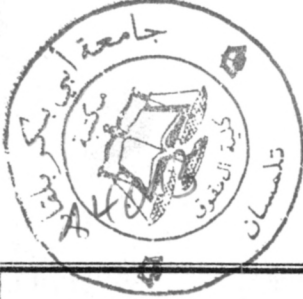


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان

كلية الحقوق



حق المستهلك في الإعلام

مذكرة لتليل شهادة الماجستير في القانون الخاص

تحت إشراف :

أ.د. كحلولة محمد

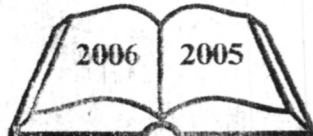
من إعداد الطالب :

بن مغنية محمد

أعضاء لجنة المناقشة :

- | | | |
|---------------------|-----------------------|---------------------------------|
| أ.د. هجيرة دنوبي | أستاذة التعليم العالي | جامعة تلمسان - ... رئيسا |
| أ.د. كحلولة محمد | أستاذ التعليم العالي | جامعة تلمسان - ... مشرفا ومقررا |
| أ.د. بن هو عبد الله | أستاذ التعليم العالي | جامعة تلمسان - ... مناقشا |
| أ.د. بن عمار محمد | أستاذ التعليم العالي | جامعة تلمسان - ... مناقشا |

السنة الجامعية





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



عن أبي خالد حكيم بن حزام رضي الله عنه عن النبي

صلى الله عليه وسلم أنه

قال:

" البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن هما بيّنا بورك لهما في بيعهما

وإن هما

كذبا وكتما محقت بركة بيعهما "

رواه مسلم

شكر و تقدير

يسعدني أن أتقدم في هذا المقام بخالص شكري و عرفاني و كامل تقديري للأستاذ الفاضل كحلولة محمد أستاذ التعليم العالي و عميد كلية الحقوق بجامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان لتفضله بقبول الإشراف على هذه الرسالة على الرغم من انشغالاته وارتباطاته و ضيق وقته , وعلى ما قدمه لي من إرشادات و توجيهات سديدة اقترنت بتواضعه و أخلاقه الحميدة فجزاه الله عني وعن طلاب العلم خيرا.

كما أتقدم بشكري و عرفاني و تقديري للأستاذة الأفاضل : الأستاذة دنوبي هجيرة أستاذة التعليم العالي . والأستاذ بن هو عبد الله أستاذ التعليم العالي . والأستاذ بن عمار محمد أستاذ التعليم العالي . لما شرفوني به من قبولهم الاشتراك في لجنة مناقشة هذه الرسالة رغم مشاغلهم و ضيق وقتهم.

ولا أنسى أن أتقدم بخالص شكري و بالغ عرفاني إلى كل من أسهم في انجاز هذا العمل المتواضع فجزاهم الله عني خير الجزاء.

إهداء

إلى نبع العنان.... بل إلى العنان نفسه.

إلى من تلاحقني دعواتها المباركة في كل مكان

إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها...

إلى أمي.... أهدي هذا العمل المتواضع.

خطة البحث.

مقدمة

الفصل الاول- الأحكام العامة للالتزام بالاعلام.

المبحث الاول- ذاتية الالتزام بالاعلام.

المطلب الاول- مفهوم الالتزام بالاعلام.

- الفرع الاول- معنى الالتزام بالاعلام.
- الفرع الثاني- اهمية الالتزام بالاعلام و مبرراته.
- الفرع الثالث- خصائص الالتزام بالاعلام.

المطلب الثاني- اساس الالتزام بالاعلام.

- الفرع الاول- الالتزام بالإعلام يجد اساسه في غيره من الالتزامات .
- الفرع الثاني- الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد.
- الفرع الثالث- الاساس غير التعاقدى للالتزام بالإعلام.

المطلب الثالث- طبيعة الالتزام بالاعلام.

- الفرع الاول- طبيعته بالنظر الى زمن الوفاء به (تعاقدى- قبل تعاقدى).
- الفرع الثاني- طبيعته من حيث كونه التزاما بوسيلة ام بتحقيق نتيجة.

المبحث الثاني- مضمون و نطاق الالتزام بالاعلام ووسائل تنفيذه.

المطلب الاول- مضمون الالتزام بالاعلام .

- الفرع الاول- الاعلام بحالة المبيع المادية و القانونية.
- الفرع الثاني- الاعلام بالاسعار و شروط البيع .
- الفرع الثالث - الاعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع و مكان خطورته.

المطلب الثاني- نطاق الالتزام بالاعلام.

- الفرع الاول- نطاق الالتزام بالاعلام من حيث الاشخاص.
- الفرع الثاني- نطاق الالتزام بالاعلام من حيث الاشياء .
- الفرع الثالث- نطاقه في مجال الخدمات .

المطلب الثالث- وسائل تنفيذ الالتزام بالاعلام .

الفرع الاول- الاعلام بالبيانات كتابة .
الفرع الثاني- الوسائل المستحدثة لاعلام المستهلك.

الفصل الثاني- جزاء الاخلال بالالتزام بالاعلام .

المبحث الاول- اثر الاخلال بالالتزام بالاعلام .

المطلب الاول- قابلية العقد للابطال كجزاء عن الاخلال بالالتزام بالاعلام.

الفرع الاول -ابطال العقد تأسيسا على نظرية عيوب الرضا.
الفرع الثاني- ابطال العقد تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية .
الفرع الثالث- ابطال العقد تأسيسا المادة 352 من القانون المدني الجزائري.

المطلب الثاني- قابلية العقد للفسخ كجزاء عن الاخلال بالالتزام بالاعلام .

الفرع الاول- تقرير القضاء المقارن للفسخ كجزاء عن الاخلال بالالتزام بالاعلام.
الفرع الثاني- جواز الجمع بين الفسخ و التعويض .

المبحث الثاني- المسؤولية المدنية و الجنائية عن الاخلال بالالتزام بالاعلام .

المطلب الاول- المسؤولية المدنية المترتبة عن الاخلال بالالتزام بالاعلام .

الفرع الاول- طبيعة المسؤولية المترتبة عن الاخلال بالالتزام بالاعلام .
الفرع الثاني- شروط المسؤولية المترتبة عن الاخلال بالالتزام بالاعلام.
الفرع الثالث - التعويض كأثر للمسئولية المدنية عن الاخلال بالالتزام بالاعلام.

المطلب الثاني- الجزاء الجنائي المترتب عن الاخلال بالالتزام بالاعلام .

الفرع الأول- مبررات الجزاء الجنائي في هذا المجال.
الفرع الثاني- جزاء الاخلال بالاعلام بالبيانات.
الفرع الثالث- جزاء الاخلال بالاعلام بالاسعار و شروط البيع.

خاتمة .

الفصل الأول: الأحكام العامة للالتزام بالإعلام.

المبحث الأول: ذاتية الالتزام بالإعلام.

المبحث الثاني: مضمون ونطاق الالتزام بالإعلام
ووسائل تنفيذه.

مقدمة.

لقد شهدت المجتمعات المعاصرة في الآونة الأخيرة تطورا ملحوظا في مجال إنتاج السلع وتقديم الخدمات افرزها التقدم الصناعي و التكنولوجي. والتي تتسم في غالبيتها بالتعقيد سواء تعلق الأمر بالمنتجات من منقولات مادية أو عقارات على اختلاف أنواعها أو تقديم خدمات كتلك المتعلقة بخدمة الهاتف والبنوك وشركات التأمين وخدمات الإعلام الآلي ووكالات السفر ..الخ حيث يضطر طالبها وفي الكثير من الأحيان إلى التعاقد مع بائعي هذه السلع أو مقدمي الخدمات دون أدنى معرفة أو علم بطبيعة ما يتعاقد بشأنه. مما قضى على توازن العلاقة العقدية التي كان يتمتع به المشتري عموما خلال القرن التاسع عشر حيث كان الهدف الاساسي من النشاط الاقتصادي آنذاك هو إنتاج السلع لسد حاجات الأفراد.

وأمام هذا الوضع بدت الهوة شاسعة في مجال العلم بين المستهلك طالب السلعة أو الخدمة وبين مقدمها. وما زاد من تعميق هذه الهوة هو اختصاص الأخير من حيث الكم الهائل من المعلومات التي يحوزها عن المبيع والإمكانات التقنية والفنية الضخمة التي تحت سيطرته مما جعلت المستهلك في مركز ضعيف نظرا لجهله بمحل العقد وخباياه من جهة، وكون هذا المحل في حيازة المنتج أو البائع قبل إبرام العقد من جهة أخرى، تؤكد من خلالها مشروعية هذا الجهل. الأمر الذي دفع بالتشريعات الحديثة إلى الاهتمام أكثر والنفكير في إيجاد آليات قانونية فعالة في سبيل توفير حماية أكبر للمستهلك باعتباره طرفا ضعيفا في العملية التعاقدية تضاف إلى الحماية المقررة في قانون الاستهلاك، فكان أمر فرض التزام بالإعلام على عاتق البائع سيما المحترف أمرا تفرضه الضرورات العملية إلى جانب الالتزامات الأخرى كالالتزام بالسلامة والالتزام بالضمان.

وفرض التزام بالإعلام على هذا النحو يكون هدفه إعطاء صورة واضحة وكاملة عن محل العقد سواء لتكوين رضاء حر وسليم لدى المستهلك قبل إقحامه في عملية التعاقد، أو لتنفيذ العقد تنفيذا صحيحا. إذ لم يعد دور البائع هو تسليم سلعة مبرأة من العيوب فحسب، بل أضاف القضاء سيما الفرنسي وجها جديدا إلى حماية المستهلك في عقود الاستهلاك عموما فجعل المنتج أو البائع يلتزمان بالإدلاء بالبيانات الضرورية المتعلقة بمحل العقد.

وعلى اثر الحديث عن التطور الصناعي والتقدم التكنولوجي وما أفرزاه من منتجات معقدة في تركيبها وخدمات تتميز بالدقة الفنية في تقديمها، الأمر الذي يعطي انطبعا وللهولة الأولى أن الالتزام بالإعلام لم يكن معروفا قبل هذه المرحلة على الأقل في ثوبه البسيط كالالتزام يقع على البائع يفرض عليه بيان عيوب المبيع المادية ووضعه القانوني، في حين أن الحقيقة غير ذلك حيث كان هذا الالتزام معروفا ببساطته هذه في القوانين القديمة كالقانونين الروماني واليوناني والتي كانت تفرض التزاما بالإعلام والضمان على عاتق البائع لصالح المشتري فكان قانون الألواح الاثني عشر يفرض ذلك من خلال بيان الحالة القانونية للعقارات فيكون البائع مسئولا أمام المشتري عن عيوب المبيع.

وكان المحتسبون آنذاك بوصفهم الحكام المسئولين عن الأسواق قد ألزموا الباعة بإعلام المشتريين عن عيوب العبيد والحيوانات وهذا إما بإعلانها شفاهة بصوت مرتفع وإما بتدوينها كتابة في لوحه تعلق في رقبة الرقيق أو الحيوان، وفي هذه الحالة يحق للمشتري في حالة بيوع العقارات رفع دعوى الشراء للحصول على تعويض الضرر. فيما يحق له في حالة بيوع العبيد والحيوانات رفع دعوى المطالبة بفسخ العقد أو رفع دعوى إنقاص الثمن حسب ما نقص من انتفاع¹.

كما اعترفت الشريعة الإسلامية أيضا بوجود التزام على عاتق البائع بإعلام المشتري بحقيقة المبيع طالما أن هذا الأخير يجهل تماما خبايا ما يقدم على شرائه، حيث جاءت عدة أحاديث من السنة النبوية الشريفة تؤكد هذا المعنى منها ما رواه أبو خالد حكيم بن حزام رضي الله عنه عن النبي (صلعم) أنه قال " البيعان بالخيار ما لم يفترقا فان هما بينا بورك لهما في بيعهما وان هما كذبا وكتما محقت بركة بيعهما"².

وما روي كذلك عن عقبة بن عامر أنه سمع الرسول (صلعم) يقول " المسلم أخوا المسلم لا يحل لمسلم باع من أخيه بيعا وفيه عيب إلا بيته"³ هذا بالإضافة إلى أحاديث

¹ - لأكثر تفصيل ينظر عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع دراسة مقارنة: مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق جامعة المنوفة العدد 18 اكتوبر 2000.

² - انظر صحيح مسلم الجزء الثالث، دار الفكر للطباعة والنشر بيروت لبنان طبعة 1983 ص116. كما ورد الحديث أيضا في كتاب فتح الباري بشرح صحيح البخاري لابن حجر العسقلاني الجزء الثاني، دار الريان للتراث ط 1987 ص 362.

³ - فتح الباري بشرح صحيح البخاري نفس المرجع ص 362.

المستهلك صورة واضحة ومعلومات موضوعية عن محل العقد وهذا من خلال سن ترسانة من النصوص التشريعية والتنظيمية.

ويضاف إلى هذه الأهمية أيضا ما يلعبه الالتزام بالإعلام من دور باعتباره وسيلة لضمان سلامة المستهلك خاصة في مجال المنتجات الخطرة أو بالنسبة للخدمات التي قد تشكل تهديدا على ذمته المالية إذا ما هو تعاقد بشأنها فيلتزم بالتزامات لا يدرك نطاقها الحقيقي.

وبدت أهمية هذا الالتزام كذلك من خلال تعدد أساليب التعاقد بين البائع والمستهلك والتي تتم في غالبيتها دونما حاجة إلى التقاء المتعاقدين في مجلس واحد وهذا إما لصعوبة الالتقاء أحيانا حيث يكون أحد المتعاقدين في بلد بعيد عن مكان تواجد المتعاقد الآخر، أو لعدم جدواه أمام تقدم وتعدد وسائل الاتصال مما يجعل من المعلومة الموضوعية والكاملة عن محل العقد الحجر الأساس في العملية التعاقدية. كل هذه العوامل جعلت من الالتزام بالإعلام يحتل الصدارة في السياسات التي تنتهجها الدول بغية توفير الحماية الكافية للمستهلك وأحد أهم دعائم هذه الحماية.

على أنه وإذا كان اتفاق الفقه الحديث على الأهمية البالغة التي يحتلها الالتزام بالإعلام في مجال حماية المستهلك مما يستوجب دراسته دراسة وافية، فإن الأمر ليس كذلك أمام ما يثيره هذا الالتزام من إشكالات عدة. حيث أنه وأمام مناداة الفقه الغالب باستقلاليته كالنظام له خصوصياته وطبيعته وأساسه القانوني، فإن السؤال الذي يطرح نفسه هو ما مدى هذه الاستقلالية والى أي حد تمتد هذه الذاتية؟ وهل الأخذ بهذا الالتزام يكفي للقول بإمكانية الاستغناء عن تطبيق القواعد العامة في حالة الإخلال به كتلك المتمثلة في نظرية عيوب الرضاء من غلط وتدليس؟، وكذا نظرية ضمان العيوب الخفية؟، أم انه لا مناص من ذلك خاصة أمام انعدام نصوص قانونية تبين الجزاء المناسب في حالة الإخلال بهذا الالتزام؟.

ويتعلق ثاني هذه التساؤلات في تحديد نطاق هذا الالتزام من حيث الأشياء التي يلتزم المدين به بالإعلام بصدها وذلك من خلال تحديد محل هذا الأخير. وبعبارة أخرى هل يلتزم المحترف والبائع عموما بالإعلام بصدد كل سلعة منتجة أو خدمة مقدمة؟، أم أنه

يرتبط وجود هذا الالتزام بصفات معينة يجب توافرها في السلعة أو الخدمة تعد معياراً لوجوب هذا الالتزام كالخطورة مثلاً أو الحداثة؟.

كما ينصب ثالث هذه التساؤلات على نطاق هذا الالتزام من حيث تحديد أطرافه، فهل يقع على عاتق البائع عموماً مهماً كانت صفته؟ أم أن للصفة المهنية لهذا البائع كلمتها في تحديد نطاقه؟، وهل ينشأ لمصلحة كل مشتري سواء كان عادياً أو مهنيًا؟ أم يستفيد منه من ينطبق عليه وصف مستهلك فحسب؟، وأخيراً ما مضمون هذا الالتزام؟ وما وسائل تنفيذه؟، وما هو الجزاء المسلط في حالة الإخلال به؟، كل هذه النقاط والتساؤلات المطروحة سنحاول الإجابة عنها من خلال إتباع الخطة التالية:

- الفصل الأول: الأحكام العامة للالتزام بالإعلام.
- الفصل الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

الفصل الأول

الأحكام العامة للالتزام بالإعلام

يعد الالتزام بالإعلام من الالتزامات التي أولى لها القضاء لا سيما الفرنسي أهمية خاصة و بالغة إلى جانب الالتزام بالضمان و الالتزام بالسلامة فإلقاه على عاتق المحترف منتجا كان أم بائعا لتفادي الأخطار التي تحيط بالمستهلك من جراء استعمال المبيع و تجنّب ما قد تتطوي عليه المنتجات الصناعية من أضرار. و الواقع أن هذا الالتزام لم يحظ بالعناية الكافية من خلال تقرير نصوص خاصة وجامعة - سواء في القانون الفرنسي أو الجزائري أو غيرهما - تميّز أحكام هذا الأخير من خلال تبيان ماهيته و طبيعته و كفيات الوفاء به, ولعل هذا ما سنحاول التعرض له من خلال هذا الجزء من الدراسة و التطرّق لهذه النقاط بشيء من التفصيل حيث سندرس في ماهية الالتزام بالإعلام(مبحث أول) ثم مضمون و نطاق هذا الأخير ووسائل تنفيذه(مبحث ثاني).

المبحث الأول

ذاتية الالتزام بالإعلام.

إن الحديث عن ذاتية الالتزام بالإعلام تدعونا إلى التساؤل عن ماهية هذا الأخير ومدى استقلاله عن باقي الالتزامات الأخرى التي جاءت في صدد حماية المستهلك؟, كالاتزام بالضمان و الالتزام بالسلامة و الالتزام بالتسليم, والتي يجد بعض فقهاء القانون المدني فيها أساسا للالتزام بالإعلام, وما طبيعته بالنظر إلى وقت الوفاء به؟ فهل هو التزام تعاقدى أم قبل تعاقدى؟ وهل هو التزام بوسيلة أم بتحقيق نتيجة؟. هذا ما سنحاول دراسته في هذا الجزء من خلال التطرّق إلى مفهومه(مطلب أول) ثم أساسه (مطلب ثاني) ثم طبيعته(مطلب ثالث).

المطلب الأول

مفهوم الالتزام بالإعلام .

نتعرض في هذا الجزء من الدراسة إلى التعريف بهذا الالتزام(فرع أول) وتبيان أهميته ومبرراته(فرع ثاني) ثم نتطرّق إلى خصائصه(فرع ثالث).

الفرع الأول - معنى الالتزام بالإعلام .

يقتضي التطرق إلى تعريف الالتزام بالإعلام بيان معنى الإعلام لغة ثم التصدي للمعنى الاصطلاحي لهذا الأخير.

أولا : معنى الإعلام لغة.

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

ثانيا : المعنى الاصطلاحي للالتزام بالإعلام :

من الملاحظ أن التشريعات الحديثة لم تنصّ لإعطاء تعريف لهذا الالتزام حيث اكتفت في النصوص المتفرقة هنا وهناك إلى التلميح بوجود التزام ملقى على عاتق المحترف بإعلام المستهلك عن طريق فرض التزامات خاصة كتلك المتعلقة بالإعلام بالأسعار و كذا بالخصائص الجوهرية للمنتوج. وربما يعود ذلك إلى كون أن هذا الأخير نشأ مؤخرا و تبلورت أحكامه من خلال اجتهادات القضاء في "التشريع" حيث ورغم ما توصل إليه هذا الأخير من خلال أحكامه إلى تحديد معالم هذا الالتزام من مضمون و نطاق, إلا انه اكتفي في مجمل هذه الأحكام إلى إلقاء المسؤولية على البائع عموما و ذلك إما لنقص في المعلومات و البيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع. وإما لانعدام تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال أو التحذير من المخاطر. حيث كان رجال القضاء يحتاطون عند استعمال أي لفظ للدلالة على هذا الالتزام نظرا لحدائته².

أما فقهاء القانون فلقد تعددت و اختلفت لديهم التعريفات نتيجة اختلاف المسميات الفقهية لهذا الالتزام والتي جاءت للدلالة على ما يقدمه احد أطراف العقد للأخر من معلومات وبيانات

¹ - أنظر محيط المحيط، مادة علم الجزء الأول : مكتبة لبنان ناشرون بيروت طبعة 1998 ص 628.

² - حمدي احمد سعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع: دراسة مقارنة بين القانون المدني(المصري و الفرنسي) و الفقه الإسلامي، المكتب الفني للإصدارات القانونية، طبعة أولى 1999، ص 42.

كالالتزام بالإفشاء، الإدلاء بالبيانات، وتقديم المعلومات و التبصير، و الإخبار.¹ ومن هؤلاء أيضا من استعمل لفظ الإعلام² للدلالة على هذا الالتزام، وكذلك الالتزام بلفت الانتباه أو النصيحة³. و على غرار هؤلاء فلقد استعمل الفقهاء الفرنسيون ألفاظا متعددة للدلالة على هذا الالتزام، فاستخدموا تارة لفظ Renseignement⁴ كما استخدم فريق آخر لفظ Information وتارة أخرى لفظ⁵ conseil وتعني النصيحة أو المشورة.

لقد أدى هذا التعدد في المسميات إلى وجود خلاف بين فقهاء القانون حول التمييز بينها، حيث ذهب فريق منهم إلى أن من بين هذه الألفاظ ما يتميز بالطابع الإيجابي أو الشخصي و هو الالتزام بالنصيحة، حيث يتدخل المدين بالالتزام ايجابيا في شؤون الدائن و حثه على الإقدام على أمر معين أو الإحجام عنه. في حين يتسم البعض الآخر بالطابع السلبي أو الموضوعي و هو الالتزام بالإعلام حيث لا يعدوا دور المدين بالالتزام أن يكون مجرد إدلاء بمعلومات بما ينير رضاه دون حث أو تحريض على إتيان أمر معين أو عدم إتيانه⁶، وهذا من خلال إعلام موضوعي ومحايد يعطي للمستهلك ليس فقط حرية تلقي المعلومات، ولكن أيضا الصلاحية القانونية التي تفيدها المعلومات طبقا لمفهوم الإعلام الموضوعي⁷.

فيما ذهب فريق آخر إلى أن الاختلاف يكمن في شدة كل التزام، حيث أن ذلك المتعلق بالنصيحة يلقي على عاتق المدين به ثقل أكبر من كونه مجرد التزام بسيط بالإعلام⁸. ويذهب جانب ثالث من الفقهاء في التمييز بين الالتزامين من خلال نطاق تطبيقهما، حيث يختص الالتزام بالنصيحة بعقود الخدمات فحسب، لا سيما عقود المقاوله و تبادل الخبرات في

1- استخدم هذه المسميات نخبة من فقهاء القانون المدني في مؤلفاتهم من أبرزهم د/ نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات: دار النهضة العربية، ط ثانية 1990. د/ محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتوجاته الخطرة: دار الفكر العربي، ط الأولى 1982 ص 22. د/ حمدي احمد سعد، المرجع السابق.

2- د/ عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع : دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية، العدد 18، كلية الحقوق جامعة المنوفة أكتوبر 2000. د/ عامر قاسم احمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك : دراسة مقارنة في القانون المدني و المقارن، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ط 2002، ص 115.

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

4- Ph. Le Tourneau, la responsabilité des vendeurs et fabricants, droit de l'entreprise D. 2001, p.54.

5- Ph. Le Tourneau, droit de la responsabilité et des contrats, Dalloz action 2000-2001, p. 638.

6- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص 39.

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

8- Ph. Le Tourneau, op.cit, même page. « l'obligation de conseil impose à son débiteur une charge plus lourde que la simple obligation de renseignement » .

المجال الصناعي و المساعدة التقنية و عقود التوريد وكذا المهن الحرة كالتوثيق على وجه الخصوص, المحامي وغيرهم. بينما يكون الالتزام بالإعلام في كافة العقود¹.

هذا وإضافة إلى ذلك فقد ثار خلاف آخر حول التمييز بين الإعلام Renseignement والإخبار information, باعتبار أن الأول ذو أصل قضائي ألقاه القضاء على احد طرفي الالتزام, بينما الثاني أي الالتزام بالإخبار ذو أصل قانوني أو تشريعي ومن ثم فهو الالتزام الذي وجد عن طريق بعض النصوص التشريعية الخاصة. ولعل النقد الذي وجه لهذا التمييز هو أن هذين الالتزامين لهما نفس الأصل أو الأساس و مضمونيهما متقارب حيث المقصود من كل منهما إبلاغ الطرف الآخر بعنصر موضوعي, أي معلومات مجردة².

ولقد طال هذا النقد التفرقة التي وضعت بين الالتزام بالنصيحة و الالتزام بالإعلام, حيث ذهب فريق من الفقهاء إلى اعتبار أن هذه التفرقة مصطنعة, إذ يصعب من الناحية العملية وضع حدود بين هذين الالتزامين. فهو تمييز نظري أكثر منه عملي, و بالتالي من الصعوبة بمكان استخدامه³. ومهما يكن من أمر فإن هذه الألفاظ مترابطة و متداخلة فيما بينها و ليست متميزة, يرجع تعددها إلى أن هذا الالتزام لا يزال في طور النشأة والتكوين⁴.

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

فمنهم من تأثر في إعطاء تعريف له بأصل هذا الالتزام فيما إذا كان قضائيا أم قانونيا و بالتالي تأثرهم بالتمييز اللفظي بين كلمة إخبار information وإعلام renseignement حيث عرّف الأول بأنه " واجب فرضه القانون لا سيما على بعض البائعين المهنيين أو المؤسسات بتقديم معلومات عن موضوع العقد أو العملية العقدية التي يواجهونها بوسائل مناسبة و بيانات إخبارية أو إعلانية... الخ". بينما يتمثل الثاني في " الواجب الضمّني الذي أوجده القضاء و الذي

¹ - Ph. Le Tourneau , op.cit, p.639.

² - في هذا المعنى حمدي احمد سعد, المرجع السابق ص40.

³ - Ph. Le Tourneau, op. cit. p. 202 ou il est écrit « mais en pratique il est bien délicat de tracer les frontières entre ...ou entre l'obligation de renseignement et le devoir de conseil.ces distinctions sont plus conceptuelles que pratiques et donc difficilement utilisable ».

⁴ - حمدي احمد سعد, المرجع السابق ص 42.

بمقتضاه يلتزم الطرف الأكثر تخصصًا والأفضل معرفة بإبلاغ الطرف الآخر بالبيانات المتعلقة بموضوع العقد¹.

ومنهم من عرفه على أساس الهدف الذي وجد من اجله هذا الالتزام بإيجاد رضاء سليم من العيوب حيث قرّروا أن الالتزام بالإعلام هو «التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك يتعلق بكافة المعلومات اللازمة لإيجاد رضاء حر وسليم²». وهناك من أعطى مفهوما لهذا الأخير بأنه و إلى جانب الإعلام بوضع الشيء سواء القانوني أو المادي هناك التزام آخر يكمن في إعلام الطرف الآخر بكيفية استعماله أو الأخطار التي ينطوي عليها المبيع حيث جاء في هذا الصدد أن "الالتزام بالإعلام في معناه العام يتمثل في البوح للمشتري بما يجعله على بينة من المبيع و إدراك لخصائصه، بحيث يكون محل التزامه مزدوجا فيشمل الإفضاء عن وضعه الذي يتفرّع عنه ضمان عيوبه و الإفضاء عن خصائصه و قوامه و إبلاغ المشتري بما يجب لحسن استعماله و تجنب أخطاره"³.

ولقد سائر هذا التعريف ما جاء به الأستاذ Le Tourneau من حيث إضافة عنصر الخطر و جعله من ضمن ما يستوجب الإعلام عنه و خالف ما جاء به بعض الشراح في هذا الصدد في تمييزهم ما بين لفظي إعلام و إخبار في تعريفاتهم السابقة، حيث جاء في هذا المقام «فيما يخص الالتزام بالإعلام أو الالتزام بالإخبار فإن شخصا ما يستلزم بتحذير من يحتمل أن يتعاقد معه من الأخطار و الايجابيات التي ينطوي عليها إجراء ما أو تصرف متفق عليه و كذا من كل ظرف له دور فعّال في قرار التعاقد و ينوره كي يتم الاختيار بوعي تام متى كان جهل هذا الأخير مشروعاً»⁴. فالتدقيق من وجهة نظره يكون غير مجد و لا يحدث إلا صعوبات.

ويذهب البعض إلى أبعد من ذلك و يرى أن الالتزام بالإعلام هو التزام واحد لا تتغير طبيعته سواء في المرحلة التعاقدية أم قبل التعاقدية⁵.

¹ - Vocabulaire Juridique, association H. Capitant, PUF, 2 édition 1990, p. 424 et 702 .

مشار إليه في: حمدي احمد سعد, المرجع السابق ص 44 و 45 ..

² - جاء هذا التعريف في مقال للأستاذ Juglart بعنوان, الالتزام بالإعلام في العقود: المجلة الفصلية 1945. مشار إليه في: د. حمدي أحمد سعد, المرجع السابق ص 45.

³ - محمود جمال الدين زكي, مشكلات المسؤولية المدنية: مطبعة جامعة القاهرة, الجزء الأول, ط الثانية 1992, ص 442.

⁴ - Ph. Le Tourneau, droit de la responsabilité et des contrats, op.cit, p. 202 .

⁵ - في هذا الاتجاه ينظر د/ احمد محمد محمد الرفاعي, المرجع السابق ص 108.

كما تطرّق جانب من فقهاء الشريعة الغراء المحدثين في تعريفهم لإعلام المستهلك بأنه "إخباره (أي المستهلك) عن حقيقة السلعة التي يريد أن يستهلكها"¹. ولعل كلمة حقيقة هنا جاءت جامعة لما ينطوي تحتها من بيان عيوب السلعة، مكوناتها، استعمالها وخطورتها وإظهارها دون تحريف أو مواراة.

الفرع الثاني - أهمية الالتزام بالإعلام و مبرراته .

لا شك أن للالتزام بالإعلام أهمية قصوى في مجال حماية المستهلك خاصة في ظل التطور العلمي و الصناعي الهائلين مما جعل التعاملات تتم من دون توازن بين طرف ضعيف هو المستهلك و آخر قوي من حيث علمه بخبايا و أسرار منتوجه، إذ هو في الغالب محترف.² و من ثم فقد أصبح هذا المستهلك في أمس الحاجة إلى إعلامه في مثل هذه التعاملات و التي تمثل نوعا من عقود الإذعان من جهة، و من جهة أخرى ضرورة إعلامه بالأخطار التي قد ينطوي عليها هذا المنتج بما يحفظ له سلامته من الأضرار المادية و الجسدية³.

أولاً: أهمية الالتزام بالإعلام.

أ- الالتزام بالإعلام يمثل حماية للمستهلك كطرف ضعيف في التعاقد.

لقد ذهب الكثير من المختصين في هذا المجال إلى أن الصفة المهنية في احد المتعاقدين من ابرز العوامل التي تلقى عليه عبء الإعلام للطرف الآخر بالبيانات اللازمة لتوفير رضاه من جهة وإعادة التوازن في العلاقات العقدية من جهة أخرى.

فالمستهلك غالبا ما يبرم العقد بسرعة و بدون تبصّر معتمدا على الأمانة و الثقة التي أولاها للمحترف كونه خبيرا بالمنتوج و على دراية تامة بخفاياه، إضافة إلى جهل المستهلك به نظرا لما تتمتع به هذه المنتجات من تعقد في التركيب و صعوبة في الاستعمال نتيجة التطور التكنولوجي حيث تصبح عدم الدراية هنا ليست قاصرة على المستهلك العادي profane فحسب،

¹ - د يوسف قاسم، إعلام المستهلك و حكم الشريعة الإسلامية فيه: بحث مقدم لمؤتمر إعلام المستهلك ج القاهرة، 15 جافني 1995.

² - سننطرق لمفهوم لفظي مستهلك ومحترف في حينه من خلال الفصول المقبلة لدى الحديث عن أطراف الالتزام بالإعلام.

³ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 54.

بل يمتد إلى أشخاص قد يكونون محترفين ليسوا في نفس درجة خبرة المنتجين لهذه السلعة كما هو الحال في مجال السلع الالكترونية وأجهزة الحاسب الآلي. يضاف إلى ذلك اندفاع المستهلكين إلى إبرام العقد دون استعلام كاف و تأثرا بالدعاية عن طريق وسائل الإعلام والتي غالبا ما تكون كاذبة ومضللة الهدف منها الترويج لهذه المنتجات.¹

ب- الالتزام بالإعلام وسيلة لضمان سلامة المستهلك .

إذا كان للالتزام بالإعلام أهمية في مجال حماية المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة العقدية من خلال حماية رضاه و جعله يبرم العقد على بصيرة. فإن لهذا الأخير أهمية خاصة في مجال الأشياء التي تتطوي على خطورة سواء من حيث كيفية استعمالها أو حفظها مما يوجب على المنتج أو البائع إعلام المشتري بما يكتنف هذه المنتجات من مخاطر² وما قد ينجم عنها من أضرار جراء ذلك، و كذا كيفية استعمالها و الاحتياطات الواجب اتخاذها و التحذيرات اللازمة لذلك. إذ تمتد هذه البيانات³ لتشمل الحماية الجسدية و المادية للمستهلك.

ولقد جاءت العديد من الأحكام القضائية لا سيما في فرنسا تدعم هذا المعنى و تقرّر من ثم مسؤولية المنتج أو البائع للإخلال بالالتزام بالإعلام بخطورة الشيء المبيع و إلزامه بالتعويض عما لحق المشتري من أضرار مادية أو جسدية⁴. على أن هذه الحماية جاءت تدعima لمبدأ الوقاية خير من العلاج و التي يعتبر الالتزام بالإعلام خير تطبيق له، مما يستوجب فرض التزام بالإعلام على عاتق أحد المتعاقدين المستقبلين لصالح الآخر⁵.

وتأكيدا لهذه الأهمية فقد نصت أغلب التشريعات المعاصرة بنصوص قانونية تجسد هذا المعنى لا سيما القانون الفرنسي والذي جاء بترساة من النصوص نذكر أهمها على سبيل المثال القانون رقم 230/78 بتاريخ 10 جافني 1978 والخاص بحماية و إعلام مستهلكي المنتجات والخدمات، وكذا القانون رقم 60/92 المؤرخ في 18 جافني 1992 و الذي تضمنت الفقرة الأولى

¹ - ينظر في هذا المعنى حمدي احمد سعد المرجع السابق ص 56.

² - محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية، المرجع السابق ص 443.

³ - سنتناول بالتفصيل هذه النقاط في حينها لدى الحديث عن مضمون الالتزام بالإعلام في المبحث الثاني من هذا الفصل.

⁴ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 67.

⁵ - احمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، المرجع السابق ص 106.

من المادة الثانية منه أنه « يجب على كل بائع مهني أن يعلم المشتري بالصفات الأساسية للشيء المباع قبل إبرام العقد ». حيث يرى جانب من الفقه أن هذا النص ينطبق على كافة البائعين المهنيين سواء كان محل البيع عقارا أو منقولاً لأن هذه المادة وردت بكلمة bien و تشمل العقار و المنقول معا¹ .

و في إطار الحماية التشريعية للمستهلك في الجزائر فقد صدرت عدة تشريعات في هذا الصدد تؤكد أهمية الإعلام كآلية لهذه الحماية، أهمها القانون 02/89 بتاريخ 1989/04/07² لا سيما في مادتيه الثالثة و الرابعة و اللتان تتضمنان المعلومات و البيانات الواجب إدراجها مع كل منتج لبيان خصائصه الجوهرية و كفاءات الاستعمال و الاحتياطات الواجب اتخاذها... الخ و يعتبر المهني مسؤولاً عن الأضرار التي تلحق المتعاقد الآخر في حالة عدم موافاته بهته المعلومات³. وكذا القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23⁴ والذي جاء بنصوص تخص الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع و الفوترة، ورتب جزاءات جنائية على مخالفتها. هذا إلى جانب النصوص التنظيمية الأخرى التي جاءت لنفس الغرض⁵.

كما تضمن القانون المدني الجزائري وإضافة إلى ذلك، نصا هاما هو نص المادة 352 في مجال إعلام المشتري عموما في عقود البيع، والتي تستوجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا باشمال العقد على بيان هذا الأخير و أوصافه الأساسية. والتي سيتم التطرق إليها والى النصوص المذكورة أعلاه تفصيلا في حينه⁶.

¹ -G. Raymond, commentaire de la loi n° 92-60 du 18/01/1992 , renforçant la protection du consommateur Cont., Concu, Cons,1992. p.2. مشار إليه في: حمدي سعد، المرجع السابق. ص 63.
² - القانون رقم 02/89 مؤرخ في أول رجب عام 1409هـ الموافق 07 ابريل 1989: المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر . رقم 06 / 1989.
³ - D. Zennaki, l'information comme source de protection des consommateurs, article publié lors d'un séminaire national sur la protection en matière de consommation, faculté de droit, Université d'ORAN 14 et 15 mai 2000. p.21.
⁴ - قانون رقم 02/04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى 1425 الموافق 23 جوان 2004 : يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر . رقم 2004/41.
⁵ - كالمرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 22 ربيع الثاني 1411هـ الموافق 10 نوفمبر 1990: يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر . رقم 1990/50. والمرسوم التنفيذي رقم 366/90 مؤرخ في 22 ربيع الثاني 1411هـ الموافق 10 نوفمبر 1990: يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها، ج ر . رقم 1990/50. والرسوم التنفيذية رقم 37/97 مؤرخ في 5 رمضان 1417 هـ الموافق 14 يناير 1997: يحدد شروط و كفاءات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيها واستزادها وتسويقها في السوق الوطنية، ج ر . رقم 1997/04. والقرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994: يتضمن كفاءات تطبيق م . التنفيذي 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر . 1990/35.
⁶ - سيتم التطرق لكل هذه النصوص بالتفصيل والمواد التي جاءت بصدد إعلام المستهلك لدى الحديث عن مضمون الالتزام

ثانيا: طابع و مبررات الالتزام بالإعلام .

أ- طابع الالتزام بالإعلام.

لقد أدرك القضاء الفرنسي في بادئ الأمر أن معظم القضايا المرفوعة على ساحته والخاصة بعيوب الرضا و ضمان العيوب الخفية كان يمكن تفاديها لو أن المنتج أو البائع لم يستعمل حقه في السكوت, بل بالعكس قام بواجبه نحو المشتري بإعلامه بحقيقة المبيع و خصائصه الجوهرية . هذا إلى جانب عدم تلاؤم وعجز نظرية عيوب الرضا أمام ظهور وسائل وطرق بيع متطورة وما يتطلبه لإعمال قواعدها من إثبات للعيب مما يشقّ على المتضرر. مما أوجب اعتماد طرق وقائية يكون هدفها تنمية رد فعل وإعلام المتعاقدين واعتبار المستهلك شخص واع وحر قادر على حماية مصالحه بنفسه إذا ما أعطيناه وسائل الاستعلام والتفكير¹.
فالقانون طور شكليّة إعلامية دقيقة عن طريق وضع نصوص قانونية بغية حماية المستهلك من خلال فرض إعلام إجباري² بيّنت معالمه التزامات خاصة بالإعلام(2). وفي نفس الوقت اعتمد القضاء لا سيما بفرنسا على نصوص عامة ألقى من خلالها على عاتق البائع التزاما عاما بالإعلام(1) .

1- الالتزام العام بالإعلام .

الأصل أن كل شخص ملزم بأن يستعلم عمّا يريد التعاقد بشأنه. إلا أنه و لاعتبارات فرضتها عوامل اقتصادية و كذا عدم التوازن في القوى التعاقدية و عملا بالقاعدة "الوقاية خير من العلاج" فإن الاجتهاد القضائي بفرنسا ألقى على عاتق أحد المتعاقدين التزاما بإعلام الطرف الأخر³, معتمدا في ذلك على نصوص عامة في القانون المدني كمبدأ حسن النية و الذي تفرضه

= بالإعلام في المبحث الثاني من هذا الفصل.

¹-F. Terré et autres, précis de droit civil, les obligations, Dalloz 7 éd 1999, p.235.

²- على أن هناك إعلام اختياري لا يطالب به المحترف والبائع عموما بل يقدمه بمحض رغبته هادفا من ورائه إلى التعريف أكثر بمننوجه وأنه يتضمن جودة معينة تميزه عن غيره وهو ما يعرف بإشارات الجودة (signe de qualité) مضمونة من طرف جهاز مستقل عن المتدخلين في عملية الوضع للاستهلاك. من أمثلتها CE و ISO , Label de qualité ... الخ لأكثر تفصيل ينظر: J.Calais-Auloy, droit de la consommation, Dalloz 1999. 5 éd. P.61 et s.

³-F. Terré et autres ,op.cit ,p. 336.

م 3/1134 ق م الفرنسي والتي تقابلها م 2/107 ق م الجزائري و التي لم تعد تخص مرحلة تنفيذ العقد فحسب بل يتعدى ذلك إلى مرحلة الإبرام.

وبخصوص القانون الجزائري فان المادة 352 ق م(والتي لا مثيل لها في نظيره الفرنسي) جاءت لتلقي على عاتق البائع التزاما بالإعلام باتجاه المشتري, في عقد البيع عموما. في حين أنه وبالنسبة لمجال السلع والخدمات فان كل من المواد 3, 4, 21 من القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك, وكذا المادة 08 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية, قد فرضت على كل المتدخلين في عملية العرض للاستهلاك التزاما عاما بالإعلام سواء تعلق الأمر بمنتوج أو خدمة. لذلك كان من الطبيعي أن يقع هذا الالتزام على عاتق المحترف في علاقته مع غير المحترف أو المستهلك ليشكل إحدى آليات التوازن العقدي¹ الهدف منه تقديم إعلام محايد و موضوعي عن المبيع دون النظر إلى ملائمة العقد أو توجيه المتعاقد إلى اتخاذ القرار المناسب و الذي هو من شأن الالتزام بالنصيحة².

على أن الإخلال بهذا الالتزام يربط مسؤولية المحترف بغض النظر عن طبيعة الخدمة أو المنتج المقدم فيكون الجزاء هو بطلان العقد كقاعدة مع التعويض عن الضرر عند الاقتضاء³.

2- الالتزامات الخاصة بالإعلام.

