

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة د. التلاوي مولاي - سعيدة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



التزام العون الاقتصادي بالإعلام

مذكرة ليل شهادة الماستر

التخصص: قانون اجتماعي

تحت إشراف الأستاذ:

♦ الدكتور مغربي تويذر

من إعداد الطالب:

♦ صبيحات سفاقي

لجنة المناقمة

الأستاذ: بوكلي حسن شكيب رئيسا

الأستاذ: لبطوس فحي عضوا مناقشا

الأستاذ: هني عبداللطيف عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

كلمة شكر و عرفان

إلا هي لا يطيبه الليل إلا بشكره ولا يطيبه النهار إلا بطاعتك ولا

يطيبه اللحظات إلا بذكرك ولا تطيبه الآخرة إلا بعفوك

ولا تطيبه الجنة إلا برويتك يا الله .

إلى من بلغ الرسالة... وأدى الأمانة...إلى نبي الرحمة ونور

العالمين ، سيدنا "محمد" - صلى الله عليه وسلم - .

الشكر موصول للأستاذ المشرف على تأطيري أ.د. "مغربي قويدر"

الذي لم يبخل علي بتوجيهاته ونصائحه حتى توصلت إلى إخراج

هذا العمل المتواضع.

الإهداء

أهدي ثمرة هذا العمل إلى الوالدين الكريمين أطال الله في
عمرهم.

وإلى جميع طلاب قسم الحقوق بكل مستوياتهم وخاصة تخصص
قانون إجتماعي

إلى أبناء أخي الذين لا أعرف السعادة إلى معهم، رشيد،
أمين، شيما.

قائمة المختصرات

- ص.....الصفحة
- ق م.....القانون المدني
- د م ج.....ديوان المطبوعات الجامعية
- ج ر.....الجريدة الرسمية
- د ج.....دينار جزائري
- د ط.....دون طبعة



لقد شهدت المجتمعات المعاصرة في الآونة الأخيرة تطورا ملحوظا في مجال إنتاج السلع والخدمات أفرزها التقدم الصناعي والتكنولوجي، والتي تتم في غالبيتها بالتعقيد سواء تعلق الأمر المنتجات من منقولات مادية أو عقارية على اختلاف أنواعها أو تقديم خدمات كتلك المتعلقة بخدم الهاتف والبنوك والشركات التأمين وخدمات الإعلام الآلي ووكالات السفر، حيث يضطر طالبها وفي الكثير من الأحيان إلى التعاقد مع بائعي هذه السلع ومقدمي الخدمات دون أدنى معرفة أو علم بطبيعة ما يتعاقد بشأنه، مما قضى على توازن العلاقات العقدية التي كان يتمتع بها المشتري عموما خلال القرن التاسع عشر حيث كان الهدف الأساسي من النشاط الاقتصادي آنذاك هو إنتاج السلع لسد حاجات الأفراد.

وأمام هذا الوضع بدت الهوة شاسعة في مجال العلم بين الزبون طالب السلعة أو الخدمة و بين مقدمها، ومزاد من تعميق هذه الهوة هو اختصاص هذا الأخير من حيث الكم الهائل من المعلومات التي يحوزها عن المبيع والإمكانيات التقنية والفنية الضخمة التي تكون تحت سيطرته مما جعلت المستهلك و الزبون عموما في مركز ضعيف نظرا لجهله بمحل العقد وخباياه من جهة، وكون هذا المحل في حيازة العون الاقتصادي قبل إبرام العقد من جهة أخرى، تؤكد من خلالها مشروعية هذا الجهل الأمر الذي دفع الكثير من التشريعات الحديثة إلى الاهتمام أكثر والتفكير في إيجاد آليات قانونية فعالة في سبيل توفير حماية أكبر لزبائن باعتبارهم طرفا ضعيفا في العملية التعاقدية تضاف إلى الحماية المقررة في قانون الاستهلاك، وقبل التطرق إلى هذه الآليات وجب علينا تعريف أطراف هذه العلاقة المتمثلة في كل من العون الاقتصادي و المستهلك.

لقد عرفت المادة 03 من القانون:102/04¹، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية العون الاقتصادي على أنه "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

الإشكال الذي يطرح من خلال هذا التعريف هو ما المقصود بالمهني ؟

المهني "هو ذلك الشخص (الطبيعي أو المعنوي) الذي يباشر حرفة تجارية أو صناعية أو فنية أو حرة أو زراعية أو مدنية على وجه الاحتراف، ويتمكن من خلال ممارسته لها الحصول على السلع والخدمات وتقديمها للجمهور بمقابل مادي بهدف الحصول على الربح، وقد يكون هذا الشخص منتجا أو موزعا أو تاجرا بالجملة أو تاجرا

1- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة 2004/06/27

بالتجزئة، أو يتخذ شكل المشروع الفردي أو شكل الشركة، أو المؤسسة التي تدخل في إطار القطاع الخاص أو العام"¹.

أما عن تعريف المستهلك فقد انقسم الفقه بشأنه إلى فريقين، يأخذ أولهما بالمفهوم الضيق وهو الاتجاه السائد في الفقه والقضاء، يرى جانب من أنصاره أنه يقصد بالمستهلك ذلك الذي يستخدم المنتجات لإشباع حاجاته و حاجات من يعولهم من الأشخاص، وليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في إطار مهنته، وفي مجال تقديم الخدمات فيتعلق الأمر بالمستفيدين منها في شكل أعمال على أموالهم المادية المملوكة لهم سلفا مثل أعمال الصيانة أو الإصلاح أو الخدمات التي يكون الشخص نفسه مستفيدا منها.

يؤخذ علو هذا التعريف أنه ضيق كثيرا من مفهوم المستهلك²، حيث ينحصر المستهلكون في طائفة الأشخاص الطبيعية دون الأشخاص المعنوية.

أما المفهوم الواسع فيتوجه فريق من الفقهاء إلى توسيع في المقصود بالمستهلك، حيث يشمل المصطلح لديهم كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية ويهدف هاؤلاء إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني حيث يقوم بإبرام تصرفا تخدم مهنته كما هو الحال بالنسبة للطبيب حيث يشتري المعدات الطبية أو التاجر الذي يشتري أثاث معمله.

وفيما يخص التعريف القانوني فقد عرفه القانون رقم: 09-03³، المؤرخ في: 25 فيفري 2009، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وذلك بموجب المادة الثالثة منه على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو بالمجان سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، وما يلاحظ أن المشرع يميل إلى الاتجاه الضيق.

ومن بين الآليات التي حددها المشرع لحماية الزبائن من سيطرة وهيمنة الأعوان الإقتصاديين إلزام هؤلاء الأعوان بالإعلام حيث لهذا الأخير أهمية بالغة حيث يساهم في حماية المستهلكين بشكل وقائي من أخطار السلع والخدمات حيث يمكنهم من اختيار ما يناسب حاجياته، كماله انعكاس على الإقتصاد الوطني في مجال شفافية المعاملات بين الأعوان الإقتصاديين.

ومما سبق ذكره نطرح الإشكالية الآتية: ماهو مفهوم الإلتزام بالإعلام؟ وما هي الجزاءات المقررة في حال مخالفته من طرف الأعوان الإقتصاديين؟.

1 - العيد حداد، الحماية القانونية في ظل إقتصاد السوق، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، بن عكنون، 2002/2003، ص:46
2 - العيد حداد، المرجع السابق، ص:2.38
3 - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، ج ر عدد15، الصادرة في 08 مارس 2009 .

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج التحليلي الذي يقوم على جمع المعلومات والقواعد واستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بموضوع البحث ومدى اتفاقها مع القواعد العامة وذلك وفق خطة مكونة من فصلين نتناول في أولهما مفهوم الالتزام بالإعلام والثاني جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

الفصل الأول

أهمية الالتزام بالإعلام

إن الزبون عند اقتنائه لحاجاته من المنتجات والخدمات، تقابله العديد من الصعوبات نظرا لنقص المعلومات لديه عن الجودة والأسعار، أو ما يسمى بضعف القدرة التقنية بالمقارنة مع العون الاقتصادي، كما أنه يجهل بعض التجاوزات التي يقدم عليها بعض المهنيون سعيا منهم لتحقيق الأرباح دون مراعاة مصالح المستهلكين، مما يعرض هؤلاء إلى الغش والخداع كما قد تنتج أضرار جسيمة تلحق بهم حتى لو لم يكن هناك عقد بين الطرفين، لأجل ذلك سعى المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية إلى تنظيم السوق وإعطاء التوازن بين الزبائن والمهنيين مع تحمل هذه الفئة الأخيرة مجموعة من الالتزامات، أهمها الإلتزام بالإعلام .

ولمعرفة هذا الإلتزام سوف نقسم دراسة هذا الفصل إلى مبحثين، نتطرق في أولهما إلى مفهوم الإلتزام بالإعلام وفي الثاني إلى عناصر هذا الإلتزام ووسائل تنفيذه.

المبحث الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام

يمارس العون الاقتصادي نشاطه عن طريق القيام بالعديد من التصرفات القانونية التي من شأنها أن ترتب عليه العديد من الإلتزامات، وإن من هذه الإلتزامات مايلزم التصرف الذي يقوم به وهناك التزمات تفرض على المهني فقط ومن هذه الإلتزامات الإلتزام بالإعلام الذي سنتطرق إلى تعريفه أولاً، تبيان مصادره ثانياً، تحديد طبيعته القانونية ثالثاً.

المطلب الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام.

نتعرض في هذا الجزء من الدراسة إلى التعريف الإلتزام بالإعلام من الناحية اللغوية والاصطلاحية مع تبيان أهم المصطلحات التي يقع اللبس بينها وبين هذا الإلتزام.

معنى الإعلام لغة:

الإعلام في اللغة¹: الإعلام مصدر أعلم وهو أعم من الإلهام. من علم بمعنى اليقين. ويقال علم هو في نفسه إذا حصلت له حقيقة العلم. ويقال علم الشيء وبالشيء أي شعر به وأحاطه وأدركه، وعلم الشيء وبالشيء أي يقينه وعرفه.

الإلتزام اصطلاحاً: من الملاحظ أن التشريعات الحديثة لم تتصدّ لإعطاء تعريف لهذا الإلتزام حيث اكتفت النصوص المتفرقة هنا إلى التلميح بوجود التزم ملقى على عاتق المحترف بإعلام المستهلك عن طريق فرض التزمات خاصة كتلك المتعلقة بالإعلام بالأسعار وكذا بالخصائص الجوهرية للمنتوج. وربما يعود ذلك إلى كون هذا الأخير نشأ مؤخرًا وتبلورت أحكامه من خلال اجتهادات القضاء حيث ورغم ما توصل إليه هذا الأخير من خلال أحكامه إلى تحديد معالم هذا الإلتزام من مضمون ونطاق، إلا أنه اكتفى في مجمل هذه الأحكام إلى إلقاء المسؤولية على البائع عموماً وذلك إما لنقص في المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع، وإما لانعدام تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال أو التحذير من المخاطر. حيث كان رجال القضاء يحتاطون عند استعمال أي لفظ للدلالة على هذا الإلتزام نظراً لحدائته².

أما فقهاء القانون فلقد تعدّدت واختلّفت لديهم التعريفات نتيجة اختلاف المسميات الفقهية لهذا الإلتزام والتي جاءت للدلالة على ما يقدمه أحد أطراف العقد للآخر من معلومات وبيانات كالإلتزام بالإفشاء، الإدلاء بالبيانات، وتقديم المعلومات والتبصير والإخبار.

¹ - محيط المحيط، مادة علم الجزء الأول: مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، طبعة 1998، ص: 628.
² - حمدي أحمد سعد، الإلتزام بإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع: دراسة مقارنة بين القانون المدني (المصري والفرنسي) والفقهاء الإسلاميين، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، طبعة أولى، 1999، ص: 42.

ومن هؤلاء أيضا من استعمل لفظ الإعلام¹ للدلالة على هذا الالتزام، وكذلك الالتزام بلفت الانتباه أو النصيحة².

لقد أدى هذا التعدد في المسميات إلى وجود خلاف بين فقهاء القانون حول التمييز بينها، حيث ذهب فريق منهم إلى أنّ من بين الألفاظ ما يتميز بالطابع الإيجابي أو الشخصي وهو الالتزام بالنصيحة، حيث يتدخل المدين بالالتزام ايجابيا في شؤون الدائن وحثه على الإقدام على أمر معيّن أو الإحجام عنه. في حين يتّسم البعض الآخر بالطابع السلبي أو الموضوعي وهو الالتزام بالإعلام حيث لا يعدوا دور المدين بالالتزام أن يكون مجرد إدلاء بمعلومات بما ينير رضاه دون حث أو تحريض على إتيان أمر معيّن أو عدم إتيانه³، وهذا من خلال إعلام موضوعي ومحايد يعطي للمستهلك ليس فقط حرية تلقي المعلومات، ولكن أيضا الصلاحية القانونية التي تفيدها المعلومات طبقا لمفهوم الإعلام الموضوعي⁴.

فيما ذهب فريق آخر إلى أنّ الاختلاف يكمن في شدة كل التزام، حيث أنّ ذلك المتعلق بالنصيحة يلقي على عاتق المدين به ثقل أكبر من كونه مجرد التزام بسيط بالإعلام.

ويذهب جانب ثالث من الفقهاء في التمييز بين الالتزامين من خلال نطاق تطبيقهما، حيث يختص الالتزام بالنصيحة بعقود الخدمات فحسب، لاسيما عقود المقاوله وتبادل الخبرات في المجال الصناعي والمساعدة التقنية وعقود التوريد وكذا المهن الحرة كالتوثيق على وجه الخصوص والمحامي وغيرهم، بينما يكون الالتزام بالإعلام في كافة العقود.

هذا وإضافة إلى ذلك فقد ثار خلاف آخر حول التمييز بين الإعلام Renseignement والإخبار Information، باعتبار أن الأول ذو أصل قضائي ألقاه القضاء على أحد طرفي الالتزام، بينما الثاني أي الالتزام بالإخبار ذو أصل قانوني أو تشريعي ومن ثم فهو الالتزام الذي وجد عن طريق بعض النصوص التشريعية الخاصة. ولعلّ النقد الذي وجه لهذا التمييز هو أن هاذين الالتزامين لهما نفس الأصل أو الأساس ومضمونيهما متقارب حيث المقصود من كل منهما إبلاغ الطرف الآخر بعنصر موضوعي، أي معلومات مجردة⁵.

1- د/عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع: دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 18، كلية الحقوق جامعة المنوفة، أكتوبر 2000. د/عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك: دراسة مقارنة في القانون المدني والمقارن، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص:11.

2- د/أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي: دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص:108.

3- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص:39.

4- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص:55.

5- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص:40.

ولقد طال هذا النقد التفرقة التي وضعت بين الالتزام بالنصيحة والالتزام بالإعلام، حيث ذهب فريق من الفقهاء إلى اعتبار أن هذه التفرقة مصطنعة، إذ يصعب من الناحية العلمية وضع حدود بين هاذين الالتزامين، فهو تمييز نظري أكثر منه علمي، وبالتالي من الصعوبة بمكان استخدامه. ومهما يكن من أمر فإنّ هذه الألفاظ مترابطة ومتداخلة فيما بينها وليست متميزة، يرجع تعددها إلى أنّ هذا الالتزام لا يزال في طور النشأة والتكوين.

أما بخصوص التعريفات التي جاء بها الفقه في هذا الصدد فقد تباينت الآراء حولها في سبيل إعطاء تعريف جامع مانع للالتزام بالإعلام لاسيما للأسباب التي ذكرناها أعلاه وتعدد الجوانب التي ينظر إليه من خلالها كل منهم.

منهم من تأثر في إعطاء تعريف له بأصل هذا الالتزام فيما كان قضائياً أو قانونياً وبالتالي تأثرهم بالتمييز اللفظي بين كلمة إخبار Information وإعلام Renseignement حيث عرّف الأول بأنه "واجب فرضه القانون لاسيما على بعض البائعين المهنيين أو المؤسسات بتقديم معلومات عن موضوع العقد أو العملية العقدية التي يواجهونها بوسائل مناسبة وبيانات إخبارية أو إعلانية... إلخ". بينما يتمثل الثاني في "الواجب الضمني الذي أوجده القضاء والذي بمقتضاه يلتزم الطرف الأكثر تخصصاً معرفة بإبلاغ الطرف الآخر بالبيانات المتعلقة بموضوع العقد"¹.

وقد ذهب الفقه إلى التمييز بين الالتزام التعاقدى بالإعلام والالتزام قبل التعاقدى بالإعلام من عدة نواحي نذكر منها، أن الأخير يجد أساسه في صحة وسلامة الرضى؛ أما الالتزام التعاقدى بالإعلام فيجد أساسه في تنفيذ التزام عقدي²

المطلب الثاني: أساس الالتزام بالإعلام.

بالرغم من استقرار الفقه والقضاء على التزام البائع أو المنتج لاسيما المحترف بإعلام المشتري بالمعلومات الضرورية الخاصة بالمبيع وما يكتنف هذا الأخير من أخطار قد تهدد حياته وماله، إلا أنّ هؤلاء تباينت آراؤهم حول أساس³ هذا الالتزام. ولعلّ هذا الانقسام في الرأي ينبع من الخلاف حول مصدر هذا الأخير، فمن يرى أنّه يجد في التزامات أخرى ذات طبيعة تعاقدية (القسم الأول). ومنهم من يرى أنّه ينشأ من العقد ذاته أو هو من مستلزماته فاعتبره التزاماً عقدياً (القسم الثاني). ومن يرى أنّه ينبع من المبادئ العامة للقانون أو من نصوصه فاعتبره التزاماً قانونياً غير عقدي (القسم الثالث).

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 44 و 45.

2- أكرم محمد حسن التميمي، التنظيم القانوني للمهني: دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة 2010، ص: 99.

3- على أن الحديث عن الأساس يقودنا إلى التساؤل عن الغاية من وجود الالتزام عموماً، ومن ثمّ التساؤل عن القاعدة القانونية التي يرتكز عليها هذا الأخير كي يستطيع القاضي تأسيس حكمه أثناء نظره في هذا المعنى.

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات.

يرى أنصار هذا الاتجاه أنّ التزام المحترف أو البائع عموماً بإعلام المشتري هو التزام يجد أساسه في التزامه (أي البائع) بالضمان والالتزام بالتسليم، وهي التزامات بلا شك من طبيعة عقدية، وكذا في التزامه بضمان السلامة باعتباره عقدياً على الرأي الأرجح. على أنّ هذه الالتزامات تعتبر بالنسبة إليه أصلية. ولعلّ هذا ما سنحاول بيانه في النقاط التالية.

أولاً: الالتزام بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام.

ذهب جانب من الفقه إلى أنّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالضمان القانوني بالمعنى الواسع لهذا الأخير والذي لا يتحدد نطاقه بضمان العيوب الخفية والاستحقاق والتعرض فحسب، بل يمتد ليشمل كافة الالتزامات التي من شأنها تنفيذ العقد تنفيذاً صحيحاً والذي يعتبر الالتزام بالإعلام واحداً منها، فيكون بذلك جزءاً لا يتجزأ من الالتزام بالضمان وبالتالي من الخطأ فصلهما عن بعضهما¹.

ويرى هذا الاتجاه ضرورة تطبيق قواعد ضمان العيوب الخفية على الأضرار الناتجة عن المبيع عملاً بالماد 379 ق م الجزائري في ضمان العيب الخفي، وذلك بإلزام البائع بتعويض المشتري عن الأضرار التي تلحقه لعدم إحاطته علماً بما يمكنه تجنبها. فيكون الالتزام بالإعلام بذلك امتداداً لفكرة الضمان القانوني، حيث تبدأ أولى خطوات تنفيذ الالتزام بالضمان بقيام الضامن أي البائع بإعلام المشتري بحقيقة محل الضمان².

إلا أنّ هذا الرأي تعرّض للنقد من طرف جانب من الفقه من خلال تأكيده ذاتية الالتزام بالإعلام وعدم إمكانية تأسيسه على الالتزام بالضمان وهذا لاختلاف الالتزامين من حيث مصدر وطبيعة ونطاق كل منهما.

فمن حيث المصدر يجد الالتزام بالضمان مصدره في نصوص تشريعية صريحة تقرر ضمان العيوب الخفية بنص المادة 379 ق م جزائري، وضمان التعرض والاستحقاق في المواد 371 و372 من ق م جزائري. في حين أنّ التزام البائع بإعلام المشتري ولد على يد القضاء الفرنسي الذي استنبطه عن طريق تفسير إرادة المتعاقدين من وراء ذلك وتوفير أكبر قدر ممكن من الحماية لجمهور المستهلكين والمستعملين للمنتجات الصناعية³.

1 - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 81

2 - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص: 319.

3 - د/ ثروت فتحي إسماعيل، المسؤولية المدنية للبائع المهني الصانع والموزع: رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، 1978، ص: 373.

ومن حيث الطبيعة فإنّ الالتزام بالضمان هو التزام عقدي بتحقيق نتيجة، يلتزم البائع فيه بضمان التعرض وتعويض المشتري تعويضا كاملا في حالة استحقاق المبيع وفقا للقواعد المقررة في القانون المدني. أما الالتزام بالإعلام فقد يكون عقديا وقد يكون غير ذلك، كما أنه يعتبر التزام ببذل عناية حسب الرأي السائد في الفقه¹.

أما من حيث نطاق كل منهما فإنّ الالتزام بالإعلام أوسع نطاقا من الالتزام بالضمان. إذ في حين لا يسأل البائع عن الضمان إلا إذا كان المبيع مشوبا بعيب خفي غير ظاهر أو ارتفاعات وأمور ليس في الوسع ملاحظتها تؤدي إلى استحقاق هذا المبيع والتعرض له لم يفصح عنها المشتري، نجد أنّ الالتزام بالإعلام لا يقتصر على ذلك فحسب من إخبار للمشتري بعيوب المبيع أو بمعلومات تتعلق بوضعه القانوني، بل يمتد ليشمل البيانات المتعلقة بطريقة الاستعمال والاحتياطات الواجب إتباعها لتجنب الأضرار التي قد ينتج عن التقصير خاصة فيما يتعلق بالأشياء الخطرة بطبيعتها أو بسبب جديتها أو حداتها².

ويضاف إلى تلك الانتقادات ما يتطلبه الالتزام بالإعلام من إدلاء للمشتري ببيانات ومعلومات هي غالبا ما تكون قبل عقدية من بيان لأوصاف المبيع وكيفية استعماله؛ في حين أنّ الالتزام بالضمان يوجد على عاتق البائع بعد إبرام العقد مما يستبعد اعتباره أساسا للالتزام بالإعلام. كما أن محكمة النقض الفرنسية رجّت على هذا الرأي من خلال تقريرها لعدم اعتبار الالتزام بالضمان أساسا للالتزام بالإعلام، حيث عابت في أحكام عديدة لها على محكمة الاستئناف تأسيس دعوى المسؤولية ضد البائع على ضمان العيوب الخفية في حين كان المشتري من عدم كفاية البيانات والتحذيرات المتعلقة باستخدام المبيع.

ثانيا: الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام.

يرى جانب آخر من الفقه أن التزام البائع بتسليم المبيع يعتبر أساسا لالتزامه بالإعلام ومن ثم فهو يجد أساسه في القواعد التي تحكم الالتزام بالتسليم والواردة في المادة 364 ق م جزائري، حيث يمتد التزام البائع عند تسليمه الشيء المبيع إلى تزويد المشتري بكافة البيانات الضرورية سواء الخاصة بمواصفات أو كيفية استعماله وكذا تحذيره من المخاطر التي قد ينطوي عليها وكيفية تجنبها وتسليمه الكتيبات والنشرات الخاصة بذلك. فمن شأن التسليم تمكين المشتري من حيازة المبيع والانتفاع به على أكمل وجه ولا يتأتى ذلك إلا بإعلام هذا الأخير بالبيانات الضرورية³.

والواقع أنه ورغم ما يبدو من ارتباط بين الالتزامين وما جاء في هذا الصدد من بعض الأحكام القضائية لمحكمة النقض الفرنسية تؤيد ذلك، فإنّه من الصعب وحسب أغلبية

1- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص: 320.

2- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 84.

3- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 321.

المختصين في هذا المجال التسليم بهذا الرأي لاعتبارات عدّة، وهذا من منطلق اعتبار الالتزام بالتسليم ينشأ من العقد ويتعلق بتنفيذه، في حين نجد أنّ الالتزام بالإعلام ينشأ بهدف تنوير إرادة المشتري انطلاقاً من المرحلة السابقة على إبرام العقد وحتى أثناء تنفيذه.

كما أنّ القول بتبعية الالتزام بالإعلام من شأنه وعلى حدّ تعبير الأستاذ حمدي سعد، أنّ يحطّ من الدور الهام لهذا الالتزام اتجاه التطور الفني والتعقيد التكنولوجي المتزايد للمنتجات مما يتطلب تدخل الصانع أو البائع بمساعدة المشتري ابتداءً من اختيار الشيء الذي يناسبه وحتى تشغيله بما لا يلاءم حاجاته. وقد يتطلب الأمر أكثر من ذلك البائع المهني بتدريب المستخدم تدريباً علمياً على الطريقة المثلى للاستعمال كما هو الشأن في الآلات الإلكترونية وهو ما يسميه المختصون بالالتزام بالدعم.

ولعلّ أهم انتقاد وجّه لهذا الرأي هو أن القول بالتبعية بضيق من نطاق الالتزام بالإعلام حيث يجعله قاصراً على عقد البيع فقط، وبالتالي لا يمتدّ إلى الحالات التي لا يرتبط بها الأشخاص بعلاقة عقدية، حيث لا يكون معلوماً كيفية الالتزام بالإعلام. ناهيك عمّا يجرّ إليه هذا القول من استثناء مجال الخدمات وهو أمر لا يمكن التسليم به نظراً لما تحتله هذه الأخيرة من أهمية قصوى في مجال الاستهلاك، مما يجعلنا نستبعد هذا الاتجاه.

ثالثاً: الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام.

يرى جانب ثالث من الفقه أنّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالسلامة¹ وذلك لعدم كفاية الالتزام بالضمان لتحقيق حماية سلامة المستهلك خاصة إذا كان محل العقد ينطوي على خطورة ما، سواء في كيفية استعماله أو حفظه، وبالتالي فإنّ الحاجة إلى التزام آخر أكثر نطاقاً لما يبررها، ولا يكون ذلك إلاّ باعتماد الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام بحيث يجب على البائع أن يتخذ جميع الاحتياطات المؤدية إلى حماية المشتري عن طريق الإعلام الدقيق والأوفى، خاصة تلك البيانات المتعلقة بكيفية الاستعمال والتحذير من المخاطر التي قد تكثف المبيع والاحتياطات الواجب اتخاذها في هذا الصدد². حيث ذهب البعض إلى القول بأنّه إذا اتّخذ الالتزام بالإعلام شكل التحذير فإنّه يكون وسيلة لتحقيق السلامة.

1- لقد ظهرت فكرة الالتزام بالسلامة لأول مرة في نهاية القرن 19 وبداية القرن 20 حيث بدت بوادر هذه الفكرة في عقد العمل بمناداة بعض الفقهاء في فرنسا بضرورة تحميل أرباب العمل المسؤولية عما يصيب العمال داخل المصانع والورشات جرّاء الطفرة الحاصلة آنذاك في هذا المجال، من أضرار نظراً لصعوبة إثبات الخطأ في حق أرباب العمل فأوجبوا التزام السلامة على عاتقهم دون حاجة لإثبات خطئهم، حيث عرف ما يسمى بالمسؤولية الموضوعية، ثم جاء القضاء الفرنسي ليجسد هذه الفكرة لأول مرة من خلال محكمة النقض في 1911/11/21 في عقد النقل البحري تحديداً ثم عممها تدريجياً على عقود أخرى كما هو الشأن في عقود نقل الأشخاص وكذا في مجال الخدمات كعقد النزول والملاهي والألعاب كما عرف كذلك تطوراً كبيراً في المجال الطبي. محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مطبعة جامعة القاهرة، 1978، ص:466.

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص:322.

ولقد جاءت بعض الأحكام القضائية في هذا الصدد تؤكد هذا الاتجاه حيث أقامت محكمة النقض الفرنسية مسؤولية البائع أو الصانع استناداً إلى الإخلال بالالتزام بالسلامة. ومن بين الأحكام وأهمها حكم محكمة استئناف¹ Douai والذي قررت فيه صراحة أن "حيث أن شركة Contravene قد أغفلت الطريقة المثلى لاستعمال المبيع وهو خلط كهربائي (Malaxeur) وبيان أهمية ربط الوعاء الزجاجي على دعامة اللولبية؛ والاحتياطات التي يجب أخذها عند انحراف هذا الوعاء فإنها تكون قد أخلت بالالتزام بالسلامة المتولد عن العقد وقد يكون خطئها هو السبب في الحادث..." فقصت بمسؤولية الصانع على الرغم من خلو المبيع من العيوب التي تجعله غير صالح للاستعمال استناداً إلى إخلاله بالالتزام بالسلامة.

إلا أن هذا الرأي واجه نقداً من طرف أغلبية الفقه، حيث يرى ضرورة عدم التسليم بذلك من منطلق أن الالتزام بالسلامة يقتصر على تسليم منتجات خالية من أي عيب أو خلل في صناعتها مما يؤدي إلى تعريض الأشخاص إلى أخطار تمسّ سلامتهم الجسدية أو تتسبب في أضرار مادية لهم، أي أنه التزام بعدي يتعلق بتنفيذ العقد فلا يمتد إلى الفترة السابقة عليه والتي هي من شأن الالتزام بالإعلام في الكثير من العقود التي يتطلب إبرامها التزاماً بالإعلام على عاتق الصانع أو البائع ضماناً لصحة وسلامة رضاء المشتري².

كما أن القول بهذا سيجعل من الالتزام بالإعلام التزاماً تعاقدياً من حيث الوفاء به بهدف إلى تيسير تنفيذ العقد كما هو الشأن في الالتزام بالسلامة الذي يتعلق بتنفيذ العقد في حين أن الالتزام بالإعلام قد يكون تعاقدياً وقد يكون قبل تعاقدي.

أما فيما يخص حكم محكمة Douai والتي استندت في حكمها إلى نص المادة 1135 ق م فإنها اعتمدت أساسين لإقامة مسؤولية البائع، حيث ذكرت أن هذا الأخير يكون ملزماً بإعلام المتعاقد معه على أساس المادة 1135 و إذا لم يقبل هذا الأساس فإن التزامه بالإعلام يكون مشتقاً من التزام آخر هو الالتزام بالسلامة. وهذا كله صيانة لحكهما من النقض³.

