



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم الحقوق



الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في ظل  
قانون حماية المستهلك

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر  
في الحقوق - تخصص: قانون اعمال

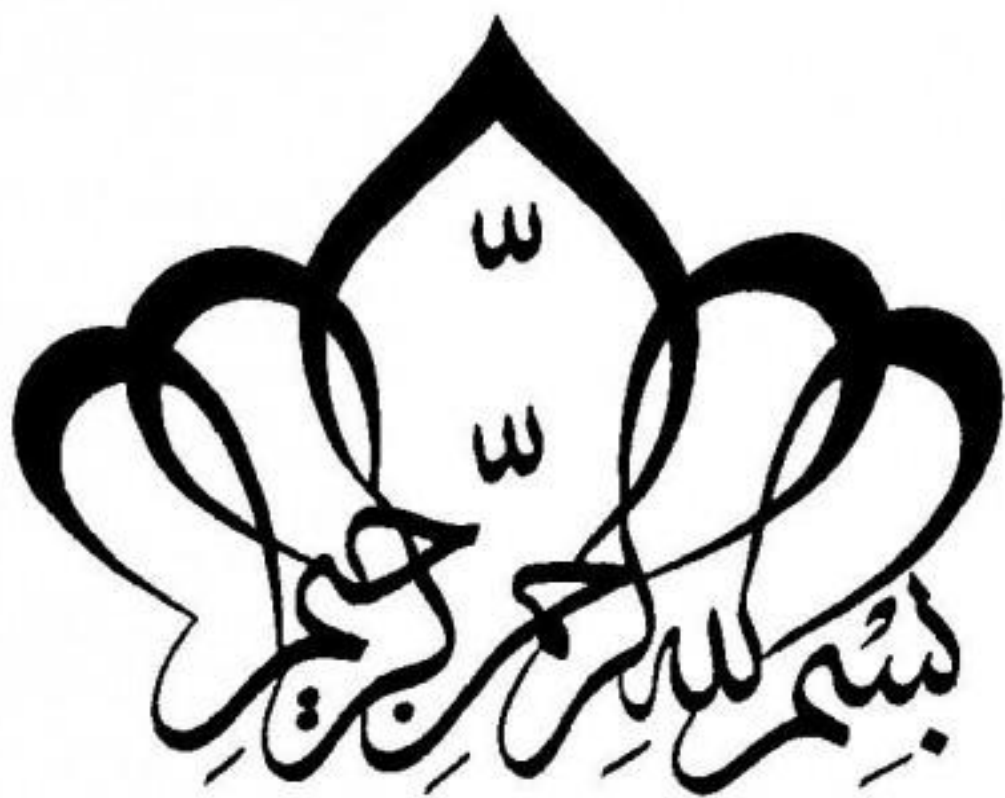
إعداد الطالبة:

داهم صبرين

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. خلف فاروق	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
أ. لموشية سامية	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
أ. غمام جريدي مليكة	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2016 - 2017



# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

أبي الغالي وإلى النور الذي يضيء طريقتي

في الدنيا أُمِّي الغالية

وإلى أخواتي العزيزات وأخوتي الأعزاء

إلى أساتذتي وقدوتي في هذا المسار العلمي

سامية لموشية

وإلى أعلى ما املك في الوجود أُنِي الغالي

دانيال

إلى من جمعني بهم الأقدار

# شكر وعرفان

بعد الحمد لله وشكره جلّ وعلا

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذتي

الفاصلة : سامية لموشية

التي تفضلت بالإشراف على هذا البحث، حيث قدمت

لي كل النصح والإرشاد طيلة فترة الإعداد فلها مني كل الشكر

والتقدير وإلى أستاذتي وأخي الدكتور خلف فاروق

على مجهوداته المبذولة وقبوله مناقشة مذكري

كما نشكر أيضا الأستاذة الفاضلة جريدي مليكة على

قبولها مناقشة مذكري

مقدمة

إن حاجة الأفراد إلى السلع والخدمات تدفعهم إلى التعاقد مع المحترفين الذين إن يمتنون ببيع هذه السلع وأداء هذه الخدمات، سواء كانوا أشخاصا طبيعية أو معنوية، وتلك الحاجة وجدت مع وجود الإنسان، ولم تثر طبيعة العلاقة بين الطالب لتلك السلع والخدمات وبين المقدمين لها أية إهتمام، إلا مع ظهور التطور الصناعي الذي إعتري تلك العلاقة الإستهلاكية، ليكشف أنها علاقة غير متكافئة بطبيعتها حيث يظهر عمق إختصاص للمحترف ذاته، والكم الهائل من المعلومات الذي في حوزته، و ما يصادف ذلك الإمكانيات المالية الضخمة التي بين يديه. من هنا برزت علاقة لأطراف غير متساوية.

وهو ما أشار إليه بعض الفقه ورجال القانون حول وجود إختلال في التوازن التعاقدية في العلاقات بين المحترفين والمستهلكين، والذي مرده إلى عدم المساواة في الإعلام، ففي الوقت الذي يحيط فيه المحترف علما بالأموال والخدمات المعروضة في السوق، يبقى المستهلك في الغالب غير قادر على الإحاطة بها حتى يتسنى له بعد ذلك المقارنة بينها واختيار أحسنها جودة وأقلها سعرا، لذلك جاء الإعتراف بالحق في الإعلام مما أصبح إحدى الركائز الرئيسية لكل سياسة توضع للدفاع عن المستهلكين.

وتظهر خاصة هذه الحماية هو ما تعلق بإرادة المستهلك لدى إستقباله والتي تجد مجالها الحقيقي في المرحلة قبل التعاقدية، وذلك في ضوء غياب المعلومات الهامة والمؤثرة عن السلع والخدمات موضوع التعاقد، واللازم توافرها لصحة وسلامة الرضا مما يهدف إلى تنوير رضا المستهلك لتكوين هذه الإرادة، وبالتالي التعبير السليم لقبول سليم.

و قد أكد المشرع الجزائري على حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة في القانون 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلا أنه لم يحدد هل الإعلام المقصود هنا ما يتم قبل التعاقد أم أثناء التعاقد، وذلك في نص المادة 04 من القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة بحماية المستهلك، وتكريسا لهذا الحق الذي يعتبر إلتزاما على المتدخل بإعلام المستهلك في صدور المرسوم التنفيذي رقم 378/13

المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، هذا التنظيم القانوني الذي جاء يبين الطريق القانوني الذي يسلكه الأطراف المتعاقدة لا محالة ويؤدي إلى التقليل من حوادث الإستهلاك وتطبيق العقوبات اللازمة وفق إجراءات محددة، لذلك سنحاول تسليط الضوء على هذا الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد من خلال هذه الدراسة.

### أهمية الدراسة

#### الأهمية العملية

نظرا لتعاضد عدم التكافؤ بين المحترفين والمستهلكين والذي مرده في عدم المساواة في الإعلام، وبالتالي الإختلال في التوازن التعاقدية فإن الأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع هي حدائته ومحل إهتمام التشريعات على المستوى الدولي والوطني، كما دفعنا الى اختيار هذا الموضوع من الضرورة إلزامية حماية المستهلكين من التصرفات الغير شرعية ومن التعسف في الهيمنة الاقتصادية، و إزالة اللبس من النصوص القانونية الغامضة.

#### الأهمية العلمية

وتتجلى الأهمية العلمية في موضوع الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في:

1. الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في مجال حماية المستهلك يمنح حماية القدرة الشرائية للمستهلك بإمكانية اختيار محل الإلتزام حسب قدرته وعلمه بسعر السلع أو الخدمة المؤداة.
2. إن إعلام المستهلك بالبيانات الأساسية المتعلقة بالمنتجات تجعله أكثر علما ودراية بمدى إمكانية الانتفاع بالمنتج أو الخدمة .
3. الوقوف على تمييز الإلتزام قبل التعاقد عن غيره من الإلتزامات مشابهة له و كذلك معرفة طبيعة هذا الإلتزام.
- 4-تقرير المسؤولية على المتدخل المخل بالإلتزامه بإعلام المستهلك حول السلع والخدمات محل التعاقد، و تقدير الجزاء القانوني لردعه.

## أهداف الدراسة:

والهدف من دراسة الموضوع تتمثل في أهداف عامة وأهداف خاصة نذكرها كالآتي:

## الأهداف العامة:

1. البحث في الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام قبل التعاقد وبيان شروط قيامه، ومع توضيح الأساس القانوني الذي اعتمدت عليه.
2. دراسة النصوص القانونية الجزائية لحماية المستهلك من سلوكيات المتدخل.
3. المساهمة في إثراء المكتبة، التي هي بحاجة لمثل هذه البحوث والدراسات الأكاديمية.

## الأهداف الخاصة:

1. دراسة الأحكام والضمانات القانونية الممنوحة التي نظمها المشرع الجزائري في ظل حماية المستهلك.
  2. التعرف على المسؤولية القانونية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد. وعليه لدراسة موضوع الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في ظل حماية المستهلك تكمن من خلال طرح الإشكالية الآتية:
- ما مدى فعالية وجدية المنظومة القانونية لحماية المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد؟

وللإجابة على هذا السؤال الكبير وهو ما يجده القارئ بنظرته، وهي أفكار تضمنتها

تساؤلات فرعية:

- 1- ما مضمون حق المستهلك بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد؟
- 2- ما هي مقومات الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد بالنظر إلى خصوصيته؟
- 3- ما هو محل هذا الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد؟
- 4- ما هي آثار الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد؟

## أسباب إختيار الموضوع:

من أهم الدوافع التي جعلتنا نتطرق لهذا الموضوع والدراسة تتمثل في:

## الأسباب الذاتية:

1. الرغبة والميول لدراسة موضوع الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، والتعرف على العلاقة التي ربط بين المستهلك والمهني.
2. بالنظر إلى حداثة الموضوع ومحل اهتمامي لتنمية مقدرتي المعرفية من الجانب الواقعي الذي نعيش فيه كوننا مستهلكين والجانب القانوني لمعرفة واجباتنا وحقوقنا.
3. محاولة معرفة الأحكام التي وضعها القانون هل هي كافية من الناحية القانونية وكفيلة من الناحية الإجرائية لحماية حق المستهلك في الإعلام قبل التعاقد.

## الأسباب الموضوعية:

1. إن موضوع الالتزام بالإعلام قبل التعاقد متطور نسبيا نظرا لتغير التشريعات الخاصة به و مدى تطور المجتمع الاستهلاكي.
2. حساسية هذا الموضوع بحيث لم يرد في المرسوم التنفيذي الجديد ما يفي في الدراسة الكافية من طرف الباحثين بالرغم من انه جاء بوسائل ردعية ووقائية ملزمة أكثر صرامة لحماية حق المستهلك في الإعلام في مواجهة المحترف.

## الدراسات السابقة:

من المواضيع السابقة التي عالجت موضوع الالتزام بالإعلام من قبل الباحثين على الصعيد الوطني نذكر منها:

1. عبد الحق ماني، حق المستهلك في الإعلام، (دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري)، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009. والذي توصل إلى نتائج جديدة بالذكر.
2. حفيظة بتقة، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون. منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج. البويرة، 2012,2013.

**المنهج المتبع:**

ولدراسة موضوع بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد، اعتمدنا على منهج تحليل المضمون الذي يسعى إلى الوصف الكمي الموضوعي، الذي يهدف إلى الإجابة عن الأسئلة المطروحة سابقا وتصنيف محتوى المادة المطروحة، و هذا ما دفعنا إلى التحليل لبعض المواد القانونية المرتبطة بموضوع الدراسة.

**خطة البحث:**

وللإجابة على الإشكالية المطروحة والوصول إلى النتائج المبتغاة ارتأينا تقسيم بحثنا هذا إلى فصلين، يتناول الفصل الأول ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، والذي قسمناه بدوره إلى مبحثين تناولنا في الأول مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، إذ قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين تطرقنا في المطلب الأول إلى مفهومه، أما المطلب الثاني فخصصناه لمبررات نشوء الالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

أما بالنسبة للمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى مقومات خصوصية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ويندرج ضمن مطلبين، الأول حول أسس الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وطبيعته القانونية، أما المطلب الثاني فخصصناه لتمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عن الأنظمة المشابهة له.

أما فيما يخص الفصل الثاني فسيتم دراسة أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الذي قسمناه بدوره إلى مبحثين، تناولنا في المبحث الأول محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وشروط قيامه حيث قسمناه إلى مطلبين، تطرقنا في المطلب الأول إلى محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، أما في المطلب الثاني فخصصناه لشروط قيام الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد.

بينما حددنا في المبحث الثاني المسؤولية القانونية عند الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد كمطلب أولي، وتقييم النظام الجزائي للإخلال عن الإلتزام قبل التعاقد مطلب ثان، وأخيرا الخاتمة التي تتضمن النتائج والتوصيات التي توصلنا إليها.

## الفصل الأول

ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

## الفصل الأول: ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

الإلتزام بالإعلام أحد أبرز الآليات القانونية الحديثة في مجال حماية المستهلك وبشكل خاص في معالجة الصور الحديثة لعدم التوازن العقدي في العقود الاستهلاكية، التي دفعت حاجة الأفراد إلى التعاقد مع المحترفين الذين يمتنون بيع السلع و أداء الخدمات. وفي إطار البحث عن مصادر لحماية المستهلك، نتيجة للتطورات التقنية والتكنولوجية المعاصرة، وهي سمات الإنتاج الكبير والاستهلاك الكبير والتقدم العلمي والتقني، وإيماننا بدور الإعلام في تحقيق حماية للمستهلك المقبل على التعاقد، وعليه يصعب الفصل بين نظم إعلام المستهلك والنظم المقررة لحمايته، فهذا الإعلام يعد حماية موضوعية للمستهلك في نظرية شاملة لسياسة الدفاع عن المستهلكين.

ولذلك يمكن القول أن الإعلام ألبسه رجال القانون والقضاء حلي الإلجبار، لكي يلتزم بمقتضاه الطرف الأكثر خبرة علما بإمداد الطرف الآخر بالمعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، ومن ثمة يقبل على التعاقد، وفي تقرير هذا الإلتزام كحق أصبح ضرورة حتمية قانونية أولته التشريعات كل الإهتمام، حتى يتسنى على المتعاقد المقبل على التعاقد على بينة من أمره فيبرم العقد بسلامة رضا الطرفين، وهذا الإلتزام ينشأ في المرحلة السابقة للتعاقد.

وجدير بالذكر أنه لا بد الإلمام بكافة البيانات والمفاهيم، لاسيما بعد صدور النص التشريعي 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وأيضا صدور النص التنظيمي بموجب المرسوم التنفيذي 378/13 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>1</sup>، حيث يصل هذا الأداء قمة غايته بما أتت به الشريعة الإسلامية في مجال المعاملات، والتي اعتبر الفقه الحديث بعضها منها أساس هذا الإلتزام.

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، عدد 52، الصادرة في 2013/11/18.

