المسؤولية المدنية الناشئة عن إخلال المهني بالالتزام بالاعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية

Civil liability arising from a professional's failure to comply with the obligation to inform about food and non-food products

مريم بنت الخوخ [1]

[1] أستاذة محاضرة أ ، المركز الجامعي مرسلي عبد الله تيبازة ، bentelkhoukh.meriem@cu-tipazaz.dz

الاستلام: 18- 06-2025 القبول: 01-10-2025

ملخص: أفرزت تطورات الحياة الاقتصادية واقعا جديدا في العلاقة بين المنتج أو البائع المهني و المستهلك ، أصبح فيه هذا الأخير الطرف الأضعف بسبب تعقيد المنتجات و تعدد مصادرها ، مما يجعله بحاجة إلى معلومات دقيقة و واضحة تساعده على اتخاذ قرارات سليمة و واعية ، و من هنا برز الالتزام بالاعلام كعنصر أساسي في حماية المستهلك ، حيث يقع على عاتق المهني واجب تزويد المستهلك بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج .

هذا الالتزام يكتسي أهمية خاصة في المنتجات الغذائية وغير الغذائية لتعلقه بصحة المستهلك و سلامته ، فمتى أخل المهني بهذا الالتزام و اغفل أحد المعلومات مما سبب ضررا للمستهلك قامت مسؤوليته المدنية .

كلمات مفتاحية: الالتزام بالاعلام ، حماية المستهلك ، المسؤولية المدنية ، المنتوج ، الجزاء .

Abstract:

The consumer is considered the weaker party in his relationship with the professional due to the complexity of the products and the multiplicity of their sources, which makes him need accurate and clear information to help him make sound and informed decisions. Hence, the commitment to information emerged as a basic element in consumer protection

If the professional fails to comply with this obligation and omits any information, causing harm to the consumer, he shall be liable for civil liability.

Keywords Commitment to information, consumer protection, civil liability, product, penalty.

المؤلف المراسل: مريم بنت الخوخ، **الإيميل**: bentelkhoukh.meriem@cu-tipazaz.dz

1.مقدمة:

مع التطور الذي شهده سوق الإستهلاك و كثرة الطلب على المنتجات بمختلف أنواعها خاصة الغذائية و غير الغذائية أضحى الالتزام بالإعلام ضرورة حتمية على المهني وهو كل متدخل في اطار مهنته في عملية عرض المنتوج للإستهلاك ، واعتبر التزاما مستقلا بحد ذاته ، يفرض من خلاله على المهني أن يرشد المستهلك في اختيار ما يلائم حاجاته باعطائه النصائح و البيانات و المعلومات التي تمكنه من تحديد خصائص المنتوج ومدى توافقها مع رغباته و حاجاته .

إذ يقصد بالالتزام بالاعلام تمكين المستهلك من الحصول على المعلومات الضرورية لكافية التي تتيح له اتخاذ القرار المناسب مع ادراك دقيق لمنافع و مخاطر المنتجات التي يعرضها السوق ، و يكتسب هذا الالتزام أهمية خاصة في المواد الغذائية بسبب ما ينجم عن الاخلال به من مخاطر صحية جسيمة على حياة و سلامة الأفراد ، بينما يظهر في المواد غير الغذائية من خلال مخاطر مالية ، و وظيفيةأو صحية تبعا لطبيعة السلعة المعروضة.

و قد نص القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل و المتمم ،عليه من خلال المادة 17 منه و اعتبره كإجراء وقائي، فإذا نفذ المهني هذا الإلتزام و أنار بصيرة المستهلك أصبح هذا الأخير في مرتبة المساواة معه مادام قد تحقق لديه العلم الكافي بالمنتوج ، وعليه فإن اعلام المستهلك بالبيانات الأساسية المتعلقة بالمنتوج يعد من بين أهم الإلتزامات الملقاة على عاتق المهني إذا أخل بها سواء بعدم القيام به أو عدم كفايته اقترنت بجزاء اختلفت طبيعته بحسب المسؤولية التي تقام ضد المتدحل فقد تقام مسؤولية جزائية و قد تقام مسؤولية مدنية و هي التي تهمنا في هذا الموضوع .

فكيف يمكن للمهني أن ينفذ التزامه بالاعلام اتجاه المستهلك و ماهو الجزاء المدني المترتب في حالة مخالفته ؟

للإجابة على هذه الإشكالية سنقسم مجال الدراسة إلى محورين نتناول من خلال المحور الأول مفهوم الإلتزام بالإعلام في مجال المواد الغذائية و غير الغذائية و كيفية تحققه ، ثم نتطرق من خلال المحور الثاني لإبراز نوع المسؤولية القائمة في حالة الإخلال بهذا الإلتزام .

2: ماهية الالتزام بالإعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية .

تعتبر المواد الغذائية و غير الغذائية من المنتجات الواسعة الإستهلاك ، لذلك ألزم المشرع من خلال النصوص القانونية المنظمة لعلاقة المستهلك مع المهني ضرورة إعلام هذا الأخير للمستهلك و تزويده بجميع المعلومات الضرورية و الكافية للمنتوج محل الإستهلاك ، وذلك عن طريق وسم هذه المواد من خلال ذكر مجموعة من البيانات و المعلومات التي تعتبر ضرورية حول هذه السلع و اعتبر هذا الإلتزام بمثابة التزام بتحقيق نتيجة نظرا لأهمية هذه المواد عند المستهلك الجزائري

1.2 مفهوم الالتزام بالإعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية .

أصبح الإعلام الشفهي لا يفي بالغرض المنشود ، بالنظر الى تعدد سلسلة المتدخلين في العملية الاستهلاكية ، مما يجعل النسيان أمرا واردا في الكثير من الأحيان ، الأمر الذي استدعى كتابته بشكل واضح ، و مفهوم و مرئي ، و باللغة التي يفهمها المستهلك و يتحقق ذلك عن طريق وسمه و تغليفه ، لتصبح هذه الطرق كآليات الزامية لتحقق لرضا الصحيح للمستهلك

1.1.2 كيفية تنفيذ الالتزام بالاعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية :

قبل تحديد الآليات التي يتم من خلالها اعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمواد الغذائية و غير الغذائية لابد من إعطاء أولا تعريف لهذه المصطلحات

عرف المشرع الجزائري **المواد الغذائية** من خلال المادة 3 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل و المتمم و كذلك المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية المعدل بالمرسوم التنفيذي 05-484 و التي نصت على " المادة الغذائية كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو خام ، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان ، بما في ذلك المشروبات و علك المضغ ، و كل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية و تحضيرها و عالجتها ، باستثناء المواد المستخدمة في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ " ،و عليه فالمادة الغذائية وفق هذه المادة يشترط أن تكون مخصصة لتغذية الإنسان ، أما المادة الغذائية المخصصة لتغذية الحيوان فهي تخضع لمراسيم خاصة بها .

أما **المواد غير الغذائية** فنجد أن المشرع قد نظم السلع غير الغذائية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية و عرضه ، و نعني بالمنتوجات المنزلية غير الغذائية ، جميع المنتوجات المستعملة في صيانة المحلات و رفاهيتها باستثناء الأدوية و السلع الغذائية ، و يجب أن توضع هذه

المنتوجات و المخصصة للاستهلاك كما هي في تعبئة صلبة و محكمة السد تلصق بها البطاقة باحكام ، و يمكن أن يتعلق الأمر بمنتوجات محلية أو مستوردة .

أما عن طريقة أو كيفية الاعلام في هذه المواد سواء الغذائية أو غير الغذائية فقد نص القانون 09-03. المتعلق بحماية المستهلك على الكيفية التي يتم من خلالها تنفيذ المهني لالتزامه بالاعلام اتجاه المستهلك من خلال نص المادة 17 التي تنص على " **يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة** " ، و التي يستخلص منها الاعلام في المواد الغذائية يتم عن طريق الوسم و تغليف المنتوجات .

ورد تعريف الوسم كوسيلة إعلامية في العديد من النصوص القانونية ، إذ عرفته المادة 3 من قانون 09-03 على أنه " **الوسم هو كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو ملصقة أو بطاقة ختم معلقة أو مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها ، بغض النظر عن طريقة وضعها** " –

كما عرفته المادة 2 /6 من المرسوم التنفيذي 09-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش بأنه " **جميع العلامات و البيانات و عناوين المصنع و التجارة و الصور و الشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما و التي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو رسمة أو ختم أو طوق يرافق منتوجات ما أو خدمة يرتبط بها** " .

عرفته المادة 3/2 من المرسوم التنفيذي 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها على أنه " **البيانات أو الإشارات أو علامات المصنع أو التجارة المرتبطة بسلعة غذائية معينة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوق تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية المتعلقة بها** " . و قد عدلت هذه المادة بموجب المرسم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها و أصبحت تعرف الوسم بأنه "**كل نص مكتوب أو مطبوع أو عرض بياني يظهر على البطاقة ، الذي يرفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع** " .

و عليه فالوسم هو تلك البيانات المرفقة بالمنتوج و الموضوعة على الغلاف فهو بمثابة مرشد خاص ، يعكس الصورة الحقيقية للسلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك (الحق، 2016، صفحة 3) ، فهو التزام مزدوج ، فمن جهة يعتبر سلبي يتمثل في إعطاء معلومات لا يكون من شأنها أن تؤدي الى إحداث خلط

في ذهن المستهلك حول ماهية المنتوج المستعمل و الطريقة التي يتمكن بها من استعماله ، و من جهة أخرى هو التزام إيجابي يتمثل في حماية للمستهلك من خلال اعطاءه المعلومات الضرورية و كافية المتعلقة بالمنتوج محل الاستهلاك .