لهذه الاعتبارات نخلص إلى أن تأسيس الالتزام بالإعلام بالسلامة من شأنه أن يوجد بعض الصعوبات العلمية في تأسيس المسؤولية المدنية، إن الالتزام بالإعلام قد يكون قبل تعاقدي في شأن بعض المعلومات والبيانات الواجب توافرها قبل إبرام العقد، في حين أن الالتزام بالسلامة يوجد على عاتق البائع بعد إبرام العقد. فكيف يمكن تأسيس التزام قد ولد فعلاً وهو الالتزام بالإعلام-وهو ضروري في كل العقود- على التزام قد يوجد باعتباره أن الالتزام بالسلامة ولا يحتج به إلا في حالة حدوث أضرار للمشتري سواء جسدية أو مادية

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 92.

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص: 322. وكذلك حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص: 93.

3- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 95.

جراء استخدام المنتج المعيب. إذ القول بغير ذلك يؤدي بنا إلى اعتبار أنه لا مجال للحديث عن الإخلال بالالتزام بالإعلام إلا إذا كان هناك فعلاً إخلال بالالتزام بالسلامة وهذا ما لا يستساغ.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد.

لقد ذهب غالبية الفقه لاسيما الفرنسي إلى إسناد الالتزام بالإعلام إلى العقد ذاته واعتباره من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة، وذلك بمقتضى المادة 2/107 ق م جزائري والتي تنص "لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة حسب طبيعة الالتزام" حيث يرى هذا الاتجاه بحق أنّ إلزام الصانع أو البائع المعني بإعلام المشتري أصبح من مستلزمات العقد، تحقيقا للتوازن بين المصالح المختلفة عن طريق حشو العقد بالالتزامات جديدة.

ولقد تقرّر هذا في العديد من أحكام القضاء الفرنسي، منها ما قضت به الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض في حكم شهير لها بتاريخ 14 ديسمبر 1982¹؛ من مسؤولية صانع مادة مقاومة للطفيليات عن إصابة مزارع عند استعماله لها بعجز دائم في عينيه جراء تطاير ذرات من هذه المادة إليها. حيث تقرّر عدم كفاية التحذيرات، بعدما اكتفى الصانع بالتوصية بعدم ملامستها الجلد ولم يوضح خطورتها على العينين، وعابت محكمة النقض على محكمة الاستئناف والتي قد قضت بعد مسؤولية الصانع وإخلالها بالمادة 1135.

وفي حكم آخر لها قضت كذلك نفس المحكمة أن "الالتزام بالنصيحة يوجب على البائع أن يستعلم عن حاجات المشتري ويعلم عميله بمدى ملائمة الجهاز المقترح للاستعمال الذي يريده فيه" وعابت على محكمة الاستئناف إخلالها بالمادة 1135 ق².

الفرع الثالث: الأساس غير التعاقدى للالتزام بالإعلام.

لقد أدت الانتقادات الموجهة إلى الأساس الأول -خاصة الآراء التي ترى أن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزامات ذات الطبيعة العقدية والتي تعتبر بالنسبة إليه أصلية - إلى اعتبار الالتزام بالإعلام التزاما غير عقدي يجد أساسه في نظرية صحة وسلامة الرضاء (أولا)، أو في المبادئ العامة للقانون كمبدأ حسن النية (ثانيا) الذي يفرض على المتعاقد الذي يحوز معلومات بخصوص العقد أن يعلم بها الطرف الآخر طالما يتعذر عليه

1- د/عبد العزيز المرسي حمود، مرجع، ص:322.

2- د/عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك: دراسة مقارنة في القانون المدني المقارن، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة لنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص:116.

العلم بها والاستعلام عنها من تلقاء نفسه. أو في نصوص القانون المدني مباشرة والتي تقابلها المادة 352 م جزائري (ثالثا).

أولاً: نظرية عيوب الرضاء كأساس للالتزام بالإعلام.

يؤسس بعض الفقه الالتزام بالإعلام على نظرية عيوب الرضاء لاسيما الغلط والتدليس حسب المادتين 86 و81 من القانون م جزائري. ودلالة ذلك أنه لا يكفي النظر إلى المتعاقد ذي الإرادة ذي الإرادة المعيبة فحسب لتحويله الحق في طلب الإبطال رفعا للضرر عنه، بل يجب النظر إلى سلوك الطرف الآخر ومدى تأثير ذلك على تعيب الإرادة بحيث يطلب منه أن يعلم المتعاقد معه بالبيانات والمعلومات التي تمكنه من التعاقد على بصيرة وعدم كتمها مما يؤدي إلى جعل الالتزام بعدم السكوت التزام بالمصارحة والتبصير، لذا فإنّ هذا الرأي يؤسس الالتزام بالإعلام على نظرية عيوب الرضاء خاصة التدليس بطريق الكتمان¹.

على أنّ هذا القول لم يسلم من الانتقاد الذي وجه له حي أنه وإن كانت نظرية عيوب الرضاء تتفق والالتزام بالإعلام من حيث الغرض وهو ضمان صحة رضاء المتعاقد؛ إلا أنّ نطاق الالتزام بالإعلام أوسع من نطاق نظرية عيوب الرضاء، كما أن جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يقتصر على بطلان العقد فحسب بل قد يرتب مسؤولية البائع والحكم عليه بالتعويض مما يجعل الالتزام بالإعلام يعالج قصور نظرية عيوب الرضاء عن طريق إسداء الحماية الكافية للمشتري مما يدعو إلى استبعاد هذه النظرية كأساس للالتزام بالإعلام².

ثانياً: مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام.

لقد اعتبر جانب من الفقه في هذا الصدد أن الالتزام بالإعلام يستند إلى مبدأ حسن النية والذي يعتبر مبدأ أساسيا في تنفيذ العقود بمقتضى المادة 1/107 ق م جزائري والتي تنص على "يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية".

ولقد كانت هذه المادة محل التفسيرات متعددة لاسيما لدى الفقه الفرنسي حيث يرى جانب من هؤلاء أنها تنطوي على واجب الأمانة والثقة بين المتعاقدين كما يرى جانب آخر أنها تنطوي على واجب التعاون والاشترار والذي يتطلب أن يقوم كل متعاقد بإبلاغ الطرف الآخر بمضمون العقد والأمور التي يهيمه معرفتها لتنفيذها³.

1- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص: 324 .

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص: 325 وما بعدها .

3- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 108.

كما قد يتعدى هذا الالتزام وعملا بنفس المادة من التزام المهني بإعلام الطرف الآخر حتى ولو كان مهنيا من نفس التخصص عملا بما يفرضه واجب الوضوح أو الشفافية التي يبحث عنها القانون الفرنسي لأنها مرادف للأمانة والمساواة¹.

ولا يقتصر مبدأ حسن النية على مرحلة تنفيذ العقد، بل وحسب ما ذهب إليه بعض الفقهاء المعاصرين باستلزام إدماج القاعدة الخلفية في الالتزامات القانونية، يمتد لشمول مرحلة ما قبل التعاقد، وهو ما اصطلح على تسميته بمبدأ حسن النية قبل التعاقد. ومن ثم فإنّ هذا المبدأ يلقي على البائع المهني التزاما بإعلام ونصيحة المشتري غير المهني بكافة المواصفات والبيانات الضرورية عن المبيع وأن لا يكتف عن أيّ معلومات يكون لها تأثير على قراره بإبرام العقد أو العدول عنه².

ولقد أسس القضاء الفرنسي في جانب من أحكامه الالتزام بالإعلام على مبدأ حسن النية استنادا إلى المادة 1134 مدني فرنسي، حيث بدأ في إخراج هذا المبدأ إلى حيّز التنفيذ في حكم هام خاص بزوجين كانا قد اقترضا من البنك مبلغا ماليا لحاجاتهم الشخصية، ووقع على التزام بالضمان لهذا الدين على سبيل الكفالة زوجان آخران بنفس المبلغ، وعندما استحق الضمان عليهم لتخلف المقترضين، طالب الضامنان ببطان الكفالة استنادا للتدليس من جانب البنك الذي لم يخطرهم من خلال الكفالة بأنّ الدين كان يرتفع شيئا فشيئا ليقف المبلغ المتفق عليه، حيث أنّ محكمة الاستئناف رفضت الطلب وألزمتهم بالدفع، إلا أنّ الحكم نقض من طرف محكمة النقض لإخلاله بالمادة 1134 حيث جاء في حيثيات الحكم أنّه يعتبر مخطأ، البنك الذي يعلم حالة مدينة المشكوك فيها والمثقل بالديون ويغفل عن وضع هذه المعلومة أمام الضامن بهدف تحريضه على الضمان³.

ومن هذه الأحكام أيضا ما قضت به محكمة النقض من أنه يجب على الشخص المتخصص في تركيب الأسطح القرميدية أن يبيّن لمقاول البناء ويحذره من المخاطر التي يمكن أن تنتج عن استعمال المواد المختارة موضحا له خصائصها والبناء الذي تستعمل فيه. وعابت على محكمة الاستئناف عدم مراعاتها للمادة 1134⁴ م.

وكذلك ما أكدته محكمة النقض في حكمها الصادر في 30 جوان 1992⁵ والتي عابت من خلاله على محكمة الاستئناف رفض طلب الفسخ الذي تقدم به الزوجان les époux de bail والمتعلق بقطعة أرض مخصصة لبناء سكن ضد السيدة Delon حيث

1- أحمد محمد الرفاعي ، المرجع السابق ص: 160.

2- أحمد محمد الرفاعي ، المرجع السابق ص 158. و محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق، ص: 552 وما بعدها.

3- أحمد محمد الرفاعي ، المرجع السابق ص: 185 وما بعدها .

4- حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص: 110.

5- عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص: 326

اكتشفا بعد إتمام البيع وجود محتوى مائي تحت الأرض يعيق البناء ولا يمكن إتمام ذلك إلا بالقيام بأعمال مكلفة، فقررت نقض الحكم لإخلاله بالمادة 1134 مدني فرنسي؛ وأكدت أنه كان يجب على البائعة أن تعلم المشتريين بالصفات الجوهرية للأرض وأن تكشف لهما عن وجود دعوى أمام القضاء بخصوص نفس المشكل لقطعة أرض مجاورة مقامة من مشتر آخر ضد نفس البائعة، أما وأنها لم تفعل ذلك فقد أخلت بالتزامها بالإعلام وفقا لنص المادة 3/1134 حيث كان يجب عليها أن تؤجل البيع الثاني لحين الفصل في النزاع الأول أو أن تعلم المشتريين الجدد بحقيقة الأمر.

ويرى الفقه أن استلزام محكمة النقض من خلال هذا الحكم مبدأ حسن النية في مرحلة الإبرام صراحة، اتجاه محمود من شأنه تحقيق الوحدة العقدية فمن غير المنطقي تطلب ذلك في التنفيذ دون مرحلة الإبرام¹.

ثالثا: المادة 352 من القانون المدني الجزائري كأساس للالتزام بالإعلام.

لقد تضمن القانون المدني الجزائري النافذ نصا هاما يقضي بضرورة علم المشتري بالشيء المبيع علما كافيا وأقرّ جزاءا على تخلف هذا العلم هو إمكانية طلب إبطال البيع حيث جاء في نص المادة 2/352 ق م الجزائري ما يلي: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع أو أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

"وإذا ذكر في عقد البيع أنّ المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع".

والواقع أنّ هذا النص لا نظير له في القانون المدني الفرنسي إذ يوجب علم المشتري بالمبيع علما كافيا فيقوم البائع فيقوم البائع باعتباره أن المبيع يكون تحت تصرفه قبل التعاقد بتهيئة الظروف ووسائل إعلام المشتري قصد تحقيق الغاية من التعاقد فقررت بذلك التزاما بالإعلام بكافة الأوصاف الأساسية للمبيع.

ومن ثم لم يكتف القانون الجزائري بكما يقتضي به القواعد العامة في القانون المدني بخصوص عقد البيع من وجوب تعيين المبيع أو قابليته للتعيين وقت العقد وإلا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا، وإنما تطلب لصحة البيع كذلك علم المشتري بالمبيع علما كافيا عن طريق اشتمال العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية وقرر البطلان النسبي كجزء للإخلال بذلك انطلاقا من أنّ تعيين المبيع أو قابليته للتعيين لا يكفي لتحقيق العلم الكافي للمشتري.

1- أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص: 159.

فتعيين المبيع يقصد به تحديده بما يميزه عن غيره تحديداً ينفى جهالته من قبل المشتري، فإذا كان المبيع أرضاً مثلاً وجب ذكر موقعها ومساحتها وحدودها¹. فيكون التمييز في هذه الحالة دون ذكر أوصاف الشيء المبيع الأساسية ومن ثم فإن العلم بالمبيع أكثر شمولاً من مجرد المعرفة التي تتحقق بالتعيين وفقاً للقواعد العامة.

ومما تقدم ذكره نجد أنّ هناك ارتباطاً وثيقاً بين العلم الكافي والالتزام بالإعلام؛ الأمر الذي يدفعنا إلى البحث في مدلول كلمة "العلم الكافي" وذلك ببيان مفهومه وكذا طبيعته من خلال الآراء التي جاءت في هذا الصدد، ومن ثم استخلاص ما إذا كان بالإمكان اعتبار نص المادة 352 السالفة الذكر أساساً للالتزام بالإعلام.

لقد تباينت الآراء فيما يخص مدلول العلم الكافي حيث ذهب جانب من الفقه لاسيما المصري إلى أنّ هذا الشرط يرتبط بنظرية سلامة الإرادة مما قد يشوبها من عيوب، فهو يحمي رضاء المشتري عن طريق تبصيره بالصفات الجوهرية للمبيع².

وذهب فريق آخر (أغلبية الفقه المصري) إلى أنّ شرط العلم الكافي يهدف إلى معرفة المشتري الحقيقة بذات المبيع وبأوصافه الأساسية والتي يتّضح له منها مدى ملائمته للغرض الذي يتعاقد من أجله³، فمن الأوصاف ما لا يتحقق الرضاء إلا بها ولا يعول إلا لأجلها.

إنّ التأسيس على ما أوردناه من تعريفات في هذا الصدد يدفع إلى القول باستقلالية هذا الشرط عن مجرد تعيين المبيع أو قابليته للتعيين التي تقتضيه القواعد العامة. فالتعيين بالوصف أكثر شمولاً من مجرد التعيين كشرط في محل الالتزام. وهذا التفسير هو الذي يجعل لنص المادة السالفة الذكر فائدتها، وإلا فما ضرورة جعل البطلان النسبي بدلاً من البطلان المطلق الذي تقضي به القواعد العامة كجزاء عن عدم تعيين محل الالتزام. إذ أنّ أعمال النصوص يقتضي تفسيرها على هذا النحو⁴.

1- خليل أحمد قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري: عقد البيع، الجزء الرابع، د م ج، الجزائر، 2000، ص: 81.

2- حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص من 98 إلى 100، حيث انتقد فكرة ارتباط شرط العلم الكافي بنظرية سلامة الإرادة من العيوب وأعطى تعريفاً لهذا الشرط جاء فيه "أن المقصود بالعلم الكافي بالمبيع وفقاً لمقتضيات التعامل الحديث هو معرفة المشتري التامة بصفات المبيع الأساسية وخصائصه الذاتية والتي يتّضح له منها مدى ملائمته. لتحقيق أغراضه"

3- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 99.

4- أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص: 135. و توفيق حسن، عقد البيع والمقايضة: مؤسسة الثقافة الجامعية، الطبعة الثانية 1985 بند 29.

أما فيما يخص طبيعة شرط العلم الكافي بالمبيع فقد جاء بصدد رأيان نوجزهما فيما يلي: حيث يرى الاتجاه الأول¹ أنّ شرط العلم الكافي بالمبيع ما هو إلا تطبيق عادي لنظرية الغلط الواردة في المادة 120 م مصري تقابلها 85 ق م جزائري، على أساس أن العلم الكافي يحول دون وقوع في الغلط فينتفان بذلك من حيث الغاية والجزاء من خلال جعل الرضاء سليما، وإعطاء المشتري الحق في طلب إبطال البيع أي البطلان النسبي في الحالتين.

حيث الغاية والجزاء، إلا أنّهما يختلفان من حيث أنّه يكون للمشتري وحسب المادة 352 م ج الحق في طلب إبطال البيع بمجرد عدم علمه الكافي بالمبيع دونما حاجة إلى إثبات وقوعه في غلط واشتراط اتصاله بالمتعاقدين الآخر أو علمه به. دون نسيان وجوب أن يكون الغلط في صفة جوهرية بما تقتضيه القواعد العامة لنظرية الغلط والتي تجعل من الغلط في هذه الحالة غير مفترض².

إلا أنّ أغلبية الفقه لاسيما بمصر ذهب إلى اعتبار أنّ شرط العلم الكافي بالمبيع ليس سوى تطبيق لخيار الرؤية في الشريعة الإسلامية³، فالمتعاقدين وحسب هذا الاتجاه حر في اعتماد العقد أو نقضه وليس عليه إثبات وقوعه في غلط أو اتصال هذا الغلط بالمتعاقدين الآخر. فالخيار هنا إرادة أو رخصة في نفس الوقت للمشتري ومطلق الحرية في استعمالها وهو متصل بلزوم العقد، ويجب ألا يرتبط على أي حال بنظرية عيوب الإرادة وبالتالي فإنّ شرط العلم الكافي يتضمن حكما موضوعيا مستقلا يتمثل في وجوب علم المشتري بالشيء المبيع ولو لم يقع في غلط وحتى لو وجد المبيع مطابقا لما تصوره.

1- عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، عقد البيع والمقايضة ، الجزء الرابع ، دار النهضة العربية ، مصر ، طبعة 1960 بند 65 ، ص 125 . وكذلك خليل أحمد حسن ققادة ، المرجع السابق ص 64. حيث أنه أرجع فكرة العلم الكافي بالمبيع إلى خيار الرؤية إلا أنه ربط عدم العلم بفكرة الغلط .

2- حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص: 101 ، وأحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص: 137 .

3- وخيار الرؤية في الفقه الإسلامي حق يثبت للمشتري ، لقول الرسول (صلى الله عليه وسلم): "من اشترى شيئا فله الخيار إذا رآه " ، ويثبت هذا الحق وقت الرؤية لا قبلها وهذا حتى ولو رضي المشتري بالبيع وأجازته فنزوله عن حقه قبل أن يثبت لا يعتد به وبالتالي لا يستعمل هذا الحق إلا لدى رؤية المبيع وبالتالي يجوز له الرجوع عن البيع بعد الرؤية بفسخه ، فخيار الرؤية يتصل بلزوم العقد وفق ما قرره فقهاء الشريعة الغزّاء ، عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، مرجع سابق، بند 63 ص: 118 ، وانظر كذلك لنفس المؤلف مصادر الحق في الفقه الإسلامي: دراسة مقارنة بالفقه الغربي ، الجزء الثاني ، دار الفكر، ص: 272 وما بعدها.

وما يؤيد هذا الرأي هو أنه وبالرجوع إلى أحكام خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية باعتبارها المصدر التاريخي لاشتراط علم المشتري بالمبيع، يتبين أنّ سبب ثبوت خيار الرؤية للمشتري هو مجرد عدم رؤيته وبالتالي عدم علمه بالمبيع وقت التعاقد¹.

كما ذهب اتجاه حديث في الفقه وتأييدا لذات المعنى إلى القول بأنّ القول شرط العلم الكافي بالمبيع والبطلان المقرر لذلك جزاء مخالفته، إضافة إلى أنه مستقل عن نظرية الغلط أو عن أحكام تعيين المبيع، وكذا كونه يوجب حكما موضوعيا مضمونه علم المشتري بالمبيع، فإنّه يمثل تطبيقا مثاليا مباشرا للالتزام بالإعلام بالبيانات المتعلقة بالمبيع وأساسا له².

استنادا لما أوردناه في تأكيد استقلالية شرط العلم الكافي بالمبيع عن كل من شرط تعيين المبيع وكذا عن نظرية الغلط والتي لا يجد فيها المستهلك حماية كافية في تعاقد مع المهني، وإذا ما قارنا هذا الشرط بالالتزام بالإعلام في نطاق عقد المبيع، فإننا نجد أنّ شرط العلم الكافي بمفهومه ووسائله التي هي المعاينة والرؤية وبيان أوصاف المبيع الأساسية في العقد، يقترب كثيرا من مفهوم الالتزام بالإعلام. حيث أن كلمة "كافيا" تدل على الاكتفاء أي أنّ العلم يشمل كل المعلومات التي من شأنها بيان الأوصاف الأساسية للمبيع بما في ذلك الخاصة بطريقة استعماله إلى تلك المتعلقة ببيان خطورته التي قد ينطوي عليها استعماله أو حفظه.

إن المادة 352 ق م ج تعتبر بحق تطبيقا للالتزام بالإعلام في نطاق عقد البيع والذي يرد على الأشياء عموما، إذ يدخل ضمن الشيء العقار والمنقول معا. وبالتالي يمكن اعتبارها أساسا للالتزام بالإعلام في هذا المجال، تكملها النصوص التشريعية والتنظيمية³ والتي يعتبر القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من أهمها والذي جاء بنص هام وصريح يلقي من خلاله على عاتق العون الإقتصادي التزاما بالإعلام في مجال السلع والخدمات، وهو نص المادة 8 حيث جاء "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة

1- محمد الرفاعي، نفس المرجع، ص: 135، وكذلك حمدي أحمد سعد، نفس المرجع ص: 103 .
2- نزيه المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود: دراسة مقارنة دار النهضة العربية، 1982، ص: 106. وفي نفس الاتجاه أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص: 138 .
3- لا سيما القانون 03/09 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في مادته 17 منه والنصوص التنظيمية الأخرى وما جاءت به من مواد تلقي من خلالها على عاتق المهني التزاما بإعلام المستهلك.

المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع والممارس... " حيث أنّ كلمة "مميزات" وفي اعتقادي، يستوجب بيانها ذكر جميع المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد سواء تعلقت بالخصائص الجوهرية أو طريقة الاستعمال أو بيان المخاطر التي قد ينطوي عليها هذا المحل. باعتبار أنّه قد يكون ما يميّز منتوجا ما عن منتوجات أخرى هو انطاؤه على خطورة معينة مما يستدعي حث انتباه المستهلك لذلك.

المطلب الثالث: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.

نتناول في هذا المطلب بيان طبيعة الالتزام بالإعلام وذلك من خلال التطرق لأمرين هامين يندرجان تحت هذا العنوان. فأما الأمر الأول فيتمثل في بيان حدود هذا الالتزام أي مدى ارتباط الوفاء به بالعقد، وهل هو سابق عن هذا الأخير ومستقل عنه؟ أم أنّه ملازم له وناتج عنه؟ (فرع أول)، ويتمثل الأمر الثاني في معرفة مدى هذا الالتزام، أي فيما إذا كان التزام ببذل عناية أم التزم بتحقيق نتيجة؟ (فرع ثاني).

الفرع الأول: طبيعته بالنظر إلى زمن الوفاء به (تعاقدي - قبل تعاقدي).

إن في تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام أهمية خاصة تكمن في بيان الأساس الذي يتم من خلاله المطالبة بتعويض ما نتج عن الإخلال بهذا الالتزام من أضرار، فهل تكون هذه المطالبة على أساس المسؤولية التقصيرية أم العقدية؟.

ولد أدى الحديث عن الالتزام بالإعلام سواء كالتزام سابق عن الإطار العقدي ومستقلا عنه، أي قبل تعاقدي. أو كالتزام ناشئ عن العقد ومرتبب به، إلى تباين في آراء الفقهاء بين هذا وذلك، ولعل ما أدى إلى هذا التباين هو اختلافهم حول مصدر هذا الالتزام في حد ذاته أو الأساس الذي يركز عليه، إضافة إلى تمييز هؤلاء بين نوعي الالتزام (الالتزام التعاقدي وقبل التعاقدي بالإعلام) رغم ما قيل في هذا الشأن وأنّ هذه التفرقة لا تعدو أن تكون تفرقة نظرية يصعب تطبيقها في الميدان، ومن ثم إيجاد حد فاصل بين الالتزامين.

أولا: الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي من حيث الوفاء به.

يرى أصحاب هذا الرأي أم الالتزام بالإعلام مستقل عن العقد عموما حيث يتعيّن الوفاء به قبل المرحلة السابقة على إبرامه ومن ثم فهو التزم قبل تعاقدي. حيث يستندون في ذلك إلى حجج نذكر منها:

1- أنّه يجب على المنتج أو الصانع وهو أول المدينين بهذا الالتزام، الوفاء به قبل طرح المنتجات في السوق ومن ثم تبصير المستهلكين قبل الإقدام على إبرام العقد عن طريق كتابة البيانات المتعلقة بمحل العقد.

2- إنَّ العلم الكافي بمحل العقد وكيفية استخدامه والتحذير من مخاطره هو من العناصر المكتملة لرضاء المشتري ووسيلة لإيجاد رضاء حر وسليم¹ وبالتالي تعتبر ضرورية قبل إبرام العقد مما يدلّ على الطبيعة قبل التعاقدية لهذا الالتزام.

3- إنَّ هذا الالتزام أوجبته القانون أحيانا، كما أنّه يجد أساسه في نصوصه ومبادئه العامة كمبدأ حين النية الذي يفرض على المتعاقد الذي يحوز معلومات بخصوص العقد أن يعلم المتعاقد الآخر طالما يتعذر عليه العلم والاستعلام عنها من تلقاء نفسه وبالتالي يعتبر التزاما قانونيا بالإعلام².

ومن بين الأحكام القضائية التي جاءت تؤكد هذا المعنى ما قرره محكمة Si Denis de la reunion في حكمها الصادر بتاريخ 26 جانفي 1993 من مسؤولية الشركة البائعة لفرن كهربائي يلزم لتشغيله تيار كهربائي قوته 24 أمبير لمخبرة واقعة بمنطقة تعلم الشركة جيدا عدم إمكان حصول على هذا التيار فيها، لإخلالها بالالتزام بالإعلام والنصيحة حيث كان عليها أن تبين للمشتري كافة البيانات اللازمة وتبصيره بخصائص المبيع من تركيب واستخدام³.

فأصحاب هذا الرأي ومن خلال هذه الاعتبارات يرون أن تدخّل البائع يكون قبل إبرام العقد ممّا يدلّ على طبيعة قبل التعاقدية للالتزام بالإعلام في هذه الحالة.

ثانيا: الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي من حيث الوفاء به.

أيد هذا الرأي الاتجاه الغالب لدى الفقه إذ يرى أنّ الالتزام بالإعلام ناشئ عن العقد ومرتبّط به حتى ولو كان الوفاء به يتم في بعض الحالات في المرحلة السابقة على إبرام العقد أو أثناءه ولهم في ذلك حجج نوجزها فيما يلي:

1- أنّ التزام البائع بالإعلام يجد أساسه في التزامه (أي البائع) بضمان العيوب الخفية وضمان الاستحقاق والالتزام بالتسليم، وهي التزامات بلا شك من طبيعة عقدية أو هو من مستلزمات العقد⁴.

2- أنّ البائع عندما يعلم المشتري بالمبيع وقت إبرام العقد إنّما يعلمه به بصفته متعاقدا لأنّ عدم تنفيذ البائع لهذا الالتزام لا يكتشف إلا بعد إبرام العقد أو أثناء تنفيذه⁵.

1- نزيه المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات بالعقد، مرجع سابق، ص:131.

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص:296.

3 - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 139.

4- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص:296.

5- عبد العزيز المرسي حمود، نفس المرجع، ص:296. أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق، ص:22.

3- أنّ هناك صعوبة في التمييز بين الالتزام بالإعلام الواجب تنفيذه قبل إبرام العقد وذلك الناتج عن عقد البيع ذاته، فهناك التزام بالإعلام يلزم العقد منذ نشوئه إلى إبرامه حتى تنفيذه. فغياب الإعلام أثناء الإبرام يمتد فيؤثر في مرحلة تنفيذ العقد¹.

كما استند أصحاب هذا الرأي إلى العديد من الأحكام القضائية التي تصب في نفس المعنى منها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 23 أبريل 1985 من مسؤولية الشركة البائعة لمواد الدهان عما لحق المشتري من أضرار نتيجة تشققات في اللوحات مما أدى إلى إعادة المشتري لهذه اللوحات. وبالرغم من كونه شخصا متخصصا في الرسم إلا أنّ المحكمة قررت المسؤولية العقدية للشركة لعدم كفاية البيانات المتعلقة بكيفية الاستعمال.

وما قررته أيضا ذات المحكمة في حكمها الصادر في 25 أكتوبر 1994 من أنه يقع على عاتق البائع المهني للأجهزة المعلوماتية المتطورة والمعقدة تجاه عميله قليل الخبرة في هذا المجال، التزام عقدي بالإعلام والنصيحة والمساعدة التقنية أيضا².

على أنّ أغلبية الفقه وفي محاولة منه لتجاوز هذا الخلاف يرى ضرورة التمييز بين نوعي البيانات الواجب تقديمها من طرف البائع، بحيث يتم تصنيف المعلومات حسب الوقت الواجب تقديمها فيه إلى معلومات قبل عقدية وأخرى تقدم أثناء تنفيذ العقد؛ وهذا على اعتبار أنّ هذا التصنيف سهل التحكم فيه نسبيا على الأقل من ناحية الموضوع. حيث يمثل النوع الأول منها تلك المتعلقة ببيان الخصائص الجوهرية للمبيع، والتي يجب الإدلاء بها للمشتري قبل إبرام العقد أو على الأقل أثناء الإبرام نظرا لأهميتها في توجيه إرادة الأخير نحو إبرام العقد من عدمه، وفي هذه الحالة فالصفة قبل التعاقدية هي السمة الغالبة على الالتزام بالإعلام، ومن ثم تكون البيانات المقدمة في هذه الحالة من طبيعة تقصيرية.

وفي المقابل هناك بيانات يتم الإدلاء بها أثناء تنفيذ العقد وهي تتعلق باستعمال الشيء المبيع واستخدامه والتحذير من مخاطره تهدف إلى حسن الانتفاع به، إذ غالبا ما يقدمها البائع في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد وليس قبله، نظرا لحاجة المشتري الملحة للمبيع والتي تدفعه إلى إبرام العقد دون الاكتراث بطريقة استعمال المبيع ومخاطره، مما يجعل الطبيعة العقدية هي السمة الغالبة على هذا النوع من البيانات، من ثم على الالتزام بالإعلام بصددتها.

على أية حال يكون من الأنفع ترجيح الطبيعة العقدية للبيانات المقدمة من طرف المهني وبالتالي للالتزام بالإعلام بشأنها، رغم أنّ بعضها يتم الإدلاء به قبل مرحلة التعاقد،

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص:149.

باعتبار أنّ الإعلام المعيب لا تظهر نتائجه السيئة إلا أثناء التنفيذ¹. ناهيك عن التداخل والتشابك الحاصل بين مفهومي تكوين وتنفيذ العقد مما يجعلنا أمام التزام واحد ذا طبيعة عقدية.