وعلى ذلك النحو الذي ستعرض له الدراسة في تخصيص هذا الفصل حول ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من خلال إلقاء الضوء على مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في المبحث الأول، أما المبحث الثاني قد خصصناه لدراسة أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

### المبحث الأول: مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

بدون شك أن الالتزام بالإعلام قد فرضه التطور العلمي الهائل في شتى مجالات الإنتاج والصناعة للمنتجات المختلفة منذ أوائل منتصف القرن الماضي، حيث كان الالتزام بتقديم البيانات حول المنتجات والتحذير من مخاطرها متتبعا للالتزام بضمان العيب الخفي والالتزام بالسلامة\*، وبالتالي جاء استقلال الالتزام بالإعلام وأصبح حقيقة مؤكدة نظرا للتقدم العلمي الذي اجتاحت جميع مجالات الحياة<sup>1</sup>.

حيث أصبح الالتزام بالإعلام من المواضيع الأكثر اهتماما من طرف الفقهاء فهو يعتبر أهم مبدأ من مبادئ الحماية المقررة لحماية المستهلك ابتداء من المرحلة السابقة للتعاقد إلى مرحلة إبرام العقد<sup>2</sup>، وقد وجد الالتزام بالإعلام حرصا كبيرا على تكريس هذا المبدأ، فإذا رجعنا إلى قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد نجد الكتاب الأول تحت عنوان "إعلام المستهلكين وتكوين العقد" فالباب الأول منه بعنوان إعلام المستهلكين *l'information des consommateurs* حيث تنص المادة 01/111 من الباب الأول منه على أنه: "يجب على كل مهني بائع للسلع أو مؤدي للخدمات أن يعلم المستهلك قبل إبرام العقد بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة"<sup>3</sup>.

\* الالتزام بالسلامة: الاعتراف بقيام الالتزام لضمان السلامة في عقد من العقود، حصول الدائن "المضروب" على التعويض دون حاجة إلى إثبات التعويض دون حاجة إلى إثبات الخطأ في جانب المسؤول إلا بإثبات السبب الاجنبي. انظر زاوية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، بدون تاريخ، ص130.

<sup>1</sup>- ثروت عبد الحميد، الاضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد ووسائل الحماية منها، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2007، ص116.

<sup>2</sup> - اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص193.

<sup>3</sup> - خالد عبد الفتاح محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2009، ص44.

على غرار المشرع الجزائري الذي نص عليه ضمن الفصل الخامس تحت عنوان "الزامية إعلام المستهلك"، وبمقتضى نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم لقانون 03/09 المؤرخ في 2009/09/25 ما يلي: "يجب على كل متدخل ان يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم\* ووضع العلامات\* أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

فيبدو من خلال هذا النص أن المشرع الجزائري أوجب على المتدخل<sup>1</sup> تقديم كل المعلومات الخاصة بالمنتجات على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر كامل المعلومات التي تخص المنتجات أو الخدمات فنص المادة السالف الذكر جاء عمومي فلم يحدد المعلومات المقدمة للمستهلك أو الوسيلة التي تستخدم في نقل هذه المعلومات له، أي مجموعة البيانات شاملة وكاملة كل معلومة ضرورية متعلقة بالمنتج وعليه يلزم على المتدخل إفادة المستهلك بها بأية وسيلة مناسبة لإبرام العقد<sup>2</sup>.

\* الوسم: كل البيانات أو الكتابات أو الاشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، 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 طريقة وضعها. انظر نص المادة 04/3 قانون 03/09 المؤرخ في 2009/09/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد 15، ص 13، وتفصيلا أكثر انظر نص المادة 18 من القانون السالف الذكر.

\* العلامة: هي الشعار الذي يتخذه المنتج او الصانع لتمييز منتجاته عن المنتجات الأخرى، ووضع العلامة على المنتج وسيلة هامة تمكن المستهلك من التعرف على منتجات صانع معين، هذا من جهة، وتضمن عدم تضليل المستهلك اي عدم ايقاعه في لبس أو خلط بين المنتجات العديدة من جهة اخرى. انظر زاوية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص 132.

\* المتدخل كل شخص طبيعي او معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك انظر نص المادة 07/3 من قانون رقم 03/09، مرجع سابق.

<sup>1</sup> - يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، ط 1، 2016، ص 78.

وعليه أكد المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة ، إذا فيجب عدم الخطأ بينه وبين الإعلام الملقى في المرحلة قبل إبرام العقد باعتباره التزاما عاما في كل عقود الاستهلاك حيث يترتب على إخلاله مسؤولية تقصيرية\* ، لأنه التزم منفصل عن العقد ليتيح للمستهلك رضا حرا لإبرام العقد أو رفض إبرامه بوجود كل معلومات التعاقد أمامه بكل وضوح .

إلا أن بعض الفقه يجد صعوبة في التمييز بين هذين الالتزامين :الالتزام قبل التعاقد بالإعلام والالتزام التعاقدى بالإعلام بل استحالتها أحيانا، ففي صدد ذلك قال الأستاذ جاك جيستان: إن الحدود الفاصلة بين الالتزامين لا يمكن رسمها بوضوح، إن لم يكن هذا التحديد مستحيلا".<sup>1</sup>

وقد وجدت بعد البحث عن تعريف الالتزام بالإعلام التعاقدى\* ، مصطلحات متعددة تحت تسميات كثيرة كانت كالالتزام بالتبصير،الالتزام بالإفضاء\* ، الالتزام بالإدلاء بالمعلومات إذا فهو التزم عقدي بالإدلاء بالمعلومات حول المنتج أثناء التعاقد،إما الالتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزم عام سابق على التعاقد لهدف إحاطة المستهلك علما بالشروط والمواصفات المتعلقة بالسلعة.

إذا مع كل احتراماتي لرأي الأستاذ جاك جيستان: فالتفريق بين الالتزامين واضح في وقت نشوء الالتزام هذا المعيار الأساسي لكي نقول التزم نشأ قبل إبرام العقد فهو التزم قبل التعاقد، وإن نشأ في وقت العقد فيسمى التزم تعاقدى .

\* ويستند الحق في التعويض لقواعد المسؤولية التقصيرية وفقا لنص المادة 124 (مدني جزائري)،فدعوى التعويض هنا مستقلة عن دعوى إبطال العقد وخاصة من حيث التقادم إذ تخضع للتقادم (123مدني) والدعوى الثانية تخضع للتقادم المزدوج (المادة 101من نفس القانون).انظر محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة في القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، ط6، 2006، جامعة سيدي بالعباس،ص66.

<sup>1</sup> - زاهية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص140 .

\* الالتزام بالإعلام التعاقدى:يشمل في مفهومه تقديم النصح والمشورة خاصة عندما يتعلق الامر بمنتجات معقدة او مركبة أو كان المنتج غير معروف للمستهلك. انظر يمينة حوجو، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري،مرجع سابق، ص79.

\* الالتزام بالإفضاء: هو تعريف السلعة والتحذير من اخطارها .انظر زاهية حورية سي يوسف، مرجع سابق،ص145.

وعلى ضوء ذلك سنحاول التطرق لمفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في مطلب أول ومقومات خصوصية الإعلام قبل التعاقد في مطلب ثان.

### المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يعد الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أحد أبرز الوسائل القانونية الحديثة كوسيلة في مجال حماية رضا المستهلك\*، وخاصة لمعالجة الصور الحديثة الذي يقتضي عدم التوازن العقدي في العقود الاستهلاكية\*، وهو التزام أخلاقي يقتضي حسن النية والنزاهة لدى المتعاقد (المحترف)\* عند إبرام العقد، فالوقت الذي يحيط فيه الطرف القوي عليه إعلام الطرف الآخر بكل شيء عن محل الالتزام (أموال أو خدمات)<sup>1</sup>، حيث يبقى المستهلك في الغالب غير قادر بالإحاطة بالمعلومات اللازمة حتى يتسنى له اختيار أحسن جودة وأقل سعر وذلك لتقرير رضائه، كي لا يقع في غلط أو تدليس أو عيب أو غير ذلك من عيوب الإرادة الموجودة فيه<sup>2</sup>.

وقد رأيت أن الالتزام بالإعلام فقط ينصرف إلى الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، لا إلى الالتزام التعاقدى بالإعلام لأنه من وجهة نظري لا يوجد ما يسمى بالالتزام التعاقدى بالإعلام وإن هذا المسمى خاطئ وإن الالتزام بالإعلام هو ما يكون سابقا على التعاقد لا لاحقا له لأنه لا يعقل أن يقوم المستهلك بشراء سلعة ما، ثم اعلمه عن بعض أمور هذه السلعة، لأنه من الممكن لو علمها قبل انعقاد العقد ما أقدم على إتمامه لذا فحديثي عن

\* حماية رضا المستهلك: وفقا لحكم العلم الكافي ولأحكام الالتزام بالإعلام. انظر يمينة حوحو، عقد البيع في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، ط1، 2016، ص28.

\* عدم التوازن العقدي: العلاقة التعاقدية التي تربط المحترف بالمستهلك هي علاقة تعاقدية غير متوازنة المراكز، حيث يعتبر المحترف الطرف القوي بسبب توفقه العملي والمعرفي، في حين المستهلك يعد الطرف الضعيف في العلاقة ليجد نفسه مضطرا للتعاقد حتى يقتضي المواد الاستهلاكية الضرورية حاجياته اليومية. انظر المرجع السابق نفسه، ص31.

\* المحترف: هو ناتج، أو صانع، أو وسيط، أو حرفي، أو تاجر، أو مستورد، أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن اطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك. انظر نص المادة 01 من قانون رقم 02/89، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 06، مؤرخة في 08 فيفري 1989.

1- اسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ الاسلامي (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014، ص259.

2- محمد بودالي، مرجع سابق، ص68.

الالتزام بالإعلام ينحرف إلى قبل إبرام العقد لا بعده وهو ما يسمى بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام .

وعليه هذا ما سماه البعض بالوقاية خير من العلاج بأنه التزام وقائي<sup>1</sup>، هذا المنطق الذي يتمثل فيما يسمى بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام لصالح المستهلك، حيث يسبق التعاقد على انه يحوي مجموعة من المعلومات\*، الخاصة وردت على سبيل الحصر ينبغي على المتدخل\* الإدلاء عليها.

حيث استند فريق من الفقهاء على المبدأ القائل أن الالتزام بالإعلام هو التزام ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد، فمن وجهة نظري استندت بمجموعة من الحجج والمبررات اذكر بعض منها :

- إعلام المتعاقد لحظة إبرام العقد أو أثناء تنفيذه، يعد إجراء متأخراً إذا أريد الحصول على تأثير بشأن قرار المتعاقد<sup>2</sup>.

- ليس من المعقول أن ينشأ الفرع قبل أن ينشأ الأصل، بمعنى أن ينشأ الالتزام قبل أن ينشأ مصدره، فالعقد لم ينشأ بعد حتى يتسنى القول أن هذا الالتزام التزاماً عقدياً<sup>3</sup>.

- إعلام المتعاقد قبل إبرام العقد يؤدي إلى توكي عيوب الرضا لاسيما الغلط والتدليس<sup>4</sup>.

- إن هذا الالتزام أوجبه القانون، كما انه يجد أساسه في نصوصه ومبادئه العامة كمبدأ حسن النية الذي يتجسد بالمعرفة والجهل، فيفترض في المتعاقد الذي يحوز المعلومات

<sup>1</sup> - يمينه حوحو، عقد البيع في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 32.

\* المعلومات: مجموعة البيانات الواجب ليس على المتدخل علمها على المنتج محل التعاقد، وانما العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك. انظر عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، فلسطين، 2012، ص 89.

\* كل شخص طبيعي او معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك. انظر المادة 03 من قانون 03/09، مرجع سابق، ص 13.

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك لدراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأ المعارف للنشر الاسكندرية، 2004، ص 189.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 205.

\* عيوب الرضا: تكون الارادة موجودة وقائمة حيث تصدر عن كامل الاهلية لكنها معيبة بعيب من تدليس او اكراه او استغلال حيث تؤدي إلى الغبن او غلط تعيب رضا البائع او المشتري كان ان يطلب ابطال العقد على اساس هذا العيب (نص المادة 83 من القانون المدني)، التدليس ... نص المادة 1/86 من القانون المدني، الإكراه نص المادة 88 من القانون المدني، أنظر يمينه حوحو، عقد البيع في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 28.

<sup>4</sup> عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص 367.

بخصوص العقد الذي يعلم المتعاقد الآخر طالما يتعذر عليه العلم والاستعلام من تلقاء نفسه<sup>1</sup>.

رغم هذه العناية التشريعية إلا أن الفقه لا يزال مختلف في مسألة تعريفه ولذلك سنقوم بدراسة مجموعة من التعاريف (فرع أول)، ومن ثمة خصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقد (فرع ثان).

#### الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

في ضوء ذلك جاءت أغلب تعاريف الفقهاء للالتزام بالإعلام قبل التعاقد متباينة، عندها سوف نقف عند بعضها:

عرفه البعض بأنه: "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متتور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد"<sup>2</sup>.

عرفه البعض الآخر بأنه: "تنبيه أو إعلان طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسب على ضوء حاجته وهدفه لإبرام العقد"<sup>3</sup>.

كما عرفه جانب آخر من الفقه بأنه: "التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة "إعلاما صحيحا وصادقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضائه بالعقد"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 205.

<sup>2</sup> - نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص 15.

<sup>3</sup> - سهير المنتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص 41. نقلا عن خالد ممدوح ابراهيم، امن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 76.

<sup>4</sup> - ذهبية حامق، الإلتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 09.

كما ذهب آخرون اعتبار الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه: "واجبا مفروضا بواسطة القانون لاسيما على بعض البائعين الحرفيين أو الشركات المتخصصة، بتقديم المعلومات التي تتم بمحل العقد أو العملية المزعوم القيام بها، بواسطة الوسائل الملائمة كالبيانات الإعلامية والإشهار"<sup>1</sup>.

عموما الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد هو التزام عام أساسه نجده في القواعد العامة المستمدة من المبادئ الأخلاقية كالعدالة وحسن النية والنزاهة والتعاون والإنصاف الواجب وجودها سواء عند إبرام العقد أو عند تنفيذه، بتقديم النصائح والتتوير وغيرها من هذه المبادئ والقيم التي تقوم عليها كل هذه الالتزامات<sup>2</sup>.

يتضح من التعريفات السابقة، أنها تتضمن شرحا مستفيضا وهذا ليس من مواصفات التعريف، كما نلاحظ التباين في المصطلحات المستعملة فنجد تارة الإعلام\*، وتارة التنبيه، وتارة أخرى التحذير، إلى جانب الاختلاف الفقهي في شأن الوقت الذي يتعين فيه إعلام المستهلك إذا كان في المرحلة قبل التعاقدية أو في مرحلة تنفيذ العقد.

والحكمة من وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، أن المستهلك في حين لا توفر له نظرية عيوب الرضاء ونظرية ضمان العيوب الخفية الحماية الكافية، فيصعب عليه إثبات وقوعه في عيب من عيوب الرضاء كما سبق ذكرناها (إكراه، غلط، تدليس، استغلال)، أي

\* الإشهار: هو جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض، أو الاعلانات أو المنشورات، أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة اسناد بحرية، أو سمعية بصرية، المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 05، الصادر بتاريخ 31 يناير 1990.