و عليه فللوسم وظيفتين :

***وظيفة إعلامية** : يحقق الوسم العلم للمستهلك من خلال العناصر التي يتضمنها ، بإحتواءه على كافة المعلومات اللازمة و الخاصة بالمنتوج ، مما يسمح للمستهلك بإتخاذ قراره بشان إقتناء المنتوج أو عدم إقتناءه بكل حرية ، رغم التشابه الكبير في مكونات المنتوج و المواصفات و الأشكال فيسهل له التفرقة بين السلع كما انه يقلل من عنصر المخاطرة عند تحديد السلعة التي يرغب في شرائها (الياقوت، 2001، صفحة 50).

***وظيفة أمنية** : يستعمل الوسم كوسيلة للفت انتباه المستهلك للخطر الناجم عن استعمال المنتوج ، و ذلك من خلال استعمال عبارات او رموز للتنبيه للخطر الموجود في المنتوج كعبارة " مضر بالصحة " ، ممنوع تناوله ، " لا يلامس العينين " إلى غير ذلك من العبارات التحذيرية ، و قد أكد المشرع الجزائري على أمن المنتوج من خلال نص المادة 9 و 10 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و جعله كإلتزام يقع على عاتق المنتج .

أما **التغليف** فهو اجراء ضروري لحماية المنتوج من كل الأضرار التي قد تصيبه و كذلك حماية المستهلك ، حيث يجب أن يقدم المنتوج وفقا لمقاييس تغليفه ، و هو غير موحد بالنسبة لكل المنتجات ، فكل منتوج يغلف بحسب طبيعته و تركيبته ، و قد فرض من أجل تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه و ذلك حسب نص المادة 3 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي عرفته " **التغليف كل تعليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها ، موجهة لتوضيب و حفظ و حماية و عرض كل منتوج و السماح بشحنه و تفريغه و تخزينه و نقله و ضمان اعلام المستهلك بذلك** " ، و عليه يستخلص من نص هذه المادة أن للتغليف وظائف معينة يمكن حصرها فيما يلي :

***حماية المنتج و حفظه** :أي الحفاظ عليه كما هو و بالتالي القضاء على على التأثيرات الجانبية لمختلف العوامل الخارجية كالحرارة و الرطوبة و الضوء ..إلخ ، فوظيفة الحماية تعتبر من أهم الوظائف حيث تعمل على وقاية السبع كما تسهل حمل و نقل البضاعة مكان لآخر ، و تخزينها لمدة طويلة حسب طبيعة السلعة .

***النقل و التخزين و المناولة** : فطرق النقل و التخزين و المناولة من بين أهم الوظائف الواجب العناية بها من قبل المنتجين ، فالغلاف المعمول بطريقة جيدة يعمل على تسهيل عملية توزيع المنتوجات في ظروف تسمح بمناولتها الى المستهلك النهائي .

* **تسهيل عملية الاستهلاك و الاستعمال** : فمع التطور التكنولوجي أصبح المستهلك يسعى لتحقيق الرفاهية و الراحة في جميع مجالات الحياة ، فسهولة استعمال الغلاف يسهل استهلاك المنتوج ، و بالتالي إرضاء رغبات المستهلكين (أوكيل، 2013، صفحة 5).

* **تقديم المعلومات** : تعتبر من اهم الوظائف اذ يجب أن يتوفر التغليف على مجموعة من البيانات الواجب توافرها قانونا حتى يسمح ذلك باعلام المستهلك بجميع المعلومات اللازمة حول المنتوج (سليم، 2017، صفحة 38) .

2.1.2 البيانات الإلزامية لوسم و تغليف المواد الغذائية و غير الغذائية :

يجب أن يتضمن الوسم و التغليف مجموعة من البيانات اللازمة حتى يتحقق الالتزام بالاعلام الواقع على عاتق المنتج اتجاه المستهلك .، اذ حسب حسب نص المادة 13 من المرسوم التنفيذي 90-367 فلنه يجب ان يوضع الوسم بشكل لا يمكن ان يخلق لبسا في ذهن المستهلك ،بمعنى ان كل محاولة خداع او غش تكون باطلة .

1.2.1.2 البيانات الأساسية الاجبارية في الاعلام في المواد الغذائية:

ذكرت هذه البيانات في المادة 6 من المرسوم التنفيذي 90-367 المعدلة بالمادة 7 من المرسوم التنفيذي 05-485 و كذلك فصل فيها المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 2013/11/9 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة باعلام المستهلك، في الفصل الثالمنه المعنون بالمواد الغذائية ، القسم الثاني " البيانات الإلزامية للوسم وذلك من المادة 12 الى غاية المادة 17 منه .

إذ نصت المادة 12 على " تتضمن المعلومات حول المواد الغذائية المنصوص عليها في المادة 9 أعلاه مع مراعاة الاستثناءات المذكورة في هذا الفصل ، البيانات الإلزامية للوسم الآتية :

1-تسمية البيع للمادة الغذائية ،

2-قائمة المكونات ،

3-الكميّة الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدوليّ و هي وفق المادة 8 مكرر من المرسوم 05-484 :

- المواد الغذائية السائلة (قياسات الحجم).
- المواد الغذائية الصلبة (قياسات الوزن).
- المواد التي تباع بالقطعة (عدد الوحدات).
- مادة غذائية داخل وسط سائل للحفظ (الوزن الصافي)

4- التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك ،

5- الشروط الخاصة بالحفظ / أو الاستعمال ،

6- الإسم أو التسمية التجارية أو العلامة المسجلة و عنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة ،

7- بلد المنشأ أو بلد المصدر إن كانت المادة مستوردة.