كما يستخلص ذلك أيضا من المادة 352 ق م الجزائري في قولها "ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية..". حيث أوجبت المادة علم المشتري بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع وقرنت هذا العلم باشتمال العقد عليها، فأوجبت ضمنا أن تذكر هذه البيانات في العقد فأضافت بذلك الطبيعة العقدية على المعلومات المقدّمة ومن ثم على الالتزام بالإعلام بصدها.

الفرع الثاني: طبيعته من حيث كونه التزاما بوسيلة أم بتحقيق نتيجة.

لقد تعدى الخلاف الفقهي بشأن الطبيعة العقدية أو غير العقدية للالتزام بالإعلام ليشمل ذاك المتعلق بما إذا كان هذا الالتزام بوسيلة أم بتحقيق نتيجة.

ولعل التطرق لهذه النقطة بالذات يدعونا إلى الحديث عن مدى ما يبذله المدين بهذا الالتزام في سبيل الوفاء به على الوجه الأكمل، وفيما إذا كان مطالباً ببذل هذا الجهد فحسب ولا يسأل بعدها عن النتيجة المنتظرة؟ أم أنّ النتيجة هنا حتمية؟ على أنّ الإجابة على هذا التساؤل من شأنها تحديد وجود الخطأ بجانب المدين من عدمه.

أولاً: الالتزام بالإعلام التزام بوسيلة.

لقد نادى إلى اعتبار الالتزام بالإعلام ببذل عناية، الكثير من المختصين والباحثين في هذا المجال، بحيث أنّ البائع يلتزم بإعلام المشتري بكل ما يؤديه إلى توضيح حقيقة المبيع وطرق استعماله ومن ثم تجنب أخطاره. على أنّ هذا الأخير (البائع) لا يضمن تحقق النتيجة المرجوة وهي علم المشتري بالمبيع علما كافيا. فهو لا يضمن استيعاب المشتري للمعلومات التي تلقاها باعتبار ذلك أمرا شخصيا يخرج عن السيطرة؛ ولا يستطيع بأي حال إجبار هذا الأخير على إتباع التحذيرات والنصائح المقدّمة².

ويستند أصحاب هذا الرأي إلى أنّ الالتزام بالإعلام يتوافر فيه الشروط التي وضعها فقهاء القانون حتى يقال أنّه التزام ببذل عناية، من جهة كون النتيجة المطلوبة من الالتزام احتمالية وليست مؤكدة الوقوع وبالتالي لا يضمن المدين هذه الأخيرة، ومن جهة أخرى أن يكون للدائن دور في تحقيق هذه النتيجة، فيكون حرا في حركته لا يخضع بالتالي لتوجيهات المدين وحسب رأيهم فإنّ الالتزام بالإعلام يتوافر على هذه الاعتبارات.

1- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك، المرجع السابق ص: 187.

2- بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق ص: 27. وانظر في نفس المعنى عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 298 و299.

وتبعاً لذلك فإنه يقع على المشتري عبء إثبات خطأ البائع على عدم ملائمة أو عدم كفاية المعلومات والنصائح المقدمة أو عدم القيام بالإعلام المطلوب¹، لأنّ المنتج أو البائع يهدفان من وراء البيانات المقدمة والتحذيرات المكتوبة على السلعة أو مرفقة بدليل كتابي؛ إلى تجنب المشتري ما بها من خطورة ومن ثم توجيهه إلى الاستعمال الحسن لها؛ ولكنهما لا يضمنان الوصول إلى النتيجة لأنّ التحذير مهما بلغ مداه لا يكفي لضمان الاستعمال الحسن للمبيع لأنّ ذلك يتوقف على مدى استجابة المشتري لذلك وعدم مخالفته للتعليمات².

وتأكيداً لهذا المعنى فإنّ أصحاب هذا الرأي استندوا في ذلك إلى الأحكام القضائية لمحكمة النقض الفرنسية والتي اعتبرت في بادئ الأمر الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية يتحدّد وجوده ونطاقه بمدى علم المهني بهذه البيانات³.

ومثال ذلك ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في قضية شركة Fechet/Blanch في المتخصصة في بيع أجهزة الإنذارات ضد السرقة والتي عرضت على شركة Dicorop جهاز إنذار ضد السرقة مكون من أربعة رادارات حيث رأت الشركة البائعة كفايته للقيام بالمهمة المطلوبة. إلا أنّ الشركة المشتريّة رفضت هذا العرض وقبلت بجهاز آخر أقل تكلفة، وأيدت محكمة النقض محكمة الاستئناف في رفضها طلب التعويض الذي تقدمت به الشركة المشتريّة استناداً إلى الإخلال بالالتزام بالإعلام، حيث قضت بأنّ الشركة البائعة لا تلتزم في هذا الصدد بتحقيق نتيجة وبالتالي لم تخل بالتزامها⁴.

ومن الأحكام كذلك ما قرّرت أنّ الوفاء بالالتزام بالإعلام يؤدي إلى إعفاء المنتج والبائع من المسؤولية لعدم وجود خطأ، وذلك في حالة ما إذا قام البائع بتقديم المعلومات والنصائح على الوجه الصحيح والتحذيرات الواجبة بغية الاستعمال الحسن للمبيع، مما يدعم القول بأنّ الالتزام بالإعلام التزام بوسيلة⁵.

ثانياً: الالتزام بالإعلام بتحقيق نتيجة.

يرى أنصار هذا الرأي أنّ الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة تأسيساً على أنّ هذا الأخير يهدف إلى ضمان سلامة المشتري وحمايته في مواجهة البائع المحترف الذي يتمتع بقوة اقتصادية وفنية. ويترتب على ذلك أنّ البائع المحترف مسؤول في كل الحالات

1- بودالي محمد، المرجع السابق، ص: 27

2- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص: 164.

3- حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة: دراسة مقارنة دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص: 76.

4- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 190.

5- أحمد حمدي سعد، المرجع السابق ص: 169 وما بعدها.

إلا إذا أثبت السبب الأجنبي الذي حال دون تحقيق النتيجة¹ وما على الدائن بالالتزام إلا بثبات أن النتيجة لم تتحقق، أي أن المدين ينفذ التزامه حتى تقرر مسؤوليته².

ولقد استند أصحاب هذا الرأي إلى عدّة اعتبارات من خلال تقديمهم للرأي الأول أهمها:

- القول بأنّ الالتزام بالإعلام التزام بوسيلة من شأنه أن يؤدي إلى الإضرار بمصالح المشتري الضحية بمطالبته بإقامة الدليل على خطأ البائع ليصبح في ذلك في وضع أسوأ من الغير عن العقد الذي قد يتضرر بفعل المبيع ذاته، مما يتنافى مع الهدف الذي من أجله ألقى القضاء عبء هذا الالتزام على عاتق المنتج أو البائع³.

- وفقا للرأي السائد في فرنسا يعتبر الالتزام بالسلامة التزاما بتحقيق نتيجة؛ ألقى على عاتق المهنيين بموجب القانون 660/83 الصادر بتاريخ 21 جوان 1983 المتعلق بسلامة المستهلكين، وأنّ الالتزام بالإعلام يهدف أيضا إلى ضمان سلامة هؤلاء من مخاطر استعمال المبيع ومن ثمّ يكون التزام بتحقيق نتيجة⁴، لما لهذا الفرض من حماية موسعة للمستهلك وذلك عن طريق إعفائه من إقامة الدليل على خطأ المحترف فيبقى على المشتري إثبات علاقة السببية بين المبيع والضرر الذي حصل مع إتاحة الفرصة للمحترف للتدخل من المسؤولية عن طريق إثبات تدخل السبب الأجنبي⁵.

أمام هذا التباين في الآراء فإنّه بات من الضروري التسليم بصعوبة إعطاء إجابة صريحة ووضع من ثم حد لهذا الإشكال في ضوء تعدد الأحكام القضائية لمحكمة النقض الفرنسية وتضاربها أحيانا من جهة، واختلاف آراء الفقهاء من جهة أخرى.

ولقد أدّى هذا التباين بالكثير من المختصين في هذا المجال إلى تبني معايير يمكن الجزم من خلالها بطبيعة هذا الالتزام حيث نادى بعضهم إلى اعتباره التزام بنتيجة وإن لم يكن كذلك فعلى الأقلّ التزام مخفف بمعنى أن المدين يعفي نفسه من المسؤولية إذا أثبت أنّه لم يرتكب خطأ. أي تقوم مسؤوليته على أساس خطأ بسيط مفترض يقبل إثبات العكس من قبل المدين. فهو التزام أقوى من الالتزام ببذل عناية حيث هناك أمور يجب على المدين القيام لها وأقل من الالتزام بتحقيق نتيجة حيث هناك أمور لا تدخل تحت سيطرة المدين بل يترك الأمر فيها للدائن⁶.

1- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص:300.

2- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص:192.

3- علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص: 87.

4- د/ ثروت فتحي إسماعيل، المسؤولية المدنية للبائع المهني الصانع والموزع، المرجع السابق، ص:377.

5- أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق، ص:193.

6- حمدي أحمد سعد، نفس المرجع ص: 178 وما بعدها.

ولعلّ التساؤل الذي يطرح نفسه هو ما المطلوب تحديداً من المدين بهذا الالتزام؛ فهل على هذا الأخير التزام بنقل بيانات معينة إلى الدائن؟ وهل عليه التزام بفهم هذا الأخير لهذه البيانات؟ وأخيراً هل يلتزم المدين بأن يستعمل الدائن هذه البيانات استعمالاً صحيحاً؟.

إذ وبالنسبة إلى مدى التزام المدين بنقل بيانات معينة إلى الدائن، فإنّ المدين الذي يعلم أو كان من المفروض أن يعلم بيانات عن الشيء محل التعاقد وأهميتها للمتعاقد معه يجب عليه أن يدلي بها إلى الدائن، فهو التزام مادي بنقل معلومات ومن ثم فهو التزام بتحقيق نتيجة خاصة إذا تعلق الأمر بمنتوج متطور ومعقد كتلك الأجهزة المتعلقة بالمعلوماتية (الكمبيوتر مثلاً) لما تنطوي عليه هذه الأخيرة من خطورة في استعمالها¹.

ولعلّ ما يدعم هذا القول في اعتقاد الباحث هو نص المادة 352 ق م الجزائري السالفة الذي والتي توجب على المشتري أن يكون عالماً كافياً بالمبيع حيث يلتزم البائع بتقديم جميع المعلومات والبيانات الصحيحة والمطابقة لحقيقة المبيع عندما يستحيل على المشتري العلم بها بوسائله الخاصة.

وكذلك ما جاء به القانون 03/09 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك حيث أكدت المادة 17 منه ذلك من خلال استعمالها عبارة "يجب" وهذا في ضرورة أن يستجيب المنتوج أو الخدمة للمواصفات الجوهرية المعلن عنها من طرف البائع وما أكدته أيضاً المادة 4 من نفس القانون بكلمة "ويجب أن يعلم المستهلك". ونفس الحكم جاءت به المادة 8 من القانون 02/04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في عبارة "يلزم البائع... بإخبار المستهلك".

أما فيما يتعلق بالالتزام المدين بفهم الدائن لما يدلي به من معلومات وتحصيله لها واختيار من الوسائل ما هو ملائم لتنفيذ هذا الالتزام فإنّ هذا الأخير يكون التزاماً بوسيلة ويستطيع الدائن إثبات خطأ المدين في هذه الحالة بإثبات اختيار المدين لوسيلة لم يستطع بها فهم ما أعلنه من بيانات، كإثبات عدم كفاية التحذير المقدم أو عدم وضوحه... الخ. أما عن استعمال هذه البيانات من طرف الدائن استعمالاً صحيحاً فإنّ الفرض لا يدخل وحسب أغلبية المختصين في هذا المجال ضمن التزام المدين بالإعلام، من منطلق أنه أمر نفسي

1- أحمد محمد الرفاعي، نفس المرجع، ص: 193.

خاص بالدائن فهو حر في استعمال هذه البيانات من عدمه وأنّ ليس في وسع المدين إجبار الدائن على إتباع هذه النصائح.

إنّ ما قيل في هذا الشأن يدعم فكرة اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بنتيجة، فتحقق الضرر قرينة على وجود الخطأ، حيث يكون على المدين بالالتزام إثبات أنه أوفى بالتزامه.

ولا يقف التزام المدين عند حد تقديم المعلومات والبيانات المتعلقة بالمبيع فحسب؛ رغم خلو هذا الأخير من العيوب، بل تقوم مسؤولية البائع لعدم تحقق الرغبات المشروعة التي ينتظرها المستهلك منه، حيث يكون على البائع توجيهه للاختيار الأكثر ملاءمة لحاجاته وهذا ما أكدّه القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه¹، إذ يعتبر ذلك قرينة على سوء دراسة البائع لحاجات المشتري خاصة إذا تعلق الأمر بمنتجات جديدة ومعقدة. واعتبر تأسيساً على ذلك أنّ المهني ملزم بالاستعلام عن احتياجات المستهلك وتزويده بالمعلومات فلا يعذر بجهله².

المبحث الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام ووسائل تنفيذه.

بعد تعرّضنا في المبحث الأول لماهية الالتزام بالإعلام من حيث بيان تعريفه وأهميته وكذا الأساس الذي يرتكز عليه وطبيعته، بات من الضروري بيان الكيفية التي يتم بها تنفيذ هذا الأخير. ولن يتأتى ذلك إلا من خلال معرفة نوع البيانات التي يجب الإعلام بها، أو بالأحرى مضمون الالتزام بالإعلام (مطلب أول).. ثم بيان الوسائل المستعملة في تنفيذ هذا الالتزام (مطلب ثاني).

المطلب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام.

يقصد بمضمون الالتزام بالإعلام في هذا المقام، نوع البيانات والمعلومات الواجب تقديمها من طرف المدين سواء تلك التي تهدف إلى الإعلام عن حالة المبيع المادية والقانونية (فرع أول) أو تلك الخاصة بالإعلام بالأسعار وشروط البيع (فرع ثاني) أو تلك المتعلقة باستعمال الشيء المبيع والتحذير من خطورته (فرع ثالث).

الفرع الأول: الإعلام بحالة المبيع المادي والقانونية.

1- من أشهر هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 1994/05/04 بمسؤولية شركة Royel_Sluis المتخصصة في بيع البذور عمّا لحق المشتري من أضرار جراء عدم إنبات جزء من الأرض المزروعة لعدم كفاية المعلومات المقدمة من طرف الشركة في نشرة الإعلام المقدّمة خاصّة وأنّ المنتج جديد في استعماله، حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 183.

2- حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببه منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص: 77.

إنّ الإعلام من هذا المنطلق عبارة عن بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا حول واقعة أو قضية ما¹. ومن بين هذه المعلومات والتي تعتبر هامة بالنسبة إلى الدائن تلك المتعلقة ببيان المبيع سواء تعلق الأمر بحالته المادية أو بوضعه القانوني.

أولا: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة المادية للمبيع.

وهي البيانات التي تهدف إلى معرفة الخواص المادية والأوصاف الجوهرية للمبيع ومميزاته، ولعل هذا ما أكدته المادة 352 ق م جزائري السالفة الذكر وهو تطبيق مثالي لهذا النوع من الإعلام لاسيما في عقد البيع، وكذلك ما ذكرته المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك، وتشمل مجموعة من الخصائص المميزة لأي منتج أو خدمة والتي لها تأثير على رضاء المستهلك من طبيعة وصنف ومنشأ وكذلك ما يتعلق بالتركيب، نسبة المقومات اللازمة للمنتج، الهوية، الكمية والمصدر، والتي يتم الكشف عنها للمستهلك بطريق الوسم كما أكدت هذا المعنى أيضا المادة 8 م ق 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث ألزمت البائع بأنّ يخبر المستهلك وبأيّ طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصدّاقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة.

ولعل كلمة مميزاته هنا جاءت جامعة لما يتطلبه بيان هذه الأخيرة من معلومات وبيانات ضرورية لذلك. إذ يعتبر هذا النص تطبيقا مثاليا لهذا النوع من الإعلام في مجال السلع والخدمات.

وتجسيدا لهذا فقد قضي في فرنسا بأنّ هناك التزام بالإعلام على عاتق البائع بشأن توافق المبيع للغرض المخصص له طالما أن اختصاص المستهلك لا يمكنه من الوقوف على صفاته وسماته الفنية على وجه الدقة².

ولا ريب أنّ الأوصاف والخصائص الجوهرية للمبيع تختلف باختلاف الأشياء وهي مسألة موضوعية لقاضي الموضوع واسع النظر في تحديد ذلك. فإذا كان المبيع أرضا فضاء معدّة للبناء وجب إعلام المشتري بمساحتها وموقعها وحدودها وعمّا إذا كانت تصلح فعلا للبناء من عدمه، كما قد تكون معدة للزراعة مثلا فيتعيّن حينئذ بيان نوع التربة وما تصلح له من مزروعات. وإن كان منزلا فيبيّن موقعة ومساحته وعدد الطوابق وكيفية توزيع الحجرات وبيان المواد الأساسية التي استخدمت في بنائه³. وهذا تطبيقا لنص المادة 352 ق م جزائري.

1- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص:110.

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص:272.

3- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص:273.

وإذا كان المبيع عبارة عن سيارة مثلاً فإنّ البائع ملزم بأن يعلم شاريها ببلد ومصنع الإنتاج الأصلي للأجزاء الرئيسية وقطع الغيار الأساسية وكذلك بيان سنة الصنع وعدد الكيلومترات التي قطعتها السيارة إذا كانت مستعملة¹.

أما إذا كان المبيع منتجاً غذائياً أو منتجاً منزلياً غير غذائياً أو من مواد التجميل والتنظيف البدني فقد ألزم القانون بشأنها كمضمون لوسم هذه المنتجات بيان التسمية الخاصة بالمبيع واسم المنتج و البلد المصدر إذا كان المنتج مستورداً، والمواد الداخلة في تكوينه وتركيبه، الإضافات الكيميائية كالألوان والأصبغ والتوابل وبيان كمياتها (بالنسبة للمنتجات الغذائية) وكذا وزنه الصافي، تاريخ الصنع ومدة صلاحيته والظروف الخاصة بحفظه وتخزينه بحيث تكون هذه البيانات مرئية وسهلة القراءة، متعذر محوها ومكتوبة باللغة الوطنية.

وللإعلام بالبيانات المتعلقة بالحالة المادية للمبيع وفقاً لما لبينه من أهمية بالغة نظراً لشمول هذا النوع من الإعلام مقارنة بالقصور الذي يعتبر نظرية العيوب الخفية في حماية المستهلك² إذ يكفي هذا الأخير إثبات إخلال البائع بالترامه بالإعلام بالبيانات والأوصاف الأساسية للمبيع.

ثانياً: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالوضع القانوني لمحل العقد.

من البيانات التي تعتبر معرفتها ضرورية للمشتري، تلك المتعلقة بالوضع القانوني لمحل العقد، ويعني هذا الوضع كل قيد يؤدي في حالة تقريره إلى المساس الجوهرى باستغلال هذا المحل والانتفاع به على الوجه الأكمل³.

ويبدأ تنفيذ الالتزام بالإعلام عن وضع الشيء للطرف الآخر قبل تنفيذ العقد ومنذ بدأ المفاوضات العقدية التمهيدية. والعلم المقصود هنا هو العلم الكافي لبيان حدود المبيع ومعرفة الحقوق التي نقلها البائع والقيود التي ترد عليها، أي تعيين مضمون التصرف القانوني⁴.

من هذا المنطلق يكون على البائع إعلام المشتري عن الحقوق العينية التي تشغل المبيع كحق الارتفاق والانتفاع وحقوق الامتياز والرهن، كما قد يمتد هذا الالتزام ليشمل الحقوق الشخصية المترتبة على الشيء المبيع محق الإيجار الذي رتبته البائع لصالح الغير قبل البيع مثلاً.

1- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص:130.

2- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص:128.

3- في هذا المعنى: عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص:179.

4- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص:117.

ولقد جسّد القضاء الفرنسي هذا المعنى، ففضى في حكم له من أنّ البائع مسؤول عن تعويض المشتري عن الضرر الذي لحق به بسبب عدم إعلام البائع لهذا الأخير عند البيع بأنّ ترخيص البناء المتوفر لا يسمح له بالبناء على كل المساحة المباعة والذي أدى إلى تعطيل مشروع البناء ممّا دفع بالمشتري إلى تصحيح هذا الترخيص حتى يتلاءم والمساحة الفعلية¹.

إلا أنّ التزام البائع لا يمتد إلى الحقوق والارتفاقات الظاهرة التي يعلمها المشتري؛ فالبائع هنا لا يضمن التعرض الناشئ عن وجود حق ارتفاق ظاهر وهو ما تدلّ عليه علامة مادية ظاهرة كوجود طريق للمرور أو مجرى مائي يمر بالأرض المباعة مثلاً².

وهذا ما أكدّه القضاء الفرنسي حيث ألقى على عاتق البائع التزاما بالإعلام بالارتفاقات المستترة فقط على أساس المادة 1138 من القانون المدني حتى ولو كانت مسجلة³.

وللإعلام بالوضع القانوني لمحل العقد أهمية خاصة في مجال الخدمات حيث أنّ الإعلام المطلوب يجب أن ينصبّ على مضمون الأداء أو الخدمة التي يلتزم بها المدين سواء أكان المدين بهذا الالتزام هو المهني أو المستهلك نفسه، وذلك حتى يكون الدائن على بينة من أمره قبل الارتباط، ومثال ذلك عقد التأمين حيث يلتزم المؤمن له بأن يقدم للمؤمن البيانات المتعلقة بالخطر المؤمن عليه ولظروف المحيطة به والتي تحصل عليها شركات التأمين عادة من خلال نماذج واستمارات مطبوعة تتضمن أسئلة محددة يجيب عليها المؤمن له بكل وضوح وأمانة⁴. على أنه وبالرغم من أنّ الالتزام بالإعلام في هذه الحالة يقع على عاتق المؤمن له (المستهلك للخدمة) إلا أنّ الأمر يتعلق بمضمون الإعلام نفسه وهو ضرورة بيان مضمون الالتزام بالإعلام ولا فرق في سبيل ذلك بين المستهلك والمحترف.

ولا يقتصر الإعلام بالوضع القانوني لمحل العقد على إعلام المتعاقد معه بالشروط الأساسية للعقد (من مضمون وحدود)، وإنّما يدخل في مضمون ذلك الإعلام بالشروط التبعية للعقد لما لها من تأثير على رضاء المتعاقد كما هو الحال في عقد القرض، حيث أنّ القضاء في فرنسا أوجب ذلك من خلال إلزام المقرض (المؤسسة المانحة للقرض) في حالة رفض المؤمن (شركة التأمين) ضمان المخاطر الخاصة بتأمين أو ضمان هذا القرض – أن يعلم المقرض بذلك⁵.

1- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 119.

2- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 122.

3- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 281.

4- المادة 1/15 من القانون رقم 07/80 المؤرخ في 09/08/1980، المتضمن قانون التأمين، ج، ر: رقم 33، حديدي معراج، مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، د.م.ج، طبعة 2000 ص: 69.

5- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 121.

وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام هو أنّ التزام البائع بإعلام المستهلك بالوضع القانوني لمحل العقد يمتد ليشمل كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بتمكين هذا الأخير من استعمال المبيع والانتفاع به بما يتفق ومألوف الأمور، إذ يدخل في ذلك إعلامه بالإجراءات والأشكال الإدارية الضرورية الواجب اتخاذها كما لو كان تصريح بالبناء ضروري لإقامة منزل متحرك مثلا أو الحصول على تصريح من جهة الأمن لتركيب جهاز إنذار¹.

الفرع الثاني: الإعلام بالأسعار وشروط البيع.

لقد ألفت أغلب القوانين المعاصرة على عاتق المحترف التزاما بإعلام الزبون بأسعار المنتجات والخدمات وشروط البيع لما لهذه الأخيرة من دور في توجيه إرادة المستهلك. هذا بالإضافة إلى ما يؤدي عليه إشهار الأسعار وشروط البيع من جعل السوق أكثر شفافية للممارسات التجارية ونزاهتها. حيث رتب القانون كأثر للإخلال بهذا النوع من الإعلام جزاءات جنائية نوردها في حينها².

ولقد أخضعت المادة 4 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أسعار السلع والخدمات وشروط البيع إلى إعلام إجباري بقولها "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع". كما أوجبت المادة 5 منه أن يكون هذا الإعلام عن طريق وضع علامات (Marquage) أو وسم (Etiquetage) أو معلقات (Affichage) أو بأي وسيلة أخرى مناسبة ويكون ذلك بصفة مرئية ومقروءة (م 2/5 منه)، ويجب التنويه إلى شيء مهم وهو أن الإعلام بالأسعار بين الأعوان الإقتصاديين لا يكون إلزاميا إلى عند طلبها من طرف الزبون طبقا لنص المادة 07 من القانون رقم 02/04 ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة في المهنة.

أما عن مضمون هذا النوع من الإعلام فإنه يستوجب دراسته في نقطتين:

أولاً: الإعلام بالأسعار ومضمونه.

1- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 282.
2- سيتم التطرق لهذه الجزاءات من خلال الفصل الثاني لدى الحديث عن المسؤولية الجنائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

يتضمن الإعلام بالأسعار الإشارة إلى المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة. وهذا ما أوجبه المادة 6 من القانون 02/04 المذكور أعلاه.

ويدخل ضمن هذا المبلغ الإجمالي سعر المنتج أو الخدمة بما في ذلك الرسوم والمصاريف الأخرى، وهي مجموعة التكاليف التجارية من مصاريف تغليف، نقل إلى المحل والوضع تحت التصرف. كما يمكن أن يضاف إلى هذا المبلغ إلى مصاريف خاصة بخدمات إضافية استثنائية يطلبها المستهلك يتفق عليها مقدما هي عادة تتعلق بمصاريف التسليم أو الإرسال، وفي هذه الحالة على المهني واجب إعلام الزبون بهذا النوع من الخدمات واما إذا كانت إضافية أو تدخل ضمن المبلغ الإجمالي.

على أنه بالإضافة إلى التزام البائع بإعلام المستهلك بالمبلغ الإجمالي وعند الاقتضاء مصاريف التسليم أو الإرسال بالنسبة للمنتجات، فإنّ هناك معلومات إضافية إجبارية تقدّم في حالة عدم تضمّن المبلغ الإجمالي، وتتعلق هذه الأخيرة بعنصر أو تقديم خدمة ضرورية لاستعمال المنتج على أكمل وجه مثل أن يبيّن عدم تضمّن لعب أطفال على بطاريات أو جهاز كهربائي لا يدخل ضمن بيعه التزويد بمحول كهربائي.. الخ. وفي حالة غياب مثل هذه المعلومات فإنه يمكن اعتبار كما في حالة مصاريف التسليم؛ أنّ ثمن هذه الملحقات تدخل ضمن المبلغ الإجمالي.

أما الأشكال التي يتخذها الإعلام بالأسعار فتكون إما بالإشارة إلى الثمن إلى جانب بيانات الوسم الخاصة بالمنتج أو على بطاقة موضوعة بجانبه بالنسبة للمنتجات المعروضة في واجهات المحلات أو داخلها.

كما قد توضع علامات على الغلاف الخارجي تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء يقابل كل منها السعر الذي تمثله، وهذا بالنسبة للسلع التي تعدّ أو توزن أو تكال (المادة 3/5) من ق 02/4

أما في مجال الخدمات فإنّ الإعلام بأسعارها يكون بواسطة ملصقات واضحة ومقروءة توضع في الأماكن التي تعرض فيها عادة هذه الخدمات على الزبائن.

ثانيا: الإعلام بشروط البيع ومضمونه.

لقد أخضع القانون 02/04 السالف الذكر شروط البيع لإعلام إجباري على غرار الإعلام بالأسعار، باعتبار أنّ السعر لا يعدّ العنصر الوحيد الذي يهم الزبون، ولا يكفي لضمان حق الزبون في اختيار المنتجات إذ يصبح من الضروري تنظيم شروط بيع

المنتجات وتقديم الخدمات¹. وهذا انطلاقاً من أنّ هذه الشروط لها تأثيرها عليه كأن يكون تسليم المبيع بالتوصيلة مثلاً أو أنّ البيع مرفق بضمانات أكثر نجاعة.

إلا أنّ نفس القانون لم يبيّن هذه الشروط من خلال بيان مضمونها، حيث اكتفت المادة 9 من نفس القانون على وجوب أن تتضمن شروط البيع كفيات الدفع وعند الاقتضاء الحسوم، التخفيضات والمسترجعات، على أنّ هذه الأخيرة خاصة بالعلاقات بين الأعوان الاقتصاديين لا علاقة للمستهلك بها في تعامله مع هؤلاء الأعوان.

وفي سبيل معرفة هذه الشروط فإننا سنلجأ إلى ما أورده الفقه في هذا الصدد، حيث اعتبر أنّ مفهوم شروط البيع يجب أن تتضمن كل العناصر ذات الصبغة التجارية أو الاقتصادية باستثناء الإعلام المتعلق بالخصائص الجوهرية للمنتج، والتي يجب على المحترف إعلام المستهلك بها ليتم التعاقد عن بصيرة. إذ من شأن هذه العناصر أن تبيّن بالخصوص شروط وآثار العقود المقترحة للزبون وكذا النتائج التي يجب تحملها في حالة التنفيذ المتأخر أو المعيب أو عدم التنفيذ من أساسه وهي على سبيل المثال:

- طرق الدفع (بالتقسيط أو بالعربون ، مواعيد التسديد...الخ)
- طرق ومواعيد التسليم أو تنفيذ الخدمات.
- الشروط الجزائية (عدم دفع الثمن أو التأخر في ذلك، إبطال العقد..الخ)
- تحديد مسؤولية المهني (التأخر في التنفيذ، هلاك أو سرقة الحاجيات المودعة لديه)
- الشروط المتعلقة بالمنتجات المعيبة (شروط الاستبدال أو الاسترجاع، امتداد الضمان)
- شروط الفسخ أو البطلان أو تجديد العقد (البنود المبطلّة، الاعذار...الخ)

ومهما يكن من أمر فإنّ الحديث هنا عن شروط تقديم الخدمات تفرضه معطيات اقتصادية بالنظر للأهمية البالغة التي تحتلها الخدمات عموماً، وخضوع بعضها إلى نظام خاص بالإعلام نظراً للأهمية لطبيعتها وشروط تقديمها. إذ ما قيل في شأن شروط البيع يقال عن شروط تقديم الخدمة.

وتكمن هذه الشروط في أنّه وزيادة على بيان الخدمات المعروضة وأثمانها في ملصقات كما ذكرنا، يضاف إلى ذلك الإضافات والزيادات الخاصة بعمليات إضافية احتمالية يقوم المقدم للخدمة تسليم الزبون نشرة بذلك.

1- هجيرة دنوني، قانون المنافسة وحماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية، الجزء 39، رقم 1/2002، ص: 11.

