

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة د/ مولاي الطاهر - بسعيدة -
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم العلوم القانونية و الإدارية



مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس
في العلوم القانونية و الإدارية

عنوان المذكرة:

الالتزام بالأعلام في عقد البيع

إشراف الأستاذ الفاضل:
هنى عبد اللطيف

من إعداد الطلبة:
رقيق جميلة
زايدى حنان
عدادى صليحة
بلهاشمى محمد

دفعة: 2010-2011

مقدمة:

لقد كان في السابق وإلى غاية القرن 20 نشوء فكرة حماية المستهلك باتجاهات تعتمد على مبدأ أن عبء حماية المستهلك يقع على عاتقه في التأكد مما يشتري، والاحتياط بحماية نفسه بنفسه، وقد تطور هذا المفهوم بالنظر إلى المخاطر التي تحيط بالمستهلك بسبب عدم توافر المعلومات لديه على السلعة أو الخدمة التي يريد التعاقد بشأنها، فأصبح عبء الاحتياط والوعي في حماية المستهلك يقع على عاتق شركات الإنتاج أو البائع، بحيث يقوم المنتجون والموزعون والذين يطلق عليهم مصطلح المحترفون بإعلام المستهلك وإخباره عن خصائص السلع والخدمات وما يحيط بها من مخاطر واعتبر إعلام المستهلك التزام بتقديم معلومات موضوعية عن السلع والخدمات وبذلك يؤدي الوفاء بهذا الالتزام إلى السماح للمستهلك بالبدء في إبرام العقد، وهو على علم بحقيقة التعاقد، والبيانات التفصيلية المتعلقة بأركانه وشروطه و مدى ملائمتها للغرض الذي يبتغيه من التعاقد.

ونتيجة لذلك أصبح الالتزام بالإعلام حق من حقوق المستهلك، ومسؤولية تعرض إلى الخطر أو الضرر على عاتق البائع وذلك عن طريق أحكام تمكن للمنتج أو المحترف من استخدام وسائل إعلام متمثلة في: وضع علامة رئيسية أو وسم على غلاف السلعة حتى تساعد المستهلك في التمييز بين مختلف السلع، ويستشف ما بداخلها، وهذا يؤدي إلى حماية مصلحة المستهلك و المنتج في آن واحد.

كما تطور هذا المفهوم إلى مسؤولية المتشدة للمنتج و الذي يقع علي عاتقه عدم الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك هذا بلجوء الدول والحكومات إلى إصدار التشريعات والتفinitionات المتشدة، والتي تلزم المنتج أو المحترف عند الإخلال بالالتزام بالإعلام المستهلك الصريح أو الضمني بالمسؤولية المدنية و الجنائية، و هذا على غرار المشرع الجزائري الذي حرص على فرض احترام مطابقة المنتج و الخدمة للمواصفات والمقاييس القانونية ومن الإشكالات التي تعرض لها هذا الموضوع:

- ما هو الالتزام بالإعلام؟

- ما هي طبيعته وأساسه؟

- ما هي آليات تنفيذه؟

- ما الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة اعتمد في دراسة هذا الموضوع منهجية قائمة على أسلوب المنهج المقارن باعتباره أفضل المناهج لتحديد مفهوم الالتزام بالإعلام والجزاء المترتب عن الإخلال به.

ومن خلال الدراسة والتحليل سيتم معالجة موضوع الالتزام بالإعلام في عقد البيع في

فصلين حيث تضمن الفصل الأول: ماهية الالتزام بالإعلام و الذي قسم إلى مبحثين:

تطرق المبحث الأول إلى مفهوم الالتزام بالإعلام.

أما المبحث الثاني فتعرض إلى نطاق الالتزام بالإعلام .

أما الفصل الثاني: فتناول الجزاء المترتب من الإخلال بالالتزام بالإعلام، والذي بدوره عالج

الجزاء بالإخلال في مبحثين: المبحث الأول: تعرض لأثر الإخلال بالالتزام بالإعلام

والمبحث الثاني: المسؤولية المدنية والجنائية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

الفصل الأول: ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع

نادى الفقه والقضاء على سواء بتقرير الالتزام بالإعلام، على عاتق البائع المحترف، أو المهني بأن يدلي بالمعلومات الدقيقة والحاسمة المتعلقة بعقد البيع، بإعتبار أن الطرف الآخر (المشتري) ليست له الخبرة والدراية الكافية بالبيانات والمعلومات المتعلقة بعقد البيع، والتي من شأنها أن تساهم في إيجاد رضا مستنير، ليس فقط في مرحلة انعقاد العقد ولكن أيضا أثناء تنفيذه.

ولتحديد ماهية الالتزام بالإعلام سيتم التعرض إلى: مفهومه (مبحث أول) وإلى نطاق هذا الالتزام وكذا آليات تنفيذه (مبحث ثاني).

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام في عقد البيع

الالتزام بإعلام المستهلك هو الالتزام عام **يغطي المرحلة السابقة** على المتعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا مستنير لدى المستهلك، وبذلك يؤدي الوفاء بهذا الالتزام إلى السماح للمستهلك بالبدء في إبرام العقد، وهو على علم بحقيقة التعاقد، والبيانات التفصيلية المتعلقة بأركانه وشروطه ومدى ملاءمتها للغرض الذي يبتغيه من التعاقد.

وسيمت التعرض في هذا المبحث إلى التعريف بالالتزام بالإعلام (مطلب أول) وكذا أساس الالتزام في الإعلام (مطلب ثاني)، إضافة إلى طبيعة الالتزام بالإعلام (مطلب ثالث).

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام في عقد البيع

لتبيان تعريف الالتزام بالإعلام، يقتضي التطرق إلى دراسة مدلوله (فرع أول)، وخصائصه (فرع ثاني) وأهمية هذا الأخير ومبرراته (فرع ثالث).

الفرع الأول: مدلول الالتزام بالإعلام

لم يعطى للالتزام بالإعلام تعريفا واضحا، واكتفت التشريعات الحديثة بالتلميح بوجوده، في نصوص متفرقة، واعتبروه التزاما ملقى على عاتق البائع المحترف بإعلام المستهلك من خلال فرض التزامات خاصة متعلقة بالإدلاء بالبيانات والخصائص الجوهرية للشيء المبيع محل العقد، ولعل ذلك يعود إلى حداثة نشأة هذا الالتزام الذي تبلورت معالمه من خلال أحكام القضاء خاصة القضاء الفرنسي، والمتمثلة معالمه في تحديد نطاقه، ومضمونه، وقد تمحورت هذه الأحكام في جعل المسؤولية ملقاة على عاتق البائع، وذلك يرجع إما إلى التقصير في الإدلاء بالمعلومات المتعلقة بخصائص والصفات الجوهرية للمبيع، أو لانعدام التوضيحات المتعلقة بطريقة الاستعمال، ودرء المخاطر التي قد تنجم عن عدم استعمال الشيء المبيع بالطريقة الصحيحة، وقد احتاط رجال القضاء الفرنسي عند استعمال أي لفظ للدلالة على هذا الالتزام نظرا لحداثته⁽¹⁾.

أما الفقه فقد تباينت واختلفت تعريفاته لهذا الالتزام، نظرا لاختلاف وتعدد مسميات هذا الأخير، والتي جاءت للدلالة على ما يقدمه أحد طرفي العقد للآخر، وجاءت دلالة من معلومات وبيانات، ونجد من هذه المسميات: الإفشاء، الإخبار، التبصير... وغيرها، إضافة إلى تلك المسميات نجد "الإعلام"، والذي استعمله لبعض الفقهاء للدلالة على هذا الالتزام⁽²⁾. ونظرا لتعدد هذه المسميات، اختلف فقهاء القانون حول التمييز بينها، فذهب جانب منهم إلى القول بأن من الألفاظ ما يدل على الإيجابية، والشخصية، والمتمثلة بالالتزام بالنصيحة، حيث يتميز التزام المدين بالإيجابية، وذلك بتدخله في شؤون الدائن، وحثه على الإقدام لأمر معين أو الإحجام عنه، في حين ذهب الجانب الآخر إلى القول بأنها تنتم بالطابع

(1) - محمد بن مغنية، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو

بكر بلقايد، تلمسان، 2006، ص 07 .

(2) - عبد الباسط جمعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العالمية، القاهرة، 1996، ص

السلمي أو الموضوعي حيث أن الالتزام بالإعلام هو معرفة الأفراد وحرية استقبال المعلومات المتواجدة، ولكن أيضا للصلاحيات القانونية التي تفيدها المعلومات الحقيقية طبقا لمفهوم الإعلام الموضوعي⁽³⁾.

أما من حيث تعريف الالتزام بالإعلام، فقد اختلفت آراء الفقهاء في هذا الصدد، بإعطاء تعريف جامع مانع لهذا الالتزام، فمنهم من ربط تعريف الالتزام بأصل هذا الأخير، فيما إذا كان قضائيا أو قانونيا، وبالتالي تأثرهم بالتمييز اللفظي، ومنهم من أسس تعريفه على الغرض أو الهدف الذي يراد من هذا الالتزام، والمتمثل في إيجاد رضاء حر وسليم لدى المستهلك بالبدء في إبرام العقد، وهو على علم بحقيقة التعاقد، والبيانات التفصيلية المتعلقة بأركانه وشروطه ومدى ملاءمتها للغرض الذي يبتغيه من التعاقد⁽¹⁾

أما فقهاء الشريعة الغراء، فقد تطرقوا في تعريفهم أن الالتزام بالإعلام، هو إخبار المستهلك عن حقيقة السلعة التي يريد أن يستهلكها، ولفظ الحقيقة هنا تدل على جميع البيانات التي يجب على الدائن بهذا الالتزام أن يبلغها للمستهلك ، من بيان عيوب السلعة ومكوناتها واستعمالها وخطورتها⁽²⁾.

الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام

أولا: من حيث كونه حديث النشأة من عدمه

إن الالتزام بالإعلام لم يعرف كالتزام مستقل بذاته له مقوماته ، ومن شروط أعمال وتبيان لمضمونه ونطاقه وكذا الجزاء المترتب على مخالفته إلا حديثا، خاصة بعد تفتن أغلب التشريعات وسيرها مسار الاجتهاد القضائي بضرورة حماية المستهلكين من خلال فرض التزامات خاصة تتعلق بوجود تضمن المبيع لبيانات إلزامية تبين خصائصه الجوهرية ، وكذا الإعلام بالأسعار وشروط البيع ، وقرنها بجزاءات صارمة.

(3) - قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، د/ط، جامعة تلمسان، 2002، ص 305 .

(1) - حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفشاء بصفة الشيء المبيع، المكتبة الفنية للإصدارات القانونية، ط1، 1999، ص 44 ص 45.

(2) - عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 20

ثانياً: من حيث كونه مستقلاً أو تابعاً لغير صنف الالتزامات

ذهب جانب من الفقه لاسيما بفرنسا لدى تطرقه إلى الالتزام بإعلام، إلى ربط هذا الأخير بالالتزامات أخرى اعتبرها أساساً له، فجعل بذلك من الالتزام بالإعلام تابعاً له. ولقد اعتمد هذا الاتجاه في تأكيد هذا المعنى على بعض من أحكام القضاء الفرنسي، ربط من خلالها الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، لا يستوجب تقريره أن يكون المنتج معيباً بل، يكفي لذلك مجرد عدم ملائمة المبيع لاحتياجات المشتري، وإن كان المبيع يخلو من أي عيب يذكر، حيث أن القضاء ما لبث وأن قرر أحكاماً خالفت هذا الاتجاه فيما بعد.

ربط فريق آخر بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالتسليم، وجعل الأول تابعاً للثاني ومؤسساً عليه، حيث ربط لقضاء الفرنسي الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، بضمان العيوب الخفية، وهذا رغم ما بينهما من اختلاف من كون أن الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يستوجب تقريره، أن يكون المنتج معيباً، بل يكفي لذلك مجرد عدم ملائمة المبيع لاحتياجات المشتري⁽¹⁾.

وربط فريق آخر بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالتسليم، وجعل الأول تابعاً للثاني ومؤسساً عليه، حيث ذهب القضاء الفرنسي إلى ذلك في بادئ الأمر، ورغم صحة جانب من هذا القول باعتبار أن الالتزام بالإعلام يعبر عنه أحياناً بواسطة طريقة الاستعمال والذي يفصح عنها المشتري بمجرد تسليم المبيع، إلا أن الالتزام بالإعلام يظهر أكثر اتساعاً، فقيام البائع بالتسليم لا يعني قيامه بكل واجباته العقدية.

وأقر فريق آخر ثالث من الفقه، بتبعية الالتزام بالإعلام للالتزام بالسلامة، حيث اعتبر هذا الرأي بأن البائع في عرضه للسلعة أو تقديمه للخدمة فإنه يقوم باتخاذ الاحتياطات، التي من شأنها أن تحافظ على سلامة المستهلك، ولا يكون ذلك إلا من خلال إعلام واضح ودقيق، على أن هذا الرأي واجه انتقاداً حاداً باعتبار أن التسليم بهذا من شأنه التقليل من أهمية الالتزام بالإعلام⁽²⁾.

(1) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 18 ص 19 .

(2) - عبد العيزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 18، كلية الحقوق، جامعة المنوفة، 2000، ص 322.