8-طريقة الإستعمال و احتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية ،

9-بيان حصة الصنع و / أو تاريخ الصنع أو التوضيب ،

10-تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية ،

11-المكونات و المواد المبينة في المادة 27 من هذا المرسوم و مشتقاتها التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفرطة و التي أستعملت في صنع أو تحضير المادة الغذائية و مازالت موجودة في المنتوج النهائي و لو بشكل مغاير ،

12-الوسم الغذائي ،

13-بيان نسبة حجم الكحول المكتسب بالنسبة للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1.2بالمئة من الكحول حسب الحجم،

14- مصطلح حلال بالنسبة للمواد الغذائية المعنية ،

-اشارة الى رمز إشعاع الأغذية المحدد في الملحق الثالث من هذا المرسوم مصحوبا بأحد البيانات التالية " مؤين أو مشع " عندما تكون المادة الغذائية معالجة بالأشعة الآيونية و يجب أن يبن مباشرة بالقرب من اسم الغذاء .

مصطلح حلال بالنسبة للمواد الغذائية المعنية .

أما فيما تعلق بالتغليف فتنص المادة 9 من المرسوم 13-378 المذكور أعلاه على " **يجب أن يحمل تغليف الموادالغذائية المعبأة مسبقا و الموجهة للمستهلك أو للجماعات ،كل المعلومات المنصوص عليها في هذا المرسوم** " .

2.2.1.2 **البيانات الأساسية الاجبارية في الاعلام في المواد غير الغذائية .**

نصت على هذه البيانات المادة 5 من المرسوم 90-366 و المادة 38 من المرسوم 13-378 التي تنص على " زيادة على البيانات الالجبارية المنصوص عليها في التشريع و التنظيم المعمول بهما، يجب أن يشمل الاعلام المتعلق بالمنتوجات الغذائية حسب طبيعتها و طريقة عرضها البيانات الاجبارية التالية :

1-التسمية الخاصة بالبيع والتي تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتوج الحقيقية.

2-الكميّة الصافية المعبر عنها بوحدات النظام الدولي ،

3-الاسم أو عنوان الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة المنتوج أو توضيبه أو استيراده أو توزيعه ،

4-بلد المنشأ أو المصدر أذا كان المنتوج مستوردًا ،

5-طريقة استعمال المنتوج ،

6-تعريف الحصة أو السلسلة و /أو تاريخ الإنتاج ،

7- التاريخ الأقصى للاستعمال ،

8-الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن ،

9-مكونات المنتوج وشروط التخزين،

10-علامة المطابقة المتعلقة بالأمن ،

11-بيان الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار المذكورة في الملحق الرابع بهذا المرسوم :

T- Toxique : سام	
T+- Très toxique : سام جدا	
Xi- Irritant : مهيج	
Xn- Nocif : ضار	
F- Facilement inflammable : سهل الاشتعال	
F+ - Extrêmement inflammable : شديد الاشتعال	
O- Comburant : محترق	
E- Explosif : متفجر	
C- Corrosif : متآكل	
N- Dangereux pour l'environnement : خطير على البيئة	

ما يلاحظ أن القواعد التي تنظم الوسم بالنسبة للمنتوجات غير الغذائية لا تختلف عن تلك المتعلقة بالمنتوجات الغذائية ، طالما أن الهدف واحد و هو حماية المستهلك و ابعاده عن كل ما من شأنه أن يضر بصحته و سلامته .

كما اشترط المشرع أيضا أن تكون بيانات الوسم المتعلقة بالمنتوجات غير الغذائية مرئية و سهلة القراءة و متعذر محوها ، و مكتوبة باللغة الوطنية و بلغة أخرى على سبيل الإضافة ، كما منع أيضا استعمال أية إشارة أو علامة أو تسمية خيالية أو أي طريقة للتقويم أو الوسم أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك ، خاصة بالنسبة لبعض البيانات ، كما منع ذكر أي بيانات تهدف الى التمييز بشكل تعسفي بين منتوج و منتوج آخر مماثل .

أما فيما يخص **التغليف** فنجد 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية و عرضه ن اتنص على ضرورة وضع المنتوجات غير الغذائية و المخصصة للاستهلاك كما هي في تعبئة صلبة و محكمة السد تلصق بها بطاقة بإحكام .

و طبقا للمادة 7 من نفس لمرسوم تلزم أن يكون توضيب المنتوجات غير الغذائية مغايرا للتوضيب المستعمل بالنسبة للمنتوجاات الغذائية ، و ينبغي أن ينجز بالنسبة للأحجام و الأوزان التي تقل عن خمسة

كلغ ، باستعمال جميع المواد ماعدا الزجاج و المادة البلاستيكية الشفافة أو نصف الشفافة المقدمة في شكل زجاجة أو بوقال أو وعاء .