<sup>1</sup> - ممدوح ابراهيم، امن المستهلك في المعاملات الالكترونية، دراسة مقارنة، الدار الجامعي، مصر، 2008، ص 112.  
\* بحسب النظرية التقليدية الالتزامات تكون لاحقة للعقد وليس سابقة له، كما هو موضح في نص المادة 200 والمادة 201 من مجلة الاحكام العدلية على انه: "يلزم ان يكون المبيع معلوما عند المشتري، كما يصير المبيع معلوما بين أحواله وصفاته والتي تميزه عن غيره". انظر عبد الله ذيب محمد، مرجع سابق، ص 87.

<sup>2</sup> - يمينة حوحو، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 85.  
\* الفرق بين الإعلام والإعلان: الإعلام (l'informatique) يهدف إلى إحاطة المستهلك علما بالمعلومات الموضوعية عن طبيعة وأسعار ومميزات ومنشأ وصلاحية السلع والخدمات للانتفاع بها والاستهلاك السليم لها وهو أيضا وسيلة للتصدي للدعاية الكاذبة والمضللة، أما الإعلان (publicité) يهدف إلى إثارة وتحريك الرغبة لدى المستهلك وإغرائه للاقبال على السلع والخدمات، وليس تنبيهه وإحاطته علما بتفاصيل قد تصرفه عنه. يوم دراسي حول الوسم وإعلام المستهلك، فندق الشيراطون الجزائر 07 جويلية 2007، راجع في ذلك الموقع الالكتروني، 20 ماي 2017، على الساعة 00:32.

<http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:d7A8FN0UEpEJ:www.mincommerce.gov.dz/s-eminare/Infocons.pdf>

أنه ثمة بيانات جوهرية متصلة بالمنتج ويعلمها التاجر رغم أهمية هذه المعلومات بالنسبة للمستهلك كتمها أو كذب فيها على المستهلك<sup>1</sup>.

الفرع الثاني: خصائص الالتزام قبل التعاقد بالإعلام

إن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام يجد أساسه في الالتزام الأساسي في مرحلة تكوين العقد، إلا وهو التعامل بحسن نية، إذ أن هذا الأخير يفرض على كل طرف من طرفي التعاقد من اللحظة الأولى لبدء المرحلة قبل التعاقدية أن يتخذ موقف إيجابيا تجاه الطرف الآخر، فيطلع على كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، لاسيما في ظل عدم التعادل البين في المعلومات التي يجوزها الطرفان والذي أسفر عنه التعقيد الفني المتزايد في العقود الحديثة التي يتم إبرامها غالبا بين شخص محترف و آخر غير محترف\*.

ولذلك فإن من أهم مقتضيات أو مصاديق التعامل بحسن نية أن يقوم بإعلام المتعاقد الآخر بشفافية تامة عن كل المعلومات التي لا تخص العقد المراد إبرامه، فلا يخفي عنه شيئا، بل لا بد أن يدلي إليه بكافة ما لديه من معلومات دون كتمان طالما أن لهذه الأخيرة أهمية في التعاقد وانسجاما مع ما تتطلبه المرحلة السابقة على التعاقد من مصارحة للمعلومات التي يجوزها الطرفان<sup>2</sup>.

يمكن رد خصائص هذا الالتزام وهي العمومية والوقائية والاستقلالية الى معايير التفرقة بين التزام و آخر وهي: النطاق والهدف والنشأة وذلك على النحو التالي:<sup>3</sup>

**أولا الخاصية الأولى:** من حيث النطاق هو التزام يتصف بالعمومية

أنه التزام يشمل جميع العقود وليس خاصا بعقد معين، إلا أن التطبيق العملي أفرز أهمية وجوده في بعض العقود، أكثر من بعضها الآخر، ومثالها تلك التي محلها أشياء

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص77.

\* تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أصبح أبرز الضرورات العملية، وذلك لانعدام التكافؤ بين التاجر والمستهلك من حيث العلم والدراية بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك كله لأجل تحقيق عملية التوازن العقدي بين الطرفين. انظر حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول، معهد العلوم القانونية والإدارية. الوادي 13 و14 أبريل 2008

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص79.

<sup>3</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص196.

معقدة فنيا، أو ينطوي استعمالها على خطورة ما عملا على تحقيق الفائدة المرجوة منها ، وحفاظا على أمن وسلامة المستهلكين، ومن هذا المنطلق يعرف البعض منا الفقه هذا الالتزام على انه (الالتزام عام سابق على التعاقد)<sup>1</sup>.

أما بالنسبة لطبيعة المعلومات والبيانات التي يلتزم المدين بالإعلام عنها، فإنها منظور إليها من حيث وقت الالتزام بالإعلام بها، فإن مجالها الطبيعي هو في المرحلة قبل التعاقدية، لذلك يجب أن تكون ذا تأثير بالغ في مدى إقبال المستهلك على التعاقد، وبطبيعة الحال، فإنه لا يكون لها هذا الأثر إلا إذا كانت على درجة من الأهمية، أي يجب أن تكون ذات صفة جوهرية في اعتبار المتعاقدين<sup>2</sup>.

وعليه نطاق هذا الالتزام فانه يتحدد بتلك المعلومات التي قد يفترض على الدائن الحصول عليها بوسائله الخاصة، ولا سبيل لعلمه بها سوى عن طريق إدلاء معاقده الآخر بها\*، وتبدو أهمية هذا العنصر لما يؤدي اليه منع ترامي مجال هذا الالتزام الى ابعاد غير منضبطة

**ثانيا: الخاصية الثانية.** من حيث الهدف هو التزام يتصف بالوقائية

أنه التزام ذو طبيعة وقائية حيث أن النشأة القضائية لهذا الالتزام تحمل في طياتها الأهداف المرجوة من تقريره، وهي العمل على حماية العقود في المستقبل من مقومات الانهيار ودواعي الإبطال، وذلك في ضوء ما تكشف لهذا القضاء من عوامل باتت تهدد هذه العقود في سلامتها واستقرارها، وهو ما يعكس الدور الوقائي لهذا الالتزام في مجال العقود<sup>3</sup>، إذ أن المدين للالتزام بالإعلام قبل التعاقد، يؤدي الى تنوير رضا الطرف الآخر، الأمر الذي يؤدي الى تقادي الحكم ببطلان العقد.

<sup>1</sup> خزيه محمد الصادق المهدي، مرجع سابق ص10.

<sup>2</sup> - عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ،ص89.

\* يبرهن الواقع ان المهني او المحترف هو الطرف القوي الذي يعلم بالوصف القانوني الدقيق لمنتجه أو الخدمة التي يتعهد بتوريدها، ومن ثم يجب عليه التعهد بإعلام الطرف الآخر(المستهلك) بذلك الوصف وفقا لمبدأ الامانة والثقة المشروعة في المعاملات في نطاق حسن النية التي تعد اصلا واجبا ترجمته بنود التعاقد.انظر اسامة احمد بدر مرجع سابق، ص166.

<sup>3</sup> - مجلة المحقق الحليلي للعلوم القانونية والسياسية،العدد الثاني،السنة الخامسة،ص07.

ثالثا : الخاصية الثالثة . من حيث النشأة هو التزام مستقل

أنه التزام مستقل كان الهدف من تقريره من قبل القضاء الفرنسي هو مواجهة اختلال التوازن القائم بين المنتج والمستهلك في المرحلة قبل التعاقدية، وهذا ما أكده الفقه الحديث في: " إن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام مستقل يقع على عاتق شخص ينوي التعاقد مع غيره، وهو يقوم لحماية الطرف الآخر، بل لتحقيق تكافؤ بين الطرفين إعمالا لمقومات العدالة العقدية ".

ولذلك فهو يتميز عن نظرية عيوب الرضا، في قيام المسؤولية لدى الإخلال بهذا الالتزام رغم عدم تعيب إرادة الدائن بأي عيب من عيوب الرضا، كما يتميز الالتزام بالعلام قبل التعاقد عن نظرية الضمان فإن أمر قيامه غير مرتبط بحدوث شيء يوجب الضمان على عاتق المدين<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص197.

## المطلب الثاني: مبررات نشوء الالتزام بالإعلام\*.

تستند مبررات نشوء اي التزام جديد، في ظل اي نظام قانوني الى الواقع العملي، الذي يكون قد شهد تفاعلا بين النصوص القانونية المعمول بها في مجال معين، وبين معاملات الافراد في هذا المجال بصورة اسفرت عن وجود ملامح القصور في تطبيق هذه النصوص. وعلى ضوء ما تقدم فان نشوء اي التزام . بما في ذلك الالتزام بالإعلام . يمليه الواقع العملي اي المبررات الواقعية (فرع 1) والقصور القانوني أي المبررات القانونية (فرع 2).

الفرع الأول: المبررات الواقعية (المادية)

لقد كان من نتاج الثورة التكنولوجية التي تحققت منذ منتصف القرن العشرين، ازدهام الأسواق بأشكال من منتجات لم تكن معهودة من ذي قبل، كالسلع الاستهلاكية (المواد الغذائية، مستحضرات التجميل، منتجات التنظيف، المنتجات الدوائية ...) الى اجهزة منزلية الى وسائل الاتصال المتعددة الأشكال و الأنواع .

لكن رغم ما جلبته هذه التكنولوجيا العلمية من نقلة نوعية لحياة الإنسان ونمط معيشته إلا أن التزايد في الإنتاج أدى إلى التزايد في درجة التفاوت بشكل ملحوظ بين منتجي السلع ومستهلكيها، حتى أصبح في حكم المستحيل على أي متعاقد أن يدعي علمه بكافة التفاصيل والدقائق الفنية في مثل هذه العقود، كما أصبحت الاستفادة من المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات حكرا على المستهلك الأكثر وعيا واحترافا، الأمر الذي افرز نتائج تشكل الارقام فيها أصدق تعبير .

أمام هذا الوضع، بحث القضاء عن وسيلة يعيد بها التوازن المفقود في العلم بين المتعاقدين، فوضع نصب عينيه سابقة اهتمام المشرع بالعمل على تحقي التوازن بين المراكز العقدية لطرفي العقد في مجالات مماثلة كعقد الازعان حينما سعى المشرع الى معالجة الاختلال الناشئ بين طرفي العقد من الناحية الاقتصادية عن طريق منح القاضي سلطة

\* يقصد بالمبررات الاسباب او الدواعي لنشوء الالتزام بالإعلام، وليس الاهداف المتوخاة منه، لذلك ينبغي عدم الخلط بين اللفظين.

تقديرية في تعديل او الغاء ما قد يرد في العقد من شروط تعسفية، فأضحى القياس مناسباً للتماثل في العلة وهو "عدم التوازن في المراكز العقدية".

حتى ذهب بعض الفقه الفرنسي إلى القول: ( إن العصر الحديث يكاد لا يعرف الطرف الضعيف أم المذعن من الناحية الاقتصادية، بقدر ما يعرف الطرف الضعيف من ناحية العلم والدراية)<sup>1</sup>، بل ذهب رأي آخر إلى القول: ( إن عدم التكافؤ بين طرفي العقد ليس اقتصادياً بقدر ما هو عدم التكافؤ في المعلومات المتصلة بالعقد)<sup>2</sup>.  
الفرع الثاني: المبررات القانونية.

لم يكن الاهتمام بضمان اعلام صادق . يتعلق بمعطيات العقد . وليد اليوم بل موجود في النظرية العامة للعقود ويتحقق عن طريق الرضائية.<sup>3</sup>

لكن يبدو ان نصوص القانون المدني لم تعد قادرة على ضمان الحرية التعاقدية بسبب تغير روابط القوة بين المتعاقدين وصعوبة استهداف الحماية المطلوبة بنفس الوسائل القانونية الامر الذي دفع القضاء الى البحث عن وسيلة قانونية جديدة يساهم بها في تحقيق حماية موضوعية، ويواجه بها الفروض التي تعجز فيها نظرية عيوب الرضا عن بسط حمايتها فعمل على تطويع هذه النصوص خاصة ما تعلق بالغلط والتدليس.

وقد تنامي الالتزام بالإعلام في ظل أحكام القضاء الفرنسي قبل ان تنص عليه نصوص مختلفة ومتعاقبة وخاصة تلك التي اقرت مسؤولية المنتج عن تعويض الاضرار الحادثة عن بيع السلع ذات الطبيعة الخطرة استناداً عند إخلالها بالالتزام بالإعلام عن المخاطر المتعلقة بالمنتج المسلم اليه.<sup>4</sup>

1 - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص192.

2 - المرجع نفسه، ص193.

3 - حفيظة بنقّة، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون. منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج. البويرة، 2012، 2013، ص14.

4 - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص194.

وقد أشار إلى هذا الالتزام أيضا القرار الذي صدر عن محكمة ليون الفرنسية بتاريخ 20 . 11 . 1972 في القضية المشهورة "Cinq-Sept" التي راح ضحيتها 150 شخص في حريق شب في مرقص طليت جدرانه بطلاء قابل للإشتعال على اثر رمي احد الزوار لسجارتة فاندلعت النيران، وأظهر القضاء أن سبب الكارثة يرجع إلى تقصير منتج الدهان في بيان مخاطر هذا المنتج.<sup>1</sup>

حتى أن أحكام القضاء رأت في هذا الالتزام الجديد وسيلة مناسبة لحماية رضا المتعاقد وذلك اعمالا لمبدأ "الوقاية خير من العلاج" الذي يعتبر الالتزام بالإعلام المجال الخصب له.

<sup>1</sup> - زاهية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص133.

## المبحث الثاني: مقومات خصوصية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

في ظل البحث على مصادر الحماية على امن وسلامة المستهلك في المرحلة السابقة ما قبل التعاقد، وعقب محاولة تحقيق الحماية الموضوعية نحو مواجهة الاعلان المضلل\*، نجد ونحن نقرب من مرحلة ابرام العقد ان المسألة تأخذ بعدا أكثر خصوصية، فالإعلان التجاري كان مجرد رسالة موجهة الى الجمهور تتضمن العديد من الوسائل حث المستهلكين على التعاقد دون تمييز، لذلك لابد التماس مواطن اخرى لمواجهة محترف ذي علم ودراية واسعة اثناء اقبال المستهلك على التعاقد قصد إشباع رغبة حقيقية لديه.<sup>1</sup>

وعليه يجب عدم الخلط بين الالتزام بالإعلام عن طريق الدعاية والإعلام، فالدعاية هي النشاط المؤدي لتأثير الجمهور إيجابا أو سلبا ليجعله يؤمن أو ينصرف على مذهب أو فكر، والإعلان هو النشاط أو الفن الذي يستهدف احداث تأثير نفسي على الجمهور وبالتالي الدعاية تعتبر نوع من الإشهار للسلع لإغراء المستهلك، فالإشهار قد يتعدى الحدود لتضليل المستهلك عن طريق الشهادات الكاذبة في إظهار الاختلافات بين المنتجات\*، والتي لا يمكن للمستهلك معرفتها عند الاطلاع على المنتج المعروض للاستهلاك، هذا ما يقوم به أصحاب بعض المشروعات الصناعية الكبرى\*.<sup>2</sup>

\* الاعلان المضلل : المقصود به الخداع الإعلاني فيعرف الفقه الفرنسي الخداع او الغش في الاتفاقات القانونية على انه : "القيام بأعمال أو سوق اكاذيب من شأنها اظهار الشيء على غير حقيقته او الباس الشيء مظهرا يخالف حقيقته وواقعه، وبمعنى آخر هو تصرف يوقع احد المتعاقدين في غلط حول البضاعة المسلمة إليه .انظر إسلام هاشم عبد المقصود سعد، مرجع سابق، ص228.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص186.