حيث قد يتعلق الأمر بخدمة ما غير محددة الثمن مسبقاً وهي عادة ما يتم احتسابها جزافياً وفي هذه الحالة على مقدمها إعلام الزبون بالمعايير المستخدمة في حساب الثمن الإجمالي، كما لو كان تحديد الثمن بالحجم الساعي لليد العاملة، ثمن المتر المربع... إلخ بالإضافة إلى خدمات أخرى إضافية كثمن التنقل مثلاً.

كما أنّ هناك خدمات جرت العادة على احتسابها بنسبة مئوية وتؤخذ من ثمن الجزء المبيع أو هذه الخدمة. كما في حالة الوكالات العقارية ووكالات الإعارة حيث يتم إظهار ودون لبس العناصر التي تمثل النسب (طبيعة العمليات و الأشياء من منتج أو خدمة؛ طريقة احتساب النسب، المبلغ الإجمالي لكل رسم محتسب .

والجدير بالذكر في هذا المقام هو ما أورده المادة 08 من القانون 02/04 المتعلق بالشروط المطبقة على الممارسات التجارية والتي ألزمت البائع ومقدمي الخدمات بالإضافة إلى تقديم معلومات نزيهة للمستهلك عن مميزات المنتج أو الخدمة المقدمة وشروط البيع الممارس، أن يعلموا هذا الأخير بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة.

يلاحظ أولاً أنّ هذه المادة (م8) وردت في الفصل الخاص بالإعلام بالأسعار وشروط البيع ولما كان السعر ركناً أساسياً في العملية التعاقدية عموماً ومحدداً مسبقاً فإنه لا يتصور أيّ خلاف بصدده مستقبلاً وبالتالي فإنّ أيّ اتفاق بخصوص تحديد المسؤولية التعاقدية يكون بصدد شروط البيع و شروط تقديم الخدمة على اعتبار أنّ معظم النزاعات التي قد تعرقل سير العملية التعاقدية تمس هذا الجانب ممّا يجعل هذا الفرض (بيان الحدود المتوقعة للمسؤولية) يدخل ضمنياً في مضمون تحديد هذه شروط البيع وشروط تقديم الخدمة.

ولعلّ ما مستشف ضمنياً من هذه الفقرة هو إمكانية الاتفاق على تحديد المسؤولية التعاقدية في عملية البيع أو الخدمة ممّا يدفعنا إلى التساؤل عمّا يمكن أن يمثله هذا الفرض من حماية غير كافية للمستهلك خاصة وأنّه يتعامل مع شخص محترف يملك زمام الأمور إلى جانب اضطرار هذا المستهلك إلى إبرام العقود اقتناء المنتجات وطلب الخدمات تدفعه إلى ذلك الحاجة الملحة فلا ينتبه إلى هذا النوع من الشروط و يبرم العقد على غير بصيرة، هذا كله في غياب نص صريح يمنع تحديد أو الإعفاء من المسؤولية.

ولعلّ السبيل إلى الخروج من هذا المأزق وتوفير الحماية الكافية لزبون هو التحديد الدقيق عن طريق النصوص التنظيمية، لشروط البيع وشروط تقديم الخدمة الواجب الإدلاء بها إلى المستهلك في إطار العملية التعاقدية خاصة إذا ما تعلّق الأمر بمنتجات وخدمات ذات أهمية وقيمة مالية معتبرة، على أن تذكر هذه الأخيرة ضمن بنود العقد، وهذا حتّى لا يتفرد المحترف في تضمين العقد بها.

ومهما يكن من أمر فإنّ هذه الفقرة أضافت التزاماً تبعياً للالتزام المحترف بالإعلام بشروط البيع وشروط تقديم الخدمة توجب من خلاله على هذا الأخير إعلام المستهلك بكل تحديد متوقع للمسؤولية التعاقدية عن طريق تضمين العقد شروطاً تعاقدية، وأن لا يتقرّد بذلك من دون المستهلك، وإلاّ تكون أمام شروط تعسفية يستوجب إلغاؤها طبقاً للمادة 04/29 من نفس القانون.

الفرع الثالث: الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع ومكان خطورته

لا يقلّ هذا النوع من الإعلام أهمية عن سابقه، حيث تلعب تأديته دوراً هاماً في حماية الزبون من خلال تنبيهه بالأخطار التي قد ينطوي عليها المبيع، والتي غالباً ما تكون نتيجة لسوء استعماله من طرف المستهلك هذا إما لنقص أو لانعدام البيانات المتعلقة بذلك.

أولاً: الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع

تمثل طريقة الاستعمال الحد الأدنى المطلوب من المعلومات لجعل المشتري على بينة ممّا يقتنيه من منتجات و بدونها يتعدّر عليه الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة سواء أكان في استعمالها خطورة أم لا، إذ أنّ هناك سلعة عديدة لا تحمل في طبيعتها أيّ خطر، إلاّ أنّ طريقة استعمالها أو تشغيلها تحتاج إلى تبصرة المستهلك حتّى يتمكن من الاستعمال الأمثل لها و تأدية الغرض المنشود، خاصة تلك السلع المعقدة و المتطورة التي تتسم بطابع الحداثة.

وما يجب على العون الاقتصادي الإفضاء به هو الطريقة الصحيحة للاستعمال وفق الغرض المخصص له، حسب طبيعة السلعة ولا يسأل المنتج عن الضرر الذي أصاب المستهلك جرّاء تجاهل هذا الأخير لطريقة الاستعمال أو للغرض الذي حدّده المنتج فيستعمل السلعة بطريقة خاطئة أو لغرض خاص لا يمكن للمنتج أن يتوقعه¹.

وتختلف هذه البيانات والمعلومات بحسب ما إذا كان الشيء المبيع من الأشياء المعدة للاستعمال خلال فترة محدّدة أو من الأشياء دائمة الاستعمال.

فبالنسبة للأشياء مؤقتة الاستعمال المواد الغذائية و المواد السامة ومبيدات الحشرات والأدوية والمستحضرات الطبية و مواد الدهان وغيرها، فإنّ على المنتج أو البائع أن يبيّن طريقة استعمال هذه الأشياء ووقت استخدامها، المقادير المطلوبة، الجرعات المتناولة وكذا

¹ - محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص: 32.

الاحتياطات الواجب أخذها عند الاستخدام¹. وتقصير المنتج أو البائع في تقديم هذه البيانات أو تقديمها بطريقة ناقصة أو غير سليمة يقيم مسؤوليته عما يصيب المستهلك من أضرار.

أمّا فيما يخص الأشياء دائمة الاستعمال وهي الأشياء التي تطول فترة استعمالها كالآلات والأجهزة الكهربائية والإلكترونية، فإنّ على المنتج أو البائع أن يقدّم للمشتري كافة البيانات المتعلقة بكيفية استخدامها والاحتياطات الواجب اتخاذها عند تشغيلها، إضافة إلى بيان مكوناتها وخصائصها، كل ذلك في نشرة "Catalogue" حتى يتسنى للمشتري الرجوع إليه عند الاقتضاء².

ولقد درج القضاء الفرنسي في أحكامه على تأكيد هذا المعنى من وجوب تضمين المبيع هذا النوع من البيانات، حيث قرّر مسؤولية البائع إذا ما هو أخلّ بذلك دون حاجة إلى إثبات وجود عيب خفي في المبيع، ومن هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض من مسؤولية منتج المواد الكيميائية المقاومة للطفيليات النباتية وإخلاله بالترامه بإعلام المشتري عن شروط وكيفية استخدامها، وعدم توضيحه مختلف الشتلات التي يناسبها هذا النوع من المواد والوقت المناسب لاستخدامها.

وكذلك ما قضت به المحكمة بتاريخ 04 مايو 1994م من أنه يجب على البائع لمنتج حيث الاستعمال أن يقدم للمستعمل كافة البيانات المتعلقة باستعماله.

ويتمد مضمون هذا النوع من الإعلام ليشمل تبيان شروط وخطوات الاستعمال وتدابير الصيانة وقواعد التحذير وكل ما من شأنه إعانة المستهلك على الاستغلال الأمثل للمبيع، بحيث يستحيل عليه في غيابها استعماله بشكل مطابق للغرض الذي أنشئ لأجله³.

وتظهر أهمية هذه البيانات خاصة في مجال الأشياء المعقدة والتي تمثل تكنولوجيا عالية كالإعلام الآلي عن طريق تزويد المشتري ببرامج الحاسوب "Logiciels" إضافة إلى تقديم المساعدة والعون في سبيل التشغيل الأفضل وهو ما يسمّى الالتزام بالدعم والمساعدة الفنية "Assistance Technique".

ولقد أكّدت أغلب التشريعات الحديثة على أهمية هذا النوع من البيانات لاسيما في التشريع الجزائري من خلال النصوص القانونية التي جاءت في هذا الصدد وهذا بتأكيداتها وفي مجملها على ضرورة الإدلاء بالبيانات التي من شأنها كيفية استعمال هذه المنتجات.

¹ - عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، المرجع السابق، ص: 125.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 197.

³ - ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، ملتقى وطني حول الاستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 14-15 أبريل، 2000، ص: 14.

ثانياً: الإعلام بالبيانات المتعلقة بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع

لا يكفي قيام المحترف والبائع بإعلام المشتري بطريقة استعمال الشيء المبيع على النحو الذي بيّناه سالفاً، بل ينبغي عليه إلى جانب ذلك أن يعلمه بالمخاطر التي يمكن أن تنجم عن استعمال هذا الشيء أو حيازته، وأن يحذّره منها وأن يبيّن له جميع الاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنب ذلك، خاصة إذا تعلّق الأمر بأشياء خطيرة بطبيعتها أو معقدة التركيب.

ذلك أنّه قد يكون المشتري على بينة بكيفية الاستعمال الصحيح للشيء، إلاّ أنّه لا يدري ما قد ينتج عنه من مخاطر تكتنف استعماله أو حيازته ممّا يستدعي لفت انتباهه إليها، كمن يشتري عبوة مبيد فأنّه يستطيع الحصول على أفضل النتائج بإتباع طريقة استعمال صحيحة ولكنّه ربّما لا يدري أنّ قربها من مصدر لهب أو تركها في مكان شديد الحر يمكن أن يؤدي إلى انفجارها بسبب تمدّد الغاز المضغوط داخلها¹.

ويقصد بالتحذير لفت انتباه المستهلك إلى المخاطر التي قد ينطوي عليها استعمال المبيع أو حيازته وتنبهه من ثمّ للاحتياطات الواجب اتخاذها بغية تجنب أضراره.

وتأكيداً على هذا المعنى وفي صدد التزام المهني بإعلام المستهلك بالخطر الذي قد ينطوي عليه المنتج، نص القانون الجزائري على هذا النوع من الإعلام وعلى غرار سابقة (الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع) وذلك من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية التي جاءت بصدد حماية المستهلك، وما ذكرته المادة 10 من المرسوم التنفيذي 37/97 الذي يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني، وما ذكرته أيضاً المادة 06 من المرسوم ت 42/92 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة² من وجوب إرفاق طلب الرخصة المسبقة للإنتاج بملف يضمّ وثائق ثبوتية تبين التدابير المتخذة في مجال تغليف المنتجات ووسمها وكذا الاحتياطات الواجب اتخاذها بمقتضى عرضها للاستهلاك.

أمّا بالنسبة لمراسيم التنظيمية الأخرى والمتعلقة ببعض أنواع المنتجات فإنّها وإنّ كانت لم تتحدث بشكل صريح على هذا النوع من الإعلام إلاّ أنّ ذلك يستشف من خلال تأكيد هذه المراسيم على ضرورة بيان طريقة الاستعمال وشروطه، باعتبار أنّ أغلب الأخطار إن لم نقل جلّها و التي يتعرّض لها المستهلك تنتج عن سوء استعمال الشيء المبيع فيكون من باب أولى تقديم مثل هذه البيانات للمستهلك لهذا النوع من المنتجات.

¹ - محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص: 32.

² - مرسوم رقم 42/92 مؤرخ في 30 رجب 1412 هـ الموافق لـ 04 فبراير 1992م يتعلق بالرخص المسبقة لانتهاج المواد السامة أو التي تشكل خطراً من نوع خاص، ج.ر. رقم 1992/09.

على أنّ هذا التحذير لا يحقق غرضه في تبصير المستهلك بالمخاطر ووسائل تجنبها إلا إذا استجمع خصائص معينة حتى ترفع المسؤولية عن المهني، ومن ثمّ يجب أن يكون التحذير كاملاً وواضحاً وملائماً للشيء المبوع ذاته¹، وفيما يلي توضيح هذه النقاط تباعاً.

1- التحذير الكامل:

يقصد بذلك أن يكون التحذير وافياً وشاملاً لجميع المخاطر التي يمكن أن تلحق بالمستهلك سواء في شخصه أو في ماله، ومن ثمّ فلا يكفي في هذا الشأن التحذير الناقص أو الموجز الذي يوجه عناية المستهلكين لبعض المخاطر دون البعض بهدف بثّ الطمأنينة في نفوسهم وحثّهم على الشراء².

ومن الأحكام القضائية التي جاءت في هذا الشأن ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية المنتج لمادة مقاومة للطفيليات لإصابة المزارع في عينيه نتيجة تطاير ذرات من المادة بفعل الريح، وهذا انطلاقاً من كون التحذير المدرج كان ناقصاً، حيث اكتفى المنتج بذكر خطورتها على الجلد فحسب.

ولشمول التحذير أهمية قصوى خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات الدوائية، بحيث لا يكون التحذير كاملاً بشأنها إلا إذا حدّدت مدة صلاحيتها والأضرار التي تنجم عن تعاطيه لمدة طويلة أو بجرعات كبيرة وكذا مضادات الاستعمال، أمّا بالنسبة للمواد الغذائية المحفوظة، فبالإضافة إلى مدة صلاحيتها يتعيّن على المنتج بيان الوسيلة التي تقيها من الفساد فضلاً عن الأضرار الناتجة عن الاستعمال بعد انتهاء المدة.

2- التحذير الواضح:

ويقصد به ذلك التحذير الذي يبيّن مخاطر المبيع ووسائل الوقاية منها بعبارات بسيطة يسهل فهمها بعيداً عن المصطلحات التي يصعب التي يصعب على المستهلك غير المتخصص فهمها.

وتأسيساً على ذلك لا يعتبر واضحاً ما تدوّنه الشركات المنتجة لعصير الفواكه على زجاجها عبارة "يحفظ في مكان بارد بعد الفتح"، حيث أنّ المستهلك قد يعتبر ذلك مجرد توصية تهدف إلى احتفاظ العصير بخواصه الطبيعية بينما يقصد المنتج من ذل تجنب

¹ - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص: 127.

² - ثروت فتحي إسماعيل، المرجع السابق، ص: 347.

تخمر العصير نتيجة تعرضه للحرارة ممّا يؤدي إلى انفجار الزجاجات وتعرض المستهلك للأخطار¹.

ومن الواضح كذلك استعمال أكثر من لغة للتحذير نظرًا لحجم التبادل التجاري الهائل بين الدول ممّا يستدعي كتابة التحذير إضافة إلى لغة بلد الإنتاج ولغة بلد المستورد لهذه المنتجات، تكتب بلغات أساسية شائعة الانتشار في العالم كالإنجليزية مثلًا².

4/- وجوب أن يكون التحذير لصيقًا بالمنتجات:

وتعدّ هذه الخاصية أمرًا بديهيًا يفرضه منطق الأمور، إذ لا يتصور أن يفى التحذير بالغرض المنشود إلاّ إذا كان هذا الأخير ملازمًا للسلعة ولا ينفصل عنها مطلقًا.

ولا يتأتّى ذلك إذا كان التحذير مطبوعًا على الشيء ذاته أو مكتوبًا على ورقة ملصقة به أو - إن أمكن - محفورًا على جدران العبوة التي تحتويه، ولا يعفي إرفاق الشيء بكُتَيْب صغير أو نشرة مطبوعة عن ذلك بسبب احتمال ضياعها بعد أول استعمال للمنتج أو تعرضه للإتلاف، ولا كتابة هذه التحذيرات على العلب الحاوية إذا كانت العبوة ذاتها توضع بدورها داخل العبوة، ويكون من باب أولى أن لا يدرج التحذير في أوراق منفصلة عن المنتجات³.

ولقد أكّدت النصوص القانونية هذا المعنى بإلزامها أن تكون البيانات المتعلقة سواء بالتحذير أو تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال، مرئية ظاهرة للعيان، سهلة القراءة وواضحة ومتعدّر محوها ومكتوبة باللّغة الوطنية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة.

المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

لقد حددت المادة الخامسة من القانون 02/04 طرق الإعلام بالأسعار التعريفات؛ الخاصة بالمستهلكين وهي على التوالي: العلامة، الوسم، المعلقة (الفرع الأول)، أما المادة السابعة في فقرتها الثانية فقد بينت وسائل الإعلام الخاصة بالأعوان الإقتصاديين في علاقتهم مع بعضهم البعض وهي: جداول الأسعار، النشرات البيانية، دليل الأسعار (الفرع الثاني) كما سنخصص فرعى ثالث لتبيان وسائل خاصة بالإعلام.

الفرع الأول: وسائل الإعلام الخاصة بالمستهلكين

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 214.

2- ثروت فتحي إسماعيل، المرجع السابق، ص: 351.

3- المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 292.

1/العلامة: وهي "كل الرموز القابلة لتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز السلع أو الخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن السلع والخدمات غيره" وهو مضمون المادة الثانية من الأمر: 106/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامة، وتعتبر العلامة وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتمييزها عن بعضها، يتأتى له إجراء اختيار صائب، وهنى تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط.

2/ - الوسم: لقد تعرض القانون: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى تعريفه من خلال نص المادة الثالثة على أنه "كل البيئات أو الكتابات أو الإشارات أو علامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريق وضعها".

ما يلاحظ أن هذا القانون اكتفى بتعريف الوسم، دون التفصيل في أحكامه، لذلك وجب الرجوع إلى النصوص التنظيمية الخاصة، ونذكر منها المرسوم التنفيذي 378/13 مؤرخ في 19 نوفمبر 2013 يحدد شروط والكيفيات المتعلقة بحماية المستهلك، حيث خصص القسم الثاني منه للبيانات الإلزامية للوسم.

على أنه وزيادة في فاعلية البيانات المدونة كتابة عن طريق الوسم وتيسيراً لفهما فإنه يفضل أن يزود المنتج أو البائع هذه البيانات برسومات تدل على معناها كتلك الدالة على قابلية المنتج للاشتعال أو الانفجار أو التسميم لأهمية هذه الأخيرة في حث انتباه المستهلك لذلك².

3/المعلقة: هي بطاقة تعلق ليتم من خلاله توضيح المنتجات والخدمات المعروضة على جداول، وأسعار كل منها³.

وتعتبر هذه الوسائل مذكورة على سبيل المثال لا الحصر بحيث يمكن للعون الإقتصادي الاختيار من بين الوسائل ما يساعده في إطار مهنته.

الفرع الثاني: الوسائل الخاصة بإعلام العون الإقتصادي

1-الأمر 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 يتعلق بالعلامة، الجريدة الرسمية عدد 44 الصادرة في 23/07/2003.

² حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 290.

2- كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2010/2011، ص: 13.

1/ **جداول الأسعار:** هي قوائم يقوم العون الإقتصادي بإعدادها حيث تنتظم نوع السلعة أو الخدمة مرفق بثمنها، توضع تحت تصرف المهني في حال طلبها.

2/ **النشرات البيانية:** هي دليل تفصيلي لنوع السعة، وما تحتوى عليه.

3/ **دليل الأسعار**

الفرع الثالث: الوسائل المستحدثة لإعلام المستهلك

لقد أدى التطور الذي عرفته المجتمعات في مجاله الاقتصادي والتكنولوجي إلى ظهور طرق مستحدثة في بيع وتوزيع المنتجات لا يلتقي فيها غالبًا المشتري بالبائع كبيع المسافات مثلاً والبيع بالمراسلة، حيث أصبح المستهلك يعتمد فيها على ما يدلي به البائع من معلومات عن طريق الإعلانات أو الإشهار (أولاً) أو من خلال وسائل تقنية مستحدثة (ثانياً).

أولاً: الإعلانات أو الإشهار كوسيلة للإعلام

يتخذ هذا النوع من الإعلام صورًا مختلفة حسب الوسيلة المستخدمة من أجل ذلك من سمعية و مرئية، ملصقات و لافتات إعلانية هدفها تعريف المستهلك بخصائص المنتج و مزاياه.

والإشهار عرفته المادة 03 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجاري بأنه «كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة».

أمّا الفقه فقد جاءت من خلاله عدّة تعريفات تصبّ في معنى واحد لا تختلف في كونه « إخبار أو إعلام تجاري أو مهني القصد منه التعريف بمنتج ما أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا و امتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو الخدمة»¹.

وقد يكون الإشهار كتابة كالصحف والمجلات والمطبوعات واللوحات واللافتات الإعلانية أو شفاهة كما هو الشأن في الإعلانات الإذاعية أو بالصوت والصورة كالإعلانات التلفزيونية².

¹ - الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات و الخدمات، مكتبة الجلاء، الطبعة الأولى، 1999، ص: 19.

² - المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 367.

على أنّ الإشهار وإن كان في جزء منه يعرف بالمنتوج وخصائصه إلا أنه لا يعدّ الإعلام بالنسبة إليه هدفًا رئيسيًا، حيث يستعمل المهني في الغالب هذه الوسيلة لإغواء المستهلك والترويج لمنتوجه لحد استعمال طرق احتيالية تبعده عن الموضوعية.

وبهدف وضع حدّ لمثل هذه الممارسات نصت المادة 28 من القانون 02/04 الذي يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنّه «يعتبر إشهارًا غير شرعي وممنوعًا كل إشهار تضليلي لاسيما إن كان يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته» و تضيف الفقرة الثانية منها «أو كان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه».

ورتبت المادة 38 من نفس القانون عقوبات جزائية على مرتكبي مثل هذه الممارسات وهي الغرامة من 50.000 إلى 500.000.0 دج مع إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفة والعناد المستعمل في ارتكابها (م 39 منه) ومصادرتها بعد ذلك من طرف القضاء (م 44 منه).

هذا بالإضافة إلى عقوبات تتخذها الإدارة تتمثل في إمكانية إصدار الوالي لقرار غلق مؤقت للمحل (م 46 منه) و هذا كله منعًا لتضليل المستهلك وإعطائه معلومات كاذبة.

ومهما قيل في شأن أهمية هذه الوسيلة في إعلام المستهلك، إلا أنه يصعب القول بإمكانية الاحتجاج بها في مواجهة هذا الأخير، فالعقد يقوم أساسًا بتبادل الرضا، كما أنّ البيانات المقدّمة بهذه الطريقة غير مؤكدة ومفترضة و أحيانًا بدون جدوى، تجعل من هذه الوسيلة منبرا دعائيا أكثر منه إعلاميًا، يظهر البائع من خلالها محاسن المنتج دون مساوئه.

ثانياً: الوسائل التقنية للإعلام:

تتمثل هذه الوسائل في البث الإذاعي والتلفزي، الهاتف والمنيل والانترنت عن طريق ما يعرف "بعروض البيع" وفيما يلي نتعرض إلى هذه الوسائل تباعاً:

1/- الإعلام عن طريق وسائل البث الإذاعي و التلفزيوني:

تعدّ هذه الوسيلة من أهم الوسائل المستحدثة في إعلام المستهلك سواء كان ذلك عن طريق الإذاعة (الراديو) أو التلفزة، وإن كانت الوسيلة الأخيرة أكثر نجاعة من سابقتها نظرًا لما تنتم به من مزايا، إذ يمكن للمستهلك التعرف على المنتج بالصوت

والصورة وهو ما يعرف بعروض البيع وهي شراء عن طريق الهاتف منتجات مقدمة بمناسبة بث تلفزيوني.

وتظهر أهمية هذه الوسيلة في بيان صفات المنتج وخصائصه الفنية وأجزائه وكيفية استعماله عملياً بالصوت والصورة مع شرح للمعلقين على الصور التي تظهر على الشاشة¹.

وفي نهاية البرنامج يتم ذكر ثمن المنتج و شروط التعاقد وطرق الدفع والتي يتم التعاقد بشأنها عن طريق الهاتف والمنتيل بعد بث رقمه على شاشة التلفاز².

وتجدر الإشارة هنا إلى أن تقديم البيانات في عروض البيع على هذا النحو لا يتم بصفة مطلقة، إذ ثمة بيانات لا يمكن بثها ومن ثم إعلام المستهلك بشأنها وهي تتعلق بالعلامة التجارية "La marque" واسم الصانع إذ يعتبر ذلك ترويجاً وإشهاراً يخالف القواعد المتعلقة بالإشهار السمعي والبصري، إلا أنه ونظراً لأهمية هذه المعلومات للمستهلك أجاز القانون في فرنسا الحصول على هذه الأخيرة عن طريق الهاتف والمنتيل.

ويعتبر الهاتف والمنتيل وسيلتان مكملتان للبرامج السمعية البصرية المذكورة أعلاه؛ حيث يقوم القائمون على برامج عروض البيع بتخصيص وقت عقب إذاعتها لإعطاء الزبائن فرصة الاتصال بالهاتف والمنتيل عن طريق رقم معين للحصول على معلومات إضافية تتعلق عامة بالضمان ومدته وخدمة ما بعد البيع وتاريخ تسليم المبيع والتي تظهر على شاشة صغيرة وهو ما يعرف بخدمة المنتيل³.

ويتم الرد والإجابة على المتصلين عن طريق وسيلة إعلام أخرى والمتمثلة في الحاسوب وعادة ما يكون ذلك باستخدام العميل لجهاز هاتفه المجهز بأداة عرض الصور وإرسالها إلى مسافة، عن طريق خط اتصالات "Videotext" إذ من خلاله يستطيع العميل مناداة الحاسوب المركزي لمؤسسة البيع عن بعد لفتح شريط تصويري لعرض السلع ومعرفة مواصفاتها والاستعلام عن كافة المعلومات الضرورية عن التسليم وطرق الدفع، فيقوم العميل بطلبها عن طرق إدخال رقمه وعنوانه فيتحقق الحاسوب منها باستعمال أرقام مخصصة للإجابة على ذلك وتنتهي المخابرة بين الجهاز والعميل "طلبك تم تسجيله شكراً"⁴.

2- الإعلام عن طريق الإنترنت:

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 307.

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 370.

3- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع نفسه، ص: 371.

4- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع نفسه، ص: 370.

تعتبر خدمة الانترنت كذلك من الوسائل المستحدثة في إعلام المستهلك عمّا استجدّ من منتجات، إذ بإمكان العميل و من خلال هذه الوسيلة أن يعاين السلعة أو يتعرّف على الخدمة المعروضة و التعاقد بشأنها.

والسلعة المعروضة على شبكة الانترنت لا يستطيع المشتري معاينتها على الطبيعة والتأكد من سلامتها وملائمتها لاحتياجاته الشخصية، بحيث أنّ الإعلان بهذه الطريقة عادة ما يكون هدفه الإبهار والتشويق¹.

ولكن السؤال الذي يفرض نفسه هو ما مدى كفاية ما تقدّمه هذه الوسيلة المستحدثة من بيانات؟ وما مدى مصداقيتها للوفاء بالالتزام بالإعلام؟.

الملاحظ هنا هو أنّ أغلب التشريعات العربية بما في ذلك القانون الجزائري لم تعط لمثل هذا النوع من التعاقد ما يستحقه من خلال بيان الشروط والأسس الخاصة التي يقوم عليها التزام المنتج أو البائع عند عرضه للسلعة أو الخدمة عبر شبكة الانترنت؛ وهذا لاعتبارات أهمّها أنّ هذا النوع من التعاقد يعدّ غريباً عن ثقافة المستهلك العربي من جهة، وقصور التشريعات في هذه البلدان عن توفير الضمانات في حالة اللجوء إليه من جهة أخرى.

وربّما يكون القانون التونسي قد صنع استثناءً على هذه القاعدة من خلال إصداره للقانون 83/2000 بشأن المبادلات والتجارة الإلكترونية، حيث نظّم فيه التزامات البائع بإعلام المستهلك عن السلعة أو الخدمة المراد التعاقد بشأنها فأوجب على البائع أن يوفر بطريقة واضحة ومفهومة قبل إبرام العقد هوية وعنوان وهاتف البائع أو مورد الخدمة؛ وصفاً كاملاً لمختلف مراحل إنجاز المعاملة، طبيعة وخصائص وسعر المنتج، طرق وإجراءات الدفع، إمكانية العدول عن الشراء واجله، كلفة استعمال تقنيات الاتصال حتى يتمّ احتسابها على أساس مختلف عن التعريفات الجاري بها العمل بالإضافة إلى بيانات أخرى نصّ عليها نفس القانون².

ولتوفير حماية أكبر للمستهلك ومن ثمّ إعطاء مصداقية لمثل هذه البيانات تمّ إصدار عدّة مواقع عبر الشبكة نفسها من مصادر موثوقة مهمتها التأكد من حقيقة هذه المعلومات وإسداء النصح للمستهلك وإعلامه بشكل دقيق بالمتعاملين المحتملين والتأكد من هويتهم.

كما أنّه وبالنسبة إلى هذا النوع من البيوع فإنّ مصلحة البائع ولتقتضيات عملية؛ تقتضي أن يضمن المعلومات المتعلقة بمحل العقد - سواء كان منتجاً أو خدمة - في

¹ محمد أمين الرومي: التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2004، ص 85.

² محمد أمين الرومي: التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، المرجع السابق، ص: 87 و ما بعدها.

شروط البيع أو تقديم هذه الخدمة وأن يعلم المستهلك بنطاق حقوقه قبل إبرام العقد ولا يكون ذلك إلا كتابة وبوسيلة مؤكدة قد يكون "Internet" واحدًا من هذه الوسائل.

رغم ما قيل في أهمية هذه الوسائل المستحدثة في إيصال المعلومة إلى المستهلك والمزايا التي تصنف بها على نحو ما بيناه، إلا أنها لم تسلم من النقد الذي وجه إليها باعتبارها وسائل دعائية ترويجية أكثر منها إعلامية، إضافة إلى أنّ كثرة الطلبات جعلت تقديم هذه البيانات في عجلة إذ في الغالب لا تتجاوز المكالمة الدقيقة الواحدة مما يؤدي إلى التقصير في إعلام المستهلك باستغلال انجذابه نحو هذه المنتجات¹.

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 310 و ما بعدها.