وأمام هذه الانتقادات التي واجهها اعتبار الالتزام بالإعلام تابعا لغيره من الالتزامات، فقد برز هناك رأي آخر نادى باستقلالية الالتزام بالإعلام، ولقي استحسانا من طرف غالبية الفقه الفرنسي، والذي اعتبر أن الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد وفقا للمادة: 1135 من القانون المدني فرنسي)، وتقابلها (المادة: 2/107) من القانون المدني الجزائري، له خصائصه ومقوماته من طبيعة ومضمون ونطاق ووسائل تنفيذ، ولعل الأخذ بهذا الرأي أي اعتبار الالتزام بالإعلام التزاما مستقلا بذاته يلزم المنطق وحقيقة الأمور، إذ أن القول بغير ذلك من شأنه الانتقاص من أهمية هذا الالتزام، ومن الدور المهم الذي يلعبه في حماية المستهلك. خاصة بعد تزايد المنتجات والتي تتصف في الكثير من الأحيان بالتعقيد والخطورة مما يستوجب بيان خصائصها وطرق استعمالها، وكذا التحذير من مخاطرها عن طريق إعلام واضح كامل ودقيق⁽¹⁾.

الفرع الثالث: أهمية الالتزام بالإعلام ومبرراته

لا أحد اليوم ينكر الخلل الواقع في العلاقة التعاقدية، التي تنشأ بمناسبة عقد الاستهلاك بين المحترف أو البائع والمستهلك، فالمحترف يكتسب ميزة فنية وتقنية جد عالية اكتسبها نتيجة ممارساته الطويلة في مجال التعاقد، تجعله في مركز قوي يقف أمامها المستهلك في مركز اقتصادي ضعيف، تنقصه الخبرة فيجد نفسه مذعنا للانصياع والتعاقد وفق الأشكال التي يملئها المنتج القوي الذي كثيرا ما تكون منتوجاته وخدماته ليست في حقيقتها بالشكل الظاهر للمستهلك، لذا وجد الالتزام بالإعلام والذي هو التزام ملقى على عاتق المحترف لإبلاغ المستهلك والإدلاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة². بما يحفظ له السلامة من الأضرار التي قد تنطوي عن استعمال هذه السلعة بالشكل الغير صحيح.

أولا: أهمية الالتزام بالإعلام

أ- الالتزام بالإعلام يمثل حماية للمستهلك كطرف ضعيف:

يلعب الالتزام بالإعلام للمستهلك وإمداده بالبيانات والمعلومات دورا هاما في حماية رضاء هذا الأخير الذي لا يتمكن بسبب مركزه العقدي المتميز بالضعف من الوصول إليها لذا يلتزم المبيع أو الموزع للسلعة أو الخدمة بتقديم البيانات والمعلومات والتي تؤدي إلى

⁽¹⁾ أشار إليها محمد بن مغنية، المرجع السابق، Lamy; droit économique, Op-cit, N° 4910, P: 1803. ص 20

تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد، ويسند للالتزام بإدلاء البيانات والمعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظرا للتفاوت الشاسع في مستوى العلم والخبرة بين المستهلك والمحترف الذي يتعاقد معه، مما يؤدي إلى اختلال التوازن العقدي لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام المستهلك هو الوسيلة التي أعادت المساواة في العلم بين المتعاقدين وإعادة التوازن في العقد.

ونجد أن هذا التفاوت في المعرفة قد تزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي وظهور المخترعات الحديثة والآلات المتعددة مما يجعل المستحيل أن يتعرف الشخص العادي على التفصيلات الفنية ودقائق السلع المعروضة⁽¹⁾.

وقد أدى هذا التفاوت في المعرفة الفنية إلى وجوب إعلام المستهلك بصفته أو بوضعه الأكثر ضعفا في المعرفة بالشيء المبيع محل التعاقد وتنوير إرادته المقبلة على إبرام العقد وتبيان المعلومات والبيانات الخاصة أو المتعلقة بالشيء المبيع وبصفاته الجوهرية وكيفية استعماله والاحتياجات الواجبة عند استخدامه.

ب- الالتزام بالإعلام وسيلة لضمان سلامة المستهلك:

الالتزام بضمان السلامة يعني العلم بعيوب المبيع وإزالتها حتى يتحقق فيه الأمان الذي يتوقعه المشتري أو المستهلك عند استعماله، وهذا لمواجهة المخاطر الناتجة عن تطور الصناعات وازدياد خطورتها، وهذا الالتزام يترتب على البائع أو المحترف لأنه عليه تقديم منتجات مأمونة لاستعمال⁽²⁾.

ولقد فرض المشرع الفرنسي الالتزام بالإعلام على عاتق أحد الطرفين في صدق بعض العمليات القانونية، هذا الطرف هو غالبا الطرف القوي وغالبا ما يكون المحترف أو البائع، بتزويد الآخر بمعلومات، من ذلك بعض الأحكام القضائية الصادرة بفرنسا والتي أكدت هذا المعنى والمتمثل بمسؤولية البائع للإخلال بالالتزام بالإعلام بخطورة الشيء المبيع وإمكانية حصول المستهلك على تعويضات نتيجة الأضرار التي قد تلحق به نتيجة تقصي البائع والمحترف بهذا الالتزام والإخلال به.

(1) - حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 22.

(2) - أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص

وإضافة لما تقدم قد جاءت معظم التشريعات الحديثة لتأكيد تعريفات وشروط البيع والفوترة، ورتب جزاءات جنائية على مخالفتها هذا إلى جانب النصوص التنظيمية الأخرى التي جاءت لنفس الغرض⁽³⁾.

كما تضمن القانون المدني الجزائري وإضافة إلى ذلك، نصا هاما متمثلا في (المادة: 352) حيث اشترطت العلم الكافي للمبيع من طرف المشتري، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية، بحيث يمكن التعرف عليه. وسنتطرق إليها وإلى النصوص السالفة الذكر بالتفصيل في حينه⁽¹⁾.

ثانيا: مبررات الالتزام بالإعلام

يرى الفقه أن مبدأ سلامة العقود لا يمكن أن يتم من خلال إمكانية التساؤل عن القوة الملزمة للعقود، وبمساعدة فكرة حسن النية فقط ، ذلك أن هذه الفكرة غامضة وغير مؤكدة⁽²⁾، ولهذا السبب يبحث الفقه عن سلامة العقود في ظل إطار فرض الالتزام بالإعلام، مفضلا تبرير الجزاء الضروري للتصرفات قبل العقدية غير المقبولة بالالتجاء إلى فكرة التدليس أو الغلط.

من هنا نشأت فكرة الالتزام بالإعلام والتي مفادها أن على المتعاقد أن يمد للطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار التعاقد من عدمه، ويلاحظ أن الالتزام بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الضرورية لتوفير إرادته المقبلة على إبرام العقد يرتبط بجهل هذا المستهلك وعدم خبرته، وبالتالي قيام المسؤولية على عاتق البائع أو المحترف وهو المدين بهذا الالتزام.

وأمام عجز نظريتي عيوب الرضا لاسيما الغلط والتدليس ونظرية ضمان العيوب الخفية، في العديد من الحالات في تحديد شروط المسؤولية ونطاق التعويض الذي يتمكن المستهلك من الحصول عليه في حالة حدوث ضرر له جراء مخالفة هذا الالتزام، والذي

(3)- المرسوم التنفيذي رقم 90-397 المؤرخ في 22 ربيع الثاني 1411 هـ الموافق ل 10 نوفمبر 1990 يتعلق لرسم السلع الغذائية و عرضها ، الجريدة الرسمية رقم 50-1990 .

(1)- سيتم التطرق في هذه المادة ومواد جاءت بصدد إعلام المستهلك .

(2)- أحمد محمد الرفاعي: " المرجع السابق"، ص 104.

اعتبر أن مخالفته يمثل عيباً للرضا في حد ذاته، مما يستوجب إبطال العقد، حيث تقوم مسؤولية المحترف أو البائع لمجرد عدم كفاية الإعلام أو غيابه، وهذا يشير إلى أصالة الالتزام بالإعلام واستقلالته عن غيره من نظريات عيوب الإرادة، وهذه الأصالة تعني ببساطة الاستغناء عن العنصر المعنوي في نظرية التدليس، وباعتبار أن المتعاقد مع المدين بالالتزام بالإعلام، قد أخل بالتزامه بمجرد تكتم عن البيانات والمعلومات مما يمكن المستهلك من المطالبة بإبطال العقد أو المطالبة بالتعويض بدون أي حاجة إلى إثبات نية التضليل⁽¹⁾.

كما يجد الالتزام بالإعلام تبريراً له في مبدأ سلامة العقود، الذي يوجد في مجالات أخرى، ذلك أن هناك حقيقة مفادها أن مفهوم المساواة بين الأطراف التي تشملهم نصوص عديدة للتقنين المدني لم تعد تتفق مع الواقع⁽²⁾، في ظل عدم المساواة بين المتعاقدين في العلم نظراً لوضع التفوق الذي يحظى به أحد المتعاقدين إزاء الطرف الآخر، مما يعرض الأخير لتعسف الطرف الأول نتيجة لعدم التوازن العقدي بين الطرفين المتعاقدين.

كذلك مبدأ الوقاية خير من العلاج، يعتبر الالتزام بالإعلام حيز تطبيق له حيث أن لتوقي حدوث عيوب الرضا، نجد أنفسنا مدفوعين إلى فرض الالتزام بالإعلام على عاتق أحد المتعاقدين لصالح الآخر.

المطلب الثاني: أساس الالتزام بالإعلام

لقد تباينت آراء الفقه والقضاء حول أساس الالتزام بالإعلام، ولعل هذا التباين أو الانقسام في الرأي ينبع من الخلاف حول مصدر هذا الأخير، فمن يرى أنه يجد مصدره في التزامات أخرى ذات الطبيعة التعاقدية (الفرع أول)، ومنهم من يرى أنه ينشأ من العقد ذاته أو هو من مستلزماته فاعتبره التزاماً عقدياً (فرع ثاني)، ومن يرى أنه ينتج من المبادئ العامة للقانون أو من نصوصه فاعتبره التزاماً قانونياً غير عقدي (فرع ثالث).

(1) - حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 26.

(2) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 108.

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات

إن التزام المحترف أو البائع عموماً بإعلام المشتري أساسه الالتزام بالضمان والالتزام بالتسليم، وهذه الالتزامات هي ذات طبيعة عقدية، ضف إلى ذلك التزامه بضمان السلامة وسوف ندرس هذه النقاط التالية:

أولاً: الالتزام بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام

يعد ضمان العيوب الخفية وسيلة جدية في يد المشتري أو المستهلك على إلزام البائع بتسليم المبيع مطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها، والتي تستلزمها الأعراف وطبيعة التعامل، ويمتد هذا الالتزام ليشمل كافة الالتزامات التي من شأنها تنفيذ العقد تنفيذاً صحيحاً، والذي يعتبر الالتزام بالإعلام واحداً منها، وبالتالي تداخل هذين الالتزامين ومن الخطأ الفصل بينهما.

وعلا (ب) المادة: 1645 ق.م. الفرنسي)، والتي تقابلها (المادة: 379 ق.م. الجزائري)، واللذان تشيران إلى ضرورة تطبيق قواعد ضمان العيوب الخفية على الأضرار الناتجة عن المبيع، وإلزام البائع بتعويض المشتري عن الضرر الذي لحقه لعدم إحاطته علماً بما يمكن تجنبه منذ استعمال المبيع، حيث من الواجب عليه إعلامه بحقيقة المبيع محل الضمان⁽¹⁾. وقد تعرض هذا الرأي للنقد حيث أكد جانب من الفقه على ذاتية الالتزام بالإعلام وعدم إمكانية تأسيسه على الالتزام بالضمان، وهذا لاختلاف الالتزامين من حيث مصدر وطبيعة نطاق كل منهما.

ف نجد من حيث المصدر أن الالتزام بالضمان مصدره في نصوص الشريعة صريحة تقرر ضمان العيوب الخفية بنص (المادة: 1641 ق.م. ف)، وتقابلها (المادة 379 ق.م. ج) وضمان التعرض، ولقد استنبط القضاء الفرنسي التزام البائع بإعلام المشتري عن خلال تفسير إرادة المتعاقدين، بغية حماية المستهلكين والمستعملين للمنتجات الصناعية.

(1) - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص 319.

أما من حيث الطبيعة فالالتزام بالضمان هو التزام عقد بتحقيق نتيجة، حيث يلتزم المحترف أو البائع بتعويض المشتري في حالة استحقاق المبيع، وفقا للنصوص الواردة في التقنين المدني، أما الالتزام بالإعلام يكون عقديا وقد يكون غير ذلك⁽¹⁾.

أما من حيث النطاق فالالتزام بالإعلام أوسع نطاقا من الالتزام بالضمان؛ حيث أن الالتزام بالإعلام لا يقتصر على إخبار المشتري وإبلاغه بالعيوب التي تشوب الشيء المبيع، أو بالمعلومات المتعلقة بوضعه القانوني، بل يمتد ليشمل ويحتوي جميع البيانات التي تتعلق بطريقة الاستعمال والاحتياطات الواجب إتباعها لتجنب الأضرار، خاصة فيما يتعلق بالمنتجات الخطيرة بسبب طبيعتها أو حداتها، في حين لا يسأل البائع عن الضمان إلا إذا كان المبيع لا يحمل نفس الصفات المتفق عليها أو التي كان يجب توفيرها في المبيع بالنظر إلى الغرض الذي أراد المشتري استخدامه فيه.

