

## الالتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة ودوره في حماية المستهلك

أ/ بولعراس مختار

جامعة: أدرار

Email: Boulaaresmokhtar@yahoo.fr

أ.د/ كيحل كمال

جامعة: أدرار

Email: kihel\_2008@hotmail.fr

### ملخص:

لقد انعكس التطور التكنولوجي لمختلف المنتجات سلبا على المستهلك من خلال تحافته على اقتناء المنتجات الخطيرة مع جهله بمخاطرها مما أدى إلى انعدام التكافؤ بين المستهلك والمتدخل في العلاقة التعاقدية، وفي كثير من الأحيان ما يلجأ المستهلك تحت تأثير الإعلانات إلى اقتناء منتجات دون أن يدرك مدى خطورتها، وما قد يلحقه من أضرار جسيمة تمس أمنه وسلامته جسده، لذا كان لزاما على المشرع التدخل بوضع آليات تكفل الحماية القانونية له، من بينها فرض الالتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة من خلال التأكيد على إلزامية إحاطة المستهلك بمخاطر المنتجات وكيفية استخدامها، ورتب حقه في الحصول على التعويض.

### الكلمات المفتاحية:

الالتزام بالتحذير، الإعلام، المستهلك، المتدخل، خطورة المنتج، السلامة، أمن المنتج.

### **Abstract:**

The technological development of the various products has negatively affected the consumer by rushing to purchase dangerous products with no knowledge of its dangers. This led to a lack of parity between the consumer and the interlocutor in the contractual relationship. The consumer often prefer buying some products under the influence of advertisements without realizing how dangerous they are. In addition to the harm that may cause serious damage to his health and his safety. Consequently, the legislator is obliged to intervene by imposing mechanisms to ensure legal protection for him. Among them, he arranged the right of the consumer to get a compensation and imposing the obligation to warn against hazardous products by emphasizing the obligation to inform the consumer of the products 'risks.

**Key words:** The obligation to warning, informing, consumer, interlocutor, the product danger, safety, product security.

مقدمة:

تطورت مشكلة حماية المستهلك نتيجة استخدام تقنيات متطورة في عملية الإنتاج، التي تتسم بالتعقيد الفني والذي ساهم في زيادة اختلال التوازن بين المستهلكين من جهة والمتدخلين من جهة أخرى، مما أدى إلى ظهور عدة مخاطر وأضرار جسيمة، ويعد جهل المستهلك بالكثير من حقوقه خاصة حقه في معرفة خصائص المنتج وكيفية استخدامه ومعرفة مخاطره من أهم أسباب التفاوت بين المستهلكين والمتدخلين، حيث شهدت السنوات الأخيرة تزايد الحوادث الناتجة عن استخدام المنتجات الخطرة أو الناجمة عن وجود خلل أو عيب في المنتج، حيث أصبحت السوق الجزائرية تعج بمختلف المنتجات التي تجعل المستهلك في حيرة من أمره عند اقتنائها، خاصة مع كثرة الدعايات الممارسة من مختلف وسائل الإعلام والإشهار. ويثبت الواقع العملي تزايد الحوادث المتعلقة باستهلاك المنتجات بسبب عدم التزام المتدخل بتحذير المستهلك من مخاطر المنتج أو تبيان كيفية استعماله.

وأمام تزايد المخاطر التي تهدد مستهلك ومستعمل المنتجات الخطرة تدخلت التشريعات المقارنة لحمايته، كتشريع حماية المستهلك الأمريكي لسنة 1962<sup>1</sup>، الذي نص على حق المستهلك في الإعلام والإختيار والإصغاء إليه، كما أكدت القوانين الأوروبية حق المستهلك في التحذير بتوفير الحماية القانونية له عن طريق إحاطته علما بمخاطر المنتجات كالقانون الفرنسي الصادر في 19 ماي 1998<sup>2</sup> الذي أكد حق المستهلك في التحذير ورتب مسؤولية المتدخل عن إخلاله بهذا الإلتزام، وهو ما حدده المشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>3</sup> الذي نص على إلزامية إعلام المستهلك وتحذيره ولتوفير قدر كافي من الحماية للمستهلك أصدر المرسوم التنفيذي المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>4</sup>، وذلك بإلزام المتدخل بتحذير المستهلك الذي يفتقر إلى الخبرة والمعرفة الفنية، وإحاطته علما بما يلزم من احتياطات لتجنب تلك المخاطر، الأمر الذي قد يؤدي إلى تحقيق التوازن المنشود في العلاقة التعاقدية وهو ما يدفعنا إلى طرح الإشكالية الآتية :

ما مدى فاعلية الإلتزام بالتحذير في حماية المستهلك في التشريع الجزائري؟

وعلى ضوء ما سبق سنتناول بالدراسة مضمون الإلتزام بالتحذير (مبحث أول)، ثم شروط قيام المسؤولية المدنية عن الإخلال بالإلتزام بالتحذير ووسائل دفعها (مبحث ثاني).