2.2 التكييف القانوني للالتزام بالإعلام :

تكمن أهمية الوقوف على الطبيعة القانونية للالتزام بالاعلام في أثر ذلك على أحكامه القانونية ، لاسيما فيما تعلق بإثبات مسؤولية المنتج عن الضرر الناجم عن قصور أو عدم كفاية المعلومات المتعلقة بالمنتوج محل الاستهلاك ، و عليه فمسألة تحديد مإذا كان الالتزام بالاعلام التزاما بنتيجة أم بوسيلة ، تتعلق بطبيعة الالتزام بالاعلام نفسه ، فاذا كان هذا الأخير التزاما بتحقيق نتيجة فان المسؤولية تقوم بمجرد عدم تحقق النتيجة ، أما اذا كان التزاما ببذل عناية فان المسؤولية لا تثبت الا اذا أثبت المسؤولية لم تتحقق لعدم بذل العناية المطلوبة من طرف المدين .

1.2.2 الالتزام بالاعلام التزام ببذل عناية :

يرى هذا الجانب أن الالتزام بالاعلام هو التزام ببذل عناية ، فالمهني غير مسؤول عن نتيجة المعلومات التي يقدمها ، و لا يستطيع أن يلزم بها المستهلك باتباعها بل يتعهد فقط ببذل كل ما من شأنه إخاطة المستهلك بكافة المعلومات اللازمة حول المنتج ، لأنه مهما بلغ حرص المتدخل على وضوحها فانه لا يكفي لتحقيق النتيجة المنتظرة بل يتوقف على مدى استجابة المستهلك و التزامه بذلك .

وقد سار في هذا الاتجاه القضاء الفرنسي و اعتبر الالتزام بالاعلام التزاما ببذل عناية إذ يرى أن المهني قد قام بواجبه بالاعلام كما يفرضه عليه تخصصه ، إذ قررت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها أن الشركة المتخصص في تركيب أنظمة للأمن ، عرضت على الشركة الأخرى طالبة التركيب لعدد أربعة أنظمة رادار للإنذار ، لكن الشركة طالبة الخدمة رفضت قبول نظام الحماية بالصورة التي تصورتها و عرضتها الشركة المتخصصة ، و لما حدثت سرقة ، و قررت محكمة الاستئناف و وافقتها في ذلك محكمة النقض ، أن الشركة المدينة بالالتزام قد قامت بواجبها في الاعلام و أنها لم تكن ملزمة بالتزام بنتيجة و إما بوسيلة (الرفاعي، 1994، صفحة 198).

و عموما نجد أن الفقه و القضاء يكاد يجمع على أن الالتزام بالاعلام هو التزام بوسيلة كون أن المهني لا يستطيع أن يجبر المتعاقد على اتباع نصائحه.

2.2.2 الالتزام بالاعلام التزام بتحقيق نتيجة :

ذهب جانب من الفقه و القضاء الى ادخال الالتزام بالاعلام في الدائرة العقدية و بالتالي و تماشيا مع منطق هذا الرأي و قياسا عليه يمكن القول أن منطق الحماية للمستهلك يستدعي اعتبار الالتزام بالاعلام التزاما بنتيجة لأن ذلك فيه تخفيف لعبئ الإثبات عن المستهلك و هو الطرف الضعيف في مواجهة المهني القوي الذي يتمتع بنفوذ اقتصادي كبير يحدث خللا في العلالقة العقدية (إذا كنا أما عقد) ، و هذا يكفي لتقرير مسؤولية المدين الذي لا يستطيع التخلص منها إلا بإثبات السبب الأجنبي أو إثبات خطأ الغير ، كما هو مقرر في القواعد العامة في الإثبات (يوسف، 2017، صفحة 65) .

مع هذا الخلاف في وجهات النظر حول التكييف الصحيح للإلتزام بالاعلام حسم المشرع الجزائري هذا الخلاف بموجب القانون 03/09 و اعتبره التزام بتحقيق نتيجة و ذلك بترتيب جزاء جنائي في حالة مخالفة هذا التزام من طرف المهني حتى و لو لم يرتب ضررا للمستهلك ، أما إذا تسبب في ضرر فتقام المسؤولية المدنية الى جانب المسؤولية الجزائية .

3 قيام المسؤولية المدنية للمهني في حالة اخلاله بالالتزام بالاعلام .

فرض المشرع الجزائري الالتزام بالاعلام على عاتق المتعاقدين حماية للرضا التعاقدي ، حتى يصدر هذا الأخير عن علم و تبصر ، و جعل المخالفة لهذا الالتزام تستوجب مسؤولية المخالف ، و هذا ما يثير مسألة طبيعة مسؤولية المخالف لهذا الالتزام و كذلك الجزاء المترتب عن المخالفة .

1.3 طبيعة المسؤولية المدنية للمهني.