ويضاف إلى ذلك أن الالتزام بالإعلام غالبا ما يكون قبل عقدي، وذلك لما يتطلبه هذا الالتزام من الإفشاء بالمعلومات والبيانات للمشتري، وبيان الخصائص الجوهرية للمبيع وكيفية استعمالها، أما الالتزام بالضمان ملقى على عاتق البائع بعد تنفيذ العقد، مما يستبعد اعتباره أساسا للالتزام بالإعلام⁽²⁾.

ثانيا: الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام

يرى جانب من الفقه أن التزام البائع بالتسليم يجد أساسه في القواعد التي تحكم الالتزام بالتسليم والواردة في (المادة: 1615 ق.م.ف) والمقابلة (المادة: 364 ق.م.ج)؛ حيث أن التسليم يمكن المشتري من حيازة المبيع والانتفاع به، ولا يتأتى ذلك إلا بإعلام هذا الأخير بكافة المعلومات والبيانات الضرورية وكيفية الاستعمال والاحتياطات الواجب التقيد بها.

وقد جاء في بعض الأحكام القضائية ما يؤكد هذا المعنى المتمثل في ارتباط الالتزام بالتسليم والالتزام بالإعلام، لاسيما محكمة النقض الفرنسية التي كانت من أوائل تأييد هذا المعنى، إلا أن هذا الرأي جوبه بالنقد فحسب رأي أغلبية المختصين في هذا الصدد أنه من الصعب التسليم بهذا الرأي، لاعتبارات عدة ونجد من هذه الاعتبارات أن الالتزام بالتسليم

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

(2) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 84.

ينشأ من العقد ويتعلق بتنفيذه، في حين نجد الالتزام بالإعلام يهدف إلى تنوير رضا المشتري ابتداء من المرحلة السابقة على التعاقد وحتى إبرامه⁽¹⁾.

كما أن الدور المهم الذي يلعبه الالتزام بالإعلام، خاصة اتجاه التطور التكنولوجي والفني للصناعات والمنتجات، والقول بتبعيته يحط من هذا الدور المهم، لأن دوره يتمثل في تدخل المدين بهذا الالتزام بشكل إيجابي لتوفير رضا الدائن ابتداء من اختباره للسلعة حتى تشغيلها بما يلاءم حاجاته، وقد يلتزم المحترف أو البائع بتدريب المستهلك تدريجياً عملياً وفق طريقة متماثلة لتسمح له باستعمال الصحيح للمنتج خاصة إذا كان من الآلات الإلكترونية.

وقد جوبه هذا الرأي بالنقد أيضاً، لأنه يضيق نطاق الالتزام بالإعلام ويجعله مقتصرًا فقط على عقد البيع، ويستثني مجالات الخدمات وهو أمر لا يمكن التسليم به واستبعاده⁽²⁾.

ثالثاً: الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام

استناداً لما سبق ذكره من الصعوبات والعقوبات حالت دون توفير الحماية الفعالة للمستهلك وبالرغم من المحاولات توسع القضاء في تفسير قواعد الضمان، عن طريق تشبيه المنتج أو البائع المحترف بالبائع الذي يعلم بعيوب المبيع، أو تفادي قصر مدة الادعاء عن طريق دعوى التسليم المطابق إلا أنه لم يصل إلى النتيجة المرجوة إضافة إلى معارضة جانب من الفقه لهذه الوجهة وتردد دوائر محكمة التمييز الفرنسية بالأخذ بهذا التوجه أو طرحه.

ولهذه الأسباب اتجه القضاء الفرنسي في الفترة الأخيرة من تبني وسيلة أخرى أكثر ملائمة لفكرة المسؤولية والتعويض وهي الاعتراف بوجود التزام بضمان السلامة في عقد البيع، مستقل عن الالتزام بضمان العيوب الخفية ومن ثم فإن دعوى التعويض الناتجة عن الإخلال به نقلت من قواعد الضمان وما يستتبعه من قيود⁽¹⁾.

وقد اعتمد البعض في تفسير القضاء الذي شبه البائع الذي يعلم بالعيوب المبيع على وجود الالتزام بضمان السلامة في عقد البيع، أي يجب على البائع المحترف أو المنتج إزالة العيوب حتى يتحقق الأمان الذي يتوقعه المشتري من المبيع عند استعماله لتحقيق السلامة،

(1) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 84.

(2) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 24.

(1) - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2007، ص 550 وما بعدها.

وبالتالي فإن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالسلامة فبالإعلام المشتري عن العيوب الشيء المبيع محل العقد والإدلاء له البيانات والمعلومات الضرورية لكيفية الاستعمال والاحتياطات يؤدي إلى حماية وسلامة المشتري وهذا كله عن طريق الإعلام الدقيق.

إلا أن هذا الرأي واجه نقدا من طرف أغلبية الفقهاء حيث أن الالتزام بالسلامة يقتصر على التسليم المنتجات الخالية من أي عيب أو خلل في صناعتها مما يؤدي إلى تعريض الأشخاص إلى أخطار تمس سلامتهم الجسدية أو تتسبب في الأضرار مادية لهم أي أنه التزام بعدي يتعلق بتنفيذ العقد فلا يمتد إلى الفترة السابقة عملية والتي هي من شأن الالتزام بالإعلام في الكثير من العقود التي تتطلب إبرامها التزاما بالإعلام على عاتق البائع أو الصانع ضامنا لصحة وسلامة رضاء المشتري.

كما أن التسليم بهذا القول يجعل من الالتزام بالإعلام التزاما تعاقديا من حيث الوفاء به يهدف إلى تيسير تنفيذ العقد إذ إنه قد يكون تعاقديا وقد يكون قبل تعاقد، أما بالنسبة للالتزام بالسلامة فهو تنفيذا للعقد.

وهذه الاعتبارات نجد أن وضع الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام من شأنه أن يوجد بعض الصعوبات العملية في تأسيس المسؤولية المدنية خاصة إذا سلمنا أن الالتزام بالإعلام قبل تعاقد في شأن بعض المعلومات والبيانات الواجب توافرها قبل إبرام العقد فيمكن تأسيس التزام قد ولد فعلا وهو التزام بالإعلام وهو ضروري في كل العقود، أما الالتزام بالسلامة لا يحتج به إلا في حالة حدوث أضرار للمشتري سواء كانت جسدية أو مادية جراء استعمال المنتج المعيب، فلا مجال للحديث عن الإخلال بالالتزام إلا إذا كان هناك فعلا إخلال بالالتزام بالسلامة وهذا ما لا يستساغ⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد

عند إبرام أي عقد يقوم البائع أو المهني بإعلام المستهلك أو إعطائه صورة واضحة عن العقد الذي ينوي إبرامه، وعن كل ما يحتويه هذا العقد من شروط والتزامات لتلقى على عاتقه بالإضافة إلى إعلامه عن السلعة أو الخدمة محل العقد من حيث استخدامها وصيانتها

(1) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 85.

وإصلاحها، وبالتالي إغلاق الباب أمام المنتج أو المحترف الذي يسعى إلى استغلال ما يتمتع به من قدرات وإمكانات للهيمنة على العلاقة الاستهلاكية والعقد الذي يبرم بشأنها⁽²⁾.
لذا ذهب أغلبية الفقه خاصة الفرنسي إلى إسناد هذا الالتزام إلى العقد واعتباره من مستلزماته وهذا وفقا للعرف والعدالة والقانون وبمقتضى (المادة: 135 من ق.م.ف) والتي تقابلها (المادة: 02/107 من ق.م.ج.) والتي نصت أنه "لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة" حيث يرى هذا الاتجاه أنه إلزام البائع أو الصانع بإعلام المشتري أصبح من مستلزمات العقد وذلك لغرض حماية الطرف الضعيف الذي هو بالطبع المشتري أو المستهلك بهدف تحقيق التوازن العقدي⁽³⁾.

الفرع الثالث: الأساس غير التعاقدى للالتزام بالإعلام

نظرا للانتقادات التي وجهت إلى اعتبار أن أساس الالتزام بالإعلام هو التزامات ذات طبيعة عقدية توجه رأي آخر بالقول أن الالتزام بالإعلام هو التزام غير عقدي ويجد أساسه في نظرية عيوب الرضا أو الإرادة وما يخلفه عدم العلم بالبيانات والمعلومات الجوهرية للأشياء محل التعاقد، من أثر سلبي على إرادة المتعاقد أولا أو أساسه في مبدأ حسن النية الذي يرافق الالتزام بالإعلام في جميع مراحل التعاقد ثانيا أو في نصوص القانون المدني لاسيما (المادة: 352) من القانون المدني الجزائري والتي تقابلها (المادة: 419) من القانون المدني المصري ثالثا.

(2) - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص: 77- 88.

(3) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 118.

أولاً: نظرية عيوب الرضا كأساس للالتزام بالإعلام

إن نظرية عيوب الرضا خاصة الغلط والتدليس يؤسس عليها الفقهاء الالتزام بالإعلام وهذا حسب (المادتين: 1116-1110 ق.م.ف) والتي تقابلهما (المادتين: 80-81) من القانون م.ج وحسب هذا الاتجاه انه لا يكفي النظر إلى الطرف المتعاقد معيب الإرادة فحسب، إعطائه الحق في طلب إبطال العقد ورفع الضرر عنه بل يجب مراعاة سلوك الطرف الآخر ومدى تأثير ذلك على تعيب الإرادة⁽¹⁾ بحيث عليه إعلام المتعاقد معه بالمعلومات الضرورية والإدلاء له بالبيانات المتعلقة بمحل العقد وذلك لتمكينه من إبرام العقد وهو مستنير الإرادة دون كتمها ما يؤدي إلى التزام بالمصارحة، والتبصير ومنه فإن أساس الالتزام بالإعلام هو نظرية عيوب الرضا خاصة التدليس بطريق الكتمان⁽²⁾.

إلا أن هذا الرأي جوبه بالنقد حيث أنه وإن كانت نظرية عيوب الرضا تتفق والالتزام بالإعلام من حيث الهدف وهو ضمان صحة رضاء المتعاقد، إلا أن نطاق الالتزام بالإعلام أوسع من نطاق نظرية عيوب الرضا، كما أن الالتزام بالإعلام عند الإخلال به فهو يرتب بطلان العقد ضف إلى ذلك ترتيب مسؤولية على البائع والحكم عليه بالتعويض في حين نظرية عيوب الرضا تقتصر على بطلان العقد فقط وهذا القصور أدى إلى استبعاد نظرية عيوب الرضا كأساس للالتزام بالإعلام

ثانياً: مبدأ حسن النية كأساس للالتزام

في هذا الصدد تطرق جانب من الفقه إلى أن الالتزام بالإعلام يستند إلى مبدأ حسن النية، والذي يعتبر في تنفيذ العقود مبدأ أساسياً بمقتضى (المادة: 3/1134 من ق.م.ف) والتي تقابلها (المادة: 1/107 من ق.م.ج) والتي تنص "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبحسن نية" حيث فسرت هذه المادة بعدة تفسيرات خاصة لدى الفقه الفرنسي حيث رأى جانب منه أن تفسير هذه المادة ينطوي على واجب الأمانة والثقة بين المتعاقدين أما الجانب الآخر ففسرها على أنها تنطوي على واجب التعاون والاشتراك.

ولقد أسس في جانب من أحكامه القضاء الفرنسي الالتزام بالإعلام على مبدأ حسن النية استناداً إلى (المادة: 1134 ق.م.ف) حيث أخرج هذا المبدأ إلى حيز التنفيذ في حكم هام

(1) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 28.

(2) - عبد العزيز مرسي حمود، المرجع السابق، ص 324.

خاص بزوجين كانا قد اقترضا من البنك مبلغا ماليا لحاجاتهم الشخصية، ووقع على التزام بالضمان لهذا الدين على سبيل كفالة زوجان آخران بنفس المبلغ وعندما استحق الضمان عليهم تخلف المقترضين طالب الضامنان ببطلان الكفالة استنادا للتدليس من جانب البنك الذي لم يخطرهم من خلال الكفالة بأن الدين كان يرتفع شيئا فشيئا ليفوق المبلغ المتفق عليه حيث محكمة الاستئناف رفضت الطلب وألزمتهم بالدفع، إلا أن الحكم نقض من طرف محكمة النقض إخلالا (بالمادة 1134) حيث اعتبر البنك مخطئا لأنه يعلم حالة مدينه المشكوك فيها والمثقل بالديون ويفعل من وضع هذه المعلومات أما الضامن بهدف تحريضه على الضمان⁽¹⁾.

ومن هذا المنطلق فإن مبدأ حسن النية يرافق الالتزام بالإعلام في جميع مراحل التعاقد من مفاوضات وإبرام وتنفيذ.

ثالثا: المادة 352 من قانون مدني الجزائري كأساس الالتزام بالإعلام

لقد جاء القانون المدني الجزائري بنص هام وهو (المادة: 352) والتي تقضي بوجود علم المشتري بالشيء المبيع علما كافيا وبإمكانية إبطال العقد في حالة الإخلال بهذا الالتزام، وقد نصت هذه المادة والتي تقابلها (المادة: 419 من ق. م. المصري) ما يلي: " يجب ان يكون المشتري علما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

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

كما نجد أن هذا المادة لا مقابل لها في القانون الفرنسي إذ يلزم البائع باعتبار أن الشيء المبيع تحت تصرفه بإعلام المشتري وتهيئة الظروف والوسائل لذلك بغية تحقيق الهدف من التعاقد، كما أن القانون الجزائري لم يكتفي بما تقضي به القواعد العامة في القانون المدني بخصوص عقد البيع من وجوب تعيين المبيع وقت العقد وإلا كان العقد باطلا بطلانا

(1) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 185 وما بعدها.