\* الترويج لاسم او علامة معينة مع اسم او علامة اخرى بتغيير الحروف او النماذج المشابهة مثل علامة ADIBAS بدل ADIDAS.

\* ان المشروعات الصناعية قد لا تتردد احيانا في اللجوء الى الدعاية المضللة التي تنطوي على مغالطات علمية، لا يهتما في هذا الشأن إلا تحقيق أقصى حد من الأرباح على حساب من تخدعهم هذه الدعاية .فدعاية شركات صناعة الألبان المجففة – على سبيل المثال لا تركز على ان منتجاتها هي البديل الكامل للبن الأم، في حين أن من الثابت لدى منظمة الصحة العالمية ان ملايين الاطفال لكن خاصة في دول العالم الثالث يموتون كل عام قبل السن الأولى من أعمارهم، نتيجة الاعتماد في تغذيتهم على هذه الالبان المجففة. أنظر: زاهية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص 141.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه، ص 142.

فنتيجة للتطورات التقنية المعاصرة والتي أثرت سلباً على الأطراف المتعاقدة من الناحية المعرفية، فإنه بات لازماً تدخل رجال القانون وخاصة في ظل قصور النظرية التقليدية القائمة على مبدأ سلطان الإرادة في كثير من جوانبها، والذي تجلى مع تطور معطيات الحيات المتعلقة بالنظام العام الاقتصادي، في تقرير الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كحق بل أصبح يشكل ضرورة حتمية قانونية أولته التشريعات كل الاهتمام لتنظيمه وبالتالي إقرار المسؤولية على عاتق من يخالفه.

ولذلك ستركز دراستنا في هذا المبحث على أسس قيام الإلتزام قبل التعاقد، إضافة للطبيعة القانونية (مطلب 1) وتميزه عن غيره من الإلتزامات المشابهة (مطلب 2).

### المطلب الأول: أسس الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد وطبيعته القانونية

يسعى البحث من خلال دراسة الذاتية المستقلة للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام بإبراز مقومات خصوصية وتفردته على غيره (فرع 1)، إضافة لمعرفة طبيعته القانونية (فرع 2).

#### الفرع الأول: أسس الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

في ظل بيان التزام المدين قبل التعاقد بإعلام الدائن بجميع المعلومات حول السلع والخدمات محل التعاقد لنقاء رضا المستهلك، وتصحيح إرادته من خلال البحث في أحكام الشريعة الإسلامية أولاً، ثم ثانياً في قواعد القانون الوضعي.

#### أولاً : في ظل أحكام الشريعة الإسلامية

إتخذت الشريعة الإسلامية العديد من مناهج المخاطبة بشقيها العام والخاص.<sup>1</sup>

1- على سبيل العموم، فعلى سبيل المثال وليس الحصر، قول الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم ولا تقتلوا أنفسكم ان الله كان بكم رحيماً)<sup>2</sup>.

نجد أن الآية الكريمة تضمنت إتيان التصرفات والسلوكيات من شأن الكسب بحق في الأقوال والأفعال دون اللجوء إلى الغش والخداع والكذب، أي سواء على وجه الإيجاب او

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص198.

<sup>2</sup> - سورة النساء، الآية 29، القرآن الكريم.

على وجه السلب<sup>1</sup>، وأيضا تحمل في طياتها هذه الآية الكريمة جانبا آخر بالبحث على الصدق في المعاملات المختلفة وأداء واجب النصيحة\* في مختلف التصرفات.

2- على سبيل الخصوص، أوردت الشريعة الإسلامية جملة من أساليب الترغيب والترهيب فيما يتناسب مع مقومات أهدافها، إيمانا منها بدورها الوقائي للعمل على استقرار المعاملات وسلامتها في جميع المجالات<sup>2</sup>.

فقد روى عن حكيم بن حزام . رضي الله عنه . أن النبي صلى الله عليه وسلم . قال: «البيعان بالخيار يتفرقا، فإن صدقا وبينا، بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكتما صحقت بركة بيعهما»<sup>3</sup>.

وأیضا ما روى عن أبي سباع . رضي الله عنه . انه قال: اشترت ناقة من دار واثلة بن الأسقع، فلما خرجت بها أدركني يجزر إزاره، فقال اشتريت ؟ قلت: نعم، قال: أبين لك ما فيها: قلت: وما فيها؟ قال: إنها لسمينة ظاهرة الصحة. قال: أردت سفرا، أو أردت بها لحما؟ قلت أردت بها الحج. قال: فإرتجعها، فقال صاحبها: ما أردت إلى هذا، أصلحت الله تفسد قال: إني سمعت رسول الله ﷺ يقول: "لا يحق لأحد ببيع شيئا إلا بين ما فيه، و لا يحل لمن يعلم ذلك إلا ببينه".

ووجه الاستدلال في هذه الاحاديث في ضوء موجبات الالتزام قبل التعاقد بالإعلام إن الشريعة الإسلامية ألزمت المسلم المقبل على التعاقد، أن يدلى للطرف الاخر بكل ما يعلمه من بيانات حول ماهية السلعة والخدمات محل التعاقد، وماهي كيفية الاستفادة منها حتى يقرر على بينة مدى ملاءمة هذا التعاقد لإشباع حاجته التي يهدف اليها، حتى يكون

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص199.

\* الالتزام بالنصيحة: هو التزام ناشئ عن عقد محله التزام المتعاقد المحترف صاحب الخبرة الفنية معلومات محددة في العقد واللازمة لأجل عملية معينه يحددها المتعاقدان. أنظر زاهية حورية سي يوسف، ص139.

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 200.

<sup>3</sup> - صحيح مسلم بشرح النووي، طبعة دار الحديث، جريدة5، ص437.

إبرام العقد في ظل إرادة حرة، تخلوا من المعاملات من عوامل انهيارها، وهو ما تهدف إليه الشريعة إجمالاً<sup>1</sup>.

### ثانياً: في القانون الوضعي

وجد الفقه أساس الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في ثلاثة مجالات تتمثل في نظرية صحة وسلامة الرضا، عدم المساواة في العلم بين المتعاقدين، وأخيراً مبدأ حسن النية قبل التعاقد، وسنقوم بعرض لكل منها على النحو الآتي:

1. نظرية صحة وسلامة الرضا: يرى بعض الفقه أن أساس الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في صحة الرضا وسلامته لانعقاد العقد، أي وجود رضا حر متور، حيث يكون للمتعاقد على علم ودراية بكل تفاصيل العقد المزمع إبرامه<sup>2</sup>.

حيث تكون الإرادة موجودة وقائمة، حيث تصدر من كامل الأهلية، وليست معيبة بعيب من تدليس أو اكراه أو استغلال مؤدي إلى الغبن أو الغلط، هذه العيوب تعيب الرضا عند إبرام العقد، ويكثر التدليس\* في عقد البيع، حيث يصدر في جل الحالات من البائع بإعطاء وصف المبيع أو كتمان البيانات الأساسية لتظليل المشتري، وأخص هذه العيوب بما تمثله من عدم تبصر واحتيال وكذب، وهو ما يمثل إخلالاً عقدياً بالتبصير والإعلام.

أما الإستغلال المؤدي إلى الغبن حدده المشرع الجزائري في نص المادة 90 من القانون المدني على أنه: "إذا كانت التزامات احد المتعاقدين متفاوتة كثيراً في النسبة مع ما حصل عليه هذا المتعاقد من فائدة بموجب العقد أو مع التزامات المتعاقد الآخر، وتبين أن المتعاقد المغبون لم يبرم العقد إلا أن المتعاقد الآخر قد إستغل فيه طيشاً بينا أو هوى جامحاً، جاز للقاضي بناء على طلب المتعاقد المغبون، أم يبطل العقد أو ينقص التزامات هذا المتعاقد.

ويجب ان ترفع الدعوى بذلك خلال سنة من تاريخ العقد، وإلا كانت غير مقبولة.

1 - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص200.

2 - المرجع نفسه. الصفحة نفسها.

\* التدليس: نصت عليه المادة 01/86 من القانون المدني: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها احد المتعاقدين أو النائب عنه ، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد".

ويجوز في عقود المعاوضة أم يتوقى الطرف الآخر دعوى الإبطال، إذا عرض ما يراه القاضي كافيا لرفع الغبن"<sup>1</sup>.

فهذا العيب لا يؤدي حتما إلى إبطال العقد، وإنما إلى التفاوت في الالتزامات ، ومن جانب آخر لا يمكن إجبار أي شخص على التعاقد ببيع ما يملكه لأن قوام التصرف مبني أساسا على الإرادة الحرة وما تتمتع به من سلطان مدركة نتائجه وآثاره وبهذا الصدد صدر قرار عن المحكمة العليا بتاريخ 2010/07/22 يقضي بما يلي: "إلزام طرف عن طريق القضاء بالحضور امام الموثق للتوثيق على العقد يتعارض ومبدأ سلطان الإرادة ويخالف القانون. وحيث انه وكما ثابت من وقائع القضية أن قضاة الموضوع انتهوا من الزام الطاعنة بالحضور اما الموثق للتوقيع على عقد بيع للشقة، في حين عقد بيع العقار لا ينعقد إلا إذا توافرت أركانها التي يتطلبها القانون ومنها ركن الرضا الذي يصدر عن صاحبه بكامل إرادته الحرة، ولا يجوز إلزام الشخص بالتعبير عن إرادته وهو ما يتناقض مع مبدأ سلطان الإرادة"<sup>2</sup>.

2. عدم المساواة في العلم بين المتعاقدين ( العلم الكافي بالمبيع من قبل المشتري):

نصت عليه المادة 352 من القانون المدني على انه. " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

وإذا نكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الاخير في طلب ابطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا اثبت غش البائع."

<sup>1</sup> - يمينة حوحو، عقد البيع في القانون الجزائري. مرجع سابق ص29.

<sup>2</sup> - مجلة المحكمة العليا، قسم الوثائق، العدد1، قرار مؤرخ في 2000/07/22، ملف رقم 58766، ص109 الى 111.

و عليه يتضح من خلال النص السالف الذكر ان المشتري له الحق في ان يكون عالما علما كاملا ودقيقا بالمبيع ، وعليه يتحقق العلم الكافي للمبيع وفقا لما جاء به المشروع الآليات لكي يتحقق توازن في المراكز القانونية للطرفين<sup>1</sup> ، وتتمثل في:

- أن يرد عقد البيع أوصاف المبيع وبياناته الأساسية: وذلك بتمكين المشتري بالتعرف على محل العقد بأوصافه وبياناته الدقيقة، لذلك ينبغي افادة المشتري بكل الأوصاف الأساسية للمبيع علما كافيا، بتحقق العلم برؤية المبيع بالعين المجردة باستخدامه حواسه الخمسة.

- أن يقر المشتري في عقد البيع بأنه على عالم بالمبيع علما كافيا: وهو ما ورد في نص المادة 352 الفقرة الثانية من القانون السالف الذكر بأن يعترف المشتري في العقد بأنه عالما بالمبيع علما كافيا فيكون اقراره حجة عليه.<sup>2</sup>

3- مبدأ حسن النية قبل التعاقد: يجد أساسه أثناء مرحلة المفاوضات التزاما ايجابيا بالصدق والأمانة في مواجهة الطرف الآخر، حيث ذهبت في احدى القضايا بتأييد المحاكم الفرنسية في العديد من احكامها واستندت لهذا المبدأ كأساس لمساءلة الطرف الذي اخل بالتزاماته قبل التعاقد بالإعلام، فالبائع ملتزم بان يفضي الى المشتري بكل البيانات التي تعتبر عناصر تقدير يتوقف عليها رضائه.\*

الفرع الثاني : الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

لا نجد من ينكر الطبيعة العقدية للالتزام بتقديم المعلومات بعد التعاقد، إنما الخلاف يثور حول الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام، ويرجع هذا الاختلاف الى الخلاف حول المصدر الذي ينشأ عنه هذا الالتزام، فمن رأى أن هذا الالتزام يستمد وجوده من العقد اللاحق عليه، نظرا إليه على أنه ذو طبيعة عقدية (يستند أنصار هذا الرأي إلى نظرية الخطأ في تكوين العقد بإفترض وجود عقد سابق عن العقد الاصلي عبارة عن عقد ضمان مفترض

1 - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق.ص 202.

2 - يمينة حوحو، عقد البيع في القانون الجزائري ، مرجع سابق.ص30.

\* وقد اشار الفقيه الفرنسي GHESTIN الى انه نظر لوجود الالتزام بحسن النية في العقود فان ذلك يقضي حتما مواجهة عدم التكافؤ بين طرفي العقد، من حيث العلم بظروف العقد. وذلك بفرض الالتزام قبل التعاقد على الأقل في الفروض التي يستحيل فيها على احدهما ان يعلمه بهذه الظروف من غير الطرف الآخر التي يعلم بها فعلا. انظر عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق.ص203.

لكل متعاقد وهو ما يأخذ به القانون السويسري حتى الآن)\*، ومن رأى انه يجد ذلك في مصادر أخرى، كالمبادئ العامة للقانون او في نصوص القانون نفسه، فإنه ينظر إليه حينئذ بوصفه التزاماً قانونياً غير عقدي.

رغم ما أشار إليه أنصار الرأي الأول، من أنه قد تتحقق حماية للمستهلك لدى تقرير الطبيعة العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام، تتمثل في سهولة إثبات مخالفة الدائن بهذا الالتزام، فإنه لا يجب أن ننساق وراء حماية وهمية للمستهلك على حساب ضوابط القانون وحدود مجالاته.

كما أنه لا ينبغي لنا أن نلصق هذا الالتزام بالعقد، وهو ليس منه، لمجرد أنه فرض بمناسبة تكوين العقد وإبرامه.