**المبحث الأول: مضمون الإلتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة**

ألزم المشرع الجزائري المتدخل أن يعلم المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج عند طرحه للتداول طبقا للمادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ولم يقف المشرع الجزائري عند هذا الحد، بل فرض على المتدخل إتزاما يتعلق بمنتجات تتميز بالخطورة خاصة المنتجات المعقدة التي يجهلها المستهلك، يتمثل في الإلتزام بالتحذير.

ويرجع ذلك أن الإلتزام بالإعلام لا يقدم وحده الحماية الكافية لمستهلكي هذه المنتجات المعقدة لذا يجب على المتدخل أن يبين طريقة استعمال المنتج الخطير، وأن يحذر المستهلك من مخاطر عدم اتخاذ الاحتياطات الواجبة. (المطلب الأول) كما حدد المشرع الجزائري شروطا محددة يجب أن تتوفر في الإلتزام بالتحذير، كما توجد عدة وسائل لتجسيد هذا الإلتزام.(المطلب الثاني).

### المطلب الأول: أشكال الإلتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة.

تعدد أشكال الإلتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة، حيث أكدت محكمة النقض الفرنسية في العديد من قراراتها على أن الإلتزام بالتحذير لا يقتصر فقط على لفت انتباه المستعمل إلى المخاطر التي تحيط بالمنتج وبيان الاحتياطات اللازمة ( الفرع الأول) بل يمتد إلى إحاطة المتدخل بالطريقة المثلى لاستعمال المنتج الخطير<sup>5</sup> (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: الإلتزام بالتحذير من مخاطر المنتج

يتضمن الإلتزام بالتحذير من مخاطر المنتج إلتزام المتدخل بإخبار المستهلك بالمخاطر التي يمكن أن تنجم عن المنتج<sup>6</sup>، وتزويده بالمعلومات الكافية، حتى يتسنى له اتخاذ القرار المناسب بالتعاقد من عدمه على بصيرة تامة، وتبنيه من مخاطره<sup>7</sup>، وبالرجوع إلى الأحكام القضائية يتبين أن القضاء يؤكد أنه لا يكفي أن يكون هناك التزام من جانب المتدخل (الصانع) بالإدلاء بالبيانات حول استعمال المنتج، وهذا ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بشأن الحكم الصادر عن محكمة الاستئناف من أن المعلومات التي تم الإدلاء بها من شركة forges d'hairaniulle إلى عملائها بشأن المواد العازلة القابلة للاشتعال، لم تقدم أي نصائح خاصة في هذا الشأن المشتري، واقتصر دورها على إخباره بأنها عازل جيد للحرارة، حيث قررت أن الشركة مثل الصانع يلزم أن تكون على معرفة بقابلية هذه المادة للاشتعال بسهولة، وكان عليها تحذير المشتري بطريقة كافية عن مخاطر هذه المادة<sup>8</sup>.

### الفرع الثاني: الإلتزام ببيان طريقة الاستعمال

يلتزم المتدخل ببيان المعلومات الخاصة بالمنتج والتي بدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المطلوبة من المنتج . فيتعين عليه إحاطة المستهلك علما بالمنتج من حيث مكوناته وتاريخ الإنتاج ونهاية الصلاحية وكل المعلومات التي لو لم يعلمها المستهلك لما أقدم على شراء المنتج<sup>9</sup>.

وهو ما ذهب إليه محكمة النقض الفرنسية، بقيام مسؤولية إحدى الشركات المنتجة للمواد اللاصقة " الصمغ" على أساس أن الملصقات الواردة على المنتج لم تشر إلى المعلومات الكافية عن الخطورة التي يمكن أن تتسبب فيها هذه المادة في ظل درجة حرارة مرتفعة<sup>10</sup>.