مطلقاً⁽¹⁾، بل بعلم المشتري علماً كافياً بالمبيع عن طريق تضمين العقد بيانات هذا الأخير وكافة أوصافه الجوهرية وهذا ما يطلب لصحة المبيع، كما قرر البطلان النسبي كجزاء الإخلال بذلك انطلاقاً من أن تعيين المبيع وقابليته للتعيين لا يكفي لتحقيق العلم الكافي للمشتري كما نصت (المادة: 352 من ق.م. ج) الحق في طلب إبطال البيع بمجرد عدم علم المشتري الكافي بالمبيع دونما حاجة إلى إثبات وقوعه في الغلط إلا أن السائد في الوقت الحالي، النظر إلى قابلية للإبطال لعد العلم الكافي بشكل مستقل عن عيب الغلط نظراً لما تحمله نظرية الغلط من تطبيق لفحوى (المادة: 352)⁽²⁾.

وبالرجوع إلى خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية الغراء باعتبارها المصدر التاريخي لاشتراط علم المشتري بالمبيع يتبين لنا أن سبب ثبوت خيار الرؤية للمشتري هو ما يحدد عدم رؤيته وبالتالي عدم علمه بالمبيع وقت التعاقد⁽³⁾.

كما ذهب جانب من الفقه الحديث إلى قابلية هذا المعنى والقول بأن شرط العلم الكافي بالمبيع والبطلان المقرر لذلك جزء مخالفته إضافة إلى أنه مستقل عن نظرية الغلط أو عن أحكام تعيين المبيع وكذا كونه يوجب حكماً موضعياً مضمونه علم المشتري بالمبيع فإنه يمثل تطبيقاً مثالياً للالتزام بالإعلام بالبيانات المتعلقة بالمبيع وأساساً له واستناداً لما أوردنا في (المادة: 352 ق. م. ج) تعتبر تطبيقاً للالتزام بالإعلام بحق في نطاق البيع وبالتالي يمكن اعتبارها أساساً في هذا النطاق أي البيع وتكملها النصوص التشريعية والتنظيمية⁽¹⁾، والتي يعتبر القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطابقة على الممارسات التجارية من أهمها والذي جاء بنص صريح وهام يقلّي من خلاله على عاتق البائع أو المهني التزاماً بالإعلام في مجال السلع والخدمات وهو نص (المادة: 08) والتي جاء أيضاً أنه يلزم البائع بإخبار المستهلك قبل اختتام عملية البيع بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات

(1) - أنظر المادة 94 من القانون المدني الجزائري.

(2) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 139.

(3) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع أعلاه، ص 103.

(1) - لاسيما القانون 02/98 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في المادتين 03 و04 والنصوص التنظيمية الأخرى، والتي جاء في موادها أنها تلقي على عاتق المهني التزاماً بإعلام المستهلك..

الصحيحة والصريحة المتعلقة بصفات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع، وطريقة الاستعمال والمخاطر التي قد ينطوي عليها⁽²⁾.

وأمام ذلك فإنه أضحى من المهم إصدار النصوص القانونية تعالج هذه المسألة من خلال تقرير الجراء المناسب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

المطلب الثالث: " طبيعة الالتزام بالإعلام في عقد البيع

في هذا المطلب يتم تحديد نقطتين هامتين نقطة الأولى هي تبيان حدود هذا الالتزام وهل هو سابق على العقد أو مستقل عنه؟ أم أنه ملازم له وناتج عنه؟ (فرع أول)، والنقطة الثانية هي معرفة ما إذا كان هذا الالتزام ببذل عناية أم بتطبيق نتيجة؟ (فرع ثاني).

الفرع الأول: طبيعته بالنظر إلى زمن الوفاء به (التعاقد، قبل التعاقد)

إن الالتزام قبل التعاقد ينفصل عند العقد وينشا في المرحلة السابقة على التعاقد أو إبرام العقد حتى يتيح للمستهلك رضاء حرا يستطيع من خلاله أن يبرم العقد أو أن يرفض إبرامه وكل معطيات التعاقد واضحة أمامه، وبذلك فإن التزام المتعاقد مع المستهلك بالإعلام قبل التعاقد يختلف عن الالتزام العقدي الذي هو التزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه، أو عن الاستمرار في استخدام السمعة والاستفادة من الخدمة⁽¹⁾.

(2)- القانون 02/04 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004، الجريدة الرسمية العدد 41، 2004.

(1)- عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 565.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام هو ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة؟

إذا قلنا أن التزام البائع المهني بضمان السلامة هو التزام ببذل عناية فإنه لا يكفي المشتري في الحصول على التعويض وإن يثبت حصول الضرر بفعل السلعة، بل ليغبن عليه أن يقيم الدليل على خطأ المنتج المتمثل في اتخاذ الاحتياطات اللازمة لتلافي وجود عيب أو خطورة بالسلعة المعيبة، فيكون البائع مخطئاً إن هو لم يتخذ هذه الاحتياطات وإذا علم بوجود العيب ولم يلفت نظر المشتري إليه.

أما إذا نظرنا لالتزام المنتج أو البائع بضمان السلامة على أنه التزام لتحقيق نتيجة فإن هذا يؤدي إلى تحقيق عبء الإثبات على المتضرر الذي يستطيع الحصول على تعويض بمجرد ثبات حصول الضرر بفعل السلعة التي قام بشرائها، فالمشتري يستحق التعويض عندما يقيم الدليل على وجود الضرر وعلاقته السببية التي تربطه بالسلعة⁽¹⁾.

(1) - محمد البودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، مكتبة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2005، ص 27.

المبحث الثاني: نطاق الالتزام بالعلام وآليات تنفيذه

تعرضنا في المبحث الأول إلى مفهوم الالتزام بالإعلام من حيث بيان تعريفه وكذا خصائصه وأهميته، ضف ذلك الأساس الذي يركز عليه وطبيعته، لذا من الضروري دراسة وبيان نطاقه (مطلب أول) وكذا آليات تنفيذه (مطلب ثاني).

المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام

يقصد بنطاق 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 ببيانات كيفية استعمال الشيء المبيع.

الفرع الأول: الإعلام بحالة المبيع المادية والقانونية

وهي البيانات التي تهدف إلى معرفة الخواص المادية والأوصاف الجوهرية للمبيع ومميزاته، ولعل هذا ما أكدته (المادة: 352 من ق. م. ج) السالفة الذكر وهي تطبيق مثالي لهذا النوع من الإعلام لاسيما في عقد البيع، وكذلك ما ذكرته (المادة: 03 بفقرتيها 2، 3 من القانون 08/89) وتشمل مجموعة الخصائص المميزة لأي منتج أو خدمة والتي لها تأثير على رضا المستهلك، من طبيعة وصنف ومنشأ وكذلك ما يتعلق بالتركيب، الكمية، والمصدر، والتي يتم الكشف عنها للمستهلك بطريق الوسم والبائع ملزم بأن يعلم المستهلك وبأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة⁽¹⁾.

أما البيانات والمعلومات المتعلقة بالوضع القانوني لمحل العقد فهي تعتبر معرفتها ضرورية للمشتري ويعني هذا كل قيد يؤدي في حالة تقريره إلى المساس الجوهري

(1) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 110.

باستغلال المحل والانتفاع به على الوجه الأكمل، ويبدأ تنفيذ الالتزام بالإعلام عن وضع الشيء للطرف الآخر قبل تنفيذ العقد ومنذ بدأ المفاوضات العقدية التمهيدية، والإعلام المقصود هنا هو إعلام المستهلك ببيان حدود المبيع ومعرفة الحقوق التي نقلها البائع والقيود التي ترد عليه أي تعيين مضمون التصرف القانوني المتمثل في إعلامه للإجراءات والأشكال الإدارية الضرورية الواجب اتخاذها⁽²⁾.

الفرع الثاني: الإعلام بالأسعار وشروط البيع

قد يلجأ التجار في سبيل كسب وجلب المستهلكين إلى وسائل غير شرعية، وتتعلق بالأسعار كإخفاء سعر الخدمة أو المبيع أو شروطه التي تعتبر أولى اهتمامات المستهلك فضلا عن كونها لا تعبر من الشفافية، لذا وجب الحماية منها وذلك عن طريق الإعلام بالأسعار وشروط البيع فسعر المنتج أو الخدمة هو السبب الرئيسي الذي يوجه اختيار المستهلك، والإعلام بالأسعار أحد طرق العرض والإيجاب عند التعاقد فمن حق المستهلك أن يحصل على السلعة بذات الثمن المعروض وعدم ظهور السعر يسمح للبائع بعرض أسعار مختلفة تختلف باختلاف الزبائن مما يشكل هدرا لحقوق المستهلك⁽³⁾.

أما الإعلام بشروط البيع فقد ربط المشرع الجزائي هذا الالتزام في نص (المادة: 04 من قانون 04-02) بحيث اعتبره إعلاما مستقلا عن الإعلام بسعر المبيع لأن الإعلام بشروط البيع له آثاره في تحديد قرار المستهلك في شراء المنتج، وقد أكدت (المادة: 08) من نفس القانون كذلك على التزام البائع بإخبار المستهلك بشروط البيع كأن يشترط البائع أن يتحمل المشتري نفقات نقل المنتج، أو نفقات الإرسال، أو دفع قيمة رسم معين، أو أجرة يد عاملة وما إلى ذلك من شروط تتعلق بالمبيع أو أداء الخدمة⁽¹⁾.

(2) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 54.

(3) - زويير بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية قبل التعاقد"، مذكرة ماجستير للقانون الخاص، جامعة تلمسان، الجزائر، 2006/2005، ص 22.

(1) - عبد العزيز مرسي حمود، المرجع السابق، ص 281.

الفرع الثالث: الإعلام بالبيانات المتعلقة بكيفية استعمال المنتج

إن طريقة الاستعمال تمثل البيئة والمعلومات التي تجعل المشتري مستنير الإرادة في اقتناء ما يقتنيه من منتجات وبدونها يتعذر عليه الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة سواء أكان في استعمالها خطورة أم لا، حيث توجد الكثير من السلع التي تحمل في طياتها أي خطر، ولذا فطريقة استعمالها أو تشغيلها تحتاج إلى تبصر المستهلك حتى يستطيع استعمالها بطريقة مثلى، حتى تؤدي الغرض المنشود منها، ولا يسأل المنتج من ثم الضرر الذي أصاب المستهلك جراء تجاهل هذا الأخير للطريقة الاستعمال أو للهدف أو الغرض الذي حدده المنتج فيستعمل المستهلك المنتج بطريقة خاطئة لا يمكن للمنتج أن يتوقعه⁽²⁾.

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

فبالنسبة للأشياء مؤقتة الاستعمال مثل المواد الغذائية والمواد السامة والأدوية والمستحضرات الطبية، ومبيدات الحشرات ومواد الدهان وغيرها فإن على المنتج أو البائع أن يبين طريقة استعمال هذه الأشياء وقت استخدامها والمقادير المطلوبة والجرعات المتناولة، وكذا الاحتياطات الواجب أخذها عند استخدام، وتقصير المنتج أو البائع في تقديم هذه المعلومات والبيانات بطريقة ناقصة وغير سليمة تقيم على عاتقه مسؤولية عما يصيب المستهلك من أضرار.

أما فيما يخص الأشياء دائمة الاستعمال، وهي الأشياء التي تدوم فترة استعمالها كالأجهزة الكهربائية والإلكترونية، فإن المنتج أو البائع عليه أن يقدم للمشتري كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بكيفية الاستعمال والاستخدام والاحتياطات الواجب اتخاذها منذ تشغيلها، إضافة إلى بيان مكوناتها وخصائصها، كل ذلك في نشرة حتى يتسنى للمشتري الرجوع إليه عند الاقتضاء⁽¹⁾.

(2) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 54.

(1) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 197.

المطلب الثاني: آليات تنفيذ الالتزام بالإعلام

لقيام المحترف بإعلام المستهلك تتوفر لديه وسائل كثيرة ومتنوعة منها ما هو تقليدي يتلائم مع أنواع معينة من المبيعات، وهناك وسائل ما لا تثبت نجاعته إلا بالكتابة (فرع أول) ومنها ما هو عبارة عن وسائل تقنية كوسائل الإعلام والانترنت (فرع ثاني).

الفرع الأول: الإعلام بالبيانات الكتابية

تعتبر الكتابة واحد من أهم الوسائل المستخدمة في إيصال المعلومات وتبدو أهميتها في دوامها وثباتها إذ يستطيع اللجوء إليها متى شاء وتتجلى مظاهر الكتابة كوسيلة إعلام المستهلك من خلال:

أ- الوسم:

عرفته (المادة: 9/2) من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش على أنه "جميع العلامات والبيانات وعاوين المصنع أو النجارة والصور والشواهد أو الرمز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرفق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بها"⁽²⁾

ب- دليل الاستعمال:

لقد عرف رواج كبير كوسيلة أساسية للبيع بالمراسلة في الدول المتقدمة وتتجلى أهمية هذه الوسيلة من خلال البيوع التي يكون محلها منتجات تتسم بالتعقيد في استعمالها كما هو الحال بالنسبة للسلع الالكترونية والكهرومنزلية التي تستدعي أن ترفق بدليل يبين طريقة الاستعمال وهو ما تضمنه المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات في (المادتين 03 و06) منه⁽¹⁾.