ولذلك أرى صحة الرأي القائل بالطبيعة غير العقدية لهذا الالتزام تأسيساً على أن الرضا الصحيح الذي هو أحد أركان العقد لم يخلق بعد، وأن في تقرير هذا الالتزام عوناً على وجوده صحيحاً معافياً.<sup>1</sup>

ونتيجة لما سبق ذكره نخلص إلى أن الالتزام بالإعلام هو من طبيعة غير عقدية وان كان أصل نشأته عقدية، وهو ما أثار اهتمام رجال الفقه القانوني كضمان لإعلام المستهلك بمعطيات العقد وهو مبدأ وجد في النظرية العامة للعقود والذي يتحقق عن طريق الرضائية إلا انه يخضع لطريقة يفرضها المشرع لتحقيقه وهو مسألة سنتناولها بالتفصيل لاحقاً، إلا انه من حيث اختيار الوسيلة المناسبة في إيصال المعلومات الكافية إلى علم المستهلك ويعد التزام بتحقيق نتيجة إذ يمكن ان تبرأ ذمته من خلال العناية الكافية في إيجاد الوسيلة المناسبة وكونه التزام ببذل عناية من حيث تملك المستهلك للمعلومات التي يقدمها المتدخل.<sup>2</sup>

\* لقد كان الفقيه الألماني إهرنج، أول من نادى بهذه النظرية، ثم تبعه فقهاء آخرون. انظر تفصيل ذلك في نزيه محمد الصادق المهدي، مرجع سابق . ص 2. 3. 5. 6.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق. ص 206.

<sup>2</sup> - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 176.

**المطلب الثاني : تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عن الانظمة المشابهة له .**

يتشابه الالتزام بالإعلام مع بعض المصطلحات كما هو الحال بالالتزام بتقديم الاستشارة القانونية، والالتزام بالتحذير وتمييزه عن الالتزام بتعيين المبيع، كما سبق ما ذكرت آنفاً قبل التطرق لمفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بوجهة نظري في أنه لا يوجد ما يسمى بالالتزام التعاقدى بالإعلام وفق ما سماه البعض بالوقاية خير من العلاج لأنه لا يعقل قيام المستهلك باقتناء منتج ما ثم اعلمه ببعض أمور هذا المنتج لأنه لو علمها قبل ذلك كان من الممكن لا يقدم على اتمام عقد البيع وسبق ان اشرت واستندت لفريق من الفقهاء أن الالتزام بالإعلام ينشأ في المرحلة السابقة على ابرام العقد.

وسوف نتناول تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عن الأنظمة المشابهة له على

النحو الآتي:

تمييزه عن تقديم الاستشارة الفنية (فرع أول)، تمييزه عن الالتزام بالتحذير (فرع ثاني) و أخيراً تمييزه عن تعيين المبيع (فرع ثالث) وسوف نصوغها على التوالي.  
الفرع الأول: التمييز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد و تقديم الاستشارة الفنية\*

الالتزام بالإعلام التزام عام سابق على التعاقد يرتبط بكل عقود الاستهلاك، ومن خلاله يلتزم البائع او المنتج بإعلام المستهلك بالبيانات الضرورية، ويهدف إلى تنوير المستهلك في شأن الشروط والأوصاف المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد، وهو بالتالي ليس التزاماً عقدياً وليس التزاماً خاصاً للقيام بعمل محدد أو بالإمتناع عن عمل محدد متفق عليه بين الدائن والمدين.<sup>1</sup>

وبموجب واجب النصح فان المتدخل لا يلتزم بإعلام المتعاقد الآخر فقط، و إنما يجب عليه أن يعرض عليه الحل الأوفق لمصالحه مما يعني أنه يقع على عاتق المستهلك

\* ذهب بعض الفقه في مجال التفرقة المعلومة والمشورة، إلى اعتبار المشورة صورة من صور الاعلام او المعلومة كانت ذات اثر خطير ولها وزنها واعتبارها لدى شخصاً من وجهت إليه، إلا انه يوجد اختلاف من حيث المضمون فالإدلاء بالمعلومة لدى بعض الفقه هو تقديمها بطريقة حيادية دفعا صوب التعاقد، بينما الإدلاء بالمشورة يتضمن تقديراً او رأياً من جانب مقدمها، وتنفق مع مصطلح المشورة فضلاً على أنها معلومة، لأنها تتضمن خبرة مقدمها في درجة احترافه لمجال تخصصه. انظر عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق. ص217.

<sup>1</sup> - محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في عقود الخدمات، (دراسة مقارنة)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص326.

أي مدينه إلتزام يتجاوز مجرد الإعلام، حيث يكون ملزما ببذل عناية اكبر كقيامه ببعض الأبحاث كما هو الحال بالنسبة للموثق، أو بدراسات مسبقة من أجل تركيب جهاز للإعلام الآلي، أو كقيام سمسار التأمين بإجراءات معينة من أجل الحصول على شروط تعاقدية مفيدة لزبونه، أو ملاءمة العتاد المعروض للاستعمال المقصود.

كما يتمثل واجب النصح أو تقديم المشورة بمدى ملاءمة القرارات المتخذة، أي ببيان الطريق الأفضل بالإلتباع ويقتضي ذلك الإشارة إليه بإبرام أو عدم إبرام العقد، لان واجب النصح يتضمن المشورة بالقيام بعمل أو بالامتناع عن عمل، أي باتخاذ إجراء معين أو التحذير من المخاطر الجسيمة التي قد ترتبط باتخاذ اجراء آخر.<sup>1</sup>

الفرع الثاني: التمييز بين الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد والالتزام بالتحذير

نشأ الإلتزام بالتحذير أو الإلتزام بحث الانتباه معاصرا لإنتاج السلع وتقديم خدمات تحتوي على عناصر لها طابع الخطورة سواء في ذاتها أو في طرق استخدامها ومع تطور الفكر القانوني ومسايرة التكنولوجيا الحديثة فانه عملا على تحقيق حماية للمستهلكين، كان من الضروري تقرير التزام عام يقع على الاطراف المتعاملة قبل وصولها الى المستهلك، بحيث يقوم بمقتضاه كل بدوره بتحذير هؤلاء المستهلكين من الاخطار التي يمكن قد تنشأ عن حيازة هذه المنتجات واستعمالها وذلك بإعلامهم بمصادر الخطورة وإبعادهم وإحاطتهم بطرق توقيهم عن الأضرار المتولدة منها، فالإلتزام بالتحذير هو: "التزام تبعي كما عرفه بعض الفقه يقع على عاتق احد الطرفين بأن يحذر الطرف الآخر أو يثير انتباهه الى ظروف أو معلومات معينة، بحيث يحيطه علما بما يكتنف هذا العقد أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية."

من خلال ذلك يتضح ان هذا الإلتزام يجد مصدره في الإرادة المشتركة للعاقدين، وليس في نصوص القانون، ولأهمية تحقيق حماية فعلية للمستهلكين في هذا المجال، فان

<sup>1</sup> - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة في القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري)، مرجع سابق ص73.

تنفيذ هذا الالتزام يتطلب درجة عناية خاصة، حيث لا يكفي بالقول أو الكتابة، بل يجب التأكيد والتصميم على تنبيه المتعاقد الآخر بالخطورة الناشئة عن العقد.<sup>1</sup>

الفرع الثالث: التمييز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتعيين المبيع

تعيين الشيء يقصد به تحديد أوصافه بحيث يتم تمييزه عن غيره أن الالتزام بالإعلام فيتطلب تحديد أوصاف الشيء المبيع كاملة، وكلاهما يكون قبل انعقاد العقد، والمبيع قد يكون معيناً دون أن تحدد أوصافه الأساسية، وعدم علم المستهلك بالشيء المبيع يترتب عليه طلب ابطال العقد أما عدم التعيين يترتب عليه البطلان.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق. ص 220. مثال: ما قرره محكمة استئناف باريس بتاريخ 12 جويلية 1972 في صدد مورد أجهزة الإعلام الآلي أن: "المورد ليس ملزماً بتحقيق نتيجة".  
<sup>2</sup> - اسلام هاشم عبد المقصود سعد، مرجع سابق. ص 263.

## خلاصة الفصل :

من خلال دراسة مفهوم الالتزام بالإعلام بصورة عامة، وخصوصية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عرفه البعض من الفقه بأنه: "الالتزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل منتور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد".

وعليه أكد المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة ، إذا يجب عدم الخلط بينه وبين الإعلام الملقى في المرحلة قبل إبرام العقد باعتباره التزاما عاما في كل عقود الاستهلاك لأنه التزام منفصل عن العقد ليتيح للمستهلك رضا حرا لإبرام العقد أو رفض إبرامه بوجود كل معلومات التعاقد أمامه بكل وضوح طبقا لنص المادة وبمقتضى نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم لقانون 03/09 المؤرخ في 25/09/2009 ما يلي: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

حيث يتشابه الالتزام بالإعلام مع بعض المصطلحات كما هو الحال بالالتزام بتقديم الاستشارة القانونية، والالتزام بالتحذير وتمييزه عن الالتزام بتعيين المبيع، كما سبق ما ذكرت آنفا وعلى هذا سماه البعض بالوقاية خير من العلاج لأنه لا يعقل قيام المستهلك باقتناء منتج ما ثم اعلمه ببعض أمور هذا المنتج.

## الفصل الثاني

أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

## الفصل الثاني: أحكام الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

لشرح القانون المدني بصدد تحديدهم لنطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشياء اتجاهاً يقصر أحدهما نطاق هذا الإلتزام على الأشياء التي تتسم بالخطورة بسبب طبيعتها أو بسبب صعوبة ودقة استعمالها ، ويمد الآخر نطاق هذا الإلتزام إلى الأشياء المبتكرة .ويرجع هذا الاختلاف إلى اختلافهم حول معيار الصفة الخطرة للشيء المبيع الذي يتعين الإدلاء بها حيث يرى جانب من الفقه أن هذه الصفة تتوافر في الأشياء الخطرة بطبيعتها أو بسبب تعقد استعمالها أو حتى بسبب عيوبها، بينما يرى الجانب الآخر توافر هذه الصفة في الأشياء التي تتسم بالجدة والحدثة إضافة إلى الأشياء التي تتسم بالخطورة . ويذكر أنصار الاتجاه الأول أن الصفة الخطرة التي تتوفر في الشيء المبيع وتترتب مسؤولية المنتج.

وعليه سنسوغ ذلك من خلال مبحثين الأول خصصنا، المبحث الأول محل الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد وشروط قيامه.

## المبحث الأول: محل الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد وشروط قيامه

من موجبات تقرير الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، قيام أحد الطرفين المقبلين على التعاقد تقديم معلومات وبيانات حول مضمون وتفصيلات العقد المزمع إبرامه إلى الطرف الآخر، ليكون على بينة من أمره، وهو بصدد تقرير أمر قيامه بالتعاقد.

وبناء على ذلك يكون محل الإلتزام هو تلك البيانات التي يقدمها أحد الطرفين للآخر قبل إبرام العقد، ويقاس مدى وفاء المدين بهذا الإلتزام بمدى كفاية المعلومات المقدمة للدائن، واللازمة لتتوير رضائه، ونفاذ بصيرته، في المرحلة قبل التعاقدية، أو بمعنى آخر، عندما يكون لدى هذا الدائن قدر من المعرفة بعناصر التفاوض على نحو يتيح له إمكانية العدول عن التعاقد.

لذلك توصلنا أن مضمون هذا الإلتزام يكمن في طبيعة المعلومات المقدمة للمستهلك والتي تتيح له إمكانية إختيار منتج ليستجيب لرغبته ويشبع حاجاته، وهو المؤكد لدى

المشروع الجزائري في نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 السالفة الذكر على وجوب إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج\* .  
لذلك سنتناول في هذا المبحث محل الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كمطلب أول،  
وشروط قيام الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: محل الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

إن المتدخل ملزم بتسهيل توفير المعلومة فعبارة أخرى تعني توفير المعلومة أمرا  
وجوبيا لا جوازيا يجب على المسؤول الإلتزام بها، بيدي أن عبارة "تسهيل" تبقى ملتبسة  
فالمطلوب ليس هو تسهيل الحصول على المعلومات بل ضمان توفيرها وهو ما ندعو إلى  
إعادة النظر فيه<sup>1</sup>.

وصواب ما قرره المادة (8-121.L) من تقنين الاستهلاك الفرنسي عندما فرضت  
على المحترفين (المهنيين) بالإدلاء للمستهلكين بالبيانات التي تحدد شخصيتهم بطريقة  
قاطعة لا لبس فيها ولا غموض مثل إسم الشركة، وطبيعتها القانونية، وعنوان مركز إدارتها  
الرئيسي إذا كان لها أكثر من فرع وتوضيح أنه المسؤول عن الإيجاب المعلن.... إلخ\*  
وبناء على ذلك قسمنا هذا المطلب إلى فرعين فقد خصصنا الفرع الأول لدراسة محل  
الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد من وجهة النظر القانونية والشريعة الإسلامية، والفرع الثاني  
خصصناه لنطاق المعلومات محل الإلتزام قبل التعاقد.

### الفرع الأول: محل الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد من وجهة النظر القانونية والشريعة الإسلامية

يبدو من غير الملائم إطلاق التزام المدين للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام بتقديم كافة  
المعلومات المتوافرة لدى الدائن إضافة إلى أنه قد يستحيل تسليط الضوء على تعدد هذه

\* يقصد بعلم البائع ليس فقط العلم بالبيانات والمعلومات للمنتج محل التعاقد، وإنما العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في  
تكوين رضاء المستهلك، انظر عبد الله نيب محمود، مرجع سابق. ص89.

<sup>1</sup> - أشرف فتحي الراعي، حق الحصول على المعلومات (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،  
المملكة الأردنية الهاشمية، 2010ص51.

\* وإلا عوقب الموجب عند إخلاله بتنفيذ هذا الإلتزام بغرامة هذا من جانب، ومن جانب آخر يتطلب المجلس الفرنسي لحماية  
المستهلك باسم الممثل القانوني للشركة والسجل التجاري registre du commerce الخاص بها، فضلا على كل ما من  
شأنه تمكين المستهلك. وعلى سبيل المثال: (<http://www.3suisses.fr>)  
وللموقع "chronopost" يكون (<http://www.chronopost.com>)

المعلومات وتتوعها وأيضا تمثل إرهاقا لهذا المدين وهذا الأمر يجعل عدم الإقبال على عدم التعاقد مما يؤدي بالإضرار على مصالح المستهلكين بشكل غير مباشر هذا من وجهة النظر القانونية، أما من وجهة نظر الشريعة الإسلامية كما سبق وأشرنا تمكين الوقوف على ملائمة هذا العقد لتحقيق هدفه الذي يسعى إليه، فعن حكيم ابن حزام عن النبي ﷺ أنه قال: « البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بوركما لهما في بيعهما، وإن كذبا كتما محقت بركة بيعهما».

يستدل من الحديث الشريف اقتران واجب التبیین بالصدق أي أن هذه المعلومات واجب بيانها للطرف الآخر بوصفه جاهلا للمعلومات محل هذا الإلتزام<sup>1</sup>.  
أن الإدلاء بالمعلومات أما أن يتوجه إلى المستهلك أو إلى الجمهور وللشرح الأكثر:  
**أولا: الإدلاء بالمعلومات إلى المستهلك:**

بمقتضى ذلك قيام المتعاقد المتفوق معرفيا بتزويد المستهلك قليل المعرفة مباشرة بالمعلومات الكافية عن التعاقد ويكون ذلك بناء على التزام خاص مصدره القانون، وقد برر الفقه هذا الإعلام بأنه ليس من المنطق والعدالة أن يكون لدى احد المتعاقدين معلومات ضرورية عن التعاقد ولا يفصح بها للطرف الآخر.