**المطلب الثاني: شروط الالتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة ووسائل تنفيذه.**

لتجسيد نجاعة الإلتزام بالتحذير من خلال إحاطة المستهلك بالمعلومات الكاملة وتنبئيه من مخاطر المنتج فإنه يجب أن يتوافر في هذا التحذير شروطاً معينة بأن يكون التحذير كاملاً وواضحاً وظاهراً وأن يكون الإعلان لصيقاً بالمنتج . ( الفرع الأول) ولكي يؤتي التحذير ثماره المرجوة في تنبيه المستهلك يجب إتباع وسائل مختلفة لتنفيذه ( الفرع الثاني).

**الفرع الأول: شروط الإلتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة**

فرض المشرع الجزائري شروطاً ينبغي توافرها وهي أن يكون التحذير كاملاً، واضحاً ظاهراً ولصيقاً بالمنتج ذاته.

**أولاً: أن يكون التحذير كاملاً**

التحذير الكامل هو التحذير الذي يحيط بجميع الأخطار التي يمكن أن تلحق المستهلك في شخصه أو في أمواله من جراء إستعماله للسلعة وحيازتها وكيفية الوقاية من هذه الأخطار<sup>11</sup>.

فمنتج المبيدات الحشرية السامة، مثلاً: لا ينفذ إلتزام التحذير على أحسن حال، إذ كتب على العبوات ضرورة استخدام قناع عند عملية الرش، دون أن يذكر مخاطر الاختناق التي يمكن أن تصيب القائم بالرش<sup>12</sup>.

وأستناداً لذلك يجب أن يكون التحذير وافياً ومستغرقاً لجميع المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المستهلك، سواءً كانت هذه المخاطر مهددة لشخصه أو ماله، ولا يكفي أن يكون التحذير موجزاً بأن يلفت انتباه المستهلك إلى بعض المخاطر التي قد يتعرض لها دون البعض الآخر .

**ثانياً: أن يكون التحذير واضحاً**

ويقصد بذلك أن يكون التحذير واضح الدلالة في بيان المخاطر والوسائل اللازمة للوقاية منها، ميسور الفهم من قبل جمهور المستهلكين، ويتحقق بالابتعاد عن المصطلحات الفنية التي يصعب فهمها على غير المتخصص، ويجب أن يكون التحذير باللغة الوطنية ولغة أجنبية، حيث يلتزم المتدخل باستخدام اللغة العربية في كتابة إرشادات الاستخدام أو الوقاية من المخاطر المصاحبة لاستخدام هذه السلع، ولا يكفي أن يكون التحذير واضحاً في عباراته، بل يتعين أيضاً أن لا يكون ملتبساً في موضوعه ككتابة عبارة "يحفظ في مكان بارد" بالنسبة لعصائر الفواكه مثلاً. فالمستهلك قد يفهم أنها مجرد توصية أريد بها الإبقاء على العصير محتفظاً بخواصه الطبيعية في حين أن المتدخل يرمي إلى تجنب تحمره بفعل الحرارة وما يتبعه من احتمال انفجار الزجاج<sup>13</sup> وهو ما ينطبق مع نص المادة 02/11-12 من مرسوم رقم 13-378.

**ثالثاً: أن يكون التحذير ظاهراً و لصيقاً بالسلعة**

من الصعب أن يلفت التحذير انتباه المستهلك إلى المخاطر التي تحيط باستعمال أو حيازة المنتج، والاحتياطات التي يجب اتخاذها من هذه المخاطر إلا إذا كان ملازماً للسلعة ذاتها ولا ينفصل عنها مطلقاً.

ولا يكفي أن يكون التحذير مطبوعاً على الغلاف الخارجي للسلعة أو في ورقة منفصلة عنها. بل يجب كتابة التحذير على السلعة نفسها<sup>14</sup> ، حتى ولو كانت توضع في غلاف خارجي كعلبة كرتون مثلاً عندئذ يجب كتابة التحذير على العلبة أيضاً فلا يمكن الاكتفاء بكتابة التحذير على الغلاف الخارجي أو في ورقة مطبوعة على أساس إن تحديد مكان وضع التحذير يتوقف على طبيعة الشيء المنتج ونوع وشكل العبوة التي تحويه.<sup>15</sup>

وما يؤيد ذلك حكم محكمة النقض الفرنسية الذي قضى بمسؤولية منتج مبيد أعشاب طفيلية لأنه حذر من مضار هذا المبيد في الوثائق المصاحبة للتسليم ولم يكتب التحذير على العبوة المبيد ذاته.<sup>16</sup>

أما شرط أن يكون التحذير ظاهراً، فيقصد به الوضوح الشكلي للتحذير على الملصق، بأن يكتب بخط واضح و متميز عن الخط أو الشكل العادي الذي كتبت به بيانات المنتج، بحيث يلفت انتباه المستهلك بمجرد إطلاعه على الملصق المنتج.

### الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالتحذير

نصت المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أن الالتزام بالتحذير يتم بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، تمكن من إيصال المعلومات الكافية عن المنتج للمستهلك، وتحذيره من خطورته.

#### أولاً: الوسم كوسيلة لتنفيذ الالتزام بالتحذير في المنتجات الخطرة

عرف المشرع الجزائري الوسم بأنه: " تلك البيانات الموضوعية على الغلاف والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك، ويجب أن يكون بطريقة لا توهي بأي أشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك، وأن لا يحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الظن أو الشك فيها<sup>17</sup> .

ويعرف أيضاً بأنه مجموعة من البيانات والمعلومات الإلزامية والإجبارية أو الاختيارية التي تظهر على غلاف المنتج وتسمح للمستهلك بالتعرف على الوسم المصنع أو المؤسسة بمحتويات المنتج، الخصائص التقنية، البعد، أصل المنتج، تاريخ إنتاجه ومدة صلاحيته وشروط حفظه واستعماله<sup>18</sup> .

وقد نظم المشرع الجزائري وسم السلع بالمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>19</sup> لأن يلفت انتباه المستهلك إلى كافة الأخطار التي يمكن أن تحدث به، سواء في شخصه أو ماله، أثناء استعماله الشيء أو حيازته له وكيفية تجنب هذه الأخطار<sup>20</sup> .

#### ثانياً: الإشهار ووسائل الاتصال والإعلام كوسيلة للتحذير

الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان ووسائل الاتصال المستعملة، وهو ما نصت عليه المادة 3/03 من الأمر 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>21</sup> .

يتمثل الإعلان أو الإشهار في تقديم معلومات للجماهير حول السلع والخدمات للتعريف بها وإبراز محاسنها والترويج لها من أجل تحفيز المستهلك على الإقبال عليها، ولم يعد الإشهار قاصراً على تعريف المستهلكين بالسلع، بل اتخذت شكلاً متطوراً في التحذير من مخاطر المنتج وضرورة اتخاذ الاحتياطات اللازمة لاستعماله، وهذا ما يمكن أن يستفاد منه من خلال قانون الإشهار.

أما بالنسبة لوسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والالكتروني لعبت دوراً مهماً في تنفيذ هذا الالتزام خاصة بالنسبة للمنتجات الجديدة من خلال توضيح كيفية الاستعمال الآمن للمنتج، وتحديد مختلف المخاطر الناجمة عنه. وقد أشارت المادة 8/02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش<sup>22</sup> إلى هذه الوسائل والمتمثلة في وسائل الاتصال البصرية كالجرائد والمجلات وكذا الوسائل السمعية البصرية كالإذاعة والتلفزيون.

### المبحث الثاني: شروط قيام المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالتحذير ووسائل دفعها.

تقوم المسؤولية المدنية للمتدخل بتوفر ثلاث أركان هي الخطأ والضرر والعلاقة السببية (المطلب الأول)، ويمكن دفع المسؤولية وفق وسائل محددة (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: شروط قيام المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالتحذير في المنتجات الخطرة

تقوم المسؤولية المدنية للمتدخل بتوفر ثلاثة أركان هي الخطأ (الفرع الأول) والضرر (الفرع الثاني)، والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر (الفرع الثالث).

### الفرع الأول: الخطأ في الالتزام بالتحذير

الخطأ هو الإخلال بالالتزام سابق سواء كان أو قانونية بالإخلال بالالتزام قانوني مقتضاه عدم الإضرار بالغير أو عقدياً بعدم قيام المدين بالتزامه الناشئ عن العقد.

