⁴⁴ عماد عجاي، مرجع سبق ذكره، ص 39.
- ⁴⁵ قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23-06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة الرسمية عدد 41، صادرة في 27-06-2004 معدل ومتمم بموجب القانون 06-10، المؤرخ في 15-08-2010، الجريدة الرسمية عدد 46، صادرة في 18-08-2010.
- ⁴⁶ المادة 04 من القانون 02-04 نفس المرجع.
- ⁴⁷ حساب يمينه، أحمد بوفاتح، الالتزام بالإعلام حماية لرضا المستهلك على ضوء القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد السادس، العدد الثاني، 2022، ص 1175.
- ⁴⁸ المادة 07 من القانون 02-04، مرجع سبق ذكره.
- ⁴⁹ المادة 17 من القانون 03-09: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك...».
- ⁵⁰ حساب يمينه، أحمد أبوفاتح، مرجع سبق ذكره، ص 1176.
- ⁵¹ المرسوم التنفيذي 06-306 المؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق ل 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 الجريدة الرسمية عدد 07 الصادرة في 10 فبراير 2008.
- ⁵² حساب يمينه، أحمد أبو فاتح، مرجع سبق ذكره، ص 1178.

قائمة المراجع:

1. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، سنة 2015.
2. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
3. جمال محمد محمد بوشوال، حماية المستهلك من عدم التوازن المعرفي في العقود دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2023.
4. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة، الإسكندرية، 2008.
5. سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية و الاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
6. عامر أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك -دراسة في القانون المقارن-، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة لنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
7. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام مصادر الالتزام في القانون المدني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
8. علي فيلاي، الالتزامات الفعل المستحق للتعويض، موفم للنشر، الطبعة الثالثة، الجزائر، سنة 2014.
9. عماد عجاي، الوجيز في شرح قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، دار المتنبى للطباعة والنشر، الجزائر، 2023.
10. منى أبوبكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.
11. نزيه محمد الصادق مهدي، الالتزام قبل التعاقد بالادلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود "دراسة فقهية قضائية مقارنة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982.
12. بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، دكتوراة في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2019.

13. حساب يمينة، أحمد بوفاتح، الالتزام بالإعلام حماية لرضا المستهلك على ضوء القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد السادس، العدد الثاني، 2022.
14. عبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد 01، الجزائر، سنة 2015.
15. زاهية سي يوسف، الالتزام بالإفشاء عنصر من عناصر ضمان السلامة، الملتقى الوطني حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.
16. الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 1975/09/30 المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007 الجريدة الرسمية رقم 13 مؤرخة في 13 ماي 2007.
17. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، مؤرخة في 08 مارس 2009، المعدل و المتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018، الجريدة الرسمية، العدد 35، مؤرخة في 13 يونيو 2018.
18. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23-06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، جريدة الرسمية عدد 41، صادرة في 27-06-2004 معدل ومتمم بموجب القانون 10-06، المؤرخ في 15-08-2010، الجريدة الرسمية عدد 46، صادرة في 18-08-2010.
19. المرسوم التنفيذي 06-306 المؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق ل 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 الجريدة الرسمية عدد 07 الصادرة في 10 فبراير 2008.
20. المرسوم التنفيذي رقم 13/378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك الجريدة الرسمية، العدد 58، الصادرة في 18 نوفمبر 2013.
21. قانون رقم 23-09 مؤرخ في 03 ذي الحجة 1444 الموافق ل 21 يونيو 2023، المتضمن القانون النقدي و المصرفي، الجريدة الرسمية، عدد 43، الصادرة بتاريخ 09 ذو الحجة 1444هـ الموافق ل 27 يونيو 2023.