أما قانون حماية المستهلك المصري فقد ألزم المتعاقد المتفوق معرفيا أن يدلي بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إليه من خلق انطباع غير حقيقي لدى، فقد نصت المادة 06 من قانون حماية المستهلك المصري: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب كل ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي".

فالظاهر من النص انه يمثل الموقف الايجابي المعبر عن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، حيث يلاحظ أن القانون ألزم المهني بالإفصاح عن المعلومات والبيانات الصحيحة التي تؤدي إلى خلق رضا حر مستنير لدى المستهلك.

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص226.

## ثانيا: الإدلاء بالمعلومات إلى الجمهور

هناك بعض النصوص في القوانين، لم تفرض بصورة مباشرة الإدلاء بالمعلومات للمستهلك، بل عملت على تنظيم بعض الوسائل التي تعد من الأساليب المهمة لتزويد جمهور المستهلكين بالمعلومات الضرورية عن المنتجات، لأنه أصبح في الوقت الحاضر من الخطوات المهمة في الإقبال المتلقي لاقتناء الشيء هو جمع المعلومات عن المنتج المعلن عنه عن طريق الإعلان والتي غالبا ما يكون الأفراد الموجهة إليهم جاهلون بخصائص المعلن عنه، لذلك فإن المعلومات التي تتضمنها هذه الوسائل لها دور في رضا المتلقي ومدى استنارته ويرى جانب من الفقه بان تطور الإلتزام بالإعلام والنصيحة لصالح المستهلكين، يجب أن لا يقتصر على الجوانب التقنية للمنتجات المباعة ، بل أيضا أن يتضمن المعلومات التي تساعد في الكشف عن الآفاق الاقتصادية للتعاقد.

## الفرع الثاني: نطاق المعلومات محل الإلتزام قبل التعاقد

يتضح من دراسة مجال الإعلان التجاري أن المعلومات والخبرات المكتسبة لدى كل من المنتج والصانع والبائع وهم يمثلون شخص المدين بهذا الإلتزام، والتي تكونت لديهم كأثر لطول مدة عملهم واحترافهم في هذا المجال، يتعذر الإدلاء بمضمونها للطرف الآخر دفعة واحدة، أو في وقت محدد، أو لدى إبرام كل عقد، بل الحقيقة أن فائدتها تتمثل في أنها أثرت لديهم فنون التعامل مع هؤلاء المستهلكين، حيث استطاعوا أن يوظفوا هذه الخبرات المكتسبة في حثهم على التعاقد، وأصبح لديهم القدرة على التمييز بين المعلومات التي يكون المستهلكون في حاجة إليها، وتلك التي لا قيمة لها عندهم<sup>1</sup>.

ولذلك فإنه من مقتضيات تحقيق الملائمة خاصة أنها ذات طابع مرن يتسع نطاق المعلومات التي يلتزم المدين بالإدلاء بها، ليشمل كل ما يؤثر في قرار المدين حول مدى إقباله على التعاقد ولو كانت المعلومات خارج نطاق العقد المراد إبرامه طالما كان لها تأثير

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 227.

على قرار الدائن بالتعاقد، فالمعلومات التي تتصف بها شأنها تساعد من وجهة إليه على تكوين رأيه واتخاذ قراره النهائي بصدد التعاقد الذي سيكون طرفا فيه\* .

### المطلب الثاني: شروط قيام الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

أشارت الدراسة إلى أن الإلتزام قبل التعاقد هو إلتزاما لم يجد مصدرا مباشرا من نصوص القانون حيث قام كل من الفقه و القضاء في بيان الشروط التي يقوم عليها، حيث تتحدد شروطه إجمالاً لكي نكون بصدد عقد واضح فيه إختلال في التوازن العقدي سواء قبل أو أثناء التعاقد فيما يخص المعلومات أي عدم تكافؤ في مستوى العلم والمعرفة، إذا تحقق هذه الفكرة في حيازة أحد الطرفين لمعلومات يجهلها الطرف الآخر حيث لها تأثيرا كبير في التعاقد<sup>1</sup>.

وجدير بالذكر أن هذا الإلتزام يجد شرطيه اللازمين لقيامه في جهل الدائن بالمعلومات والبيانات العقدية اللازمة لإبرام العقد في فرع أول و إضافة إلى علم المدين بالبيانات العقدية ومدى أهميتها بالنسبة للدائن في فرع ثاني.

#### الفرع الأول: جهل الدائن(المستهلك) بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمبيع موضوع العقد

من الأهمية بمكان عملا على استقرار المعاملات، وحتى لا يكون تقرير مثل هذا الإلتزام دعوة إلى تخاذل الدائن في الحصول على المعلومات المؤثرة والأساسية فيما يتعلق بالعقد المراد إبرامه، أن يكون هناك ما يحول دون إلمام هذا الدائن بتلك المعلومات حتى يعتد به كشرط لقيام هذا الإلتزام، وهو ما يعبر عنه بأنه يجب أن يكون هذا الجهل مشروعاً. وتطبيقاً لذلك قضت محكمة النقض الفرنسية برفض إبطال العقد للكتمان التدليسي استناداً إلى أن المتعاقد كان يتعين عليه الاستعلام بنفسه عن البيانات المطلوبة وهما:

الجهل المستند إلى استحالة العلم، والجهل المستند إلى اعتبارات الثقة العقدية المشروعة، وذلك على النحو التالي:

\* إن تقرير الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هدفه الأسمى هو تمكين الطرف المقبل على التعاقد أن يقرر عن بينة مدى ملائمة هذا التعاقد لإشباع حاجته التي يرمي إليها.

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص78.

## أولاً: الجهل المستند إلى استحالة العلم

تتنوع أسباب استحالة علم الطرف المقبل على التعاقد بالبيانات العقدية اللازمة لإبرام العقد إلى أسباب مرتبطة بالشيء محل التعاقد، وهي ما يطلق عليها الاستحالة الموضوعية، وأسباب تتعلق بشخص الدائن بهذا الإلتزام وهي ما تعرف باسم الاستحالة الشخصية

**1- الاستحالة الموضوعية:** ويقصد بها استحالة العلم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالشيء محل العقد المراد إبرامه سواء كانت هذه المعلومات والبيانات تتعلق بوضع الشيء القانوني أو المادي، أم بطرق استخدامه، على النحو السابق الإشارة إليه تفصيلاً.

وفي هذا الصدد يعد من أهم أسباب تحقق هذا النوع من الإستحالة، والتطبيق على عقد البيع هو حيازة المنتج أو البائع للشيء محل التعاقد، بصورة لا تمكن المستهلك من معرفة خصائصه وأوصافه الأساسية على نحو يعينه في صنع قرار التعاقد، فغالبا ما يتم فحص محل العقد بصورة تتسم بالسطحية، وبالتالي يتحقق الإخلال بمبدأ المساواة في العلم والمعرفة بين طرفي العقد المزمع إبرامه، إلا انه قد يثور التساؤل حول الفرض الذي يكون فيه محل العقد والتطبيق على عقد البيع أيضا في حيازة المشتري فترة كافية قبل إبرام العقد لأي سبب من الأسباب، حيث يتوافر له في هذه الحالة إمكانية العلم بخصائص وأوصاف الشيء المعروض للبيع، علما نافيا للجهالة، ومن ثم يتخلف هذا الشرط الذي نحن بصددده، وبالتالي لا يكون هناك حاجة ماسة لقيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في هذه الحالة، وقد ذهب القضاء الفرنسي إلى هذا الرأي حين قضى بعدم قيام هذا الإلتزام بسبب إمكانية علم المقبل على التعاقد بالمعلومات المطلوبة، في ضوء عدم وجود عائق مادي يحول دون علمه بها .

2- الاستحالة الشخصية: ويقصد بها استحالة العلم بالبيانات محل الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام لأسباب تتعلق بشخص الدائن الذي ينشأ له حينئذ حق يقابله التزام الطرف الآخر بإمداده بتلك البيانات قبل أو أثناء إبرام العقد\*.

### ثانياً: الجهل المستند إلى اعتبارات الثقة المشروعة

قد توجد اعتبارات خاصة لدى الشخص المقبل على التعاقد تصرفه عن القيام بواجب الاستعلام عن المعلومات والبيانات العقدية اللازم توافرها لديه، قبل أو أثناء إبرام العقد، وإن لم يستحيل عليه ذلك بسبب ما تولد لديه من ثقة في شخص الطرف الآخر، مقتضاها قيام الأخير من تلقاء نفسه بأداء التزامه قبل التعاقد بالإعلام أداء كامل وواضح، وقد أطلق على هذه الاعتبارات اعتبارات الثقة المشروعة<sup>1</sup>.

وغنى عن البيان أن هذا النوع من أنواع الثقة يختلف كلية عن اعتبارات حسن النية التي يجب أن تسود المعاملات في مختلف مراحلها، سواء ما تعلق منها بمرحلة المفاوضات ام تعلق بمرحلتي إبرام العقود وتنفيذها\*.

ويذهب بعض الفقه في هذا الصدد إلى أن المقصود بالثقة التي تحدث هذا الأثر ليس مجرد واجب حسن النية في صورته البسيطة، وإنما هي ثقة خاصة تقود صاحبها إلى عدم الشك في سلامة موقف قرينه وتقوم اعتبارات هذه الثقة المشروعة، إما بسبب طبيعة العقد، أو بسبب توافر صفة معينة في الأطراف المقبلة على التعاقد، على النحو التالي:

1- الثقة المشروعة القائمة على طبيعة العقد: توجد بعض العقود لا تتعارض فيها بحسب الأصل مصالح إطرفها، وإنما يكون التزام كل طرف فيها مكملاً لالتزام الطرف الآخر في

\* وتجد الاستحالة الشخصية خير تطبيق لها، عندما يكون المقبل على التعاقد، عديم الدراية أو قليل الخبرة بموضوع المعاملة إلى الحد الذي لا يمكنه من الإحاطة بهذه المعلومات أو استيعاب مضمونها بمفرده، حيث ينطبق عليه حينئذ وصف غير المهني أو غير المحترف فيما يتعلق بمجال المعاملة، وهو ما يتطابق تماماً مع ظروف المستهلك

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 244-245.

\* وفي هذا المقام ذهب بعض الفقه الفرنسي إلى القول بأن: « أحد الطرفين عندما يضع ثقته في قرينه، فليس في حاجة إلى إثبات انه كان يستحيل عليه أن يستعلم من تلقاء نفسه إذ انه ينتظر من هذا الأخير أن يقدم له كافة البيانات الضرورية».

مواجهة الغير، حيث يتحول العقد من مجرد حقوق والتزامات متقابلة إلى نوع من العلاقة موحدة المصالح.

ومثال ذلك العقود التي تقوم على فكرة النيابة كعقد الوكالة، وتلك العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي كعقدي الشركة والعمل، ويكون طبيعياً أن يتولد قدراً من الثقة بين أطراف هذه العقود، إعمالاً لوحدة الهدف وللاعتبارات السابق الإشارة إليها.

ومقتضى الثقة المشروعة في هذه العقود قيام كل طرف من تلقاء نفسه بالإدلاء للطرف الآخر بكل أمانة بالمعلومات الجوهرية اللازمة لإبرام العقد فالشخص عندما يلجأ إلى شخص آخر لتمثيله بمقتضى عقد النيابة، فإنه يضع ثقته فيه فقط، وإنما هو يحله محل إرادته، ومن ثم فليس من المقبول في الفروض التي يخون فيها النائب هذه الثقة، أن يعود ويدعى أن الموكل هو الذي قصر في رعاية شئونه، وفي الاستعلام والتحري عن مصالحه، وهو ما يفسر عدم تردد القضاء في تعويض الموكل عن كافة الأضرار التي تصيبه من جراء مثل هذه التصرفات، ودون أن يعلق القضاء مسلكه على انعدام الخطأ من جانب الموكل في مراقبة تصرفات الوكيل .

**2- الثقة المشروعة المستندة إلى صفة الأطراف:** تجد هذه الثقة مجالها في تطبيقات عديدة، ومثالها الثقة المشروعة في تعاملات ذوي القربى، أو التي تتوافر حال قيام موظف بالإدلاء بمعلومات حول العقد في نطاق اختصاصه، أو تلك الناجمة عن احتراف المتعاقد الآخر، وذلك على النحو التالي:

#### **\*الثقة المشروعة في تعاملات ذوي القربى:**

الأصل في هذه الصورة الخاصة من التعاملات أن تزداد اعتبارات هذه الثقة عمقا ورسوخا مراعاة لأواصر القرابة، وروابط المحبة التي ينبغي أن تشيع بين أفرادها، وهو ما يتناسب عكسيا مع أداء واجب الاستعلام الملقى على أحدهما لدى التعاقد، تأسيساً على وجود قرينة مفترضة مضمونها قيام الطرف الآخر بأداء واجبه قبل التعاقد بالإعلام بصورة كاملة وواضحة وصحيحة.

\*الثقة المشروعة حول المعلومات المقدمة من موظف في نطاق تخصصه:

قد تتوفر الثقة المشروعة التي تبرر جهل المتعاقد الدائن بالمعلومات اللازم توافرها لديه لدى الإقبال على التعاقد، كأثر لممارسة الطرف الآخر، أو الغير لسلطات وظيفية مقتضاها الإدلاء بمعلومات أو بيانات تتعلق بظروف التعاقد أو محله بشكل أدى إلى اطمئنان الدائن لهذه البيانات سواء من حيث كفايتها، أم من حيث صحتها، الأمر الذي يصرفه عن الاستعلام عن أي معلومات أو بيانات متماثلة من مصادر أخرى. وتطبيقا لذلك حكمت محكمة النقض الفرنسية ببطان العقد على أساس الكتمان التديسي استنادا إلى عدم قيام موثق العقود بالإفشاء للمتعاقد بحقيقة التكاليفات، والحقوق المقررة على العقار محل العقد، رغم الثقة التي يوليها المشتري لهذا الموثق بسبب مهنته وتخصصه في هذا المجال.

\*تقدير وجود الثقة الناجمة عن احتراف الطرف الآخر:

يثور التساؤل حول دور الثقة المتولدة عن صفة الاحتراف في تبرير مشروعية جهل المستهلك عندما يتعاقد مع شخص من أرباب المهن. فالمستهلك إزاء ضعفه الشديد وقلة خبرته على النحو الذي أشارت إليه الدراسة لا يملك إلا أن يركن إلى ثقته في الشخص المحترف، وان ينتظر منه أقصى درجة من درجات الأمانة والتعاون في تعريفه بكافة الأمور اللازمة لتتوير وسلامة رضائه، دون أن يكون من حق هذا الأخير الاحتجاج عليه بأنه كان قادر على تلك المعرفة بوسائله الخاصة. وتلعب هذه الثقة دورا مزدوجا في إعفاء الشخص غير المحترف أو المستهلك من واجبه في الاستعلام والتحري في الوقت الذي تلقى فيه على عاتق المحترف التزاما بإعلام متعاقد الآخر وتتوير إرادته<sup>1</sup>.

يبدو مما سبق تساهل القضاء في تبرير مشروعية جهل الشخص غير المحترف، وبالتالي في اعفائه من واجب الاستعلام والتحري استنادا إلى عنصر الثقة التي يتولد لديه

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 247.