إضافة إلى الالتزام العام بالإعلام الذي يقع على عاتق المحترف كان لا بد من فرض التزامات خاصة بالإعلام بمقتضى القوانين و اللوائح تتعلق ببعض البيانات الإلزامية مقترنة بجزاءات صارمة تهدف إلى ضمان اكبر قدر ممكن من الدقة في الإعلام المقدم. والتي من الطبيعي أن تلعب دورا وقائيا (لا نجده في الجزاء المدني) عن طريق احترام النصوص التي جاءت في هذا الشأن . و هي تمثل نوعين هما على التوالي الالتزام بالإعلام بخصائص المنتج أو الخدمة والتي جاءت بها النصوص التنظيمية السالفة الذكر⁴, و الالتزام بالإعلام بالأسعار

¹ - بودالي محمد, الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات: دراسة مقارنة, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة طبعة أولى 2005, ص 6 .

² - في هذا المعنى بودالي محمد, المرجع السابق ص 21.

³ - D. Zennaki , l'information comme source de protection des consommateurs, op.cit , p. 22.

⁴ - أنظر فيما سبق ص 12 من هذا البحث.

وشروط البيع التي جاء بها القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. و ما تجدر الإشارة إليه هو أن هذه الالتزامات الخاصة¹ و المتعلقة ببعض أصناف السلع والخدمات لا تضع حدًا للالتزام العام بالإعلام و لا تعفي المحترف من واجبه المقرر من طرف هذا الأخير، والذي يمتد ليشمل جميع المنتجات² والخدمات مهما كانت طبيعتها. بحيث يبقى المحترف ملزماً بتقديم البيانات المكتملة و الضرورية لبيان المنتج أو الخدمة بموجب الالتزام العام بالإعلام.

ب- مبررات الالتزام بالإعلام.

إنّ الفقه المعاصر اليوم يرى أن مبدأ سلامة العقود لا يمكن أن يتم من خلال إمكانية التساؤل عن القوة الملزمة للعقد و بمساعدة فكرة حسن النية فحسب، ذلك أن هذه الفكرة غامضة وغير مؤكدة مما يستوجب البحث عن هذه السلامة في إطار فروض خاصة للالتزام بالإعلام³. و أمام عجز نظريتيّ عيوب الرضا لا سيما الغلط و التدليس و نظرية ضمان العيوب الخفية في الكثير من الحالات في جبر الضرر ومن ثم تأسيس المسؤولية المدنية عليهما لما يتطلبه من اشتراط قصد التضليل للتوصل إلى إبطال العقد بالنسبة للتدليس، و اشتراط أن يكون الغلط جوهرياً بالنسبة للغلط هذا من جهة⁴. و من جهة أخرى وبالنسبة إلى نظرية الضمان، فإن ما تتطلبه هذه الأخيرة من ضرورة إثبات خطأ البائع باعتباره ركناً في المسؤولية العقدية في حالة المطالبة بالتعويض عن الضرر من جراء العيب، ناهيك عن قصور فكرة العيب في حد ذاتها و التي لا تغطي نقص الأمان في السلعة أو المنتج الراجع إلى التطور الفني⁵.

¹ - هناك من أضاف إلى هذه الالتزامات الخاصة، الالتزام باستعمال اللغة العربية في الإعلام. والمشار إليه في النصوص التنظيمية السالفة الذكر. أنظر في هذا الشأن: بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر: دراسة مقارنة رسالة دكتوراه، جامعة س. بلعباس 2002-2003 ص 67. وانظر كذلك: D.Zennaki, op.cit, p.25

على أن إدراج هذا الالتزام بهذا الشكل وفي اعتقادي إنما هو تحصيل حاصل باعتبار أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية للبلاد وأن إلزامية الإعلام من خلالها لا يتعلق بحماية المستهلك بقدر ما هو متعلق بالسيادة الوطنية.

² - أدخل مصطلح 'منتج' أو الأصح منتج في قانون حماية المستهلك للدلالة على المال وهو مصطلح اقتصادي على عكس المال و هو مصطلح من المصطلحات الكلاسيكية للقانون المدني. ينظر في هذا المعنى بودالي محمد م. سابق ص 57. حيث يدخل تحت هذا المسمى كل ما يمكن وصفه مالا، عقارا كان أو منقولا كالأراضي و العقارات عموماً، السلع بأنواعها.. الخ.

³ - احمد محمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 104.

⁴ - ينظر المادة 86/فقرة 2 والمادة 81 من القانون المدني الجزائري النافذ .

⁵ - فتحي عبد الرحيم عبد الله، نظام تعويض الأضرار التي تلحق بأمن وسلامة المستهلك في القانون المدني المصري و المقارن: مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية العدد 25، كلية الحقوق جامعة المنصورة أبريل 1999، ص 16.

من هذا المنطلق جاءت فكرة الالتزام بالإعلام لتخفف من حدة هذا القصور فأضافت لنظرية الغلط إمكانية المطالبة بالتعويض بالإضافة إلى البطلان إذا كان الغلط الذي وقع فيه المتعاقد هو نتيجة الإخلال بهذا الالتزام. وكذا عدم اشتراط قصد التضليل للتوصل إلى إبطال العقد بالنسبة للتدليس، و الاكتفاء من ثم بوجود إخلال بالالتزام بالإعلام بموجب نص قانوني أو اتفاق أو ما يستوجبه حسن النية في تنفيذ الاتفاقات. فيكون على المتعاقد الإفضاء للطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة بمساعدته في اتخاذ قرار التعاقد من عدمه¹. ولا يكون ذلك إلا من خلال بيان محل العقد بياناً كاملاً من خصائص ومميزات.

على هذا الأساس يمكن اعتبار أن مخالفة الالتزام بالإعلام تمثل بحد ذاتها عيباً للرضا مستقلاً عن العيوب الأخرى يستوجب إبطال العقد. حيث تقوم مسؤولية المحترف أو البائع عموماً بمجرد غياب الإعلام أو عدم كفايته، ولا يهتم بعد ذلك البحث عما إذا كان الإعلام مضللاً أو مغلوفاً من عدمه للقول بالتدليس أو الغلط. وسواء انطوى المبيع عن عيب أم لا، فمجرد غياب الإعلام أو عدم كفايته تقيم مسؤولية المحترف مما يجعلنا نقترّب من المسؤولية الموضوعية في هذا الشأن.

فالالتزام بالإعلام على هذا النحو يجد مبرراً له في مبدأ سلامة العقود، إذ أن هناك حقيقة مفادها أن المساواة بين الأطراف الذين تشملهم نصوص عديدة للتقنين المدني لم تعد تتفق مع الواقع²، خاصة في ظل عدم المساواة بين المتعاقدين في العلم نظراً لوضع التفوق الذي يحظى به أحدهما بمعرفته التامة بالمنتوج و تفاصيل العقد إزاء الطرف الآخر الأجنبي تماماً عن الظروف و الملابس التي تم فيها تحضير المنتوج مما يعرض الأخير لتعسف الأول نتيجة لغياب هذا التوازن.

كما يعتبر الالتزام بالإعلام خيراً تطبيقاً لمبدأ "الوقاية خير من العلاج" وهذا بتجنّب المتعاقد اللجوء إلى إبطال العقد، إذا ما هو أعلم وبصفة نزيهة ودقيقة وكاملة عن محل العقد.

¹- ينظر في هذا المعنى حمدي احمد سعد المرجع السابق ص52 و أنظر كذلك احمد محمد الرفاعي المرجع السابق ص 105.

²- في هذا المعنى احمد محمد الرفاعي نفس المرجع نفس الموضوع .

الفرع الثالث - خصائص الالتزام بالإعلام .

أولا : من حيث كونه حديث النشأة من عدمه .

ذكرنا في مقدمة البحث أن الالتزام بالإعلام أو بالأحرى واجب إعلام المشتري من طرف البائع عن كل عيب أو نقص يعترى المبيع لا سيما في عقد البيع, قد عرفتة المجتمعات القديمة ولم يكن كما يعتقد وليد التطور التكنولوجي و الصناعي. على أن الملاحظ هنا هو أن القضاء (الرومان- اليونان) آنذاك تصدى لهذا الالتزام بإلقاء المسؤولية على البائع لتعمده إخفاء عيوب المبيع أو عرضه لأوصاف لا يتضمّنها في الحقيقة¹, ممّا يجعلنا لا نخرج عن فرضي ضمان العيوب الخفية أو التدليس.

غير أن الالتزام بالإعلام و نظرا للتطور الملحوظ الذي شهده العالم في شقيه الصناعي و التكنولوجي, وكذا التدقق الهائل لسلع ومنتجات ذات تقنية عالية و تركيبات دقيقة ومعقدة قد ينطوي على استخدامها خطر ما, مما جعل المستهلك والمشتري عموما في وضعية أضعف ما يكون من ذي قبل. الأمر الذي استوجب تدخل القضاء المعاصر لا سيما الفرنسي والذي يرجع له السبق في اكتشاف هذا الالتزام استنادا إلى بعض النصوص العامة في القانون المدني.

من هذا المنطلق بدت بوادر هذا الالتزام في الأفق حيث لم يعد القضاء يركز في أحكامه على ضمان العيوب الخفية أو عيوب الإرادة لفظ النزاعات المتعلقة بنقص المعلومات أو انعدامها, فأصبح بذلك يؤسس أحكامه على إخلال البائع بالتزامه بالإعلام وإثارة مسؤوليته رغم عدم تحقق شروط الغلط أو التدليس أو العيوب الخفية². فحرس القضاء بهذه المناسبة على بيان مضمون هذا الالتزام من خلال وضع شروط لإعماله وتحديد نطاقه .

من خلال ما تقدم ذكره يمكن القول أن الالتزام بالإعلام لم يعرف كالتزام مستقل بذاته له مقوماته من شروط أعمال و تبيان لمضمونه و نطاقه و كذا الجزاء المترتب على مخالفته إلا حديثا , خاصة بعد تفتّن أغلب التشريعات وسيرها مسار الاجتهاد القضائي بضرورة حماية المستهلكين من خلال فرض التزامات خاصة تتعلق بوجود تضمّن المبيع لبيانات إلزامية تبيّن خصائصه الجوهرية وكذا الإعلام بالأسعار و شروط البيع و قرنها بجزاءات صارمة.

¹ - عبد العزيز المرسي حمود المرجع السابق ص 261.

² - ينظر في هذا المعنى, عبد العزيز المرسي حمود المرجع السابق ص 264.

ثانيا : من حيث كونه مستقلا أو تابعا لغيره من الالتزامات .

لقد ذهب جانب من الفقه لا سيما بفرنسا لدى تطرقه إلى الالتزام بالإعلام, إلى ربط هذا الأخير بالتزامات أخرى اعتبرها أساسا¹ له, فجعل بذلك من الالتزام بالإعلام تابعا لها. ولقد اعتمد هذا الاتجاه في تأكيده هذا المعنى على بعض من أحكام القضاء الفرنسي ربط من خلالها الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام, بضمان العيوب الخفية². وهذا رغم ما بينهما من اختلاف من كون أن الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يستوجب تقريره أن يكون المنتج معيبا بل يكفي لذلك مجرد عدم ملائمة المبيع لاحتياجات المشتري, وان كان المبيع يخلو من أي عيب يذكر, حيث أن القضاء ما لبث وأن قرّر أحكاما خالفت هذا الاتجاه فيما بعد. وربط فريق آخر بين الالتزام بالإعلام و الالتزام بالتسليم, وجعل الأول تابعا للثاني ومؤسسا عليه, حيث ذهب القضاء الفرنسي إلى ذلك في بادئ الأمر³. ورغم صحة جانب من هذا القول باعتبار أن الالتزام بالإعلام يعبر عنه أحيانا بواسطة طريقة الاستعمال والذي يفصح عنها للمشتري بمجرد تسليم المبيع, إلا أن الالتزام بالإعلام يظهر أكثر اتساعا, فقيام البائع بالتسليم لا يعني قيامه بكل واجباته العقدية⁴.

وأقرّ فريق ثالث من الفقه بتبعية الالتزام بالإعلام للالتزام بالسلامة⁵. حيث اعتبر هذا الرأيان البائع في عرضه للسلعة أو تقديمه للخدمة فانه يقوم باتخاذ الاحتياطات التي من شأنها أن تحافظ على سلامة المستهلك, ولا يكون ذلك إلا من خلال إعلام واضح ودقيق⁶. على أن هذا الرأي واجه انتقادا حادا باعتبار أن التسليم بهذا من شأنه التقليل من أهمية الالتزام بالإعلام. 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

¹ - سيتم التطرق لهذه النقطة تفصيلا من خلال الحديث عن أساس الالتزام بالإعلام ص 19 وما بعدها.

² - Cass. Com, 3 janv 1977, n°75-12.204, Bull. civ n°4, p.3. Lamy doit économique, Concu, Distr. Cons, Lamy SA Paris 2000, N°4910 p.1803.

³ - Cass. Civ 1^{re}, 27 fev 1985, JCP éd. E 1985, N° 1445 ; Lamy doit économique op.cit, n° 4910 même p.

⁴ - J.Revel, la responsabilité du fabricant, Thèse Paris 1974, p. 208 voir : Lamy droit économique, op.cit, même page.

⁵ - في معنى الالتزام بالسلامة ينظر قريبا لدى الحديث عن هذا الأخير كأساس للالتزام بالإعلام ص 23.

⁶ - عبد العزيز المرسي حمود, المرجع السابق ص 322.

بفرنسا¹, و الذي اعتبر أن الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد وفقا للمادة 1135 م فرنسي وتقابلها م 2/107 مدني جزائري , له خاصياته ومقوماته من طبيعة ومضمون ونطاق ووسائل تنفيذ. ولعلّ الأخذ بهذا الرأي أي اعتبار الالتزام بالإعلام التزاما مستقلا بذاته, في اعتقادي يلزم المنطق وحقيقة الأمور, إذ أن القول بغير ذلك من شأنه الانتقاص من أهمية هذا الالتزام ومن الدور الهام الذي يلعبه في حماية المستهلك على نحو ما بيناه سالفا², خاصة بعد تزايد تدفق المنتجات والتي تتصّف في الكثير من الأحيان بالتّعقيد والخطورة ممّا يستوجب بيان خصائصها وطرق استعمالها وكذا التحذير من مخاطرها عن طريق إعلام واضح, كامل ودقيق.

المطلب الثاني

أساس الالتزام بالإعلام .

بالرغم من استقرار الفقه و القضاء على التزام البائع أو المنتج لا سيما المحترف بإعلام المشتري بالمعلومات الضرورية الخاصة بالمبيع و ما يكتنف هذا الأخير من أخطار قد تهدّد حياته و ماله, إلا أن هؤلاء تباينت آراؤهم حول أساس³ هذا الالتزام. ولعلّ هذا الانقسام في الرأي ينبع من الخلاف حول مصدر هذا الأخير, فمن يرى انه يجد مصدره في التزامات أخرى ذات طبيعة تعاقدية (فرع أول) . ومنهم من يرى أنه ينشأ من العقد ذاته أو هو من مستلزماته فاعتبره التزاما عقديا (فرع ثاني) . ومن يرى أنه ينبع من المبادئ العامة للقانون أو من نصوصه فاعتبره التزاما قانونيا غير عقدي (فرع ثالث) .

¹ - Lamy droit économique, op. cit. n° 4910 p.1803.

² - أنظر فيما سبق ص 10 وما بعدها .

³ - على أن الحديث عن الأساس يقودنا إلى التساؤل عن الغاية من وجود الالتزام عموما, ومن ثم التساؤل عن القاعدة القانونية التي يركز عليها هذا الأخير كي يستطيع القاضي تأسيس حكمه أثناء نظره النزاع. في هذا المعنى :

. P.Jourdain ,le fondement de l'obligation de sécurité,Ga.Pal, recueil bimestriel, sept-oct 1998,

p.1196.

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

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

أولاً : الالتزام بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام .

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

ويرى هذا الاتجاه ضرورة تطبيق قواعد ضمان العيوب الخفية على الأضرار الناتجة عن المبيع عملاً بالمادة 1645 ق م الفرنسي و التي تقابلها المادة 379 ق م الجزائري في ضمان العيب الخفي، وذلك بالزام البائع بتعويض المشتري عن الأضرار التي تلحقه لعدم أحاطته علماً بما يمكنه تجنبها. فيكون الالتزام بالإعلام بذلك امتداداً لفكرة الضمان القانوني، حيث تبدأ أولى خطوات تنفيذ الالتزام بالضمان بقيام الضامن أي البائع بإعلام المشتري بحقيقة المبيع محل الضمان².

إلا أن هذا الرأي تعرّض للنقد من طرف جانب من الفقه من خلال تأكيده ذاتية الالتزام بالإعلام وعدم إمكانية تأسيسه على الالتزام بالضمان و هذا لاختلاف الالتزامين من حيث مصدر و طبيعة و نطاق كل منهما.

فمن حيث المصدر يجد الالتزام بالضمان مصدره في نصوص تشريعية صريحة تقرّر ضمان العيوب الخفية بنص المادة 1641 ق م فرنسي و تقابلها المادة 379 ق م جزائري، و

¹- B. Gross , la notion de l'obligation de garantie dans le droit des contrats, Thèse Nancy, LGDJ
1963, n° 218 P. 208

مشار إليه في : حمدي أحمد سعد مرجع سابق 81.
²- في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 319.

ضمان التعرض و الاستحقاق في المواد 1626 و 1628 ق م فرنسي تقابلهما المادتان 371 و 372 من ق م الجزائري. في حين أن التزام البائع بإعلام المشتري ولد على يد القضاء الفرنسي الذي استنبطه عن طريق تفسير إرادة المتعاقدين مستهدفا من وراء ذلك توفير أكبر قدر ممكن من الحماية لجمهور المستهلكين و المستعملين للمنتجات الصناعية¹.

ومن حيث الطبيعة فإن الالتزام بالضمان هو التزام عقدي بتحقيق نتيجة، يلتزم البائع فيه بضمان التعرض وتعويض المشتري تعويضا كاملا في حالة استحقاق المبيع وفقا للقواعد المقررة في القانون المدني. أما الالتزام بالإعلام فقد يكون عقديا وقد يكون غير ذلك، كما أنه يعتبر التزام ببذل عناية حسب الرأي السائد في الفقه².

أما من حيث نطاق كل منهما فإن الالتزام بالإعلام أوسع نطاقا من الالتزام بالضمان. إذ في حين لا يسأل البائع عن الضمان إلا إذا كان المبيع مشوبا بعيب خفي غير ظاهر أو ارتفاعات و أمور ليس في الوسع ملاحظتها تؤدي إلى استحقاق هذا المبيع و التعرض له لم يفصح عنها البائع للمشتري، نجد أن الالتزام بالإعلام لا يقتصر على ذلك فحسب من إخبار للمشتري بعيوب المبيع أو بمعلومات تتعلق بوضعه القانوني، بل يمتد ليشمل البيانات المتعلقة بطريقة الاستعمال و الاحتياطات الواجب إتباعها لتجنب الأضرار التي قد تنتج عن التقصير خاصة فيما يتعلق بالأشياء الخطرة بطبيعتها أو بسبب جديتها أو حداتها³.

ويضاف إلى تلك الانتقادات ما يتطلبه الالتزام بالإعلام من إدلاء للمشتري ببيانات و معلومات هي غالبا ما تكون قبل عقدية من بيان لأوصاف المبيع و كيفية استعماله، في حين أن الالتزام بالضمان يوجد على عاتق البائع بعد إبرام العقد مما يستبعد اعتباره أساسا للالتزام بالإعلام⁴. كما أن محكمة النقض الفرنسية درجت على هذا الرأي من خلال تقريرها لعدم اعتبار الالتزام بالضمان أساسا للالتزام بالإعلام، حيث عابت في أحكام عديدة لها على محكمة

¹ - ثروت فتحي إسماعيل، المسؤولية المدنية للبائع المهني الصانع والموزع: رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس 1978 ص 373.

² - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 320.

³ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 84.

⁴ - V.Christianos, conseil, mode d'emploi et mise en garde, contribution à l'étude de l'obligation d'informer, Thèse paris 1985, p. 350.

الاستئناف تأسيس دعوى المسؤولية ضد البائع على ضمان العيوب الخفية في حين كان المشتري يشتكي من عدم كفاية البيانات و التحذيرات المتعلقة باستخدام المبيع¹.

ثانيا: الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام.

يرى جانب آخر من الفقه أن التزام البائع بتسليم المبيع (l'obligation de délivrance) يعتبر أساسا لالتزامه بالإعلام ومن ثم فهو يجد أساسه في القواعد التي تحكم الالتزام بالتسليم والواردة في المادة 1615 ق م فرنسي المقابلة للمادة 364 ق م جزائري، حيث يمتد التزام البائع عند تسليمه الشيء المبيع إلى تزويد المشتري بكافة البيانات الضرورية سواء الخاصة بمواصفاته أو كيفية استعماله وكذا تحذيره من المخاطر التي قد ينطوي عليها وكيفية تجنبها وتسليمه الكتيبات و النشرات الخاصة بذلك. فمن شأن التسليم تمكين المشتري من حيازة المبيع والانتفاع به على أكمل وجه ولا يتأتى ذلك إلا بإعلام هذا الأخير بالبيانات الضرورية².

والواقع أنه ورغم ما يبدو من ارتباط بين الالتزامين و ما جاء في هذا الصدد من بعض الأحكام القضائية لمحكمة النقض الفرنسية تؤيد ذلك³، فإنه من الصعب وحسب أغلبية المختصين في هذا المجال⁴ التسليم بهذا الرأي لاعتبارات عدة، وهذا من منطلق اعتبار الالتزام بالتسليم ينشأ من العقد و يتعلق بتنفيذه، في حين نجد أن الالتزام بالإعلام ينشأ بهدف تنوير إرادة المشتري انطلاقا من المرحلة السابقة على إبرام العقد و حتى أثناء تنفيذه.

كما أن القول بتبعية الالتزام بالإعلام من شأنه وعلى حد تعبير الأستاذ حمدي سعد، أن يحط من الدور الهام لهذا الالتزام اتجاه التطور الفني و التعقيد التكنولوجي المتزايد للمنتجات مما يتطلب تدخل الصانع أو البائع بمساعدة المشتري ابتداء من اختيار الشيء الذي يناسبه و

¹-Cass. Com, 16 octobre 1973, JCP.1974 n° 17846. note Malinvaud. حمدي احمد سعد م س ص 84

²-voire en ce sens : Ph. Le Tourneau et L.Cadiet ,le droit de la responsabilité, Dalloz action 1998, n°2833.ou il est écrit : « l'obligation de délivrance du vendeur d'un matériel s'étend à la mise au point et comporte une obligation accessoire d'information et de conseil du client ».

وانظر في نفس المعنى كذلك عبد العزيز المرسي حمود , المرجع السابق ص 321.

³-Cass.Civ.1^{re} , 27 fev 1985, n°84-10.022, JCP Ed. E 1985, 1 n° 14451 ; Cass. Civ1^{re}, 25 juin 1996, n° 94-16 702, Bull. civ .1. n° 274, p. 192. RTD com. 1997, p.309, obs.B. Bouloc .voire Lamy droit économique, op.cit, n° 4910 p.1803

⁴- عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 322 وكذلك حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 87.وانظر في الفقه الفرنسي: R.Bout, Lamy droit économique, op.cit, n°4910 p. 1803.

Voir aussi : V. Christianos ,conseil ,mode d'emploi et mise en garde, op.cit, p. 355.

حتى تشغيله بما يلاءم حاجاته. وقد يتطلب الأمر أكثر من ذلك إذ يلزم البائع المهني بتدريب المستخدم تدريباً عملياً على الطريقة المثلى للاستعمال كما هو الشأن في الآلات الإلكترونية و هو ما يسميه المختصون الالتزام بالدعم (assistance technique) .

و لعل أهم انتقاد وجه لهذا الرأي هو أن القول بالتبعية يضيق من نطاق الالتزام بالإعلام حيث يجعله قاصراً على عقد البيع فقط، و بالتالي لا يمتد إلى الحالات التي لا يرتبط بها الأشخاص بعلاقة عقدية، حيث لا يكون معلوماً كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام. ناهيك عما يجزأ إليه هذا القول من استثناء مجال الخدمات وهو أمر لا يمكن التسليم به نظراً لما تحتله هذه الأخيرة من أهمية قصوى في مجال الاستهلاك، مما يجعلنا نستبعد هذا الاتجاه.

ثالثاً: الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام .

يرى جانب ثالث من الفقه¹ أن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالسلامة² وذلك لعدم كفاية الالتزام بالضمان لتحقيق حماية سلامة المستهلك خاصة إذا كان محل العقد ينطوي على خطورة ما، سواء في كيفية استعماله أو حفظه. و بالتالي فإن الحاجة إلى التزام آخر أكثر نطاقاً لها ما يبررها، ولا يكون ذلك إلا باعتماد الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام بحيث يجب على البائع أن يتخذ جميع الاحتياطات المؤدية إلى حماية سلامة المشتري عن طريق الإعلام الدقيق و الأوفى، خاصة تلك البيانات المتعلقة بكيفية الاستعمال و التحذير من المخاطر

¹ - يؤيد هذا الرأي نخبة من الأساتذة بفرنسا وعلى رأسهم الأستاذ Mazeaud وكذلك من الفقه المصري د/ ثروت إسماعيل، المسؤولية المدنية للبائع المهني، المرجع السابق ص 378.

² - لقد ظهرت فكرة الالتزام بالسلامة لأول مرة في نهاية القرن 19 و بداية القرن 20 حيث بدت بوادر هذه الفكرة في عقد العمل بمناداة بعض الفقهاء في فرنسا بضرورة تحميل أرباب العمل المسؤولية عما يصيب العمال داخل المصانع و الورشات جراء الطفرة الحاصلة آنذاك في هذا المجال. من أضرار نظراً لصعوبة إثبات الخطأ في حق أرباب العمل فأوجبوا التزاماً بالسلامة على عاتقهم دون حاجة إلى إثبات خطئهم. حيث عرف ما يسمى بالمسؤولية الموضوعية. ثم جاء القضاء الفرنسي ليجسد هذه الفكرة ولأول مرة من خلال محكمة النقض في 21 نوفمبر 1911 في عقد النقل البحري تحديداً ثم عممها تدريجياً على عقود أخرى كما هو الشأن في عقود نقل الأشخاص عموماً وكذا في مجال الخدمات كعقد النزول بفندق و الملاهي و الألعاب كما عرف كذلك تطوراً كبيراً في المجال الطبي. لتفصيل أكثر ينظر :

Jean-Louis. Halpérin, la naissance de l'obligation de sécurité, Gaz Pal, recueil bimestriel, sept-oct p.1997.

و انظر كذلك محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات : مطبعة جامعة القاهرة 1978 ص 466 وما بعدها. أما عن امتداد هذا الالتزام في القوانين الجزائرية ينظر :

S.Bernard , et D. Zennaki , L'obligation de sécurité, PUB 2002.

التي قد تكتنف المبيع والاحتياطات الواجب اتخاذها في هذا الصدد¹. حيث ذهب البعض إلى القول بأنه إذا اتخذ الالتزام بالإعلام شكل التحذير فإنه يكون وسيلة لتحقيق السلامة². ولقد جاءت بعض الأحكام القضائية في هذا الصدد تؤكد هذا الاتجاه حيث أقامت محكمة النقض الفرنسية مسؤولية البائع أو الصانع استنادا إلى الإخلال بالالتزام بالسلامة. ومن بين هذه الأحكام و أهمها حكم محكمة استئناف³ Douai والذي قرّرت فيه صراحة أن " حيث أن شركة Centrvente قد أغفلت الطريقة المثلى لاستعمال المبيع وهو خلاط كهربائي (malaxeur) وبيان أهمية ربط الوعاء الزجاجي على دعامة التولبية، والاحتياطات التي يجب أخذها عند انحراف هذا الوعاء فإنها تكون قد أخلت بالالتزام بالسلامة المتولد عن العقد و يكون خطؤها هو السبب في الحادث... " فقضت بمسؤولية الصانع على الرغم من خلوّ المبيع من العيوب التي تجعله غير صالح للاستعمال استنادا إلى إخلاله بالالتزام بالسلامة.

إلا أنّ هذا الرأي واجه نقدا من طرف أغلبية الفقه، حيث يرى ضرورة عدم التسليم بذلك من منطلق أن الالتزام بالسلامة يقتصر على تسليم منتجات خالية من أي عيب أو خلل في صناعتها مما قد يؤدي إلى تعريض الأشخاص إلى أخطار تمسّ سلامتهم الجسدية أو تتسبّب في أضرار مادية لهم، أي أنه التزام بعدي يتعلق بتنفيذ العقد فلا يمتدّ إلى الفترة السابقة عليه و التي هي من شأن الالتزام بالإعلام في الكثير من العقود التي يتطلب إبرامها التزاما بالإعلام على عائق الصانع أو البائع ضمانا لصحة وسلامة رضاء المشتري⁴.

كما أن القول بهذا سيجعل من الالتزام بالإعلام التزاما تعاقديا من حيث الوفاء به يهدف إلى تيسير تنفيذ العقد كما هو الشأن في الالتزام بالسلامة الذي يتعلّق بتنفيذ العقد في حين أن الالتزام بالإعلام قد يكون تعاقديا وقد يكون قبل تعاقد⁵.

أما فيما يخص حكم محكمة Douai و التي استندت في حكمها إلى نص المادة 1135 ق م فإنها اعتمدت أساسين لإقامة مسؤولية البائع، حيث ذكرت أن هذا الأخير يكون ملزما بإعلام

¹ - ينظر في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 322.

² - G. Viney, la responsabilité civile, JCP. 1992. Chronique, doctrine, n° 3664.

³ - CA. Douai, 4 juin 1954, D. 1954, p. 708

مشار إليه في : حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 92.

⁴ - ينظر في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 322. وكذلك حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 93.

⁵ - المرسي حمود، المرجع السابق ص 323. و أنظر قريبا الفصل الخاص بطبيعة الالتزام بالإعلام ص 34 و ما بعدها.

المتعاقد معه على أساس المادة 1135 و إذا لم يقبل هذا الأساس فإن التزامه بالإعلام يكون مشتقاً من التزام آخر هو الالتزام بالسلامة. وهذا كله صيانة لحكمها من النقص¹.

لهذه الاعتبارات نخلص إلى أن تأسيس الالتزام بالإعلام على الالتزام بالسلامة من شأنه أن يوجد بعض الصعوبات العملية في تأسيس المسؤولية المدنية، خاصة إذا ما سلمنا كما سوف نعاينه من خلال الفصول القادمة من هذه الدراسة² أن الالتزام بالإعلام قد يكون قبل تعاقد في شأن بعض المعلومات و البيانات الواجب توافرها قبل إبرام العقد، في حين أن الالتزام بالسلامة يوجد على عاتق البائع بعد إبرام العقد. فكيف يمكن تأسيس التزام قد ولد فعلاً و هو الالتزام بالإعلام-وهو ضروري في كل العقود- على التزام قد يوجد وقد لا يوجد باعتبار أن الالتزام بالسلامة لا يحتجّ به إلا في حالة حدوث أضرار للمشتري سواء جسدية أو مادية جراء استخدام المنتج المعيب. إذ القول بغير ذلك يؤدي بنا إلى اعتبار أنه لا مجال للحديث عن الإخلال بالالتزام بالإعلام إلا إذا كان هناك فعلاً إخلال بالالتزام بالسلامة و هذا ما لا يستساغ.

الفرع الثاني- الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد.

لقد ذهب غالبية الفقه لا سيما الفرنسي إلى إسناد الالتزام بالإعلام إلى العقد ذاته و اعتباره من مستلزماته وفقاً للقانون و العرف و العدالة، و ذلك بمقتضى المادة 1135 ق م فرنسي و التي تقابلها المادة 2/107 ق م جزائري و التي تنص " لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون و العرف و العدالة حسب طبيعة الالتزام" حيث يرى هذا الاتجاه بحق أن إلزام الصانع أو البائع المهني بإعلام المشتري أصبح من مستلزمات العقد، فالقاضي يضيف الالتزام المذكور إلى مضمون العقد لفرض حماية الطرف الضعيف تحقيقاً للتوازن بين المصالح المختلفة عن طريق حشو العقد بالتزامات جديدة.³

و لقد تقرّر هذا في العديد من أحكام القضاء الفرنسي، منها ما قضت به الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض في حكم شهير لها بتاريخ 14 ديسمبر 1982⁴، من مسؤولية صانع مادة

¹ - ينظر تعليقا على الحكم حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 95.

² - انظر قريبا ص 35 ما بعدها.

³ - P.Jourdain, Gaz.Pal, 1997 op.cit.p.1197. ou il dit «...il s'agit d'un forçage légal du contrat...».

⁴ - Cass. Civ 1^{re}, 14 décem 1892, RTD civ.1983 n°09, p. 545. عبد العزيز حمود م.س. نفس الموضوع

مقاومة للطفيليات عن إصابة مزارع عند استعماله لها بعجز دائم في عينيه جراء تطاير ذرات من هذه المادة إليها. حيث تقرر عدم كفاية التحذيرات، بعدما اكتفى الصانع بالتوصية بعم ملامستها الجلد ولم يوضح خطورتها على العينين، وعابت محكمة النقض على محكمة الاستئناف و التي كانت قد قضت بعدم مسؤولية الصانع و إخلالها بالمادة 1135.

وفي حكم آخر لها قضت كذلك نفس المحكمة أن "الالتزام بالنصيحة يوجب على البائع أن يستعلم عن حاجات المشتري ويعلم عميله بمدى ملائمة الجهاز المقترح للاستعمال الذي يريده فيه" وعابت على محكمة الاستئناف إخلالها بالمادة 1135 ق¹.

هذا إلى جانب عدة أحكام استتدت فيها محكمة النقض إلى المادة 1135 م فرنسي و التي تقابلها المادة 2/107 م جزائري إذا ما تعلق الأمر بالإخلال بالإدلاء بالمعلومات الضرورية الخاصة بمحل العقد، و بالتالي تكون محكمة النقض قد سايرت الاتجاه الغالب لدى الفقه بأهميّة هذه المادة سواء كأساس للالتزام بالإعلام أو واجب بالنصيحة².

الفرع الثالث- الأساس غير التعاقدى للالتزام بالإعلام.

لقد أدت الانتقادات الموجهة إلى الأساس الأول -خاصة الآراء التي ترى أن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزامات ذات الطبيعة العقدية والتي تعتبر بالنسبة إليه أصلية- إلى اعتبار الالتزام بالإعلام التزاما غير عقدي يجد أساسه في نظرية صحة وسلامة الرضاء(أولا)، أوفي المبادئ العامة للقانون كمبدأ حسن النية(ثانيا) الذي يفرض على المتعاقد الذي يحوز معلومات بخصوص العقد أن يعلم بها الطرف الآخر طالما يتعدّر عليه العلم بها و الاستعلام عنها من تلقاء نفسه. أوفي نصوص القانون المدني مباشرة كنص المادة 419 م مصري و التي تقابلها المادة 352 م جزائري(ثالثا).

¹- Cass. civ 1^{re}, 5 déce 1995, Bull. civ 1995 .1. n° 453, p. 315.

وانظر في التعليق على هذا الحكم د/ عامر قاسم احمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، م. سابق ص 116 .

²-Lamy droit économique , op.cit ,n° 4911 p.1803.

أولا : نظرية عيوب الرضاء كأساس للالتزام بالإعلام .

يؤسس بعض الفقه الالتزام بالإعلام على نظرية عيوب الرضاء لاسيما الغلط والتدليس حسب المادتين 1110, 1116 ق م فرنسي و التي تقابلهما المادتين 86 و 81 من القانون م جزائري. ودلالة ذلك أنه لا يكفي النظر إلى المتعاقد ذي الإرادة المعيبة فحسب لتحويله الحق في طلب الإبطال رفعا للضرر عنه, بل يجب النظر إلى سلوك الطرف الآخر و مدى تأثير ذلك على تعيب الإرادة بحيث يطلب منه أن يعلم المتعاقد معه بالبيانات و المعلومات التي تمكنه من التعاقد على بصيرة وعدم كتمها مما يؤدي إلى جعل الالتزام بعدم السكوت التزام بالمصارحة و التبصير, لذا فان هذا الرأي يؤسس الالتزام بالإعلام على نظرية عيوب الرضاء خاصة التدليس بطريق الكتمان *le dol par réticence*¹.

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

ثانيا : مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام .

لقد اعتبر جانب من الفقه في هذا الصدد أن الالتزام بالإعلام يستند إلى مبدأ حسن النية والذي يعتبر مبدأ أساسيا في تنفيذ العقود بمقتضى المادة 3/1134 مدني فرنسي والمقابلة للمادة 1/107 مدني جزائري و التي تنص على " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه و بحسن نية". ولقد كانت هذه المادة محل تفسيرات متعدّدة لاسيما لدى الفقه الفرنسي حيث يرى جانب من هؤلاء أنها تنطوي على واجب الأمانة و الثقة بين المتعاقدين 'Devoir de loyauté' كما يرى جانب آخر أنها تنطوي على واجب التعاون و الاشتراك *le devoir de coopération ou de*

¹- في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق 324 وما بعدها.

²- ينظر في نقد هذا الأساس د/ عبد العزيز المرسي حمود, المرجع السابق 325 و ما بعدها.

collaboration و الذي يتطلب أن يقوم كل متعاقد بإبلاغ الطرف الآخر بمضمون العقد والأمور التي يهّم معرفتها لتنفيذه¹.

كما قد يتعدّى هذا الالتزام وعملا بنفس المادة إلى التزام المهني بإعلام الطرف الآخر حتى ولو كان مهنيا من نفس التخصص عملا بما يفرضه واجب الوضوح أو الشفافية 'Transparence' التي يبحث عنها القانون الفرنسي لأنها مرادف للأمانة و المساواة².

ولا يقتصر مبدأ حسن النية على مرحلة تنفيذ العقد. بل وحسب ما ذهب إليه بعض الفقهاء المعاصرين باستلزام إدماج القاعدة الخلقية في الالتزامات القانونية، يمتد لشمّل مرحلة ما قبل التعاقد، و هو ما اصطلح على تسميته بمبدأ حسن النية قبل التعاقد. و من ثم فإن هذا المبدأ يلقي على البائع المهني التزاما بإعلام و نصيحة المشتري غير المهني بكافة المواصفات والبيانات الضرورية عن المبيع و أن لا يكتم عنه أيّ معلومات يكون لها تأثير على قراره بإبرام العقد أو العدول عنه³.

ولقد أسّس القضاء الفرنسي في جانب من أحكامه الالتزام بالإعلام على مبدأ حسن النية استنادا إلى المادة 1134 مدني فرنسي، حيث بدأ في إخراج هذا المبدأ إلى حيز التنفيذ في حكم هام خاص بزوجين كانا قد اقترضا من البنك مبلغا ماليا لحاجاتهم الشخصية، ووقع على التزام بالضمان لهذا الدين على سبيل الكفالة زوجان آخران بنفس المبلغ، و عندما استحقّ الضمان عليهم لتخلف 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 أن محكمة الاستئناف رفضت الطلب و ألزمتهم بالدفع. إلا أن الحكم نقض من طرف محكمة النقض لإخلاله بالمادة 1134 حيث جاء في حيثيات الحكم أنه يعتبر مخطأ، البنك الذي يعلم حالة مدينة المشكوك فيها و المثقل بالديون و يغفل عن وضع هذه المعلومة أمام الضامن بهدف تحريضه على الضمان⁴.

¹ - ينظر في هذا المعنى حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 108.

² - احمد محمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 160.

³ - احمد محمد الرفاعي م سابق ص 158. وانظر محمود زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، م سابق ص 552 وبعدها.

⁴ - Cass. civ 1^{re}, 10 janvier 1989, RTD civ 1989 p. 736 obs J.Mestre

و انظر تعليقا على الحكم احمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 185 وما بعدها .

ومن هذه الأحكام أيضا ما قضت به محكمة النقض من أنه يجب على الشخص المتخصّص في تركيب الأسطح القرميدية أن يبيّن لمقاول البناء و يحذره من المخاطر التي يمكن أن تنتج عن استعمال المواد المختارة موضحا له خصائصها و البناء الذي تستعمل فيه. وعابت على محكمة الاستئناف عدم مراعاتها للمادة 1134¹ م.

وكذلك ما أكدته محكمة النقض في حكمها الصادر في 30 جوان 1992² والتي عابت من خلاله على محكمة الاستئناف رفض طلب الفسخ الذي تقدم به الزوجان les époux de bail والمتعلق بقطعة أرض مخصّصة لبناء سكن ضد السيدة Delon حيث اكتشفا بعد إتمام البيع وجود محتوى مائي تحت الأرض يعيق البناء و لا يمكن إتمام ذلك إلا بالقيام بأعمال مكلفة، فقررت نقض الحكم لإخلاله بالمادة 1134 مدني فرنسي. و أكدت أنه كان يجب على البائعة أن تعلم المشترين بالصفات الجوهرية للأرض و أن تكشف لهما عن وجود دعوى أمام القضاء بخصوص نفس المشكل لقطعة أرض مجاورة مقامة من مشتر آخر ضد نفس البائعة، أما و أنها لم تفعل ذلك فقد أخلت بالتزامها بالإعلام وفقا لنص المادة 3/1134 حيث كان يجب عليها أن تؤجل البيع الثاني لحين الفصل في النزاع الأول أو أن تعلم المشترين الجدد بحقيقة الأمر. ويرى الفقه أن استلزام محكمة النقض من خلال هذا الحكم مبدأ حسن النية في مرحلة الإبرام صراحة، اتجاه محمود من شأنه تحقيق الوحدة العقدية فمن غير المنطقي تطلب ذلك في التنفيذ دون مرحلة الإبرام³.

ثالثا : المادة 352 من ق م الجزائري كأساس للالتزام بالإعلام.

لقد تضمّن القانون المدني الجزائري النافذ نصّا هاما يقضي بضرورة علم المشتري بالشيء المبيع علما كافيا و أقرّ جزاءا على تخلف هذا العلم هو إمكانية طلب إبطال البيع. حيث جاء في نص المادة 2/352 ق م الجزائري (التي تقابلها المادة 1/419 ق م المصري) ما

1- Cass. Civ 1^{re}, 20 juin 1995, Bull. civ I n°276 p. 191 ; مشار إليه في : حمدي سعد م سابق 110.

2- Cass. Civ 3^{ème}, 30 juin 1992; Bull. civ III n°238 p. 145 .

و انظر تعليقا على الحكم عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 326.

3- أحمد محمد محمد الرفاعي, المرجع السابق ص 159.

يلي: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

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

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

ومن ثم لم يكتف القانون الجزائري بما تقضي به القواعد العامة في القانون المدني بخصوص عقد البيع من وجوب تعيين المبيع أو قابليته للتعيين وقت العقد و إلا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا¹، و إنما تطلب لصحة البيع كذلك علم المشتري بالمبيع علما كافيا عن طريق اشتمال العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية و قرّر البطلان النسبي كجزاء للإخلال بذلك انطلاقا من أن تعيين المبيع أو قابليته للتعيين لا يكفي لتحقيق العلم الكافي للمشتري.