الفصل الثاني

جزاء الأفعال بالالتزام بالأحكام

لاحظنا من خلال الفصل الأول أن الالتزام بالإعلام كالتزام قائم بذاته له خصوصياته وحدوده لم يعرف إلا حديثاً من خلال التطور الهائل في المجالين الصناعي والتكنولوجي وحتى في المجال الخدمات والذي كان للقضاء الفرنسي الفضل في تطويره. وفي المقابل لم يعرف هذا الأخير – في أغلب القوانين- نصوصاً خاصة تبيّن أحكامه وتضع من ثمّ الجزاء المناسب في حالة الإخلال به، الأمر الذي يدعونا إلى البحث عن هذا الجزاء في القواعد العامة، حيث يستدعي إبرام العقد دون أن يتحقّق العلم الكافي للمشتري قابلية هذا العقد للإبطال أو الفسخ كأثر للإخلال بهذا الالتزام (مبحث أول) هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد يلحق الزبون عموماً ضرر نتيجة عدم إعلامه بصفة دقيقة و وافية من طرف البائع المهني ممّا يستدعي مطالبة هذا الأخير بالتعويض عن هذه الأضرار سواء كانت مادية أو جسدية، الأمر الذي يدفعنا إلى البحث في المسؤولية المدنية كجزاء عن هذا الإخلال، بالإضافة إلى الجزاءات الجنائية التي قد تطبّق في حالة الإخلال بالبيانات التي نصّ القانون على إلزامية تقديمها بخصوص بعض أصناف المنتجات (مبحث ثاني).

المبحث الأول: أثر إخلال بالالتزام بالإعلام

من خلال ما تقدّم ذكره، و نظراً لعدم وجود نصوص قانونية صريحة تقرّر بطلان العقد أو فسخه في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام، فإنّه بات من الضروري النظر في القواعد العامة للقانون المدني كنظرتي سلامة الرضاء و ضمان العيوب الخفية و كذا البطلان المقرّر في المادة 352 من القانون المدني الجزائري (مطلب أول)، على أنّه هناك اتجاه حديث في الفقه و القضاء لاسيما في فرنسا يذهب إلى تقرير الفسخ كجزاء عن الإخلال بهذا الالتزام مباشرة و دونما حاجة إلى الاستناد إلى غيره من القواعد و النظريات تماشياً مع فكرة استقلالية و ذاتية الإعلام (مطلب ثاني).

المطلب الأول: قابلية العقد للإبطال كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

إذا أُبرم العقد دون أن يُعلم العون الإقتصادي المشتري بالبيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع أو بتلك المتعلقة بطريقة الاستعمال و كذا التحذير من المخاطر التي قد ينطوي عليها، فإنّ العقد يكون قابلاً للإبطال لمصلحة المشتري وفقاً للقواعد العامة نظراً لعدم توفر نصوص قانونية تقرّر صراحة هذا البطلان، حيث و بالرجوع إلى هذه القواعد نجد أنّ العقد يكون قابلاً للإبطال إمّا لتغيب رضاء أحد المتعاقدين وفقاً لنظرتي الغلط والتدليس (فرع أول)، أو استناداً إلى نظرية العيوب الخفية كما في حالة اكتشاف المشتري عيباً يؤثر على انتفاعه انتفاعاً صحيحاً وكاملاً بالمبيع (فرع ثاني)، على أنّ هناك حالة ثالثة تضمّنتها المادة 352 ق.م.ج و التي تقرّر حق المشتري في طلب إبطال العقد في حالة عدم علمه الكافي بالمبيع (فرع ثالث).

الفرع الأول: إبطال العقد تأسيساً على نظرية عيوب الرضاء

ستقتصر دراستنا في هذا المقام على عيبي الغلط والتدليس وهذا لارتباطهما الوثيق بالالتزام بالإعلام والتي يجد فيها الكثير من المتخصصين في هذا المجال سبباً لذلك إذا ما تعلّق الأمر بالإعلام بالإضافة إلى إمكانية المطالبة بالتعويض، حيث أنّ عدم تقديم معلومات صحيحة و دقيقة قد يقع المتعاقد معه في غلط حول صفات المبيع الجوهرية كما قد يكون هذا الإخلال نتيجة لتدليس قام به البائع عن طريق كتمان أحد البيانات الضرورية للانتفاع الحسن بالمبيع بغية دفع الزبون للتعاقد، ممّا يعطي الحق – في الحالتين- للمشتري طلب إبطال العقد.

أولاً: إبطال العقد استناداً إلى الغلط

لقد نصّ القانون المدني على الغلط كعيب من عيوب الرضاء في مادتيه 81 و 82 إذ يعطي الحق من خلالهما لمن وقع فيه الحق في طلب إبطال العقد.

وعرّف الفقه الغلط بأنه: «حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، وغير الواقع إمّا أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها أو واقعة يتوهم عدم صحتها»¹.

ولا يخفي أنه وحتى يعتبر المتعاقد واقعا في غلط يجب أن يكون هذا الأخير جوهرياً و دافعا للتعاقد². ويكون كذلك إذا انصبّ على صفة جوهرية في محل العقد أو في شخص المتعاقد الآخر أو في صفة من صفاته متى كان ذلك دافعا إلى التعاقد. على أنه يعتبر جانب كبير من الفقه المصري أنّ هذه الحالات ليست على سبيل الحصر ومن ثمّ يمكن اعتبار الغلط جوهرياً متى انصبّ على أمور أخرى تكون دافعة على التعاقد³.

ونظراً لما أصبحت تتمتع به المنتجات الصناعية من خصائص ذاتية ومعقدة من جهة، ولما يوليه المشتري لمن يتعاقد معه من ثقة فائقة يوجبه حسن النية من جهة أخرى، الأمر الذي دفع بالقضاء والفقه الفرنسيين على وجه الخصوص إلى التوسع في مفهوم الغلط حول صفة الجوهرية للمبيع إذ للمشتري حق إبطال العقد إذا حصل على الفائدة التي كان يرجوها من إبرامه، كأن يكون المبيع لا يتلاءم و حاجيات المشتري أو للاستغلال المخصص له⁴.

والغلط على هذا النحو في فهم شرط من شروط التعاقد قد يكون مؤدياً إلى الغلط في وصف من الأوصاف الجوهرية في الشيء محل التعاقد خصوصاً فيما يتعلّق بالشروط المحددة لأوصاف هذا المحل⁵.

إلا أنّه ورغم الارتباط الوثيق بين الالتزام بالإعلام وبين نظرية الغلط، على اعتبار أنّ إعلام البائع للمشتري الصحيح من شأنه أن يحول دون وقوع هذا الأخير في غلط؛ إلاّ أنّه يرى أغلبية الفقه صعوبة القول بتأسيس البطلان في هذه الحالة على الغلط واعتباره صورة له ومن ثمّ استبعاده، نظراً للتطوّر الكبير والسرعة الفائقة التي يتمّ من خلالها إبرام المعاملات وما طرأ على المنتجات من دقة في تركيبها وصعوبة في استعمالها⁶.

وما يدلّ على هذا القول اعتبارات من أهمها صعوبة الإثبات في هذا الصدد إذ يستوجب على الطرف الذي وقع في غلط أن يثبت جوهريته وأنّ هذا الأخير دفعه إلى التعاقد، ناهيك عن ضرورة اتصال هذا الغلط بالطرف الآخر، كأن يكون قد وقع فيه هو أيضاً أو كان على علم به أو من السهل عليه أن يتبينه. حيث يعتبر ذلك من الأمور النفسية

¹ - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني - مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار النشر، 1952، ص: 382.

² - ينظر المادة 82 من القانون المدني الجزائري.

³ - محمود جمال الدين زكي، الوجيز في نظرية الالتزام، المرجع السابق، ص: 122.

⁴ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 340.

⁵ - حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 97.

⁶ - حميدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 341.

من الصعب بمكان التدليل عليه، في حين أنه في حالة الالتزام بالإعلام يمكن للدائن التوصل لإبطال العقد حتى ولو لم تتوفر شروط الغلط، باعتبار أن هذا الالتزام يقيم قرينة على افتراض علم المدين بما يهم الدائن من معلومات تخص محل التعاقد نظراً لصفة البائع أو الصانع من كونه محترفاً¹.

إلى جانب ذلك يشترط للتمسك بالغلط أن يكون هذا الأخير معترفاً أي الغلط الذي وقع فيه طالب الإبطال بسيطاً يقع فيه الشخص العادي، في حين أن الالتزام بالإعلام يوجب على المدين به الاستعلام جيداً عن حاجات المشتري حتى يقدم له ما يتناسب وهذه الحاجات وهو ما يعرف بواجب الاستعلام².

ثانياً: إبطال العقد استناداً إلى التدليس:

يعتبر التدليس كذلك من عيوب الرضاء التي لها ارتباط وثيق بالالتزام بالإعلام لما ينطوي عليه من إيقاع المستهلك بطرق احتيالية تدفعه إلى التعاقد بإعطائه بيانات كاذبة وغير كافية.

وللتدليس عنصران: **عنصر مادي** هو استعمال طرق احتيالية و**عنصر نفسي** هو نية التضليل³. وعرف الفقه التدليس بأنه: «استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد⁴». كما عرّف على أنه: «نوع من الغش يصاحب تكوين العقد».

ودون الخوض في التفاصيل كون المقام لا يتسع لذلك، فإنّ السؤال الذي يطرح هو ما مدى كفاية اعتبار التدليس أساساً لإبطال العقد كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام؟.

من الواضح أنّ الطرق الاحتيالية قد تتخذ صورتين، إذ تقتصر على كتمان الحقيقة وإخفاء البيانات التي لو اطلع عليها الدائن لما أقدم على التعاقد وهو الجانب السلبي في التدليس، كما قد يتخذ المدين موقفاً إيجابياً بتقديمه بيانات كاذبة ومضللة تغري المشتري وتدفعه إلى التعاقد⁵. على أننا سنتعرض إلى الموقفين لمعرفة إمكانية اعتبارهما تدليساً يمكن يمكن اتخاذهما أساساً لإبطال العقد.

إذ وبالنسبة إلى اتخاذ المدين موقفاً إيجابياً فإنّ هذا الأخير يعمد إلى تقديم بيانات خاطئة مخالفة للحقيقة والواقع بإثباته وجود أمور معينة في محل العقد رغم خلوها منها⁶.

¹ - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق - جامعة أسيوط، العدد 13، 1990، ص: 272.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 343. و حسن جميعي، المرجع السابق، ص: 296.

³ - المادتين 86 و 87 من القانون المدني الجزائري.

⁴ - علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام - مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، د.م.ج، 1998، ص: 60.

⁵ - موالك بخته، الحماية الجنائية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص: 39.

⁶ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 345.

على أنّ هذا الكذب إذا تخطى مرحلة امتداح المبيع والثناء عليه بغية دفع المشتري إلى التعاقد، إلى مرحلة التضليل وإخفاء حقيقته فإنّ في هذه الحالة تعتبر وسيلة احتيالية من وسائل التدليس¹.

أمّا إذا اقترن هذا الكذب بأعمال مادية أشدّ جسامة كتقديم وثائق مزورة عن محل العقد لدفع المشتري إلى التعاقد فإننا نكون أمام جريمة التزوير والنصب وهو ما يطلق عليه الفقه تسمية التدليس الجنائي²، والذي يستوجب بالإضافة إلى إبطال العقد، أعمال قواعد المسؤولية الجنائية.

وقد يتخذ المهني أو البائع عمومًا موقفًا سلبيًا، فيكون ذلك بسكوته عن الإدلاء للمشتري بالبيانات اللازمة والخاصة بمحل العقد أو كتمانها بعضها ممّا يجعل الإعلام ناقصًا من جانبه³.

وفي هذا الصدد أحدث القانون الفرنسي في مادته 1116 عن اتخاذ وسائل احتيالية لإيقاع المشتري ودفعه إلى التعاقد، الأمر الذي يجعل من الفرض الثاني (الكتمان) لا يدخل ضمن هذه المادة باعتباره أحد وسائل التدليس، ممّا جعل الفقه الفرنسي يتردّد في بادئ الأمر في اعتباره تدليسًا، ذلك السكوت عمدًا عن ملابس أو واقعة دفعت بالمشتري إلى التعاقد، و على إثره درج القضاء⁴.

على أنّ مثل هذا المأزق لم يعرفه القانون الجزائري إذ تعتبر المادة 2/86 تدليسًا السكوت عمدًا عن واقعة أو ملابس إذا ثبت أنّ المدلس عليه ما كان ليبيرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابس، حيث يرى البعض أنّ هذه المادة تعتبر اعترافًا غير مباشر بالالتزام بالإعلام يحق للمضروور المطالبة من خلالها بإبطال العقد للتدليس مع التعويض؛ على أنّ هذا الإخلال يفترض حصوله في مرحلة إبرام العقد لا تنفيذه من شأنه إثارة المسؤولية التقصيرية⁵.

ووفقًا لذلك يعتبر الكتمان احتياليًا في التدليس إذا ورد على واقعة جوهريّة أو ملابس يتعين على المتعاقد الإعلام بها إلى المشتري وفقًا لنص القانون أو وفقًا لفكرة الأمانة التي يجب أن تسود المعاملات⁶.

¹ - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط، المرجع السابق، البند 181، ص: 426. و أنظر كذلك محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 178.

² - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط، المرجع السابق، ص: 345.

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 347.

⁴ - في هذا المعنى ينظر محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 172.

⁵ - بودالي محمد، المرجع السابق، ص: 13.

⁶ - محمود جمال زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 69.

أمّا بفرنسا ونتيجة لهذا التردد فإنّ الفقه والقضاء هناك قصرًا في بادئ الأمر التدليس على الوسائل الإيجابية، حيث كان من الصعب اعتبار السكوت العمدي تدليسًا على اعتبار أنّه لا يوجد إلزام إيجابي على الشخص بأن يقول الحقيقة كلها وفقًا الفردي الذي تمخض عنه مبدأ سلطان الإرادة¹.

ومحاولة منه تجاوز الأزمة فإنّ الفقه اعتبر الكتمان أو السكوت " silence ou réticence" من الوسائل الاحتيالية التي ينشأ منها التدليس متى كان الشخص الذي التزم الصمت أو الكتمان ملزمًا بإعلام الطرف الآخر بالبيانات التي سكت عنها بموجب نص قانوني أو اتفاق أو بما توجبه الثقة والأمانة في التعامل².

وهكذا فإنّ غالبية الفقه في فرنسا يرى عدم ضرورة إثبات توافر القصد في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام، وتقرير إمكانية إبطال العقد ولو كان إخلال المدين وسكوته عن الإدلاء بالبيانات الضرورية ناشئًا عن مجرد إهمال أو سهو بقصد التضليل³.

ورغم ما قيل في صدد إمكانية اعتبار الكتمان تدليسًا يوجب إبطال العقد لمصلحة من وقع عليه التدليس بالإضافة إلى المفهوم الواسع الذي أُعطي للتدليس باعتبار أنّ الكتمان أو السكوت هو صورة من صور الإخلال بالالتزام بالإعلام، إلا أنّ جانب من الفقه خاصة بفرنسا يرى بحق صعوبة التسليم ومن ثمّ يشككون في كفاية التدليس كأساس للإبطال في كافة حالات الإخلال بالالتزام بالإعلام.

وهكذا تعاقبت فكرة اتخاذ من التدليس أساسًا لإبطال العقد نتيجة الكتمان، جملة من المؤاخذات والتي صبّت في نفس الاتجاه للانتقادات التي وجهت إلى فكرة الغلط أهمها صعوبة الإثبات، حيث يشترط العنصر المعنوي في التدليس والمتمثل في وجود نية التضليل.

ورغم تساهل القضاء في شأن الإثبات إلا أنّه أبقى على ضرورة أن يثبت الدائن أنّه من دون ما قام به المدلس من وسائل تدليسية ما كان ليُقدّم على التعاقد أو لأقدم ولكن بشروط مغايرة⁴.

¹ - علي فيلالي، الالتزامات - النظرية العامة للعقد، موفم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2001، ص: 129.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 350.

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع نفسه، ص: 351.

⁴ - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص: 295.

وعلى إثر ربط القضاء وفي مناسبات عديدة الالتزام بالإعلام بهذا النوع من التدليس وأمام ما يستلزمه هذا الفرض من وجوب أن يثبت المتعاقد أنه ما كان ليبرم العقد بنفس الشروط لو أنه أعلم جيداً بحقيقة المبيع الأمر الذي دفع غالبية الفقه إلى المناداة بضرورة وضع قواعد تحكم الالتزام بالإعلام و تقرّر الجزاء المناسب في حالة الإخلال به¹.

الفرع الثاني: إبطال العقد تأسيساً على نظرية ضمان العيوب الخفية :

لقد ألزمت المادة 379 ق.م.ج و ما بعدها البائع عمومًا بالضمان إذا ما توافرت شروط معينة من عدم اشتغال المبيع على الضمانات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو ظهور عيب المبيع ينقص من قيمته أو الانتفاع به حسب الغاية المحددة في العقد أو بحسب طبيعة الشيء و الغرض الذي خصص له، كذلك إذا كان العيب خفياً أو قديماً وكان المشتري غير عالم به فإنّ على البائع أن يضمن هذا العيب².

وتبعاً لذلك يكون البائع ملزماً بمعرفة الشيء المبيع وبالتبعية يرتكب خطأً جسيماً يشبه التدليس إذا هو لم يعرف أو لم يكشف عن العيوب التي يجب الكشف عنها بحكم اختصاصه³.

ويعرّف العيب على أنه "الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة"⁴. على أنّ ما جاءت به المادة 379 م.ج (وتقابلها المادة 447 م المصري) من اعتباره عيباً، عدم اشتغال المبيع على الصفات التي كان قد تعهد بها البائع للمشتري، وقد وسّع من مفهوم فكرة العيب، حيث أصبح معنى العيب لا يقتصر على وجود آفة في المبيع ناتجة عن خلل في التركيب أو التصنيع.

ويذهب جانب من الفقه بتوسّعه في مفهوم العيب إلى حدّ اعتبار قلّة صلاحية أو عدم كفاءة المبيع لتأدية الغرض المخصص له من قبيل العيب، حيث يؤدي ذلك إلى عدم إشباع حاجات المشتري الأمر الذي يخوّل له الرجوع على البائع بدعوى الضمان⁵.

1- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 179.

2- المادة 379 من ق.م. الجزائري.

3- محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، المرجع السابق، ص: 168.

4- حسن قداد، المرجع السابق، ص: 173.

5- حسن جميعي، شروط التخفيف و الإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، 1993، ص: 197.

ولعلّ هذا المعنى تصمّنته المادة 386 ق.م.ج والتي نصّت على التزام البائع بضمان صلاحية المبيع دون أن يغني ذلك عن ضمان العيوب الخفية، وكذلك ما نصّت عليه المادة 03 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلّق بضمان المنتجات والخدمات والتي أوجبت على المحترف أن يضمن سلامة المنتج من أيّ عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له. والواقع أنّ المادة 379 المذكورة أعلاه أعطت الحق للمشتري في حالة وجود عيب بالمبيع المطالبة بالتعويض يستوي في ذلك أن يكون البائع عالمًا أو غير عالم بالعيوب؛ وللضمان الذي يقوم به البائع اتجاه المشتري 03 أوجه و المتمثلة في إصلاح المنتج أو استبداله إذا بلغ حدًا من الجسامة يجعل من المنتج غير صالح للاستعمال جزئيًا أو كليًا على الرغم من إصلاحه. أو استرداد الثمن عندما يستحيل إصلاح العيب وفي هذه الحالة يمكن للمشتري المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء ردّ المنتج واسترجاع الثمن.

وقد أدّى هذا التوسع في مفهوم العيب من طرف القضاء الفرنسي في بادئ الأمر إلى التداخل بين الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان العيوب الخفية وهذا حتّى يتيح للمشتري الخيرة بين هذين الالتزامين كي يجد سبيلًا للحصول على التعويض، خاصة إذا أغلق الباب أمامه في اللجوء إلى دعوى الضمان منا في حالة مُضي المهلة القانونية المقررة للدعوى¹، الأمر الذي دفع بجانب من الفقه اعتبار الالتزام بالإعلام جزءًا لا يتجزأ من الالتزام بالضمان.

ومهما يكن من أمر، ورغم التقارب الموجود بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالضمان الأمر الذي أدّى إلى القول بإمكان إبطال أو فسخ العقد كجزاء عن الإخلال بالأول تأسيسًا على الثاني، إلّا أنّه وحسب رأي جانب من الفقه لا يعني ذلك أنّ المطالبة بإبطال العقد أو فسخه للإخلال بالالتزام بالإعلام يكون وفقًا لالتزام بضمان العيوب الخفية أو بالضمان عامة².

ويبرر هذا الموقف اعتبارات عدّة أهمها أنّ الالتزام بالضمان يقتصر على الحالات التي يشوب فيها المبيع عيبًا مؤثرًا، هذا إلى جانب الشروط الواجب توافرها في العيب من قدم و تأثير وخفاء³. أمّا الالتزام بالإعلام فإنّه يتسع نطاقه ليشمل إمكانية إبطال العقد أو

¹ - حسن جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 79.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 359.

³ - السنهوري، الوسيط - البيع و المقايضة، الجزء الرابع، البند 366، حسن قداة، المرجع السابق، ص: 174 و ما بعدها.

فسخه لنقص في البيانات سواء تلك المتعلقة بالخصائص الجوهرية أو كيفية الاستعمال والتحذير من ذلك أو عدم ملائمة المبيع لحاجات المشتري، فتعجز بذلك الدعوى الناشئة عن ضمان العيوب الخفية عن استيعاب الدعوى الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام¹ يضاف إلى ذلك صعوبة الإثبات التي تتعرض دعوى ضمان العيوب الخفية من وجود العيب في حين أنّ الالتزام بالإعلام يفترض وجود تعامل مع شخص محترف كالمنتج مثلاً الذي يسهل على المشتري إثبات الخطأ في جانبه بافتراض علمه بمحل العقد².

الفرع الثالث: إبطال العقد تأسيساً على المادة 352 ق.م.الجزائري

ذكرنا من قبل أنّ المادة 352 ق.م نصت على وجوب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع عالماً كافيًا من خلال اشتغال العقد على بيان محل العقد وأصافه الأساسية بياناً يمكن من تعرفه، على أنّ نفس المادة جاءت لتصرّح في فقرتها الثانية بقابلية إبطال العقد كجزاء عن عدم علم المشتري بمناسبة حديثها عن سقوط حق المشتري في طلب الإبطال لعدم العلم الكافي بالمبيع إذا ذكر في عقد البيع أنّه عالم به وهذا بمفهوم المخالفة، حيث نصت « وإذا ذكر في عقد البيع أنّ المشتري عالم بالمبيع سقط حقه في طلب إبطال البيع بدعوى عدم علمه به إلا إذا ثبت تدليس البائع».

كما أنّ الفقه لاسيما المصري (إذ تقابل المادة 352 المادة 419 ق.م. المصري) ورغم اتفاقه لدى تفسيره للمادة على أنّ جزاء عدم العلم الكافي بالمبيع يعطي للمشتري الحق في طلب إبطال العقد بطلاناً نسبياً، إلا أنّهم اختلفوا حول مدى ارتباط أو استقلالية القابلية للإبطال لعدم العلم الكافي للمبيع بالقابلية للإبطال للغلط كعيب في الإرادة³؛ وهذا كذلك لاختلافهم حول تكييف طبيعة شرط العلم الكافي بالمبيع ذاته فانقسم الفقه إلى رأيين:

➤ **الرأي الأول:** يرى أنّ طلب الإبطال لعدم العلم الكافي للمبيع طبقاً لنفس المادة يعدّ طلباً على أساس الغلط كعيب في الإرادة، إذ أنّ عدم توافر العلم الكافي يعدّ غلطاً في صفات المبيع الجوهرية يترتب عليه قابلية العقد للإبطال على أنّ عدم العلم في هذه الحالة يتضمّن قرينة بسيطة على وقوع المشتري في الغلط أي أنّ الغلط هنا غلط مفترض لا يطالب المشتري بإثباته، حيث يتعيّن على البائع تبعاً لذلك إثبات العكس وهو عدم وقوع المشتري في غلط رغم عدم علمه بالمبيع⁴. فالجديد في نظر هذا الرأي هو أنّ المادة جعلت الغلط

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 359.

2- حسن جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 80.

3- عبد العزيز المرسي، المرجع السابق، ص: 383.

4- المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 383 وما بعدها، وكذلك أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 133 و ما بعدها.

مفترضاً في جانب المشتري وهذا في الحالات التي لم يحدّد فيها البائع الأوصاف الأساسية للمبيع ولم يكن المشتري قد رأى المبيع أو أقرّ بعلمه به¹.

➤ **أما الرأي الثاني:** هو الرأي السائد والراجح لدى الفقه المصري خاصة هو أنّ الأخذ بالرأي الأول يؤدي إلى التضييق من حكم المادة السالفة الذكر تضييقاً يكاد يعدم الفائدة المرجوة منها، حيث يرى بحق ضرورة طلب إبطال العقد لعدم العلم الكافي مستقلاً عن أحكام الغلط².

ووفقاً لهذا الرأي فإنّه يكفي المشتري لإبطال العقد في هذه الحالة أن يثبت أنّه لم يعلم بالمبيع لا عن طريق البطلان النسبي عدم العلم الكافي بالمبيع حتّى ولو لم يقع المشتري في أيّ غلط ولو وُجد المبيع مطابقاً لما تصوّره، ممّا يُدعم القول أنّ المادة جاءت بحكم موضوعي هو وجوب علم المشتري الكافي بالمبيع مستقلاً عن أحكام الغلط أو عن أيّ حكم آخر كشرط تعيين المحل والذي هو شرط في العقود بصفة عامة قرّر له القانون البطلان المطلق كجزاء عن مخالفته، وهذا لما تفرّضه طبيعة عقد البيع ذاته من أنّ المبيع يكون في حيازة البائع قبل التعاقد، وأنّ الوسيلة الوحيدة لعلم المشتري هي تحميل البائع التزاماً بالإعلام بكافة أوصاف التعاقد، وأنّ الوسيلة الوحيدة لعلم المشتري هي تحميل البائع التزاماً بالإعلام بكافة أوصاف المبيع الأساسية³.

على أنّ البطلان الذي قرّره نفس المادة هو البطلان النسبي "الذي يتمسك به من تقرّر هذا الأخير لمصلحته".

أي المشتري⁴. ولهذا يمتنع على البائع التمسك به تحت أيّ حجة كعدم علم المشتري بالمبيع أو عدم علمه هو بهذا الأخير، حيث أنّ حكم هذه المادة مأخوذ أصلاً من أحكام خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية والمقرّر لمصلحة المشتري وليس للبائع⁵.

وفي هذه الحالة يشترط لثبوت حق المشتري في طلب الإبطال لعدم علمه الكافي بالمبيع أن يثبت وجود التزام بالإعلام بحقيقة المبيع لصالحه على عاتق البائع وأنّ هذا الأخير قد اخلّ بالتزامه هذا.

1- أحمد حسن قداة، شرح القانون المدني الجزائري، المرجع السابق، ص: 174.

2- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، المرجع السابق، ص: 139.

3- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 139.

4- محمود زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 242. و محمد حسنين، الوجيز في نظرية الالتزام، المرجع السابق، ص: 76 وما بعدها.

5- حمي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 363. كما أنّ هذا الحكم ورد في القانون الجزائري من خلال المادة 99 ق المدني، حيث جاء فيها «إذا جعل القانون لأحد المتعاقدين حقاً في إبطال العقد فليس للمتعاقد الآخر أن يستمسك بهذا الحق».

لهذه الاعتبارات يرى جانب من الفقه أنّ المادة السالفة الذكر (352 ق.م. المقابلة للمادة 419 ق.م. المصري) تعتبر نصًا كافيًا لتقرير البطلان في حالة إخلال البائع بالتزامه بالإعلام للمشتري ببيانات المبيع وأوصافه الأساسية¹، حيث يذهب الأستاذ "حمدي سعد" إلى أنّه وفي ظلّ التقدّم الكبير في صناعة المنتجات وحتّى ولو وجد المبيع في حوزة المشتري عند البيع فإنّ ذلك لا يغني المشتري عن العلم الكافي بالمبيع والذي لا يتحقق إلاّ بالإعلام لهذا الأخير ببيانات وأوصاف المبيع الجوهرية، فيكون بذلك بطلان العقد الذي تضمّنته هذه المادة جزاءً عامًّا لعدم العلم سواء نتج عن عدم تمكن المشتري من تحصيل هذا العلم بنفسه عن طريق رؤية المبيع أو معاينته أم نتيجة لتقصير البائع في الإفضاء له بهذه البيانات والأوصاف².

على أنّه ولما كان حق المطالبة بإبطال العقد مقصورًا على المشتري دون البائع على هذا النحو فإنّ هذا الحق يسقط بأسباب متعدّدة منها ما تقضي به القواعد العامة كالإجازة³؛ وكذا ما أورده المادة 352 م.ج. بإقرار المشتري في عقد البيع أنّه عالم بالمبيع؛ على أنّ جانبًا من الفقه يرى وبالنسبة إلى السبب الأخير، أنّ إقرار المشتري بهذا العلم لا يجب اعتباره سببًا لسقوط الحق في طلب الإبطال، وإنّما يعتبر فقط قرينة على تحقق علم المشتري بالمبيع تحول دون قيامه بطلب الإبطال لعدم العلم وهي قرينة قابلة لإثبات العكس، إذ يجوز للمشتري أن يقيم الدليل على جهله بالمبيع رغم إقراره بذلك⁴. حيث أنّ الأخذ بهذا الرأي من شأنه توفير حماية أكبر للمستهلك والمشتري عمومًا خاصة إذا علمنا أنّه عادة ما يتمّ في العقود المطبوعة مسبقًا والمحرّرة من طرف البائع إدراج هذا الإقرار ضمن بنود العقد بطريقة تكون خفية عن الأعين سواء بوضعها في ظهر العقد أو بكتابتها بحروف دقيقة يصعب على المستهلك إدراكها⁵.

كما أنّه ولما كانت أحكام العلم الكافي بالمبيع مأخوذة من أحكام خيار الرؤية فإنّ طلب الإبطال لعدم العلم يسقط بنفس الأسباب التي يسقط بها حق المشتري في خيار الرؤية كما لو تصرف المشتري في المبيع (ببيعه أو رهنه أو إيجاره أو وهبه)، أو بهلاك المبيع في يد الأخير أو تحوّلته إلى شيء آخر يصعب معه إرجاعه إلى البائع على الحالة التي كانت عليها

¹ - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك، المرجع السابق، ص: 274. و حمدي سعد، المرجع السابق، ص: 364.

² - حمدي سعد، المرجع السابق، ص: 365.

³ - المادة 100 من ق.م. الجزائري، و عرّف الفقه الإجازة بأنّها تصرف قانوني من جانب المتعاقد الذي تقرّر الإبطال لمصلحته يقصد به النزول عن حقه في طلب الإبطال وهي لا تحتاج إلى قبول الطرف الآخر ولا يستطيع المجيز الرجوع عنها بعد صدورها منه كما أنّها لا تصحّ إلاّ إذا صدرت بعد زوال السبب الذي جعل العقد قابلاً، محمود زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 228. و السنهوري، مصادر الحق في الفقه الإسلامي، المرجع السابق، ص: 116 و ما بعده. أمّا بخصوص موضوع الالتزام بالإعلام فإنّ حق التمسك بالإبطال يسقط إذا لم يتمسك به المشتري بعد تحقق العلم في جانبه في هذه الحالة. المرسى حمود، المرجع السابق، ص: 387.