عن تعامله مع شخص محترف. وبالنسبة لتقدير مدى كفاية عنصر الثقة في القيام بهذا الدور، فتلك مسألة موضوعية أمرها بيد قاضي الموضوع الذي يجب أن يأخذ في اعتباره بجانب الظروف الخاصة للشخص غير المحترف طبيعة المهنة التي يشغلها الشخص المحترف، والأعراف السائدة.

وقد تبين اتجاه هذا القضاء في صورة أكثر وضوحاً من خلال حكمه في قضية تتلخص وقائعها في قيام شخص محترف ببيع سيارة مستعملة دون أن يلفت نظر المشتري إلى أن الموتور المركب في السيارة وهي موديل 1975 يرجع إنتاجه إلى سنة 1968، ولما تبين للمشتري هذا الأمر طلب إبطال عقد البيع بدعي الكتمان التدليسي، فرفضت محكمة الاستئناف طلبه استناداً إلى أن أوراق بيع السيارة تتضمن ما يفيد أن الموتور الموجود بها موتور مستعمل ومن ثم كان من واجب المشتري أن يهتم بشئونه ويستعلم، إلا أن محكمة النقض قد عابت على هذا الحكم القصور في التسبب لمجرد عدم بحث محكمة الاستئناف فيما إذا كان عدم إفشاء البائع للمشتري - وهو شخص غير محترف - بقدوم الموتور قد دفعه إلى شراء هذه السيارة أم لا.

الفرع الثاني: علم المدين بالبيانات العقدية وبمدى أهميتها بالنسبة للدائن

لا يكفي لقيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، مما سبق الإشارة إليه من جهل المقبل على التعاقد بالمعلومات والبيانات العقدية المؤثرة على رضائه لدى إبرام العقد، بل يجب إثبات علم المدين بهذا النوع من المعلومات، وبمدى تأثيرها على رضا الدائن، حتى يمكن القول بمسئوليته لدى عدم قيامه بتنفيذ هذا الإلتزام.

فمن غير المنطقي ونحن بصدد صورة من صور الإلتزام بإعطاء ان نلزم شخصاً بإعطاء شيء ليس في حوزته أو تحت تصرفه، وقياساً على ذلك، فإنه لا يكلف شخص الإدلاء بمعلومات أو بيانات لا يعلمها.

وفي إطار دراسة هذا الشرط ينبغي بداية تحديد المقصود بشخص المدين في الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، خاصة في ظل الموقف الذي اتخذته الشريعة الإسلامية في هذا الشأن،

إضافة إلى أهمية بيان مضمون هذا الشرط فيما يتعلق بمدى علم المدين بالمعلومات والبيانات العقدية محل هذا الإلتزام، وكيف يتسنى إثبات هذا العلم تمهيدا لإثبات قيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في مواجهة المدين، خاصة عندما يتوافر لدى هذا المدين العلم بمدى أهمية وتأثير هذه المعلومات والبيانات على رضا الدائن لدى إقباله على التعاقد<sup>1</sup>.

وبذلك تتضح معالم دراستنا لهذا الموضوع من خلال تناول الموضوعات الآتية:

- تحديد شخص المدين في الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.
- حدود علم المدين بالمعلومات والبيانات العقدية كشرط لقيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.
- إثبات علم المدين بالمعلومات والبيانات العقدية اللازم توافرها لدى الدائن قبل أو بعد إبرام العقد .
- علم المدين بتأثير البيانات والمعلومات المتعلقة بظروف التعاقد، أو محله على رضا الطرف الآخر.

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 79.

**المبحث الثاني: المسؤولية القانونية عند الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد**

سنحاول في عرض هذا المبحث عن المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد في ظل القواعد العامة والنصوص الخاصة بحماية المستهلك باعتبارها المرجع الوحيد في غياب النصوص المنظمة الخاصة لأن المشرع لم يلم بجزاءات المخالفة نتيجة العقود المبرمة بين المتدخل والمستهلك، ناتج عنها وجود عيب في الإرادة وعليه يبطل العقد أو يشابهه عيب يجعله غير صحيح وبالتالي يبطل عقد البيع هذا أو يصبح قابل للإبطال.

وعليه سوف نقوم بتقسيم هذا البحث إلى مطلبين، حيث خصصنا المطلب الأول لدراسة المسؤولية التقصيرية والمطلب الثاني لتقييم النظام الجزائي للإخلال عن الإلتزام قبل التعاقد.

**المطلب الأول: المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام**

إن المسؤولية التقصيرية للمنتج التي يتضمنها قانون حماية المستهلك وقمع الغش بعض الإلتزامات التي تقع على عاتق المتدخل وأي إخلال بها تترتب مسؤوليته التقصيرية وتحمله جزاء التعويض عن الضرر الذي تسبب فيه بخطئه، وأقام المشرع هذه المسؤولية على الخطأ المفترض حماية للمستهلك، فيجب على المتدخل أن يثبت انعدام الخطأ من جهته، وبهذا الصدد يشترط بحكم تلك المسؤولية الأركان نفسها في ظل القاعدة العامة وهي الخطأ، والضرر، وعلاقة السببية.

وتجدر الإشارة في نص المادة 140 مكرر من القانون المدني المعدل والمتمم بقانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005 جاء متناولاً قيام المسؤولية التقصيرية وشروطها وبروز أركانها\*.

\* تنص المادة 140 مكرر: يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتج حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية. القانون المدني المعدل والمتمم بقانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005.

وعليه خصصنا الفرع الأول لقيام المسؤولية التقصيرية وبيان أركانها السالفة الذكر والفرع الثاني جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد .

#### الفرع الأول: قيام المسؤولية التقصيرية

تقوم المسؤولية التقصيرية على ثلاثة أركان وهي الخطأ والضرر وعلاقة السببية حيث تختلف في القواعد العامة عن القواعد المنظمة لحماية المستهلك وقمع الغش .

تقوم مسؤولية المتدخل في القانون الجزائري والتي استتبطها من المشرع الفرنسي، في حين أن هذا الأخير افرد لها حوالي 18 مادة وبهذا لم يتناول أحكامها بالتفصيل اللازم فاختلقت الآراء في ذلك إلى رأيين حيث ذهب جانب من الفقه يقول أن مسؤولية المتدخل تقوم على أساس الخطأ المرتكب من جانبه وقد استقر القضاء على اعتباره خطأ مفترض أي بمجرد تسليم المنتج المعيب يثبت خطأه وتقوم مسؤوليته ويترتب على هذا الرأي أنه:

- اعتبار سوء نية البائع مفترضة لأنه ملتزم بقيامه بالإدلاء بالمعلومات لمحل العقد.

- بطلان الإعفاء من الضمان

أما المشرع الجزائري لم يتماشى مع هذا الرأي حيث أقام المسؤولية التقصيرية على أساس الضرر وهنا يكفي أن يكون الضرر قد وقع نتيجة نشاط المتدخل ولا يهم ان كان خطأ او لا وبالتالي اعتبرت المسؤولية التقصيرية مسؤولية بقوة القانون ببروز سبب العيب في المنتج ويلحق ضرر للمستهلك وذلك بغض النظر عن سلوك المتدخل.

#### أولاً . الخطأ:

وفقا للقواعد العامة فإن الخطأ هو ذلك الانحراف عن سلوك الرجل المعتاد مع إدراك الشخص لذلك، وعليه فإن للخطأ ركنين، ركن مادي يتمثل في التعدي وهو قيام الشخص بفعل يسبب ضرر للغير ومتى حدث عنه إخلال بالالتزام قانوني، وأما الركن الثاني وهو الإدراك والتمييز أي نسبة الخطأ للشخص الذي ارتكبه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عيد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، الطبعة 3، الجزء 1، القاهرة، ص183.

وإذا كان الإخلال بالالتزام بالإعلام ينشأ خطأ تقصيري صادر من المتدخل يرتب عليه المسؤولية التقصيرية، إلا أن المشرع الجزائري اشترط من خلال المادة 140 مكرر الفقرة الأولى من القانون المدني الجزائري على: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية"، أي لقيام المسؤولية التقصيرية للعون الاقتصادي وجود عيب في المنتج، والذي يعتبر بمثابة الخطأ في القواعد العامة.

### ثانياً. الضرر:

يمثل الضرر الركن الثاني لقيام المسؤولية التقصيرية، بانعدامه لا تقوم المسؤولية لأن الهدف منها هو إزالة الضرر الناتج عن الخطأ المرتكب.

وقانون حماية المستهلك شأنه شأن القواعد العامة اشترط لتحقيق المسؤولية بأن يصاب المستهلك بضرر حتى يجوز له المطالبة بالتعويض على أساسه، كما أن المادة 140 مكرر من القانون المدني نصت على أن الضرر الذي يلحق بالمستهلك نتيجة عيب في المنتج يلتزم المنتج بتعويضه، لكن الملاحظ أن المادة 140 مكرر تكلمت عن الأضرار بصفة عامة دون أن تحدها أو تدقق فيها، وبالتالي لا بد من الرجوع للقواعد العامة ولمعرفة المقصود من الضرر وأنواعه، ولأضرار التي يمكن أن تكون المادة قد قصدتها.

حيث يعرف الضرر بأنه ذلك الأذى الذي يصيب الشخص نتيجة المساس بمصلحة مشروعة له أو حق من حقوقه وهذا الأذى يمكن أن يصيب الشخص في جسمه أو ماله، وقد يكون مادياً، وقد يصيب الشخص قس سمعته أو شرفه أو عاطفته ويكون الضرر عندها معنوياً أو أدبياً<sup>1</sup>.

قد تناولت المادة 140 مكرر من القانون المدني كلمة ضرر بصفة عامة، بما يفيد أن كل الأضرار الناجمة عن عيب في المنتج تدخل في نطاق المسؤولية ويعوض عنها المنتج، وبالتالي تشمل الأضرار المادية نوعين أما الأضرار المالية أو الأضرار الجسمانية، فلأضرار

<sup>1</sup> - عبد العزيز سلمان، مصادر الإلتزام في القانون المدني، دار رند للنشر، الأردن، 2002، ص 144.

المالية التي يمكن أن تصيب المستهلك نتيجة عيب في المنتج مثلا شراءه لمنتج فاسد فإذا رماه بعد ذلك يرتب له ضررا ماليا بقيمته.

أما الضرر الجسماني فيكون عندما يتناول المستهلك هذا المنتج ويسبب له إما عجز عن العمل أو الوفاة في بعض الحالات عندها يلزم المنتج بتعويض ذوي الحقوق أو المستهلك ذاته مع دفع مصاريف العلاج.

كما يدخل في إطارها الضرر الاقتصادي إذا ما ترتب عن العيب في المنتج عجز عن العمل.

أما الأضرار المعنوية فيقصد بها الضرر الجمالي وضرر التألم سواء لذوي الحقوق في حالة الوفاة أو أضرار التألم التي تصيب المستهلك من جراء الإصابات التي تعرض لها نتيجة العيب في المنتج.

### ثالثا. علاقة السببية بين الخطأ والضرر:

ويقصد بها أن العيب يوجد بالمنتج ويكون هو السبب المباشر للضرر الذي أصابه المستهلك.

لم يفرض المشرع في قانون المستهلك على المتضرر إثبات العلاقة السببية بين خطأ المنتج والضرر الذي أصابه عيبا يجب عليه فقط أن يثبت وجود الضرر بسبب المنتج لقيام مسؤولية المتدخل وهو الفرق بين القواعد العامة وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، وذلك مسؤولية المحترف لا تنتفي بانتفاء العلاقة السببية<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد

إن الإلتزام يتم قبل التعاقد بصفة خاصة وبتبصير وإرادة المتلقي الغير محترف او عديم الخبرة وهو عالم بظروف التعاقد وخصائص الشيء أو الخدمة محل العقد، حيث أن الإخلال بهذا الإلتزام يؤثر لا محال على رضا المتلقي الراغب في التعاقد المرسل ويؤدي الى

<sup>1</sup> - محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في عقود الخدمات (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 108.

تعيب الإرادة مما يخول له بالمطالبة بإبطال المعاملة أن يترتب على هذا الإخلال بالإلتزام بالمسؤولية في حالة حدوث ضرر للمتلقي أي الدائم لجراء ذلك الإخلال<sup>1</sup>.

ولهذا سنناقش قابلية العقد للإبطال لمصلحة المتعاقد عديم الخبرة أي من وجهة نظر المستهلك مما يسمح له بالمطالبة بفسخ العقد حيث حكم به القضاء في العديد من الأحكام خاصة في مجال التأمين على الحياة، وبالتالي سنسرد ثلاثة حالات وهي:

### أولاً: المطالبة بإبطال العقد لوقوع المتعاقد عديم الخبرة في الغلط

إن القواعد العامة في القانون المدني عند طلب إبطال العقد شرطه أن يكون هناك غلط جوهري وان يتصل بالمتعاقد الآخر، وفي هذه الحالة يكون لمن وقع في هذا الغلط المطالبة بإبطال العقد، حيث أن الشروط الواجب توافرها في الغلط التعاقدية تقيد من استعماله كعيب من عيوب الإرادة<sup>2</sup>.

### ثانياً: المطالبة بإبطال العقد للتدليس او للتغيير

كما سلفنا بالذكر على قيام التدليس كعيب يبطل العقد باستخدام أساليب احتيالية بقصد تظليل المتعاقد وان السكوت عن تقديم البيانات والإفصاح عنها نزولاً عند حكم القانون وهذا ما يطلق عليه "الكتمان"، وان المنتج أو المهني الذي يملك المعلومات المتصلة بالعقد بسبب وظيفته وخبرته ولا يمكن له بأي حال من الأحوال ان يجهل واقعة معينه او حتى يجهل أهميتها للمتعاقد الآخر ويرغب في التعاقد معه وتزويده بالمعلومات والوقائع التي يعرفها عند التعاقد.

### ثالثاً: قابلية العقد للفسخ أعمالاً لخيار الرؤية في الشريعة الإسلامية

يشترط الفقه الإسلامي علم المشتري بمحل العقد ويلزم البائع بإعلام المشتري ببيانات وعيوب المبيع و إلا ثبت للمشتري الحق في الخيار بوجود توافر شرطين هما:

1- الشرط الأول : عدم رؤية المشتري للشيء المبيع وقت العقد.

<sup>1</sup> - سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص 296.  
<sup>2</sup> - فرح مناني، العقد الالكتروني (وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري)، دار الهدى، ط 2009، عين مليلة- الجزائر، ص 152-153.

2- الشرط الثاني: أن يكون البائع عالماً بأوصاف المبيع وبمدى تأثيرها على رضى المشتري بالعقد.

### المطلب الثاني: تقييم النظام الجزائي للإخلال عن الإلتزام قبل التعاقد

يقصد بتقييم نظام الجزاء القانوني لدى الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو الوقوف من الناحية العملية حول مدى كفاية تحقيق حماية موضوعية للمستهلك في ضوء جهله بالمعلومات الضرورية اللازم توافرها لديه قبل أو أثناء إبرام العقد في مواجهة مدين أوتي من العلم في مجال المعاملة موضوع العقد حيث لا يقتصر هذا العلم فيها على مجرد تقديم البيانات والمعلومات الفنية المتعلقة بالعقد بل تمتد لتشمل مدى تأثيرها على رضى المتعاقد الآخر لإقباله على التعاقد<sup>1</sup>.