فتعيين المبيع يقصد به تحديده بما يميزه عن غيره تحديدا ينفي جهالته من قبل المشتري، فإذا كان المبيع أرضا مثلا وجب ذكر موقعها ومساحتها و حدودها². فيكون التمييز في هذه الحالة دون ذكر أوصاف الشيء المبيع الأساسية و من ثم فإن العلم بالمبيع أكثر شمولاً من مجرد المعرفة التي تتحقق بالتعيين وفقا للقواعد العامة.

ولعلّ الحكم الذي سقناه سابقا في قضية *Les époux de bail* بخصوص قطعة الأرض³ يدعم هذا المعنى، إذ أن كلمة "الصفات الجوهرية" والتي تضمّنتها وقائع القضية تؤكد شمول العلم الكافي بالمبيع عن مجرد المعرفة بتعيينه تعيينا ينفي جهالته. حيث تعدّى بذلك مجرد معرفة المساحة، الحدود و الموقع في مثالنا السابق إلى معرفة الصفات الجوهرية للمبيع كنوعية الأرض و صفاتها من صلابة و عدم القابلية للانجراف مثلا والغرض الذي خصّصت لأجله كأن تكون أرضا زراعية أو غير ذلك .

¹- ينظر المادة 94 من القانون المدني الجزائري.

²- خليل احمد قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري: عقد البيع، الجزء الرابع د م ج طبعة 2000 ص 81.

³- ينظر ما قلناه في هذا الصدد بخصوص وقائع القضية ص 29.

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

لقد تباينت الآراء فيما يخص مدلول شرط العلم الكافي حيث ذهب جانب من الفقه لا سيما المصري إلى أن هذا الشرط يرتبط بنظرية سلامة الإرادة مما قد يشوبها من عيوب. فهو يحمي رضاء المشتري عن طريق تبصيره بالصفات الجوهرية للمبيع¹.

وذهب فريق آخر (أغلبية الفقه المصري) إلى أن شرط العلم الكافي يهدف إلى معرفة المشتري الحقيقية بذات المبيع وبأوصافه الأساسية و التي يتضح له منها مدى ملائمته للغرض الذي يتعاقد من أجله². فمن الأوصاف ما لا يتحقق الرضاء إلا بها و لا يعول إلا لأجلها.

إن التأسيس على ما أوردناه من تعريفات في هذا الصدد يدفع إلى القول باستقلالية هذا الشرط عن مجرد تعيين المبيع أو قابليته للتعيين التي تقتضيه القواعد العامة. فالتعيين بالوصف أكثر شمولاً من مجرد التعيين كشرط في محل الالتزام. وهذا التفسير هو الذي يجعل لنص المادة السالفة الذكر فائدتها، و إلا فما ضرورة جعل البطلان النسبي بدلاً من البطلان المطلق الذي تقضي به القواعد العامة كجزاء عن عدم تعيين محل الالتزام. إذ أن أعمال النصوص يقتضي تفسيرها على هذا النحو³.

أما فيما يخص طبيعة شرط العلم الكافي بالمبيع فقد جاء بصدده رأيان نوجزهما فيما يلي: حيث يرى الاتجاه الأول⁴ أن شرط العلم الكافي بالمبيع ما هو إلا تطبيق عادي لنظرية الغلط الواردة في المادة 120 م مصري تقابلها م 85 ق م جزائري، على أساس أن العلم الكافي يحول

¹- ينظر في هذا المعنى حمدي سعد، م. السابق ص 98 إلى 100. حيث انتقد فكرة ارتباط شرط العلم الكافي بنظرية سلامة الإرادة من العيوب وأعطى تعريفا لهذا الشرط جاء فيه " أن المقصود بالعلم الكافي بالمبيع وفقاً لمقتضيات التعامل الحديث هو معرفة المشتري التامة بصفات المبيع الأساسية و خصائصه الذاتية والتي يتضح له منها مدى ملائمته لتحقيق أغراضه".

²- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص 99.

³- أحمد محمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 135 و أنظر في نفس المعنى توفيق حسن فرج، عقد البيع و المقايضة: مؤسسة الثقافة الجامعية، الطبعة الثانية 1985 بند 29.

⁴- ينظر في هذا الاتجاه عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني: عقد البيع و المقايضة، الجزء الرابع، دار النهضة العربية، طبعة 1960 بند 65 ص 125.

وكذلك خليل أحمد حسن قدارة، المرجع السابق ص 64. حيث أنه وان أرجع فكرة العلم الكافي بالمبيع إلى خيار الرؤية إلا أنه ربط عدم العلم بفكرة الغلط.

دون وقوع المشتري في الغلط فيتفقان بذلك من حيث الغاية والجزاء من خلال جعل الرضاء سليما، وإعطاء المشتري الحق في طلب إبطال البيع أي البطلان النسبي في الحالتين. ولعل ما يؤخذ على هذا الرأي أنه وإن كان هناك اتفاق بين شرط العلم الكافي و الغلط من حيث الغاية والجزاء، إلا أنهما يختلفان من حيث أنه يكون للمشتري وحسب المادة 352 م ج والتي تقابلها المادة 419 م مصري الحق في طلب إبطال البيع بمجرد عدم علمه الكافي بالمبيع دونما حاجة إلى إثبات وقوعه في غلط واشتراط اتصاله بالمتعاقدين الآخر أو علمه به.ناهيك عن وجوب أن يكون الغلط في صفة جوهرية بما تقتضيه القواعد العامة لنظرية الغلط والتي تجعل من الغلط في هذه الحالة غير مفترض¹.

إلا أن أغلبية الفقه لا سيما بمصر ذهب إلى اعتبار أن شرط العلم الكافي بالمبيع ليس سوى تطبيق لخيار الرؤية في الشريعة الإسلامية²، فالمتعاقدين و حسب هذا الاتجاه حر في اعتماد العقد أو نقضه و ليس عليه إثبات وقوعه في غلط أو اتصال هذا الغلط بالمتعاقدين الآخر. فالخيار هنا إرادة أو رخصة في نفس الوقت للمشتري مطلق الحرية في استعمالها و هو متصل بلزوم العقد. و يجب ألا يرتبط على أي حال بنظرية عيوب الإرادة و بالتالي فإن شرط العلم الكافي يتضمن حكما موضوعيا مستقلا يتمثل في وجوب علم المشتري بالشيء المبيع و لو لم يقع في غلط وحتى لو وجد المبيع مطابقا لما تصوره.

وما يؤيد هذا الرأي هو أنه و بالرجوع إلى أحكام خيار الرؤية في الشريعة الغراء باعتبارها المصدر التاريخي لاشتراط علم المشتري بالمبيع، يتبين أن سبب ثبوت خيار الرؤية للمشتري هو مجرد عدم رؤيته وبالتالي عدم علمه بالمبيع وقت التعاقد.³

كما ذهب اتجاه حديث في الفقه وتأييدا لذات المعنى إلى القول بأن شرط العلم الكافي بالمبيع و البطلان المقرر لذلك جزاء مخالفته، إضافة إلى أنه مستقل عن نظرية الغلط أو عن

¹ - ينظر في هذا المعنى حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 101. وكذلك احمد محمد الرفاعي المرجع السابق ص 137.
² - وخيار الرؤية في الفقه الإسلامي حق يثبت للمشتري في عقد البيع لقول الرسول (صلعم) "من اشترى شيئا فله الخيار إذا رآه" و يثبت هذا الحق وقت الرؤية لا قبلها وهذا حتى لو رضي المشتري بالمبيع وأجازه فنزوله عن حقه قبل أن يثبت لا يعتد به وبالتالي لا يستعمل هذا الحق إلا لدى رؤية المبيع وبالتالي يجوز له الرجوع عن البيع بعد الرؤية بفسخه. فخيار الرؤية يتصل بلزوم العقد وفق ما قرره فقهاء الشريعة الغراء. ينظر تفصيلا لهذا المعنى: عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني المرجع السابق بند 63 ص 118. وانظر كذلك لنفس المؤلف مصادر الحق في الفقه الإسلامي: دراسة مقارنة بالفقه الغربي، الجزء الثاني، دار الفكر ص 272 وما بعدها.
³ - ينظر في هذا المعنى احمد محمد الرفاعي نفس المرجع نفس الموضوع. و كذلك حمدي سعد نفس المرجع ص 103.

أحكام تعيين المبيع, وكذا كونه يوجب حكما موضوعيا مضمونه علم المشتري بالمبيع, فإنه يمثل تطبيقا مثاليا مباشرا للالتزام بالإعلام بالبيانات المتعلقة بالمبيع وأساسا له¹.

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

إن المادة 352 ق م ج تعتبر بحق تطبيقا للالتزام بالإعلام في نطاق عقد البيع و الذي يرد على الأشياء عموما, إذ يدخل ضمن الشيء "Le bien" العقار و المنقول معا. و بالتالي يمكن اعتبارها أساسا للالتزام بالإعلام في هذا المجال, تكملها النصوص التشريعية و التنظيمية² والتي يعتبر القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من أهمها والذي جاء بنص هام وصریح يلقي من خلاله على عاتق المهني التزاما بالإعلام في مجال السلع والخدمات, وهو نص المادة 8 حيث جاء فيها " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج, بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس...". حيث أن كلمة "مميزات" وفي اعتقادي, يستوجب بيانها ذكر جميع المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد سواء تعلقت بالخصائص الجوهرية أو طريقة الاستعمال أو بيان المخاطر التي قد ينطوي عليها هذا المحل. باعتبار أنه قد يكون ما يميّز منتوجا ما عن منتوجات أخرى هو انطواؤه على خطورة معينة مما يستدعي حث انتباه المستهلك لذلك.

¹- نزيه المهدي, الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد و تطبيقاته على بعض أنواع العقود : دراسة فقهية مقارنة, دار النهضة العربية 1982 ص 106. وفي نفس الاتجاه احمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 138.
²- لا سيما القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في مادتيه 3 و 4 منه والنصوص التنظيمية الأخرى وما جاءت به من مواد تلقي من خلالها على عاتق المهني التزاما بإعلام المستهلك.. انظر في سرد هذه النصوص ما سبق ص 12.

المطلب الثالث

طبيعة الالتزام بالإعلام .

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

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

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

ولقد أدى الحديث عن الالتزام بالإعلام سواء كالتزام سابق عن الإطار العقدي و مستقلا عنه، أي قبل تعاقدي. أو كالتزام ناشئ عن العقد و مرتبط به، إلى تباين في آراء الفقهاء بين هذا وذاك. ولعلّ ما أدى إلى هذا التباين هو اختلافهم حول مصدر هذا الالتزام في حد ذاته أو الأساس الذي يرتكز عليه. إضافة إلى تمييز هؤلاء بين نوعي الالتزام (الالتزام التعاقدي وقبل التعاقدي بالإعلام) رغم ما قيل في هذا الشأن وأن هذه التفرقة لا تعدو أن تكون تفرقة نظرية يصعب تطبيقها في الميدان، ومن ثم إيجاد حد فاصل بين الالتزامين¹.

أولاً: الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي من حيث الوفاء به.

يرى أصحاب هذا الرأي أن الالتزام بالإعلام التزام مستقل عن العقد عموماً حيث يتعين الوفاء به قبل المرحلة السابقة على إبرامه ومن ثم فهو التزام قبل تعاقدي، حيث يستندون في ذلك إلى حجج نذكر منها:

¹ - انظر ما قلناه في هذا الصدد ص 7 وما بعدها .

1- أنه يجب على المنتج أو الصانع وهو أول المدينين بهذا الالتزام، الوفاء به قبل طرح المنتجات في السوق ومن ثم تبصير المستهلكين قبل الإقدام على إبرام العقد عن طريق كتابة البيانات المتعلقة بمحل العقد¹.

2 - إن العلم الكافي بمحل العقد و كيفية استخدامه والتحذير من مخاطره هو من العناصر المكملة لرضاء المشتري ووسيلة لإيجاد رضاء حر و سليم² و بالتالي تعتبر ضرورية قبل إبرام العقد مما يدل على الطبيعة قبل التعاقدية لهذا الالتزام.

3- إن هذا الالتزام أوجبه القانون أحيانا، كما أنه يجد أساسه في نصوصه ومبادئه العامة كمبدأ حسن النية الذي يفرض على المتعاقد الذي يحوز معلومات بخصوص العقد أن يعلم المتعاقد الآخر طالما يتعدّر عليه العلم والاستعلام عنها من تلقاء نفسه وبالتالي يعتبر التزاما قانونيا بالإعلام³.

ومن بين الأحكام القضائية التي جاءت تؤكد هذا المعنى ما قرّرته محكمة St Denis de la reunion في حكمها الصادر بتاريخ 26 جافني 1993 من مسئولية الشركة البائعة لفرن كهربائي يلزم لتشغيله تيار كهربائي قوته 24 أمبير لمخبرة واقعة بمنطقة تعلم الشركة جيدا عدم إمكان الحصول على هذا التيار فيها، لإخلالها بالالتزام بالإعلام والنصيحة حيث كان عليها أن تبين للمشتري كافة البيانات اللازمة وتبصيره بخصائص المبيع من تركيب و استخدام⁴.

فأصحاب هذا الرأي و من خلال هذه الاعتبارات يرون أن تدخّل البائع يكون قبل إبرام العقد مما يدل على الطبيعة قبل التعاقدية للالتزام بالإعلام في هذه الحالة .

ثانيا: الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي من حيث الوفاء به.

أيد هذا الرأي الاتجاه الغالب لدى الفقه إذ يرى أن الالتزام بالإعلام ناشئ عن العقد و مرتبط به حتى ولو كان الوفاء به يتم في بعض الحالات في المرحلة السابقة على إبرام العقد أو

¹-Ph. Le Tourneau ,droit de la responsabilité et des contrats, op.cit, n°831 p.203.

²-نزیه المهدي, الالتزام قبل التعاقدی بالإدلاء بالبيانات, المرجع السابق ص 131.

³- عبد العزيز المرسي حمود, المرجع السابق ص 296.

⁴-CA. St Denis de la réunion , 26 janvier 1993, JCP 1994 2, n°22299 p.296 note G. Robert

مشار إليه في : حمدي أحمد سعد , المرجع السابق ص 139.

أثناءه ولهم في ذلك حجج نوجزها فيما يلي:

1- أن التزام البائع بالإعلام يجد أساسه في التزامه (أي البائع) بضمان العيوب الخفية و ضمان الاستحقاق والالتزام بالتسليم، وهي التزامات بلا شك من طبيعة عقدية أو هو من مستلزمات العقد¹.

2- أن البائع عندما يعلم المشتري بالمبيع وقت إبرام العقد إنمّا يعلمه به بصفته متعاقدًا لأن عدم تنفيذ البائع لهذا الالتزام لا يكتشف إلا بعد إبرام العقد أو أثناء تنفيذه².

3- أن هناك صعوبة في التمييز بين الالتزام بالإعلام الواجب تنفيذه قبل إبرام العقد و ذلك الناتج عن عقد البيع ذاته، فهناك التزام بالإعلام يلزم العقد منذ نشوئه إلى إبرامه و حتى تنفيذه. فغياب الإعلام أثناء الإبرام يمتد فيؤثر في مرحلة تنفيذ العقد³.

كما استند أصحاب هذا الرأي إلى العديد من الأحكام القضائية التي تصبّ في نفس المعنى منها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 23 أبريل 1985 من مسؤولية الشركة البائعة لمواد الدهان عما لحق المشتري من أضرار نتيجة ظهور تشققات في اللوحات ممّا أدى إلى إعادة المشتري لهذه اللوحات. وبالرغم من كونه شخصًا متخصصًا في الرسم إلا أن المحكمة قرّرت المسؤولية العقدية للشركة لعدم كفاية البيانات المتعلقة بكيفية الاستعمال⁴.

وما قرّرتَه أيضًا ذات المحكمة في حكمها الصادر في 25 أكتوبر 1994 من أنه يقع على عاتق البائع المهني للأجهزة المعلوماتية المتطورة و المعقّدة تجاه عميله قليل الخبرة في هذا المجال، التزام عقدي بالإعلام و النصيحة و المساعدة التقنية أيضًا⁵.

على أن أغلبية الفقه وفي محاولة منه لتجاوز هذا الخلاف يرى ضرورة التمييز بين نوعي البيانات الواجب تقديمها من طرف البائع، بحيث يتم تصنيف المعلومات حسب الوقت الواجب تقديمها فيه إلى معلومات قبل عقدية وأخرى تقدم أثناء تنفيذ العقد، وهذا على اعتبار أن

¹ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 296.

² - عبد العزيز المرسي حمود نفس المرجع ص 297. وانظر كذلك في نفس المعنى احمد محمد الرفاعي م سابق ص 186 و 187.

³ - في هذا المعنى محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي منتجتها الخطرة، المرجع السابق ص 22.

⁴ - حمدي احمد سعد م سابق ص 147. Cass. Civ 1^{re}, 23 avril 1985, Bull. civ 1985 n°125 p. 115

⁵ - Cass. Com, 25 octobre 1994, RJDA fev 1995 N°131 p.123 .

هذا التصنيف سهل التحكم فيه نسبيا على الأقل من ناحية الموضوع¹. حيث يمثل النوع الأول منها تلك المتعلقة ببيان الخصائص الجوهرية للمبيع، والتي يجب الإدلاء بها للمشتري قبل إبرام العقد أو على الأقل أثناء الإبرام نظرا لأهميتها في توجيه إرادة الأخير نحو إبرام العقد من عدمه. وفي هذه الحالة فالصفة قبل التعاقدية هي السمة الغالبة على الالتزام بالإعلام، ومن ثم تكون البيانات المقدّمة في هذه الحالة من طبيعة تقصيرية².

وفي المقابل هناك بيانات يتم الإدلاء بها أثناء تنفيذ العقد وهي تتعلق باستعمال الشيء المبيع واستخدامه والتحذير من مخاطره تهدف إلى حسن الانتفاع به. إذ غالبا ما يقدّمها البائع في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد وليس قبله، نظرا لحاجة المشتري الملحة للمبيع والتي تدفعه إلى إبرام العقد دون الاكتراث بطريقة استعمال المبيع ومخاطره، مما يجعل الطبيعة العقدية هي السمة الغالبة على هذا النوع من البيانات، ومن ثم على الالتزام بالإعلام بصدها³.

على أية حال يكون من الأنفع ترجيح الطبيعة العقدية للبيانات المقدّمة من طرف المهني وبالتالي للالتزام بالإعلام بشأنها، رغم أن بعضها يتم الإدلاء به قبل مرحلة التعاقد، باعتبار أن الإعلام المعيب لا تظهر نتائجه السيئة إلا أثناء التنفيذ⁴. ناهيك عن التداخل والتشابك الحاصل بين مفهومي تكوين وتنفيذ العقد⁵ مما يجعلنا أمام التزام واحد ذا طبيعة عقدية.

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

¹ - Hildeyard et B.Stauder, la protection des consommateurs acheteurs à distance, Bruyaut- Bruxelles 1999 p. 30.

² - Ph. Le Tourneau , la responsabilité des vendeurs et fabricants, op.cit p. 56.

وانظر في نفس الاتجاه حمدي أحمد سعد , المرجع السابق ص 149.

³ - D.Zennaki , l'information comme source de protection des consommateurs, op.cit, p. 20.

و انظر في نفسا لاتجاه حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 149 و ما بعدها.

⁴ - أحمد محمد الرفاعي , الحماية المدنية للمستهلك المرجع السابق ص 187.

⁵ - Ph. Le Tourneau , et L.Cadiet , droit de la responsabilité, Dalloz Delta 2000, p.635.

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

لقد تعدّى الخلاف الفقهي بشأن الطبيعة العقدية أو غير العقدية للالتزام بالإعلام ليشمل ذلك المتعلق بما إذا كان هذا الالتزام التزام بوسيلة أم بتحقيق نتيجة. ولعل التطرّق لهذه النقطة بالذات يدعونا إلى الحديث عن مدى ما يبذله المدين بهذا الالتزام في سبيل الوفاء به على الوجه الأكمل، وفيما إذا كان مطالباً ببذل هذا الجهد فحسب و لا يسأل بعدها عن النتيجة المنتظرة؟ أم أن النتيجة هنا حتمية؟. على أن الإجابة على هذا التساؤل من شأنها تحديد وجود خطأ بجانب المدين من عدمه.

أولاً : الالتزام بالإعلام التزام بوسيلة .

لقد نادى إلى اعتبار الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية، الكثير من المختصين و الباحثين في هذا المجال، بحيث أن البائع يلتزم بإعلام المشتري بكل ما يؤدي إلى توضيح حقيقة المبيع وطرق استعماله ومن ثم تجنب أخطاره. على أن هذا الأخير(البائع) لا يضمن تحقق النتيجة المرجوة وهي علم المشتري بالمبيع علماً كافياً. فهو لا يضمن استيعاب المشتري للمعلومات التي تلقاها باعتبار ذلك أمراً شخصياً يخرج عن السيطرة، ولا يستطيع بأي حال إجبار هذا الأخير على إتباع التحذيرات والنصائح المقدّمة¹.

ويستند أصحاب هذا الرأي إلى أن الالتزام بالإعلام يتوافر فيه الشروط التي وضعها فقهاء القانون حتى يقال أنه التزام ببذل عناية، من جهة كون النتيجة المطلوبة من الالتزام احتمالية و ليست مؤكدة الوقوع و بالتالي لا يضمن المدين هذه الأخيرة. ومن جهة أخرى أن يكون للدائن دور في تحقيق هذه النتيجة، فيكون حراً في حركته لا يخضع بالتالي لتوجيهات المدين² وحسب رأيهم فإن الالتزام بالإعلام يتوافر على هذه الاعتبارات.

وتبعاً لذلك فإنه يقع على المشتري عبء إثبات خطأ البائع على عدم ملائمة أو عدم كفاية المعلومات و النصائح المقدّمة أو عدم القيام بالإعلام المطلوب³، لأن المنتج أو البائع يهدفان من

¹- بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق ص 27. وانظر في نفس المعنى عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 298 و299.

²-G. Viney, la responsabilité civil, op.cit n° 522.

³- بودالي محمد المرجع السابق ص 27.

وراء البيانات المقدّمة والتحذيرات المكتوبة على السلعة أو المرفقة بدليل كتابي، إلى تجنب المشتري ما بها من خطورة و من ثم توجيهه إلى الاستعمال الحسن لها، ولكنهما لا يضمنان الوصول إلى النتيجة لأن التحذير مهما بلغ مداه لا يكفي لضمان الاستعمال الحسن للمبيع لأن ذلك يتوقف على مدى استجابة المشتري لذلك و عدم مخالفته للتعليمات¹.

وتأكيدا لهذا المعنى فإن أصحاب هذا الرأي استندوا في ذلك إلى الأحكام القضائية لمحكمة النقض الفرنسية والتي اعتبرت في بادئ الأمر الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية يتحدّد وجوده ونطاقه بمدى علم المهني بهذه البيانات².

ولعلّ أشهر هذه الأحكام ذلك الذي صدر بتاريخ 25 أبريل 1985 من أن الالتزام الذي يقع على عاتق الصانع لا يهدف إلى تحميله النتيجة المطلوبة³.

وكذلك ما قضت به ذات المحكمة في قضية شركة Fechet- Blauch المتخصصة في بيع أجهزة الإنذارات ضد السرقة والتي عرضت على شركة Dicorop جهاز إنذار ضد السرقة مكون من أربعة رادارات حيث رأت الشركة البائعة كفايته للقيام بالمهمة المطلوبة. إلا أن الشركة المشتريّة رفضت هذا العرض وقبلت بجهاز آخر أقل تكلفة. وأيدت محكمة النقض محكمة الاستئناف في رفضها طلب التعويض الذي تقدّمت به الشركة المشتريّة استنادا إلى الإخلال بالالتزام بالإعلام، حيث قضت بأن الشركة البائعة لا تلتزم في هذا الصدد بتحقيق نتيجة وبالتالي لم تخل بالتزامها⁴.

ومن الأحكام كذلك ما قرّرت أن الوفاء بالالتزام بالإعلام يؤدي إلى إعفاء المنتج أو البائع من المسؤولية لعدم وجود خطأ. وذلك في حالة ما إذا قام البائع بتقديم المعلومات والنصائح على الوجه الصحيح و التحذيرات الواجبة بغية الاستعمال الحسن للمبيع، ممّا يدعم القول بأن الالتزام بالإعلام التزام بوسيلة⁵.

¹-حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 164.

²- حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة 2000 ص 76.

³- Cass. Civ 1^{re}, 25 avril 1985, DS 1985, RTD civ 1986 n° 1 p. 341 obs J-MESTRE

مشار إليه في : حمدي احمد سعد نفس المرجع ص 167.

⁴-Cass. Com, 11 juin 1985, Bull civ 1985 N°188 p.157 ; RTD civ 1986 N°1 p342. note J.Mestre.

مشار إليه في : احمد محمد الرفاعي المرجع السابق ص 190.

⁵-ينظر تفصيلا في ذلك احمد حمدي سعد، المرجع السابق ص 169 و ما بعدها.

ثانيا: الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة.

يرى أنصار هذا الرأي أن الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة تأسيسا على أن هذا الأخير يهدف إلى ضمان سلامة المشتري وحمايته في مواجهة البائع المحترف الذي يتمتع بقوة اقتصادية و فنية. ويترتب على ذلك أن البائع المحترف مسئول في كل الحالات إلا إذا أثبت السبب الأجنبي الذي حال دون تحقيق النتيجة¹ و ما على الدائن بالالتزام إلا إثبات أن النتيجة لم تتحقق, أي أن المدين لم ينفذ التزامه حتى تتقرر مسؤوليته².

ولقد استند أصحاب هذا الرأي إلى عدة اعتبارات من خلال تقديم للرأي الأول أهمها:

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

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

أما عن الأحكام القضائية التي استند إليها أصحاب هذا الرأي, ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من مسؤولية منتج المادة المقاومة للطفيليات لعدم كفاية التحذيرات, وعدم توضيحه مدى خطورتها على العينين وأنه لا يستطيع التحلل من المسؤولية لوجوب قيامه بالإعلام على

¹ - عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 300.

² - احمد محمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 192.

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

⁴ - ثروت فتحي اسماعيل, المسؤولية المدنية للبائع المهني الصانع و الموزع المرجع السابق ص 377.

⁵ - في هذا المعنى احمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 193.

أكمل وجه¹.

ولقد اعتبر الأستاذ Le Tourneau أن الالتزام التعاقدى بالإعلام يوجب على البائع إحاطة المتعاقد معه بكل المعلومات التي تحيط بالشيء المبيع حيث أن الالتزام هنا هو تقديم المعلومات وليس بذل جهد في سبيل ذلك فحسب. أما وفيما يتعلق بطبيعة المعلومات المقدمة ومدى ملائمتها وكذا استعمال الوسائل المناسبة لنقل الإعلام إلى المشتري فإن الالتزام هنا التزام بوسيلة². حيث اعتبر أن ما يدعم هذا الرأي هو اتخاذ محكمة النقض موقفا لا يمكن من خلاله إلا الاعتراف للالتزام بالإعلام على أنه التزام بتحقيق نتيجة، من خلال قرار Hédreul الشهير بتاريخ 1997/02/25 و المتعلق بالمسئولية الطبية، والتي اعتبرت المحكمة من خلاله على أن كل شخص ملزم قانونيا أو عقديا بالالتزام خاص بالإعلام أن يقدم الدليل على تنفيذ هذا الالتزام³. أمام هذا التباين في الآراء فإنه بات من الضروري التسليم بصعوبة إعطاء إجابة صريحة ووضع من ثم حدا لهذا الإشكال في ضوء تعدد الأحكام القضائية لمحكمة النقض الفرنسية وتضاربها أحيانا من جهة، واختلاف آراء الفقهاء من جهة أخرى.

ولقد أدى هذا التباين بالكثير من المختصين في هذا المجال إلى تبني معايير يمكن الجزم من خلالها بطبيعة هذا الالتزام حيث نادى بعضهم إلى اعتباره التزام بنتيجة وان لم يكن كذلك فعلى الأقل التزام بنتيجة مخفف "Atténué". بمعنى أن المدين يعفي نفسه من المسئولية إذا أثبت انه لم يرتكب خطأ. أي تقوم مسئوليته على أساس خطأ بسيط مفترض يقبل إثبات العكس من قبل المدين⁴. فهو التزام أقوى من الالتزام ببذل عناية حيث هناك أمور يجب على المدين القيام بها، وأقل من الالتزام بتحقيق نتيجة حيث هناك أمور لا تدخل تحت سيطرة المدين بل يترك الأمر فيها للدائن⁵.

¹- Cass. Civ 1^{re}, 14 Décembre 1982, Précité .

²- Voir en se sens Ph. le Tourneau, la responsabilité des vendeurs et fabricants, op.cit N°257 p. 58. وانظر في نفس المعنى عبد العزيز المرسي حمود، نفس المرجع ص 300.

³- Cass Civ 1^{re}, 25 fev 1997, Hédreul- RGDA 1997 p.852-obs Ph. Remy ; Bull. civ N°75 cité par Ph Le Tourneau, op.cit, p. 58.

ou il est écrit ce qui suit : « celui qui est légalement ou contractuellement tenu d'une obligation particulière d'information doit rapporter la preuve de l'exécution de cette obligation »

1- G.Viney, la responsabilité civile, op.cit n° 534 p. 639.

وانظر في نفس المعنى احمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 193. وكذلك حمدي سعد م سابق ص 177 وما بعدها.
⁵- ينظر في هذا المعنى حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 178.

ولعلّ التساؤل الذي يطرح نفسه هو ما المطلوب تحديدا من المدين بهذا الالتزام، فهل على هذا الأخير التزام بنقل بيانات معينة إلى الدائن؟ وهل عليه التزام بفهم هذا الأخير لهذه البيانات؟ وأخيرا هل يلتزم المدين بأن يستعمل الدائن هذه البيانات استعمالا صحيحا؟.

إذ وبالنسبة إلى مدى التزام المدين بنقل بيانات معينة إلى الدائن، فإن المدين الذي يعلم أن كان من المفروض أن يعلم بيانات عن الشيء محل التعاقد وأهميتها للمتعاقد معه يجب عليه أن يدلي بها إلى الدائن، فهو التزام مادي بنقل معلومات ومن ثم فهو التزام بتحقيق نتيجة¹. خاصة إذا تعلق الأمر بمنتوج متطور ومعقد كتلك الأجهزة المتعلقة بالمعلوماتية (الكمبيوتر مثلا) لما تنطوي عليه هذه الأخيرة من خطورة في استعمالها².

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

وكذلك ما جاء به القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك حيث أكدت المادة 3 فقرة 2 و3 منه ذلك من خلال استعمالها عبارة "يجب" وعبارة "كما ينبغي" وكلمة "أن يذكر" وهذا في ضرورة أن يستجيب المنتوج أو الخدمة للمواصفات الجوهرية المعلن عنها من طرف البائع وما أكدته أيضا المادة 4 من نفس القانون بكلمة "ويجب أن يعلم بها المستهلك". ونفس الحكم جاءت به المادة 8 من ق 02/04 في عبارة "يلزم البائع... بإخبار المستهلك"

أما فيما يتعلق بالالتزام المدين بفهم الدائن لما يدلي له من معلومات وتحصيله لها و اختيار من الوسائل ما هو ملائم لتنفيذ هذا الالتزام فإن هذا الأخير يكون التزام بوسيلة و يستطيع الدائن إثبات خطأ المدين في هذه الحالة بإثبات اختيار المدين لوسيلة لم يستطع بها فهم ما أعلنه من بيانات، كإثبات عدم كفاية التحذير المقدم أو عدم وضوحه... الخ. أما عن استعمال هذه البيانات من طرف الدائن استعمالا صحيحا فإن هذا الفرض لا يدخل وحسب أغلبية المختصين في هذا المجال ضمن التزام المدين بالإعلام، من منطلق أنه أمر نفسي خاص بالدائن فهو حر في

¹-Ph. Le Tourneau, droit de la responsabilité et des contras, op.cit n° 2819 p. 639..

²-D. Zennaki , op.cit, p. 26 .

وانظر كذلك احمد محمد الرفاعي , المرجع السابق نفس الموضوع.

استعمال هذه البيانات من عدمه وأن ليس في وسع المدين إجبار الدائن على إتباع هذه النصائح¹.

إن ما قيل في هذا الشأن يدعم فكرة اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بنتيجة، فتحقق الضرر قرينة على وجود الخطأ، حيث يكون على المدين بالالتزام إثبات أنه أوفى بالتزامه. ولا يقف التزام المدين عند حد تقديم المعلومات والبيانات المتعلقة بالمبيع فحسب، رغم خلو هذا الأخير من العيوب، بل تقوم مسؤولية البائع لعدم تحقق الرغبات المشروعة التي ينتظرها المستهلك منه، حيث يكون على البائع توجيهه للاختيار الأكثر ملاءمة لحاجاته وهذا ما أكدّه القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه²، إذ يعتبر ذلك قرينة على سوء دراسة البائع لحاجات المشتري خاصة إذا تعلق الأمر بمنتجات جديدة ومعقدة. واعتبر تأسيساً على ذلك أن المهني ملزم بالاستعلام عن احتياجات المستهلك وتزويده بالمعلومات فلا يعذر بجهله³.

المبحث الثاني

مضمون ونطاق الالتزام بالإعلام ووسائل تنفيذه.

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

¹- en ce sens voir: D. Zennaki, op.cit, p.27

²- من أشهر هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 4 مايو 1994 بمسؤولية شركة Royal-Sluis المتخصصة في بيع البذور عما لحق المشتري من أضرار جراء عدم إنبات جزء من الأرض المزروعة لعدم كفاية المعلومات المقدمة من طرف الشركة في نشرة الإعلام المقدمة خاصة وأن المنتج جديد في استعماله. مشار إليه في: حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ص 183.

³- حسن جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، المرجع السابق ص 77.

المطلب الأول

مضمون الالتزام بالإعلام.

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

الفرع الأول- الإعلام بحالة المبيع المادية و القانونية.

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

أولاً: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة المادية للمبيع .

وهي البيانات التي تهدف إلى معرفة الخواص المادية والأوصاف الجوهرية للمبيع ومميزاته . ولعلّ هذا ما أكدته المادة 352 ق م جزائري السالفة الذكر وهو تطبيق مثالي لهذا النوع من الإعلام لا سيما في عقد البيع، وكذلك ما ذكرته المادة 3 بفقرتيها 3,2 من القانون 02/89 وتشمل مجموعة الخصائص المميزة لأي منتج أو خدمة والتي لها تأثير على رضا المستهلك من طبيعة وصنف ومنشأ وكذلك ما يتعلق بالتركيب، نسبة المقومات اللازمة للمنتج، الهوية، الكمية والمصدر، والتي يتم الكشف عنها للمستهلك بطريق الوسم. كما أكدت هذا المعنى أيضا المادة 8 من ق 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث ألزمت البائع بأن يعلم المستهلك وبأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة.

¹ - احمد محمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 110.

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

وتجسيدا لهذا فقد قضي في فرنسا بأن هناك التزام بالإعلام على عاتق البائع بشأن توافق المبيع للغرض المخصص له طالما أن اختصاص المستهلك لا يمكنه من الوقوف على صفاته وسماته الفنية على وجه الدقة¹.

ولا ريب أن الأوصاف والخصائص الجوهرية للمبيع تختلف باختلاف الأشياء وهي مسألة موضوعية لقاضي الموضوع واسع النظر في تحديد ذلك². فإذا كان المبيع أرضاً فضاء معدة للبناء وجب إعلام المشتري بمساحتها وموقعها وحدودها واما إذا كانت تصلح فعلاً للبناء من عدمه، كما قد تكون معدة للزراعة مثلاً فيتعين حينئذ بيان نوع التربة وما تصلح له من مزروعات. وان كان منزلاً فيبين موقعه ومساحته وعدد الطوابق وكيفية توزيع الحجرات وبيان المواد الأساسية التي استخدمت في بنائه³. وهذا تطبيقاً لنص المادة 352 ق م جزائري.

وإذا كان المبيع عبارة عن سيارة مثلاً فان البائع ملزم بأن يعلم شاريها ببلد ومصنع الإنتاج الأصلي للأجزاء الرئيسية و قطع الغيار الأساسية وكذلك بيان سنة الصنع وعدد الكيلومترات التي قطعتها السيارة إذا كانت مستعملة⁴.

أما إذا كان المبيع منتجاً غذائياً أو منتجاً منزلياً غير غذائياً أو من مواد التجميل والتنظيف البدني فقد ألزم القانون بشأنها كمضمون لوسم هذه المنتجات⁵ بيان التسمية الخاصة بالمبيع واسم المنتج أو البلد المصدر إذا كان المنتج مستورداً، و المواد الداخلة في تكوينه وتركيبه، الإضافات الكيميائية كالألوان والأصبغ و التوابل وبيان كمياتها (بالنسبة للمنتجات الغذائية) وكذا وزنه الصافي، تاريخ الصنع ومدة صلاحيته والظروف الخاصة بحفظه وتخزينه بحيث تكون هذه البيانات مرئية وسهلة القراءة، متعذر محوها ومكتوبة باللغة الوطنية.

¹- Cass. Civ 1^{re}, 20juin 1995, RJDA1995,p.200.

مشار إليه في : عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 272

²- عبد العزيز المرسي حمود، نفس المرجع نفس الموضوع.

³- في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 273.

⁴- احمد محمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص130.

⁵- ينظر المادة 6 من المرسوم ت 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية. والمادة 5 من المرسوم ت 366/90 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وكذا المادة 10 من المرسوم ت 37/97 المتعلق بمواد التجميل والتنظيف البدني السالفة الذكر.

وللإعلام بالبيانات المتعلقة بالحالة المادية للمبيع وفقا لمل بيناه أهمية بالغة نظرا لشمول هذا النوع من الإعلام مقارنة بالقصور الذي يعتري نظرية العيوب الخفية في حماية المستهلك¹ إذ يكفي هذا الأخير إثبات إخلال البائع بالتزامه بالإعلام بالبيانات والأوصاف الأساسية للمبيع.

ثانيا: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالوضع القانوني لمحل العقد.

من البيانات التي تعتبر معرفتها ضرورية للمشتري, تلك المتعلقة بالوضع القانوني لمحل العقد, ويعني هذا الوضع كل قيد يؤدي في حالة تقريره إلى المساس الجوهرى باستغلال هذا المحل و الانتفاع به على الوجه الأكمل².

ويبدأ تنفيذ الالتزام بالإعلام عن وضع الشيء للطرف الآخر قبل تنفيذ العقد ومنذ بدأ المفاوضات العقدية التمهيدية. والعلم المقصود هنا هو العلم الكافي لبيان حدود المبيع و معرفة الحقوق التي نقلها البائع و القيود التي ترد عليها, أي تعيين مضمون التصرف القانوني³.

من هذا المنطلق يكون على البائع إعلام المشتري عن الحقوق العينية التي تشغل المبيع كحق الارتفاق و الانتفاع وحقوق الامتياز والرهن, كما قد يمتد هذا الالتزام ليشمل الحقوق الشخصية المترتبة على الشيء المبيع كحق الإيجار الذي رتبته البائع لصالح الغير قبل البيع مثلا⁴.

ولقد جسد القضاء الفرنسي هذا المعنى, ففضى في حكم له من أن البائع مسئول عن تعويض المشتري عن الضرر الذي لحق به بسبب عدم إعلام البائع لهذا الأخير عند البيع بأن ترخيص البناء المتوقع لا يسمح له بالبناء على كل المساحة المبيعة والذي أدى إلى تعطيل مشروع البناء مما دفع بالمشتري إلى تصحيح هذا الترخيص حتى يتلاءم والمساحة الفعلية⁵.

إلا أن التزام البائع لا يمتد إلى الحقوق و الارتفاقات الظاهرة التي يعلمها المشتري, فالبائع هنا لا يضمن التعرض الناشئ عن وجود حق ارتفاق ظاهر وهو ما تدلّ عليه علامة مادية

¹ - أحمد محمد الرفاعي, المرجع السابق ص 128.

² - في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود, المرجع السابق ص 179.

³ - احمد محمد الرفاعي , المرجع السابق ص 117.

⁴ - ينظر تفصيلا لذلك احمد محمد الرفاعي المرجع السابق نفس الموضوع وأنظر كذلك المرسي حمود م سابق ص 280 .

⁵ - احمد محمد الرفاعي م سابق ص 119 . Cass.Civ 1^{re} , 24 mai 1972 , Bull. civ 1972 N°324 p.333.

ظاهرة كوجود طريق للمرور أو مجرى مائي يمر بالأرض المبيعة مثلاً¹. وهذا ما أكده القضاء الفرنسي حيث ألقى على عاتق البائع التزاماً بالإعلام بالارتفاقات المستترة فقط على أساس المادة 1138 من القانون المدني حتى ولو كانت مسجلة².

وللإعلام بالوضع القانوني لمحل العقد أهمية خاصة في مجال الخدمات حيث أن الإعلام المطلوب يجب أن ينصبّ على مضمون الأداء أو الخدمة التي يلتزم بها المدين سواء أكان المدين بهذا الالتزام هو المهني أو المستهلك نفسه، وذلك حتى يكون الدائن على بينة من أمره قبل الارتباط، ومثال ذلك عقد التأمين حيث يلتزم المؤمن له بأن يقدم للمؤمنّ البيانات المتعلقة بالخطر المؤمنّ عليه والظروف المحيطة به والتي تحصل عليها شركات التأمين عادة من خلال نماذج و استمارات مطبوعة تتضمن أسئلة محدّدة يجيب عليها المؤمن له بكل وضوح وأمانة³. على أنه وبالرغم من أن الالتزام بالإعلام في هذه الحالة يقع على عاتق المؤمن له (المستهلك للخدمة) إلا أن الأمر يتعلّق بمضمون الإعلام نفسه و هو ضرورة بيان مضمون الالتزام بالإعلام ولا فرق في سبيل ذلك بين المستهلك والمحترف.

ولا يقتصر الإعلام بالوضع القانوني لمحل العقد على إعلام المتعاقد معه بالشروط الأساسية للعقد (من مضمون و حدود) ، وإنما يدخل في مضمون ذلك الإعلام بالشروط التبعية للعقد لما لها من تأثير على رضا المتعاقد كما هو الحال في عقد القرض، حيث أن القضاء في فرنسا أوجب ذلك من خلال إلزام المقرض (المؤسسة المانحة للقرض) - في حالة رفض المؤمن (شركة التأمين) ضمان المخاطر الخاصة بتأمين أو ضمان هذا القرض- أن يعلم المقرض بذلك⁴.

وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام هو أن التزام البائع بإعلام المستهلك بالوضع القانوني لمحل العقد يمتدّ ليشمل كافة المعلومات و البيانات المتعلقة بتمكين هذا الأخير من استعمال المبيع و الانتفاع به بما يتفق و مألوف الأمور، إذ يدخل في ذلك إعلامه بالإجراءات

¹ - احمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 122.

² - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 281.

³ - المادة 1/15 من القانون رقم 07/80 المؤرخ في 1980/08/09، المتضمن قانون التأمين، ج. ر 33 رقم. في هذا المعنى ينظر حديدي معراج، مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، د. م. ج طبعة 2000 ص 69.