(2) - حمدي أحمد سعد: "المرجع نفسه"، ص 285 وما بعدها.
(1) - المادتين 03 و06 من القرار المؤرخ في: 10/05/1990 المتضمن كيفية تطبيق المرسوم التنفيذي 266/90، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات السالف الذكر والذي تتضمن الملحق الأول منه قائمة المنتجات الواجب إرفاقها بدليل الاستعمال، الجريدة الرسمية 35، 1990.

ج- تقديم الفواتير أو ما يقوم مقامها:

هي عبارة عن وسيلة كتابية تتضمن بيانات عن السلع من حيث نوعها وكميتها وثنيتها وغيرها من البيانات.

ولقد أُلزمت (المادة:10) من قانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إذ نصت على "يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة.

يلزم البائع بتسليمها ويلزم المشتري بطلبها منه وتسلم عند البيع أو عند تأدية الخدمة ويجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصول الصندوق أو سند يبرز هذه المعاملة ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون".

كما أنه يمكن أن يقوم وصل التسليم مقام الفاتورة خاصة في المعاملات التجارية المتكررة وذلك طبقا (للمادة: 11) من ذات القانون⁽²⁾.

الفرع الثاني: الإعلام بوسائل المستحدثة

قد تقوم وسائل الاتصال الحديثة بدور فعال في التعريف بالمبيعات وأوصافها الأساسية تمهيدا لإتمام عملية التعاقد، فقد أدى التقدم التكنولوجي الكبير إلى زيادة استخدام هذه الوسائل في الإعلان عن المنتجات سواء عن طريق عرضها تلفزيونيا أو عبر مواقع الانترنت أو عن طريق الاتصال الهاتفي أو المنتيل.

أولا: الإعلانات أو الإشهار كوسيلة للإعلام

الإشهار عرفته (المادة: 03) من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة لترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"⁽¹⁾.

(2)- هني عبد اللطيف، التوازن العقدي في عقد الاستدلال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة معسكر، 2008، ص 96.

أما الفقه فقد جاء بعدة تعريفات تنصب في معنى واحد لا تختلف في كونه "إخبار أو إعلام تجار أو مهني القصد منه التعريف بمنتوج ما أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وامتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجماهير على هذا المنتوج أو الخدمة"⁽²⁾.

وعند علماء الإعلان أنه "النشاط الذي يؤدي إلى خلق حالة من الرضا العقلي نحو ما يعلن عنه من سلع أو خدمات أو أفكار أو منشآت بغرض الترويج لتلك السلع أو المنتجات أو الأفكار بين الجمهور لكي يقدم على الشراء"⁽³⁾.

إلا أن الإشهار وأن كان في جزء منه يعرف بالمنتوج إلا أنه يعد الإعلام بالنسبة إليه هدفا رئيسيا حيث يستعمل المهني وسائل الإغراء المستهلك وذلك باستعمال طرق احتيالية ولحد هذه الممارسات نصت (المادة 28) من القانون 02/04 "يعتبر إشهار ممنوعا وغير شرعي كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان تصريحات أو بيانات أو تشكيلات تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتوج أو الخدمة أو بكمية أو مميزاته.

وإذا كان يتضمن عناصر يمكن أن يؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر..." رتبت عقوبة جزائية وذلك ما جاء في (المادة: 38) من نفس القانون وحددت الغرامة بـ 50.000 إلى 500.000 دج⁽⁴⁾.

(1) - قانون 02/04 المؤرخ في: 05 جماد الأول 1425 هـ الموافق لـ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41، 2004.

(2) - الفضيل محمد أحمد، الإعلام عن المنتجات والخدمات، مكتبة الجلاء، ط1، 1999، ص 19.

(3) - أحمد سعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، د/ط، 2007، ص 25.

(4) - من القانون 02/04 تم التطرق له.

ثانيا: الوسائل التقنية لعلام

تتمحور هته الوسائل في البث الإذاعي التلفزيوني، الهاتف، الانترنت وكذا عن طريق ما يعرف بعروض البيع .

أ- الإعلام عن طريق البث الإذاعي أو التلفزيوني

تعتبر هذه الوسيلة من أهم الوسائل المسدثة وتتجلى أهمية هذه الوسيلة في بيان صفات المنتج وخصائصه التقنية وأجزائه وكيفية استعماله وذلك بعرضها على الشاشات التلفزيونية ويتم هذا العرض بشكل إغرائي جاذب سواء عن طريق العرض على الشاشة أو تقديم المعارض له مع استخدام وسائل الإبهار وتكثيف العرض على عدد من الشاشات التلفزيونية الفضائية⁽¹⁾.

ب- الإعلام عن طريق الانترنت:

شهد العالم وبشكل كبير تطورا هائلا ومتسارعا في تكنولوجيا عالم الاتصال حيث أصبحت وسائل الاتصال من أهم وسائل المسدثة في إعلام المستهلك عما استجد من منتجات وخدمات حديثة ومتطورة، وإذ بإمكان العميل ومن خلال هذه الوسيلة أن يعاين السلعة أو يتعرف على الخدمات المعروضة والتعاقد بشأنها لكن ما يعاب في هذه الوسيلة أن السلع المعروضة على شبكة الانترنت لا يستطيع المشتري معاينتها والتأكد من سلامتها وملئمتها لاحتياجاته الشخصية⁽²⁾.

لذا اهتمت التشريعات الحديثة خاصة في دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان بتنظيمه، أما فيما يخص الدول العربية فإن القانون التونسي كان السباق إلى تنظيمه من خلال قانون 83/2000 الصادر في: 11 أوت 2000 حيث ألزمت المحترف الذي يعرض سلعته على صفحات الويب أن يكون إعلانه واضحا بأن يتضمن البيانات الكافية للسلعة المقدمة أو الخدمة المؤداة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد⁽¹⁾.

(1) - جاسم علي سالم الشانسي، الحماية القانونية المدنية للمشتري في البيوع التي تتم عن طريق التلفزيون، كلية الشريعة والقانون، بجامعة الإمارات العربية المتحدة، د/ط، 07/02 ديسمبر 1998، ص 9.

(2) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 95.

(1) - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 115.

كما أن هذه التشريعات ألزمت أن يضمن الإعلام الإلكتروني هوية البائع ووسطاء خدمة الانترنت إذ يجب أن يتضمن الإعلام المقترح على الشاشة بيانات تحديد هوية البائع أو مقدم الخدمة والوسطاء بحسب توطين الموقع .

أما المشرع الجزائري لم يتعرض إليها بالتنظيم مما يجعل إلى تطبيق قواعد القانون 02/04 والمرسوم التنفيذي 306/06 لاسيما (المادة 03) منه.

الفصل الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

الالتزام بالإعلام هو التزام قائم بذاته حيث عرف تطورا لم يعرفه من قبل إلا حديثا وذلك من خلال التطور العلمي الكبير الذي أدى إلى ظهور العديد من الابتكارات والاختراعات في مجالات الحياة المختلفة، حيث كان للقضاء الفرنسي الفضل في تطويره ونظرا لما يمثله إعلام المستهلك من وسيلة لتحقيق التوازن في عقد الاستهلاك، فقد تقرر وضع جزاء المناسب له، وذلك بالرجوع إلى القواعد العامة حيث يستدعي إبرام العقد دون أن يتحقق العلم الكافي للمشتري قابلية هذا العقد للإبطال أو الفسخ كأثر للإخلال بهذا الالتزام (مبحث أول).

ومن جهة قد يلحق المستهلك ضررا يستدعي مطالبته بالتعويض مما يرتب مسؤولية مدنية كجزاء بالإضافة إلى الجزاءات الجنائية التي قد تطبق في حالة الإخلال بالبيانات الإلزامية التي نص عليها القانون على إلزامية تقديمها فيما يخص بعض أصناف المنتجات (مبحث ثاني).

المبحث الأول: آثار الإخلال بالالتزام بالإعلام

إن الالتزام بالإعلام في عقد البيع يساعد المستهلك على التحصيل للمعلومات والبيانات اللازمة عن الخصائص الجوهرية للسلعة أو الخدمة، والإخلال بهذا الالتزام قد يؤدي بالمستهلك إلى مخاطر تكون جسدية أو مادية نتيجة للاستعمال الخاطئ للسلعة، وهذا لنقص البيانات والمعلومات التي تفيد المستهلك في اقتناء السلعة والوقاية من مخاطرها خاصة إذا كانت معقدة الصنع، لذا وجب إلقاء الضوء على قابلية العقد للإبطال كجزء عن الإخلال بالالتزام (مطلب أول) وقابلية العقد للفسخ كجزء آخر عن الإخلال بالالتزام (مطلب ثاني).

المطلب الأول: قابلية العقد للإبطال كجزء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

في غياب النصوص القانونية الصريحة التي تقرر بطلان العقد أو فسخه في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام، سواء في القانون المدني الجزائري أو حتى في القانون الفرنسي، وجب الرجوع إلى القواعد القانونية العامة للقانون المدني كنظرية عيوب الإرادة (فرع أول) ونظرية العيوب الخفية (فرع ثاني) وكذا البطلان المقرر في (المادة: 352 من ق. م. ج) (فرع ثالث).

الفرع الأول: إبطال العقد تأسيسا على نظرية عيوب الإرادة

حتى ينعقد العقد انعقادا صحيحا مرتبا لجميع آثاره فلا بد من تحقيق ركن هام فيه وهو التراضي بين طرفين العقد، ويكون هذا التراضي بحدوث تطابق بين إرادتين أو أكثر لإحداث أثر قانوني معين، لكن هذا التطابق لا يكفي لوحده بل لابد أولا وقبل كل شيء النظر في هذا الرضا محل التطابق، ومدى سلامته من العيوب التي تفسده، وأهم هذه العيوب الواردة في القانون المدني الجزائري ثلاثة: لكن دراستنا ستقتصر في هذا المقام على عيبين

الغلط والتدليس وهذا لارتباطهما الوثيق بالالتزام بالإعلام، بالإضافة إلى إمكانية المطالبة بالتعويض.

أولاً: إبطال العقد استناداً إلى الغلط

الغلط هو ما يقوم في ذهن المتعاقد فيدفعه إلى التعاقد وقد تناول المشرع الجزائري من خلال نص (المادة: 81) من القانون المدني الجزائري، التي نصت على أنه "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله"⁽¹⁾.

وعرف الفقه الغلط بأنه "حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، وغير الواقع، إما أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها، أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها"⁽²⁾.

وما نلاحظه في نص (المادة: 81) أنه يشترط للاعتداد بالغلط أن يكون جوهرياً وأن يبلغ حداً من الجسامة يجعله دافعاً رئيسياً للتعاقد. وجاءت (المادة: 02/82) مدني جزائري يصور لهذا الغلط الجوهري، أهمها أن يقع في صفة الشيء يكون جوهرياً في اعتبار المتعاقد.

على أنه يعتبر جانب كبير من الفقه (المصري) أن هذه الحالات ليست على سبيل الحصر، ومن ثم يمكن اعتبار الغلط جوهرياً متى انصب على أمور أخرى تكون دافعة إلى التعاقد⁽³⁾.

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 يتعلق بالشروط المحددة لأوصاف هذا المحل⁽⁴⁾.

حيث أكد القضاء الفرنسي هذا المعنى بإبطال العقد عندما يتعلق الغلط بمحل التعاقد ذاته أو بثمنه، على أن القضاء عاد فيما بعد واعتبر أن نقص الإعلام بالنسبة للثمن غير كاف

(1) - عادل عميرات، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، الملتقى الوطني، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالواد، 13- 14 أبريل 2008، ص 174.

(2) - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، ج1، دار النشر، 1952، ص 382.

(3) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 99.

(4) - حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي سببتها منتوجاته المبيعة، المرجع السابق، ص 97.

لإبطال العقد تأسيساً على الغلط، حيث اعتبر الإبطال في هذه الحالة يستلزم أسباب موضوعية على القاضي اكتشافها من خلال مواصفات المدنية.

ولقد أسس القضاء الفرنسي في بعض من أحكامه انعدام الإعلام على قواعد الغلط المنصوص عليها في (المادة: 1110) ، قانون المدني الفرنسي باعتبار أن الغلط في شرط من شروط العقد المادية، قد يؤدي إلى غلط في صفة من صفات الجوهرية في المبيع، حيث أقر للمشتري الأخير حق التمسك بالغلط لإبطال العقد المبرم مع منتج السلعة إذا ما يتعلق الغلط بكفاءة السلعة، وعلى تادية الغرض الذي استهدفه المشتري منها⁽¹⁾.

كما نصت محكمة الاستئناف *Aix Provence* ببطلان عقد بيع أجهزة كمبيوتر كجزء لعدم تقديم البائع الأجهزة الملائمة لاحتياجات المشتري، مما اعتبر معه إخلال من البائع بالتزامه بإعلام، الذي أدى إلى تغييب رضا المشتري بغلط في صفة جوهرية في الشيء المبوع⁽²⁾.