يتحمل المستهلك عبء إثبات إخلال المتدخل بالالتزام بالتحذير، ومن أجل التخفيف على الضرر من عبء الإثبات اعتبر القضاء الفرنسي أن مجرد تسليم منتج معين غير مستوفي لجميع البيانات كاف لإثبات خطأ المتدخل<sup>23</sup>، وقد قضت محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 31 يناير 1973 مسؤولية صانع المادة اللاصقة للأرضيات لما لحق المستعمل من أضرار المتمثلة في وفاة المستعمل وإصابة ابنه بسبب نقص البيانات المتعلقة بالتحذير من مخاطر هذا المنتج.

### الفرع الثاني: الضرر في الالتزام بالتحذير

يعرف الضرر بأنه الأذى الذي يصيب الإنسان في حق من حقوقه أو مصلحة من مصالحه يستوي في ذلك أن تكون المصلحة مادية أو أدبية، ويترتب على ذلك أن يكون الضرر مادياً يصيب المضرور في جسمه أو ماله، أو يكون الضرر معنوياً يصيب الشخص في شعوره أو عاطفته أو كرامته نتيجة الإخلال بالالتزام بالتحذير، وذلك لانعدام أو نقص التحذير من

الأخطار الكامنة في المنتجات التي يقوم بصناعتها<sup>24</sup> أو عدم التحذير لأجل اتخاذ الاحتياطات اللازمة التي يمكن اتخاذها للوقاية من الأضرار التي قد يتسبب فيها المتدخل عند استعماله.

### الفرع الثالث: العلاقة السببية

يقصد بالسبب جعل الأمر ممكن الوقوع، ويكون التسبب هنا شرطاً لا بد منه لحدوث النتيجة فعندما يقع خطأ يترتب عليه ضرر فإن البحث عن العلاقة السببية سيصطدم بمجموعة من الأسانيد والنظريات<sup>25</sup>. وقد أستند المشرع الجزائري إلى نظرية السبب المنتج، فالسبب الذي ساهم في إحداث الضرر على نحو منتج وفعال هو الذي يمكن الاعتداد به، وعليه فإن التقصير في وضع البيانات المتضمنة التحذير من المنتج الخطر من حيث بيان كيفية استعماله واحتياطات استخدامه ومخاطره، يعد سبب كافياً لإحداث الضرر للمستهلك والذي يؤدي إلى مسؤولية المتدخل. ويقع عبء إثبات علاقة السببية على عاتق المستهلك المتضرر وله أن يثبتها بكافة طرق الإثبات.

### المطلب الثاني: وسائل دفع المسؤولية

عند قيام مسؤولية المتدخل فإنه يمكنه قطع العلاقة السببية بين الخطأ والضرر بإثبات سبب من الأسباب العامة (الفرع الأول) كما يمكنه نفي المسؤولية بإثبات أي سبب من الأسباب الخاصة (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: أسباب الإعفاء العامة

لا يكفي لقيام المسؤولية المدنية للمتدخل عن الإخلال بالالتزام بالتحذير وقوع خطأ قبل التعاقد أو بعده، بل يجب توافر الضرر والعلاقة السببية بينهما، فالمتدخل لا يسأل إلا عن الضرر الذي أحدثه بخطئه، أما إذا أثبت أن الضرر لم ينشأ عن خطئه، بل نشأ عن سبب أجنبي لا يد له فيه، فهنا تنتفي مسؤوليته، وعليه يمكنه التخلص من المسؤولية بإثبات أن سبب حدوث الضرر كان بفعل القوة القاهرة أو بخطأ المضرور نفسه، أو أن خطؤه قد زاد من الضرر، لذلك كان عليه أن يتحمل تبعه أخطائه وبالتالي لا يمكنه الحصول على تعويض كلي، لأن اشتراكه في المسؤولية كان جزئياً بحسب مساهمته في الضرر<sup>26</sup>، وهو ما ينطبق مع نص المادة 177 من القانون المدني بأنه " يجوز للقاضي أن ينقص مقدار التعويض، أولاً يحكم بالتعويض إذا كان الدائن بخطئه قد اشترك في إحداث الضرر أو زاد فيه".