وفي سبيل تحقيق ذلك سنتعرض إلى أمرين من خلال تخصيص الفرع الأول أثر جزاء الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد على طرفي العقد أما الفرع الثاني معالجة آثار الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.

### الفرع الأول : أثر جزاء الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد على طرفي العقد

من آثار الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو إقبال المستهلك على التعاقد بحيث يكون جاهل بالبيانات العقدية اللازمة لتتوير رضائه وتصحيح إرادته والتي لو كان علم بها قبل التعاقد لما أقدم على إبرام العقد ويعكس هذا بالطبع أن محل التعاقد ليس تحت محض إرادة المستهلك في الحقيقة وبالتالي هي غير مرغوب فيها إجمالاً لذلك رتب الفقه والقضاء جزاءات لطلب إبطال العقد أو طلب الحكم بالتعويض<sup>2</sup>.

وبالتالي نرى عدم كفاية جزائي بطلان العقد والتعويض لدى الإخلال بهذا الإلتزام في تحقيق حماية موضوعية للمستهلك، كما يجب أن ينشط القضاء لابتكار وسائل وإجراءات أكثر يسر وسهولة من شأنها تشجيع المستهلكين على اللجوء للقضاء لمواجهة الاختلال

<sup>1</sup> - عمر محمد عبد الباقي، المرجع نفسه، ص 293.

<sup>2</sup> - إسلام هاشم عبد المقصود، مرجع سابق، ص 270.

الفادح بين تصرف منتج أو محترف إزاء مستهلك يعجز عن ملاحقة ما يعرض عليه من سلع أو خدمات سريعة ومتطورة التقدّم<sup>1</sup>.

الفرع الثاني: معالجة آثار الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام

لاستخلاص موقف الشريعة الإسلامية بالنسبة لفكرة الجزاء المقرر وتوقيعه عند الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام وهو حق المتعاقد الغالط أو المدلس عليه أو هو الدائن في هذا الالتزام في فسخ العقد وفضلا عن ذلك نجد أن القانون الوضعي يتفق مع مبدأ الشريعة الإسلامية بحرص هذه الأخيرة على حث المتعاملين على التزام جانب الصدق والأمانة في المعاملات كإجراء وقائي يتق به كل من العاقدين كافة مشكلات مرحلة ما بعد التعاقد وعليه نرى أن في تعاملات المسلمين بحيث أشارت من الجزاءات ذات الطبع الغيبي ما يستطيع المرء أن يصلح من أمر معاملاته وأمر دينه وأمر دنياه وأمر آخرته ويصل بها إلى رضا الله سبحانه وتعالى.

ومن خلال هذا النوع من الجزاءات ذات الطبع الغيبي والتي تمثل قمة الدور الوقائي يتكامل للشريعة الإسلامية نظامها ومنهجها في العمل عن الكف عن الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام وهو ما يعكس أهمية وجود قدر من الشفافية في المعاملات الخاصة في العلاقات بين المنتجين المحترفين مع الأطراف المتعاقدة أي المستهلكين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سامح عبد الواحد التهامي، مرجع سابق، ص 297.

<sup>2</sup> - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 298-299.

## خلاصة الفصل:

يبدو من خلال ماسبق دراسته نجد أن المشرع الجزائري بنص المادة 17 من قانون 03/09 حيث أوجب على المتدخل تقديم كل المعلومات الخاصة بالمنتجات على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر كامل المعلومات التي تخص المنتجات أو الخدمات فنص المادة السالف الذكر جاء عمومي فلم يحدد المعلومات المقدمة للمستهلك أو الوسيلة التي تستخدم في نقل هذه المعلومات له، وأوضحنا شروط قيام مثل هذا الإلتزام، وأولها إن يكون الدائن جاهلا بالمعلومات التي تؤثر في رضاه بالعقد ، إما لو كان عالما بها أو كان "متدخلا" فلا يؤثر عدم الإعلام من المدين في تكوين رضائه بالعقد، أما ثانيها فهو إن يكون المدين "عالما" بتلك المعلومات العقدية وبكونها مهمة لدخول الطرف الآخر بالتعاقد ويفترض هذا العلم إن كان المدين "متدخلا"، أن التشريعات تكفلت ببيان نطاق المعلومات وبصورة عامة يمكن القول أن على المدين أن يعلم المستهلك أي الدائن بكل المعلومات التي تؤثر في رضا الأخير.

الحكمة

## الخاتمة:

من خلال دراسة ما عرض موضوعنا، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في ظل حماية المستهلك، يتضح لنا الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام على مستوى التطور العلمي في شتى مجالات الحياة، حيث ظهور التطور الصناعي من الناحية الإقتصادية من خلال المنافسة الحرة لتحسين جودة الإنتاج وتطوير نوعيتها، وبالتالي إنخفاض سعرها، ظهرت حاجة الأفراد للتعاقد قصد إشباع حاجتهم من مأكّل وملبس وخدمات... وغيرها ما تقتضيه متطلبات الحياة. وبالنظر إلى ما يوفره مبدأ سلطان الإرادة من الناحية القانونية والحتمية القانونية من حرية التعاقد تحقيقاً لمصالح الأطراف المتعاقدة مكانة أصبح من الضروري مواجهة السلوكات والتصرفات التعسفية الغير الشرعية نظراً عن لاختلال في التوازن التعاقدى في العلاقة الإستهلاكية.

وقد أدى هذا لدفع السلطات المعنية لتعزيز الحماية الفعالة للمستهلك، حيث يفرض هذا الواجب الذي يمثل الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد وتقرير مسؤولية المتدخل من أجل قيامه بواجبه عن كل ما يخص محل التعاقد أي ضرورة الإلتزام بالإدلاء بالمعلومات الصادقة والنزيهة لتمكين المستهلك من إبرام العقد بصورة قانونية خالية من عيوب تجعل منه باطلاً أو قابلاً للبطلان.

ومن خلال ما سبق، توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي:

1. أن الإلتزام بالإعلام هو التزام عام يشمل المرحلة السابقة على التعاقد، والمرحلة اللاحقة عند تنفيذ العقد، أي أن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد هو نفسه الإلتزام بالإعلام إستناداً على حجة أنه من غير المعقول نشأة الفرع قبل الأصل لأنه لو ظهر الإعلام لحظة إبرام العقد أو أثناءه يعد إجراء متأخراً.

2- إن الحكمة من وجود واجب الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، أن المستهلك في حين لا توفر له نظرية العيوب الخفية، ونظراً لنظرية ضمان العيوب الخفية، الهدف منه الحماية الكافية للمستهلك.

3. أن طبيعة العلاقة بين الطرفين المتعاقدة -المتدخل والمستهلك- تكاد تكون غير متوازنة بحاجة نظرا لاختلاف المراكز القانونية سواء في درجة العلم بالمعلومات أو في درجة الإمكانات المادية ومن ثم تظهر الحاجة إلى الحماية القانونية.
4. أن الالتزام بالإعلام وكيف قانونا على أنه إلتزام بتحقيق نتيجة، نظرا للدور الذي يلعبه المدين أي المتدخل بنقل البيانات المتعلقة بمحل الاستهلاك قصد إقناع الدائن وهو المستهلك، ومن هنا كان الإعلام من الواجبات المفروضة على كل متدخل وهي تمكين المستهلك من معرفة طبيعة المنتج أو الخدمة الهدف تحقيق النتيجة المرجوة.
5. إن التقرير بالمسؤولية التقصيرية للمتدخل عن الإخلال بواجب الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، من شأنه أن يوفر الحماية الفعالة بقوة القانون بمجرد إثبات ما يلحق للمستهلك من ضرر قد وقع نتيجة نشاط المتدخل ولا يهم إن كان خطأ أو لا.
6. من الناحية العملية قليلا ما يلجأ المستهلك إلى اللجوء للقضاء للمطالبة بحقوقه الخاصة في مجال إعلامه بمحل تعاقد، نظرا لطول الإجراءات وضعف في الجهاز الردعي لحماية المستهلك.

#### ومن التوصيات المقترحة:

1. نرى عدم كفاية الجزاء بطلان العقد والتعويض لدى الإخلال بهذا الالتزام في تحقيق الحماية الموضوعية للمستهلك.
- 2- وجوب نشاط القضاء لإبتكار وسائل وإجراءات أكثر يسر وسهولة من شأنها تشجيع المستهلكين إلى اللجوء للقضاء قصد مواجهة الاختلال الفادح بين تصرف منتج أو محترف إزاء مستهلك يعجز عن ملاحقة ما يعرض عليه من سلع أو خدمات سريعة ومتطورة التقدم.
3. تفعيل دور الإعلام لتقرير حماية المستهلك عن طريق بث حصص ثقافية تنمي وعي المستهلك أو إقامة منشورات تتعلق بالسلوكيات الاستهلاكية لحماية حق المستهلك في الإعلام.

4- إن إتباع منهج ما جاءت به شريعتنا الإسلامية بإستخلاص حقي الرؤيا والخيار في المبيع يجعل المتعاملين المسلمين أقل تعرضا للسلوكات المنافية لمبدأ حسن النية في العلاقات الإستهلاكية.

5- واجب حرص المستهلك الشديد على مراقبة السلع أو الخدمة المؤداة ومدى مطابقتها للبيانات ودرجة الجودة الإستهلاكية أي على المتدخل التحلي بالثقافة العلمية والعملية والقانونية لتخفيف العبء على الهيئات الرادعة للأعمال المنافية الممارسة من قبل المتدخلين.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر:

1- القرآن الكريم

2- صحيح مسلم بشرح النووي، طبعة دار الحديث، جريدة5.

ثانياً : النصوص التشريعية

أ- القوانين:

1. القانون المدني المعدل والمتمم بقانون رقم10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005.

2. قانون 03/09 المؤرخ في 25/09/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،

المادة04/3، الجريدة الرسمية، عدد15.

3. قانون رقم 02/89، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد

06، مؤرخة في 08 فيفري 1989.

ب- المراسيم:

1- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع

الغش، الجريدة الرسمية، العدد05، الصادر بتاريخ 31 يناير 1990.

2- المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الذي يحدد الشروط

والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 52 الصادرة في 2013/11/18.

ثالثاً: الكتب

1- اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الجامعة

الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005.

2- اسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ

الاسلامي(دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2014.

3- أشرف فتحي الراعي، حق الحصول على المعلومات(دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر

والتوزيع، الطبعة الأولى، المملكة الأردنية الهاشمية.

4- ثروت عبد الحميد، الاضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد ووسائل الحماية منها،

دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2007.

- 5- خالد عبد الفتاح محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2009
- 6- خالد ممدوح ابراهيم، امن المستهلك الالكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2007.
- 7- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دارهومة، الجزائر، بدون تاريخ.
- 8- سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- 9- سهير المنتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة، العربية، القاهرة، 1990.
- 10- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، فلسطين، 2012.
- 11- عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- 12- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك لدراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأ المعارف للنشر الاسكندرية، 2004
- 13- فرح مناني، العقد الالكتروني (وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري)، دارالهدى ، طبعة 2009، عين مليلة- الجزائر.
- 14- محمد بودالي ، الالتزام بالنصيحة في عقود الخدمات، (دراسة مقارنة)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص326.
- 15- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دراسة مقارنة في القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، طبعة 2006، جامعة سيدي بالعباس.
- 16- ممدوح ابراهيم ، أمن المستهلك في المعاملات الالكترونية، دراسة مقارنة، الدار الجامعي، مصر، 2008.
- 17- نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض انواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص15.
- 18- يمينة حوحو ، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري ، دار بلقيس للنشر، الطبعة الاولى، 2016 .

19- يمينة حوحو عقد البيع في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الطبعة الاولى 2016 .

رابعاً: المقالات.

1- مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الخامسة.

2- مجلة المحكمة العليا، قسم الوثائق، العدد1، قرار مؤرخ في 22/07/2000، ملف رقم58766.

خامساً: الرسائل والمذكرات

1- حفيظة بتقة، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون. منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند اولحاج. البويرة، 2012,2013 .

2- - ذهبية حامق، الإلتزام بالإعلام في العقود،رسالة من أجل الحصول على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008- 2009

سادساً: نشرات خاصة (ملتقيات)

1- يوم دراسي حول الوسم وإعلام المستهلك، فندق الشيراتون الجزائر 07 جويلية 2007، راجع في ذلك الموقع الالكتروني.

2- حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، مجموعة اعمال الملتقى الوطني الاول،معهد العلوم القانونية والإدارية. الوادي 13و14 افريل 2008.

سابعاً: المواقع الإلكترونية

<http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:d7A8FN0UEpEJ:www.mincommerce.gov.dz/seminaire/infocons.pdf>

<http://www.chronopost.com>

وللموقع "chronopost" يكون (http://www.chronopost.com)

فہرست  
المحتویات

فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع
	الأهداء
	الشكر والعرفان
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول</b>	
ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد	
09	المبحث الأول: مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
12	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
14	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
16	الفرع الثاني: خصائص الالتزام قبل التعاقد بالإعلام
19	المطلب الثاني: مبررات نشوء الالتزام بالإعلام.
19	الفرع الأول: المبررات الواقعية (المادية)
20	الفرع الثاني: المبررات القانونية.
22	المبحث الثاني: مقومات خصوصية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
23	المطلب الأول: أسس الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وطبيعته القانونية
23	الفرع الأول: أسس الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
27	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقد.
29	المطلب الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عن الانظمة المشابهة له.
29	الفرع الأول: التمييز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد و تقديم الاستشارة الفنية
30	الفرع الثاني: التمييز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد والالتزام بالتحذير
31	الفرع الثالث: التمييز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتعيين المبيع
32	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني</b>	
أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد	
34	الفصل الثاني: أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

34	المبحث الأول: محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وشروط قيامه
35	المطلب الأول: محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
35	الفرع الأول: محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من وجهة النظر القانونية والشريعة الإسلامية
37	الفرع الثاني: نطاق المعلومات محل الالتزام قبل التعاقد
38	المطلب الثاني: شروط قيام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
38	الفرع الأول: جهل الدائن (المستهلك) بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمبيع موضوع العقد
43	الفرع الثاني: علم المدين بالبيانات العقدية وبمدى أهميتها بالنسبة للدائن
45	المبحث الثاني: المسؤولية القانونية عند الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد
45	المطلب الأول: المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالحق في الإعلام
46	الفرع الأول: قيام المسؤولية التقصيرية
50	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد
48	المطلب الثاني: تقييم النظام الجزائي للإخلال عن الالتزام قبل التعاقد
50	الفرع الأول: أثر جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد على طرفي العقد
51	الفرع الثاني: معالجة آثار الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام
52	خلاصة الفصل
54	الخاتمة
58	قائمة المصادر والمراجع
62	الفهرس