⁴ - احمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 121.

والأشكال الإدارية الضرورية الواجب اتخاذها كما لو كان تصريح بالبناء ضروري لإقامة منزل متحرك مثلا أو الحصول على تصريح من جهة الأمن لتركيب جهاز إنذار¹.

الفرع الثاني - الإعلام بالأسعار وشروط البيع.

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

ولقد أخضعت المادة 4 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أسعار السلع والخدمات وشروط البيع إلى إعلام إجباري بقولها " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع". كما أوجبت المادة 5 منه أن يكون هذا الإعلام عن طريق وضع علامات (marquage) أو وسم (étiquetage) أو معلقات (affichage) أو بأي وسيلة أخرى مناسبة ويكون ذلك بصفة مرئية ومقروءة (م 2/5 منه). أما عن مضمون هذا النوع من الإعلام فإنه يستوجب دراسته في نقطتين :

أولاً: الإعلام بالأسعار ومضمونه.

يتضمن الإعلام بالأسعار الإشارة إلى المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة. وهذا ما أوجبه المادة 6 من القانون 02/04 المذكور أعلاه. ويدخل ضمن المبلغ الإجمالي سعر المنتج أو الخدمة بما في ذلك الرسوم والمصاريف الأخرى، وهي مجموعة التكاليف التجارية من مصاريف تغليف، نقل إلى المحل والوضع تحت التصرف وهو ما يعبر عنه بالفرنسية TTC (tous taxes comprises)³. كما يمكن أن يضاف

¹- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 282.

²- سيتم التطرق لهذه الجزاءات من خلال الفصل الثاني لدى الحديث عن المسؤولية الجنائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

³- Lamy droit économique , op.cit n°4589 p. 1695.

إلى هذا المبلغ مصاريف خاصة بخدمات إضافية استثنائية يطلبها المستهلك يتفق عليها مقدما هي عادة تتعلق بمصاريف التسليم أو الإرسال، وفي هذه الحالة يقع على المهني واجب إعلام الزبون بهذا النوع من الخدمات واما إذا كانت إضافية أو تدخل ضمن المبلغ الإجمالي¹.

على انه وبالإضافة إلى التزام البائع بإعلام المستهلك بالمبلغ الإجمالي وعند الاقتضاء مصاريف التسليم أو الإرسال بالنسبة للمنتجات، فان هناك معلومات إضافية إجبارية تقدم في حالة عدم تضمّن المبلغ الإجمالي لها، وتتعلق هذه الأخيرة بعنصر أو تقديم خدمة ضرورية لاستعمال المنتج على أكمل وجه مثل أن يبين عدم تضمّن لعب أطفال على بطاريات (piles)، أو جهاز كهربائي لا يدخل ضمن بيعه التزويد بمحول كهربائي (Transformateur) .. الخ، وفي حالة غياب مثل هذه المعلومات فانه يمكن اعتبار كما في حالة مصاريف التسليم، أن ثمن هذه الملحقات تدخل ضمن المبلغ الإجمالي².

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

كما قد توضع علامات على الغلاف الخارجي تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء يقابل كل منها السعر الذي تمثله، وهذا بالنسبة للسلع التي تعد أو توزن أو تكال (المادة 3/5 من ق 02/04) .

أما في مجال الخدمات فان الإعلام بأسعارها يكون بواسطة ملصقات (Affichage) واضحة ومقروءة توضع في الأماكن التي تعرض فيها عادة هذه الخدمات على الزبائن³.

ثانيا- الإعلام بشروط البيع ومضمونه.

لقد أخضع القانون 02/04 السالف الذكر شروط البيع لإعلام إجباري على غرار الإعلام بالأسعار، باعتبار أن السعر لا يعدّ العنصر الوحيد الذي يهتم المستهلك، ولا يكفي لضمان حق

¹- Lamy, op. cit. même page.

²- Lamy, op. cit. n° 4594 p. 1696.

³- Lamy, op.cit n° 4641 P. 1708.

المستهلك في اختيار المنتجات إذ يصبح من الضروري تنظيم شروط بيع المنتجات وتقديم الخدمات¹. وهذا انطلاقاً من أن هذه الشروط لها تأثيرها عليه كأن يكون تسليم المبيع بالتوصيلة livraison à domicile مثلاً أو أن البيع مرفق بضمانات أكثر نجاعة².

إلا أن نفس القانون لم يبيّن هذه الشروط من خلال بيان مضمونها، والعناصر التي تتضمنها وربما ترك ذلك للتنظيم الذي لم ير النور بعد، حيث اكتفت المادة 9 من نفس القانون على بيان وجوب أن تتضمن شروط البيع كليات الدفع وعند الاقتضاء الحسوم، التخفيضات والمسترجعات، على أن هذه الأخيرة خاصة بالعلاقات بين الأعوان الاقتصاديين لا علاقة للمستهلك بها في تعامله مع هؤلاء الأعوان .

وفي سبيل معرفة هذه الشروط فإننا سنلجأ إلى ما أورده الفقه في هذا الصدد، حيث اعتبر أن مفهوم شروط البيع يجب أن يتضمّن كل العناصر ذات الصبغة التجارية أو الاقتصادية باستثناء الإعلام المتعلق بالخصائص الجوهرية للمنتج³، والتي يجب على المحترف إعلام المستهلك بها ليتم التعاقد عن بصيرة . إذ من شأن هذه العناصر أن تبيّن بالخصوص شروط وأثار العقود المقترحة للزبون وكذا النتائج التي يجب تحملها في حالة التنفيذ المتأخر أو المعيب أو عدم التنفيذ من أساسه وهي على سبيل المثال⁴:

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

وتجدر الإشارة في هذا المقام إلى أنه وبالرجوع إلى المادة 4 من ق 02/04 السالفة الذكر، نجد أنها تحدّثت عن وجوب الإعلام بشروط البيع. مما يستوجب التساؤل عن موضع

¹ - هجيرة دنونى, قانون المنافسة وحماية المستهلك: المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية, الجزء 39 رقم 2002/1 ص11

² - J.Calais, droit de la consommation , op.cit p.58.

³ - Lamy droit économique, op.cit n°4597 p. 1697.

⁴ - Lamy, op.cit n° 4598 même page.

الخدمات من تطبيق هذا النص؟، وعمّا إذا كان هذا الأخير يتعلّق فقط بالبيع أم انه يجب أن يمتد ليشمل تقديم الخدمات؟.

إن مصلحة المستهلك تستوجب التفسير الواسع للنص خاصة إذا ما عرفنا أن هذه النصوص وجدت أصلاً لحماية هذا الأخير. إذ من شأن استبعاد الخدمات في هذه الحالة أن يجعل من النص عديم الجدوى. على أن ذلك لا يجعلنا نستبعد ما يواجهه هذا الفرض يجعلنا نتصادم مع مبدأ التفسير الضيق للنصوص خاصة إذا ما تعلق الأمر بعقوبات جزائية تطبق في حالة مخالفة النص المذكور نص عليها نفس القانون .

ومهما يكن من أمر فإن الحديث هنا عن شروط تقديم الخدمات تفرضه معطيات اقتصادية بالنظر للأهمية البالغة التي تحتلها الخدمات عموماً، وخضوع بعضها إلى نظام خاص بالإعلام نظراً لطبيعتها وشروط تقديمها. إذ ما قيل في شأن شروط البيع يقال عن شروط تقديم الخدمة. وتكمن هذه الشروط في أنه وزيادة على بيان الخدمات المعروضة وأثمانها في ملصقات كما ذكرنا، يضاف إلى ذلك الإضافات والزيادات الخاصة بعمليات إضافية احتمالية يقوم المقدم للخدمة تسليم الزبون نشرة (note) بذلك¹.

حيث قد يتعلّق الأمر بخدمة ما غير محدّدة الثمن مسبقاً وهي عادة ما يتم احتسابها جزافياً forfaitisé وفي هذه الحالة على مقدمها إعلام الزبون بالمعايير المستخدمة في حساب الثمن الإجمالي، كما لو كان تحديد الثمن بالحجم الساعي لليد العاملة، ثمن المتر المربع.. الخ بالإضافة إلى خدمات أخرى إضافية كثمن التنقل مثلاً (frais de déplacement)².

وهناك خدمات متعلّقة أو مرتبطة أداؤها بدفع الزبون لمستخدمي المؤسسة المقدمة للخدمة مبلغاً مالياً تعارف على تسميته البقشيش le pourboire وفي هذه الحالة يجب إعلام الزبون بشأنها صراحة ضمن النشرة في حالة وجوبها.

كما أن هناك خدمات جرت العادة على احتسابها بنسبة مئوية تتناسب في الغالب مع قيمة المبيع أو الخدمة المقدمة، حيث تحسب كل نسبة وتؤخذ من ثمن الجزء المبيع أو هذه الخدمة. كما في حالة الوكالات العقارية ووكالات الإعارة Agence de location حيث يتم إظهار ودون

¹- Lamy droit économique, op.cit, n°4642 P.1709.

²- Lamy , op.cit n° 4644 p 1709.

ليس، العناصر التي تمثل النسب (طبيعة العمليات والأشياء من منتج أو خدمة، طريقة احتساب النسب، المبلغ الإجمالي كل رسم محتسب TTC ¹ .

والجدير بالذكر في هذا المقام هو ما أورده المادة 8 من القانون 02/04 المتعلق بالشروط المطبقة على الممارسات التجارية والتي ألزمت البائع ومقدمي الخدمات بالإضافة إلى تقديم معلومات نزيهة للمستهلك عن مميزات المنتج أو الخدمة المقدمة و شروط البيع الممارس، أن يعلموا هذا الأخير ب"الحدود المتوقعة للمسئولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

يلاحظ أولاً أن المادة هذه المادة (م 8) وردت في الفصل الخاص بالإعلام والأسعار وشروط البيع. ولما كان السعر ركنا أساسيا في العملية التعاقدية عموما ومحددا مسبقا فإنه لا يتصور أي خلاف بصدده مستقبلا. وبالتالي فإن أي اتفاق بخصوص تحديد المسئولية التعاقدية يكون بصدد شروط البيع وشروط تقديم الخدمة على اعتبار أن معظم النزاعات التي قد تعرقل سير العملية التعاقدية تمس هذا الجانب مما يجعل هذا الفرض (بيان الحدود المتوقعة للمسئولية) يدخل ضمنا في مضمون تحديد هذه شروط البيع وشروط تقديم الخدمة الأمر الذي يجعل من ورود الفقرة الخاصة بهذا الفرض في المادة 8 تحصيل حاصل.

ولعل ما مستشف ضمنا من هذه الفقرة هو إمكانية الاتفاق على تحديد المسئولية التعاقدية في عملية البيع أو الخدمة مما يدفعنا إلى التساؤل عما يمكن أن يمثله هذا الفرض من حماية غير كافية للمستهلك خاصة وأنه يتعامل مع شخص محترف يملك زمام الأمور إلى جانب اضطرار هذا للمستهلك إلى إبرام العقود بشأن اقتناء المنتجات وطلب الخدمات تدفعه إلى ذلك الحاجة الملحة فلا ينتبه إلى هذا النوع من الشروط ويبرم العقد على غير بصيرة، هذا كله في غياب نص صريح يمنع تحديد أو الإعفاء من المسئولية.

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

¹- Lamy , op.cit. n° 4645 même p.

ومهما يكن من أمر فإن هذه الفقرة أضافت التزاما تبعيًّا للالتزام المحترف بالإعلام بشروط البيع وشروط تقديم الخدمة توجب من خلاله على هذا الأخير إعلام المستهلك بكل تحديد متوقع للمسئولية التعاقدية عن طريق تضمين العقد شروطا تعاقدية، وأن لا يتقرد بذلك من دون المستهلك، وإلا نكون أمام شروط تعسفية يستوجب إلغاؤها طبقا للمادة 4/29 من نفس القانون.

الفرع الثالث - الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع ومكامن خطورته.

لا يقل هذا النوع من الإعلام أهمية عن سابقه، حيث تلعب تأديته دورا هاما في حماية المستهلك من خلال تنبيهه بالأخطار التي قد ينطوي عليها المبيع، والتي غالبا ما تكون نتيجة لسوء استعماله من طرف المستهلك وهذا إما لنقص أو لانعدام البيانات المتعلقة بذلك.

أولاً: الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع.

تمثل طريقة الاستعمال الحد الأدنى المطلوب من المعلومات لجعل المشتري على بينة مما يقتنيه من منتجات وبدونها يتعذر عليه الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة سواء أكان في استعمالها خطورة أم لا. إذ أن هناك سلعا عديدة لا تحمل في طياتها أي خطر، إلا أن طريقة استعمالها أو تشغيلها تحتاج إلى تبصرة المستهلك حتى يتمكن من الاستعمال الأمثل لها وتأدية من ثم الغرض المنشود، خاصة تلك السلع المعقدة و المتطورة التي تتسم بطابع الحداثة. وما يجب على المهني الإفضاء به هو الطريقة الصحيحة للاستعمال وفق الغرض المخصص له حسب طبيعة السلعة. ولا يسأل المنتج من ثم عن الضرر الذي أصاب المستهلك جراء تجاهل هذا الأخير لطريقة الاستعمال أو للغرض الذي حدده المنتج فيستعمل السلعة بطريقة خاطئة أو لغرض خاص لا يمكن للمنتج أن يتوقعه¹.

وتختلف هذه البيانات والمعلومات بحسب ما إذا كان الشيء المبيع من الأشياء المعدة للاستعمال خلال فترة محددة أو من الأشياء دائمة الاستعمال².

¹ - محمد شكري سرور مرجع سابق ص 32

2-V. Christianos, conseil ,mode d'emploi et mise en garde thèse p.cit p.169 et s

مشار إليه في : حمدي سعد م سابق ص 194.

فبالنسبة للأشياء مؤقتة الاستعمال مثل المواد الغذائية و المواد السامة و مبيدات الحشرات والأدوية والمستحضرات الطبية و مواد الدهان وغيرها, فإن على المنتج أو البائع أن يبين طريقة استعمال هذه الأشياء, وقت استخدامها, المقادير المطلوبة, الجرعات المتأولة وكذا الاحتياطات الواجب أخذها عند الاستخدام¹. وتقصير المنتج أو البائع في تقديم هذه البيانات أو تقديمها بطريقة ناقصة أو غير سليمة يقيم مسؤوليته عما يصيب المستهلك من أضرار .

أما فيما يخص الأشياء دائمة الاستعمال و هي الأشياء التي تطول فترة استعمالها كالألات والأجهزة الكهربائية والالكترونية, فإن على المنتج أو البائع أن يقدم للمشتري كافة البيانات المتعلقة بكيفية استخدامها والاحتياطات الواجب اتخاذها عند تشغيلها, إضافة إلى بيان مكوناتها وخصائصها, كل ذلك في نشرة catalogue حتى يتسنى للمشتري الرجوع إليه عند الاقتضاء².

ولقد درج القضاء الفرنسي في أحكامه على تأكيد هذا المعنى من وجوب تضمين المبيع هذا النوع من البيانات, حيث قررّ مسؤولية البائع إذا ما هو أخل بذلك دون حاجة إلى إثبات وجود عيب خفي في المبيع. ومن هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض من مسؤولية منتج المواد الكيميائية المقاومة للطفيليات النباتية وإخلاله بالتزامه بإعلام المشتري عن شروط وكيفية استخدامها, وعدم توضيحه مختلف الشتلات التي لا يناسبها هذا النوع من المواد و الوقت المناسب لاستخدامها³.

وكذلك ما قضت به ذات المحكمة بتاريخ 4 مايو 1994 من أنه يجب على البائع لمنتوج حديث الاستعمال أن يقدم للمستعمل كافة البيانات المتعلقة باستعماله⁴.

ويمتد مضمون هذا النوع من الإعلام ليشمل تبيان شروط وخطوات الاستعمال وتدابير الصيانة وقواعد التحذير وكل ما من شأنه إعانة المستهلك على الاستغلال الأمثل للمبيع بحيث يستحيل عليه في غيابها استعماله بشكل مطابق للغرض الذي انشأ لأجله⁵.

3- عامر قاسم أحمد القيسي, الحماية القانونية للمستهلك, المرجع السابق ص 125.

²- حمدي احمد سعد, المرجع السابق ص 197.

مشار إليه في : المرسي حمود, المرجع السابق ص 28 . Cass. civ 1^{re}, 4 avril 1991, Bull. civ n°131 p. 87 .

⁴ Cass. civ 1^{re}, 4 mai 1994 , Bull. civ 1994 n°211p.191

مشار إليه في : حمدي سعد مرجع سابق ص 195.

2- ملاح الحاج, حق المستهلك في الإعلام, ملتقى وطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري: مخبر القانون الخاص

الأساسي جامعة أبي بكر بلقايد , تلمسان 14 -15 ابريل 2000 ص14.

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

ولقد أكدت اغلب التشريعات الحديثة على أهمية هذا النوع من البيانات لا سيما في التشريع الجزائري من خلال النصوص¹ القانونية التي جاءت في هذا الصدد وهذا بتأكيدا وفي مجملها على ضرورة الإدلاء بالبيانات التي من شأنها بيان كيفية استعمال هذه المنتجات.

ثانيا: الإعلام بالبيانات المتعلقة بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع.

لا يكفي قيام المحترف والبائع عموما بإعلام المشتري بطريقة استعمال الشيء المبيع على النحو الذي بيّناه سالفًا، بل ينبغي عليه إلى جانب ذلك أن يعلمه بالمخاطر التي يمكن أن تنجم عن استعمال هذا الشيء أو حيازته، وأن يحذره منها وأن يبيّن له جميع الاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنب ذلك، خاصة إذا تعلق الأمر بأشياء خطيرة² بطبيعتها أو معقدة التركيب .

ذلك أنه قد يكون المشتري على بينة بكيفية الاستعمال الصحيح للشيء، إلا أنه لا يدري ما قد ينتج عنه من مخاطر تكتنف استعماله أو حيازته مما يستدعي لفت انتباهه إليها. كمن يشتري عبوة مبيد فانه يستطيع الحصول على أفضل النتائج بإتباع طريقة استعمال صحيحة ولكنه ربما لا يدري أن قربها من مصدر لهب أو تركها في مكان شديد الحر يمكن أن يؤدي إلى انفجارها بسبب تمدد الغاز المضغوط داخلها³.

¹ - أنظر القانون 02/89 في مادته 3/3 بقولها و ما أكدته المادة 4/13 من المرسوم ت 37/97 الذي يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني. وكذا المادة 4/4 من المرسوم ت 366/90 المتعلق بوسم المنتجات غير الغذائية وعرضها. والمادة 6/6 من المرسوم ت 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها. وكذلك ما أورده القرار الوزاري الذي يتضمن كيفية تطبيق المرسوم ت 266/90 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات السالفي الذكر بالنسبة لمنتجات محددة ألزم أن تكون مرفقة بدليل الاستعمال حددت مضمونه صراحة المادة 6 منه من خلال بيان طريقة الاستعمال وكذا التركيب والتشغيل والصيانة.

² - أخرت الحديث عن الأشياء الخطرة ومعياريها إلى حين الحديث عن نطاق الالتزام بالإعلام في المطلب الثاني = من هذا المبحث باعتبار أن هذه الأشياء تدخل ضمن هذا النطاق.

³ - محمد شكري سرور، المرجع السابق ص 32.

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

وتأكيدا على هذا المعنى وفي صدد التزام المهني بإعلام المستهلك بالخطر الذي قد ينطوي عليه المنتج، نص القانون الجزائري على هذا النوع من الإعلام وعلى غرار سابقه (الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع) وذلك من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية التي جاءت بصدد حماية المستهلك حيث يستشف ذلك ضمنا من المادة 3/3 من القانون 02/89 إذ نصت على وجوب ذكر كيفية الاستعمال والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك، إذ لا يتصور احتياط من دون خطر قد ينطوي عليه المبيع. وكذلك ما ذكرته المادة 10 من المرسوم ت 37/97 بالنسبة لمواد التجميل والتنظيف البدني، وما ذكرته أيضا المادة 6 من المرسوم ت 42/92 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة¹ من وجوب إرفاق طلب الرخصة المسبقة للإنتاج بملف يضم وثائق ثبوتية من بينها ما يبين التدابير المتخذة في مجال تغليف المنتجات ووسمها وكذا الاحتياطات الواجب اتخاذها بمقتضى عرضها للاستهلاك.

أما بالنسبة للمراسيم التنظيمية الأخرى والمتعلقة ببعض أنواع المنتجات فإنها وإن كانت لم تتحدث بشكل صريح على هذا النوع من الإعلام إلا أن ذلك يستشف من خلال تأكيد هذه المراسيم على ضرورة بيان طريقة الاستعمال وشروطه²، باعتبار أن أغلب الأخطار إن لم نقل جلها و التي يتعرض لها المستهلك تنتج عن سوء استعمال الشيء المبيع فيكون من باب أولى تقديم مثل هذه البيانات للمستهلك بالنسبة لهذا النوع من المنتجات.

على أن هذا التحذير لا يحقق غرضه في تبصير المستهلك بالمخاطر ووسائل تجنبها إلا إذا استجمع خصائص معينة حتى ترفع المسؤولية عن المهني، ومن ثم يجب أن يكون التحذير كاملا وواضحا وملاصقا للشيء المبيع ذاته³. وفيما يلي توضيح هذه النقاط تباعا.

¹ - مرسوم ت رقم 42/92 مؤرخ في 30 رجب 1412هـ الموافق 4 فبراير 1992 يتعلق بالرخص المسبقة لانتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص، ج. ر رقم 1992/09.

² - أنظر فيما سبق بخصوص الحديث عن الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع ص 53 وما بعدها.

³ - في هذا المعنى عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق ص 127.

1- التحذير الكامل

يقصد بذلك أن يكون التحذير وافيا وشاملا لجميع المخاطر التي يمكن أن تلحق بالمستهلك سواء في شخصه أو في ماله. ومن ثم فلا يكفي في هذا الشأن التحذير الناقص أو الموجز الذي يوجّه عناية المستهلكين لبعض المخاطر دون البعض بهدف بث الطمأنينة في نفوسهم وحثهم على الشراء¹.

ومن الأحكام القضائية التي جاءت في هذا الشأن ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بمسئولية المنتج لمادة مقاومة للطفيليات لإصابة المزارع في عينيه نتيجة تطاير ذرات من المادة بفعل الريح. وهذا انطلاقا من كون التحذير المدرج كان ناقصا حيث اكتفى المنتج بذكر خطورتها على الجلد فحسب².

ولشمول التحذير أهمية قصوى خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات الدوائية بحيث لا يكون التحذير كاملا بشأنها إلا إذا حدّدت بوضوح مدة صلاحيتها والأضرار التي تنجم عن تعاطيه لمدة طويلة أو بجرعات كبيرة وكذا مضادات الاستعمال³ (Contre indications). أما بالنسبة للمواد الغذائية المحفوظة فبالإضافة إلى مدة صلاحيتها يتعيّن على المنتج بيان الوسيلة التي نقيها من الفساد فضلا عن الأضرار الناتجة عن الاستعمال بعد انتهاء المدة.

2- التحذير الواضح.

ويقصد به ذلك التحذير الذي يبيّن مخاطر المبيع و وسائل الوقاية منها بعبارات بسيطة يسهل فهمها بعيدا عن المصطلحات التي يصعب على المستهلك غير المتخصص فهمها. ومن شأن وضوح العبارات المستخدمة في التحذير تنبيه المستهلك بأهمية هذه الأخيرة واستبعاد من ثم اعتبارها مجرد توصية بأفضل الطرق لاستعمال المبيع.

وتأسيسا على ذلك لا يعتبر واضحا ما تدوّنه الشركات المنتجة لعصير الفواكه على زجاجاتها عبارة "يحفظ في مكان بارد بعد الفتح" حيث أن المستهلك قد يعتبر ذلك مجرد توصية

2- ثروت فتحي إسماعيل مرجع سابق ص 347

2- Cass. civ.1^{re}, 14 décembre 1982, précité.

3- voir en se sens Ph. Le Tourneau., la responsabilité des vendeurs et fabricants, op.cit p 58.

تهدف إلى احتفاظ العصير بخواصه الطبيعية بينما يقصد المنتج من ذلك تجنب تخمر العصير نتيجة تعرضه للحرارة مما يؤدي إلى انفجار الزجاجات وتعريض المستهلك للأخطار¹. ومن الواضح كذلك استعمال أكثر من لغة للتحذير نظرا لحجم التبادل التجاري الهائل بين الدول مما يستدعي كتابة التحذير إضافة إلى لغة بلد الإنتاج ولغة بلد المستورد لهذه المنتجات، تكتب بلغات أساسية شائعة الانتشار في العالم كالإنجليزية مثلا².

3- التحذير الظاهر.

ويكون التحذير كذلك إذا كان محرراً بشكل يلفت انتباه المستعمل للمنتج من الوهلة الأولى بحيث لا يصعب عليه معرفة أو رؤية التحذير³. ويتم ذلك عن طريق تمييز البيانات الخاصة بالتحذير عن بقية البيانات الأخرى المتعلقة بخصائص الشيء وطريقة استعماله من خلال استعمال ألوان مغايرة في الوسم أو أحرف مختلفة الخط أو كبيرة الحجم للدلالة على أهمية الأمر، كل هذا مع إضافة كلمة "خطير" (Dangereux) إن استدعى الأمر ذلك خاصة إذا تعلق الأمر بمواد جد خطرة حيث تكتب في أعلى الغلاف أو العبوة التي تحوي هذه المنتجات⁴.

4- وجوب أن يكون التحذير لصيقاً بالمنتجات.

وتعد هذه الخاصية أمراً بديها يفرضه منطق الأمور، إذ لا يتصور أن يفى التحذير بالغرض المنشود إلا إذا كان هذا الأخير ملازماً للسلعة ولا ينفصل عنها مطلقاً. ولا يتأتى ذلك إلا إذا كان التحذير مطبوعاً على الشيء ذاته أو مكتوباً على ورقة ملصقة به أو -إن أمكن- محفوراً على جدران العبوة التي تحتويه. ولا يعفى إرفاق الشيء بكتيب صغير أو نشرة مطبوعة عن ذلك بسبب احتمال ضياعها بعد أول استعمال للمنتج أو تعرضه

¹-حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 214.

²- ثروت فتحي إسماعيل، المرجع السابق ص 351.

³- ثروت فتحي إسماعيل، نفس المرجع ص 354. وفي نفس المعنى

⁴- عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 290. وانظر في نفس المعنى قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج: دراسة

مقارنة، رسالة دكتوراه، جامعة أبي بكر بالقائد 2005 ص 116.

للإتلاف، ولا كتابة هذه التحذيرات على العلب الحاوية إذا كانت العبوة ذاتها توضع بدورها داخل العبوة، ويكون من باب أولى أن لا يدرج التحذير في أوراق منفصلة عن المنتجات¹. ولقد أكدت النصوص القانونية² هذا المعنى بإلزامها أن تكون البيانات المتعلقة سواء بالتحذير أو تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال، مرئية ظاهرة للعيان، سهلة القراءة وواضحة ومتعدّ محوها ومكتوبة باللغة الوطنية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى انه و بالرغم من اتفاق الفقه والقضاء لا سيما الفرنسي على وجوب أن تكون البيانات -خاصة تلك المتعلقة بالتحذير من الخطورة- لصيقة بالمنتج على النحو الذي بيّناه أعلاه. إلا أنه وبالرجوع إلى المادة 1/6 من المرسوم ت 366/90 المتعلق بوسم المنتجات غير الغذائية وعرضها والتي نصت على أنه «يمكن أن تطبع البيانات المذكورة في المادة 5 أعلاه مباشرة على التغليف نفسه» فجعلت ذلك امراً جوازيًا إذ بإمكان المنتج وسم هذه الأخيرة على السلعة نفسها أو بإدراجها في ملصقات أو أن تكتب على الغلاف الخارجي للمنتج أو على دليل الاستعمال مع الإشارة بوجوده. ويمثل هذا في اعتقادي حماية غير كافية للمستهلك³ بخصوص وجوب وسم البيانات على المنتج نفسه وبخاصة تلك المتعلقة بالتحذير من مخاطره من جراء الاستعمال أو التخزين سواء أكان يمثل خطورة بطبيعته أو يحمل في طياته مستلزمات الخطر.

المطلب الثالث

نطاق الالتزام بالإعلام .

نظرا لتعدّد الروابط القانونية والتي لم تعد قاصرة على أطراف التعاقد فحسب، وبصدد الالتزام بالإعلام فإنه ولحين وصول المبيع إلى المستهلك والمشتري عموما فإنه يتم تداوله بين

¹ - ينظر في هذا المعنى المرسي حمود مرجع سابق ص 292.

² - ينظر كل من المادة 10 من المرسوم التنفيذي 37/97 المتعلق بمواد التجميل والتنظيف البدني والمادة 4 من المرسوم التنفيذي 366/90 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها. وكذا المادة 5 من المرسوم التنفيذي 367/90 المتعلق بوسم المواد الغذائية وعرضها .

³ - وانظر كذلك ما نصت عليه المادة 7 من المرسوم ت 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها من إمكانية الإخلال بضرورة وسم بيان أو عدة بيانات منصوص عليها في المادة 6 منه و التي تملئها الضغوط التي يفرضها حجم بعض الرزم باستثناء الفقرات 1, 4, 5 من نفس المادة، على أن هذا الاستثناء لم يطل الفقرة 6 و الخاصة بطريقة الاستعمال أو شروط التداول وهذا رغم أهميتها.

العديد من الأشخاص، فيثور التساؤل عن المدين بهذا الالتزام. والأمر كذلك بالنسبة للدائن خاصة إذا استعمل المنتج أكثر من شخص غير المشتري إما بحكم روابط اجتماعية أو أسرية هذا من جهة، ومن جهة فقد تباينت الآراء لدى الفقه حول الأشياء التي يشملها الالتزام بالإعلام فهل هي كل الأشياء مهما كانت طبيعتها؟ أم أنه يقتصر على الخطرة منها فحسب دون تلك المعقدة مثلا والمبتكرة حديثا.

ولعل هذا ما سنحاول توضيحه من خلال معرفة نطاق هذا الالتزام من حيث الأشخاص (فرع أول) ثم نطاقه من حيث الأشياء (فرع ثاني)، ثم نطاقه في مجال الخدمات لما لهذه الأخيرة من أهمية وما عرفته في الآونة الأخيرة من تطور ملحوظ (فرع ثالث).

الفرع الأول- نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص.

الأصل أن الالتزام بالإعلام يقع على عاتق كل بائع سواء أكان متخصصا أو غير ذلك، يستوي في ذلك المنتج أو الموزع أو البائع البسيط كتجار الجملة أو التجزئة. وكذلك الأمر فإن الإعلام يقوم لمصلحة كل مشتري، على أن الخلاف ثار بصدد هذا الأخير فيما يخص نطاق التزامه بحسب ما إذا كان مهنيا أو غير ذلك. لذا كان لزاما بيان أطراف هذا الالتزام بالإعلام.

أولا: المدين بالالتزام بالإعلام.

يقع عبء الالتزام بالإعلام على عاتق المحترف¹ على وجه الخصوص سواء أكان منتجا أو صانعا أو موزعا (وسيطا) أو بائعا أو مقدم خدمات².

ولقد عرفت المادة 2 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات المحترف بأنه " كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك".

¹-J. Calais-Auloy, Précis de droit de la consommation, op.cit p 49.

² - عامر قاسم احمد القيسي, المرجع السابق ص 120.

فالمحترف إذا هو الذي يمارس نشاطا مهنيا على وجه الاحتراف بهدف الحصول على الربح. وقد تكون الحرفة صناعية أو تجارية أو فنية أو مهنة حرّة وقد يكون المهني شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الخاص أو القانون العام¹.
ويندرج تحت لواء المحترف الفئات المذكورة أعلاه لذا سنحاول التطرق لكل فئة مبيّنين في ذلك مدى ونطاق التزامهم بالإعلام بحسب صفة كل واحد منهم على النحو التالي.

1- المنتج أو الصانع.

يعتبر المنتج المدين الأصلي والرئيسي بالالتزام بالإعلام. ومردّ ذلك إلى حجم المعلومات المتوفرة لديه عن السلع التي يقوم بإنتاجها، فهو يعرف كل صغيرة وكبيرة بخصوصها². ناهيك عما يملكه هذا الأخير من الأجهزة والآلات ما يمكنه من الإعلام الكافي و المفيد للمستهلك من كتابة لبيانات منتجاته عليها مباشرة أو بأي طريقة أخرى. فالمستهلك ينتظر منه معلومات أكثر دقة ممّا ينتظره من البائع المباشر³.

ولم يعط القانون الجزائري تعريفا للمنتج أو الصانع عموما واكتفى في مواضع متفرقة بذكر المحترف على اعتبار أن المنتج يدخل ضمنيا تحت لواء هذا الأخير. على عكس القانون الفرنسي والذي تطرّق إلى هذه النقطة نظرا لأهميتها في تحديد المسؤوليات وأعطى من ثم تعريفا دقيقا لهذا الأخير حتى يتمكّن للمستهلك إيجاد مسؤولا يرجع عليه. وهذا من خلال المادة 7 من القانون 389/98 المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة (م 6/1386 من القانون المدني حاليا) على أنه " يعد منتجا، عندما يتصرف بصفته محترفا، الصانع لمنتوج نهائي، ومنتج المادة الأولية، وصانع جزء مكون لمنتوج نهائي"⁴.

ولقد قرّر القضاء الفرنسي في كثير من أحكامه⁵ إعطاء الحق للمشتري النهائي في الرجوع

1- موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية والسياسية، الديوان الوطني للأشغال التربوية، كلية الحقوق جامعة الجزائر الجزء 37 رقم 02/1999.

2- محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية، المرجع السابق ص 447.

3- عامر قاسم احمد القيسي، المرجع السابق ص 122.

4- loi n°98/389 du 19 mai 1998 relative à la responsabilité du fait des produits défectueux. Gaz pal 1998, op. cit. p. 1118. art 7 « est producteur, lorsqu'il agit à titre professionnel, le fabricant d'un Produit fini, le producteur d'une matière première, le producteur d'une matière composante ».

5- Cass. civ. 1^{re}, 31 janv. 1973 précité ; Cass. civ. 1^{re}, 23 Avril 1985, Bull. Civ. 1985 D 1985 P. 558=

مباشرة على المنتج أو الصانع عند وجود نقص في المعلومات الخاصة بالمبيع سيما تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال والتحذير من المخاطر والاحتياطات الواجب اتخاذها. وذهب القضاء إلى اعتبار المسؤولية في هذه الحالة من طبيعة عقدية رغم أن المستهلك لا يرتبط بالمنتج أو الصانع بأي رابطة عقدية مما دعا البعض إلى اعتبارها مسؤولية مهنية تجاوزا للتقسيم التقليدي للمسؤولية (responsabilité professionnelle)¹.

2- البائع الوسيط أو الموزع.

هو من لا يقوم بإنتاج السلعة التي يبيعها، وإنما يقتصر دوره على شرائها من أجل بيعها مباشرة للمشتري، إذ يلتزم في هذه الحالة بإعلامه بما يحتاجه من معلومات تخص المبيع. ويقتصر التزام هذا الأخير بالإعلام بالبيانات التي يعلمها فعلا أو التي كان بإمكانه العلم بها، والتي ترد إليه من المنتج أو الصانع في صورة كتيبات أو نشرات مرفقة². وإذا كان الرأي مستقرا على اختلاف نطاق التزام كل من المنتج والبائع، فإن الأمر ليس كذلك بالنسبة لنطاق التزام البائع بالإعلام نفسه بحسب ما إذا كان هذا الأخير متخصصا أو غير متخصص على النحو التالي:

أ- البائع المتخصص.

ينصرف هذا الاصطلاح إلى كل من يكرس نشاطه لبيع سلعة معينة دون سواها كبيع قطع غيار السيارات مثلا³. فالبائع في هذه الحالة نظرا لتخصصه يحوز معلومات كافية عما يبيعه من سلع من حيث تركيبها وخصائصها واستعمالاتها ومخاطرها، لذلك فهو يلتزم اتجاه المشتري أن يتدخل لتدارك أي تقصير من جانب المنتج في تنفيذ الالتزام فيصح ما كان من البيانات والمعلومات خاطئا أو يوضح ما كان منها غامضا ويكمل ما بها من نقص¹.

= note S.Dion ; J.Calais, droit de la consommation, op. cit. P.52.

¹ - بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، مرجع سابق ص 19.

² - في هذا المعنى حمدي حمد سعد مرجع سابق ص 266.

³ - عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 304. وانظر كذلك حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 267.

ومن الأحكام التي جاءت في هذا الصدد، ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من مسؤولية البائع المهني الموزع لمادة تستخدم لتطهير أماكن تربية الدواجن لعدم تحذيره للمشتري مما قد ينتج عنها من مخاطر بسبب قابليتها الشديدة للاشتعال رغم عدم إشارة الصانع لذلك في النشرة المرفقة. وهذا بسبب تخصص البائع في هذه المواد¹.

وتبدو أهمية هذا الالتزام على عاتق البائع الوسيط في حالة المستحضرات الصيدلانية إذ لا يكفي الصيدلي بما ورد من بيانات في النشرة المرفقة مع الدواء، بل يجب عليه أن يوضحها للمشتري نظرا لما تحتويه من معلومات علمية يصعب على غير المتخصص فهمها².

ب- البائع غير المتخصص.

هو من يبيع سلعا مختلفة، أي متعددة الأنواع والاستخدامات حيث يقتصر التزامه بالإعلام على توفير الكتيبات و النشرات التي يرفقها المنتج بالسلعة دون التزامه ببيان مخاطر لا يعلمها فعلا³، ويعود ذلك إلى عدم إمكانية إمامه ببيانات كل السلع التي يقوم ببيعها.

وتأكيدا لهذا المعنى ما قرره محكمة النقض الفرنسية في حكم شهير لها بتاريخ 31 جانفي 1973 من استبعاد مسؤولية البائع وإقامة مسؤولية الصانع عن الأضرار التي سببها الحريق الذي نشب بسبب عدم تحذيره للمشتري عن قابلية الاشتعال الشديد لغراء لاصق "Colle" يستخدم في تركيب الأرضيات الصناعية⁴.

وإذا كان لتخصص البائع أثره على زيادة نطاق التزامه بالإعلام وقيام مسؤوليته في حالة الإخلال به، فإن هذا لا يعني البائع غير المتخصص كلية، بل انه يلتزم بان يبصر المشتري ببيانات ومخاطر المبيع سواء بما قدمه له المنتج أو باستعلامه بنفسه عن البيانات التي تهم

¹ - Cass. Civ 1^{re}, 4 avril 1991, Bull. civ 1991 n°131p.87, RTD Com 1992, p.220 obs B.Bouloc.

مشار إليه في : المرسي حمود مرجع سابق 305.

² - حمدي احمد سعد، نفس المرجع ص 269.

³ - عامر قاسم احمد القيسي، المرجع السابق ص 123.

⁴ - Cass. civ 1^{re}, 31 janv 1973, JCP. 1973 1V p.106.

مشار إليه في : حمدي احمد سعد نفس المرجع ص 270.

المشتري وإعلامه بها، حتى لا يتمادى في إعفاء هذا الأخير على حساب سلامة المستهلكين خاصة وأن المنتج يضمن البائع تجاه مسؤوليته المترتبة عن مخاطر المبيع¹.

ويدخل تحت لواء المهني إلى جانب هذه الفئات أيضا، المجهّز أو المركب (L'installateur) إذ يعتبر مدينا بالالتزام بالإعلام بالرغم من عدم كونه طرفا في العلاقة العقدية². حيث أنه وبسبب خبرته وتخصّصه في هذا المجال فإنه يتوقّر لديه الكثير من البيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع. والتزام هذا الأخير بالإعلام لا يتوقف عند مجرد تقديم نشرة استعمال فحسب بل يمتد ذلك إلى تقديم المعلومات المناسبة والنصائح الواجب إتباعها قصد الاستعمال الأنسب، لا سيما في مجال الإعلام الآلي، تركيب الآلات والمحركات وكذا مجال التدفئة³.

ولقد قررت محكمة النقض الفرنسية ذلك في عدة أحكام لها، كالذي أوجبت من خلاله على المقاول المركب للأسطح القرميدية بإعلام مقاول البناء حول عيوب المنتج الذي اختاره والاستعمال المخصّص له⁴.

وكذلك ما قرّره ذات المحكمة في حكم حديث نسبيا من مسؤولية المركب لجهاز تسخين (Chaudière) لعدم تناسب نوع التركيب الذي قام به مع خصائص الجهاز نتيجة إخلاله بإعلام ونصح المشتري⁵.

على أن هناك فئة أخرى لا تعد في حقيقتها مهنيا ولا بائعا سواء كان متخصصا أو غير ذلك. وهو ما اصطلح على تسميته البائع العرضي. ويقصد به من يقوم على بيع شيء بصفة عارضة دون أن يتخذ من ذلك حرفة له. إلا أنه ونظرا لانعدام أو قلة الخبرة الفنية لديه فإن التزامه يتحدّد في الأصل في الأمانة والثقة وحسن النية⁶. ومع ذلك يلتزم هذا الأخير بإعلام

¹ - ينظر في هذا المعنى عامر قاسم احمد القيسي، نفس المرجع ص 124.

² - G. Viney , La responsabilité civile, op.cit P. 617.

³ -Lamy Droit économique, op.cit.n °4915 p.1804.

⁴ -Cass. civ 1^{re} , 20 juin 1995, Bull. civ 1995 1 n° 276 p .191.

⁵ - Cass. 1^{re} civ, 25 janv 2000, n°98-12702 ; Lamy droit des affaires 2000 n°1631.obs Storre ; Lamy droit économique, op.cit n°4915 p.1408. la cour a annoncé « l'installateur d'une chaudière devant adapter l'installation existante aux caractéristiques du matériel livré »

⁶ -عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 305.

المشتري عما يعرفه عن المبيع ولا يسأل بالمقابل عما يجهله، وان كان لا يعفى من المسؤولية عن جهله بالخطر الكامن في المبيع¹.

ويعد ما أوردهنا سابقا في تقرير محكمة النقض للالتزام بالإعلام على عاتق البائعة العرضية لقطعة أرض تأكيدا لهذا المعنى، حيث اعتبرت أن البائعة قد أخلت بالتزامها لأنها لم تكشف للمشتريين عن خصائص و مواصفات الأرض المبيعة².

ثانيا: الدائن بالالتزام بالإعلام.