### أولاً: القوة القاهرة أو الحادث الفجائي

يمكن للمتدخل دفع المسؤولية عن طريق القوة القاهرة أو الحادث الفجائي وتعرف بأنها الحادث الذي لم يكن بمقدور أشد الناس حيطة ويقظة أن يتوقعه أو يدفعه إذا كان محاطاً بنفس الظروف الخارجية التي تعرض لها المدعى عليه مما جعل تحقق الضرر أمراً محتملاً<sup>27</sup>

ويشترط في القوة القاهرة عدم إمكانية التوقع من جانب محدث الضرر، وينظر إلى ذلك إستناداً للمعيار الموضوعي وليس المعيار الشخصي<sup>28</sup>، والعبارة في تقدير عدم إمكان التوقع هو في الأصل وقت إبرام العقد بالنسبة للمسؤولية العقدية،

فيكفي لكي يكون الحادث قوة قاهرة عدم إمكانية توقعه وقت التعاقد، أما في مجال المسؤولية التقصيرية، فيقاس عدم التوقع وقت وقوع الحادث الفجائي ذاته<sup>29</sup>.

كما يشترط استحالة دفعها، استنادا للمعيار الموضوعي على أساس أكثر الناس حيطة ويقظة فضلا عن خارجي تسبب الحادث بأن لا يرجع إلى خطأ المدعى عليه فإذا استغرقت القوة القاهرة حظر المنتج، رغم التحذير من خطورته وبيان كيفية استخدامه، فإن المتدخل لا يعد مسؤولاً عن تعويض الضرر.

أما إذا اشتركت القوة القاهرة مع خطأ المتدخل فإن هذا الأخير يسأل حسب نسبة مساهمة خطئه في إحداث الضرر.

### ثانيا: خطأ المضرور

يعتبر المضرور مخطئ إذا قصر فيما يجب عليه من الحيطة والتبصر في استخدام المنتج، رغم تحذيره من قبل المتدخل وإحاطة بخطورة المنتج وكيفية استخدامه، فإذا استعمل المضرور المنتج الخطيرة بشكل غير ملائم وخالف التحذير من مخاطره أو خالف تعليمات الاستعمال، فإن ذلك يقطع علاقة السببية إلا أن خطأ المضرور قد يجتمع مع خطأ المتدخل، ففي حالة استغراق خطأ المتدخل لخطأ لمضرور لا يعني من المسؤولية، أما في حالة استغراق خطأ المضرور خطأ المتدخل فتنتفي مسؤوليته. وقد يجتمع الخطئين في صورة الخطأ المشترك، فهنا لا تنقطع علاقة السببية، فيتحمل المضرور خطأه بقدر إسهامه في وقوع الحادث.

### ثالثا: خطأ الغير

إذا وقع الضرر نتيجة خطأ الغير، فإنه تنتفي العلاقة السببية، إلا أن خطأ الغير يختلف في تأثيره على خطأ المتدخل، فإذا ما استغرق خطأ المسؤول خطأ الغير، كان المتدخل المسؤول وحده مسؤولا كاملة، أما إذا استغرق خطأ الغير خطأ المسؤول فيسأل الغير وحده مسؤولية كاملة وتنتفي تماما مسؤولية المتدخل.

أما إذا كان كل خطأ مستقلا عن الآخر وساهم كل واحد منهما في إحداث الضرر فإننا نكون أمام تعدد المساهمين في إحداث الضرر، فيسأل كل واحد حسب مساهمة في إحداث الضرر، وتطبيقا لذلك نصت المادة 126 من القانون المدني الجزائري "إذا تعدد المسؤولون عن عمل ضار كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر، وتكون المسؤولية فيما بينهم بالتساوي إلا إذا عين القاضي نصيب كل منهم في الالتزام بالتعويض".

### الفرع الثاني: الأسباب الخاصة لدفع مسؤولية المتدخل

يمكن للمتدخل دفع المسؤولية المدنية في حالة عدم طرح المنتج الخطير للتداول، أو عدم وجود عيب في المنتج لحظة طرحه للتداول، أو استحالة التنبؤ بمخاطر التقدم العلمي.

## أولاً: عدم طرح المنتج للتداول

نصت المادة 8/3 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: " عملية عرض المنتج للاستهلاك يقصد بها مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة بالتجزئة".  
 فيمكن للمتدخل أن يثبت أنه لم يطرح المنتج الخطير للتداول، أو أن يثبت أن المنتج قد وضع للتداول من طرف شخص آخر بغير ذاته .

## ثانياً: عدم وجود عيب في المنتج لحظة طرحه للتداول

يكون المتدخل مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتج حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية وهذا ما نصت عليه المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري وعليه يمكن دفع المسؤولية متى أثبت المتدخل أن المنتج لم يكن معيباً وقت اقتنائه من المستهلك، أو تثبت أن العيب قد ظهر لاحقاً.