أوجب الشرع على المهني ضرورة اعلام المستهلك في المواد الغذائية و غير الغذائية و جعل المخالفة لهذا الالتزام تستوجب مسؤولية المخالف ، و كما هو معروف أن المسؤولية المدنية بصفة عامة ، إما أن تكون مسؤولية عقدية و إما مسؤولية تقصيرية ، فما طبيعة مسؤولية المهني ؟

في هذا الصدد نجد أن هناك اتجاهين ، اتجاه يرى بأن مسؤولية المهني المخل بواجب الاعلام قبل المستهلك هو التزام تقصيري كونه قد أخل بالتزام قانوني مصدره ، و اتجاه آخر اعتبر المسؤولية القائمة هي مسؤولية عقدية قوامها العقد الموجود بين المستهلك و المهني و على هذا الأساس سنقوم بعرض هذه الآراء ثم توضيح موقف المشرع الجزائري .

1.1.3 المسؤولية التقصيرية للمهني .

يجد هذا الراي أساسه القانوني في المادة 124 من القانون المدني ، التي ترتب التزاما بالتعويض على كل من سبب ضررا للغير نتيجة انحرافه عن السلوك المعتاد للرجل العادي ، اذ يرى أنصار هذ الاتجاه أن أحكام المسؤولية تؤمن فائدة و حماية أكثر للمستهلك و ذلك من خلال :

-توسيع نطاق التعويض ليشمل الأضرار المتوقعة و غير المتوقعة على عكس المسؤولية العقدية التي تقتصر على تعويض الأضرار المتوقعة فقط وقت التعاقد .

-يكون المستهلك في مأمن من محاولة اشتراط البائع التخفيف من المسؤولية أو الاعفاء منها ، و التي يكون مصيرها البطلان طبقا لقواعد المسؤولية التقصيرية .

-الاعتراف بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية ييسر للمستهلك الحصول ععلى لتعويض عن الضرر الذي يصيبه ، ذلك أن وجود الالتزام في حد ذاته يعتبر أحد سبل التسهيل على المستهلك في اثبات خطأ المهني ، فصفة الاحتراف لهذا الأخير تعتبر قرينة على سوء نيته باعتبار علمه بالمعلومات يفترض فيه ، و يعفى المستهلك من إثبات الخطأ ، أي أن مسؤولية هذا المهني تقوم بمجرد وجود علاقة مع المستهلك و حدوث ضرر لهذا الأخير دون اشتراط إثباته لخطأ المسؤول و هو ما يعرف بالمسؤولية الموضوعية .

-يمكن إثارة مسؤولية المهني بالاستناد الى أخطاء تابعيه اعمالا بنص المادة 136 من ق م و منه يكون المحترف مسؤولا نتيجة ارتكابه تابعه فعلا ضارا أثناء تأدية وظيفته أو بسببها او بمناسبتها، و هذا ما يزيد فرصة حصول المستهلك على التعويض .

-تطبق أحكام التضامن فيي حالة تعدد المتسببين في حدوث الضرر و يكونون مسؤولون مسؤولية تضامنية اتجاه المضرور و هذا ما يعزز فرص حصول المضرور على التعويض و هذا ما لا نجده في المسؤولية العقدية حيث يكون التضامن باتفاق فقط .

2.1.3 المسؤولية العقدية للمهني.

من المعروف أن شرط تطبيق المسؤولية العقدية هو وجود علاقة عقدية بين المسؤول و الضحية ناتجة عن العقد ، فالحالات التي يمكن أن نتصور فيها تطبيق المسؤولية العقدية هي الحالة التي يكون فيها عقد بين المهني و المستهلك ، فإذا تضرر هذا الأخير من عدم قيام المهني بالتزامه بالاعلام ، أعتبر إخلال بالتزام عقدي و بالتالي قيام المسؤولية العقدية ، خاصة و أن عدم الإعلام لا يكتشفه إلا عند استعمال المنتوج ، أي بعد ابرام العقد .

3.1.3 موقف المشرع الجزائري :

يعتبر الالتزام بالاعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية التزام قانوني قائم بحد ذاته منصوص عليه كما ذكرنا سابقا من خلال المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك قمع الغش ، و هذا ماجعل الاخلال به من طرف المهني معاقبا عليه و ينجم عليه قيام المسؤولية الجزائية ، و هو ما يتفق مع مفهوم المسؤولية التقصيرية التي تقوم كجزاء على الإخلال بالتزام قانوني ترتب عنه احداث ضرر بالغير و المتمثل في المستهلك ، و عليه فعدم اعلام هذا الأخير بجميع المعلومات المتعلقة بالمادة الغذائية و غير الغذائية محل الاستهلاك ينتج عنه قيام المسؤولية التقصيرية لكل متدخل سواء كان منتجا أو مستوردا أو بائعا للجملة أو التجزئة على سبيل التضامن ، و ذلك كون أن المادة 12 من قانون ة09-03 قد فرضت في المادة 12 على كل واحد منهم اجراء المطابقة للمنتوج قبل وضعه للاستهلاك ، و في حالة ابرام العقد بين المتدخل و المستهلك و تم اكتشافه عند تنفيذ الالتزام أي عند استعمال المنتوج فإن التكييف لهذه المسؤولية لا يتغير ، لأن العبرة ليست بوجود علاقة عقدية أم عدم وجودها ، و انما العبرة بالاخلال بالتزام قانوني سابق على ابرام العقد (العربي، 2014، صفحة 159) .