غير أنه رغم الارتباط الوثيق بين الالتزام بالإعلام وبين نظرية الغلط على اعتبار أن إعلام البائع للمشتري على الوجه الصحيح من شأنه أن يحول دون وقوع، هذا الأخير في غلط إلا أنه يرى أغلبية الفقه صعوبة القول بتأسيس البطلان في هذه الحالة على الغلط واعتباره صورة له ومن ثم استبعاده نظراً للتطور الكبير والسرعة الفائقة التي يتم من خلالها إبرام المعاملات وما طرأ على المنتجات من دقة في تركيبها وصعوبة في استعمالها⁽³⁾.

وما يدل على هذا القول القيود التي ترتبط بعيب الغلط من صعوبة إثبات الخطأ، وضرورة اتصاله بالمتعاقدين الآخرين، في حين أنه في حالة الالتزام بإعلام يمكن للمستهلك التواصل لإبطال العقد حتى بدون توافر شروط الغلط ، إذ أن هذا الالتزام يقيم قرينة مؤداها افتراض علم المدين بما يهم الدائن من معلومات تخص محل التعاقد نظراً لصفة البائع أو الصانع من كونه محترفاً⁽⁴⁾.

(1) - حسن جميعي، المرجع السابق، ص 36 ص 37.

(2) - C A. Aix en provence 8 ch B, 7 mrs 1991, Juris- Data, N° 42227, أشار إليه محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 100.

(3) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 341

(4) - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسبوط، العدد 13، طبعة 1990، ص 272.

ثانياً: إبطال العقد استناداً إلى التدليس

التدليس هو استعمال حيلة توقع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد وللتدليس عنصران، أحدهما العنصر المادي وهو استعمال طرق احتيالية، وثانيها العنصر النفسي: والذي يتمثل في نية التضليل للوصول لغرض غير مشروع المؤدي لبطلان العقد⁽¹⁾.

وهذا ما جاء في فحوى (المادة: 02/86 من ق. م. ج)، هذا ما يدفع إلى اعتبار أن هذه المادة تضمنت اعتراف غير مباشر بالالتزام بالإعلام يفتح المجال للمتعاقد المضروب الحق في المطالبة بإبطال العقد لعيب التدليس والتعويض معاً، على أنه يفترض وقوعه في مرحلة إبرام العقد⁽²⁾.

أما الفقه فعرف التدليس بأنه "استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد"⁽³⁾، وعرفه على أنه نوع من الغش يصاحب تكوين العقد.

وليس هناك شك في أن استخدام الطرق الاحتيالية بجانب أنها تمثل أعمالاً تدليسية، فإنها في ذات الوقت تمثل مخالفة ايجابية للالتزام بالإعلام وخاصة في مرحلة ما قبل التعاقد، وبالتالي إذا خالف البائع التزامه بالإعلام وبأشهر إحدى الوسائل الاحتيالية بما ترتب عليها من إيهام المشتري بغير الحقيقة، وإيقاعه في الغلط فإنه يحق للمشتري طلب إبطال العقد لتدليس فضلاً عن التعويض باعتبار ذلك مستكملاً لعناصر المسؤولية المدنية.

وتتسع صور الوسائل الاحتيالية لتشمل كافة الوسائل التي تستخدم لإيهام الغير، بما يخالف الحقيقة من ذلك تعمد نشر بيانات أو معلومات غير صحيحة⁽⁴⁾.

إذ بالنسبة إلى اتخاذ المدين موقفاً ايجابياً فإن هذا الأخير يعمد إلى تقديم بيانات خاطئة مخالفة للحقيقة والواقع بإثباته وجود أمور معينة في محل العقد رغم خلوها منها⁽⁵⁾.

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

(1) - أشرف محمد مصطفى أبو حسين، المرجع السابق، ص 194.
(2) - محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، لجزائر، 2005، ص 16.
(3) - علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام بالقانون المدني الجزائري، 1998، ص 60.
(4) - أشرف محمد مصطفى أبو حسين، المرجع أعلاه، ص 195.
(5) - حمدي احمد سعيد، المرجع السابق، ص 345.

أما إذا اقترن هذا الكذب بأعمال مادية أشد حماسة كتقديم وثائق مزورة عن محل العقد لدفع المشتري إلى التعاقد ، فإننا نكون أمام جريمتي التزوير والنصب وهو ما يطلق عليه الفقه تسميه التدليس الجنائي⁽¹⁾.

إلا أن الوضع في فرنسا على خلاف ذلك (المادة: 1116 ق. م. ف)، عن اتخاذ وسائل احتيالية لإيقاع المشتري ودفعه إلى التعاقد، الأمر الذي يجعل من غرض الكتمان لا يدخل ضمن هذه المادة باعتباره تدليسا، مما دفع القضاء الفرنسي إلى الاجتهاد إلى أن استقر على اعتبار الكتمان التدليسي سببا لإبطال العقد في حكم شهير صادر سنة 1958 ووفقا لذلك فقد اعتبرت محكمة النقض أن عدم إعلام المشتري خاصة في مرحلة المفاوضات بالمعلومات التي من شأنها تنوير رضاه، يعتبر كتماننا تدليسيا يؤدي إلى بطلان العقد⁽²⁾.

الفرع الثاني: إبطال العقد تأسيسا واستنادا إلى نظرية ضمان العيوب الخفية

إن تأسيس بطلان العقد للإخلال بالالتزام بالإعلام على نظرية ضمان العيوب الخفية، والتي يرى بصدها غالبية الفقه أن الجزاء هو الفسخ وليس الإبطال⁽³⁾.

حيث ألزمت المادة 379 من ق م ج بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه، حسبما هو مذكور في عقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب وولو لم يكن عالما بوجودها. وبالرغم من توسع مفهوم العيب ليشمل قلة صلاحية أو كفاءة المبيع لتأدية الغرض منه، وهذا ما تضمنته المادة 386 ق.م. ج، والتي ألزمت البائع بضمان صلاحية دون أن يغني ذلك عن ضمان العيوب الخفية.

كذلك ما نصت عليه (المادة 03) من المرسوم التنفيذي 266/90، والتي أوجبت على المحترف أن يضمن سلامة المنتج من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له، كما أن هذا المرسوم التنفيذي فقد تضمن أوجها ثلاث للضمان الذي يقوم به البائع اتجاه المشتري والمتمثلة في إصلاح المنتج أو استبداله إذا بلغ حدا من الجسامة يجعل من المنتج

(1) - عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص 345.

(2) - هني عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 100.

(3) - J- Analay Etf.sleimley.de droit consommation .p..46 .

غير صالح للاستعمال جزئيا أو كليا، على الرغم من إصلاحه أو استرداد الثمن عندما يستحيل إصلاح العيب ،وفي هذه الحالة يمكن للمشتري المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء رد المنتج واسترجاع الثمن⁽¹⁾.

إلا انه ورغم ما قيل في هذا الصدد فان إمكانية إبطال العقد للإخلال بالالتزام بالإعلام استنادا إلى التزام البائع بضمان العيوب الخفية بات أمرا غير مستقر لدى القضاء، خاصة بعدما أدى هذا التوسع إلى القول بإمكانية المطالبة بالفسخ في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام، باعتبار أن البائع والمهني خصوصا يفترض عليهما بيانات وخصائص المبيع مما يوجب الإعلام عنها، واعتبارهما كالصانع سواء⁽²⁾.

رغم التقارب الموجود بين الالتزام بالإعلام و الالتزام بالضمان الأمر الذي أدى إلى القول بإمكان إبطال أو فسخ العقد كجزاء عن الإخلال بالأول تأسيسا الثاني، إلا انه وحسب رأي جانب من الفقه لا يعني ذلك المطالبة بإبطال العقد أو فسخه للإخلال بالالتزام بالإعلام يكون وفق الالتزام البائع بضمان العيوب الخفية أو بالضمان عامة⁽³⁾.

فهناك عدة اعتبارات تبرر هذا الموقف وأهمها أن الالتزام بالضمان يقتصر على الحالات التي يشوب فيها المبيع عيبا مؤثرا .

أما الالتزام بالإعلام فانه يتسع نطاقه ليشمل إمكانية إبطال العقد أو فسخه لنقص في البيانات سواء تلك المتعلقة بالخصائص الجوهرية أو عدم ملائمة المبيع لحاجات المشتري فتعجز بذلك الدعوى الناشئة من ضمان العيوب الخفية عن استيعاب الدعوى الناشئة عن الإخلال بالإلزام بالإعلام⁽⁴⁾.

(1) - المرسوم التنفيذي 266/90، المتعلقة بضمان المنتوجات و الخدمات ، سبق الإشارة إليه .

(2) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 107.

(3) - حمدي احمد سعد، المرجع السابق، ص 359.

(4) - حمدي احمد سعد، المرجع نفسه، ص 360.

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

كما جاء في (المادة: 352 من ق.م.ج) السالفة الذكر، يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه⁽¹⁾.

حيث قررت وإن كان بمفهوم المخالفة في فقرتها الثانية بقابلية إبطال العقد في حالة عدم علم المشتري بالمبيع .

رغم اتفاق الفقه المصري (المادة: 352 ق. م. ج) تقابلها (المادة: 419 من ق.م. م) على تفسيره للمادة أعطى للمشتري الحق في طلب إبطال العقد بطلانا نسبيا جزاء لعدم العلم الكافي بالمبيع إلا أنهم اختلفوا حول مدى ارتباط أو استقلالية القابلية للإبطال لعدم العلم الكافي بالمبيع بالقابلية للإبطال للغلط كعيب في الإرادة⁽²⁾.
فانقسم الفقه إلى رأيين:

- رأي أول الذي اعتبر أن قابلية الإبطال هنا مؤسس على عيب الغلط كعيب في الإرادة، إذ أن عدم توافر العلم الكافي يعد غلطا في صفات الجوهرية للمبيع، و يترتب عليه قابلية العقد للإبطال .

إلا أن الجديد في نظر هذا الرأي هو أن المادة جعلت الغلط مفترضا في جانب المشتري، وهذا من خلال الحالات التي يحدد فيها البائع الأوصاف الأساسية للمبيع، ولم يكن المشتري قد رأى المبيع أو اقر بعلمه به⁽³⁾.

- أما الرأي الثاني وهو الرأي السائد في الوقت الحالي، الذي يرى أن طلب إبطال العقد لعدم العلم الكافي مستقلا عن أحكام الغلط⁽⁴⁾. وذلك لما تحمله نظرية الغلط من تطبيق لفحوى (المادة: 352) السالفة الذكر.

(1)- لقد سبق التعرض إلى العلم الكافي طبقا للمادة 352 ل ق م ج انظر ص من هذا البحث .

(2)- عيد العزيز مرسي ، المرجع السابق ، ص 383.

(3)- أحمد حسن قدامة ، شرح القانون المدني الجزائري ، عقد البيع ، الجزء الرابع ، دار المطبوعات الجامعية ط 2000، ص86.

(4)- احمد محمد الرفاعي ، المرجع السابق ، ص 139.

بحيث تتضمن (المادة: 352 ق.م.ج) أساسا متينا للجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام .

رغم تأسيس الإبطال على (المادة 352 ق.م.ج) كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام إلا انه ثار لبس في تحديد محل الخدمات، مما دفع جانب من الفقه إلى تفسير المادة أعلاه ليشمل ما اسماه بيع الخدمات تمهيدا لتطبيق أحكام عقد البيع عليها .

وأمام ذلك ظل من الضروري إصدار نصوص قانونية تعالج هذه المسألة من خلال تقرير الجزاء المناسب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام أقله بالنسبة للخدمات.(1)

المطلب الثاني: قابلية العقد للفسخ كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام

نظرا للانتقادات الموجهة إلى الحلول التي جاءت بصدد إبطال العقد كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام خاصة تلك المتعلقة بتأسيس هذا البطلان على مبدأ سلامة الرضا أو ضمان العيوب الخفية أدى إلى بروز اتجاه فقهي يمثل الأغلبية بفرنسا(2). حيث يسمح لمن اختل حقه في الإعلام أن يطلب الفسخ كجزاء عن هذا الإخلال (فرع أول) وأعطى لمن عيب إعلامه وتضرر من ذلك أن يطلب التعويض موازاة مع دعوى الفسخ (فرع ثاني).

الفرع الأول: تقرير القضاء المقارن للفسخ كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام

لقد كان للقضاء الفرنسي دورا بارزا حيث قررت عدة أحكام قضائية أعطت للمشتري حق فسخ العقد مع التعويض، إن أمكن وذلك استنادا إلى إخلال البائع بالالتزامه بالإعلام خاصة إذا كان هذا الإخلال ناتجا عن عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه، وكذلك سمح القضاء للمشتري فسخ العقد إذا ما تعلق بالإخلال بالبيانات المتعلقة باستعمال

(1) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 112.

(2) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 367.

الشيء المبيع، وهذه الأحكام جاءت تؤيد الرأي القائل بفسخ العقد كجزاء عن إخلال بالالتزام بالإعلام⁽¹⁾.

كما أن جانب من الفقه بمصر أيد هذا الاتجاه، لنتاسبه والمادة باستقلال الالتزام بالإعلام عن غيره من الالتزامات، عن طريق تقرير جزاءات خاصة به، باعتبار أن إبطال يكون لعيب في تكوين العقد أو إنشائه وليس في تنفيذه، أي يكون جزاء الالتزامات سابقة على التعاقد مما يجعل تقرير الفسخ أكثر ملائمة بالنسبة للالتزامات اللاحقة على التعاقد⁽²⁾.