⁴ - المرسى حمود، المرجع السابق، ص: 390.

⁵ - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 140.

وقت التسليم، مع ملاحظة أنّ هذا الحكم الأخير لا تأخذ به المادة 103 ق.م.ج بتقريرها صراحة أن المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل العقد في حالة بطلان العقد أو إبطاله فإن كان ذلك مستحيلاً جاز الحكم بتعويض معادل.

رغم ما قيل في صدد إمكانية تأسيس الإبطال على المادة 352 ق.م.ج كجزء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، فإنّ السؤال الذي يطرح نفسه هو ما محل الخدمات من هذا الحكم خاصة وأنّ هذا الأخير جاء بشأن عقد البيع؟.

ما يلاحظ بخصوص هذا الوضع هو غياب حكم عام يشمل جميع أنواع العقود بما في ذلك الخدمات بين الجزاء المناسب في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام.

كما أنّ التوسع في تفسير المادة والقول بضرورة الأخذ بالجزاء الذي جاءت به في مجال الخدمات غير وارد باعتبار أنّ هذه الأخيرة تحكمها قواعد خاصة في مجال الالتزام بالإعلام غير تلك الخاصة بعقد البيع الأمر الذي جعل جانباً من الفقه لا يتردد في الحديث عمّا سمّاه بيع الخدمات تمهيداً لتطبيق أحكام عقد البيع بالرغم من أنّ القواعد المترتبة عن عقد البيع متميزة وتشكّل طائفة متجانسة مهما كانت طبيعة الشيء أو المنتج المبيع، في حين أنّ تقديم الخدمات يرجع إلى عقود شتى و مختلفة يعوزها هذا التجانس¹.

وأمام هذا الوضع فإنّه بات من الضروري إصدار نصوص قانونية تعالج هذا الأمر من خلال تقرير الجزائر المناسب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام على الأقل بالنسبة للخدمات، إذا ما سلّمنا أنّ الإخلال بهذا الالتزام في مجال عقد البيع بما في ذلك بيع السلع قد تكلفت به المادة 352 م.ج. بتقريرها البطلان النسبي كجزء عن الإخلال به على نحو ما بيّناه في هذا المقام.

المطلب الثاني: قابلية العقد للفسخ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

لقد أدت الانتقادات الموجهة إلى الحلول التي جاءت بصدد إمكانية إبطال العقد كجزء عن الإخلال بالالتزام لاسيما تلك المتعلقة بتأسيس هذا البطلان على مبدأ سلامة الرضاء أو ضمان العيوب الخفية (رغم التوسع الذي عرفته فكرة التدليس من اعتبار القضاء الفرنسي الكتمان تدليساً من جانب البائع واعتبار عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض الذي أُقْتِنِي من أجله من قبيل العيب الموجب للإبطال) إلى بروز اتجاه فقهي حديث يمثل الأغلبية بفرنسا سايره في ذلك القضاء، يسمح لمن اختلّ حقه في الإعلام أن يطلب فسخ العقد كجزء

¹ - بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في عقود الخدمات، المرجع السابق، ص: 04.

عن هذا الإخلال دونما حاجة إلى تأسيس الجزاء على نظريات ومبادئ، على اعتبار أنّ الالتزام بالإعلام كافيًا لإعطاء المشتري هذا الحق بالإضافة إلى طلب التعويض¹. ولعلّ فكرة طلب الفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام والتي نادى بها أغلبية الفقه بفرنسا تعود إلى خلو القانون الفرنسي من نص يتضمّن المعنى الذي جاءت به المادة 419 م. المصري وهي نفسها المادة 352 ق.م. الجزائري السالفة الذكر.

الفرع الأول: جواز الجمع بين الفسخ و التعويض.

لقد أيدّ الفقه الحديث بفرنسا ضرورة تقرير الفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام و سايره القضاء في ذلك من خلال العديد من أحكامه، رغم أنّ نفس القضاء قرّر وفي أحكام أخرى بطلان العقد لمصلحة المشتري كجزاء عن هذا الإخلال، خاصة إذا تعلّق هذا الأخير بكتمان لعض البيانات أو بتقديم معلومات خاطئة مع إمكانية المطالبة بالتعويض مقترنًا بهذا الإبطال إذا نتج عن هذا الإخلال ضرر للمشتري.

وإذا كان القضاء قد أعطى للمشتري الحق في طلب الفسخ على هذا النحو، فهل لهذا الأخير وإلى جانب ذلك الحق في المطالبة بالتعويض عن الأضرار الناشئة عن هذا الإخلال؟.

لقد تصدّى الفقه لهذا الغرض و أبدى تأييده بأنّ الإخلال بالالتزام بالإعلام يعطي للدائن الحق في المطالبة بفسخ العقد أو إبطاله مع تعويض الأضرار الناشئة عن ذلك². أي أنه يجوز الجمع بين الجزاء المقرّر والتعويض سواء تعلّق الأمر بالفسخ أو البطلان.

ولقد اعتبر الفقه أنّ التعويض في هذه الحالة يعتبر جزءًا تكميليًا للبطلان وأنّ البطلان أو الفسخ ليسا كافيين لتعويض الدائن عمّا لحقه من أضرار أو ردع ارتكبه المدين من خطأ³.

وأنّ الدعوى المتعلقة بالمسؤولية مستقلة تمامًا عن الدعوى المتعلقة بالجزاء (البطلان أو الفسخ) كما أنّها قد تكون مؤسسة على نفس الفعل.

ولقد أيدّ القضاء هذا الفرض و سمح في العديد من أحكامه بطلب الفسخ مع التعويض استنادًا إلى إخلال البائع بالتزامه بالإعلام عندما ينتج الضرر عن عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه والذي أراده المشتري.

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 366-367.

¹ - حسن جمعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك، المرجع السابق، ص: 279.

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 375.

ومن هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من تمكين المشتري من فسخ العقد والحصول على التعويض، حيث تعلّق الأمر بمبيدات حشرية والتي لم تكن صالحة لأداء وظيفتها في إبادة الحشرات بشأن نوع معيّن من المزروعات.

على أنّ الحق في التعويض من خلال هذا الحكم أعطاه القضاء استناداً إلى تقصير البائع في الالتزام بالإعلام عن شروط استخدام المبيدات ونوعية المزروعات وظروف الاستخدام التي تؤدي إلى الغرض المقصود وأنّ المطالبة بهذا التعويض كان من خلال المسؤولية العقدية¹ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام أنّ الدعوى المتعلقة بهذا الأخير يقيدّها ضرورة وقوع الضرر حتّى يمكن المطالبة بهذا التعويض².

وكذلك ما قضت به من فسخ بيع قطعة أرض وإلزام البائعة بتعويض ما لحق المشتريين من أضرار لتقصيرها في حثّ انتباههم للصفات الجوهرية للأرض وعدم ملائمتها للغرض الذي يقصدونه وهو الحصول على قطعة أرض مخصّصة للبناء.

هذه الأحكام وإلى جانب أحكام أخرى كلها جاءت لتؤكد هذا المعنى، وإعطاء من ثمّ لمن اختلّ حقه في الإعلام بالإضافة إلى المطالبة بالفسخ، طلب التعويض عمّا أصابه من ضرر.

على أنّ السؤال يبقى مطروحاً بالنسبة إلى تحديد طبيعة المسؤولية والتي على أساسها قضي بالتعويض وعمّا إذا كانت عقدية أو تقصيرية وكذا شروط تقريرها، وعن التعويض ذاته، تقريره ونطاقه، بالإضافة إلى الجزاء الجنائي المقرّر في حالة الإخلال بالبيانات التي أوجب القانون الإفضاء بها إلى المستهلك بخصوص بعض أصناف المنتوجات، وهو ما سنعالجه بشيء من التفصيل من خلال المبحث الموالي.

المبحث الثاني: المسؤولية المدنية و الجنائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

لقد استهدفت القوانين والشرائع ومنذ أمدّ حماية رضاء المتعاقد بأن يصدر حرّاً وسليماً و سن في سبيل ذلك نصوصاً تنظم نصوصاً العيوب التي قد تلحق الرضا من تدليس و غلط وإكراه واستغلال إلا أنّ هذه الوسائل التقليدية وفي ظلّ التطور التكنولوجي والعلمي الذي شهده عالم المنتجات المتطورة والمعقدة في غالبيتها في ذلك الخدمات لا تعتبر كافية لحماية هذا الرضاء نظراً لما تتطلبه ذات الوسائل من شروط قاسية نوعاً ما يصعب على المتعاقد الذي عيب رضاءه إثباته.

من هذا المنطلق فرض القضاء الفرنسي - تبعته بعد ذلك بعض النصوص القانونية بخصوص بعض الحالات- التزاماً عاماً بالإعلام على عاتق الطرف الأكثر درايةً بمحل

¹ - سيتمّ التطرّق تفصيلاً لطبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام من خلال المبحث الثاني من هذا البحث.

² - حسن جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 80.

العقد وبمكوناته حماية لهذا الرضاء وحتّى يصدر على علم وبصيرة، وجعل المخالفة لهذا الالتزام تستوجب مسؤولية المخالفة المدنية¹ بغية تحقيق التوازن في العلاقة العقدية بين المشتري غير الخبير و البائع المحترف².

وقد يترتب على مخالفة الالتزام بالإعلام وقوع أضرار مادية أو جسدية ممّا يدفع بالمضرور إلى المطالبة بالتعويض عمّا لحقه من أضرار، الأمر الذي يدعونا إلى البحث في المسؤولية المدنية من خلال التعرّض لطبيعتها وشروطها، وفي مدى تقرير التعويض كأثر لهذه الأخيرة و نطاقه (مطلب أول)، على أنّ هناك التزامات خاصة بالإعلام نصّت عليها اغلب القوانين المعاصرة منها القانون الفرنسي وسائره في ذلك القانون الجزائي من خلال النصوص التشريعية المعاصرة والتي تتعلق بالإعلام بالبيانات (الوسم عمومًا)؛ وكذا الإعلام بالأسعار وشروط البيع، وهذا بخصوص بعض المنتجات والخدمات، حيث استوجب القانون على مخالفتها إقامة المسؤولية الجنائية ورتب جزاءات تتناسب وكل نوع من هذه الالتزامات (مطلب ثاني).

المطلب الأول: المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

قد يؤدي الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى تعرّض المشتري إلى أضرار مادية وجسدية جسمية لا يكون الفسخ أو البطلان جزاءً كافيًا لجبرها، على أنّ هذه الأضرار قد تكون ناتجة عن نقص في البيانات المتعلقة باستخدام المبيع والتحذير من مخاطره ممّا يؤدي الاستعمال الخاطئ له إلى أضرار بليغة. كما قد يطال هذا النقص بيانات متعلقة ببيان أوصاف البيع الجوهرية ممّا يؤدي إلى عدم ملائمة هذا الأخير للغرض الذي ابتغاه المستهلك فيتسبب ذلك في خسائر مادية و تفويت الفرصة على الأخير، من هذا تأتي رغبة المشتري المضرور في إقامة مسؤولية المحترف ومطالبته عمّا لحقه من أضرار.

لذا وجب البحث من خلال هذا المطلب في طبيعة هذه المسؤولية (فرع أول) لما لها من تأثير على تحديد الشروط الواجبة لقيامها (فرع ثاني) وذلك بغية الوصول إلى تعويض المشتري كأثر لهذه المسؤولية (فرع ثالث).

الفرع الأول: طبيعة المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

إنّ تحديد طبيعة المسؤولية المترتبة عن إخلال البائع بالتزامه بالإعلام من شأنه تحديد الأساس الذي تبنى عليه المطالبة بالتعويض و عمّا إذا كان عقدياً أو تقصيريًا.

¹ - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 168.

² - حسن جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 76.

وتعرّف المسؤولية المدنية على أنّها التزام بتعويض ما يلحق الشخص من ضرر بسبب إخلال المدين بالتزامه بناءً على طلب المضرور والذي يكون له النزول عنه أو التصالح عليه، وهي نوعان عقدية وتقصيرية. حيث تكون عقدية في حالة الإخلال بالالتزام عقدي يرتبه العقد، في حين تكون تقصيرية إذا ما أخل المدين بالالتزام فرضه القانون مضمونه عدم الإضرار بالغير¹.

ولقد اختلف الفقه في تحديده لطبيعة المسؤولية الناشئة عن هذا الإخلال بين قائلين بأنّها عقدية (نقطة أولى) و أخرى بأنّها تقصيرية (نقطة ثانية). على أنّ الانقسام في الرأي يعود إلى اختلافهم حول طبيعة الالتزام بالإعلام في حدّ ذاته و مدى كونه تعاقدياً أو قبل تعاقدي كما سبقت الإشارة إليه.

أولاً: الطبيعة التقصيرية للمسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

تعرفّ المسؤولية التقصيرية على أنّها الإخلال بالالتزام عام أمر به القانون، فهي تنشأ بسبب ما يحدثه الشخص للغير الذي لا تربطه به رابطة عقدية من ضرر بسبب خطئه.

ويدخل في نطاق المسؤولية التقصيرية كل أنواع المسؤولية الواجبة خارج النطاق العقدي كمخالفة التزام قانوني، أو تلك الناشئة عن واقعة أو فعل معيّن أيّاً كان لا يتضمن أيّ علاقة بالالتزام موجود مسبقاً أو أنّ دائناً ما تكون له مصلحة في أعمالها، أي المسؤولية التقصيرية وقع ضحية تنفيذ معيب لالتزام عقدي².

وعليه تنشأ المسؤولية التقصيرية من أشخاص لا يرتبطون بعلاقة عقدية فيما بينهم؛ أو وجدت بينهم هذه العلاقة إلا أنّ الضرر نشأ خارج نطاقها كأن يكون هذا الضرر قد نشأ في الفترة السابقة على إبرامها أو اللاحقة على إبطالها³.

إلا أنّه وما يهّمنا في هذا المقام هو معرفة ما إذا كان الإخلال بالالتزام بالإعلام من شأنه أعمال قواعد المسؤولية التقصيرية لتعويض المتضرر عمّا لحقه من جرّاء ذلك.

لقد تأثر جانب من الفقه لاسيما بفرنسا بفكرة مفادها أنّ هناك التزام قبل تعاقدي بالإعلام والالتزام تعاقدي بالإعلام، على أنّ الإخلال بالأول من شأنه أعمال قواعد المسؤولية التقصيرية، على أنّها اعتبار أنّها تنتج عن عمل سابق على إبرام العقد مفاده نقص أو غياب البيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع والتعريف به، في حين اعتبر الإخلال بالثاني يستوجب المسؤولية العقدية إذا كان لهذا النقص أو الانعدام في البيانات تأثير على تنفيذ

¹ - السنهوري، الوسط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، المرجع السابق، ص: 748 و محمود جمال زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 441.

² - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 169 حسن جمعي، مسؤولية المنتج، المرجع السابق، ص: 91 وما بعدها.

³ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق، ص: 405.

العقد والتي تهدف إلى تجنب المستهلك الأضرار التي قد تنتج عن هذا التنفيذ من خلال استخدام السلعة وحيازتها.

على أنّ هذا الاتجاه واجه انتقادات عدّة من طرف غالبية الفقه بفرنسا ومصر؛ إذ يرى هؤلاء أنّ التقسيم لا يعدوا أن يكون نظرياً ومن الصعب التمييز بين الالتزامين ميدانياً¹.

وإذا كان اتفاق هؤلاء و إجماعهم على وحدة الالتزام بالإعلام إلا أنّ الوضع لم يكن كذلك في تحديد طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الالتزام، إذ يرى جانب من هذا الاتجاه أنّ المسؤولية الناشئة عن هذا الإخلال هي مسؤولية تقصيرية.

واستند هذا الاتجاه إلى عدّة اعتبارات و حجج سبق و أن أوردناها في صدد الحديث عن طبيعة الالتزام بالإعلام، إذ يعتبرون أنّ هذا الأخير التزام قبل تعاقدى يجد له تنفيذاً في المرحلة السابقة على التعاقد وقبل أن تولد أية علاقة تعاقدية بين الدائن والمدين به²؛ إذ أنّه وحتى بالنسبة إلى البيانات التي تتعلق بتوضيح طريقة الاستعمال فإنّ المنتج يحرص على بيانها لدفع المستهلك إلى اقتناء هذه المبيعات، أي توجيه إرادته، الأمر الذي يُضفي الطبيعة التقصيرية على المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذه البيانات، ويمكن القول بذلك أكثر دقة إذا ما تعلّق الأمر بواجب التحذير³.

كما أنّ أعمال قواعد المسؤولية التقصيرية من شأنه تقوية موقف المضرور وتحقيق له أكبر حماية خاصة في منع اشتراط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على تعويضات عن كافة الأضرار الناتجة عن هذا الإخلال سواء كانت متوقعة أو غير متوقعة وافترض التضامن بين المدينين بهذه المسؤولية في حالة تعددهم⁴.

كما أنّ الأخذ بهذا الرأي من شأنه خلق نوع من الوحدة في التعامل، أي إخضاع كل المتضررين من جرّاء هذا الإخلال لقواعد مسؤولية واحدة، خاصة إذا ما علمنا أنّ المتعاقد مع المنتج ليس هو وحده المستعمل للمنتج أو المبيع عموماً، كأن يكون المضرور أحد أفراد أسرته أو أحد أقاربه، إذ و بحسب الأصل و في ظلّ عدم وجود أيّ رابطة تعاقدية بينهم وبين المنتج، فمسؤولية هذا الأخير في مواجهتهم تعدّ مسؤولية تقصيرية⁵.

¹ - حيث يرى هذا الاتجاه أنّ الإخلال بالإعلام أثناء تكوين العقد يمتدّ إبطال مرحلة تنفيذه و بالتالي لا ضرورة لفصل الالتزامين و من ثمّ هناك التزام واحد بالإعلام.

² - حمدي احمد سعد، المرجع السابق، ص 406.

³ - محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص: 24 و ما بعدها.

⁴ - ينظر حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 407.

⁴ - حسن جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 93.

وبمفهوم المخالفة لدى هذا الاتجاه فإنّ القول بالطبيعة العقدية لهذه المسؤولية من شأنه إضفاء نوع من اللامساواة في التعامل ويجعل من المتعاقد مع المنتج في وضع أسوأ من الغير والذي يستفيد من مزايا تطبيق المسؤولية التقصيرية.

ثانياً: الطبيعة العقدية للمسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

ثمة اتجاه حديث ونتيجة رفضه التميّز بين نوعي الالتزام بالإعلام لعدم تماشيه مع الحقيقة، يرى ضرورة تسليم بوحدة الموضوعات المتعلقة بهذا الالتزام والتي تجعل منه التزاماً واحداً بالإعلام وهو من طبيعة عقدية .

- مناداة الفقه بضرورة إضفاء الطبيعة العقدية:

استند أصحاب هذا الرأي في مناداتهم إلى ضرورة إضفاء الطبيعة العقدية على المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإخلال إلى أنّ عدم التنفيذ لهذا الالتزام يكتشف لا محالة بعد انعقاد العقد وفي نطاق التنفيذ له، ناهيك عمّا يمثله القول بتقسيم الالتزام بالإعلام إلى تعاقدية وقبل تعاقدية من خطورة في إجبار المشتري بالنسبة للضرر الناشئ عن عدم الإعلام سواء قبل أو بعد إبرام العقد على تجزئة وفصل الدعاوي وإسنادها إلى أساسين أحدهما عقدي والآخر تقصيري في حين أنّ مبدأ عدم الجمع بين نظامي المسؤولية يمنع ذلك¹.

والمسؤولية العقدية هي جزاء الإخلال بالالتزام عقدي يشترط لتطبيق قواعدها ووفقاً للقواعد العامة وجود علاقة بين المسؤول والضحية ناتجة عن العقد نفسه، ولتحقيق هذا الشرط يفترض وجود رابطة عقدية صحيحة وصالحة لترتيب الالتزامات وأن يكون الضرر الذي يستوجب التعويض سببه الإخلال بأحد الالتزامات الناتجة عن هذه العلاقة؛ أي أنّها تدخل ضمن الرابطة العقدية، ووفقاً لذلك يكون تقرير المسؤولية العقدية بحسب الأصل قاصراً على أطراف العلاقة العقدية دون سواهم.

ويستند أصحاب الرأي في تقريرهم للطبيعة العقدية إلى أنّ هناك حالات تعتبر فيها المسؤولية عقدية رغم أنّ الخطأ قبل عقدي، لا تظهر نتائجه إلاّ أثناء التنفيذ كما في حالة الالتزام بالضمان وهو التزام من طبيعة عقدية جزاؤه فسخ العقد، حيث غالباً ما يمثل وسيلة لإصلاح وضع معيب سببه غلط موجود منذ إبرام العقد لكنّه لم يكتشف إلاّ أثناء تنفيذه².

¹ - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 180 و ما بعدها.

² - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 182.

ومن ناحية أخرى فإنّ هناك أشخاص لا ينتمون إلى العلاقة العقدية ومع ذلك يمكنهم التمسك بالمسؤولية العقدية كإقرار القضاء حق المشتري الأخير في سلسلة البيوع المتعاقبة الرجوع على المنتج بدعوى المسؤولية العقدية المباشرة¹.

وكذلك السماح للقائم على تنفيذ العمل "Maître D'ouvrage" الحق في الاستفادة من كل الحقوق والدعاوى التي تتعلق بالمسؤولية مثله في ذلك مثل المشتري تماماً في مواجهة الصانع على أساس مسؤولية عقدية مباشرة، وهذا لعدم صلاحية المنتج للغرض المخصّص له².

على أنّ ما يهّمنا في هذا المقام هو مسألة موقع المسؤولية العقدية هته من المخالفة للالتزام بالإعلام ومدى اعتبارها كذلك من عدمه.

ومن المعروف أن يستوي لقيام المسؤولية العقدية أن يكون الضرر نتيجة الإخلال بالتزام رئيسي في العقد كالتزام البائع بنقل ملكية المبيع، أو التزام ثانوي كالتزام المشتري بمصروفات العقد، وفي هذه الحالة الأخيرة فإنّه يستوجب الرجوع لإرادة المتعاقدين لمعرفة الالتزامات الناشئة عن العقد، ويجب أن يوضع في الاعتبار هنا أنّ العقد لا يقتصر على إلزام العاقد بما ورد فيه و لكنّه يتناول ما هو من مستلزمات وفقاً للقانون والعرف والعدالة وحسب طبيعة الالتزام³.

ووفقاً لذلك يستوجب على القاضي الأخذ بهذه القاعدة العامة في تحديده للالتزامات الثانوية الناشئة عن العقد من بينها الالتزام بالإعلام والتي قد يؤدي الإخلال بها إلى أعمال قواعد المسؤولية العقدية.

من هذا المنطلق أيضاً يؤسس القائلون بالطبيعة العقدية للمسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام وهو الاتجاه الغالب بفرنسا على اعتبار أنّ هذا الالتزام هو من مستلزمات العقد و ناشئ عنه.

ووفقاً لذلك يرى أنصار هذا الاتجاه أنّ مسؤولية البائع عن إخلاله بالتزامه بالإعلام هي مسؤولية عقدية كون التزام هذا الأخير التزام عقدي يعتبر الإخلال به خطأ عقدياً يثير المسؤولية العقدية على عاتق مرتكبه بتعويض الضرر الحاصل ولو كان واقعاً لدى تكوين العقد⁴.

وتستند المسؤولية العقدية وفقاً لهذا الاتجاه إمّا إلى العقد ذاته وفقاً لنظرية الخطأ في تكوين العقد التي نادى بها الفقيه "Ahering" والذي يرى أنّ الخطأ الذي يقع

1- حسن جميعي، المرجع السابق، ص: 100.

2- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 182.

3- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 410.

4- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 394.

بمناسبة إبرام العقد وحال دون إبرامه أو أدى إلى إبطاله هو خطأ عقدي يثير المسؤولية العقدية، كما قد تستند المسؤولية في هذه الحالة إلى اتفاق ضمني يتعهد بمقتضاه كل عاقد للآخر بضمان صحة العقد وفقاً لنظرية الفقيه الفرنسي "سالي Saleilles"، وإما استناداً إلى نظرية الوكالة كما ذهب إلى ذلك الفقيه الألماني "شورل، Cheurl" هذا بالإضافة إلى محاولة البعض الآخر التأسيس على فكرة تحمّل التبعة للألماني "Wind Sheid" أو نظرية الفضالة التي نادى بها الفقيه "تون، Thon"¹.

ولا خلاف لدى هذا الاتجاه في إعطاء الحق للمشتري الأخير في سلسلة البيوع حق الرجوع على الصانع أو المنتج بدعوى عقدية مباشرة رغم عدم وجود علاقة بينهما مثله في ذلك مثل البائع الوسيط الذي يتلقى المبيع عن هذا المنتج²، حيث تستند هذه الدعوى إلى فكرة الملحقات "Accessoires" باعتبارها أحد ملحقات المبيع تنتقل من الصانع إلى المستهلك الأخير بوصفه خلفاً خاصاً³.

ويكون رجوع المشتري الأخير على المنتج بناءً على ما بيّناه أعلاه، ووفقاً لهذا الاتجاه لتعويضه ما لحقه من أضرار ليس فقط بسبب ما قد يعتري المبيع من عيوب؛ ولكن أيضاً بسبب إخلال المنتج بالتزامه بالإعلام باعتباره المدين الأصلي به⁴، حيث جاءت عدّة أحكام قضائية لمحكمة النقض الفرنسية تؤكد ذلك، ليس فقط بالنسبة للمشتري الأخير بل سمحت بذلك للمقاول من الباطن أو رب العمل بالرجوع على منتج المواد المستخدمة في إنجاز العمل بدعوى عقدية مباشرة يثبت تعيب هذه المواد أو في حالات التي يكون الضرر فيها قد نجم عن إخلال المنتج بأحد التزاماته التعاقدية الأخرى كالتزام بالإعلام أو الالتزام بالسلامة⁵.

وإلى جانب تلك الاعتبارات، والتي استدلّ بها أنصار الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسئولة الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، فإنهم أوردوا مبررات أخرى لتدعيم وجهة نظرهم من خلال اعتبار هذا الالتزام من مستلزمات العقد وفقاً للرأي السائد بفرنسا واعتباره تعاقدية من حيث طبيعته، ناهيك عما يقدمه اعتبار المسؤولية عقدية من مزايا وفوائد للمضروور خاصة فيما يتعلق بتقادم الدعوى⁶.

1 - نزيه المهدي، المرجع السابق، ص: 302. و عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 394 و ما بعدها. و محمود جمال زكي، المرجع السابق، ص: 119.
2 - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 411.
3 - ثروت عبد المجيد، الرسالة السابقة، ص: 83. و حسن جميعي، المرجع السابق، ص: 100.
4 - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 417.
5 - حسن جميعي، المرجع السابق، ص: 100.
6 - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 411.

كما أنّ أنصار هذا الاتجاه ومحاولة منهم تدعيم آرائهم، رتّوا على حجج وأسناد القائلين بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، واعتبروا أنّ ما تمثله المسؤولية التقصيرية من نفع ومزايا للمضروور ليست سوى حجج واهية.

إذ وبالنسبة للضرر المتوقع وغير المتوقع، فإنّ المسؤولية العقدية تشمل أيضاً النوع الأخير من الضرر (غير المتوقع)، وهذا فيما لو ثبت ارتكاب المدين لخطأ جسيم قد يتمثل في نقص أو غياب البيانات الخاصة بالمبيع الضرورية الخاصة لاسيما تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال و التحذير من مخاطره ممّا قد يردي إلى تضرر الدائن بإضرار بالغة¹.

أمّا بالنسبة لشروط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية وجواز التمسك بهما في المسؤولية العقدية فإنّه ووفقاً للرأي الراجح لدى الفقه تعتبر هذه الشروط باطلة لتعلّقها بسلامة وصحة الأشخاص وهذا لارتباطها العام خاصة إذا نتج هذا المساس عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، حيث قرّر ذلك القضاء من خلال رفضه التخفيف أو الإعفاء من الالتزام بالإعلام، بالإضافة إلى أنّ أغلب القوانين المعاصرة تبطل كل شرط يدعوا إلى الإعفاء أو التخفيف من المسؤولية الملقاة على عاتق المنتجين والبائعين عمومًا باعتبارهما شروطاً تعسفية يستوجب إلغاؤها.

وما يمكن قوله في هذا المقام هو أنّه وانطلاقاً من مناداة غالبية الفقه بالطبيعة العقدية لهذه المسؤولية، ومن ثمّ إمكانية إضفاء هذه الطبيعة حتّى بالنسبة إلى تلك المعلومات والبيانات السابقة على التعاقد رغم أنّها تقدم قبل إبرام العقد، حيث يرى الأستاذ "أحمد محمد الرفاعي" أنّ هذه ليست المرّة الأولى التي تتّسع فيها الدائرة العقدية لتشمل أخطاء سابقة على التعاقد أدخل على إثرها القضاء مثل تلك البيانات في النطاق العقدي²، يضاف إلى ذلك الاعترافات التي أوردناه في سياق الحديث عن الطبيعة العقدية للمسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ممّا يدعو إلى إمكانية ترجيح الطبيعة العقدية لهذه المسؤولية.

وهذا فيما يخص مجال الخدمات فإنّه ولما كان هناك اتفاق بين مقدّم الخدمة والعميل؛ فإنّه من الطبيعي أن تكون المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الالتزام من طبيعة عقدية³.

ولعلّ هذه الاستدلالات تتوافق اعتقادنا ما أوردناه بشأن ترجيح الطبيعة العقدية على الالتزام بالإعلام، كما أنّ القول بهذا من شأنه تيسير المهمة على المستهلك لاسيما في مادة الإثبات، إذ ما على هذا الأخير إلاّ إثبات عدم تنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام وفقاً لمتطلبات ومستلزمات العقد⁴، وهذا من خلال إثباته للغيب التام للمعلومات والبيانات

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 422.

2- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 187.

3- محمد بودالي، المرجع السابق، ص: 79.

4- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 188.

أو نقص هذه الأخيرة (خاصة إذا ما اعتبرنا أن الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة على الأقل بالنسبة لتقديم هذه المعلومات والبيانات)، سواء تعلقت ببيان وذكر خصائصه الجوهرية أو بطريقة استعماله والتحذير من مخاطره.