يعتبر المشتري الدائن الأصلي أو المباشر بالالتزام بالإعلام في مواجهة المدين به (سواء كن منتجا أو بائعا على نحو ما ذكرناه)، يستوي في ذلك المشتري غير المتخصص أو غير المهني، والمشتري المتخصص متى كان هذا الأخير غير مؤهل للإلمام بخصائص المبيع التقنية³. حيث أن صفته تلك لا تمنع من كونه غير محترف بالنسبة للمنتوج الذي يشتريه. وبالتالي لا يستبعد قيام مسؤولية البائع أو الصانع قبله كما لو أنه كان مشتريا أو مستهلكا عاديا⁴.

أ- المشتري غير المهني أو المستهلك عموما.

لا شك أن الالتزام بالإعلام يقوم دون تحديد عندما يتعاقد البائع مع المشتري بوصفه مستهلكا و الذي يقتني مالا أو يحصل على خدمة تلبية لحاجة من حاجاته الشخصية أو الأسرية. ويلتزم المحترف من أجل ذلك بالاستعلام للقيام بواجب الإعلام (obligation de s'informer pour informer) فنقوم مسؤوليته جراء الإخلال بذلك بشرط أن يكون جهل المستهلك مشروعا⁵.

¹ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق نفس الموضع.

² - ينظر ما أوردهنا تفصيلا لهذا الحكم بصدد الحديث عن مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام ص 24.

³ - Cass civ I^{re}, 20 janv 1995, Beaufils JCP éd.E1996.1.523 n° 12 obs D.Mainguay, Bull. civ I n°277.

وكان هذا بشأن قارب صيد لم يكن جهاز الدفع الذي ركب فيه ملائما. و من هذه الاحكام أيضا:

Cass .com, 18 jan 2000. voir Ph.LeTourneau, op.cit p. 62

وانظر في نفس المعنى: عامر قاسم احمد القيسي، المرجع السابق ص 121.

⁴ - بودالي محمد المرجع السابق ص 20.

⁵ - بودالي محمد مرجع سابق نفس الموضع.

إلا أن مصطلح "مستهلك" لم يكن وحتى الوقت القريب محل اتفاق فيما يخص إعطاء تعريف له، حيث جاءت عدة مؤلفات تحاول إعطاء تعريف لهذا الأخير¹، والتي لم تكن بعيدة عن بعضها من حيث المعنى فاعتبرت المستهلك هو ذلك الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة من شراء وإيجار وغيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع وخدمات وأغذية لإشباع حاجاته الضرورية دون أن تكون له نية المضاربة ودون أن تتوقّر لديه القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها.

ومرد الخلاف هنا يعود إلى أن هؤلاء اختلفوا حول ما إذا كان المهني نفسه يدخل في هذا المفهوم إذا طلب أو استعمل هذه المنتجات لأغراض مهنية، حيث تولّد عن ذلك رأيان، رأي يعطي مفهوما واسعا للمستهلك فيدخل ضمن هذا المصطلح حتى المهني الذي يقتني هذه المنتجات لأغراض مهنية. ورأي يعطي مفهوما ضيقا له يستبعد من وصف المستهلك كل من يقتني منتجا أو خدمة لأغراضه المهنية فقصرها هذا الوصف على من يقوم بذلك من أجل أغراض شخصية أو عائلية.

ولعل محكمة النقض الفرنسية وبعد ترددها في بادئ الأمر بين المفهومين حيث اتّجهت في البداية إلى تبني المفهوم الضيق والذي لا يدخل المهني في الحماية وان كان هذا الأخير لا يتعاقد لأغراض مهنية بعدما كانت قد حرمت وكيل عقاري من الحماية المقرّرة للمستهلكين بوصفه محترفا لا مستهلكا، وما لبثت أن عدلت عن موقفها عام 1987 حيث أنصفت وكيلة عقاريا (له نفس وضعية سابقه) قام بشراء جهاز إنذار لحماية محلاته واعتبرت الوكيل في نفس حالة الجهل مثله مثل أي مستهلك آخر².

وكذلك ما قضت به ذات المحكمة من مسؤولية صانع مواد الدهان عمّا لحق المشتري من أضرار رغم كونه محترفا جعل من الرسم حرفة له- جراء تشقق اللوحات التي استعمل فيها

¹- ينظر في هذا الشأن د/ جمال النكاس، حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي: مجلة الحقوق مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت طبعة 2003 ص 47. وانظر كذلك حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 255 وكذلك عامر قاسم احمد القيسي م سابق ص 121. وكذلك:

J. Calais, droit de la consommation, op.cit p. 07
²-Cass. Civ 1^{re}, 15 Avril 1986, RTDciv 1987, p. 86 obs J. Mestre.

مشار إليه في: محمد بودالي م. س. 64.

المواد المذكورة لجهله بخصائص ومكونات المواد المستخدمة، وأن تخصصه كفنان لا يستلزم معرفة ذلك¹.

وكرّس بهذا، القضاء الفرنسي وعلى اثر هذه الأحكام مفهوماً جديداً للمستهلك هو المحترف- المستهلك (La notion du professionnel -consommateur) فدرجت بذلك محكمة النقض الفرنسية ومنذ سنة 1995 على استعمال صيغة جديدة في قراراتها لا تعتبر فيها مستهلكاً كل شخص يبرم عقداً ذا صلة مباشرة مع نشاطه المهني².

ولقد تبنى التشريع الجزائري الرأي الأول فأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك ولعل هذا ما يستشف من المادة 2 من المرسوم ت 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش والتي سايرت المادة 01 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فنصت هذه الأخيرة على أنه « كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني ». على أنه وان كان هذا التعريف لا يدخل ضمنه مفهوم المستهلك المهني الذي يتعامل لأغراض مهنية فان الأمر ليس كذلك بالنسبة للمهني الذي يتعامل لإغراض شخصية أو عائلية إذ يمكن لهذا الأخير أن يستفيد من الحماية المقررة في هذا المجال إذا كان تخصصه هذا لا يمكنه من الإلمام بما يقتنيه ومعرفة خصائصه.

كما أن معظم التشريعات المعاصرة تبنت هذا المفهوم مثل معاهدة روما في 09 جوان 1980 المتعلقة بالقانون المطبق على الالتزامات التعاقدية. وكذا الموجة الأوربي للشروط التعسفية في عقود الاستهلاك بتاريخ 05 ابريل 1993. وكذلك المادة 121-22 من قانون الاستهلاك الفرنسي. حيث عرف من خلالها المستهلك على أنه " كل شخص طبيعي خارج إطار تجارته أو مهنته يتعاقد مع موزع والذي يتعامل بحد ذاته في إطار القيام بنشاطه المهني أو التجاري"³.

¹- Cass. civ 1^{re}, 23 avril 1985, précité .

²-Cass. Civ 1^{re}, 17 juillet 1996, JCP11-22747 note Paisant. 64 في هذا المعنى محمد بودالي م سابق ص

³- une définition citée par H. Christian , le commerce sur Internet, publicité protection des consommateurs,RD des affaires internationales ,forum européen de la communication n° 3 .1998 p.302.

ب- المشتري المهني .

يقصد بذلك أن يكون المشتري مهنيا تخصصه في نفس مجال البائع أو الصانع وبمعنى آخر يقوم ببيع أو صناعة المنتجات أو على الأقل متخصص في مجال هذه المنتجات¹.

وإذا كان المشتري كذلك فإن هذا يضيق من نطاق البائع في التزامه بالإعلام وبالتالي فإن المخاطر التي يتعرض لها المشتري في هذا الغرض لا تكون راجعة إلى نقص في الإعلام بل إلى خطئه هو أي المشتري².

وتأسيسا على ذلك فإن هذه الصفة قد تكون سببا في تخفيف مسؤولية البائع عن الإخلال بهذا الالتزام أو إعفائه منها نظرا لخبرة المشتري وتخصصه الذي يمكنه من تعويض النقص الذي يعتري المعلومات المقدمة والاستعلام من ثم عمّا خفي عليه منها بما ينفي أي تقصير في جانب البائع³.

ولقد تبنت محكمة النقض الفرنسية هذا الاتجاه في الكثير من أحكامها إذ قضت بمسؤولية البائع لآلة ميكانيكية تستخدم في لصق بطاقة البيانات على زجاجة المشروبات عن الضرر الذي لحق المزارع وهو متخصص في زراعة الكروم وإنتاج المشروبات جراء إدخال يده في الآلة أثناء تشغيلها حيث كان عليه وحسب صفته المهنية أن يدرك خطورتها⁴.

وكذلك الحكم الذي لم تعتبر من خلاله محكمة النقض أن المؤسسة مانحة الائتمان مسؤولة ما دام أن العميل هو شخص متخصص في العمل البنكي بوصفه مديرا ماليا لشركة وقد سبق له أن ألف كتباً في هذا المجال ويحمل شهادات، وذو تجربة مهنية عالية لدى احتجاج هذا الأخير بتقصير المؤسسة في إعلامه بالمبلغ الإجمالي وطرق الدفع⁵.

إلا أنه قد يتسع نطاق الالتزام بالإعلام حتى ولو كان المشتري شخصا مهنيا متخصصا فيما يشتريه كما لو كان المبيع مبتكرا حديثا ولم يسبق تداوله في الأسواق أو ذا تقنية عالية

¹-Aboukorin, Thèse précitée p.234. مشار إليه في : حمدي احمد سعد م. السابق ص 258.

²- عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 307.

³- في هذا المعنى حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 258.

⁴- Cass.civ 1^{re}, 14 juin 1980, Bull. civ n°186 p.151 obs Hemard . المرسي حمود المرجع السابق ص 308.

⁵- Cass. Com, 7 avril 1998, BRDA-9/1998 p 12.

مشار إليه في : بودالي محمد مرجع سابق ص 69.

ومعقدة¹، أو أن تأهيل هذا المهني لا يمكنه من تقييم المدى الدقيق للخصائص التقنية لما يقتنيه². أما المشتري المهني الذي يتعامل خارج إطار مهنته فلا شك وكما بيّناه في اعتباره مثل المستهلك العادي في تعاقدته خارج اختصاصه. إذ في هذه الحالة يستوي مع هذا الأخير في الجهل و الضعف³.

وعموما فإن مفهوم المشتري العادي يبقى أمرا نسبيا نظرا لقابليته للتطور حيث أن تكرار الأعمال التي يقوم بها الشخص المعني ومدى تعامله في مناسبات سابقة مع نفس المحترف يخفف من مدى التزام هذا الأخير بالإعلام⁴.

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشياء.

الأصل أن التزام البائع لا سيما المحترف بإعلام المستهلك أو المشتري عموما يشمل جميع الأشياء سواء كانت منقولات أو عقارات، بسيطة أو معقدة عادية أو خطيرة جديدة أو مستعملة شائعة أو حديثة الابتكار⁵، ويتسع نطاق هذا الالتزام خاصة إذا كان البائع مهنيا والمشتري شخصا عاديا.

ومحاولة حصر هذه الأشياء صعب المنال إن لم نقل مستحيلا والأمثلة على ذلك عديدة كأن يقع البيع على المنتجات بأنواعها من سلع غذائية أو مستحضرات تجميل و مواد تنظيف أو أدوات كهربية أو الكترونية، كما قد يقع البيع على قطعة أرض أو محل تجاري وغيرها. ونظرا لتعدد هذه الأشياء فإن دراستنا ستقتصر على تلك الخطرة (أولا) والأشياء المعقدة ذات التقنية العالية (ثانيا) ثم الأشياء المبتكرة حديثا (ثالثا) نظرا لأهميتها وأهمية الإعلام بشأنها. أما بالنسبة للخدمات فإننا سنفرد لها فرعا خاصا نظرا لما أصبحت تحظى به من أهمية اقتصادية واجتماعية في الوقت الراهن.

¹ - Cass. com 4^{ème}, 19 décembre 1995, RJDA 4/96 n° 482 P350 .

² - Cass. 1^{ère} civ, 3 juin 1998, Bull. civ 1n°198 p.136 ; Lamy droit économique. op.cit. n°4918 p.1805. «l'obligation d'information du fabricant à l'égard de l'acheteur professionnel n'existe que dans la mesure où la mesure ou la compétence de celui-ci ne lui donne pas les moyens d'apprécier la portée exacte des caractéristiques techniques des biens qui lui sont livrés ».

³ - J.Calais , précis droit de la consommation , op.cit p.11. 121 وفي نفس المعنى عامر القيسي م. سابق ص 67
⁴ - ومنها اتجاه القضاء إلى تخفيف التزام مؤمن تجاه شركة سبق لها وأن اكتتبت وثيقة تأمين مماثلة تتضمن استبياننا محررا بنفس البيانات . في هذا المعنى بودالي محمد المرجع السابق ص 67.

⁵ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق ص 308.

أولاً: الأشياء الخطرة.

إذا كان الفقه عموماً قد أجمع على ضرورة الإعلام بخطورة الشيء المبيع من خلال تضمين هذا الأخير بالمعلومات والبيانات المتعلقة بذلك¹، فإن الوضع ليس كذلك بالنسبة إلى تحديد معنى الشيء الخطير ومعياره.

ولعل في تحديد مفهوم الشيء الخطير أهمية بالغة تتمثل في معرفة نطاق هذه الأشياء من بين الأشياء غير الحية والتي يلتزم البائع عموماً بالإعلام بشأنها. وبمعنى آخر هل يتميز الشيء الخطير بمواصفات يجب أن يتوقّر عليها للقول بوجود الإعلام بشأنها؟ وإذا كان الجواب بالإيجاب فما معيار هذه الخطورة؟ أي هل يقتصر نطاق هذه الأشياء على تلك الخطيرة بطبيعتها فحسب أم يشمل حتى تلك التي تمثل خطراً بمناسبة استخدامها أو حيازتها؟.

بداية لم يعرف القانون الجزائري وعلى غرار التشريعات الأخرى الشيء الخطير. وانصرف بذلك عن وضع مفهوم للمنتوج، الشيء أو الخدمة الخطرة². لذا فإن الحديث عن مفهوم الشيء الخطير يوجب علينا التعرّض لموقف القانون الجزائري من المسؤولية عن الأشياء غير الحية وعما إذا كان يأخذ بمفهوم الشيء الخطر؟. ثم نتحدّث عن المعايير التي اعتمدها الفقه في هذا الشأن.

وتقوم المسؤولية عن الأشياء غير الحية على أساس خطأ مفترض لا يقبل إثبات العكس في جانب من يوجد الشيء في حراسته. وتتسع دائرة هذه المسؤولية لتشمل أي شيء ما عدا الحيوان وتهدم البناء، عقارا كان أو منقولاً متحركاً بقوته الذاتية أو محركاً بيد الإنسان خطيراً أو غير خطير³.

على هذا المفهوم استقرت هذه المسؤولية لدى الفقه والقضاء بفرنسا، خاصة بعدما هجرت محكمة النقض حكماً لها بتاريخ 1927/02/21 والذي ذهب من خلاله إلى أن الأشياء تخضع لضرورة الحراسة بسبب الأخطار التي يمكن أن تسببها للغير و هذا في محاولة منها للتمييز بين

¹ - انظر ما أورده بصدد الحديث عن البيانات الواجب تقديمها والمتعلقة بالتحذير من خطورة الشيء المبيع ص55.

² - M.Kahloula et G.Mekamcha, la protection di consommateur en droit algérien, I.D.A.R.A volume5, n° 2 1995. p.12.

³ - محمد حسنين، الوجيز في نظرية الالتزام، مرجع سابق ص 206.

الأشياء الخطيرة و الأشياء غير الخطيرة¹. ممّا جعل الفقه هناك يعتبر أن النص الخاص بالمسئولية عن فعل الأشياء في القانون المدني ينطبق على الأشياء الخطرة فقط.

إلا أنه ونظرا لصعوبة التمييز بين الأشياء الخطرة وغير الخطرة باعتبار أن كل شيء مهما كانت طبيعته قد يصير خطرا إذا ما هو استعمل بطريقة غير صحيحة ومناداة الفقه بضرورة الاستغناء عن هذا الاتجاه، فإنّ ذات المحكمة وفي حكم لها بتاريخ 13/02/1930 هجرت هذا التمييز ولم تشر إليه².

ولقد كان للحكم الأخير لمحكمة النقض أثره البالغ في هجر معيار التفرقة بين الأشياء الخطرة وتلك التي لا تعد كذلك في تحديد المسئولية والتي أرساها على أساس خطأ مفترض.

وبهذا أخذت المادة 138 ق م جزائري حيث نصت على المسئولية عن الأشياء غير الحية حسبما أرسى دعائمها محكمة النقض في هذا الحكم. أي أن المادة جاءت شاملة لكل شيء وقائمة على قرينة قاطعة لا تقبل إثبات العكس³ فنصّت المادة 138 م ج على أنه " كل من تولّى حراسة شيء وكانت له قدرة الاستعمال والتسيير والرقابة يعتبر مسئولا عن الضرر الذي يحدثه ذلك الشيء" على أنه "يعفى من هذه المسئولية الحارس للشيء إذا اثبت أن ذلك الضرر حدث بسبب لم يكن يتوقعه مثل عمل المضرور أو عمل الغير أو الحالة الطارئة أو القوة القاهرة " وهذا في فقرتها الثانية.

وعلى هذا فإن القانون الجزائري لم يأخذ بمفهوم الشيء الخطير في تحديد المسئولية. إذ لم يشترط مواصفات خاصة يجب توافرها في الشيء لافتراض الخطأ في جانب الحارس. ومن ثم لم يميّز بين الشيء الخطير والشيء غير الخطير في تقريره للمسئولية إذا ما تسبّب الشيء في ضرر للغير. فيكون بذلك قد عدل عن قصر تطبيق المادة 138 على بعض الأشياء دون غيرها واعتبر أن الحارس مسئول عمّا تسببه الأشياء التي تحت حراسته سواء كانت خطيرة أم لا. وهذا على عكس القانون المصري والذي قصر المسئولية على الأشياء التي تستلزم حراستها عناية خاصة وعلى الآلات الميكانيكية طبقا لنص المادة 178 ق م مصري.

¹ - Cass.civ , 21 fev 1927, D.H.1927, 1, P, 97 .

مشار إليه في: حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 3.

² - Cass.ch reun ,13 fev 1930, D.1930-1-57, note F.Ripert . سابق ص 206 .

³ - في هذا المعنى ينظر محمد حسنين، مرجع سابق ص 207.

وكذلك الأمر بالنسبة إلى القانون 02/89 حيث لم يتمسك من خلال المادتين 2 و 3 بمعيار الشيء الخطر، إلا أنه تمسك بمعيار السلامة التي ينتظرها المستهلك. فالمنتج الذي ينطوي على خطر يهدد سلامة المستهلك هو منتج غير مطابق للانتظار الشرعي لهذا الأخير¹. هذا ما أكدته المادة 2 من القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك بقولها " كل منتج، سواء كان شيئا ماديا أو خدمة مهما كانت طبيعته يجب أن يتوفر على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك و/ أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية " فأرست المادة بذلك أولى دعائم واجب السلامة.

وإذا كان الالتزام بالإعلام يمتد ليشمل كل الأشياء مهما كانت طبيعتها فان ذلك يكون من باب أولى بخصوص الأشياء الخطيرة. وبالتالي يكون لزاما بيان معيار الخطورة ومتى تتوافر في الشيء حتى نستطيع القول أن البائع قد اعلم المشتري بشأنها أم لا ؟.

لم يمنع بعض المختصين في هذا المجال رغم ما شهده الفقه من انقسام² في تحديد معيار الشيء الخطر، من إعطاء تعريف لهذا الأخير إذ عرّف الشيء الخطير على أنه ذلك الذي تتطلب حراسته عناية خاصة نظرا لما تمثله من خطورة حتى وان كان لا يمثل خطورة بطبيعته فكل شيء مهما كانت طبيعته يمكن أن يصبح خطرا إن هو استعمل بصورة غير سليمة³.

ومفهوم الخطورة في الشيء التي تقيم مسؤولية المنتج يجب أن يبحث عنها في طبيعة الشيء وخصائصه الذاتية ويتحقق هذا المفهوم في حالتين⁴:

الأولى عندما يكون الشيء خطرا بطبيعته بمعنى أنه لا يمكن أن ينتج إلا خطرا حتى يفي بالغرض المقصود كمواد التنظيف السامة والمبيدات الحشرية والمواد القابلة للاشتعال.

والثانية عندما يحمل الشيء في طياته أو بين عناصره مسببات الخطر الذي ما يتلبّث أن يظهر بعد خروجه من سيطرة المنتج نتيجة اتصال عناصره وتفاعل مكوناته مع بعض العوامل

¹ - M.Kahloula et G.Mekamcha, op.cit, p.12 et 13.

² - حيث عرف الفقه معيارين لتحديد الخطورة يتمثل الأول في المعيار المزدوج والذي يعتبر الشيء خطرا إذا كان كذلك إما بحم طبيعته كالمواد الكيماوية والمتفجرات ..الخ وإما بسبب الظروف والملابسات التي وجد فيها حتى وان لم يكن خطرا بطبيعته كالسيارة والصخر .. وهناك المعيار الموضوعي والذي لا يعتبرها خطرة إلا تلك الأشياء التي تكون كذلك بطبيعتها. في هذه المعنى وتفصيلا لذلك انظر حمدي سعد مرجع سابق ص 7 وما بعدها.

³ - عامر قاسم احمد القيسي مرجع سابق ص 117.

⁴ - ينظر تفصيلا لذلك عامر قاسم احمد القيسي مرجع سابق نفس الموضوع. وكذلك حمدي احمد سعد م سابق ص 08 وما بعدها

الخارجية مما يجعله من الأشياء الخطرة كعصير الفاكهة والمشروبات الغازية التي يمكن أن تتخمر بفعل حرارة الجو فتتحول إلى مواد خطيرة.

ويقع على المنتج في الحالتين التزاما بالإعلام والتحذير من خطورة الشيء وذكر الاحتياطات الواجب اتخاذها لتفادي ذلك، هذا بالإضافة إلى الأشياء التي يتطلب استعمالها أو تشغيلها القيام بعمليات معقدة قد تجعلها خطيرة كالأسلحة النارية والأجهزة الكهربائية¹.

ثانيا: الأشياء ذات التقنية العالية والمعقدة.

يكون المبيع ذا تقنية عالية ومعقدة إذا كان من الأشياء دقيقة التركيب أو معقدة الاستعمال كما هو الحال في الأجهزة المعلوماتية والالكترونية، حيث أن التزام البائع بإعلام المشتري يتسع نطاقه ليشمل كافة المعلومات والنصائح الخاصة بالمبيع والتي تساعد على اختيار النظام الملائم، وقد يصل الأمر إلى حد التزام البائع بتقديم المساعدة الفنية (Assistance technique) إلى المشتري².

ويرجع السبب في تشديد الالتزام على بائع هذا النوع من الأشياء إلى كون المشتري يجهل تماما ما يتصل بهذه المبيعات كالغرض الذي أنتجت من أجله و مواصفاتها وإمكاناتها، إذ قد يستدعي الأمر مساعدة المشتري في اختيار ما يتناسب والأغراض التي يبتغيها .

ويؤكد هذا المعنى ما اشرنا إليه سابقا في حكم محكمة النقض الفرنسية في تقريرها مسئولية بائع الخلاط (Malaxeur) لعدم إعلام المشتري بكيفية الاستعمال حيث أنه كان في درجة من التعقيد لا تسمح للمشتري معرفة ذلك³.

وكذلك ما أقرته ذات المحكمة بخصوص بائع أجهزة الحاسوب من مسئولية هذا الأخير وأن التزامه بالإعلام لا يتحدد بتقديم نشرة استعمال فحسب، حيث كان عليه أن يزود المشتري بكافة المعلومات و النصائح قصد الاستعمال الأمثل⁴ نظرا لما يكتنف استعمال وتشغيل هذه الأجهزة من تعقيد.

1- عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 286.

2- في هذا المعنى ينظر عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 311.

3- Cass. civ 1^{re}, 22 avril 1959, précité.

4- Cass. com, 11 avril 1995, n°92-21.476 contras, con, consom. 1995, n°125 obs Leveneur ; Lamy, =

ثالثا: المنتجات الجديدة والمبتكرة حديثا.

يعتبر الشيء المبيع كذلك إذا كان في استعماله نوع من الجديّة أو الحداثة بحيث يتعدّر على مقتنيها الإلمام وقت شرائها بخصائصها أو كيفية استعمالها مما يستوجب على البائع أو الصانع بإحاطة المشتري- ولو كان مهنيا- بكافة بيانات هذا الاستعمال الحديث بما يبسر له الانتفاع الحسن بها وتجنب أخطارها¹.

إلا أن الفقه غير مستقرّ بخصوص هذه النقطة، إذ يرى جانب منه وجوب أن ينحصر الالتزام بالإعلام في الأشياء الخطرة ولا يتعدّها إلى غيرها، وتبعا لذلك انقسم إلى اتجاهين: اتجاه ضيق يرى أن الأحكام القضائية لا تأخذ بفكرة الحداثة في تقرير هذا الالتزام على عاتق المنتج أو البائع إلا باعتبارها صفة تابعة لكون الشيء خطر ومن ثم فإن صفة الجديّة أو الحداثة للشيء المبيع تدرج من وجهة نظرهم تحت الصفة الخطرة. أي أن صفة الحداثة لا ينظر إليها في ذاتها وإنما بوصفها عنصرا يدخل إما في تقدير خطورة المبيع أو في تقدير استحالة علم المستهلك بخصائصه².

أما الاتجاه الموسع فقد ذهب إلى أن الالتزام بالإعلام لا يقتصر على الأشياء الخطرة فحسب و إنما يمتد إلى تلك التي تتميز بالحداثة، حيث أن هذه الأخيرة يحتم على البائع أن يعلم المشتري بكيفية استعمالها أو تشغيلها حتى يجنبه خطرها وذلك بالنظر إلى عدم شيوع استعمالها³.

ولقد سايرت محكمة النقض الفرنسية هذا الرأي حيث أشارت إلى صفة الحداثة بوصفها من أسس قيام الالتزام بالإعلام تأييدا لحكم محكمة Lyon من أن هذا الالتزام يقع على وجه الخصوص على مديري المشروعات الذين يقومون بحكم التطور السريع للعلم والتقنية بطرح منتجات جديدة في السوق تكون خصائصها وتطوراتها غير معروفة⁴.

= Droit Economique, op,cit n°4915 p 1804.

¹ - عبد العزيز المرسي حمود ص 312.

² - عامر قاسم احمد القيسي، المرجع السابق ص 119. وانظر في نفس المعنى نزيه المهدي المرجع السابق ص 151.

³ - ثروت فتحي إسماعيل، المرجع السابق ص 70. وانظر في نفس المعنى عبد الكريم جوهرة، الالتزام بالسلامة في عقد البيع : رسالة ماجستير كلية الحقوق جامعة الجزائر 2002-2003.

⁴ - ثروت إسماعيل، نفس الموضوع.

ولعلّ ما يؤيدّ هذا الرأي كذلك هو أنه قد يكون المنتج مبتكرا حديثا حيث يلتزم البائع بصدده بالالتزام بالإعلام رغم عدم انطواء هذا الأخير على خطورة تذكر، فكون المنتج حديث الصنع يكفي لإلقاء عبء الالتزام بالإعلام على عاتق المنتج أو البائع بإعطاء المستعمل كافة البيانات اللازمة لاستعمال هذا المنتج.

وتأكيدا لها المعنى أيدت محكمة النقض حكم محكمة الاستئناف الذي قرّر مسؤولية البائع لمنتج جديد عبارة عن بذور بقدونس نتيجة عدم توضيحه في نشرة الاستخدام طريقة الإنبات الصحيحة كون المنتج كان جديدا مما يحتمّ على البائع الإدلاء بالبيانات الضرورية لذلك. إذ ليس على المشتري في هذه الحالة الاستعلام عنه ولو كان مهنيا نظرا لحدثة المنتج¹.

ومهما يكن من أمر فإنّ ثمة عوامل تؤيدّ امتداد الالتزام بالإعلام من الأشياء الخطرة لتشمل تلك الجديدة أو المبتكرة حديثا، يبررها جهل المشتري بخصائص ومكونات المنتجات نظرا لما أدى إليه التطور التكنولوجي من ظهور منتجات دقيقة في تركيبها ومكوناتها. يضاف إلى ذلك أن حاجة المشتري للمعلومات والبيانات المتعلقة بالأشياء الخطرة لمعرفة كيفية استعمالها ومن ثمّ تجنّب مخاطرها له كذلك ما يبرره في الأشياء المبتكرة حديثا حيث يكون المشتري في أمس الحاجة إلى مثل هذه المعلومات.

كما أن ربط الالتزام بالإعلام- الخاص بالأشياء المبتكرة حديثا- بخطورة المبيع يؤدي إلى قصر هذا الالتزام على المنتجات الخطرة دون تلك التي لا تعتبر كذلك رغم حداثة مما يؤدي إلى إعفاء المنتج أو البائع كليّة من التزامه لعدم تحقق الخطر وهذا فهم قاصر لأبعاد الالتزام بالإعلام لم يقصد الفقه أو القضاء الوصول إليه².

الفرع الثالث - نطاقه في مجال الخدمات.

تعتبر الخدمات مجالا خصبا للالتزام بالإعلام حيث عرفت في الآونة الأخيرة تطورا ملحوظا نظرا لما شهدته المجتمعات المعاصرة من تطور في المجالين الاقتصادي والاجتماعي أدى إلى تعقّد أداء بعض هذه الخدمات الأمر الذي دفع بالقضاء لا سيما الفرنسي إلى بيان معالم

¹-Cass civ 1^{re}, 4 mai 1994 Bull civ 1 n°163 p 120, RTD com1994, n°6 p.168 obs B.Bouloc.

مشار إليه في: عبد العزيز المرسي حمود المرجع السابق ص 312.

²- حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 241.

هذه الأخيرة وذلك عن طريق إلزام مقدمي أي خدمة سواء كانت ذات طابع مادي كخدمات الهاتف والاتصالات عموما وكذا الكهرباء.. الخ، أو مالي كالتأمين وعمليات الائتمان، أو ذهني كما هو الحال في المهن الحرة كالمحامي والموثق وكذا مسيري الذمة المالية والعمل الطبي والخدمات المتعلقة بتقديم خبرة عموما (Expertise) وخدمات التصليح بأنواعها.

أ- مبررات توسع الالتزام بالإعلام في هذا المجال.

لقد كان لاعتناء القضاء الفرنسي بهذا المجال وتوسيع الالتزام بالإعلام ليشمل العديد من الخدمات مبرراته. منها ما هو مرتبط بمضمون الروابط التعاقدية ذاتها مرده إلى عدم التكافؤ بين المتعاقد العادي والمحترف الذي يتميز بخبرة فنية وتقنية عاليتين أدى إلى الاعتراف بوجود التزام بالإعلام على عاتق هذا الأخير في هذا المجال، بالإضافة إلى المبررات المرتبطة بالتطور الاقتصادي والاجتماعي والذي بدوره أدى إلى تطور سلوك المستهلك نفسه فجعله أكثر حذرا وإحاحا وأقل قبولا لاحتمال والغرر مما أسهم في تزايد المنازعات في هذا الصدد¹. يضاف إلى ذلك الوعي الذي وصل إليه المستهلك خاصة في البلدان المتطورة والتي لعبت في بروزه الأجهزة العمومية لتلك الدول وجمعيات حماية المستهلك دورا كبيرا. ولقد أدى هذا الوضع بالقضاء كنتيجة لذلك وبغية إبعاد الغموض الذي اكتنف بعض هذه الخدمات نظرا لتعقدتها إلى إلزام مقدميها بتقديم معلومات وبيانات كافية ونزيهة تغطي كافة مراحل تقديم الخدمة واستبعاد الشروط التعسفية التي قد ينطوي عليها العقد المبرم بشأنها².

ب- مظاهر الالتزام بالإعلام في مجال الخدمات.

نظرا لتوسع هذا المجال وتعدد الخدمات في شتى الميادين فإن دراستنا ستقتصر على بعضها، وبالأخص تلك التي شهدت تطورا ملحوظا في الأونة الأخيرة والتي ألقى بشأنها القضاء الفرنسي التزاما بالإعلام على عاتق مقدميها نظرا لأهميتها وعجز المستهلك على الإلمام بتفاصيلها والتي تتسم في غالبيتها بتقنيات وفنيات عالية في تقديمها.

¹ - ينظر في هذا المعنى بودالي محمد مرجع سابق ص 32 وما بعدها.

² - عامر قاسم احمد القيسي مرجع سابق ص 155.

أولاً: إعلام المستهلك في عقود الائتمان.

تمثل هذه العقود عموماً مزايا للمستهلك إذ بواسطتها يتحصل على قروض من مؤسسات مختصة في ذلك، مما يمثل ذلك خطراً على المستهلك لتعلقها بذمته المالية. الأمر الذي دفع- بالإضافة إلى القضاء- أغلب التشريعات لا سيما في البلدان الأوروبية وعلى رأسها فرنسا إلى سن قوانين تلزم من خلالها المقرض إعلام المقترض بكل جوانب العقد.

ولعل من أبرز هذه النصوص القانون الصادر في 10 جافني 1978 بشأن عقود الاقتراض¹ وما جاء به من مواد تهدف صراحة إلى حماية وإعلام المقترض خاصة في مجال الدعاية والإعلان عن هذه القروض، لا سيما المادة 4 منه والتي ألزمت المقرض بذكر بعض البيانات الواجب إعلام المقترض بشأنها من بيان الشخص المقرض وطبيعة ومحل ومدة القرض الممنوح وكذا التكلفة الإجمالية للقرض فضلاً عن المصروفات المبدئية لفتح ملف الاقتراض، والتكلفة اللازمة بمناسبة سداد الأقساط. وهذا كله حتى لا ينفرد المقرض بصياغة العقد على نحو يضعف المقترض، حيث رتب على مخالفة ذلك مسئولية جنائية بفرض غرامات وعقوبات تكميلية على المخالف.

كما ألزم نفس القانون المؤسسات والجهات القائمة على الاقتراض بتسليم المقترض كافة الوثائق المتعلقة بالعرض المبدئي للقرض محل التفاوض وتسليم نسخة من هذه الوثائق للضامنين و الكفلة مع النص- إضافة إلى قيمة القرض- على توزيع هذه القيمة على جدول زمني مع بيان شروط الضمان والتأمينات إن كان لها محل. هذا بالإضافة إلى إلزام هذه المؤسسات بتبني أحد نماذج عقود الاقتراض المعدة بناء على قرار من مجلس الدولة الفرنسي الذي يراعي في إعداده استشارة اللجنة الوطنية للاستهلاك².

وإذا ما خالف المقرض أحد الالتزامات السابقة فانه يتعرض لجزاء مدني مستحدث، إذ يظل العقد قائماً وصحيحاً ولا يلتزم المقترض إلا بأصل القرض ويحرم المقرض من الفائدة. وبالفعل هذا ما قرره محكمة النقض في حكم حديث لها بتاريخ 16 مارس 2004 في قضية عقد

¹ - La loi n° 78/22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs Dans le domaine de certain opération de crédit ; J.Calais, doit de la consommation. op.cit p. 372.

² - في هذا المعنى ينظر عامر قاسم احمد القيسي المرجع السابق ص 156 و 157.

قرض على فترات قابل للتجديد¹, من مسئولية المؤسسة المانحة للقرض وهي شركة (Cofidis) لعدم إعلام المقرض وهما زوجان بتغيير شروط العقد في الوقت المناسب مما أدى إلى تجديد العقد ضمناً فرفض الزوجان الدفع بالشروط الجديدة لا سيما فيما يخص نسب الفائدة وطالبا بحرمان البنك من هذه الأخيرة بعد أن كانا قد توقفا عن الدفع. فاستجابت لذلك محكمة النقض تأسيساً على المادة L.311-9-9.2 من قانون الاستهلاك وعابت على محكمة الاستئناف رفض طلبهما².

ولقد جعلت المحكمة من إعلام المستهلك في هذا النوع من العقود التزاماً قانونياً عن طريق تقديم نشرة (Remise de notice) تحدّد مضمون الالتزام بالإعلام وحدوده. واعتبرت في بادئ الأمر أن تقديم هذه النشرة من طرف المدين بالالتزام دليل على تنفيذه عملاً بالمادة 1315 م فرنسي الخاصة بالإثبات³.

وتدعيماً لما قضت به من قبل أكدت ذات المحكمة في حكم لها بأنه كان على المقرض إعلام المقرض حول الشروط التبعية للقرض وأن المؤمنين يرفضون ضمان المخاطر الخاصة بتأمين أو ضمان القرض⁴. كالوفاة، الإعاقة أو البطالة.

من هذا المنطلق أيضاً أطلت محكمة النقض شرطاً اعتبرته تعسفاً أدرج من طرف المؤمن في عقد التأمين الخاص بالقرض لم يقر البنك المقرض بتبينه وإعلام المقرض به، مفاده أن الضمان لا يطال القرض في حالة وفاة المقرض عن عمر يناهز الخامس والستين، حيث أكدت المحكمة أن تقديم نشرة الإعلام لا يكون كافياً لإثبات التزام البنك بالإعلام إلا إذا كانت بنوده واضحة تحدد بدقة الأخطار المؤمنة وكذا كيفية أعمال التأمين وألزم هذا الأخير أي البنك بتحمل تبعة القرض⁵.

¹- ويسمى، crédit utilisable par fractions ou renouvelable - حيث أن العرض المبدئي لا يكون ملزماً إلا بالنسبة للعقد الأول الذي يكون محدود بمدة سنة قابلة للتجديد، على أن المقرض يلتزم بإخطار المقرض ثلاثة أشهر قبل نهاية المدة بالشروط المتعلقة بتجديد العقد. في هذا المعنى ينظر:

J.Calais,droit de la consommation, op. cit p. 380

²- Cass. Civ, 1^{re}, 16 mars 2004.,Recueil Dalloz avril 2004 n° 13/7154 jurisprudence, obs A. Valérie p. 948.

³- Cass. Civ 1^{re}, 4 fev 1997 ,RGDA 1997 p 530 ; le Dalloz 2000 n° 18 jurisprudence , p.1632.

⁴- احمد محمد محمد الرفاعي المرجع السابق ص 121.

⁵- Cass. civ 1^{re}, 3 juin 2004, pourvoi n°03-13.896,contrats,conc,consom.2004, comm.137, note L.Leveneur ;« l'obligation d'information et de conseil ne se limite pas a la remise de la notice,=

ولقد درجت المحكمة على نفس المبدأ بخصوص القرض العقاري (Crédit immobilier) حيث ألزمت أن تكون النشرة مرفقة بعقد القرض ذاته¹، وألزمت أن يعين فيها بدقة ووضوح المخاطر المضمونة وكذا شروط أعمال التأمين في حالة الاكتتاب الجماعي. بحيث يعفى المقرض من التزامه إن هو قام بذلك².

وفي هذا السياق أيضا أقرّ نفس القضاء واعتبر البنك مقصرا بموافقته منح قرض غير مستحقّ إلى زبون بصفة مستمرة رغم علمه بوضعيته المالية غير الملائمة. وأنصفت المقرض المتمسك بعدم إعلامه وتقديم التصح له من طرف المقرض بمخاطر الاقتراض المستمر³. ويقع على المؤسسة مانحة القرض عبء إثبات أنها قدّمت المعلومات الضرورية والكاملة المتعلقة بتفاصيل القرض. هذا ما أكدته محكمة النقض من خلال قرار⁴ Hédreul الشهير المتعلق بالمسئولية الطبية والتي ألفت من خلاله على كل محترف في حدود اختصاصه عبء إثبات القيام بواجب الإعلام.

ثانيا: التزام الموثق بالإعلام.

يعد الموثق أول من اعترف القضاء الفرنسي بوجود التزام بالإعلام والنصيحة على عاتقه⁵. إذ يقع عليه واجب فحص العقود التي يحررها وذلك بموافقة الشروط القانونية والواقعية والتأكد من نجاعة وفعالية هذه العقود والتحقق من معطياتها وإعلام الأطراف بشأنها⁶. ولقد أقرّ القضاء مسئوليته في الكثير من المناسبات واعتبره مخلا بالتزامه نتيجة تسببه في بطلان تنازل عن حصص في شركة توصية بسيطة بسبب جهله بأن هذه الأخيرة (الشركة)

=des lors que celle-ci ne définit pas de façon claire et précise les risques garantis, ainsi que les modalités de mises en jeu de l'assurance ». voir M.Bruschi, crédit à la consommation et obligation d'information, RDC avr 2005, LGDJ chronique, p.105.

¹ - Cass. civ 1^{re}, 20 janv 1998, n° 95-20.207 D.Aff 1998, p.284, rev Lamy droit Aff 1998, n°4 obs. P.storrer ; cité par M.Bruschi, op.cit p.106.

² - Cass. civ 1^{re}, 17 juillet 2001, n°98.18- 242 Bull. civ I n°229 p.143. obs L. Leveneur ; cité par M.Bruschi, op.cit même page.

³ - Cass. Civ 1^{re}, 27 juin 1995, JCP.ed G. 1995 .IV. 2088.

⁴ - أنظر قريبا في تفاصيل الحكم ص 84 وما بعدها.

⁵ - بودالي محمد المرجع السابق ص 38.

⁶ - CA.Paris 2 ch B 13 fev 2003, JCP. S.J, Ed.G 2003,II 10075 , jurisprudence, n° 19- 2003 p.841.

تنحل بقوة القانون بعد انتهاء أجلها¹ .

وكذلك ما قضت به محكمة استئناف باريس في حكمها الصادر في 13 فيفري 2003 من أن الموثق مسئول مسؤولية تضامنية مع بائع قطعة أرض وهي شركة (Dassault aviation) إلى شركة (SCI.Clavel Pasteur) كون الموثق- رغم تعلق الأمر بمركب خاضع لترخيص مسبق تم استغلاله على الأرض المبيعة-أخل بالتزامه بإعلام البائع بوجود قيام هذا الأخير بالتحريات اللازمة حول الأرض لصالح المشتري قبل بيعها عملا بالمادة 514-20 من قانون البيئة, حيث أن هذه الأخيرة كانت قد استعملت أثناء الحرب العالمية الثانية في غرض صناعي مما أدى إلى تلوثها بمواد كيميائية اكتشفها المشتري بعد القيام بأعمال تهيئة لبناء مجمع سكني مزود بموقف أرضي للسيارات.واعتبرت الموثق مسئولا اتجاه البائع من جهة , ومن جهة أخرى اعتبرت البائع مخلا بالتزامه بالإعلام اتجاه المشتري رغم كون هذا الأخير بائعا عرضيا². كما أكدّ القضاء من خلال هذا الحكم توسع وتطور الالتزام بالإعلام في مجال البيئة. وفي سياق الحديث عن التزام الموثق بالإعلام والنصيحة اتجاه أطراف العقد فإن القانون الجزائري جسّد هذا المعنى حديثا من خلال القانون رقم 02/06 المتضمن تنظيم مهنة الموثق³ سيما في مادتيه 12 و 13 منه. حيث نص في المادة 1/12 على أنه " يجب على الموثق أن يتأكد من صحة العقود الموثقة, وأن يقدم نصائحَه إلى الأطراف قصد انسجام اتفقاتهم مع القوانين التي تسري عليها وتضمن تنفيذها "

ونص في الفقرة الثانية من نفس المادة على " كما يعلم الموثق الأطراف بمدى التزاماتهم وحقوقهم, ويبيّن لهم الآثار والالتزامات التي يخضعون لها, والاحتياطات والوسائل التي يتطلبها أو يمنحها لهم القانون لضمان نفاذ إرادتهم ".