الفرع الثاني: جواز الجمع بين الفسخ والتعويض

رغم أن القضاء قرر في أحكام أخرى بطلان العقد لمصلحة المشتري كجزاء عن هذا الإخلال، خاصة إذا تعلق بكتمان بعض البيانات أو بتقديم معلومات خاطئة مع إمكانية المطالبة بالتعويض، إذا نتج ضرر للمشتري إلا أنه أيد الفقه الحديث بفرنسا ضرورة تقرير الفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لقد أبدى الفقه تأييدا بان الإخلال بالالتزام بالإعلام، يعطي الدائن الحق في المطالبة بفسخ العقد مع التعويض الأضرار الناشئة عنه⁽³⁾، أي يجوز الجمع بين الفسخ وبطلان مع التعويض.

حيث أن الفقه اعتبر أن التعويض في هذه الحالة يعتبر جزاء تكميليا للبطلان، وأن الجزاء ليس كافيا للتعويض الدائن عما لحقه من أضرار، وسواء كان الجزاء بالفسخ أو ببطلان⁽⁴⁾.

كما نجد تأييد القضاء في العديد من أحكامه بطلب الفسخ مع التعويض استنادا إلى إخلال البائع بالالتزام بالإعلام وعندما ينتج ضرر.

ومن هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من تمكين المشتري من فسخ العقد والحصول على التعويض، حيث تعلق الأمر بمبيدات حشرية والتي لم تكن صالحة لأداء وظيفتها في إبادة الحشرات بشأن نوع معين من المزروعات⁽¹⁾.

(1) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 115.

(2) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 185.

(3) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 116.

(4) - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 375.

هذه الأحكام وإلى جانب أحكام أخرى كلها جاءت لتؤكد هذا المعنى، وإعطاء من ثم لمن اختل حقه الإعلام بالإضافة إلى المطالبة بالفسخ و طلب التعويض لما أصابه من ضرر.

(1) - محمد بن مغنية، المرجع نفسه، ص 116.

المبحث الثاني: مسؤولية المدنية والجنائية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

قد يتعرض المستهلك نتيجة استعماله لسلعة ما إلى أضرار مادية أو جسدية نتيجة عدم تحصله على المعلومات وبيانات تخص الأوصاف الجوهرية للسلعة أو محل العقد من قبل البائع مما يؤدي بالمستهلك بالمطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار، فتقع على عاتق البائع المسؤولية القانونية والتي تنقسم إلى قسمين مسؤولية مدنية ومسؤولية جنائية، وسيتم من خلال هذا المبحث تحديد طبيعة المسؤولية المدنية وشروطها والتعويض كأثر لهذه الأخيرة (مطلب أول)، والجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام (مطلب ثاني).

المطلب الأول: المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

قد لا يكفي إبطال العقد لتعويض المستهلك عما أصابه من ضرر نتيجة إخلال المنتج أو موزع سلعة بالتزامه بالإعلام، لذلك فإن اللجوء إلى التعويض في هذه الحالة أو في حالة عدم تمكن المستهلك من إبطال العقد يمثل الجزاء المدني الرئيسي للإخلال بهذا بالالتزام. لكن الخلاف الفقهي قد احتدم حول طبيعة المسؤولية المدنية نتيجة إخلاله بالالتزام بالإعلام، ويفيد التعرض لهذا الخلاف في تحديد طبيعة المسؤولية المدنية (فرع أول) وشروطها (فرع ثاني) والتعويض كأثر المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام (فرع ثالث).

الفرع الأول: طبيعة المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

تتمثل المسؤولية المدنية في التعويض عن الضرر الذي يلحق بالمشتري بسبب إخلال المدين بالتزامه، وهي نوعان عقدية وتقصيرية بحيث تكون عقدية في حالة الإخلال بالالتزام العقدي يرتبه العقد، أما تقصيرية فتقوم على أساس إخلال أحد أطراف العلاقة الاستهلاكية بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالمجتمع أو الفرد⁽¹⁾.

ومن هذا المنطلق نجد أن الفقه انقسم غالى اتجاهين: اتجاه قائل بان المسؤولية المدنية مسؤولية عقدية بحيث أن المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام هي عدم تنفيذ لهذا الالتزام، والذي يكتشف بعد انعقاد العقد وفي نطاق تنفيذه⁽²⁾.

ويستند أصحاب هذا الرأي أو الاتجاه في تقريرهم للطبيعة العقدية، إلا أن هناك حالات تعتبر فيها المسؤولية العقدية رغم أن الخطأ قبل عقدي، لا تظهر نتائجه إلا أثناء التنفيذ كما في حالة الالتزام بالضمان، وهو التزام من طبيعة عقدية جزاؤه فسخ العقد⁽³⁾.

أما الاتجاه القائل بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، فيرى أن قيام هذه المسؤولية يؤدي إلى حق المستهلك في تعويض الضرر الذي يصيبه، بحيث أن وجود الالتزام بالإعلام في حد ذاته يعتبر احد سبل التسهيل على المستهلك في إثبات خطأ من يتعاقد معه وأثر ذلك الخطأ في الأضرار به يتركه يتعاقد بدون علم كافي، لهذا فان المستهلك يطالب المنتج للسلعة أو الخدمة الذي اخل بالتزامه بالإعلام بالتعويض عن الأضرار التي تصيبه من جراء إقدامه على التعاقد واستخدام السلعة بطريقة خاطئة بدون علم بالبيانات محل العقد⁽⁴⁾.

(1) - احمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 180 وما بعدها .

(2) - أنور طلبية، المسؤولية المدنية، الجزء الثالث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2005

(3) - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 385.

(4) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 123.

الفرع الثاني: شروط المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

إن الإخلال بالالتزام بالإعلام يستوجب إقامة المسؤولية على عاتق المدين، والتي على أساسها يقرر القاضي حجم نطاق التعويض للمستهلك الذي وقع عليه الضرر، ولن يتأتى ذلك لا من خلال توافر الشروط تستلزمها القواعد العامة لإقامة هذه المسؤولية من خطأ أو لا و ضرر ثانيا وعلاقة السببية بين الخطأ والضرر ثالثا.

أولاً: يعتبر الخطأ الشرط الأول لقيام المسؤولية المدنية بنوعيتها العقدية والتقصيرية، ويعرف بأنه إخلال بالالتزام قانوني بان ينحرف الشخص عن السلوك الواجب أو عن السلوك المألوف للشخص العادي ووفقا لذلك فان الخطأ يتكون من عنصرين، أولهما مادي ويتمثل في التعدي الذي ينطوي على الإخلال بالواجب القانوني، وقد يكون هذا العنصر واجب الإثبات، فيقيم المضرور الدليل عليه بكافة طرق الإثبات المقررة قانونا، أما العنصر الثاني فهو معنوي يتمثل في الإدراك والتمييز، فإذا انتفى هذا العنصر انتفى الخطأ⁽¹⁾، ولا يترتب على ذلك أن يمنع عن المضرور الرجوع بالتعويض .

ولا شك أن هذا الشرط - الخطأ - يعتبر هاما ومنطقيا تضمنته الغاية التي دعت القضاء إلى تقرير الالتزام بالإعلام ، كما أن توافر صفة المهني أو الاحتراف لدى البائع تكون سببا في تشديد المسؤولية عليه ،حيث يفترض علمه بجميع البيانات الضرورية المتعلقة بمحل العقد⁽²⁾.

ثانيا: الضرر

يعتبر الضرر ذلك الأذى الذي يصيب المضرور نتيجة غياب منفعة كان ينتظرها مستحق التعويض لما لحقه من خسارة وما فاتته من ربح⁽³⁾. وبذلك فان الضرر يعتبر الشرط الثاني لقيام المسؤولية المدنية بنوعيتها العقدية والتقصيرية، وقد استخدم الفقه معيارين الأول يتمثل في أن الضرر المادي ينصب على حق مالي أو حقوق شخصية أو عينة، والثاني يتمثل في أن الضرر معنوي إذ انصب على حق غير مالي كحقوق الشخصية المرتبطة بشخص

(1)- أنور طلبية ، المرجع السابق ، ص 08.

(2)- احمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ، ص 168.

(3)- حسن عبد الباسط الجميعي، حماية رضا المستهلك ، المرجع السابق ، ص 205.

الإنسان والأسرة⁽¹⁾، كما أن للضرر شروط لتحقيق التعويض عنه تتمثل في أن يكون مباشراً محقق الوقوع أي حالاً ومؤكداً إذ التعويض عنه لا يثير أي صعوبة ومثاله ما يؤدي إليه الاستعمال الخاطئ للمبيع بسبب نقص البيانات المتعلقة بذلك وبالتحذير من مخاطره مما يؤدي إلى وقوع أضرار للمستعمل سواء كانت جسدية أو مادية، كما يرتبط هذا النوع من الضرر بالإخلال بالالتزام بالإعلام في حالة الإضرار المستقبلية التي تتمثل في عجزه عن القيام بأعماله، أما الضرر المباشر فهو النتيجة المباشرة للحادث أو الخطأ، أي إخلال البائع بالالتزام بالإعلام و نقص البيانات الضرورية التي من شأنها أن تعرف بمحل العقد، مما يؤدي إلى وقوع ضرر مباشر على المستهلك⁽²⁾.

ثالثاً: العلاقة السببية بين الخطأ والضرر

تعتبر العلاقة السببية بين الخطأ والضرر الشرط الثالث لتحقيق المسؤولية المدنية سواء كانت عقدية أو تقصيرية متى اثبت المضرور الخطأ والضرر، وكان من شأن ذلك الخطأ أن يحدث عادة هذا الضرر فإن القرينة على توافر العلاقة السببية بينهما تقوم لصالح المضرور وللمسئول نقض هذه القرينة بإثبات أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي والمتمثل في القوة القاهرة أو حادث فجائي أو جبيري، ضف إلى ذلك خطأ المضرور الذي هو من الأمور التي تنتفي بها العلاقة السببية عن طريق اقتران هذا الأخير بخطأ يكون سبباً في ما لحق من ضرر، كما ق يكون الخطأ من الغير فيحطل المدين من الالتزام بالإعلام من مسؤوليته إذ اثبت أن خطأ الغير هو سبب الضرر المطلوب تعويضه مما ينفي العلاقة السببية بين الخطأ والضرر⁽³⁾.

وتجدر الإشارة أن استخلاص العلاقة السببية بين الخطأ والضرر هي من مسائل الواقع التي يقدرها القاضي⁽⁴⁾.

(1) - حمدي احمد سعد، المرجع السابق، ص 506.

(2) - عبد العزيز مرسي حمود، المرجع السابق، 404.

(3) - أنور طلبية، المرجع السابق، ص 345.

(4) - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ، 541.

الفرع الثالث: التعويض كأثر المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

في حالة توافر الشروط الثلاث المتمثلة في الضرر والخطأ والعلاقة السببية، فإن المسؤولية المدنية بنوعها تتحقق وتقع على عاتق المدين بالالتزام بالإعلام، ويثبت للمستهلك حق المطالبة بالتعويض عن الأضرار سواء كانت جسدية أو مادية، والتي لحقت به، ومن هذا المنطلق نجد أن التعويض قد يكون مادياً أو تعويضاً عن الأضرار الجسدية، أما الأول فقد قرر القضاء الفرنسي ذلك من خلال محكمة النقض بخصوص مسؤولية الشركة المنتجة للمواد العازلة لما لحق المشتري من أضرار تمثلت في انهيار المصنع الذي استخدم في بناء هذه المادة، والذي تسببت له في حريق ضخم لقابليتها الشديدة للاشتعال، حيث أن الشركة لم تقم بتحذير المشتري منها⁽¹⁾.

أما التعويض عن الأضرار الجسدية كما جاءت به عدة أحكام تقرر تعويض المستهلك عن هذا النوع من الأضرار، حيث قضت محكمة النقض الفرنسية بتعويض ما أصاب رب أسرة من أضرار جسدية لحقت به نتيجة اشتعال مادة اللصق السريع للسيراميك لثبوت إخلال الشركة البائعة بالتزامها بالتحذير من الخطورة الذاتية للسلعة، وعدم وضعها لرسومات وبيانات توضح الاحتياطات الواجب اتخاذها⁽²⁾.

المطلب الثاني: الجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

يتبع القانون الجنائي في فرنسا إلى معاقبة المنتج أو الموزع بالإضافة إلى إمكان العقاب على جريمة النصب إذا توفرت أركانه، فإن كتمان المعلومات والبيانات أو عدم الإدلاء بها يعاقب عليه إذا أدى إلى غش المتعاقد الآخر أو التدليس عليه، وكل ما يقوم به الجاني لإيقاع المتعاقد في غلط حول حقيقة البضاعة، أو الصفات التي كان المجني عليه توقع وجودها في السلعة أو الخدمة، ومن هذا المنطلق سيتم تحديد مميزات الجزاء الجنائي (فرع أول) وجزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات (فرع ثاني) وجزاء الإخلال بالأسعار وشروط البيع (فرع ثالث).

(1) - حسن جميعي، المرجع السابق، ص 112.

(2) - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 195.