و ما يمكن قوله أنه في غالب الأحيان لا توجد بين المستهلك و المهني علاقة مباشرة لذلك ما على المستهلك الا الرجوع عليه بقواعد المسؤولية التقصيرية على أساس اخلال المهني بالتزام قانوني و المتمثل في الاخلال بقواعد الوسم في المجال الغذائي و غير الغذائي.

2.3 الجزاء المترتب على قيام المسؤولية المدنية للمهني .

يرمي الالتزام بالاعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية إلى تنوير المستهلك و تمكينه من الاقدام على إقتناء المنتوج ، فمن دونه لا يمكن له تحديد أوصافه و مكوناته ، لذلك ينتج عن الاخلال به قيام مسؤولية المدنية للملزم به ، و التي يترتب عنها جزاءات متعددة ، فقد يرغب المستهلك في ابطال العقد و قد يلجأ الى المطالبة بإبطال العقد و ،كما يكون له الحق في المطالبة بالتعويض .

1.2.3 الحق في المطالبة في إبطال العقد :

فيكون للمستهلك الحق في ابطال العقد استنادا لنظرية عيوب الإرادة و ذلك بالتمسك بالتدليس المنصوص عليه ضمن أحكام المادة 86و 87 من القانون المدني و التي تجيز للمتعاقد (المستهلك) التمسك بحقه في ابطال العقد نتيجة إخلال المهني بالتزامه بالإعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية .

و يعرف التدليس بأنه استعمال الطرق الاحتيالية من أجل حمل المتعاقد على ابرام العقد ، و الطرق الاحتيالية قد تكون كتمان الحقيقة على المستهلك و إخفاء بيانات لو إطلع عليها لما أبرم العقد ، و قد يكون التدليس كذلك في شكل بيانات كاذبة تؤدي بالمستهلك إلى إقتناءها بحيث لولا وجودها لما تعاقد ، فمتى توافر العنصر المادي و العنصر المعنوي المتمثل في نية التضليل ترتب عليه قابلية العقد للإبطال لمصلحة المستهلك .

وقد تبنى القضاء الفرنسي هذا الإتجاه ، و حكم بإعتبار السكوت تدليسيا في كل حالة يقع فيها على المتدخل الالتزام بالإعلام أيا كان مصدر هذا الإلتزام ، سواء كان نص قانوني أو أتفاق الطرفين (العقد) .

2.2.3 الحق في المطالبة بالتعويض :

إن الضرر مهما كان مصدره فيجب جبره عن طريق التعويض سواء كان قانونيا أو اتفاقيا أو قضائيا ، لذلك يعرف بأنه الجزاء المترتب عن تحقق المسؤولية أي النتيجة الطبيعة لتحمل المسؤول قيمة الضرر الذي ألحقه بالمضرور (صبرينة، 2015، صفحة 11) ، فيهدف بذلك إلى إعادة التوازن الذي إختل بسبب الضرر الذي وقع ، و ذلك بإعادة المضرور إلى الحالة المتوقع و المفترض ان يكون عليها لولا وقوع الضرر (الليل، 1995، صفحة 13) .

و يختلف التعويض في المسؤولية المدنية حسب نوعها ما إذا كانت مسؤولية عقدية او مسؤولية تقصيرية ، ففي إطار المسؤولية العقدية فالمهني لا يلزم بتعويض إلا الضرر المباشر و المتوقع أي الضرر الذي أصاب المستهلك كنتيجة مباشرة على عدم التزام المهني بالإعلام و إعطاء المعلومات اللازمة التي تخص السلع الغذائية و غير الغذائية ، بإستثناء حالة الغش و الخطأ الجسيم فإنه يسأل عن الضرر غير متوقع استنادا الى المادة 182 من القانون المدني .

أما في حالة المسؤولية التقصيرية فالتعويض يقرر حسب جسامة الضرر الذي أصاب المستهلك بغض النظر عما إذا كان الضرر متوقعا أو غير متوقع .

و يكون للقاضي سلطة تقديرية في اختيار طريقة التعويض الأكثر ملاءمة في جبر الضرر حسب الظروف ، و هو ما يستخلص من المادة 132 من القانون المدني حيث خول المشرع للقاضي سلطة تعيين طريقة التعويض كون أن المادة جاءت عامة و لم تحدد نوع معين من التعويض و بالتالي جاز للقاضي أن يحكم بالتعويض النقدي المتمثل في مبلغ من النقود كما يمكن له أن يحكم بالتعويض العيني و هو الحكم على المسؤول بالقيام باجراء من شأنه إرجاع الحال إلى ماكان عليه من قبل مثلما هو منصوص عليه في المرسوم

التنفيذي 90-299 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات إذ يتم تعويض المستهلك عينيا إما بإصلاح المنتوج أو استبداله بآخر أو رد الثمن الذي دفعه المستهلك .