يكون ذلك دونما حاجة إلى إثبات تقصير البائع أو المنتج من عدمه ومن ثمّ إثبات الخطأ في جانبها حيث تفترض في هذه الحالة مسؤولية البائع والمنتج والتي تقوم على افتراض علمهما بمحل العقد كمزية أخرى تخولها دعوى المسؤولية العقدية¹، الأمر الذي يجعل من هذه الأخيرة تقترب من مسؤولية موضوعية مفادها افتراض الخطأ في جانب المدين بالالتزام بالإعلام، إذ أنّ تقديم معلومات غير كافية أو عدم تقديمها أصلاً خطأ في جانب المدين يثير مسؤوليته عن ذلك وإن كان المبيع يطابق المواصفات التي أرادها المشتري وحتى وإن خلى هذا الأخير من العيوب، أي أنّ المسؤولية هنا تتحدّد بناءً على معيار موضوعي وهو تخلف البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المقدّمة وليس على معيار شخصي هو خطأ المدين.

الفرع الثاني: شروط المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

انتهينا من ذي قبل إلى أنّ الزبون عموماً له أحقية مطالبة المحترف بالتعويض إذا ما أصابه ضرر جرّاء إخلال هذا الأخير بالتزامه بالإعلام.

على أنّ المطالبة بالتعويض تستوجب إقامة مسؤولية المدين بهذا الالتزام والتي على أساسها يقرّر حجم ونطاق هذا التعويض، ولن يأتي ذلك إلا من خلال توافر شروط تستلزمها القواعد العامة لإقامة هذه المسؤولية من خطأ (نقطة أولى) وضرر (نقطة ثانية) وعلاقة السببية بين الخطأ والضرر (نقطة ثالثة).

أولاً: الخطأ صورته وإثباته

يعدّ الخطأ الركيزة الأساسية والشرط الأول لقيام المسؤولية المدنية بنوعها العقدية والتقصيرية حيث لا مسؤولية بدون خطأ.

على أنّ أغلب القوانين بما في ذلك القانون الجزائري، لن تتصدّ إلى إعطاء تعريف أو تحديد معنى الخطأ حيث ترك ذلك لاجتهادات الفقه، الأمر الذي أدّى إلى تباين الآراء في هذا الصدد، لذا سنكتفي في هذا المقام ببعض التعريفات² التي حاول الفقه من خلالها تحديد معنى هذا الأخير.

¹ في هذا المعنى حسن جميعي، مسؤولية المنتج، المرجع السابق، ص: 175 و 178.

² السنهوري، الوسيط، الجزء الثاني، المرجع السابق، ص: 777 و ما بعدها. و محمودة جمال زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 472 و ما بعدها.

وعرّف الخطأ بأنه انحراف عن السلوك يقدر تقديرًا مجردًا عن صاحبه، ويقارن بسلوك الرجل العادي، في ذات الظروف ليلحقه وصف الخطأ إذا كان منحرفًا عنه أو لا يلحقه إذا كان مطابقًا له، وعلى ذلك لا يعتد في تقديره أي الخطأ، بالخواص الذاتية أو الشخصية لمن أحدث الضرر¹.

كما عرّف بأنه إخلال بواجب قانوني كان في وسع المحلّ أن يستبينه وأن يلتزمه²؛ فيكون الواجب الذي يعتبر الإخلال به خطأ وحسب هذا التعريف ذلك المقرّر قانونًا أو ناشئًا عن عقد أو قد يكون واجبًا أدبيًا محددًا.

1- صور الخطأ:

قد يتخذ الإخلال بالالتزام بالإعلام طابعًا سلبيًا أو إيجابيًا بالنظر إلى السلوك الذي سيسلكه المدين بهذا الالتزام اتجاه الدائن، والذي على إثره يتمّ تحديد الخطأ.

1- الطابع السلبي لخطأ المدين:

هو ما يطلق عليه الفقه فكرة الخطأ بطريق الامتناع، حيث يتخذ إخلال البائع بالتزامه طابعًا سلبيًا في كافة الحالات التي يكتم فيها هذا الأخير عن المشتري البيانات والمتعلقة بمحل العقد، رغم ما تمثله من أهمية للمشتري لما لها من تأثير في توجيه إرادة هذا الأخير سواء نحو التعاقد أو الامتناع عنه³.

ويستوي أن يكون الكتمان كليًا كأن يكتم البائع جميع البيانات المتعلقة بمحل العقد؛ من وصف قانوني أو ببيان حالته المادية أو طريقة استعماله أو التحذيرات الواجب الالتزام بها لتفادي أضراره، إذ يستحيل على المشتري في هذه الحالة العلم بهذه البيانات استحالة موضوعية كون المبيع في حيازة البائع قبل التعاقد أو استحالة شخصية كون هذا المشتري شخصًا عاديًا غير مهني وقليل الخبرة في هذا المجال، كما قد يكون كتمان البائع بتقديمه بيانات ناقصة أو موجزة تنطوي على نية الإضرار بالغير، لأنّ الإدلاء بمعلومات ناقصة يساوي الإدلاء بمعلومات كاذبة⁴، ممّا لا يكفل الحماية الكافية واللازمة لزبون.

وقد يترتب على الكتمان على هذا النوع إمكانية إبطال العقد استنادًا عليه باعتباره تدليسًا عن طريق الكتمان إذا ما أدى هذا الكتمان إلى تغيّب إرادة المستهلك، أو فسخ العقد إذا نتج عن هذا الكتمان عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه أو أداء الغرض الذي أراد المشتري استخدامه فيه.

¹ - محمود جمال الدين زكي، المرجع السابق، ص: 477.

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 454.

³ - عبد العزيز المرسي، المرجع السابق، ص: 398-399.

⁴ - محمود جمال زكي، النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، البند 247، ص: 498.

على أنه قد يتعدى أثر هذا الكتمان من مجرد تغيب لرضاء المستهلك أو عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود إلى إصابة الأخير بأضرار مادية أو جسدية ناتجة عن الإخلال بهذا الالتزام، خاصة إذا ما انصبّ هذا الكتمان على بيانات تتعلق بخطورة المبيع أو التحذير من ذلك، الأمر الذي يتطلب إعطاء المضرور الحق في تعويض ما لحقه من أضرار بسبب هذا الكتمان¹.

2/- الطابع الإيجاب لخطأ المدين :

قد يتخذ إخلال العون الاقتصادي عموماً مظهرًا إيجابيًا عن طريق تقديمه بيانات ومعلومات خاطئة عن الشيء المبيع أو الخدمة المقدّمة، بحيث تكون هذه الأخيرة مخالفة للحقيقة و ذلك بذكر مواصفات وخصائص معينة لا يتوفر عليها محل العقد².

كما أنّ إعطاء بيانات على هذا النحو مغالى فيها و أحيانا كاذبة قد يعتبر من قبيل مدح البائع لسلعة أو خدمة وهو ما كان معروفًا وإلى وقت قريب بالتدليس المشروع، على أنه وبعد بروز الالتزام بالإعلام كالتزام قائم بذاته له حدود و جالاته، لم يترك لهذا النوع من التدليس إلا حيزًا ضيقًا ولم يعد له المجال الواسع الذي شهد من قبل³ خاصة إذا ما تجاوز الأمر مرحلة الامتداح والثناء بتقدم بيانات كاذبة أو خاطئة تمس صفات جوهرية في محل العقد تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك مما يستوجب قيام مسؤولية البائع أو الصانع وتحميلها تبعة ذلك⁴.

ب - /إثبات الخطأ:

إنّ قيام مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام نتيجة ضرر الدائن يستوجب إثبات الخطأ من جانب المدين وفقًا للقواعد العامة للإثبات، فيثبت تبعًا لذلك وجود هذا الالتزام على عاتق هذا المدين و من ثمّ عدم تنفيذه أو نفذّه ولكن بطريقة خاطئة⁵.

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 457.

2- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص. 400 و كذلك حمدي سعد، المرجع السابق، ص. 455.

3- أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص: 178.

4- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 456.

5- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 463.

وعلى إثبات الدائن لقيام هذا الالتزام في جانب المدين لا يأتي إلا من خلال توافر شرطين استلزمهما الفقه للقول بأن هناك التزام بالإعلام على عاتق المدين.

ويتمثل الشرط الأول:

في وجوب علم المدين بالبيانات المتعلقة بمحل العقد و بمدى تأثيرها على الدائن، ومفاد ذلك أنّ المدين أن يكون عالمًا بالبيانات والمعلومات التي يقدمها للمشتري و بمدى تأثيرها على رضائه وأهميتها بالنسبة إليه حتى يمكن مطالبته بالإدلاء بها و من ثم إقامة مسؤولياته في حالة عدم قيامه بذلك.

وهذا الشرط يعتبر هامًا ومنطقيًا تضمّنته الغاية التي دعت القضاء إلى تقرير الالتزام بالإعلام، إذ ما يتعارض مع هذه الغاية أن يلتزم المدين بمعلومات هو يجهلها بحسب الأصل¹.

ولاشكّ في أنّ توافر صفة المهني أو الاحتراف لدى البائع تكون سببًا في تشديد المسؤولية عليه، حيث يفترض إعلامه بجميع البيانات الضرورية المتعلقة بمحلّ العقد وهذا الافتراض يعدّ قرينة قاطعة أقامها القضاء الفرنسي للتدليل على علمه دونما حاجة إلى إثبات المشتري لذلك².

وعلى العكس من ذلك فإنّه يشترط علم المدين الفعلي بالبيانات و المعلومات الواجب تقديمها حتى تقام مسؤولياته، وهذا في الحالات التي يكون فيها هذا المدين شخصًا عاديًا كالبائع العرضي أو الموزّع بالنسبة لبعض البيانات الدقيقة عن المبيع، أو أنّ الشخص يعتبر مهنيًا و كن يستحيل عليه العلم بهذه البيانات فيما لو كانت هذه الأخيرة غير معروفة ولم ينبئ عنها العلم في ذلك الوقت و هو ما أكدّه القضاء³.

على أنّه و بالنسبة للبائع العرضي فإنّ هذا الأخير يبقى ملزمًا بالاستعلام من أجل الإعلام بخصوص المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد دون المعلومات الثانوية أو الفرعية⁴.

أما الشرط الثاني فيتمثل في ضرورة أن يكون الزبون جاهلاً بحقيقة محل العقد بالإضافة إلى كون هذا الجهل مشروعًا، أي أنّ علم المدين بالبيانات و لمعلومات المتعلقة بمحل العقد لا يكفي وحده لقيام التزامه بالإعلام ومن ثمّ لا يمكن اعتباره مطية يتخذّه الدائن

1- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 463.

2- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 465.

3- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 465.

4- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 453.

للقول بوجود هذا الالتزام على عاتق المدين به. بل يجب أن يكون هذا الدائن جاهلاً بهذه البيانات والمعلومات جهلاً مشروعاً يقرّه المنطق و تستدعيه ظروف الحال.

ويكون الجهل مشروعاً إذا كانت مؤهلات المشتري لا تمكنه من تقييم المدى الحقيقي للخصائص التقنية والفنية لمحل العقد، على أنّ هذا الحكم قد ينصرف حتى إلى المشتري المهني إذا ما تحقق لديه هذا الجهل.

ووجوب مشروعية الجهل مفاده أن يسعى كل متعاقد لتحقيق مصالحه بنفسه دون مساعدة من أحد، على أنّ هذا الفرض ورغم صحته نسبياً إلا أنه و نظراً للتطور الاقتصادي الهائل والسرعة التي يتم من خلالها إبرام المعاملات، ناهيك عن التطور العلمي وما أفرزه من منتجات معقدة و متطورة أدّى إلى اتساع الفجوة بين طرفي العلاقة العقدية فيما يخص العلم بهذه المنتجات لتطال حتى ذلك المحترف، الأمر الذي دفع بالقضاء إلى اقتراض جهل المستهلك بهذه المنتجات وحتى الخدمات بالنظر إلى ما اتّسمت به هذه الأخيرة في الوقت الحاضر من تطوّر على الصعيدين الفني والقانوني .

ويعود هذا الجهل المشروع إلى استحالة الاستعلام من جانب الدائن بهذا الالتزام؛ والاستحالة إما أن تكون موضوعية لتواجد المبيع في حيازة البائع وتحت سيطرته؛ أو شخصية تتحقق باكتمال ظروف تعود للدائن ذاته تحول دون علمه أو استعلامه مما يفتنيه من منتج أو خدمة، ممثلة في نقص خبرته أو كفاءته في هذا الميدان نظراً لانخفاض المستوى المعرفي في جانبه، وكذا بالنظر إلى الثقة المشروعة التي يراها المستهلك في شخص البائع باعتباره مختصاً¹.

وإذا ما توافرت لدى الدائن الوسائل اللازمة لمعرفة محل العقد سواء عن طريق الاستعلام من المدين بالبيانات اللازمة ولم يفعل، أو كان له خبرة كبيرة في الميدان من خلال توافر الصفة المهنية، فإنّ هذا يؤدي إلى انتفاء العلة من وجود التزام بالإعلام من شأنه أن يخفف من شدّته على عاتق المدين به، إن لم يؤدي إلى إعفائه منه كلياً².

خلاصة لما ذكر يمكن القول أنه يلزم لوجود التزام بالإعلام على عاتق المدين به أن يثبت الدائن إضافة إلى علم المدين بالمعلومات، جهله هو بهذه الأخيرة مشروعاً؛ على أنّ هذا العلم المفترض دائماً ولا يحتاج إلى إثبات في حالة ما إذا كان هذا المدين شخصاً محترفاً يتعامل مع شخص عادي لا يتّصف بأيّ صفة مهنية تجعله مختصاً في هذا الميدان.

¹ - المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 331 و ما بعدها.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 367.

على أنّ السؤال الذي يطرح نفسه هو مدى اعتبار إثبات الدائن لوجود التزام بالإعلام على عاتق المدين نحو ما بيناه أعلاه كافٍ للقول بخطأ المدين ومن ثمّ إثارة المسؤولية ضدّه بغية الحصول على التعويض المناسب وعمّا إذا كان يستلزم وزيادة على ذلك، قيام هذا الدائن بإثبات عدم تنفيذ المدين لالتزامه أو أنّ هذا التنفيذ كان ناقصاً.

لقد ذهب اتجاه فقهي إلى عدم كفاية ذلك، حيث يرى وجوب أن يثبت الدائن إخلال المدين بالتزامه بالإعلام سواء كان هذا الإخلال إيجابياً أو سلبياً¹.

ويرى نفس الاتجاه أنّ سهولة هذا الإثبات تتجلى بالنسبة للدائن عندما يوجد نصّ قانوني أو تنظيمي يوجب على المنتج أو البائع أن يضمن منتجاته ببيانات معيّنة، حيث يعتبر غياب هذه الأخيرة بمثابة إخلال بالالتزام بالإعلام.

إلا أنّ الصعوبة التي يفرزها هذا الفرض (وجوب إثبات عدم التنفيذ بالالتزام)، تظهر عندما يقوم المدين بتنفيذ التزامه ولكن الدائن يشكّي من عدم كفاية هذا التنفيذ لنقص في البيانات المقدّمة، إذ يرى البعض في هذه الحالة التزام الدائن بإثبات هذا النقص وأنّه كان السبب فيما لحقه من أضرار، على أنّ حدّة هذا الفرض تنحصر إلى حد ما إذا قام المدين بتنفيذ التزامه بالإعلام كتابة، ممّا يسهل على الدائن في هذه الحالة إثبات ذلك².

ولعلّ القول بضرورة أن يثبت الدائن عدم تنفيذ المدين لالتزامه بالإعلام محل نظر لاعتبارات عديدة من حيث أنّه يجافي الهدف من وجود هذا الالتزام وتقديره من طرف القضاء الفرنسي كآلية فعّالة لحماية المستهلك في تعامله مع شخص محترف يسيطر تماماً على العلم بمكوّنات وما تكتنّفه من تقنيات متطورة ومعقّدة، بالإضافة إلى استقرار الفقه الغالب واتجاه القضاء لاسيما الفرنسي على اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة، وافتراض نفس القضاء لعلم المنتج أو البائع المحترف بما يلتزم بإعلام المشتري به، وقيام مسؤوليته حتّى في الحالات التي لم يصرّح فيها بوجهة الاستخدام التي توجّه إليها السلعة³، كل هذا يؤيّد اعتبار الدائن غير ملزم بإثبات إخلال المدين بالتزامه بالإعلام، إذ كيف يتصوّر أن يطلب من المستهلك إثبات إخلال البائع وأنّه قدّم بيانات ناقصة، في حين أنّه يجهل تماماً ما يتعلّق بالمنتج من معلومات، خاصة إذا ما تعلّق الأمر بأجهزة متطورة ومعقّدة ذات تقنية عالية.

ومن المقرّر قانوناً في تحديد من من طرفي الالتزام يتحمل عبء الإثبات؛ أنّ الطرف الذي يتمسك بالثابت حكماً أصلاً أو ظاهراً أو فرضاً أو بالثابت فعلاً حقيقة أو

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 369.

2- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 371.

3- حسن جميعي، مسؤولية المنتج عمّا تسببه منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 77.

حكماً لا يتحمّل عبء الإثبات وإنما يقع على من يدّعي خلاف ذلك الثابت حكماً
فعلاً.¹

وعليه فإنّه إذا ادّعى المستهلك عدم علمه بالمبيع علماً كافياً فإنّه لا يكفّ بإثبات ذلك لأنّ الظاهر يؤيّدُه والمفروض يسانده، فأما الظاهر فتقوم بخصوصه قرينة مفادها عدم علمه بالمبيع بالنظر إلى أنّ هذا الأخير لم يكن تحت سيطرته ولم يشهد ملابسات إنتاجه إذا كان هذا المبيع منتجاً أو سعة، كما أنّ جهل المستهلك مفترض إذا ما هو تعامل مع شخص محترف من المفروض عليه إعلام المتعاقد معه بحقيقة محل العقد، فيكون على الأخير إذا ادّعى علم المشتري بالمبيع أو أنّه قام بتنفيذ التزامه بالإعلام أن يدلّل على ذلك بإثبات أنّه قدّم البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد سواء تعلّق الأمر بمنتج أو تقديم خدمة، وأنّه استخدم الوسائل المناسبة لتبليغ المشتري بصورة كاملة، ظاهرة، واضحة و مفهومة.

مما تقدم ذكره فإنّ وفي إطار إثبات الخطأ و الذي يعتبر أساس قيام المسؤولية المدنية، فإنّ على الدائن بالالتزام بالإعلام (المستهلك) إثبات قيام هذا الالتزام على عاتق المدتين به، على النحو الذي بيّناه وعلى هذا الأخير (المهني) أن يثبت وبكل وسائل وطرق الإثبات على اعتبار أن تحقق علم المشتري يعتبر واقعة مادية أنّه نفذ التزامه وقام بإعلام المشتري بكل البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد وأنّ ما قدّمه من بيانات كان كافياً.

ثانياً: الضرر:

يعتبر الضرر شرطاً أساسياً لقيام المسؤولية المدنية تقصيرية كانت أم عقدية، حيث يقوم على أساس من الاعتراف للمضروب بالحق في تعويض عادل عن كل الخسائر والأضرار والآلام التي تعرّض لها المضروب²، فحيث لا ضرر لا مسؤولية طبقاً للمادة 124 ق.م.ج. «كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير، يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض».

ولقد عرّف الفقه الضرر على أنّه «هو محل الالتزام بالتعويض الذي ينشأ عن الانحراف في السلوك أو الإخلال بالعقد»³.

كما عرف على أنّه «المساس بحق أو مصلحة مشروعة للشخص، مساساً يترتب عليه جعل مركزه أسوأ ممّا كان قبل ذلك انتقاصاً من المزايا والسلطات التي يخولها ذلك الحق أو تلك المصلحة لصاحبه»⁴.

¹ - السنهوري: الوسيط - الإثبات و آثار الالتزام، المجلد رقم 02، دار النهضة العربية، 1963، ص: 67 و ما بعدها.

² - حسن عبد الباسط جمعي، المرجع السابق، ص: 250.

³ - محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، البند 261، ص: 545.

⁴ - حمدي سعد، المرجع السابق، ص: 387.

1- صورته:

الضرر قد يكون مادياً أو أدبياً، و يستخدم الفقه معيارين للتفرقة بينهما، يتمثل الأول في طبيعة الحق أو المصلحة التي حدث الاعتداء عليها، حيث يكون الضرر إذا انصبّ على حق مالي من الحقوق الشخصية والعينية، ويكون معنوياً إذا انصبّ على حق غير مالي كحقوق الشخصية المرتبطة بشخص الإنسان والأسرة¹.

أمّا المعيار الثاني يتمثل في طبيعة النتائج المترتبة على الاعتداء، إذ ووفقاً لهذا المعيار فإنّ الضرر المادي هو الذي من شأنه المساس بحق أو مصلحة مشروعة للمضروع سواء كان ذلك الحق مالياً أو غير مالي، يترتب عنه تفويت فرصة تنتج لصاحب هذا الحق من استعماله أو تكبيده مصاريف مالية، أمّا الضرر الأدبي فهو الذي يصيب الإنسان في جسمه تسبّب له آلاماً جسمانية أو نفسية أو تصيبه في شرفه أو كرامته دون أن تسبّب خسارة مالية وإلا اعتبر ضرراً مادياً²، على أنّ هناك اتجاه حديث لدى الفقه أقرب إلى الصواب، فصل بين أنواع الضرر فتحدث عن الضرر الجسدي أو الجسماني والضرر المادي و الضرر الأدبي.

أ/- الأضرار المادية والصور التي تتخذها إخلالاً بالالتزام بالإعلام

إنّ الضرر المادي على النحو الذي تمّ بيانه، قد يترتب عن إخلال المحترف والبائع عموماً بالتزامه بالإعلام فيتخذ صوراً مختلفة نتيجة تخلف البيانات والمعلومات أو نقصها؛ سواء تعلّقت ببيان الخصائص الجوهرية لمحل العقد ممّا يعيب رضا المشتري فيدفعه إلى العدول عن التعاقد أو إبطال العقد بعد إبرامه، فيتسبب ذلك في أضرار تلحق المشتري نتيجة ما لحقه من خسارة وما فاته من ربح³، أو تعلّقت بكيفية استعمالاً صحيحاً أو عدم كفاية التحذير ممّا قد ينطوي عليه من مخاطر قد تؤدّي إلى إلحاق أضرار مادية وجسدية جسيمة بالمستعمل⁴، كما قد يتسبب نقص هذه البيانات أو انعدامها في فقدان المشتري لبعض التأمينات العينية والشخصية المقرّرة لمصلحة الشيء محل العقد نتيجة إدلاء البائع بها⁵.

ب/- الضرر الأدبي الناتج عن الإخلال بالالتزام بالإعلام:

الضرر الأدبي هو ذلك الضرر الذي يصيب الإنسان في شعوره أو عاطفته أو كرامته أو شرفه أو أيّ معنى آخر من المعاني التي يحرص عليها الناس⁶، ولا يقصد به

1- محمود جمال الدين زكي: الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 547.

2- في هذا المعنى حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 495.

3- نزيه المهدي، المرجع السابق، ص: 319.

4- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 497.

5- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 403.

6- السنهوري: الوسيط، المرجع السابق، ص: 1196.

ذلك الضرر الذي لا يدرك بالحس بل يقصد به الضرر الذي لا يمس الذمة المالية للشخص بأيّ وجه¹.

على أنّ الضرر الأدبي كالضرر المادي يخوّل صاحبه الحق في التعويض، حيث يجيز كل من الفقه الحديث والقضاء² ذلك من خلال تقرير مسؤولية فاعله، كما في حالة المساس بالعاطفة من حزن وقلق لوفاة الزوج أو يلحف النفس بما يصيب الشخص من آلام حسية لجرح أو معنوية لتشويه نتيجة الإخلال بالالتزام بالإعلام.

وتعويض الضرر الأدبي على هذا النحو وارد سواء تعلّق الأمر بالمسؤولية أو العقدية، إذ أنّ عدم تمكين المشتري من الانتفاع الأمثل بمحل العقد نتيجة إخلال البائع بالتزامه بالإعلام، من نقص في البيانات يترتب عنه الاستعمال الخاطئ ممّا يردّي إلى أضرار جسيمة تصيب المضرور في جسمه وماله، ويعطي لهذا الأخير الحق في المطالبة بالتعويض عن الأضرار المادية والأدبية المترتبة عن ذلك³.

2/- شروط الضرر الواجب التعويض عنه:

يتعين في الضرر الواجب التعويض عنه وفقاً للقواعد العامة أن يكون مباشراً ومحقق الوقوع، وفيما يلي نتعرض لهذين الشرطين مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة ربطهما بمفهوم الضرر الناتج عن الإخلال بالالتزام بالإعلام حتى لا ننحرف عن الغاية المقصودة.

أ/- وجوب أن يكون الضرر محقق الوقوع:

يكون الضرر محقق الوقوع أو مؤكداً أو حالاً متى كان قد وقع بالفعل، أو سيقع حتماً أي محقق الوقوع في المستقبل وفقاً للمجرى العادي للأمر وأمكن تقديره⁴، وبمعنى المخالفة ألا يكون احتمالياً أو مفترضاً.

فالضرر الحال هو الضرر الذي وقع بالفعل، إذ التعويض عنه لا يثير أية صعوبات؛ ومثاله ما يؤدّي إليه الاستعمال الخاطئ للمبيع بسبب نقص في البيانات المتعلقة بذلك وبالتحذير من مخاطره ممّا يؤدّي إلى إصابة المستعمل في شخصه أو أمواله⁵.

أمّا الضرر المستقبلي فهو الضرر الذي تحقق سببه إلا أن آثاره كلها أو بعضها تراخت إلى المستقبل¹، بحيث يمكن المطالبة بالتعويض عنه متى كان وقوعه مؤكداً وأمكن تقديره، إذ كثيراً ما ينشأ عن الإصابات الجسمانية ويتمّ تحديده بتحديد حالة المصاب نهائياً.

1- محمود زكي: الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص: 555.

2- محمد حسنين، المرجع السابق، ص: 162-163.

3- حسن جميعي: مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص: 206.

4- محمود جمال زكي: الوجيز في نظرية الالتزام، المرجع السابق، البند 236، ص: 548: و ما بعدها.

5- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 502.

وقد يرتبط هذا النوع من الضرر لإخلال بالالتزام بالإعلام كما في حالة ما قد يؤدي نقص البيانات المتعلقة باستعمال المبيع أو التحذير من مخاطره إلى إصابة المستعمل في جسده - بالإضافة إلى أضرار حالة كبت ليد أو عمى أصاب عينيه - بأضرار مستقبلية تتمثل في عجزه عن القيام بالعمل الذي كان يمارسه مما يضعف من دخله فيعاني أعباءً نتيجة ذلك، إضافة إلى ما قد ينفقه من أموال في سبيل شفائه مما حلّ به من أمراض².

ويتمّ التعويض في هذه الحالة متى أمكن تقدير هذا الضرر والوقوف على مداه سواء أكان ذلك بنفسه أو بالاستعانة بالخبرة³، أمّا إذا استحال تقديره في الحال فإنّه وتبعاً لذلك يجوز للقاضي أن يحكم بتعويض مؤقت عن الضرر الحال ويرجى إلى تاريخ لاحق للحكم بالتعويض النهائي والذي يمثل المدى الذي لحقته هذه الأضرار، أمّا إذا كان الضرر مؤبداً فيمكن تقدير التعويض في صورة مبلغ إجمالي أو في صورة إيراد مرتّب لمدى الحياة⁴.

على أنّ الضرر المحقق سواء أكان حالاً أو مستقبلاً يختلف بهذا المعنى عن الضرر المحتمل و الذي يعتبره الفقه ضرراً تحقّقه غير أكيد لا يعطي مجالاً لطلب التعويض ما دام أنّ هذا الاحتمال لم يتحول إلى ضرر مؤكد هذا وحتى لو ثبت خطأ البائع في التزامه بالإعلام في مواجهة المشتري⁵.

ب/- وجوب أن يكون الضرر مباشراً:

يشترط إلى جانب كون الضرر محقق الوقوع أن يكون مباشراً، و يكون ذلك إذا كان هو النتيجة المباشرة للحادث أو الخطأ، أي متى كان نتيجة طبيعية لإخلال البائع لالتزامه بالإعلام بسبب نقص البيانات الضرورية و التي من شأنها أن تعرّف بمحل العقد⁶.

ثالثاً: علاقة السببية بين الخطأ و الضرر:

تعتبر علاقة السببية ركناً مستقلاً من أركان المسؤولية المدنية و شرطاً ثالثاً لقيامها؛ إذ بالإضافة إلى وجود الخطأ وحدوث الضرر، يجب على المضرور أن يثبت أن الضرر نجم عن ذلك الخطأ، فالعلاقة السببية هي اشتراط توافر علاقة مباشرة بين الخطأ والضرر الذي لحق بالمضرور⁷.

وبخصوص الالتزام بالإعلام محل دراستنا فإنّه لا يكفي لقيام مسؤولية المدين به أن يوجد خطأ بجانبه ممثل في تقديم بيانات ناقصة أو غامضة وأن يكون ضرر لحق

¹ - السنهوري: الوسيط، المرجع السابق، ص: 585.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 503-504.

³ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 404.

⁴ - محمود زكي، المرجع السابق، ص: 549 و محمد حسنين، المرجع السابق، ص: 161.

⁵ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 405.

⁶ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص: 404.

⁷ - السنهوري: الوسيط، المرجع السابق، ص: 872.

بالدائن، بل يجب أن يكون هذا الضرر ناتجاً عن ذلك الخطأ، بحيث كان بإمكان الدائن تجنب ذلك لو علم بالبيانات الناقصة أو فهم منها تلك المتعلقة بالتحذيرات الغامضة¹.

على أنّ الصعوبة التي تواجهها هذه العلاقة تتمثل في تعدّد الأسباب التي قد تندمج ببعضها وتساهم من ثم في وقوع الضرر، إذ يصبح من الصعب بمكان إيجاد علاقة بين الضرر وبين أيّ من هذه الأسباب.

ولقد عالج الفقه هذه الفرضية من خلال نظريتين: تتمثل الأولى في نظرية تكافؤ الأسباب، ومفادها أنّ كل سبب أسهم في وقوع الضرر يعتبر سبباً له، إذ لو تخلّف أيّ منها لما وقع الضرر².

أمّا النظرية الثانية فهي نظرية السبب المنتج أو الفعل مؤداها أنّه لا تعتبر أسباباً إلاّ تلك التي تؤدي إلى الضرر أي يجب الاعتداد بالسبب الأكثر الملائمة دون تلك العرضية³، ووفقاً لذلك يكون السبب منتجاً متى كان من شأنه إحداث النتيجة الضارة وفقاً لمألوف الأمور⁴.

أ/- القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ:

يرى الفقه أنّ القوة القاهرة والخطأ المفاجئ مترادفان لمعنى واحد وأنّ المقصود منهما هي الواقعة التي تنتفي بها رابطة السببية وتؤدي إلى إعفاء المدين من المسؤولية إذ يشترط لذلك عدم إمكان التوقع واستحالة الدفع، كما يشترط لذلك أيضاً أن تكون هذه القوة القاهرة هي السبب الوحيد للضرر. أمّا إذا ساهمت مع خطأ المدين فإنّ مسؤولية هذا الأخير تبقى كاملة ويتحمل التعويض وحده، على أنّ معيار عدم إمكان التوقع واستحالة الدفع معيار موضوعي، يستمد من واقع الدعوي والتي تستقل محكمة الموضوع في تقريرها، كما في حالة الحادث المفاجئ والزلازل، الحرب، العواصف، المرض المفاجئ⁵.