الفرع الأول: مميزات الجزاء الجنائي

إن الجزاء الجنائي يهدف إلى منع الضرر والوقاية من 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 المستهلك وفرض عقوبات جزائية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام في مجال المنتجات والخدمات، عن طريق سن تشريعات مثل: قانون 02/89 والمتعلق بالزامية إعلام المستهلك و(المادة: 17) من قانون 03/09 المعدل للقانون 02/89 بالإضافة إلى قانون 02/04⁽¹⁾.

ولعل الجزاء الجنائي قد أملت الضرورات الواقعية والعملية نتيجة التصرفات اللامشروعة الصادرة عن المحترفين والتي ترمي في غالبيتها إلى الترويج للمنتجات أو الخدمات والربح السريع على حساب مصلحة المستهلك حيث تصل هذه التصرفات أحيانا غالى الغش أو التدليس، الأمر الذي استدعى البحث عن وسائل جديدة لسد ثغرات التي أعاققت القواعد العامة، من خلال سن عقوبات جزائية لقمع هذه التصرفات بهدف حماية المستهلك في سلامته وصحته⁽²⁾.

الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات

تتمثل البيانات في المعلومات الخاصة بأنواع المنتجات أو الخدمات، والتي الواجب إيضاحها للمستهلك، والتي تعتبر بالدرجة الأولى تخص المنتج من ذكر لمصدره وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وطريقة استعماله والمقادير الواجب التقيد بها لدرء الأضرار المحتملة الوقوع، والتي تتسبب في عجز دائم أو جزئي للمستهلك أو وفاته⁽³⁾. فمثلا إذا كان المهني متعمد في تقصيره في وضع البيانات ولحقت المادة الغذائية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها، وأدى تناول تلك المادة الغذائية إلى عجز كلي عن العمل تطبق على مرتكبها وطبقا (المادة: 2/29 - ق. 02/89- العقوبات المنصوص عليها في (المادة: 432) من قانون العقوبات، وهي الحبس من سنتين إلى عشر سنوات وغرامة مالية

(1) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 160 .

(2) - حسن جميعي، المرجع السابق، ص 36.

(3) - محمد بن مغنية، المرجع السابق، ص 161.

من 20.000 إلى 200.000 دج، أي أن المشرع الجزائري وضع نصوص تشريعية وتنظيمية تضم عقوبات تخص هذا النوع من الإخلال بالالتزام بالإعلام بالبيانات والمتعلقة بهذا النوع من المنتجات⁽¹⁾.

وذلك حفاظا وتوفيرا لحماية اكبر للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف، وعليه فان أي خرق يعتبر إخلالا بالالتزام بالإعلام بالبيانات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة يستوجب تطبيق عقوبات وهذا وقاية وحماية للفرد والمجتمع.

الفرع الثالث: جزاء الإخلال بالأسعار والشروط البيع

يترتب عن مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار، وشروط البيع قيام المسؤولية المدنية في جانب البائع الذي يعرض السلعة أو الخدمة، دون تسعير أو بيان لشروطها وجزاء عقابي نص عليه قانون 02/04 .

فالالتزام المهني بإعلام المستهلك هو التزام يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتج أو الخدمة من إرادته حرة، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتج ومكوناته إلا بناء على البيانات التي تعطى له، فلا يمكن إلحاق ضرر مادي جسيم بالمستهلك بسبب عدم إشهار الأسعار أو بيان لشروط البيع، حيث نص المشرع على التزام البائع بإعلام المشتري بالمبيع (المادة: 352 من ق.م.ج)، ضمن أحكام عقد البيع، ويتحقق العلم الكافي حسب هذه المادة بإحدى الوسيلتين إما بوصف المبيع في العقد وصفا كافيا، أو بإقرار المشتري بعلمه الكافي بالمبيع⁽²⁾. وهذا الإقرار يسقط حق المشتري في بطلان العقد ما لم يثبت غش البائع كما رتب كل من الأمر 96-06، وكذا قانون 02/04 جزاءات عقابية على عدم إعلام المستهلك بسعر وشروط البيع⁽³⁾.

(1) - حسن جميعي، المرجع أعلاه، ص 36.

(2) - محمد البودالي، المرجع السابق، ص 92.

(3) - زوبير بن قويدر، المرجع السابق، ص 28.

خاتمة:

من خلال دراسة الموضوع المتمثل في الالتزام بالإعلام المفروض على عاتق المنتج و المتضمن حق المستهلك في المعلومات الموضوعية، نجد ه قد احتل أهمية كبيرة في مجال حماية المستهلك عن طريق التنظيم القانوني المطبق على المنتج أو المحترف، وممارسة الرقابة عليه والاعتماد في هذه الدراسة على اجتهادات القضاء الفرنسي، وكذا التشريعات والتفنيئات التي جاءت في هذا الصدد في التشريع الجزائري حيث أصبح الالتزام بالإعلام وسيلة مساعدة لحماية المستهلك في مراقبة المنتوجات المعروضة للاستهلاك، والكشف عن مخالفات الغش فيها و متابعة أصحابها أمام الجهات المختصة.

كما أن الدول أعدت مقاييس ومواصفات قانونية بغية الوقاية من المخاطر التي تهدد صحة وامن وسلامة المستهلك والتي يمكن أن تنتج عن بعض المنتجات والخدمات المعروضة والهدف من ذلك تنظيم العلاقات بين الأفراد ومحاولة العدالة بين حقوق وواجبات الأطراف، وتعتبر الجزائر من الدول التي أصدرت تشريعات تتعلق بالزامية إعلام المستهلك وذلك بفرض الإعلام والإخبار على عاتق المحترف، والذي يشمل بيانات إجبارية عن عرض السلعة وعناصرها الجوهرية وتركيبتها وغير ذلك من شروط الإعلام ووسائله وهذا من اجل بناء سمعة وثقة لدى المستهلك عن المحترف أو المنتج وإلى تشجيع المستهلك في اقتناء المنتج أو الخدمة وهو على دراية وعلم كافيين.

وقد يؤدي الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى تعرض المشتري إلى أضرار مادية وجسدية جسيمة مما يوجب الفسخ أو البطلان كجزاء، إضافة إلى التعويض كأثر للإخلال بالالتزام بالإعلام، ويكون رجوع المشتري على المنتج لتعويضه عما لحقه من أضرار ليس فقط بسبب ما قد يعترى المبيع من عيوب، ولكن أيضا بسبب إخلال المنتج بالتزاماته بالإعلام باعتباره المدين بهذا الالتزام، على أن المطالبة بالتعويض تستوجب إقامة مسؤولية المدين بهذا الالتزام والتي على أساسها يقرر القاضي حجم ونطاق هذا التعويض، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال توافر شروط تستلزمها القواعد العامة لإقامة هذه المسؤولية، وتجدر الإشارة إلى أن كتمان المدين وسكوته لبعض أو كل البيانات لا يشترط أن يكون متعمدا بل يكفي أن يكون

بمجرد سهوات من طرفه ناتج عن عدم قيامه بالاستخدام الجيد عن حاجات المستهلك إذ يؤدي ذلك إلى الإخلال بواجب التعاون أو تبادل الإعلام الذي يفرض على البائع إعلام المشتري بما يعلم، وأن يستفسر فيما يرغب فيه، وبالمثل يتعين على المشتري أن يعلم البائع في إعلانه وأثناء المفاوضات عن خصائص النوعية وتطلعات حاجاته والأهداف المرجوة من المبيع وهو ما يعرف عنه القضاء بالحوار في بعض الأحكام أو التعاون الضروري في أحكام أخرى، حيث يظهر هذا المعنى جليا في العقود الهامة في مجال الإعلام الآلي، والذي كان بمثابة المهد الذي برز من خلاله هذا الواجب، ومن ثم لا يتردد القضاء في تعميمه على جميع العقود التي يكون محلها أموال مخصصة لإشباع حاجة خاصة للمستهلك.

غير أن وبالرغم من كثرة النصوص والقوانين فإنها تبقى عاجزة ما لم تدعم بطرق فعالة تضمن تطبيقها، حيث من الملاحظ على أرض الواقع أن مجموعة القوانين لم تستطع توفير الحماية المرجوة منها للمستهلك، وبقي الطرف الضعيف والضحية مع الأحوال ويرجع ذلك أساسا إلى غياب الوعي لدى الفئة المعنية (المستهلك).

إذن فالأمر يتعلق بالدرجة الأولى بالمستهلك نفسه الذي عليه أن يناضل من أجل الحصول على حقوقه و على المستهلك أن يسعى إليها ويطلب بها.

قائمة المصادر والمراجع

- قائمة المصادر:

1. القانون المدني الجزائري.
2. المرسوم التنفيذي 266/90، المتعلقة بضمان المنتوجات و الخدمات ، سبق الإشارة إليه.
3. المادتين 03 و06 من القرار المؤرخ في: 10/05/1990 المتضمن كيفية تطبيق المرسوم التنفيذي 266/90، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات السالف الذكر والذي تتضمن الملحق الأول منه قائمة المنتجات الواجب إرفاقها بدليل الاستعمال، الجريدة الرسمية 35، 1990.
4. قانون 02/04 المؤرخ في: 05 جماد الأول 1425 هـ الموافق لـ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41، 2004.

- قائمة المراجع:

1. أحمد حسن قداة، شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، دار المطبوعات الجامعية ط 2000.
2. أحمد سعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، د/ط، 2007 .
3. أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.
4. أنور طلبة، المسؤولية المدنية، الجزء الثالث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2005.
5. جاسم علي سالم الشانسي، الحماية القانونية المدنية للمشتري في البيوع التي تتم عن طريق التلفزيون، كلية الشريعة والقانون، بجامعة الإمارات العربية المتحدة، د/ط، 07/02 ديسمبر 1998.
6. حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد 13، طبعة 1990.
7. حسن عبد الباسط الجميعي، حماية رضا المستهلك، المرجع السابق.

8. حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي سببتها منتوجاته المباعة، المرجع السابق.
9. عبد الرزاق السنهوري، الوسط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، ج1، دار النشر، 1952.
10. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي
11. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام بالقانون المدني الجزائري، 1998.
12. الفضيل محمد أحمد، الإعلام عن المنتجات والخدمات، مكتبة الجلاء، ط1، 1999، للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، لجزائر، 2005.
13. محمد البودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، مكتبة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2005.
14. J- Analay Etf.sleimley.de droit consommation .p.46 .
15. C A. Aix en Provence 8 ch B, 7 mars 1991, Juris- Data, N°

- مذكرات:

1. زوبير بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية قبل التعاقد"، مذكرة ماجستير للقانون الخاص، جامعة تلمسان، الجزائر، 2006/2005،
2. عادل عميرات، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، الملتقى الوطني، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالواد، 13- 14 أفريل 2008.
3. محمد بن مغنية، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقاوي، تلمسان، 2006.
4. هني عبد اللطيف، التوازن العقدي في عقد الاستدلال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة معسكر، 2008.

فهرس

01	مقدمة
03	الفصل: ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع
04	المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام في عقد البيع
04	المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام في عقد البيع
04	الفرع الأول: مدلول الالتزام بالإعلام
05	الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام
08	الفرع الثالث: أهمية الالتزام بالإعلام ومبرراته
11	المطلب الثاني: أساس الالتزام بالإعلام في عقد البيع
12	الفرع الأول: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات
16	الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد
17	الفرع الثالث: الأساس غير التعاقدي للالتزام بالإعلام
20	المطلب الثالث: " طبيعة الالتزام بالإعلام في عقد البيع
21	الفرع الأول: طبيعته بالنظر إلى زمن الوفاء به (التعاقدي، قبل التعاقدي) ...
21	الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام هو ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة
22	المبحث الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام وآليات تنفيذه
22	المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام
22	الفرع الأول: الإعلام بحالة المبيع المادية والقانونية
23	الفرع الثاني: الإعلام بالأسعار وشروط البيع
24	الفرع الثالث: الإعلام بالبيانات المتعلقة بكيفية استعمال المنتج
25	المطلب الثاني: آليات تنفيذ الالتزام بالإعلام
25	الفرع الأول: الإعلام بالبيانات الكتابية
26	الفرع الثاني: الإعلام بوسائل المستحدثة

30	الفصل الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.....
31	المبحث الأول: آثار الإخلال بالالتزام بالإعلام
31	المطلب الأول: قابلية العقد للإبطال كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام..
31	الفرع الأول: إبطال العقد تأسيسا على نظرية عيوب الإرادة
35	الفرع الثاني: إبطال العقد تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية
37	الفرع الثالث: إبطال العقد تأسيسا على المادة 352 ق م الجزائري.....
38	المطلب الثاني: قابلية العقد للفسخ كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام
38	الفرع الأول: تقرير القضاء للفسخ كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام.....
39	الفرع الثاني: جواز الجمع بين الفسخ والتعويض.....
41	المبحث الثاني: المسؤولية المدنية والجنائية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام..
	المطلب الأول: المسؤولية المدنية المترتبة
41	عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....
	الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية المدنية المترتبة
42	عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....
	الفرع الثاني: شروط المسؤولية المدنية المترتبة
43	عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....
	الفرع الثالث: التعويض كأثر لمسؤولية المدنية
45	عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....
	المطلب الثاني: الجزاء الجنائي المترتب
45	عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....
46	الفرع الأول: مميزات الجزاء الجنائي.....
46	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات
47	الفرع الثالث: جزاء الإخلال بالأسعار والشروط البيع
48	خاتمة
50	قائمة المراجع والمصادر.....