كما نصت المادة 13 من نفس القانون على إمكانية إعلام الأطراف في حالة ما طلبوا منه استشارات, بحقوقهم والتزاماتهم وكذا الآثار المترتبة على تصرفاتهم.

¹ - Cass. civ 1^{re}, 1^{er} juin 1999, JCP. Ed.G.1999 IV 2399.

بودالي محمد نفس المرجع ص 39.

² - CA Paris 2 ch, 13 fev 2003 , Juris-Data n°2003-204181. voir H.Croze, installations classées : l'obligation d'information du vendeur du terrain, JCP.S.J , Ed.G 2003, II. 10075 op.cit p. 843

³ - القانون رقم 02/06 مؤرخ في 21 محرم 1427 ه الموافق 20 فبراير 2006 يتضمن تنظيم مهنة الموثق ج ر. رقم 14.

وتعتبر هذه النصوص الأولى من نوعها أقرّ من خلالها القانون الجزائري صراحة التزاما بالإعلام في مجال الخدمات الذهنية و كان الموثق أول من يلقي على عاتقه هذا الالتزام, في انتظار ما قد يسفر عليه مشروع القانون المتضمن تنظيم مهنة المحام. على أن السؤال يبقى مطروحا في هذا المقام عن مدى تجاوب القاضي الجزائري مع هذه النصوص ومن ثم إعطائها البعد الذي تستحقه من خلال تجسيد فكرة الالتزام بالإعلام وإقائها على عاتق الموثق ومن هم في حكمه إن هو عرضت على ساحة قضائه خصومة من هذا النوع؟.

ثالثا: التزام المحامي بالإعلام.

يعتبر المحامي إلى جانب الموثق ممّن يلقي عليهم واجب الإعلام والنصح للموكل حيث ألقى عليه القضاء الفرنسي واجب التأكد واستيضاح الوضعية القانونية لموكله والآثار المترتبة عنها. إذ وبوصفه وكيل بالخصومة في أداء مهامه فان عليه تنبيه الموكل إلى وجود طريق من طرق الطعن خاصة بعد رفض الاستئناف بعد فوات الأجل¹.

أما بوصفه مستشارا فان إخلاله بواجب الإعلام و النصيحة يحصل في الغالب بقيامه بالعمليات المتعلقة بالشركات والمحال التجارية (باعتبار أن له صلاحية تحرير العقود بفرنسا), كما لو حرّر عقد بيع لمحل تجاري دون مراعاة آجال التقادم المنصوص عليها قانونا². ويكون في جميع الحالات مجبرا بإثبات أنه قدّم المعلومات اللازمة والصّحيحة المتعلقة بالقضية³.

رابعا: الالتزام بالإعلام والعقد الطبي.

يعتبر العقد الطبي مجالا خصبا للالتزام بالإعلام أثناء التنفيذ خاصة إذا كان ثمة خطر يلحق المريض. فهو يزوده بجميع المعلومات الضرورية بما يسمح للمريض بإجراء المقارنة بين الفوائد والمخاطر المحدقة به⁴, حيث أقرت محكمة النقض الفرنسية مسؤولية الطبيب معتبرة

¹ - بودالي محمد المرجع السابق ص 40.

² - Cass. Civ 1^{re}, 17 déc 1992, resp civ et assur 1997 n°97 .

مشار اله في : بودالي محمد المرجع السابق ص 41.

³ - Cass. civ 1^{re}, 29 mai 1997, le Dalloz 2000, n° 18. op.cit p. 405

⁴ - احمد محمد محمد الرفاعي, المرجع السابق ص 157.

في حكم لها أن عدم الإعلام لم يكن ليسمح لوالد الطفل بأخذ قرار واضح مستتير لأي رفض محتمل¹.

ولا يقتصر إعلام الطبيب في مرحلة تنفيذ العقد فحسب بل يمتد ليشمل إعلام المريض بدقة عن المخاطر التي قد تلحق به عقب العملية، وبالتعليمات الواجب إتباعها لتجنب ذلك².

ولقد ذهبت محكمة النقض في هذا المجال إلى أبعد حدّ بعد تقريرها علنا وفي حكم لها بتاريخ 9 أكتوبر 2001 أن محكمة الاستئناف (وهي محكمة Lyon) قد أخطأت في عدم تحميل الطبيب مسؤولية عدم إعلام المريضة بأن إجراء عملية قيصرية في حالتها تلك كان أنسب، الأمر الذي أدى إلى إصابة الطفل Franck بشلل على مستوى الكتفين أثناء التوليد، بعدما كانت محكمة الاستئناف قد احتجّت بأن العملية أجريت في 1974 وأن الطبيب آنذاك لم يكن مسؤولا عقديا عن إعطاء معلومات كاملة عن التعقيدات، خاصة وأن الحادث كان استثنائيا³.

وكانت محكمة الاستئناف قد أسست حكمها على أن الاجتهاد القضائي في تلك المرحلة لم يكن يعتبر الطبيب مخطئا إذا هو لم يبيح للمريض بهذا النوع من الأخطار، فأبت بذلك أن تسقط التزام الطبيب بالإعلام على أحد اجتهادات محكمة النقض اللاحق على الحادث⁴ والمتمثل في إقرارها لامتداد التزام الطبيب بالإعلام ليشمل الأخطار الجسيمة والاستثنائية⁵.

¹ - احمد محمد الرفاعي نفس المرجع نفس الموضوع.

² - Cass. civ 1^{re}, 29 mai 1984, Bull. civ 1984 n°177 p. 150. احمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 158.

³ - Cass. civ 1^{re}, 9 oct 2001, n°1511 Juris-Data n°011237; JCP.S.J, éd.G. 2002, II. 10045, jurisprudence, n°12- 2002 p.551 obs O.Cachard.

وتتلخص وقائع القضية في أن طبيب وأثناء قيامه بتوليد سيدة قام بشد يد الطفل أثناء قيامه بعمليات توليدية نظرا لخروجه بمؤخرة الحوض (Représentation par le siège) مما أدى إلى إصابة الطفل بشلل على مستوى الكتفين نتيجة قطع

العصب الابطي رغم أن الطبيب كان بإمكانه إجراء عملية قيصرية وتجنب المخاطر. حيث أن محكمة الاستئناف كانت قد

رفضت الطلب المرفوع من طرف الطفل Frank بعد بلوغه السن القانونية بحجة أن العملية أجريت عام 1974 وأن الحادث

كان استثنائيا , فعابت محكمة النقض على ذلك واعتبرت أن محكمة الاستئناف بهذا قد خرقت م 1165 و م 1382 ق م .

⁴ - en ce sens O.Cachard, L'Effet rétroactif de la jurisprudence sur l'obligation d'information du Médecin, JCP.éd G. 2002 op.cit p 552. ou il dit « la cour d'appel de Lyon a donc refusé de mesurer l'obligation d'information du médecin à l'un des critères dégagés par la jurisprudence postérieure aux faits »

⁵ - Cass.civ 1^{re}, 7 oct 1998, JCP.II 1998. n° 10179, note P.Sargos; RFD adm 2000 responsabilité, p.641.note D.Chauvaux..

إلا أن محكمة النقض رفضت هذا التأسيس واعتبرت أن لا أحد يستطيع أن يحتج على حق مكتسب ثبت لاجتهاد قضائي راسخ, في تلميح لها بحقها في العدول عن اجتهاداتها السابقة¹. والواقع أن هذا القرار يعتبر قراراً مبدئياً أقرت من خلاله محكمة النقض مبدأ رجعية الاجتهاد القضائي على التزام الطبيب بالإعلام. حيث أن هذا الامتداد الرجعي للاجتهاد القضائي عمل على إخراج المسؤولية الطبية من طبيعتها وفك ذلك الرباط التقليدي الذي جمع بين هذه المسؤولية والخطأ مما جعلها تقترب أكثر فأكثر من المسؤولية الموضوعية باعتبار أن هذا الفرض يلقي على عاتق الطبيب مسؤولية خرق واجب لم يكن موجوداً أثناء وقوع الحادث أي في غياب الخطأ².

ولقد كان لقرار Hédreul الشهير أثره البالغ في صدور مثل هذه الأحكام , والذي على أثره تم قلب عبء إثبات الالتزام بالإعلام³. حيث أكدت محكمة النقض في تقرير لها في 1997 أنه ليس ثمة قلب لعبء الإثبات ولكن هو تطبيق منطقي للمادة 1315 وعممت الحكم ليشمل كل محترف في مجال مهنته⁴. وأقرت أن الطبيب عليه أن يثبت باستثناء حالة الاستعجال, الاستحالة وكذا رفض المريض للإعلام, أنه قدم معلومات صحيحة, واضحة ومناسبة, وأن هذا الدليل يمكن إثباته بكل الطرق⁵.

وعلى ذكر التزام الطبيب بأعلام المريض فإن القانون الجزائري نص وبخصوص حديثه عن وجوب الحصول على رضا هذا الأخير, على ضرورة إعلام المريض وهذا في المادة 154

¹-la cour a annoncé ce qui suit « (...) qu'en effet, l'interprétation jurisprudentielle d'une même norme à un moment donné ne peut être différente selon l'époque des faits considérés et nul ne peut se prévaloir d'un droit acquit à une jurisprudence figée » voir O.Cachard, JCP.ed G 2002 , op.cit p.551.

²- En se sens voir O.Cachard , JCP.S.J, Ed.G 2003.II 10075 , op.cit p. 551 et s.

³- Cass.civ1^{re} , 25 fev 1997, Hédreul RTDciv 1997, p.434 obs P.Jourdain ;JCP.S.J Ed.G.2002, op.cit p.554.obs O.Cachard. « celui qui est contractuellement ou légalement tenu d'une obligation d'information doit apporter la preuve de l'exécution de cette obligation »

⁴- Cité in RGDA 1998 p. 380 ,le Dalloz 2000, jurisprudence n°18 p.405. ou elle indiquera « on doit souligner que le renversement de la charge de la preuve n'est pas limité aux médecins mais concerne tous les professionnels tenus d'obligation d'information ».

⁵- Cass. civ 1^{re} , 7 oct 1998, précité. ou la cour indiquera « hormis les cas d'urgence,d' impossibilité ou de refus du patient d'être informé,un médecin est tenu de lui donner une information loyale, Claire et appropriée sur les risques graves afférents aux investigation et soins proposés ; il n'est pas dispensé de cette obligation par le seul fait que ces risques ne se réalisent qu'exceptionnellement ».

مكرر 2 من قانون الصحة وترقيتها¹ بقولها " يقدّم العلاج (...) وعلى الطبيب أن يخبر المريض أو الشخص الذي خول إعطاء الموافقة , بعواقب رفض العلاج...". وان كانت المادة قد خصت إعلام المريض بعواقب رفض العلاج.

وكذلك ما نصت عليه المادة 43 من مدونة أخلاقيات الطب² بقولها " يجب على الطبيب أو جراح الأسنان أن يجتهد لإفادة مريضه بمعلومات واضحة صادقة بشأن أسباب كل عمل طبي".

فالالتزام بالإعلام في المجال الطبي ومن خلال هذه المواد يكون قد امتد ليخضع للنصوص التشريعية المنظمة لمهنة الطب في علاقته بالمريض بالإضافة إلى تطبيق القواعد العامة التي تحكم العقود الرضائية³.

كما عرف الالتزام بالإعلام وبالإضافة إلى الفئات المذكورة أعلاه تطورا مماثلا في مجال عقد المقولة حيث يلتزم المقاول وفي إطار اختصاصه بتوجيه اختيار رب العمل وتبصيره حتى يستطيع اتخاذ القرارات المناسبة بخصوص المبنى⁴.

ويدخل في إطار هذا التوجيه، الإعلام بالعناصر التقنية للمشروع وهذا بإعلامه بطبيعة الأرض ومدى ملائمة المبنى المراد بناؤه مع خصائص الأرض ومدى جودة ونوعية المواد المستعملة في هذا البناء . كما يبصره بضرورة إجراء بعض الأعمال الإضافية في سبيل ذلك. الأمر الذي دعا إلى القول بأن المقاول ورغم تبعيته لرب العمل في إطار عقد المقولة إلا أنه ومن جانب آخر وباعتباره فنيا ومختصا له استقلالية عن رب العمل⁵ . ولعل هذا ما ذهب إليه

¹ - قانون رقم 05/58 مؤرخ في 16 فبراير 2005 المعدل والمتمم للقانون رقم 17/90 المؤرخ في 31 يوليو 1990 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها.

² - المرسوم التنفيذي رقم 276/92 المتضمن مدونة أخلاقيات الطب.

³ - عبد الكريم مأمون، رضا المريض عن الأعمال الطبية والجراحية: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد 2005.

⁴ Ph.Malinvaud , droit de la consommation , Dalloz 2001 p11 .

مشار إليه في : قادة شهيدة التزام المهندس المعماري والمقاول بالإعلام والتوجيه في عقد المقولة : دراسات قانونية مجلة . سداسية، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد، العدد 03 / 2006 ص 80.

⁵ - جازية حمادي عقد مقولة البناء في القانون الجزائري مذكرة ماجستير، كلية الحقوق جامعة تلمسان 2003 ص 81. مشار إليه في: قادة شهيدة مرجع سابق ص 79.

الفقه الانجليزي في التفرقة بين صفة المهندس المعماري كتابع لرب العمل , والحالات التي يعتبر فيها مستقلا¹

ولعل ما ذكرناه أعلاه في حق المقاول يؤكد مرّة أخرى ما عرفه الالتزام بالإعلام من تطور في مجال الخدمات ليشمل حتى المجال العقاري, وهذا إلى حد إمكانية اعتبار رب العمل مستهلكا تتوقر فيه صفة الجهل بأصول الحرفة في مواجهه المقاول باعتباره مختصا في هذا المجال .

وعلى هذا النحو يكون مجال الخدمات, قد شهد امتداد نطاق الالتزام بالإعلام ليشمل كل مهني من دون تمييز حسب تدخله في تقديم الخدمة وحسب مضمون العلاقة العقدية بين أطراف العقد بالنظر إلى طبيعة الروابط وصفة المتعاقد مع المحترف. إذ لا يتوقف الأمر عند حدّ ما أوردناه من تطبيقات في هذا الصدد, حيث ما قيل في شأن هذه الخدمات يقال عن خدمات عديدة لا يسمح المقام بسردها جميعا والتي عرف بشأنها الالتزام بالإعلام تطورا ملحوظا لا سيما في البلدان المتطورة كالخدمات ذات الطابع المادي(الهاتف والاتصالات عموما) وتلك التي يقدمها مسيرو الذمة المالية(les gestionnaires de patrimoine) وكذا وسطاء التأمين (Agences de voyage)², والخدمات التي تقدمها وكالات السفر (Agences de voyage)³.

¹ - قادة شهيدة مرجع سابق ص 81.

² - أنظر تفصيلا لذلك و تعميما للفائدة بودالي محمد المرجع السابق ص 42 وما بعدها.

³ - pour plus de renseignement sur ce sujet voir Recueil Dalloz 1999 11 Cahier jurisprudence. P. 156 et s. voir aussi Lamy droit économique. op.cit n°5290 p.1925 et s.

المطلب الثالث

وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

إن وسائل إعلام المستهلك والمشتري عموماً بحقيقة محل العقد كثيرة ومتنوعة منها ما هو تقليدي يتلاءم مع أنواع معينة من المبيعات كفحص عينة من المبيع أو اختباره بتجريبه أو تذوقه أو شمه... الخ. وهناك وسائل ما لا تثبت نجاعته إلا كتابة حيث يقوم المنتج بكتابة هذه البيانات و الخصائص على جسم المبيع أو في ورقة تلتصق عليه أو نشرة (Catalogue) ترفق معه إذا بلغ هذا المنتج حداً من التعقيد في استعماله وهو الوسم عموماً (فرع أول) ومنها ما هو مستحدث أملتته عوامل اقتصادية وتكنولوجية في صناعة المنتجات والترويج لها كالإعلانات (الإشهار) والوسائل التقنية الأخرى عن طريق وسائل الإعلام المختلفة (فرع ثاني).

الفرع الأول - الإعلام بالبيانات كتابة.

تعتبر الكتابة واحدة من أهم الوسائل المستخدمة في إيصال المعلومة أثبت الواقع نجاعتها وبرررتها فكرة حماية المستهلك، فاتخذت مظاهر عديدة في سبيل ذلك تنفيذاً للالتزام بالإعلام.

أولاً: أهمية الكتابة ومبرراتها العملية.

تتجلى أهمية تقديم المعلومات كتابة في مزايا هذه الأخيرة من حيث اكتسابها لصفة الدوام والثبات، إذ يمكن للمستهلك الاطلاع على هذه البيانات في أية لحظة شاء دون تطلب وجود المنتج أو البائع¹.

كما يعتبر الإعلام بالبيانات كتابة أكثر منفعة للدائن والمدين على السواء وخاصة لهذا الأخير، إذ يقوم بإرفاق المنتج بهذه البيانات مرة واحدة دون حاجة للتوقف وفي كل مرة لتوضيح خصائص المبيع ومكوناته مما يوفر عليه الجهد والوقت². ناهيك عما تقدمه من حماية للطرف الضعيف في العقد من سهولة في الإثبات سواء بالنسبة للمدين باستعمالها كدليل قوي

¹ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 285.

² - في هذا المعنى حمدي احمد سعد، نفس المرجع ص 286.

لإثبات وفائه بالالتزام بالإعلام، أو بالنسبة للدائن (المستهلك) في الاستناد عليها لإثبات عدم تنفيذ المدين لالتزامه أو أنه نفذ ولكن بطريقة خاطئة كعدم كفاية البيانات أو غموضها¹. كما أنه لا شك في أن تقديم البيانات كتابة له مبررات العملية فرضتها متطلبات اقتصادية. إذ أن التطور الجديد في الوسائل التعاقدية كالبيع مثلا لم تعد فيها ضرورة لوجود البائع أو المنتج إذ عادة ما يطرح هذا الأخير منتوجاته في السوق مكتفيا بما يقدمه من معلومات وبيانات كتابة دون أن يتطلب ذلك حضوره.

هذا بالإضافة إلى ما تتطلبه بعض البيوع الخاصة كبيع المسافات (vente à distance) والبيع بالمراسلة لتباعد أطراف السلسلة التعاقدية أحيانا وصعوبة التقائها أحيانا أخرى، مما يتطلب كتابة هذه البيانات في نشرة وإرسالها إلى المشتري.

ثانيا: المظاهر التي تتخذها الكتابة تنفيذا للالتزام.

تتخذ الكتابة مظاهر عدة نوردتها فيما يلي:

1- الوسم L'étiquetage.

يعتبر الوسم من أهم الوسائل التي فرضها القانون لا سيما الجزائري في سبيل التعريف بالمنتوج وبخصائصه الجوهرية حيث تتجلى أهمية هذه الوسيلة خاصة في المنتجات الغذائية وكذا المنزلية غير الغذائية أو المنتجات الدوائية ومواد التجميل والتنظيف البدني².

ولقد عرفته المادة 9/2 من المرسوم ت 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه " جميع العلامات والبيانات وعاوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسم أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

¹-V. Allisse, L'obligation de renseignement dans les contrats, thèse paris 1975 n°178.

مشار إليه في : حمدي سعد نفس المرجع ص 286.

²- بخصوص مضمون الوسم والمواد التي جاءت بصده ينظر فيما سبق ص 44 وما بعدها.

ويتخذ الوسم عدة صور كأن يكون عبارة عن مستندات أو نشرات ترفق مع المنتج أو بطاقات تلصق عليه أو بطبع البيانات على الغلاف الخارجي أو على دليل الاستعمال مع الإشارة بوجوده أو بحفرها على المبيع إن كان صلبا أو على عبوته إن كان من المواد الرخوة أو السائلة¹.

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

2- دليل الاستعمال Catalogue .

يعتبر دليل الاستعمال الوسيلة الأساسية للبيع بالمراسلة (V. par correspondance) والذي عرف رواجاً كبيراً في الدول المتقدمة إذ يندم الاتصال المباشر بين المشتري والبائع حيث يقوم هذا الأخير بعرض منتوجه في هذا الدليل وبيان مواصفاته وخصائصه لحث المستهلك على اقتنائه³.

كما أن أهمية هذا الأخير تتجلى أيضاً في البيوع التي يكون محلها منتجات تتسم بالتعقيد في استعمالها كما في حالة السلع الالكترونية والكهرومنزلية مما يستوجب إرفاقها بدليل استعمال يبين الخصائص التقنية للمنتج وكذا طريقة استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنب أخطاره وتدابير الصيانة.

ولقد نص القانون الجزائري على هذه الوسيلة وأوجب أن ترفق بها بعض السلع والمتمثلة عموماً في المنتجات الكهربائية والكهرومنزلية، آلات المكاتب، أجهزة الترفيه والتسلية والرياضة... الخ⁴.

¹- وانظر في نفس المعنى حمدي سعد المرجع السابق ص 289. Lamy doit économique, op.cit, n°5887.p 2137.

²- حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 290.

³- عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 366.

⁴- أنظر المادتين 3 و6 من القرار المؤرخ في 10/05/1994 المتضمن كليات تطبيق المرسوم ت 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات السالف الذكر والذي تضمن الملحق الأول منه قائمة المنتجات الواجب إرفاقها بدليل استعمال.

وقد تتخذ هذه الوسيلة شكل ورق كتابي يحتوي على بيانات مكتوبة ورسومات, أو تكون في صورة شرائط فيديو يمكن الاطلاع عليها وهو ما يعرف بالكتالوج الشخصي¹.

3- تقديم الفواتير أو ما يقوم مقامها.

تعتبر الفاتورة وسيلة تتخذها الكتابة من خلال ما تتضمنه من بيانات عن السلع كنوع هذه الأخيرة وكميتها وثنيتها وتاريخ البيع وضمان ما بعد البيع وغيرها من البيانات التي يهتم العميل معرفتها.

ولقد ألزمت المادة 2/10 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية البائع بتسليمها لدى طلبها من طرف المشتري فتسلم عند البيع أو عند تأدية الخدمة. وأوجبت نفس المادة في فقرتها الثالثة أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق (ticket de caisse) أو سند bon بيرر هذه المعاملة .

على أنه يمكن استخدام ما يقوم مقام الفاتورة في إعلام المستهلك, إذ يقبل وصل التسليم (bon de livraison) لا سيما في المعاملات التجارية المتكررة والمنظمة لدى بيع منتجات لنفس الزبون طبقا لنص المادة 11 من نفس القانون .

كما يمكن أن يحل محل الفاتورة أيضا لأجل ذات المهمة الطلبيات (bon de commande) أو سند ضمان (bon de garantie) أو جدول bordereau أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها تتضمن الخصوصيات والمراجع المطابقة لشروط البيع عملا بالمادة 2/4 من نفس القانون.

ولعل أهمية هذه الوسيلة تتجلى بوضوح في البيوع المتعلقة بالسيارات, فأصبحت الفاتورة وسيلة ناجعة لنقل ما يلزم المشتري من معلومات, خاصة بفرنسا حيث أوجب القرار رقم 576/2000 المؤرخ في 28 جوان 2000, المتعلق بإعلام المستهلكين وإشهار أسعار السيارات, على البائع لسيارة جديدة أن يسلم قبل إمضاء الطلبية وثيقة يتم فيها تعيين النوع modèle والخصوصيات spécification, الإضافات والمقومات المقترحة (supplément et option), أسعارها والتاريخ الأقصى للتسليم².

¹ - عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق نفس الموضوع.

² - Lamy droit économique, op.cit. n°5907 p. 2144.

كما للفاتورة كذلك أهمية خاصة في مجال الخدمات حيث أوجبت أغلب الدول الأوروبية تنظيمات مطبقة على هذه الأخيرة. إذ وفيما يخص قطاع المرافق العامة فإن استعمال الفوترة متنوّع وهي على الخصوص¹:

- عبارة عن تقديم فاتورة أكثر تفصيلا كما في حالة قطاع الكهرباء والغاز, الماء وكذلك مجال الاتصالات (الهاتف على الأخص).

- عبارة عن سند نقل في قطاع النقل الجوي, السكك..الخ.

وهذه الوثائق تعتبر الدليل الوحيد للمستهلك إما على دفع ثمن الخدمة مقدما (فاتورة اشتراك لمدة معينة, سند نقل غير مستعمل..الخ), أو أن الخدمة لم تقدم على الوجه الأكمل (كتأخر النقل, فوتره غير عادية لوحدة الهاتف..الخ).

لذا كان لزاما أن تكون الفاتورة أكثر وضوحا وتفصيلا وذلك من خلال مهرها وكحد أدنى بالمعلومات التالية²:

ثمن الخدمة- طبيعة الخدمة(المسار المقطوع مثلا زمن تقديم الخدمة..الخ) - التعريف الدقيق بمقدّم الخدمة .

أما بالنسبة للفاتورة التي تمثل قيمة مالية عالية فإنه يضاف إلى البيانات السابقة ما يلي:

-الثمن حسب نوع الخدمة(اشتراك, توزيع بتسعيرة عادية أو خاصة, تسعيرة ليلية أو خاصة بنهاية الأسبوع. أو حسب نوع الرسم(رسم على القيمة المضافة TVA , رسم محلي..الخ).

- طبيعة الخدمة بالنظر إلى الوقت الذي قدّمت فيه إذا كان لهذا الوقت تأثير على الثمن .

- التعيين الدقيق للمستهلك و للمتعامل وللعقد الذي يربطهما بالإضافة إلى تاريخ وساعة التنفيذ.

و تجدر الإشارة في الأخير إلى أن هناك بيوع قد يستوجب إبرامها اتخاذ وسائل أكثر ملائمة من تلك التي بينهاها في هذا المقام نظرا لأهمية هذه البيوع من حيث قيمتها مثل بيع العقارات من أراضي ومنازل ومحلات تجارية, خاصة وأن مثل هذه البيوع أصبحت تمارس من طرف وكالات عقارية مختصة في هذا المجال لها صفة المهني, بحيث لا يمكن إعلام

¹- Michel. Le cerf ,droit des consommateurs et obligations des service publics, édition d'organisation 1999 ISBN p. 77 et s.

²- M. le cerf , droit des consommateurs ,op.cit p. 78.

المشتري بشأنها إعلاما دقيقا وكاملا إلا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية تطبيقا للمادة 352 ق م جزائري السالفة الذكر¹, الأمر الذي يستلزم التوسع في هذه العبارة لتشمل بيان الوضع القانوني للمبيع وما عسى أن يكون محملا به من حقوق و ارتفاقات, وبيان الوضع المادي له بما ينطوي عليه من أوصاف وما يكتفه من عيوب ومخاطر.

الفرع الثاني- الوسائل المستحدثة لإعلام المستهلك.

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

أولا: الإعلانات أو الإشهار كوسيلة للإعلام.

يتخذ هذا النوع من الإعلام صورا مختلفة حسب الوسيلة المستخدمة من أجل ذلك من سمعية ومرئية, ملصقات ولافتات إعلانية هدفها تعريف المستهلك بخصائص المنتج ومزاياه. والإشهار عرفته المادة 3 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

أما الفقه فقد جاءت من خلاله عدة تعريفات تصبّ في معنى واحد لا تختلف في كونه "إخبار أو إعلام تجاري أو مهني القصد منه التعريف بمنتج ما أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا و امتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو الخدمة².

¹ - انظر ما قلناه في شأن هذه المادة باعتبارها تطبيقا مثاليا للالتزام بالإعلام في مجال عقد البيع ص 29 وما بعدها.

² - الفضيل محمد أحمد, الإعلان عن المنتجات والخدمات: مكتبة الجلاء ط أولى 1999 ص 19.

وقد يكون الإشهار كتابة كالصحف والمجلات والمطبوعات واللوحات واللافتات الإعلانية أو شفاهة كما هو الشأن في الإعلانات الإذاعية أو بالصوت والصورة كالإعلانات التلفزيونية¹. على أن الإشهار وان كان في جزء منه يعرف بالمنتوج وخصائصه إلا أنه لا يعد الإعلام بالنسبة إليه هدفا رئيسيا حيث يستعمل المهني في الغالب هذه الوسيلة لإغواء المستهلك والترويج لمنتوجه لحد استعمال طرق احتيالية تبعده عن الموضوعية.

وبهدف وضع حد لمثل هذه الممارسات نصت المادة 28 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على انه "... يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته" وتضيف الفقرة الثانية منها " أو كان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه". ورثبت المادة 38 من نفس القانون عقوبات جزائية على مرتكبي مثل هذه الممارسات وهي الغرامة من 50.000 إلى 5000.000 د.ج. مع إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفة والعتاد المستعمل في ارتكابها (م 39 منه) ومصادرتها بعد ذلك من طرف القضاء (م 44 منه). هذا بالإضافة إلى عقوبات تتخذها الإدارة تتمثل في إمكانية إصدار الوالي لقرار غلق مؤقت للمحل (م 46 منه) وهذا كله منعا لتضليل المستهلك وإعطائه معلومات كاذبة .

ومهما قيل في شأن أهمية هذه الوسيلة في إعلام المستهلك, إلا أنه يصعب القول بإمكانية الاحتجاج بها في مواجهة هذا الأخير, فالعقد يقوم أساسا بتبادل الرضا. كما أن البيانات المقدمة بهذه الطريقة غير مؤكدة ومفترضة وأحيانا بدون جدوى, تجعل من هذه الوسيلة منبرا دعائيا أكثر منه إعلاميا, يظهر البائع من خلالها محاسن المنتج دون مساوئه.

ثانيا: الوسائل التقنية للإعلام .

تتمثل هذه الوسائل في البث الإذاعي والتلفزي, الهاتف والمنيل والانترنت عن طريق ما يعرف بعروض البيع (Télé Achat) وفيما يلي نتعرض إلى هذه الوسائل تباعا:

¹ - في هذا المعنى ينظر المرسي حمود المرجع السابق ص 367.

1- الإعلام عن طريق وسائل البث الإذاعي والتلفزيوني.

تعدّ هذه الوسيلة من أهم الوسائل المستحدثة في إعلام المستهلك سواء كان ذلك عن طريق الإذاعة (الراديو) أو التلفزة، وان كانت الوسيلة الأخيرة أكثر نجاعة من سابقتها نظرا لما تتسم به من مزايا. إذ يمكن للمستهلك التعرف على المنتج بالصوت والصورة وهو ما يعرف بعروض البيع (Télé-Achat) يقابلها بالانجليزية (Télé-Chopping) وهي شراء عن طريق التلفون أو المنتيل Minitel منتجات مقدمة بمناسبة بث تلفزيوني¹، فكلمة Télé ذات أصل يوناني تعني البعد 'Loin' وتعني كلمة Achat الشراء².

وتظهر أهمية هذه الوسيلة في بيان صفات المنتج وخصائصه الفنية وأجزائه وكيفية استعماله عمليا بالصوت والصورة مع شرح للمعلقين على الصور التي تظهر على الشاشة³. وفي نهاية البرنامج يتم ذكر ثمن المنتج وشروط التعاقد وطرق الدفع والتي يتم التعاقد بشأنها عن طريق الهاتف و المنتيل بعد بث رقمه على شاشة التلفاز⁴.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن تقديم البيانات في عروض البيع على هذا النحو لا يتم بصفة مطلقة، إذ ثمة بيانات لا يمكن بثها ومن ثم إعلام المستهلك بشأنها وهي تتعلق بالعلامة التجارية (La marque) واسم الصانع إذ يعتبر ذلك ترويجا وإشهارا يخالف القواعد المتعلقة بالإشهار السمعي والسمعي البصري. إلا أنه ونظر لأهمية هذه المعلومات للمستهلك أجاز القانون في فرنسا الحصول على هذه الأخيرة عن طريق الهاتف والمنتيل⁵.

ويعتبر الهاتف والمنتيل وسيلتان مكملتان للبرامج السمعية البصرية المذكورة أعلاه حيث يقوم القائمون على برامج عروض البيع بتخصيص وقت عقب إذاعتها لإعطاء الزبائن فرصة الاتصال بالهاتف والمنتيل عن طريق رقم معين للحصول على معلومات إضافية تتعلق عامة بالضمان ومدته وخدمة ما بعد البيع وتاريخ تسليم المبيع والتي تظهر على شاشة صغيرة وهو ما يعرف بخدمة المنتيل⁶.

¹ - Hachette Encyclopédique, édition 2000 p 1843.

² - Hachette encyclopédique, op.cit p. 14 et 1843.

³ - حمدي احمد سعد المرجع السابق ص 307.

⁴ - عبد العزيز المرسي حمود المرجع السابق ص 370.

⁵ - Lamy droit économique, op.cit n°5060 p. 1849.

⁶ - عبد العزيز المرسي حمود نفس المرجع ص 371.

ويتم الرد والإجابة على المتصلين عن طريق وسيلة إعلام أخرى والمتمثلة في الحاسوب وعادة ما يكون ذلك باستخدام العميل لجهاز هاتفه المجهز بأداة عرض الصور وإرسالها إلى مسافة، عن طريق خط اتصالات Vidéotex إذ من خلاله يستطيع العميل مناداة الحاسوب المركزي لمؤسسة البيع عن بعد لفتح شريط تصويري لعرض السلع ومعرفة من ثم مواصفاتها والاستعلام عن كافة المعلومات الضرورية عن التسليم وطرق الدفع. فيقوم العميل بطلبها عن طريق إدخال رقمه وعنوانه فيتحقق الحاسوب منها باستعمال أرقام مخصصة للإجابة على ذلك وتنتهي المخابرة بين الجهاز والعميل بعبارة " طلبك تم تسجيله شكرا " ¹.

2- الإعلام عن طريق الانترنت.

تعتبر خدمة الانترنت كذلك من الوسائل المستحدثة في إعلام المستهلك عما استجد من منتجات وخدمات حديثة ومتطورة عبر العالم. إذ بإمكان العميل ومن خلال هذه الوسيلة أن يعاين السلعة أو يتعرف على الخدمة المعروضة والتعاقد بشأنها .

والسلعة المعروضة على شبكة الانترنت لا يستطيع المشتري معاينتها على الطبيعة والتأكد من سلامتها و ملائمتها لاحتياجاته الشخصية. بحيث أن الإعلان بهذه الطريقة عادة ما يكون هدفه الإبهار والتشويق ².

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

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

وربما يكون القانون التونسي قد صنع استثناء على هذه القاعدة من خلال إصداره للقانون 83/2000 بشأن المبادلات والتجارة الالكترونية حيث نظم فيه التزامات البائع بإعلام المستهلك

¹- في هذا المعنى ينظر عبد العزيز المرسي حمود مرجع سابق ص 370.

²- محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت: دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية- مصر الطبعة الأولى 2004.

عن السلعة أو الخدمة المراد التعاقد بشأنها فواجب على البائع أن يوفر بطريقة واضحة ومفهومة قبل إبرام العقد هوية وعنوان وهاتف البائع أو مورد الخدمة , وصفا كاملا لمختلف مراحل انجاز المعاملة, طبيعة وخصائص وسعر المنتج, طرق وإجراءات الدفع, إمكانية العدول عن الشراء وأجله, كلفة استعمال تقنيات الاتصال حتى يتم احتسابها على أساس مختلف عن التعريفات الجاري بها العمل بالإضافة إلى بيانات أخرى نص عليها نفس القانون¹.

ولتوفير حماية اكبر للمستهلك ومن ثم أعطاء مصداقية لمثل هذه البيانات تم إصدار عدة مواقع عبر الشبكة نفسها من مصادر موثوقة مهمتها التأكد من حقيقة هذه المعلومات وإسداء النصح للمستهلك وإعلامه بشكل دقيق بالمتعاملين المحتملين والتأكد من هويتهم².

كما أنه وبالنسبة إلى هذا النوع من البيوع فان مصلحة البائع ولمقتضيات عملية, تقتضي أن يضمن المعلومات المتعلقة بمحل العقد- سواء كان منتوجا أو خدمة- في شروط البيع أو تقديم هذه الخدمة. وان يعلم المستهلك بنطاق حقوقه قبل إبرام العقد ولا يكون ذلك إلا كتابة وبوسيلة مؤكدة قد يكون Internet واحدا من هذه الوسائل³.

رغم ما قيل في أهمية هذه الوسائل المستحدثة في إيصال المعلومة إلى المستهلك والمزايا التي تتصف بها على نحو ما بيناه, إلا أنها لم تسلم من النقد الذي وجه إليها باعتبارها وسائل دعائية ترويجية أكثر منها إعلامية, إضافة إلى أن كثرة الطلبيات جعلت تقديم هذه البيانات في عجلة إذ في الغالب لا تتجاوز المكالمة الدقيقة الواحدة مما يؤدي إلى التقصير في إعلام المستهلك باستغلال انجذابه نحو هذه المنتجات⁴.

لهذه الاعتبارات تبقى وسيلة الإعلام بالبيانات والمعلومات كتابة من أنجع الوسائل المستخدمة في إعلام المستهلك نظرا للمزايا التي تتصف بها على نحو ما سبق بيانه⁵.

¹ - انظر في تفصيل ذلك محمد أمين الرومي, التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت , مرجع سابق ص 87 وما بعدها.

² - من هذه المواقع والتي تم إحصاؤها في 2001 نذكر:

(بخصوص الاستشارات) www.Consumer.com وكذلك: www.rating.com (بخصوص النوعية) wonders.Com

www.eliay.com (بخصوص المزايدات الإلكترونية) وكذلك: (بخصوص اختيار السعر) www.mysimom.com.

لأكثر تفصيل ينظر محمد أمين الرومي, التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت , ص 89.

³ - Hildeyard et B.Stauder, la protection des consommateurs acheteurs à distance, op. cit , p. 31.

⁴ - انظر تفصيلا في نقد هذه الوسائل حمدي احمد سعد مرجع سابق 310 و ما بعدها.

⁵ - انظر ما قلناه في هذا الشأن ص 86 وما بعدها.

الفصل الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

المبحث الأول : اثر الإخلال بالالتزام بالإعلام.

المبحث الثاني: المسؤولية المدنية والجنائية عن الإخلال
بالالتزام بالإعلام.

الفصل الثاني

جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لاحظنا من خلال الفصل الأول أن الالتزام بالإعلام كالتزام قائم بذاته له خصوصياته وحدوده لم يعرف إلا حديثا من خلال التطور الهائل في المجالين الصناعي والتكنولوجي وحتى في المجال الخدماتي والذي كان للقضاء الفرنسي الفضل في تطويره. وفي المقابل لم يعرف هذا الأخير - في أغلب القوانين - نصوصا خاصة تبين أحكامه وتضع من ثم الجزاء المناسب في حالة الإخلال به، الأمر الذي يدعونا إلى البحث عن هذا الجزاء في القواعد العامة حيث يستدعي إبرام العقد دون أن يتحقق العلم الكافي للمشتري قابلية هذا العقد للإبطال أو الفسخ كأثر للإخلال بهذا الالتزام (مبحث أول) هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد يلحق المستهلك أو المشتري عموما ضرر نتيجة عدم إعلامه بصفة دقيقة ووافية من طرف البائع المحترف مما يستدعي مطالبة هذا الأخير بالتعويض عن هذه الأضرار سواء كانت مادية أو جسدية، الأمر الذي يدفعنا إلى البحث في المسؤولية المدنية كجزاء عن هذا الإخلال، بالإضافة إلى الجزاءات الجنائية التي قد تطبق في حالة الإخلال بالبيانات الإلزامية التي نص القانون على إلزامية تقديمها بخصوص بعض أصناف المنتجات (المبحث ثاني).

المبحث الأول

أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام.

من خلال ما تقدم ذكره، ونظرا لعدم وجود نصوص قانونية صريحة سواء في القانون الجزائري وحتى في القانون الفرنسي تقرر بطلان العقد أو فسخه في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام، فإنه بات من الضروري النظر في القواعد العامة للقانون المدني كنظرتي سلامة الرضاء وضمان العيوب الخفية، وكذا البطلان المقرر في المادة 352 من القانون المدني الجزائري (مطلب أول). على أنه هناك اتجاه حديث في الفقه والقضاء لاسيما في فرنسا يذهب إلى تقرير الفسخ كجزاء عن الإخلال بهذا الالتزام مباشرة ودونما حاجة إلى الاستناد إلى غيره من القواعد والنظريات تماشيا مع فكرة استقلالية وذاتية الالتزام بالإعلام (مطلب ثاني).

المطلب الأول

قابلية العقد للإبطال كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام .

إذا أبرم العقد دون أن يعلم البائع المشتري بالبيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع أو بتلك المتعلقة بطريقة الاستعمال وكذا التحذير من المخاطر التي قد ينطوي عليها، فإن العقد يكون قابلا للإبطال لمصلحة المشتري وفقا للقواعد العامة نظرا لعدم توفر نصوص قانونية تقرر صراحة هذا البطلان . حيث وبالرجوع إلى هذه القواعد نجد أن العقد يكون قابلا للإبطال إما لتعيب رضاء أحد المتعاقدين وفقا لنظرتي الغلط والتدليس (فرع أول)، أو استنادا إلى نظرية العيوب الخفية كما في حالة اكتشاف المشتري عيبا يؤثر على انتفاعه انتفاعا صحيحا وكاملا بالمبيع (فرع ثاني)، على أن هناك حالة ثالثة تضمنتها المادة 352 ق م ج و التي تقرر حق المشتري في طلب إبطال العقد في حالة عدم علمه الكافي بالمبيع¹ (فرع ثالث).

الفرع الأول- إبطال العقد تأسيسا على نظرية عيوب الرضاء.

ستقتصر دراستنا في هذا المقام على عيبي الغلط والتدليس وهذا لارتباطهما الوثيق بالالتزام بالإعلام والتي يجد فيها الكثير من المتخصصين في هذا المجال سببا لذلك إذا ما تعلق الأمر بالالتزام بالإعلام بالإضافة إلى إمكانية المطالبة بالتعويض²، حيث أن عدم تقديم معلومات صحيحة ودقيقة قد يوقع المتعاقد معه في غلط حول صفات المبيع الجوهرية كما قد يكون هذا الإخلال نتيجة لتدليس قام به البائع عن طريق كتمان أحد البيانات الضرورية للانتفاع الحسن بالمبيع بغية دفع المستهلك للتعاقد، مما يعطي الحق- في الحالتين- للمشتري طلب إبطال العقد.

أولا: إبطال العقد استنادا إلى الغلط.

لقد نص القانون الجزائري على الغلط كعيب من عيوب الرضاء في مادتيه 81 و 82 ق م يعطي من خلالهما لمن وقع فيه الحق في طلب إبطال العقد.
وعرف الفقه الغلط بأنه "حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، وغير الواقع إما

¹ - ينظر تفصيلا ما قلناه بصدد هذه المادة و إمكانية اتخاذها أساسا للالتزام بالإعلام ص 30 وما بعدها .