على أنّه و بالنسبة إلى الالتزام بالإعلام فإنّ توقع حدوث أضرار جانبية من طرف المدين به لا ينصرف إلاّ إلى تلك التي كانت معروفة لديه وقت طرح المنتجات في السوق للتداول وما وصل إليه العلم في ذلك التاريخ، ممّا يدعو إلى القول بأنّ وقوع الحادث لأول مرة لا يمكن اعتبار قوة القاهرة، لأنّ العبرة بمدى إمكان التوقع وفقاً لمقتضيات العلم القائمة وقت حصوله و لما يفترض توافره من خبرة و دراية لدى المنتج⁶.

1- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 525.

2- محمد حسنين، المرجع السابق، ص: 164. و جمال زكي، المرجع السابق، البند 268، ص: 561 و بعده.

3- محمد حسنين، المرجع السابق، ص: 164.

4- محمود جمال زكي، المرجع السابق، البند 271، ص: 565.

5- محمد حسنين، المرجع السابق، ص: 165.

6- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 541.

ب/- خطأ المضرور:

يعتبر خطأ المضرور من الأمور التي تنتفي بها علاقة السببية عن طريق اقتراح هذا الأخير لأخطاء تكون سبباً فيما لحقه من ضرر، مما يخوّل للمدين بالالتزام بالإعلام التمسك بها لدفع المسؤولية عنه تماماً أو لتخفيفها كما لو تناول المشتري عنه تماماً أو لتخفيفها، كما لو تناول المشتري دواءً بجرعات زائدة عما حدده الطبيب أو تناول أدوية انتهى تاريخ صلاحيتها مهملًا بذلك ما أملاه المنتج من تعليمات وما دونه من بيانات فيتسبب بذلك المضرور بخطئه في إحداث الضرر¹.

وهذا ما أكدته المادة 177 ق.م. الجزائري في باب تنفيذ بطريق التعويض «على أنه يجوز للقاضي أن ينقص مقدار التعويض أو لا يحكم به إذا كان الدائن بخطئه قد اشترك في إحداث الضرر أو زاد فيه».

كما قد يكون خطأ المضرور سبباً لتخفيف مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام إذا ساهم إلى جانب خطأ هذا المدين في إحداث الضرر، حيث يوزع في هذه الحالة عبء التعويض بينهما مناصفة أو يتحمل كل واحد جزءاً بقدر مساهمة خطئه في إحداث الضرر².

وتمسك المدين بخطأ المضرور يكون أكثر وروداً إذا ما تعامل هذا الأخير مع محترف، أي يرتبط بعوامل ذاتية لها علاقة بشخصية المتعاقد مع هذا المدين³؛ على أن الصفة المهنية للمضرور وأثرها في ذلك ليس أمراً مطلقاً حيث أنه قد يكون هذا الأخير كذلك إلا أنه لا يمكنه الإلمام بخصائص المبيع لاسيما إذا كان في استعماله جديداً أو في تركيبه معقداً بحيث لا تمكنه خبرته هته من إدراك ما يعترى البيانات من نقص.

ج/- خطأ الغير:

يشترط للقول بانتفاء مسؤولية المدين بالالتزام عموماً أن يكون الخطأ ثابتاً أو مفترضا وأن يكون هذا الغير الذي يعتد بخطئه هو من لا يسأل عنهم المدعى عليه؛ أي أن لا يكون هذا الأخير (المدعى عليه) في مركز المتبوع أو المكلف بالرقابة بالنسبة لهذا الغير الذي اخطأ في حق الدائن وسبب له أضراراً نتيجة لذلك⁴.

ويتحلل المدين بالالتزام بالإعلام عن مسؤوليته إذا اثبت أن خطأ الغير هو السبب في الضرر المطلوب تعويضه تعويضاً مما ينفي علاقة السببية بين خطئه وهذا الضرر.

1- محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص: 85. وحمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 546.

2- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 549.

3- بودالي محمد، المرجع السابق، ص: 83.

4- محمود زكي، المرجع السابق، البند 274، ص: 572. و أنظر كذلك محمد حسنين، المرجع السابق، ص: 168.

ويشتمل لفظ الغير في مجال الالتزام بالإعلام كل شخص أجنبي عن المدين والمضروب لا صلة له بالسلعة المنتجة، أما إذا كان الغير شخصاً متدخلًا في صناعة هذه السلعة حتى تصل إلى المشتري النهائي فإنّ المنتج يستطيع في هذه الحالة أن يدفع عن نفسه المسؤولية بإدخالهم في الدعوى لإلزامهم بدفع التعويض استنادًا إلى خطئهم أو يرجع عليهم به بعد دفعه للمضروب¹.

الفرع الثالث: التعويض كآثر للمسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

إذا توافرت شروط المسؤولية المدنية على نحو ما بيناه من قبل من خطأ وضرر وعلاقة سببية فإنه يثبت للمستهلك الحق في التعويض عن الضرر الذي أصابه نتيجة إخلال المدين بالتزامه بالإعلام، والتعويض يكون في هذه الحلة يكون نتيجة أضرار جسدية أو مادية تصيب الزبون المتحصل على السلعة أو الخدمة، أما فيما يخص قيمة التعويض فهذا الشأن من اختصاص قاض الموضوع وبحسب الثابت في أوراق القضية.

المطلب الثاني: الجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

لاحظنا من خلال تطرقنا إلى الجزاء المدني أنّ الإخلال بالالتزام بالإعلام يعطي للدائن بالإضافة إلى حقه في طلب إبطال العقد أو فسخه مباشرة ودونما حاجة إلى تأسيس ذلك على غيره من نظريات ومبادئ المطالبة بالتعويض في حالة تضرره من هذا الإخلال بموجب قواعد المسؤولية المدنية، سواء كان ذلك في دعوى أصلية مستقلة أو موازاة مع دعوى الإبطال أو الفسخ على نحو ما بيناه سابقًا.

وموازاة مع الجزاء المدني ظهر هناك جزاء من نوع آخر يتمثل في إقرار عقوبات جزائية ضدّ من خالف التزامه بالإعلام بخصوص بعض أصناف السلع والمنتجات؛ لذلك وجب البحث عن مبررات هذا الجزاء (فرع أول) ثمّ في نطاق هذا الأخير والتمثل في الجزاءات المقررة بمناسبة الإخلال بنوعين من البيانات والمعلومات الواجب تقديمها إلى المستهلك يتمثل الجزاء الأول في ذلك المقرّر في حالة الإخلال بالإعلام بالبيانات عمومًا (فرع ثاني) ويتمثل الثاني في ذلك المقرّر في حالة الإخلال بالإعلام بالأسعار وشروط البيع (فرع ثالث).

الفرع الأول: مبررات الجزاء الجنائي في هذا المجال

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص: 577.

يفتقر الجزاء المدني والذي عادة ما يقرّر بعد وقوع الإخلال بالالتزام بالإعلام هادفاً إلى جبر الضرر إلى الطابع الوقائي الذي يهدف إلى منع هذا الضرر دون وقوعه، الأمر الذي دفع أغلب القوانين المعاصرة بما في ذلك القانون الجزائري إلى إقرار جزاء من نوع آخر يضاف إلى سابقه يرمي إلى توفير حماية أكبر للمستهلك والزبون عموماً وفرض من ثم عقوبات جزائية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام في مجال المنتجات والخدمات عن طريق سن نصوص تشريعية كذلك التي جاء بها القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سواء تعلق الأمر بالعقوبات المقررة بموجب هذا الأخير أو تلك المقررة في قانون العقوبات والتي أحال إليها نفس القانون، بالإضافة إلى تلك التي أقرها القانون 02/04 والتي سنتطرق إليها من خلال هذا الجزء من الدراسة.

ولعلّ الجزاء الجنائي والذي نحن بصدد دراسته أملتته الضرورات العملية، فعمومية الجزاء المدني أدت إلى عدم كفايته في حماية المستهلك من التصرفات اللامشروعة الصادرة من المحترفين والتي ترمي في غالبيتها إلى الترويج للمنتجات والخدمات والربح السريع على حساب مصلحة المستهلك، حيث تصل هذه التصرفات أحياناً إلى التظليل والغش. ومن ثمّ لجوء هؤلاء إلى الوسائل والأساليب للتهرب من المسؤولية المترتبة عليهم ضمن أحكام القواعد العامة في القانون المدني¹ هذا من جهة، و من جهة أخرى اقتصر قانون العقوبات في عقابه على بعض الممارسات التجارية إذا اجتمعت بها عناصر جريمة معينة، حيث تميزت بطابعها العام بالنسبة للفاعلين وكذا بالنسبة للضحايا، ما جعل بعض المعاملات الأخرى الرامية إلى الضغط على المستهلك من أجل دفعه إلى اقتناء المنتج أو طلب الخدمة التي لم تصل إلى أفعال يعاقب عليها جنائياً ولم يكن باستطاعة المستهلك إبطالها بموجب القواعد العامة ولا المطالبة بالتعويض عمّا تكبّده من أضرار بموجب قواعد المسؤولية المدنية²، الأمر الذي استدعى البحث عن وسائل جديدة لسدّ الثغرات التي اعترت القواعد العامة من خلال سنّ عقوبات جزائية لقمع هذه التصرفات بهدف حماية المستهلك في صحته وسلامته.

ولقد كانت الشريعة وقبل ذلك سبّاقة إلى وضع اللبنة الأولى في حماية المشتري عموماً من خلال النصوص الشرعية العامة التي جاءت في هذا الصدد سواء في القرآن الكريم أو السنة المطهرة تمنع على التاجر أن يغش في السلع والخدمات، إذ لا يجوز له الكذب في وصف سلعة ما، على أن كل ربح يعود عليه من الغش والخداع والإغراء يعدّ

¹ نائل عبد الرحمان صالح: الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية، مجلة الحقوق، العدد الرابع، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ديسمبر 2002، ص: 102.

² مولك بختة: الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص: 25.

من قبيل أكل أموال الناس بالباطل لأنّ من شأن ذلك تضييع أموال الناس فيما لا حاجة لهم فيه¹.

والقانون الجزائري قد ساير في ذلك أغلب القوانين المعاصرة من خلال وضع حماية خاصة تكمل الحماية التي يقرّها الجزاء المدني، على أنّ هذه الجزاءات تختلف في هذه الحالة حسب ما إذا كان الإعلام متعلقاً بالبيانات (الوسم عمومًا)، أو تعلق بالأسعار وشروط البيع على نحو ما سنبينه فيما يلي.

الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات

تحدثت المادة 78 من القانون 03/09 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش على العقوبات المقررة في حالة الإخلال بهذا النوع من الإعلام والذي تضمنته المادة 17 من نفس القانون، وهي البيانات الواجب إيضاحها للمستهلك والمتعلقة بكل أنواع المنتوجات أو الخدمات المقدمة، وإن كانت في حقيقة الأمر تخص بالدرجة الأولى من ذكر لمصدره وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه، حيث نصت المادة 78 على معاقبة العون الاقتصادي الذي يخالف ذلك بغرامة مالية من 100.000 إلى مليون دينار 1.000.000 دج.

وإذا تسبب ذلك في عجز جزئي أو دائم للمستهلك أو وفاته فإنّه تطبق عليه نصوص قانون العقوبات لاسيما المادتين 288 و 289 من قانون العقوبات، حيث تنص المادة 288 "كل من قتل خطأ أو تسبب في ذلك برعونته أو عدم احتياطه أو عدم انتباه أو إهماله أو عدم مراعاة الأنظمة يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 1000 إلى 20.000 دج."

أما المادة 289 والتي تخص الجرح الخطأ، فنصت على عقوبة الحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 500 إلى 15.000 دج أو بإحدى العقوبتين في حالة ما أدى استهلاك المنتوج أو تقديم الخدمة إلى جرح أو مرض أدى إلى العجز الكلي عن العمل لمدة تجاوز ثلاثة أشهر نتيجة هذا الإخلال.

وفي نفس السياق نصت المادة 432 من قانون العقوبات على "إذ أُلحقت المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو الذي قدمت إليه مرضا أو

¹ - حسن جميعي: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص: 36.

عجزاً عن العمل، يعاقب مرتكب الغش وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة وهو يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو سامة بالحبس من 05 إلى 10 سنوات وبغرامة من 500000 إلى 1.000.000 د ج .

ويعاقب الجناة بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وبغرامة 1.000.000 د ج إلى 2.000.000 د ج إذا تسببت المادة في مرض غير قابل لشفاء أو في فقد عضو أو في عاهة مستديمة.

ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان ."

وتجدر الإشارة إلى أن هناك ترابط بين نص المادة 3/5 من القانون 02-04 ونص المادتين 429، 430 من قانون العقوبات حيث نصت 429 على "يعاقب بالحبس من شهرين إلى 03 سنوات وبغرامة من 2.000 د ج إلى 20.000 د ج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد

- سواء في طبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع

- سوء في نوعه أو مصدرها

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها

في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق."

كما نصت المادة 430 على الظرف المشدد لهذه الجريمة حيث رفعت من حجم العقوبة إلى الحبس 05 سنوات وغرامة إلى 500.000 د ج في حالة ارتكاب الأفعال التالية:

- سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة

- سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل أو

المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغير عن طريق الغش تركيب أو الوزن أو حجم السلع؛ أو المنتجات ولو قبل البدء في هذه العمليات، سواء بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى

الاعتقاد بوجود عملية سابقة صحيحة، أو إلى مراقبة رسمية لم توجد .

الفرع الثالث: جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار و شروط البيع :

لقد نصّ القانون 02/04 المتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على نوعين من المخالفات وقرّر لكل نوع منها جزاءً مناسباً تتعلق المخالفة الأولى بالإخلال بالإعلام عن الأسعار وتتعلق الثانية بعدم الإعلام بشروط البيع و تقديم الخدمة.

أ/- جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار:

حيث نصت على مخالفة هذا النوع من الإعلام المادة 31 من القانون 02/04 بمعاينة المخالف للمواد 07-06-04 من نفس القانون، والمتعلقة بالإعلام بالأسعار والتعريفات الخاصة بالسلع و الخدمات بغرامة من 5000 إلى 100.000 دج.

ب/- جزاء الإخلال بالإعلام بشروط البيع:

ونصت على هذه المخالفة المادة 32 من القانون 02/04 بمعاينة المخالف للمواد 08-09 من نفس القانون والمتعلقين بالإعلام بشروط بيع المنتج، أو تقديم الخدمة بغرامة من 10.000 إلى 100.000 دج.

وما تجدر الإشارة إليه هو أنّ جريمتي عدم الإعلام بالبيانات، وكذا عدم الإعلام بالأسعار وشروط البيع على نحو ما بيناه تقومان بتوافر شرطين من دونهما لن تخرجا إلى حيّز الوجود.

ويتمثل الشرط الأول في عدم الإعلام عن البيانات أو عن الأسعار وشروط البيع بأيّ شكل من الأشكال سواء كان الإخلال جزئياً أو كلياً¹، كأن يُعلن المحترف عن التاريخ الأقصى للاستهلاك دون ذكر طريقة الاستعمال أو الاحتياطات الواجب اتخاذها أو العكس مثلاً، هذا بالنسبة للإعلام بالبيانات، أو كأن يُعلن عن سعر الجملة دون التجزئة أو يُعلن عن المبلغ المستحق الدفع في مقابل المنتج أو الخدمة دون توضيح فيما إذا كان يتعلّق بالمبلغ الإجمالي بما في ذلك الرسوم و المصاريف المستحقة، أو بالثمن الأساسي بالنسبة للإعلام بالأسعار و شروط البيع.

أمّا الشرط الثاني وهو القصد الجرمي، حيث يعتبر هذا العنصر مفترضاً باعتبار أنّ الجريمة في هذه الحالة هي من الجرائم المادية يكفي الإقدام على التصرف المتضمّن عدم الإعلام لكي يتوافر القصد الإجرامي ولا يمكن إثبات انتفائه، إذ أنّ الإهمال وقلة الاحتراز كافيان لتوافره.

¹ - نائل عبد الرحمان صالح: الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية، المرجع السابق، ص: 129.

الثقافة

يعتبر إلتزام العون الاقتصادي بالإعلام من المواضيع التي تحتل أهمية بالغة في مجال حماية الزبائن بصفة عامة والمستهلكين بصفة خاصة وذلك من خلال تجنب لجوء المتعاقد إلى إبطال العقد إذا ما هو أعلم بصفة دقيقة وكاملة مما يجعل هذا الإلتزام مستقلا تماما عن باق الإلتزامات الأخرى كالإلتزام بالسلامة والإلتزام بالضمان وكذا الإلتزام التسليم نظرا لضيق نطاق كل من هذه الإلتزامات مقارنة بالإلتزام بالإعلام .

كما بينا مصادر هذا الإلتزام من مصادر عقدية فاعتبر من مستلزمات العقد وفقا لقواعد القانون والعرف وقواعد العدالة ومن مصادر غير عقدية من خلال نصوص قانونية المتعلقة بعبوي الإرادة من غلط وتدليس ونص المادة 352 ق م مرورا بالإلتزامات الأخرى كالإلتزام بالسلامة والضمان وكذا الإلتزام بالتسليم، والتي يرى فيها جانب من الفقه مصادرا للإلتزام بالإعلام، حيث تبين من خلا الدراسة إلى إمكانية إعتبار المادة 352 من ق م مصدرا لهذا الإلتزام وتطبيقا مثاليا له تدعمها المواد التي جاءت بها قانون 03/09 وكذا القانون 02/04 لاسيما المواد 05،07،08 والتي تعتبر المصادر الأساسية لهذا الإلتزام في مجال السلع والخدمات .

وفي سياق الحديث عن طبيعة هذا الإلتزام تبين لنا ترجيح إعتباره إلتزاما بتحقيق نتيجة إذ تتفق هذه النتيجة والغاية من وجود هذا الإلتزام وهو حماية رضى الزبون والحفاظ على سلامته وهذا بالنسبة إلى ضرورة تقديم المعلومات المتعلقة بمحل العقد أما عن مدى فهم الزبون لهذه المعلومات والوسائل المستخدمة في إيصالها فإن ذلك يعتبر إلتزاما ببذل عناية .

واستوجب بيان الإلتزام بالإعلام استعراض مضمونه ووسائل تنفيذه إذ وبالنسبة إلى مضمون فإنه لم يخرج عن نقاط ثلاث وهي ضرورة الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة ببيان حالة المبيع المادية من أوصاف وخصائص جوهرية، وبيان الوضع القانوني لمحل العقد، أما فيما يخص الوسائل التي يتخذها المدين بغية إيصال المعلومة فقد ميزنا بين وسائل إعلام المستهلك المتمثلة في كل من المعلقة والوسم والعلامة ووسائل إعلام العون الإقتصادي المتمثلة في كل من جداول الأسعار والنشرات البيانية ودليل الأسعار .

كما خصصنا جزء من الدراسة عن الجزاء المترتب عن الإخلال بهذا الإلتزام لم في دراسته من أهمية في تحديد المسؤوليات ولقد تطلب بيان حالة الإخلال بهذا الإلتزام تبيان أثر هذا الإخلال سيما على العقد، حيث تبين أن هناك اتجاهات فقهية تتنازع هذه الأسس التي يركز عليها هذا الإبطال والمتمثلة في نظرية عيوب الرضى ونظرية ضمان العيوب الخفية، وخلصنا من خلال التحليل إلى إمكانية إعتبار المادة 352 ق م أنسب هذه

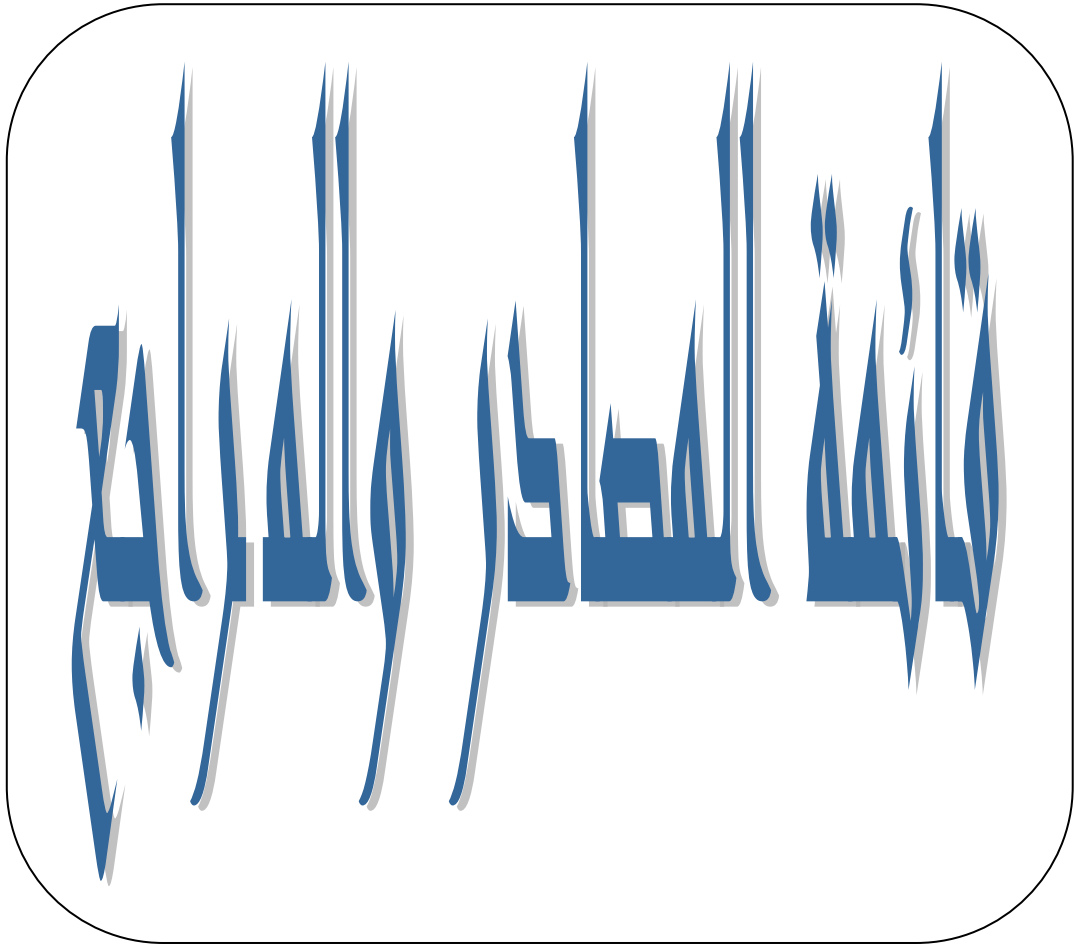
الأسس مقارنة مع النظريات الأخرى والتي عرفت قصورا في مجال حماية المستهلك، على أن هذه المادة تبقى عاجزة نوعا ما عن تغطية المجالات الداخلة في نطاق الإلتزام بالإعلام أخ هنا بالذكر مجال الخدمات والتي تحكمها قواعد خاصة في هذا الشأن، كما أن هناك من يرى إمكانية المطالبة بالفسخ بدل إبطال العقد كما أن الأخذ بهذا الرأي يجعل من الفسخ أكثر ملائمة بالنسبة للإلتزامات الاحقة على التعاقد مما يتماشى وترجيح الطبيعة العقدية للإلتزام بالإعلام وفي هذه الحالة يحق للمستهلك المطالبة بالتعويض موازاة مع دعوى طلب الفسخ .

كما استدعت دراسة موضوع الجزاء البحث أيضا في المسؤولية المدنية المترتبة عن هذا الإخلال حيث تبين لنا ترجيح الطبيعة العقدية لهذه الأخيرة لتماشيها وترجيح إضفاء الطبيعة العقدية على الإلتزام بالإعلام ذاته تيسيرا لمهمة الإثبات إدماج على المستهلك إلا إثبات تقصير العون الإقتصادي على إعتبار أن الإلتزام بالإعلام إلتزام بتحقيق نتيجة.

وكان لا بد وفي سياق الحديث عن المسؤولية المدنية أن نستعرض شروط هذه الأخيرة من خلال التطرق إلى الخطأ بنوعيه الإيجابي والسليبي بالإضافة إلى الضرر المادي والجسدي الذي قد يصيب المتعاقد نتيجة هذا الخطأ كنتيجة حتمية لهذا يستوجب أن يكون هناك تعويض عن هذا الضرر.

أما في يخص المسؤولية الجنائية والجزاءات المقررة في هذا الشأن كوسيلة أخرى في سبيل توفير المزيد من الحماية لزبائن وألية للوقاية دون مخالفة هذا الجزاء وكذلك وسيلة لردع وقمع التصرفات والممارسات التجارية الغير شرعية التي تمس أمن المستهلك وهذا أمام عمومية الجزاء المدني وعجز قواعده عن توفير الحماية الكافية.

ولعل ما لمسناه من خلال هذه الدراسة هو أنه ورغم الأهمية القصوى التي يحتلها الإلتزام بالإعلام في مجال حماية الزبائن إلا أنه لا يزال يفتقر إلى المعالجة وافية من طرف المشرع الجزائي من خلال تبيان معالم هذا الأخير خاصة فيما يتعلق بالأساس الذي يرتكز عليه لذي فإن من الضروري تدخل الآلية التشريعية لسد هذه الثغرات عن طريق نصوص قانونية صريحة تكون أساسا لهذا الإلتزام يبين من خلالها خاصة الطبيعة القانونية لهذا الإلتزام ومداه لما في بيان هذه النقاط من أهمية في رسم حدود واضحة له ومن ثم تدعيم فكرة إستقلالية الإلتزام بالإعلام .



1- المراجع الفقهية:

أ- المراجع العامة

محيط المحيط، مادة علم، الجزء الأول، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، دط، 1998.

ب- المراجع الخاصة

الكتب.

- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 1994.

- أكرم محمد حسن التميمي، التنظيم القانوني للمهني: دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة 01، 2010.

- بودالي محمد، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات: دراسة مقارنة، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، ط:01.

- توفيق حسن، عقد البيع والمقايضة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الطبعة الثانية، 1985.

- حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببه منتجاته المعيبة: دراسة مقارنة دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 2000.

- حسن جميعي، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 1993.

- حمدي أحمد سعد، الإلتزام بإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع: دراسة مقارنة بين القانون المدني (المصري والفرنسي) والفقه الاسلامي، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، طبعة اولى، 1999.

- خليل أحمد قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري: عقد البيع، الجزء الرابع، د م ج ، الجزائر، دط، 2000.

- عبد الرزاق السنهوري: الوسيط - الإثبات وآثار الإلتزام، المجلد رقم 02، دار النهضة العربية، دط، 1963.

- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك: دراسة مقارنة في القانون المدني والمقارن، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002 .

- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع والمقايضة، الجزء الرابع، دار النهضة العربية، مصر، دط، 1960.
- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار النشر، دط، 1952.
- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، دط، 2000.
- علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 1990.
- علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، د.م.ج، الجزائر، دط، 1998.
- الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات، مكتبة الجلاء، الطبعة الأولى، دط، 1999.
- محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2004.
- محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مطبعة جامعة القاهرة، دط، 1978.
- نزيه المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود: دراسة مقارنة دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 1982.

2- المقالات:

- حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد 13، 1990.
- عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع: دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 18، كلية الحقوق جامعة المنوفة، أكتوبر 2000.
- ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، ملتقى وطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 14-15 أبريل 2000.
- نائل عبد الرحمان صالح: الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية، مجلة الحقوق، العدد الرابع، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ديسمبر 2002.

- هجيرة دنوني، قانون المنافسة وحماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية، الجزء 39، رقم: 2002/1.

3- الرسائل والبحوث

- ثروت فتحي إسماعيل، المسؤولية المدنية للبائع المهني الصانع والموزع: رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، 1978.

- كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2010/2011.

4- المراجع القانونية

أ) القوانين

- القانون المدني رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.

- قانون العقوبات رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المعدل والمتمم.

- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 الصادرة في: 27-06-2004.

- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-02-2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج، ر، عدد 15 الصادرة في: 08-03-2009.

ب) الأوامر

- الأمر 06/03 المؤرخ في: 19/07/2003 يتعلق بالعلامة، ج.ر، عدد 44 الصادرة في: 23/07/2003.

ج) المراسيم

- مرسوم رقم 42/92 مؤرخ في 30 رجب 1412 هـ الموافق لـ 04 فبراير 1992م يتعلق بالرخص المسبقة لانتهاج المواد السامة أو التي تشكل خطراً من نوع خاص، ج.ر. رقم 1992/09.

01المقدمة
	الفصل الأول: ماهية الالتزام بالإعلام
05المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام
05المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام
07المطلب الثاني: أساس الالتزام بالإعلام
08الفرع الأول: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات
12الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد
13الفرع الثالث: الأساس غير التعاقدى للالتزام بالإعلام
19المطلب الثالث: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام
19الفرع الأول: طبيعته بالنظر إلى زمن الوفاء به (تعاقدى - قبل تعاقدى)
23الفرع الثاني: طبيعته من حيث كونه التزاما بوسيلة أم بتحقيق نتيجة
27المبحث الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام ووسائل تنفيذه
27المطلب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام
27الفرع الأول: الإعلام بحالة المبيع المادي والقانونية
31الفرع الثاني: الإعلام بالأسعار وشروط البيع
35الفرع الثالث: الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع و مكامن خطورته
40المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام
40الفرع الأول: وسائل الإعلام الخاصة بالمستهلكين
41الفرع الثاني: الوسائل الخاصة بإعلام العون الاقتصادي
41الفرع الثالث: الوسائل المستحدثة لإعلام المستهلك

الفصل الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

- 47المبحث الأول: أثر إخلال بالالتزام بالإعلام.
- 47الفرع الأول: إبطال العقد تأسيساً على نظرية عيوب الرضاء.
- 52الفرع الثاني: إبطال العقد تأسيساً على نظرية ضمان العيوب الخفية.
- 54الفرع الثالث: إبطال العقد تأسيساً على المادة 352 ق.م. الجزائري.
- 58المطلب الثاني: قابلية العقد للفسخ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 58الفرع الثاني: جواز الجمع بين الفسخ و التعويض.
- 60المبحث الثاني: المسؤولية المدنية والجنائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 61المطلب الأول: المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 61الفرع الأول: طبيعة المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 68الفرع الثاني: شروط المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 80الفرع الثالث: التعويض كأثر للمسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 80المطلب الثاني: الجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 81الفرع الأول: مبررات الجزاء الجنائي في هذا المجال.
- 82الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات.
- 84الفرع الثالث: جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار و شروط البيع.
- 85الخاتمة
- 87قائمة المصادر والمراجع.