## ثالثاً: الدفع باستحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي

الدفع بمخاطر التقدم العلمي هو دفع أتى به التوجيه الأوروبي رقم 85-374 الخاص بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة في المادة 5/7 أن المتدخل يكون مسؤولاً بقوة القانون، إلا إذا اثبت أن حالة المعرفة العلمية والفنية وقت طرح المنتج الخطير للتداول، لم تسمح باكتشاف وجود العيب، لكنه لم يفرض على الدول الأوروبية إقرار ذلك في قوانينها الداخلية<sup>30</sup>، ومع ذلك يرى المشرع الفرنسي أن مخاطر التقدم العلمي لا تعد سبباً مطلقاً للإعفاء من المسؤولية، فإنه لا يمكن للمتدخل التمسك بالإعفاء من مخاطر التقدم العلمي عندما لا يتخذ في مواجهة ما يتم الكشف عنه من قصور خلال العشر سنوات التالية لتاريخ طرح المنتج للتداول ما يلزم من إجراءات لتفادي الآثار الضارة وبيان الاحتياطات اللازمة للتحذير من خطورة المنتج<sup>31</sup>

## خاتمة:

على الرغم من إقرار المشرع الجزائري لحق المستهلك في الحماية من مخاطر مختلف المنتجات خاصة التي تتوفر على التقنية العالية وفرض الالتزام بالتحذير خاصة في ظل تطور وتعقيد استخدامات مختلف الوسائل التكنولوجية.

فالالتزام بالتحذير له أهمية بالغة في تنوير المستهلك والحصول على رضائه على المنتج، وذلك بالحصول على معلومات جوهرية تؤثر في رضاه من خلال إحاطة ها علما بمخاطر المنتج وكيفية تجنبها، إلا أنه على الرغم من ذلك لازال المستهلك يصطدم بالمخاطر المختلفة للمنتجات التي أغرقت السوق الوطنية والتي يتهافت على المستهلكون من كل حدب وصوب.

### التوصيات والمقترحات:

وعلى ضوء ما سبق نقترح التوصيات الآتية :

- 1 . مراقبة وتتبع المنتجات التي تتسم بالخطورة في جميع مراحل عرضها وتداولها في السوق، كانت مستوردة أو منتجة محليا، والتدخل حينما لسحب المنتجات المعيبة والتي تتميز بمخاطر جسيمة .
- 2 . ضرورة تحلي المستهلك بثقافة استهلاكية معقولة وذلك بتجنب المنتجات التي تشكل خطرا على أمنه وصحته.
- 3 . تحسيس المستهلك بإبلاغ المصالح المختصة عن أي منتجات معيبة أو خطيرة متداولة بغرض سحبها من السوق .
- 4 . ضرورة قيام جمعيات حماية المستهلك بدورها المنوط بها من خلال توعية وإعلام المستهلكين بمخاطر المنتجات مع التأكيد على تأسيسها كطرف مدني طبقا لما ينص عليه قانون حماية المستهلك وقمع الغش .
- 5 . ضرورة تظافر الجهود بين مختلف المصالح المختصة كمصالح المنافسة وقمع الغش التابعة لوزارة التجارة ومصالح الجمارك والأمن والدرك الوطني، لمحاربة التجاوزات المتعلقة بالتحذير من خطورة المنتجات.
- 6 . تيسير إجراءات الحصول على التعويض عن الأضرار الناتجة عن المنتجات الخطرة .

### قائمة المراجع (الهوامش):

1. كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دراسة تحليلية وتطبيقية في ضوء أحكام القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش لعام 2009، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص1.