² - D.Zennaki, l'information comme source de protection des consommateurs, op.cit p. 27.

أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها¹. ولا يخفى أنه وحتى يعتبر المتعاقد واقعا في غلط يجب أن يكون هذا الأخير جوهريا ودافعا للتعاقد². ويكون كذلك إذا انصب على صفة جوهرية في محل العقد أو في شخص المتعاقد الآخر أو في صفة من صفاته متى كان ذلك دافعا إلى التعاقد. على أنه يعتبر جانب كبير من الفقه (المصري) أن هذه الحالات ليست على سبيل الحصر ومن ثم يمكن اعتبار الغلط جوهريا متى انصب على أمور أخرى تكون دافعة على التعاقد³.

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

والغلط - على هذا النحو - في فهم شرط من شروط التعاقد قد يكون مؤديا إلى الغلط في وصف من الأوصاف الجوهرية في الشيء محل التعاقد خصوصا فيما يتعلق بالشروط المحددة لأوصاف هذا المحل⁵، حيث أكد القضاء الفرنسي هذا المعنى بإبطال العقد عندما يتعلق الغلط بمحل التعاقد ذاته أو بثمنه⁶. على أن القضاء عاد فيما بعد واعتبر أن نقص الإعلام بالنسبة للثمن غير كاف لإبطال العقد تأسيسا على الغلط. حيث اعتبر أن الإبطال في هذه الحالة يستلزم أسباب موضوعية على القاضي اكتشافها من خلال مواصفات مدنية⁷.

كما أن القضاء يسر للمشتري الأخير التمسك بالغلط لإبطال العقد المبرم مع منتج سلعة إذا تعلق الغلط بكفاءة السلعة على تادية الغرض الذي استهدفه المشتري منها⁸.

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

² - ينظر المادة 82 من القانون المدني الجزائري النافذ.

³ - ينظر في هذا الرأي محمود جمال الدين زكي، الوجيز في نظرية الالتزام، المرجع السابق بند 71 ص 122.

⁴ - حمدي أحمد سعد المرجع السابق ص 340.

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

⁶ - Cass. civ 1^{re}, 26 fev 1980, Bull. civ 1 n° 66 p. 54. L'Amy, op.cit n°4608p. 1700.

⁷ - Cass. civ 1^{re}, 15 decem 1998, RTD civ 1999, p. 386 obs Mestre; L'Amy, op.cit n°4608 même p.

⁸ - CA.Paris 5ème, 23 janv 1975, Juris-Data n°488.

مشار إليه في: حسن جمعي المرجع السابق نفس الموضوع.

ولقد أخضع القضاء الفرنسي من خلال هذه الأحكام انعدام الإعلام لقواعد الغلط حيث أبطل العقد على أساس م 1110 ق م الفرنسي وفي هذه الحالة أوجب إثبات أن غياب عنصر الإعلام قد أوقع الطرف الآخر في غلط حول صفة جوهرية للمبيع¹.

ومن هذه الأحكام أيضا ما قضت به محكمة استئناف Aix en Provence ببطان عقد بيع لأجهزة كمبيوتر نتيجة عدم تقديم البائع للمشتري الأجهزة الملائمة لاحتياجاته مما اعتبرته إخلال من البائع بالتزامه بالإعلام أدى إلى تعيب رضاء المشتري بغلط حول الصفات الجوهرية للمبيع².

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أن حق طلب إبطال العقد على هذا النحو لا يستبعد المطالبة بالتعويض إذا ما أصاب طالبه ضرر جراء إخلال البائع بالتزامه. إذ بالإمكان في هذه الحالة الجمع بين البطلان والتعويض³.

إلا أنه ورغم 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، نظرا للتطور الكبير والسرعة الفائقة التي يتم من خلالها إبرام المعاملات وما طرأ على المنتجات من دقة في تركيبها وصعوبة في استعمالها⁴.

وما يدل على هذا القول اعتبارات من أهمها صعوبة الإثبات في هذا الصدد إذ يستوجب على الطرف الذي وقع في غلط أن يثبت جوهريته وأن هذا الأخير دفعه إلى التعاقد، ناهيك عن ضرورة اتصال هذا الغلط بالطرف الآخر، كأن يكون قد وقع فيه هو أيضا أو كان علم به أو من السهل عليه أن يتبينه. حيث يعتبر ذلك من الأمور النفسية من الصعب بمكان التدليل عليه، في حين أنه في حالة الالتزام بالإعلام يمكن للدائن التوصل لإبطال العقد حتى ولو لم تتوفر شروط الغلط، باعتبار أن هذا الالتزام يقيم قرينة على افتراض علم المدين بما يهم

¹ - مركب حفيزة، الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج والخدمة، رسالة ماجستير جامعة الجزائر 2001 ص114.

² - حمدي احمد سعد م سابق ص 341. . 042227 n° Juris-Data 8ch B,7 mars 1992 Aix en Provence CA.

³ - حيث جاءت عدة أحكام قضائية تؤكد ذلك منها مثلا

Cass. civ 1^{re}, 4 fevr 1975, D.1975? Jurisprudence,p.405; RTD civ 1975 p.535. obs G. Durry.

Cass.civ1^{re}, 14 nov 1979, Bull civ 1 n° 279 ; Cass.com, 18 oct 1994,D.1995, Jurisprudence.p.180, note C. Atias ; Bull. civ 4, n°293 en ce sens voir Ph.Le Tourneau, op.cit, n°256 p. 57.

⁴ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 341.

الدائن من معلومات تخص محل التعاقد نظرا لصفة البائع أو الصانع من كونه محترفا¹. إلى جانب ذلك يشترط للتمسك بالغلط أن يكون هذا الأخير مغتفرا (Excusable) أي الغلط الذي وقع فيه طالب الإبطال بسيطا يقع فيه الشخص العادي، في حين أن الالتزام بالإعلام يوجب على المدين به الاستعلام جيدا عن حاجات المشتري حتى يقدم له ما يتناسب وهذه الحاجات وهو ما يعرف بواجب الاستعلام Devoir de s'informer².

ثانيا : إبطال العقد استنادا إلى التدليس.

يعتبر التدليس كذلك من عيوب الرضاء التي لها ارتباط وثيق بالالتزام بالإعلام لما ينطوي عليه من إيقاع المستهلك بطرق احتيالية تدفعه إلى التعاقد بإعطائه بيانات كاذبة و غير كافية. وللتدليس عنصران، عنصر مادي هو استعمال طرق احتيالية وعنصر نفسي هو نية التضليل³. وعرف الفقه التدليس بأنه " استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد"⁴. كما عرف على أنه " نوع من الغش يصاحب تكوين العقد". ودون الخوض في التفاصيل كون المقام لا يتسع لذلك، فإن السؤال الذي يطرح هو ما مدى كفاية اعتبار التدليس أساسا لإبطال العقد كجزء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام؟. من الواضح أن الطرق الاحتيالية قد تتخذ صورتين، إذ قد تقتصر على كتمان الحقيقة وإخفاء البيانات التي لو اطلع عليها الدائن لما أقدم على التعاقد وهو الجانب السلبي في التدليس، كما قد يتخذ المدين موقفا ايجابيا بتقديمه بيانات كاذبة ومضللة تغري المشتري وتدفعه إلى التعاقد⁵. على أننا سنتعرض إلى الموقفين لمعرفة إمكانية اعتبارهما تدليسا يمكن اتخاذهما أساسا لإبطال العقد.

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

¹ - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق جامعة أسبوط عدد 13 طبعة 1990 ص 272.

² - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 343. وانظر في نفس المعنى حسن جميعي، المرجع السابق ص 296.

³ - ينظر المادتين 86 و 87 من القانون المدني الجزائري.

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

⁵ - موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المرجع السابق ص 39.

⁶ - حمدي احمد سعد، المرجع السابق ص 345.

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 التدليس¹.

أما إذا اقترن هذا الكذب بأعمال مادية أشد جسامة كتقديم وثائق مزورة عن محل العقد لدفع المشتري إلى التعاقد فإننا نكون أمام جرمي التزوير والنصب وهو ما يطلق عليه الفقه تسمية التدليس الجنائي²، والذي يستوجب بالإضافة إلى إبطال العقد، أعمال قواعد المسؤولية الجنائية. وقد يتخذ المهني أو البائع عموماً موقفاً سلبياً، فيكون ذلك بسكوته عن الإدلاء للمشتري بالبيانات اللازمة والخاصة بمحل العقد أو كتمانها بعضها مما يجعل الإعلام ناقصاً من جانبه³.

وفي هذا الصدد تحدث القانون الفرنسي في مادته 1116 عن اتخاذ وسائل احتيالية لإيقاع المشتري ودفعه إلى التعاقد. الأمر الذي يجعل من الفرض الثاني (الكتمان) لا يدخل ضمن هذه المادة باعتباره أحد وسائل التدليس، مما جعل الفقه الفرنسي يتردد في بادئ الأمر في اعتباره تدليساً، ذلك السكوت عمداً عن ملاحظة أو واقعة دفعت بالمشتري إلى التعاقد، وعلى إثره درج القضاء⁴.

على أن مثل هذا المأزق لم يعرفه القانون الجزائري إذ تعتبر المادة 2/86 تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة. حيث يرى البعض أن هذه المادة تعتبر اعترافاً غير مباشر بالالتزام بالإعلام يحق للمضروب المطالبة من خلالها بإبطال العقد للتدليس مع التعويض، على أن هذا الإخلال يفترض حصوله في مرحلة إبرام العقد لا تنفيذه من شأنه إثارة المسؤولية التقصيرية⁵.

ووفقاً لذلك يعتبر الكتمان طريقاً احتيالياً في التدليس إذا ورد على واقعة جوهرية أو ملاحظة يتعين على المتعاقد الإعلام بها إلى المشتري وفقاً لنص القانون أو وفقاً لفكرة الأمانة التي يجب أن تسود المعاملات⁶.

1- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط، المرجع السابق بند 181 ص 426. وانظر كذلك محمد الرفاعي المرجع السابق ص 178.

2- السنهوري، الوسيط مرجع سابق ص 345.

3- حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 347.

4- في هذا المعنى ينظر أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 172.

5- في هذا الرأي ينظر بودالي محمد مرجع سابق ص 13.

6- محمود جمال زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق بند 55 ص 69.

أما بفرنسا ونتيجة لهذا التردد فإن الفقه والقضاء هناك قصرا في بادئ الأمر التدليس على الوسائل الايجابية حيث كان من الصعب اعتبار السكوت العمدى تدليسا على اعتبار انه لا يوجد إزام ايجابي على الشخص بان يقول الحقيقة كلها وفقا للمذهب الفردي الذي تمخض عنه مبدأ سلطان الإرادة¹.

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

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

أما بالنسبة إلى القضاء الفرنسي فإن هذا الموقف لم يعمر طويلا⁴، حيث ومنذ 1958 استقر هذا الأخير على اعتبار الكتمان التديسي (*dol par réticence*) سببا للإبطال بعدما اقر بوجود التزام بالإعلام على عاتق المهني، بحيث ومنذ ذلك التاريخ لم يشر القضاء إلى أي ربط بمفهوم الوسائل التديسية وأنه يجب الاستنتاج من ذلك أن الخطأ المكون لتدليس لا يمكن إلا أن يعد مخالفة للالتزام بالإعلام⁵.

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 العقد⁶.

¹ - في هذا المعنى أنظر علي فيلاني، الالتزامات: النظرية العامة للعقد، موفم للنشر والتوزيع الجزائر 2001، ص 129 وبعدها.

² - حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 350.

³ - حمدي احمد سعد نفس المرجع ص 351.

⁴ - حيث عدلت محكمة النقض عن موقفها واعتبرت الكتمان تدليسا وذلك في حكمها الشهير بتاريخ 1958 حيث قضت بان السكوت في صورة الكتمان يمكن أن يكون فعلا تدليسيا. *Cass. civ. 1^{re}, 19 mai 1958, Bull. civ 1958*.

⁵ - احمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 173.

⁶ - *Cass. civ 3^{ème}, 7 mars 1974, Rep du Notariat 1975 note J-Aubert. P. 910* ou il est écrit « l'absence d'une information de cette nature constitue une réticence dolosive propre à annuler le contrat »
مشار إليه في : محمد الرفاعي مرجع سابق ص 174.

وعلى هذا درجت المحكمة بالنسبة للخدمات, وفي صدد الكفالة لدين مستحق للبنك أبطلت الكفالة لمخالفة الأخير لالتزامه بإعلام الكفيل بالوضع المالي الحقيقي للمدين حيث جاء في حيثيات الحكم أن البنك الذي يعلم الوضع المالي لمدينه والمشكوك فيه أو على الأقل متقل بالديون ويغفل عن إعلام الضامن بهدف حثه على الالتزام, فانه بذلك قد أخل بالتزامه بالتعاقد بحسن نية وارتكب تدليسا بالكتمان. وأسست المحكمة حكمها بالبطلان على المادة 1116 من القانون المدني¹.

وكذلك وخلافا للوضع المستقر قديما فقد اعتبر القضاء الفرنسي الكذب الإعلامي من قبيل التدليس خاصة في مجال الترويج الإعلامي للمنتجات حيث قضى باعتبار الكذب المبالغ فيه من قبيل التدليس المؤثر الذي يتيح للمتمسك به إبطال العقد².

كما اعتبر نفس القضاء أن الالتزام بالإعلام يكون من جانب واحد بمعنى أنها لا توجد إلا على عائق المهني بتعريف المشتري بما يقننيه. وبناءا عليه لا يعتبر المشتري قد قام بتدليس بالكتمان بعدم إعلام البائع عن الثمن البخس الذي دفعه مقابل ما اقتناه واعتبر أنه لا يكون كذلك إلا إذا كان الكتمان ينصب على خاصية جوهرية للمبيع³.

ومن ثم لم يعد القضاء يشترط نية الغش لقيام التدليس, بل يكفي مجرد الكتمان والذي لا يؤدي إتيانه إلى تطبيق المادة 1116 الخاصة بالتدليس إلا إذا تمثل في الإخلال بالالتزام بالإعلام الذي يقع على عائق البائع⁴.

رغم ما قيل في صدد إمكانية اعتبار الكتمان تدليسا يوجب إبطال العقد لمصلحة من وقع عليه التدليس, بالإضافة إلى المفهوم الموسع الذي أعطي للتدليس باعتبار أن الكتمان أو السكوت هو صورة من صور الإخلال بالالتزام بالإعلام, إلا أن جانبا من الفقه خاصة بفرنسا يرى بحق صعوبة التسليم بهذا ومن ثم يشككون في كفاية التدليس كأساس للأبطال في كافة حالات الإخلال بالالتزام بالإعلام⁵.

¹ - Cass. civ 1^{re}, 10 mai 1989, RTD civ 1989 note J-Mestre. محمد الرفاعي م. سابق ص 175.

² - Cass. civ 3^{eme}, 6 nov 1970, Bull. civ III p.247, JCP Ed. P et G 197 .

مشار إليه في : حسن جميعي- مرجع سابق ص 99.

³ - Cass. civ 3^{eme}, 27 mars 1991, Bull. civ III n°108 . en ce sens Ph.le Tourneau, op.cit n°253 p. 56.

⁴ - احمد محمد الرفاعي , مرجع سابق ص 177.

⁵ - في هذا المعنى ينظر حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 353. وفي نفس الاتجاه محمد الرفاعي , مرجع سابق نفس الموضوع.

هكذا تعقبت فكرة اتخاذ من التدليس أساسا لإبطال العقد نتيجة الكتمان، جملة من المؤاخذات والتي صبت في نفس اتجاه الانتقادات التي وجهت إلى فكرة الغلط أهمها صعوبة الإثبات حيث يشترط إثبات العنصر المعنوي في التدليس والمتمثل في وجود نية التضليل. ورغم تساهل القضاء في شأن الإثبات إلا أنه ابقى على ضرورة أن يثبت الدائن أنه من دون ما قام به المدلس من وسائل تدليسية ما كان ليقدم على التعاقد أو لأقدم ولكن بشروط مغايرة¹.

وبالفعل هذا ما ذهبت إليه محكمة استئناف باريس في حكم حديث نسبيا بتاريخ 28 ابريل 2000 إذ اعتبرت أنه كان على البائع لخزانة (commode) يرجع عهدها إلى الملك Louis XIV أن يعلم وبصفة واضحة المشتري أن الرخام الداخل في صناعتها لم يكن من نفس عهد الخشب المصنوعة منه هذه الأخيرة وهذا باعتباره مختصا في هذا المجال. واعتبرت أن غياب الإعلام في هذا الصدد يمثل كتماننا تدليسيا وان المشتري لم يكن ليتعاقد بنفس الشروط لو أنه أعلم بذلك².

وعلى اثر ربط القضاء وفي منسبات عديدة الالتزام بالإعلام بهذا النوع من التدليس وأمام ما يستلزمه هذا الفرض من وجوب أن يثبت المتعاقد أنه ما كان ليبرم العقد بنفس الشروط لو أنه أعلم جيدا بحقيقة المبيع، الأمر الذي دفع غالبية الفقه إلى المناداة بضرورة وضع قواعد تحكم الالتزام بالإعلام وتقرر الجزاء المناسب في حالة الإخلال به³.

الفرع الثاني: إبطال العقد تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية.

إن التطرق لهذه النقطة من شأنه بيان إمكانية إبطال العقد للإخلال بالالتزام بالإعلام تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية، والتي يرى بصدها غالبية الفقه أن الجزاء هو الفسخ وليس الإبطال⁴

ولقد ألزمت المادة 379 ق م ج وما بعدها البائع عموما بالضمان إذا ما توافرت شروط معينة من عدم اشتغال المبيع على الضمانات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو

¹ - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، المرجع السابق ص 295.

² - CA.Paris, 25e ch, B, 28 avril 2000, Le Dalloz, 2000, jurisprudence, IR, n°21p. 157.

³ - احمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 179.

⁴ - J.Aulay. Et F. Sleimetz, droit de la consommation op.cit. P. 46.

ظهور عيب بالمبيع ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المحددة في العقد أو بحسب طبيعة الشيء والغرض الذي خصص له. كذلك إذا كان العيب خفياً أو قديماً وكان المشتري غير عالم به فإن على البائع أن يضمن هذا العيب¹.

وتبعاً لذلك يكون البائع ملزماً بمعرفة الشيء المبيع وبالتبعية يرتكب خطأ جسيماً يشبه التدليس إذا هو لم يعرف أو لم يكشف عن العيوب التي يجب الكشف عنها بحكم اختصاصه². ويعرف العيب على أنه الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة³. على أن ما جاءت به المادة 379 م ج (وتقابلها المادة 447 م مصري) من اعتباره عيباً، عدم اشتغال المبيع على الصفات التي كان قد تعهد بها البائع للمشتري، قد وسّع من مفهوم فكرة العيب حيث أصبح معنى العيب لا يقتصر على وجود آفة طارئة في المبيع ناتجة عن خلل في التركيب أو التصنيع⁴.

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

ولعلّ هذا المعنى تضمّنته المادة 386 ق م ج والتي نصّت على التزام البائع بضمان صلاحية المبيع دون أن يغني ذلك عن ضمان العيوب الخفية. وكذلك ما نصت عليه المادة 3 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات والتي أوجبت على المحترف أن يضمن سلامة المنتج من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له.

والواقع أن المادة 379 المذكورة أعلاه أعطت الحق للمشتري في حالة وجود عيب بالمبيع المطالبة بالتعويض يستوي في ذلك أن يكون البائع عالماً أو غير عالم بالعيب. أما المرسوم 266/90 فقد تضمّن أوجهاً ثلاثاً للضمان الذي يقوم به البائع اتجاه المشتري والمتمثلة في إصلاح المنتج أو استبداله إذا بلغ حداً من الجسامة يجعل من المنتج غير صالح للاستعمال جزئياً أو كلياً على الرغم من إصلاحه. أو استرداد الثمن عندما يستحيل إصلاح العيب وفي هذه

¹ - أنظر المادة 379 من ق م الجزائري.

² - محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، المرجع السابق ص 168.

³ - جاء هذا التعريف لمحكمة النقض المصرية في أحد أحكامها لسنة 1948. ينظر في ذلك حسن قداد مرجع سابق ص 173.

⁴ - حسن قداد، مرجع سابق ص 173. وفي نفس المعنى ثروت إسماعيل الرسالة السابقة ص 25.

⁵ - حسن جمعي، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية دار النهضة العربية طبعة 1993 ص 197.

وانظر كذلك في شأن التوسع في مفهوم العيب - فتحي عبد الله مرجع سابق ص 16.

الحالة يمكن للمشتري المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء رد المنتج واسترجاع الثمن¹.

ولقد أيد القضاء الفرنسي فكرة اعتباره عيباً، عدم صلاحية المبيع للغرض المخصص له أو عدم كفاءته لتحقيق هذا الغرض من خلال الأحكام التي أصدرتها محكمة النقض. ومثالها ذلك الصادر بتاريخ 1985 حيث وبعد شراء رسام مشهور لمعجون يسمى Blanc Relief لاستخدامه في رسم لوحات كان قد اشتراه من شركة متخصصة، فوجئ هذا الأخير بمطالبة المشتريين للوحدات بفسخ العقود مع التعويض نظراً للتشققات التي ظهرت على اللوحات بعدما اتضح أن سببها المعجون والذي يستلزم استعماله احتياطات خاصة لم تبينها الشركة للرسام. فأجابت محكمة الاستئناف طلب الرسام بمسئولية الشركة وأيدتها محكمة النقض في ذلك وقضت له بكافة التعويضات عما لحقه من أضرار².

ولقد أدى هذا التوسع في مفهوم العيب من طرف القضاء الفرنسي في بادئ الأمر إلى التداخل بين الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان العيوب الخفية وهذا حتى يتيح للمشتري الخيرة بين هذين الالتزامين كي يجد سبيلاً للحصول على التعويض، خاصة إذا أغلق الباب أمامه في اللجوء إلى دعوى الضمان كما في حالة مضي المهلة القانونية المقررة للدعوى³. الأمر الذي دفع بجانب من الفقه اعتبار الالتزام بالإعلام جزءاً لا يتجزأ من الالتزام بالضمان⁴.

على أنه ورغم ما قيل في هذا الصدد فإن إمكانية إبطال العقد للإخلال بالالتزام بالإعلام استناداً إلى التزام البائع بضمان العيوب الخفية بات أمراً غير مستقر لدى القضاء خاصة بعدما أدى هذا التوسع إلى القول بإمكانية المطالبة بالفسخ في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام باعتبار أن البائع والمهني خصوصاً يفترض علمهما ببيانات وخصائص المبيع مما يوجب الإعلام عنها واعتبارهما كالصانع سواء⁵.

¹ - ينظر المواد 5، 6، 7، 8، من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات. سبقت الإشارة إليه.

² - Cass. civ 1^{re}, 23 avril 1985, Bull. civ 1 n° 125. RTD civ 1986 p. 367 obs J.Huet.

مشار إليه في : حمدي سعد 356.

³ - في هذا المعنى حسن جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 79.

⁴ - ينظر ما أورده سابقاً بخصوص تأسيس الالتزام بالإعلام على الالتزام بالضمان ص 20 وما بعدها.

⁵ - Ph. Le Tourneau la responsabilité civile, op.cit, n°1792. voir aussi J. Auloy, op.cit, p. 46.

ولقد جاءت عدة أحكام قضائية تؤيد هذا الاتجاه، حيث سمح القضاء للمشتري طلب فسخ العقد¹ إلى جانب التعويض استنادا إلى هذا الإخلال عندما ينتج الضرر عن عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه أو الذي أراد المشتري استخدامه فيه². ومن ذلك أيضا ما قضت به محكمة النقض من تمكين المشتري من فسخ العقد الخاص بشراء مواد نسيج ضد البائع على أساس ضمان العيوب الخفية لعدم تحقيق هذه المواد لاحتياجات المشتري وقضائها برد المبيع واسترداد الثمن³.

ومهما يكن من أمر، ورغم التقارب الموجود بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالضمان الأمر الذي أدى إلى القول بإمكان إبطال أو فسخ العقد كجزاء عن الإخلال بالأول تأسيسا على الثاني، إلا أنه وحسب رأي جانب من الفقه لا يعني ذلك أن المطالبة بإبطال العقد أو فسخه للإخلال بالالتزام بالإعلام يكون وفقا للالتزام البائع بضمان العيوب الخفية أو بالضمان عامة⁴. ويبرر هذا الموقف اعتبارات عدة أهمها أن الالتزام بالضمان يقتصر على الحالات التي يشوب فيها المبيع عيبا مؤثرا. هذا إلى جانب الشروط الواجب توافرها في العيب من قدم وتأثير وخفاء⁵. أما الالتزام بالإعلام فإنه يتسع نطاقه ليشمل إمكانية إبطال العقد أو فسخه لنقص في البيانات سواء تلك المتعلقة بالخصائص الجوهرية أو كيفية الاستعمال والتحذير من ذلك أو عدم ملائمة المبيع لحاجات المشتري، فتعجز بذلك الدعوى الناشئة عن ضمان العيوب الخفية عن استيعاب الدعوى الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام⁶. يضاف إلى ذلك صعوبة الإثبات التي تتعرض دعوى ضمان العيوب الخفية من وجود العيب، في حين أن الالتزام بالإعلام يفترض وجود تعامل مع شخص محترف كالمنتج مثلا الأمر الذي يسهل على المشتري إثبات الخطأ في جانبه بافتراض علمه بمحل العقد⁷.

¹ - سنعود إلى تفصيل هذه النقطة من خلال الحديث عن قابلية العقد للفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام 16.

² - Cass. civ 1^{re}, 23 avril 1985, précité.

³ - Cass. civ 3^{ème}, 19 juin 1990, Juris-Data doc n° 902206.

حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 358.

⁴ - في هذا الرأي ينظر حمدي احمد سعد، نفس المرجع ص 359.

⁵ - السنهوري، الوسيط: الجزء الرابع البيع والمقايضة، م سابق بند 366. وانظر كذلك حسن قدامة م سابق ص 174 و بعدها.

⁶ - في هذا المعنى حمدي احمد سعد المرجع السابق ص 359.

⁷ - حسن جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 80.

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

ذكرنا من قبل أن المادة 352 ق م¹ نصت على وجوب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا من خلال اشتغال العقد على بيان محل العقد وأوصافه الأساسية بيانا يمكن من تعرفه. على أن نفس المادة جاءت لتصرح في فقرتها الثانية بقابلية إبطال العقد كجزاء عن عدم علم المشتري بالمبيع بمناسبة حديثها عن سقوط حق المشتري في طلب الإبطال لعدم العلم الكافي بالمبيع إذا ذكر في عقد البيع أنه عالم به وهذا بمفهوم المخالفة حيث نصت " وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حقه في طلب إبطال البيع بدعوى عدم علمه به إلا إذا ثبت تدليس البائع".

كما أن الفقه لا سيما المصري (إذ تقابل المادة 352 المادة 419 ق م المصري) ورغم اتفاقه لدى تفسيره للمادة على أن جزاء عدم العلم الكافي بالمبيع يعطي للمشتري الحق في طلب إبطال العقد بطلانا نسبيا، إلا أنهم اختلفوا حول مدى ارتباط أو استقلالية القابلية للإبطال لعدم العلم الكافي بالمبيع بالقابلية للإبطال للغلط كعيب في الإرادة². وهذا كذلك لاختلافهم حول تكييف طبيعة شرط العلم الكافي بالمبيع ذاته³. فانقسم الفقه إلى رأيين.

رأي أول يرى أن طلب الإبطال لعدم العلم الكافي بالمبيع طبقا لنفس المادة يعد طلبا على أساس الغلط كعيب في الإرادة، إذ أن عدم توافر العلم الكافي يعد غلطا في صفات المبيع الجوهرية يترتب عليه قابلية العقد للإبطال. على أن عدم العلم في هذه الحالة يتضمن قرينة بسيطة على وقوع المشتري في الغلط أي أن الغلط هنا غلط مفترض لا يطالب المشتري بإثباته حيث يتعين على البائع تبعا لذلك إثبات العكس وهو عدم وقوع المشتري في غلط رغم عدم علمه بالمبيع⁴. فالجديد في نظر هذا الرأي هو أن المادة جعلت الغلط مفترضا في جانب المشتري وهذا في الحالات التي لم يحدد فيها البائع الأوصاف الأساسية للمبيع ولم يكن المشتري قد رأى المبيع أو أقر بعلمه به⁵.

¹ - ينظر ما قلناه في صدد هذه المادة وإمكانية اتخاذها أساسا للالتزام بالإعلام إلى جانب النصوص التشريعية الأخرى المتعلقة بحماية المستهلك ص 29 من هذا البحث.

² - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 383.

³ - ينظر تفصيلا ما أوردناه بصدد الحديث عن طبيعة مثل هذا الشرط والآراء الفقهية التي جاءت بصده ص 31 من البحث.

⁴ - في هذا المعنى المرسي حمود مرجع سابق ص 383 وما بعدها. وكذلك احمد محمد الرفاعي م سابق ص 133 وما بعدها.

⁵ - في هذا المعنى أحمد حسن قدارة، شرح القانون المدني الجزائري - مرجع سابق ص

أما الرأي الثاني وهو الرأي السائد والراجح لدى الفقه المصري خاصة هو أن الأخذ بالرأي الأول يؤدي إلى التضييق من حكم المادة السالفة الذكر تضييقاً يكاد يعدم الفائدة المرجوة منها، حيث يرى بحق ضرورة طلب إبطال العقد لعدم العلم الكافي مستقلاً عن أحكام الغلط¹. ووفقاً لهذا الرأي فإنه يكفي المشتري لإبطال العقد في هذه الحالة أن يثبت أنه لم يعلم بالمبيع لا عن طريق الرؤية ولا عن طريق الوصف أو الإقرار في العقد أنه عالم به. وبالتالي يكفي لتقرير البطلان النسبي عدم العلم الكافي بالمبيع حتى ولو لم يقع المشتري في أي غلط ولو وجد المبيع مطابقاً لما تصوره، مما يدعم القول أن المادة جاءت بحكم موضوعي هو وجوب علم المشتري الكافي بالمبيع مستقلاً عن أحكام الغلط أو عن أي حكم آخر كشرط تعيين المحل والذي هو شرط في العقود بصفة عامة قرر له القانون البطلان المطلق كجزاء عن مخالفته². وهذا لما تفترضه طبيعة عقد البيع ذاته من أن المبيع يكون في حيازة البائع قبل التعاقد، وأن الوسيلة الوحيدة لعلم المشتري هي تحميل البائع التزاماً بالإعلام بكافة أوصاف المبيع الأساسية³.

على أن البطلان الذي قرره نفس المادة هو البطلان النسبي (Nullité Relative) الذي يتمسك به من تقرر هذا الأخير لمصلحته أي المشتري⁴. ولهذا يمتنع على البائع التمسك به تحت أي حجة كعدم علم المشتري بالمبيع أو عدم علمه هو بهذا الأخير حيث أن حكم هذه المادة مأخوذ أصلاً من أحكام خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية والمقرر لمصلحة المشتري وليس للبائع⁵.

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

¹ - في هذا الرأي ينظر أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، مرجع سابق ص 139 وبعدها.

² - ينظر في استقلال شرط العلم الكافي عن أحكام الغلط وكذا عن شرط تعيين المحل وترجيح الفقه لذلك ص 27 من البحث.

³ - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق ص 139.

⁴ - يضاف إلى ذلك أنه لا يجوز للمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها إن لم يتمسك به المشتري أو صدرت منه إجازة صريحة أو ضمنية، فلا يتقرر بطلان إلا بالتراضي أو بالتقاضي. لأكثر تفصيل في هذا الموضوع ينظر محمود زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق بند 129 ص 242. وانظر كذلك محمد حسنين، الوجيز في نظرية الالتزام، مرجع سابق ص 76 وما بعدها.

⁵ - حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 363. كما أن هذا الحكم ورد في القانون الجزائري من خلال المادة 99 ق المدني حيث جاء فيها " إذا جعل القانون لأحد المتعاقدين حقاً في إبطال العقد فليس للمتعاقد الآخر أن يتمسك بهذا الحق " .

لهذه الاعتبارات يرى جانب من الفقه أن المادة السالفة الذكر (352 ق م المقابلة للمادة 419 ق م مصري) تعتبر نصا كافيا لتقرير البطلان في حالة إخلال البائع بالتزامه بالإعلام للمشتري ببيانات المبيع وأوصافه الأساسية¹. حيث يذهب الأستاذ حمدي سعد إلى أنه وفي ظل التقدم الكبير في صناعة المنتجات وحتى ولو وجد المبيع في حوزة المشتري عند البيع فإن ذلك لا يغني المشتري عن العلم الكافي بالمبيع والذي لا يتحقق إلا بالإعلام لهذا الأخير ببيانات وأوصاف المبيع الجوهرية، فيكون بذلك بطلان العقد الذي تتضمنه هذه المادة جزاءا عاما لعدم العلم سواء نتج عن عدم تمكن المشتري من تحصيل هذا العلم بنفسه عن طريق رؤية المبيع أو معاينته أم نتيجة لتقصير البائع في الإفضاء له بهذه البيانات و الأوصاف².

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

كما انه ولما كانت أحكام العلم الكافي بالمبيع مأخوذة من أحكام خيار الرؤية فإن طلب الإبطال لعدم العلم يسقط بنفس الأسباب التي يسقط بها حق المشتري في خيار الرؤية كما لو

¹ - في هذا الرأي ينظر حسن جمعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك م سابق ص 274 وكذلك حمدي سعد م س. ص 364.

² - حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 365.

³ - ينظر المادة 100 من ق م الجزائري. وعرف الفقه الإجازة بأنها تصرف قانوني من جانب المتعاقد الذي تقرر الإبطال لمصلحته يقصد به النزول عن حقه في طلب الإبطال وهي لا تحتاج إلى قبول الطرف الآخر ولا يستطيع المجيز الرجوع عنها بعد صدورها منه كما أنها لا تصح إلا إذا صدرت بعد زوال السبب الذي جعل العقد قابلا للإبطال. أنظر في أحكام الإجازة محمود زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق بند 120 ص 228. وانظر كذلك السنهوري، مصادر الحق في الفقه الإسلامي، م سابق ص 116 وما بعده. أما بخصوص موضوع الالتزام بالإعلام فإن حق التمسك بالإبطال يسقط إذا لم يتمسك به المشتري بعد تحقق العلم في جانبه في هذه الحالة. ينظر في هذا المعنى المرسي حمود مرجع سابق ص 387.

⁴ - المرسي حمود مرجع سابق ص 390.

⁵ - أحمد محمد الرفاعي مرجع سابق ص 140.

تصرف المشتري في المبيع (ببيعه مثلا أو رهنه أو إيجاره أو وهبه), أو بهلاك المبيع في يد الأخير أو تحوله إلى شيء آخر يصعب معه إرجاعه إلى البائع على الحالة التي كان عليها وقت التسليم, مع ملاحظة أن هذا الحكم الأخير لا تأخذ به المادة 103 ق م ج بتقريرها صراحة أن يعاد المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل العقد في حالة بطلان العقد أو إبطاله, فإن كان ذلك مستحيلا جاز الحكم بتعويض معادل.

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

ما يلاحظ بخصوص هذا الوضع هو غياب حكم عام¹ يشمل جميع أنواع العقود بما في ذلك الخدمات يبين الجزاء المناسب في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام .

كما أن التوسع في تفسير المادة والقول بضرورة الأخذ بالجزاء الذي جاءت به في مجال الخدمات غير وارد باعتبار أن هذه الأخيرة تحكمها قواعد خاصة في مجال الالتزام بالإعلام غير تلك الخاصة بعقد البيع². الأمر الذي جعل جانبا من الفقه لا يتردد في الحديث عما سماه بيع الخدمات (vente de services) تمهيدا لتطبيق أحكام عقد البيع بالرغم من أن القواعد المترتبة عن عقد البيع متميزة وتشكل طائفة متجانسة مهما كانت طبيعة الشيء أو المنتج المبيع. في حين أن تقديم الخدمات يرجع إلى عقود شتى ومختلفة يعوزها هذا التجانس³.

وأمام هذا الوضع فإنه بات من الضروري إصدار نصوص قانونية تعالج هذا الأمر من خلال تقرير الجزاء المناسب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام على الأقل بالنسبة للخدمات⁴, إذا ما سلمنا أن الإخلال بهذا الالتزام في مجال عقد البيع - بما في ذلك بيع السلع - قد تكفلت به المادة 352 م ج بتقريرها البطلان النسبي كجزاء عن الإخلال به على نحو ما بيناه في هذا المقام.

¹ - حيث أنه لم تشمل النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بحماية المستهلك على حكم يقرر بطلان العقد لتخلف الإعلام بشأنه سواء تعلق الأمر بالسلع أو الخدمات.

² - ينظر تفصيلا لذلك ما أوردناه في صدد الحديث عن نطاق الالتزام بالإعلام في مجال الخدمات ص 75 وبعد من هذا البحث.

³ - في هذا المعنى ينظر بودالي محمد, الالتزام بالنصيحة في عقود الخدمات, مرجع سابق ص 4.

⁴ - حيث أن هذه الأخيرة لا تزال تشغل حيزا ضيقا من اهتمام النصوص القانونية التي جاءت بصدد حماية المستهلك على عكس المنتجات باعتبارها شيئا ماديا ملموسا يمكن ملامسته, خاصة إذا ما علمنا أن المادة 3 من القانون 02/89 بفقرتها تحدثت عن المواصفات الواجب توافرها وذكرها للمستهلك والخاصة بالمنتج في حين اكتفت المادة 21 من نفس القانون بإخضاع الخدمات إلى إجراء الوسم.

المطلب الثاني

قابلية العقد للفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لقد أدت الانتقادات الموجهة إلى الحلول التي جاءت بصدد إمكانية إبطال العقد كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام لا سيما تلك المتعلقة بتأسيس هذا البطلان على مبدأ سلامة الرضاء أو ضمان العيوب الخفية (رغم التوسع الذي عرفته فكرة التدليس من اعتبار القضاء الفرنسي الكتمان تدليسا من جانب البائع واعتبار عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض الذي اقتني من أجله من قبيل العيب الموجب للإبطال)¹ إلى بروز اتجاه فقهي حديث يمثل الأغلبية بفرنسا سايره في ذلك القضاء, يسمح لمن اختلّ حقه في الإعلام أن يطلب فسخ العقد كجزاء عن هذا الإخلال دونما حاجة إلى تأسيس الجزاء على نظريات ومبادئ, على اعتبار أن الالتزام بالإعلام كافيا لإعطاء المشتري هذا الحق بالإضافة إلى طلب التعويض².

ولعل فكرة طلب الفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام والتي نادى بها أغلبية الفقه بفرنسا, تعود إلى خلو القانون الفرنسي من نص يتضمن المعنى الذي جاءت به المادة 419 م المصري³ وهي نفسها المادة 352 ق م الجزائري السالفة الذكر.

والقضاء بفرنسا جسد هذا المعنى من خلال الأحكام التي جاءت في هذا الصدد (فرع أول) وفي نفس الوقت وبإيعاز من الفقه, أعطى لمن عيب إعلامه وتضرر من ذلك أن يطلب التعويض موازاة مع دعوى الفسخ (فرع ثاني).

الفرع الأول: تقرير القضاء المقارن للفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لقد لعب القضاء الفرنسي دورا بارزا في تكريس هذا الفرض, حيث قرّر صراحة فسخ العقد من خلال عدة أحكام قضائية أكدت هذا المعنى تعطي للمشتري هذا الحق مع التعويض إن أمكن, وهذا استنادا إلى إخلال البائع بالتزامه بالإعلام سيما إذا كان هذا الإخلال ناتجا عن عدم

¹- بشأن هذه الانتقادات والصعوبات التي واجهها الأساسين ينظر فيما سبق ص 20 و 26 .

²- في هذا المعنى حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 367.

³- حمدي سعد نفس المرجع ص 366.

صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه، أو لأداء الغرض الذي أراد المشتري استخدامه فيه¹.

وهذا ما قضت به محكمة النقض في حكم شهير لها بتاريخ 1985 من فسخ عقد بيع أسطح قرميدية إضافة إلى مساءلة البائع مدنيا عما لحق المشتري من ضرر لعدم ملائمة هذه الأسطح للغرض الذي أراده، وألقت اللوم على البائع في أنه كان عليه أن ينبه المشتري إلى تعدد أنواع هذه الأسطح وعن مدى ملائمة النوع الذي اقتناه للغرض المنشود نظرا لتخصص البائع².

وكذلك ما قضت به محكمة استئناف Saint Denis de la Reunion بفسخ عقد بيع بشأن فرن كهربائي (Terminal de cuisson)، موجه لمخبزة حيث قضت بأن البائع كان عليه أن يعلم المشتري بضرورة توفر المخبزة المراد تجهيزها بالفرن على تيار كهربائي أقوى من ذلك الذي تشتغل به الأفران العادية (courant triphasé) رغم عدم علم المشتري بصعوبة الحصول على هذا التيار في المنطقة المتواجدة بها المخبزة، مما استحال على المشتري الحصول على هذا التيار وبالتالي استخدام الفرن. حيث قضت المحكمة بفسخ العقد، كون أن النتائج المرجوة لم تكن ملائمة بالنظر إلى المواصفات التقنية للفرن³.

وكذلك ما قضت به محكمة النقض من فسخ للعقد بشأن بيع جهاز إنذار كانت قد اشترته شركة متخصصة في بيع المجوهرات من شركة متخصصة في بيع هذه الأجهزة ضد السرقة، حيث اتضح فيما بعد عدم كفاية الجهاز في تحقيق الغرض المنشود لعدم تطابقه مع المواصفات المطلوبة من طرف شركة التأمين، حيث ألقت المحكمة على عاتق الشركة البائعة التزام بإعلام المشتري عن النتائج التي يؤدي إليها مثل هذا الشراء بالنظر إلى ما تتطلبه شركة التأمين ضد خطر السرقة من مواصفات تقنية⁴.

وما قضت به ذات المحكمة بتاريخ 1994 من فسخ عقد متعلق بأجهزة معلوماتية Produits (Informatiques) لإخلال البائع بالتزامه بالإعلام والنصيحة اتجاه المشتري بحكم تخصصه من جهة، وتعدد هذه الأجهزة من جهة أخرى، حيث كان عليه أن يقدم للمشتري المعلومات

¹ - حسن جميعي ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 86.

² - Cass. civ 1^{re} , 3 juillet 1985 , précité.

³ - CA Saint-Denis de la Reunion, 26 JANVIER 1993, JCP éd. G 1994 -2, 2299, note Gouyou ; Ph.le Tourneau, la responsabilité des vendeurs et fabricants, op.cit n°258 p. 59.