4. خاتمة:

سعى المشرع الجزائري دائما الى حماية المستهلك في العلاقة الاستهلاكية كونه الطرف الضعيف و ذلك من خلال سنه لترسانة من النصوص القانونية تهدف بالدرجة الأولى الى حماية صحته و ضمان سلامته ، فألزم المهني بجملة من التزامات لضمان المنتوجات و الخدمات المقدمة للمستهلك ، و من بين أهم هذه الإلتزامات ضرورة اعلام المستهلك بكل المعلومات و المعطيات المتعلقة بالسلع الغذائية و غير الغذائية التي يقتنيها حتى تسهل عليه عملية استعمالها بالشكل الذي لا يضر بهّ ، بحيث يجب ان تتضمن هذه المواد جملة من البيانات الإجبارية بطريقة لا يكون من شأنها أن تؤدي الى إحداث خلط في ذهن المستهلك و أية إمكانية للتغليط تكون باطلة .

و في مقابل ذلك أيضا رتب عليه مسؤولية في حالة مخالفة الأحكام الخاصة بالإلتزام بالإعلام في المجال الغذائي و غير الغذائي يكون من خلالها للمضرور الحق في المطالبة بإبطال العقد مع التعويض نتيجة الضرر الذي أصابه بسبب عدم تنفيذ المهني لإلتزامه بالإعلام .

و تقوم هذه المسؤولية على الخطأ العقدي في حالة وجود عقد بين المهني و المستهلك و لهذا الأخير الرجوع عليه على أساس قواعد المسؤولية العقدية ، أما في حالة عدم وجود عقد فيجوز له الرجوع على المستهلك طبقا لأحكام المسؤولية التقصيرية .

ما يمكن ملاحظته من خلال هذه الدراسة أنه بالرغم من كثرة القوانين و النصوص التنظيمية المنظمة لهذا المجال إلا أن المشرع الجزائر لم يفصل في الجانب المدني كما فعل بالنسبة للجانب الجزائي إذ نجده أنه قد ركز في هذه النصوص على العقوبات المقررة في حالة مخالفة المهني لإلتزامه بالاعلام في حين لم يحدد نوع المسؤولية المدنية و الأساس الذي يمكن للمستهلك التمسك به لقيامها حتى يتمكن من الحصول على التعويض اللازم لجبر الضرر ، بل تركها للقواعد العامة في القانون المدني و التي تبقى قاصرة على حماية المستهلك ، لذلك فإنه من الضروري وضع نظام قانوني خاص بمسؤولية المهني المترتبة عن الإخلال بواجب الإعلام و ذلك نظرا لخصوصية العلاقة التي تجمع بين المهني و المستهلك مع ضرورة توعية هذا الأخير حول حقه في الإعلام الإستهلاكي و تبيان الإلتزامات المفروضة على المهني لتجنب وقوع المخالفات .

و في ضوء ما توصلنا اليه من خلال هذه الدراسة ، يمكن تقديم جملة من الاقتراحات نذكر منها :

*تفعيل دور أجهزة الرقابة و حماية المستهلك في متابعة مدى احترام المهنيين لواجب الاعلام ، مع تشديد العقوبات الإدارية و المدنية و الجزائية في مواجهة المخالفين .

*اطلاق حملات توعية للمستهلكين حول حقوقهم في الاعلام و مخاطر الاعتماد على معلومات ناقصة ، بما يعزز من وعي المستهلك و قدرته على المطالبة بحقوقه .

*ضرورة مراجعة و تحديث النصوص القانونية المتعلقة بالالتزام بالاعلام في المواد الغذائية و غير الغذائية مع تحديد نوع المسؤولية المدنية المترتبة عن الاخلال به و الجزاء المترتب عن ذلك .

5. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- سي يوسف زاهية ، (2017)، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، دار هومة ، الجزائر .

-بلحاج العربي ، (2014)الجوانب القانونية للمرحلة ماقبل التعاقدية ، دار الهومة للطباعة و النشر، الجزائر.

- إبراهيم الدسوقي أبو الليل ،(1995) تعويض الضرر في المسؤولية المدنية ، مطبوعات جامعة الكويت ، الكويت .

الأطروحات:

-ماني عبد الحق ، (2016) ،الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي و الجزائري ، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص ،كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر .

- الرفاعي أحمد محمد (1994) ، الحماية المدنية للمستهلك ، إزاء المضمون العقدي ، أطروحة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة الزقازيق ،مصر .

- جرعود الياقوت ، (2001) ،عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ،كلية الحقوق ، بن عكنون ، الجزائر .

- بيطار صبرينة ،(2015)، التعويض في نطاق المسؤولية المدنية في القانون الجزائري ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ،كلية الحقوق ، جامعة أحمد دراية ، أدرار، الجزائر .

المقالات:

- أوكيل رابح ،(2013)، الدور الترويجي للتغليف في متاجر التجزئة و تأثيره النفسي على المستهلك ، مجلة المعارف ،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة محند آكلي ، البويرة ، الجزائر .

- بشير سليم ، (2017) ،الإلتزام بالاعلام و طرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مجلة الحقوق و الحريات ، كلية الحقوق ، جامعة باتنة .