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف -ميلة

الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية

23 و 24 أبريل 2018

2. MAZEAUD (H) et TUNC, *Traité théorique et pratique de la responsabilité civile*, 6eme Edition, t, I, 2004, P49.

3. المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، جر عدد 15 الصادرة بتاريخ 8 مارس 2009
4. المرسوم التنفيذي 13.378 المؤرخ في 2013/11/9 ، جر عدد 158 المؤرخ في 2013/11/18
5. عليان عدة، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع عقود ومسؤولية. كلية الحقوق - جامعة الجزائر. 2008-2009، ص 103.
6. زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009، ص154، الملحق الثالث للمرسوم التنفيذي رقم 97-494 مؤرخ في 21 ديسمبر 1997 يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج ر، عدد 85، صادر في 24 ديسمبر 1997، حيث أوجب هذا الملحق أن تحمل اللعب المتحركة أو تغليفها البيان الآتي: "حذار يجب أن تستعمل تحت رقابة شخص بالغ".
7. فتيحة مُجْد قوراري، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة، دراسة في القانون الإماراتي والمقارن، مجلة الحقوق، الكويت، العدد الثالث، سبتمبر 2009، ص 252.
8. مُجْد أحمد المعداوي عبد ربه، المسؤولية المدنية عن أفعال المنتجات الخطرة ، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 226.
9. شعباني حنين نوال، التزام المتدخل لضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ملود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 73.
10. مُجْد أحمد المعداوي عبد ربه، مرجع سابق، ص232.
11. حدوش كريمة، الإلتزام بالإعلام في إطار القانون، 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة مُجْد بوقرة بومرداس، 2012، ص 75.
12. مُجْد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة ، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى 1983 ، ص 36.
13. سلام عبد الزهرة عبد الله الفتلاوي، نطاق العقد ، موقع الإلكتروني :

www.almerja.com/reading.pgp?dm=47188 يوم: 2017/09/10 الساعة 12:08 سا.

14. ذهبية حامق، الإلتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009، ص265.

15. آمال عبد الله، مسؤولية منتج التبغ في تشريع التونسي، الموقع الإلكتروني: <https://www.researchgate.net>، أطلع عليه بتاريخ 2017/09/13 على الساعة 20:23.
16. Cass.civ.mars-1975-DALLZ 1975-ri.p.124.
17. كالم حسينية، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2005، ص 20.
18. مصباح ليلي، دور التغليف في النشاط الترويجي للمؤسسة -دراسة حالة شركة الأطلس للمشروبات ببيسي كولا بالجزائر العاصمة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص تسويق. كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة 2009-2010 ص 85.
19. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09-11-2013 يحدد الشروط أو الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر عدد 158 المؤرخة في 18-11-2013 الذي ألغى المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها والمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10- نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.
20. حاج بن علي مُجَد، الوسم آلية قانونية لتفعيل المنافسة، مقدمة في اطار الملتقى الوطني التاسع جدل أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د.مولاي طاهر -سعيدة- يومي 04 و05 نوفمبر 2015.
21. الالتزام بالتبصير أو الالتزام بالإعلام لحماية المستهلك، مجلة القانون والأعمال، جامعة الحسن الأول، الالتزام-بالتبصير- أو-الالتزام-بالأعلى: [www.droi-etentreprise.com/2/](http://www.droi-etentreprise.com/2/)، أطلع عليه بتاريخ 2017/09/16 على الساعة 10:14.
22. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 05، صادرة في 31 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر عدد 61، صادرة في 21 أكتوبر 2001.
23. Cass.Civ,1er ch,4 janvier 1973.J.C.P.1973.1VP.106.
24. مُجَد أحمد المعدوي، مرجع سابق، ص 236.
25. اختلف الفقه حول العلاقة السببية فقد إتجه الفقيه اسمان أن تعادل الأسباب المتمثلة في أن كل الأسباب التي ساهمت في إحداث ضرر يجب الاعتداء بها، بينما ذهب الفقيه (أورتمان ortman) بأن السبب القريب هو وحده الضروري والمعتمد عليه، فبدونه تبقى كل الشروط الأخرى على حاله الواقعة ولا يمكن للنتيجة أن تحدث بينما ذهب الفقيه الألماني ( فون بار

- (von Bar) إلى الاستناد إلى السبب المنتج فلا يمكن أن يعتبر كل الفواصل المساهمة في احداث الضرر متساوية، فالسبب المنتج والفعال هو الذي يمكن الاعتداء به.
26. عبد الرشيد مأمون، علاقة السببية في المسؤولية المدنية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 52.
27. بن زادي نسرين، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2015، ص 64.
28. أحمد شوقي مُجَّد عبد الرحمان، الدراسات البحثية في المسؤولية المدنية، المجلد 1، المسؤولية المدنية الشخصية (د ط)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007، ص 198.
29. أمجد أحمد منصور، المرجع السابق، ص 300
30. أحمد شوقي مُجَّد عبد الرحمان، المرجع السابق، ص 196
31. مُجَّد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص 474.
32. مُجَّد أحمد المعداوي، مرجع سابق، ص 334.