⁴ - Cass. com ,25mai 1993, D.1994 Bull. civ IVn° 211, obs B.Moisson ; Ph.le Tourneau op.cit p. 60 .

والنصائح اللازمة وتوجيهه إلى الاختيار الملائم فضلا عن تقديم المساعدة التقنية اللازمة لتشغيل هذه الأجهزة , فأيدت وفقا لذلك فسخ العقد¹.

وعلى هذا المنوال كذلك سمح القضاء للمشتري فسخ العقد إذا ما تعلق الأمر بالإخلال بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع . هذا ما قرره محكمة النقض الفرنسية بفسخ عقد بيع جهاز استخدم في إذابة الجوامد Décongélation من نوع Micro-onde حيث اتضح عدم كفاية البيانات والرسومات التوضيحية المرفقة معه مما أدى إلى حدوث أعطاب متكررة أثناء استخدامه, حيث جاء في تعليق المحكمة أن الصانع قصر في إعلام المشتري بالطريقة المثلى لاستخدام الجهاز نظرا لحدائته وما يتمتع به من مواصفات فنية, فاعتبرته بذلك مخلا بالتزامه بالإعلام مما يؤيد فسخ العقد².

كل هذه الأحكام والى جانب أحكام عديدة³ أخرى جاءت تؤيد الرأي القائل بفسخ العقد كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام, الأمر الذي أدى بجانب كبير من الفقه لا سيما بفرنسا إلى تأييد هذا المنحى .

كما أن جانبا من الفقه بمصر أيد هذا الاتجاه لتناسبه والمناداة باستقلال الالتزام بالإعلام عن غيره من الالتزامات عن طريق تقرير جزاءات خاصة به دون حاجة إلى البحث عن أساس لهذه الجزاءات في التزامات أخرى, باعتبار أن الإبطال يكون لعيب في تكوين العقد أو إنشائه وليس في تنفيذه, أي يكون جزاءا لالتزامات سابقة على التعاقد, مما يجعل تقرير الفسخ أكثر ملائمة بالنسبة للالتزامات اللاحقة على التعاقد⁴. هذا بالإضافة إلى أن الأخذ بهذا الرأي يتماشى وترجيح إضفاء الطبيعة العقدية على الالتزام بالإعلام على نحو ما سبق بيانه⁵.

¹ -Cass. com ,25 oct 1994. précité.

وانظر تعليقا على الحكم حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 370.

² - Cass.com , 19 déc 1995 RJDA avril 1996 n°481p 350. مشار إليه في : حمدي سعد م سابق ص 371.

³ - par ex : C A Paris, 4 janvier 1980, JCP. éd G.1982-2 n°19734 ; Cass. Com, 6 mars 1984,

n°8215696 (Lamy , op.cit n° 4921 p. 1807) وكان هذا بسبب نقص التحذيرات التي قدمها الموزع للمشتري).

⁴ - في تأييد هذا الرأي ينظر احمد محمد الرفاعي, مرجع سابق ص 187. وكذلك حمدي سعد مرجع سابق ص 373. وانظر

كذلك حسن جميعي , مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة , مرجع سابق ص 80.

⁵ - انظر بخصوص ترجيح إضفاء الطبيعة العقدية على الالتزام بالإعلام فيما سبق ص 35 وما بعدها.

الفرع الثاني: جواز الجمع بين الفسخ والتعويض.

لقد أيد الفقه الحديث بفرنسا ضرورة تقرير الفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام وسائره القضاء في ذلك من خلال العديد من أحكامه، رغم أن نفس القضاء قرر وفي أحكام أخرى بطلان العقد لمصلحة المشتري كجزاء عن هذا الإخلال، خاصة إذا تعلق هذا الأخير بكتمان بعض البيانات أو بتقديم معلومات خاطئة مع إمكانية المطالبة بالتعويض مقترنا بهذا الإبطال إذا نتج عن هذا الإخلال ضرر للمشتري.

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

لقد تصدى الفقه لهذا الفرض وأبدى تأييده بان الإخلال بالالتزام بالإعلام يعطي للدائن الحق في المطالبة بفسخ العقد أو إبطاله مع تعويض الأضرار الناشئة عن ذلك¹. أي أنه يجوز الجمع بين الجزاء المقرر والتعويض سواء تعلق الأمر بالفسخ أو البطلان.

ولقد اعتبر الفقه أن التعويض في هذه الحالة يعتبر جزاءا تكميليا للبطلان وأن البطلان أو الفسخ ليسا كافيين لتعويض الدائن عما لحقه من أضرار أو ردع ما ارتكبه المدين من خطأ². وأن الدعوى المتعلقة بالمسئولية مستقلة تماما عن الدعوى المتعلقة بالجزاء (البطلان أو الفسخ)، كما أنها قد تكون مؤسسة على نفس الفعل³.

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

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 المزروعات⁴.

¹ - عن تأييد هذا الفرض بفرنسا ينظر: Ph.le Tourneau, op.cit, n° 256 p. 57 et s
إذ وبالنسبة إلى بطلان العقد وطلب التعويض فإن الأخير يتأسس على المسئولية التقصيرية لتعيب الرضاء أثناء إبرام العقد سواء عن طريق الكتمان أو عن طريق تقديم معلومات وبيانات خاطئة. وأنظر في الفقه المصري: حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك، مرجع سابق ص 279. وأنظر لنفس المؤلف: مسئولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 80. وأنظر كذلك نزيه المهدي، مرجع سابق ص 326.

² - حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 375.

³ - Ph. Le Tourneau, la responsabilité des vendeurs et fabricants, op.cit n°256 p. 57 et 58.

⁴ - مشار إليه في: حسن جميعي- مسئولية المنتج، م سابق ص 80. Cass. civ 1^{re}, 17 fev 1976, Bull. civ 1 n°73.

على أن الحق في التعويض من خلال هذا الحكم أعطاه القضاء استنادا إلى تقصير البائع في الالتزام بالإعلام عن شروط استخدام المبيدات ونوعية المزروعات وظروف الاستخدام التي تؤدي إلى الغرض المقصود وأن المطالبة بهذا التعويض كان من خلال المسؤولية العقدية¹ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام حيث أن الدعوى المتعلقة بهذا الأخير يقيدتها ضرورة وقوع الضرر حتى يمكن المطالبة بهذا التعويض².

وكذلك ما قضت به من فسخ بيع قطعة أرض وإلزام البائعة بتعويض ما لحق المشتريين من أضرار لتقصيرها في حث انتباههم للصفات الجوهرية للأرض وعدم ملائمتها للغرض الذي يقصدونه وهو الحصول على قطعة أرض مخصصة للبناء³.

هذه الأحكام وإلى جانب أحكام أخرى⁴ كلها جاءت لتؤكد هذا المعنى، وإعطاء من ثم لمن اختل حقه في الإعلام بالإضافة إلى المطالبة بالفسخ، طلب التعويض عما أصابه من ضرر. على أن السؤال يبقى مطروحا بالنسبة إلى تحديد طبيعة المسؤولية والتي على أساسها قضى بالتعويض وعما إذا كانت عقدية أو تقصيرية وكذا شروط تقريرها، وعن التعويض ذاته، تقريره ونطاقه، بالإضافة إلى الجزاء الجنائي المقرر في حالة الإخلال بالبيانات التي أوجب القانون الإفضاء بها إلى المستهلك بخصوص بعض أصناف المنتوجات. وهو ما سنعالجه بشيء من التفصيل من خلال المبحث الموالي.

¹ سيتم التطرق تفصيلا لطبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام من خلال المبحث الثاني من هذا البحث.

² - في هذا المعنى حسن جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، نفس المرجع نفس الموضع.

³ - Cass. civ 3^{ème}, 4 janvier 1991. précité.

⁴ - Cass. civ 1^{ère}, 13 juillet 1985. précité. (بخصوص بائع الأسقف القرميدية)

(بخصوص قضية الدهان blanc relief) Cass. civ 1^{ère}, 3 avril 1985, précité.

المبحث الثاني

المسئولية المدنية والجنائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لقد استهدفت القوانين والشرائع ومنذ أمد حماية رضاء المتعاقد بأن يصدر حرا وسليما وسن في سبيل ذلك نصوصا تنظم العيوب التي قد تلحق الرضا من تدليس وغلط وإكراه واستغلال. إلا أن هذه الوسائل التقليدية وفي ظل التطور التكنولوجي والعلمي الذي شهده عالم المنتجات المتطورة والمعقدة في غالبيتها بما في ذلك الخدمات لا تعتبر كافية لحماية هذا الرضاء نظرا لما تتطلبه ذات الوسائل من شروط قاسية نوعا ما يصعب على المتعاقد الذي عيب رضاءه إثباتها.

من هذا المنطلق فرض القضاء الفرنسي - تبعته بعد ذلك بعض النصوص القانونية بخصوص بعض الحالات - التزاما عاما بالإعلام على عاتق الطرف الأكثر دراية بمحل العقد وبمكوناته حماية لهذا الرضاء وحتى يصدر على علم وبصيرة. وجعل المخالفة لهذا الالتزام تستوجب مسئولية المخالف المدنية¹ بغية تحقيق التوازن في العلاقة العقدية بين المشتري غير الخبير والبائع المحترف².

وقد يترتب على مخالفة الالتزام بالإعلام وقوع أضرار مادية أو جسدية مما يدفع بالمضرور إلى المطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار. الأمر الذي يدعونا إلى البحث في المسئولية المدنية من خلال التعرض لطبيعتها وشروطها، وفي مدى تقرير التعويض كأثر لهذه الأخيرة ونطاقه (مطلب أول). على أن هناك التزامات خاصة بالإعلام نصت عليها أغلب القوانين المعاصرة منها القانون الفرنسي وسائره في ذلك القانون الجزائري من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية والتي تتعلق بالإعلام بالبيانات (الوسم عموما)، وكذا الإعلام بالأسعار وشروط البيع، وهذا بخصوص بعض المنتجات والخدمات حيث استوجب القانون على مخالفتها إقامة المسئولية الجنائية ورتب جزاءات تتناسب وكل نوع من هذه الالتزامات (مطلب ثاني).

¹ - في هذا المعنى احمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 168.

² - حسن جميعي، مسئولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 76.

المطلب الأول

المسئولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

قد يؤدي الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى تعرض المشتري إلى أضرار مادية وجسدية جسيمة لا يكون الفسخ أو البطلان جزاءا كافيا لجبرها. على أن هذه الأضرار قد تكون ناتجة عن نقص في البيانات المتعلقة باستخدام المبيع والتحذير من مخاطره مما يؤدي الاستعمال الخاطئ له إلى أضرار بليغة. كما قد يطال هذا النقص بيانات متعلقة ببيان أوصاف المبيع الجوهرية مما يؤدي إلى عدم ملائمة هذا الأخير للغرض الذي ابتغاه المستهلك فينتسب ذلك في خسائر مادية وتقويت الفرصة على الأخير. من هنا تأتي رغبة المشتري المضرور في إقامة مسئولية المحترف ومطالبته بالتعويض عما لحقه من أضرار.

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

الفرع الأول- طبيعة المسئولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

إن تحديد طبيعة المسئولية المدنية المترتبة عن إخلال البائع بالتزامه بالإعلام من شأنه تحديد الأساس الذي تبنى عليه المطالبة بالتعويض وعما إذا كان عقديا أو تقصيريا. وتعرف المسئولية المدنية على أنها التزام بتعويض ما يلحق الشخص من ضرر بسبب إخلال المدين بالتزامه بناءا على طلب المضرور والذي يكون له النزول عنه أو التصالح عليه. وهي نوعان عقدية و تقصيرية. حيث تكون عقدية في حالة الإخلال بالتزام عقدي يرتبه العقد، في حين تكون تقصيرية إذا ما أخل المدين بالتزام فرضه القانون مضمونه عدم الإضرار بالغير¹. ولقد اختلف الفقه في تحديده لطبيعة المسئولية الناشئة عن هذا الإخلال بين قائل بأنها عقدية (نقطة أولى) وأخر بأنها تقصيرية (نقطة ثانية). على أن هذا الانقسام في الرأي يعود إلى

¹ - في هذا المفهوم وتفصيلا لذلك ينظر السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجزء الأول، م. سابق بند 509 ص 748 وانظر كذلك محمود جمال زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق بند 234 ص 441.

اختلافهم حول طبيعة الالتزام بالإعلام في حد ذاته ومدى كونه تعاقدياً أو قبل تعاقدي كما سبقت الإشارة إليه¹.

أولاً: الطبيعة التقصيرية للمسئولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

تعرف المسئولية التقصيرية على أنها جزاء الإخلال بالالتزام عام أمر به القانون. فهي تنشأ بسبب ما يحدثه الشخص للغير الذي لا تربطه به رابطة عقدية من ضرر بسبب خطئه². ويدخل في نطاق المسئولية التقصيرية كل أنواع المسئولية الواجبة خارج النطاق العقدي كمخالفة التزام قانوني، أو تلك الناشئة عن واقعة أو فعل معين أيًا كان لا يتضمن أي علاقة بالالتزام موجود مسبقاً، أو أن دائناً ما تكون له مصلحة في أعمالها، أي المسئولية التقصيرية وقع ضحية تنفيذ معيب لالتزام عقدي³.

وعليه تنشأ المسئولية التقصيرية من أشخاص لا يرتبطون بعلاقة عقدية فيما بينهم، أو وجدت بينهم هذه العلاقة إلا أن الضرر نشأ خارج نطاقها كأن يكون هذا الضرر قد نشأ في الفترة السابقة على إبرامها أو اللاحقة على إبطالها⁴.

إلا أنه وما يهمنا في هذا المقام هو معرفة ما إذا كان الإخلال بالالتزام بالإعلام من شأنه إعمال قواعد المسئولية التقصيرية لتعويض المتضرر عملاً لحقه جراء ذلك.

لقد تأثر جانب من الفقه لا سيما بفرنسا بفكرة مفادها أن هناك التزام قبل تعاقدي بالإعلام والالتزام تعاقدي بالإعلام. على أن الإخلال بالأول من شأنه إعمال قواعد المسئولية التقصيرية، على اعتبار أنها تنتج عن عمل سابق على إبرام العقد مفاده نقص أو غياب البيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع والتعريف به⁵. في حين اعتبر الإخلال بالثاني يستوجب المسئولية العقدية إذا كان لهذا النقص أو الانعدام في البيانات تأثير على تنفيذ العقد والتي تهدف إلى تجنب المستهلك الأضرار التي قد تنتج عن هذا التنفيذ من خلال استخدام السلعة وحيازتها⁶.

¹ - يراجع ما قلناه في هذا الصدد حول طبيعة الالتزام بالإعلام ص 34 وما بعدها.

² - السنهوري، الوسيط، م. السابق نفس الموضع. وانظر في تفصيل ذلك F.Terré et Ph.Simler, op.cit p. 616 et s.

³ - احمد محمد الرفاعي م سابق ص 169. وانظر في نفس المعنى حسن جميعي، مسئولية المنتج، م. سابق ص 91 وما بعدها.

⁴ - حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 405.

⁵ - Ph. Le Tourneau, la responsabilité des vendeurs et fabricants, op.cit n° 256 p. 57.

⁶ - Ph. Le Tourneau, droit de la responsabilité et des contrats, op.cit n° 831 p 203.

وانظر في نفس المعنى حسن جميعي، المرجع السابق ص 67. والذي يؤيد هذا التقسيم.

على أن هذا الاتجاه واجه انتقادات عدّة من طرف غالبية الفقه بفرنسا ومصر، إذ يرى هؤلاء أن هذا التقسيم لا يعدوا أن يكون نظرياً ومن الصعب التمييز بين الالتزامين ميدانياً¹. وإذا كان اتفاق هؤلاء وإجماعهم على وحدة الالتزام بالإعلام إلا أن الوضع لم يكن كذلك في تحديد طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الالتزام. إذ يرى جانب من هذا الاتجاه أن المسؤولية الناشئة عن هذا الإخلال هي مسؤولية تقصيرية².

واستند هذا الاتجاه إلى عدة اعتبارات وحجج سبق وأن أوردناها في صدد الحديث عن طبيعة الالتزام بالإعلام³. إذ يعتبرون أن هذا الأخير التزم قبل تعاقدى يجد له تنفيذاً في المرحلة السابقة على التعاقد وقبل أن تولد أيّة علاقة تعاقدية بين الدائن والمدين به⁴. إذ أنه وحتى بالنسبة إلى البيانات التي تتعلق بتوضيح طريقة الاستعمال فإن المنتج يحرص على بيانها لدفع المستهلك إلى اقتناء هذه المبيعات، أي توجيه إرادته. الأمر الذي يضيف الطبيعة التقصيرية على المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذه البيانات. ويكون القول بذلك أكثر دقة إذا ما تعلق الأمر بواجب التحذير⁵.

كما أن أعمال قواعد المسؤولية التقصيرية من شأنه تقوية موقف المضرور وتحقق له حماية أكبر خاصة في منع اشتراط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية. بالإضافة إلى إمكانية الحصول على تعويضات عن كافة الأضرار الناتجة عن هذا الإخلال سواء كانت متوقعة أو غير متوقعة وافترض التضامن بين المدينين بهذه المسؤولية في حالة تعددهم⁶.

كما أن الأخذ بهذا الرأي من شأنه خلق نوع من الوحدة في التعامل. أي إخضاع كل المتضررين من جراء هذا الإخلال لقواعد مسؤولية واحدة، خاصة إذا ما علمنا أن المتعاقد مع المنتج ليس هو وحده المستعمل للمنتج أو المبيع عموماً، كأن يكون المضرور أحد أفراد أسرته

¹ - حيث يرى هذا الاتجاه أن الإخلال بالإعلام أثناء تكوين العقد يمتد ليطال مرحلة تنفيذه وبالتالي لا ضرورة لفصل الالتزامين ومن ثم هناك التزام واحد بالإعلام. ينظر تفصيلاً ما قلناه في هذا الشأن ص 7 وما بعدها من هذا البحث.

² - ويرى بهذا الأستاذ محمد شكري سرور، مرجع سابق ص 24. وكذلك حسن جمعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك، مرجع سابق ص 276. وانظر كذلك عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، مرجع سابق ص 397. وانظر كذلك : Ph. le Tourneau, op.cit. n°257 p58.

حيث يرى هذا الأخير أن المسؤولية تقصيرية حتى بالنسبة للالتزام التعاقدى بالإعلام.

³ - أنظر فيما سبق ص 34 وما بعدها.

⁴ - حمدي احمد سعد، مرجع سابق ص 406.

⁵ - في هذا المعنى محمد شكري سرور، مرجع سابق ص 24 وما بعدها.

⁶ - في هذا المعنى ينظر حمدي احمد سعد، مرجع سابق ص 407

أو أحد أقاربه, إذ وبحسب الأصل وفي ظل عدم وجود أي رابطة تعاقدية بينهم وبين المنتج, فمسئولية هذا الأخير في مواجهتهم تعد مسئولية تقصيرية¹.

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

ولقد اعتمد هذا الرأي فيما ذهب إليه على بعض الأحكام القضائية بفرنسا والتي تصب في نفس المعنى. ومن هذه الأحكام ما قضت به محكمة استئناف باريس من مسئولية صانع المنتجات الدوائية والتي اعتبرها تقصيرية اتجاه مستعمل الدواء نتيجة الأضرار التي لحقت به بسبب عدم إعلامه الكافي بمخاطر هذا الدواء².

وكذلك ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 1977 من مسئولية الشركة البائعة لآلة عن الإصابات التي لحقت بمستعملها على أساس المادة 1382, نتيجة عدم اتخاذها احتياطات الأمان اللازمة وتحذير المستعملين تحذيرا كافيا وهذا لعدم وضوح النشرة المرفقة الخاصة بالاستعمال³.

إلا أنه وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام هو أن القضاء الفرنسي ومن خلال غالبية هذه الأحكام وأحكام أخرى⁴ قرّر المسئولية التقصيرية كجزء عن هذا الإخلال وربطها بتعيّب رضاء المتضرر أثناء إبرام العقد للحصول على التعويض⁵. أي أن القضاء ربط تقرير المسئولية التقصيرية بتخلف أو نقص البيانات التي من شأنها تنوير رضاء المستهلك من خلال بيان أوصاف المبيع الجوهرية. ولا يخفى ما لهذا الفرض من تأثير في قصر تطبيق قواعد المسئولية التقصيرية على الحالات التي يتم فيها الإخلال بالبيانات الواجب تقديمها في المرحلة السابقة على تنفيذ العقد. في حين أن هناك بيانات ومعلومات من نوع آخر يجب على البائع تقديمها إلى المشتري تتعلق باستعمال المبيع والتحذير من مخاطره والتي تعتبر ضرورية بغية الانتفاع بالمبيع على الوجه الأكمل, أي يتم تقديمها في مرحلة تنفيذ العقد.

¹ - في هذا المعنى حسن جمعي, مسئولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة, مرجع سابق ص 93 وما بعدها.

² - CA Paris, 4 juillet 1970, RTD civ 1970, p. 373 obs G.Durry . 408 . حمدي أحمد سعد مرجع سابق ص 408 .

³ - Cass. civ 1^{re}, 27 avril 1977, JCP. 1977- 1, P. 161.

⁴ - Comme par exemple : Cass civ 1^{re} 4 fev 1975 précité ; Cass. civ 1^{re}, 14 nov 1979 précité ; Cass.com, 18 oct 1994, précité.

⁵ - Ph. Le Tourneau, la responsabilité des vendeurs et des fabricants, op.cit n°256 p 57.

ثانيا : الطبيعة العقدية للمسئولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام .

ثمة اتجاه حديث ونتيجة رفضه التميز بين نوعي الالتزام بالإعلام لعدم تماشيه مع الحقيقة, يرى ضرورة التسليم بوحدة الموضوعات المتعلقة بهذا الالتزام والتي تجعل منه التزاما واحدا بالإعلام وهو من طبيعة عقدية¹ (أ). كما أن القضاء بفرنسا اتجه وفي العديد من أحكامه إلى إدخال هذه المسئولية في المجال العقدي (ب).

أ- مناداة الفقه بضرورة إضفاء الطبيعة العقدية .

يستند أصحاب هذا الرأي في مناداتهم إلى ضرورة إضفاء الطبيعة العقدية على المسئولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى أن عدم التنفيذ لهذا الالتزام يكتشف لا محالة بعد انعقاد العقد وفي نطاق التنفيذ له, ناهيك عما يمثله القول بتقسيم الالتزام بالإعلام إلى تعاقدية وقبل تعاقدية من خطورة في إجبار المشتري بالنسبة لنفس الضرر الناشئ عن عدم الإعلام سواء قبل أو بعد إبرام العقد على تجزئة وفصل الدعاوى وإسنادها إلى أساسين أحدهما عقدي و الآخر تقصيري في حين أن مبدأ عدم الجمع بين نظامي المسئولية يمنع ذلك².

والمسئولية العقدية هي جزاء الإخلال بالالتزام عقدي يشترط لتطبيق قواعدها ووفقا للقواعد العامة وجود علاقة بين المسئول والضحية ناتجة عن العقد نفسه. ولتحقيق هذا الشرط يفترض وجود رابطة عقدية صحيحة وصالحة لترتيب الالتزامات وأن يكون الضرر الذي يستوجب التعويض سببه الإخلال بأحد الالتزامات الناشئة عن هذه العلاقة. أي أنها تدخل ضمن الرابطة العقدية³. ووفقا لذلك يكون تقرير المسئولية العقدية بحسب الأصل قاصرا على أطراف العلاقة العقدية دون سواهم.

ويستند أصحاب هذا الرأي في تقريرهم للطبيعة العقدية إلى أن هناك حالات تعتبر فيها المسئولية عقدية رغم أن الخطأ قبل عقدي, لا تظهر نتائجه إلا أثناء التنفيذ كما في حالة الالتزام

¹ - انظر بخصوص هذا الاتجاه ما سبق بيانه في شأن طبيعة الالتزام بالإعلام ص 34 وما بعدها.

² - في هذا المعنى احمد محمد الرفاعي, مرجع سابق ص 180 وما بعدها.

³ - ينظر تفصيلا في تعريف المسئولية العقدية, محمود جمال زكي, مرجع سابق بند 177 ص 327 وما بعدها.

وانظر كذلك محمد حسنين, الوجيز في نظرية الالتزام, مرجع سابق ص 115 وما بعدها و انظر كذلك

السنهوري مصادر الحق في الفقه الإسلامي, مرجع سابق ص 111. وكذلك

بالضمان وهو التزام من طبيعة عقدية جزاؤه فسخ العقد، حيث غالبا ما يمثل وسيلة لإصلاح وضع معيب سببه غلط موجود منذ إبرام العقد لكنه لم يكتشف إلا أثناء تنفيذه¹.

ومن ناحية أخرى فإن هناك أشخاص لا ينتمون إلى العلاقة العقدية ومع ذلك يمكنهم التمسك بالمسئولية العقدية كإقرار القضاء حق المشتري الأخير في سلسلة البيوع المتعاقبة الرجوع على المنتج بدعوى المسئولية العقدية المباشرة².

وكذلك السماح للقائم على تنفيذ العمل Maître d'ouvrage الحق في الاستفادة من كل الحقوق والدعاوى التي تتعلق بالمسئولية مثله في ذلك مثل المشتري تماما في مواجهة الصانع على أساس مسئولية عقدية مباشرة. وهذا لعدم صلاحية المنتج للغرض المخصص له³. على أن ما يهمننا في هذا المقام هو مسألة موقع المسئولية العقدية هته من المخالفة للالتزام بالإعلام ومدى اعتبارها كذلك من عدمه.

من المعروف أنه يستوي لقيام المسئولية العقدية أن يكون الضرر نتيجة الإخلال بالالتزام رئيسي في العقد كالتزام البائع بنقل ملكية المبيع، أو التزام ثانوي كالتزام المشتري بمصروفات العقد. وفي هذه الحالة الأخيرة فإنه يستوجب الرجوع لإرادة المتعاقدين لمعرفة الالتزامات الناشئة عن العقد، ويجب أن يوضع في الاعتبار هنا أن العقد لا يقتصر على إلزام العاقد بما ورد فيه ولكنه يتناول ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة وحسب طبيعة الالتزام⁴.

ووفقا لذلك يستوجب على القاضي الأخذ بهذه القاعدة العامة في تحديده للالتزامات الثانوية الناشئة عن العقد - من بينها الالتزام بالإعلام- والتي قد يؤدي الإخلال بها إلى إعمال قواعد المسئولية العقدية⁵.

من هذا المنطلق أيضا يؤسس القائلون بالطبيعة العقدية للمسئولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام- وهو الاتجاه الغالب بفرنسا- على اعتبار أن هذا الالتزام هو من مستلزمات

¹- احمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 182.

²- حسن جمعي، مرجع سابق ص 100.

³- احمد محمد الرفاعي، نفس المرجع ص 182.

⁴- في هذا المعنى حمدي احمد سعد، مرجع سابق ص 410.

⁵- G.Viney, doit de la responsabilité, op.cit, p. 327.

العقد وناشئ عنه¹.

ووفقا لذلك يرى أنصار هذا الاتجاه أن مسؤولية البائع عن إخلاله بالتزامه بالإعلام هي مسؤولية عقدية كون التزام هذا الأخير التزام عقدي يعتبر الإخلال به خطأ عقديا يثير المسؤولية العقدية على عاتق مرتكبه بتعويض الضرر الحاصل ولو كان واقعا لدى تكوين العقد².

وتستند المسؤولية العقدية وفقا لهذا الاتجاه إما إلى العقد ذاته وفقا لنظرية الخطأ في تكوين العقد التي نادى بها الفقيه اهرنج Ihering والذي يرى أن الخطأ الذي يقع بمناسبة إبرام العقد وحال دون إبرامه أو أدى إلى إبطاله هو خطأ عقدي يثير المسؤولية العقدية. كما قد تستند المسؤولية في هذه الحالة إلى اتفاق ضمني يتعهد بمقتضاه كل عاقد للأخر بضمان صحة العقد وفقا لنظرية الفقيه الفرنسي سالي Saleilles. وإما استنادا إلى نظرية الوكالة كما ذهب إلى ذلك الفقيه الألماني شورل Cheurl. هذا بالإضافة إلى محاولة البعض الآخر التأسيس على فكرة تحمل التبعة للألماني Wind Sheid, أو نظرية الفضالة التي نادى بها الفقيه تون Thon³.

ولا خلاف لدى هذا الاتجاه في إعطاء الحق للمشتري الأخير في سلسلة البيوع حق الرجوع على الصانع أو المنتج بدعوى عقدية مباشرة رغم عدم وجود علاقة عقدية بينهما مثله في ذلك مثل البائع الوسيط الذي يتلقى المبيع عن هذا المنتج⁴. حيث تستند هذه الدعوى إلى فكرة الملحقات Accessoires باعتبارها احد ملحقات المبيع تنتقل من الصانع إلى المستهلك الأخير بوصفه خلفا خاصا⁵.

ويكون رجوع المشتري الأخير على المنتج بناء على ما بيناه أعلاه, ووفقا لهذا الاتجاه لتعويضه عما لحقه من أضرار ليس فقط بسبب ما قد يعتري المبيع من عيوب, ولكن أيضا بسبب إخلال المنتج بالتزامه بالإعلام باعتباره المدين الأصلي به⁶. حيث جاءت عدة أحكام قضائية

¹ - راجع ما سبق ذكره بخصوص الحديث عن أساس الالتزام بالإعلام واعتباره من مستلزمات العقد ص 25 وما بعدها.

² - عبد العزيز المرسي حمود, مرجع سابق ص 394.

³ - ينظر تفصيلا لطبيعة المسؤولية عن الأخطاء المرتكبة في المرحلة السابقة على التعاقد كل من د/ نزيه المهدي, م. سابق ص 302. وكذلك عبد العزيز المرسي حمود, مرجع سابق ص 394 وما بعدها. وانظر كذلك محمود جمال زكي, مشكلات المسؤولية المدنية, مرجع سابق ص 119.

⁴ - احمد حمدي سعد, مرجع سابق ص 411.

⁵ - ثروت عبد المجيد, الرسالة السابقة ص 83. وفي نفس المعنى حسن جميعي, مرجع سابق ص 100

⁶ - حمدي احمد سعد, مرجع سابق ص 417. وانظر ما أوردها بشأن اعتبار المنتج أو الصانع المدين الأصلي بالالتزام بالإعلام سواء في مواجهة المشتري المباشر أو الأخير في سلسلة البيوع المتعاقبة ص 56 وما بعدها من هذا البحث.

لمحكمة النقض الفرنسية تؤكد ذلك¹, ليس فقط بالنسبة للمشتري الأخير بل سمحت بذلك للمقاول من الباطن أو رب العمل بالرجوع على منتج المواد المستخدمة في انجاز العمل بدعوى عقدية مباشرة عندما يثبت تعيب هذه المواد أو في الحالات التي يكون الضرر فيها قد نجم عن إخلال المنتج بأحد التزاماته التعاقدية الأخرى كالالتزام بالإعلام أو الالتزام بالسلامة².

والى جانب تلك الاعتبارات, والتي استدلت بها أنصار الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسئولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام, فإنهم أوردوا مبررات أخرى لتدعيم وجهة نظرهم من خلال اعتبار هذا الالتزام من مستلزمات العقد وفقا للرأي السائد بفرنسا واعتباره تعاقديا من حيث طبيعته. ناهيك عما يقدمه اعتبار المسئولية عقدية من مزايا وفوائد للمضروب خاصة فيما يتعلق بتقادم الدعوى³, والذي تعتبر مدته طويلة نوعا ما بالمقارنة مع تقادم الدعوى التصيرية⁴.

كما أن أنصار هذا الاتجاه ومحاولة منهم تدعيم آراءهم, ردوا على حجج وأسانيد القائلين بالطبيعة التصيرية للمسئولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام, واعتبروا أن ما تمثله المسئولية التصيرية من نفع ومزايا للمضروب ليست سوى حجج واهية.

إذ وبالنسبة للضرر المتوقع وغير المتوقع, فإن المسئولية العقدية تشمل أيضا النوع الأخير من الضرر (غير المتوقع). وهذا فيما لو ثبت ارتكاب المدين لخطا جسيم قد يتمثل في نقص أو غياب البيانات الضرورية الخاصة بالمبيع سيما تلك المتعلقة بطريقة الاستعمال والتحذير من مخاطره مما قد يؤدي إلى تضرر الدائن بإضرار بالغة⁵.

أما بالنسبة لشروط التخفيف أو الإعفاء من المسئولية وجواز التمسك بهما في المسئولية العقدية, فإنه ووفقا للرأي الراجح لدى الفقه تعتبر هذه الشروط باطلة لتعلقها بسلامة وصحة الأشخاص وهذا لارتباطها بالنظام العام خاصة إذا نتج هذا المساس عن الإخلال بالالتزام

¹ - ينظر في عرض بعض هذه الأحكام ص 62 وما بعدها.

² - حيث أن القانون الفرنسي قطن هذا الحل فيما يتعلق برجوع المشتري لأخير للعقار ورب العمل على المقاول أو بائع مواد البناء وفقا لنص المادة 1646 و1792 ق م الفرنسي. في هذا المعنى ينظر حسن جميعي, مرجع سابق ص 100.

³ - حمدي احمد سعد, مرجع سابق ص 419.

⁴ - إذ وبالنسبة إلى القانون الفرنسي فتقادم الدعوى يكون بمضي 30 سنة طبقا للمادة 262 منه أما في القانون المصري فمضي 15 سنة طبقا لنص المادة 374 منه وهي نفس المدة في القانون الجزائري أي 15 سنة وفقا لنص المادة 308 منه فيما عدا ما ورد فيه نص خاص. في حين أن المسئولية التصيرية تتقادم بمضي 10 سنوات في القانون الفرنسي وفي القانون المصري بمضي 3 سنوات من يوم علم المضروب بحدوث الضرر أو بمضي 15 سنة مئة يوم وقوع الفعل غير المشروع أما بالنسبة إلى القانون الجزائري بمضي 15 سنة وهي نفس المدة بالنسبة إلى دعوى المسئولية العقدية م 133 م ج.

⁵ - في هذا المعنى حمدي احمد سعد, مرجع سابق ص 422.

بالإعلام. حيث قرر ذلك القضاء من خلال رفضه التخفيف أو الإعفاء من الالتزام بالإعلام¹. بالإضافة إلى أن أغلب القوانين المعاصرة تبطل كل شرط يدعو إلى الإعفاء أو التخفيف من المسؤولية الملقاة على عاتق المنتجين والبائعين عموماً باعتبارها شروطاً تعسفية يستوجب إلغاؤها².

ب- اتجاه القضاء الفرنسي نحو جعل المسؤولية عن مخالفة الالتزام بالإعلام عقدية.

إضافة إلى مناداة الفقه الغالب بالطبيعة العقدية للمسؤولية، ذهب القضاء الفرنسي من خلال العديد من أحكامه إلى إدخال المخالفة لهذا الالتزام في الدائرة العقدية.

وكان هذا ولأول مرة في قضية Barthe وابنه اللذان لقياً مصرعهما على اثر انفجار منتج سريع الاشتعال، حيث قضت محكمة الاستئناف بمسؤولية الصانع إزاء المشتري الذي كان قد اشترى المنتج من بائع وسيط واعتبرت المسؤولية عقدية لإخلال الصانع بوفائه بالالتزام بالإعلام وعدم كفاية التحذير، وسأيرتها محكمة النقض في ذلك³.

وكذلك ما قضي به بخصوص المبيدات الحشرية التي لم تكن صالحة لأداء وظيفتها في إبادة الحشرات بشأن نوع معين من المزروعات، حيث أوضحت المحكمة أن تخلف المبيع عن أداء الغرض الذي خصص لأجله أو تخلف إحدى صفاته المعتادة تتيح المطالبة بالتعويض عنه من خلال دعوى المسؤولية العقدية⁴.

وما قضت به محكمة النقض بتاريخ 1985 من مسؤولية الشركة العقدية والصانعة لمادة الدهان Blanc Relief عن الأضرار التي لحقت المشتري وهو رسّام محترف اثر تشقق اللوحات بسبب عدم إعلامه بخصائص هذه المادة والاحتياطات الواجب اتخاذها في ذلك⁵.

وانظر في هذا المعنى حسن جميعي، مرجع سابق ص 77. - Cass. civ 1^{re}, 11 oct 1981, JCP. 1981- 4 p.5.

²- حيث وبالنسبة للقانون الجزائري فان القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أكد هذا المعنى و عدّد الشروط التعسفية في الفصل الخاص بالممارسات التعاقدية التعسفية في المادة 29 منه . وفي القانون الفرنسي : loi n°78/23 du 10 janvier 1978 relative à la protection et l'information des consommateurs. Art 35 Gaz. Pal 1998. annexe et la loi n° 98/389 du 11 mai 1998 relative à la responsabilité du fait des produits défectueux. art 17 ; Gaz.Pal 1998 annexe, op.cit, p 1118.

³- Cass. civ 1^{re}, 31 janvier 1973 précité.

⁴- Cass. civ 1^{re}, 17 oct 1976, précité.

⁵- Cass.civ 1^{re}, 23 avril 1985, précité.

وما قضت به ذات المحكمة أيضا بتاريخ 1991 بمسئولية البائع لمادة Fernoldegen والتي تستخدم في تطهير أماكن تربية الدواجن نتيجة نشوب حريق بالمزرعة المخصصة لذلك، حيث قررت المحكمة أن عدم تقديم المنتج للبيانات المتعلقة به خاصة قابليتها للاشتعال والاحتياطات الواجب اتخاذها لتفادي ذلك، تقيم المسئولية العقدية للمنتج خاصة وأنه لم يثبت أي إهمال من جانب المزارع¹.

لاحظنا من خلال هذا الفرع أن هناك اتجاهين فقهييين يتنازعان تكييف طبيعة المسئولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام. حيث ينادي الاتجاه الأول بالطبيعة التقصيرية لها، في حين يرى الاتجاه الثاني وهو الغالب بفرنسا أنها من طبيعة عقدية.

ولقد كان لهذا الخلاف مرجعية تتمثل في نظرة كل فريق إلى طبيعة الالتزام بالإعلام في حد ذاته، فيربطون طبيعة المسئولية الناشئة عن الإخلال به بطبيعة هذا الالتزام.

على أنه وما تجدر الإشارة إليه هو أن هذا الخلاف لم يكن بشأن كل البيانات والمعلومات المقدمة إلى المستهلك بخصوص المبيع، بل اقتصر الخلاف على تلك الواجب تقديمها قبل إبرام العقد والتي من شأنها بيان المبيع وخصائصه الجوهرية لتكوين رضاء وسليم لدى المشتري.

وما يمكن قوله في هذا المقام هو أنه وانطلاقا من مناداة غالبية الفقه بالطبيعة العقدية لهذه المسئولية، ومن ثم إمكانية إضفاء هذه الطبيعة حتى بالنسبة إلى تلك المعلومات والبيانات السابقة على التعاقد رغم أنها تقدم قبل إبرام العقد. حيث يرى الأستاذ احمد محمد الرفاعي أن هذه ليست المرة الأولى التي تتسع فيها الدائرة العقدية لتشمل أخطاء سابقة على التعاقد أدخل على إثرها القضاء مثل تلك البيانات في النطاق العقدي². يضاف إلى ذلك الاعتبارات التي أوردناها في سياق الحديث عن الطبيعة العقدية للمسئولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام مما يدعوا إلى إمكانية ترجيح الطبيعة العقدية لهذه المسئولية.

¹ - Cass. civ I^{re}, 4 avril 1991, précité.

هذا إلى جانب عدة أحكام جاءت تؤكد هذا المعنى تم ذكرها سابقا مثل:

CA. Saint Denis de la Reunion, 26 juin 1993, précité.

(بخصوص الفرن الكهربائي الذي لم يكن ملائما للمنطقة المتواجدة بها المخبرة لعدم توقعها على تيار ذا شدة عالية).

Cass. Com, 25 mai 1993, précité.

(بخصوص جهاز الإنذار وعدم كفايته لتأدية الغرض لعدم مطابقته للمواصفات التقنية المطلوبة من طرف شركة التأمين).

² - احمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 187.

هذا وفيما يخص مجال الخدمات فإنه ولما كان هناك اتفاق بين مقدم الخدمة والعميل، فإنه من الطبيعي أن تكون المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الالتزام من طبيعة عقدية¹. ولعل هذه الاستدلالات تتوافق في اعتقادي مع ما أوردناه بشأن ترجيح الطبيعة العقدية على الالتزام بالإعلام². كما أن القول بهذا من شأنه تيسير المهمة على المستهلك سيما في مادة الإثبات. إذ ما على هذا الأخير إلا إثبات عدم تنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام وفقا لمتطلبات ومستلزمات العقد³. وهذا من خلال إثباته للغياب التام للمعلومات والبيانات أو نقص هذه الأخيرة (خاصة إذا ما اعتبرنا أن الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة على الأقل بالنسبة لتقديم هذه المعلومات والبيانات)، سواء تعلق ببيان المبيع وذكر خصائصه الجوهرية أو بطريقة استعماله والتحذير من مخاطره.

ويكون ذلك دونما حاجة إلى إثبات تقصير البائع أو المنتج من عدمه ومن ثم إثبات الخطأ في جانبهما، حيث تفترض في هذه الحالة مسؤولية البائع والمنتج والتي تقوم على افتراض علمهما بمحل العقد كمزية أخرى تخولها دعوى المسؤولية العقدية⁴. الأمر الذي يجعل من هذه الأخيرة تقترب من مسؤولية موضوعية مفادها افتراض الخطأ في جانب المدين بالالتزام بالإعلام. إذ أن تقديم معلومات وبيانات غير كافية أو عدم تقديمها أصلا يعتبر خطأ في جانب المدين يثير مسؤوليته عن ذلك حتى وإن كان المبيع يطابق المواصفات التي أراها المشتري وحتى وإن خلى هذا الأخير من العيوب. أي أن المسؤولية هنا تتحدد بناء على معيار موضوعي هو تخلف البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المقدمة وليس على معيار شخصي هو خطأ المدين.

الفرع الثاني: شروط المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

انتهينا من ذي قبل⁵ إلى أن المستهلك أو المشتري عموما له أحقية مطالبة المحترف بالتعويض إذا ما أصابه ضرر جراء إخلال هذا الأخير بالتزامه بالإعلام.

¹ - محمد بودالي، مرجع سابق ص 79.

² - ينظر ما ذكرناه ترجيحاً للطبيعة العقدية على الالتزام بالإعلام ص 35 وما بعدها .

³ - احمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 188.

⁴ - في هذا المعنى حسن جميعي، مسؤولية المنتج، مرجع سابق ص 175 و 178.

⁵ - أنظر فيما سبق ص 113 وما بعدها.

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

أولاً: الخطأ صوره وإثباته. L'erreur

يعد الخطأ الركيزة الأساسية والشرط الأول لقيام المسؤولية المدنية بنوعيتها العقدية و التقصيرية حيث لا مسؤولية بدون خطأ.

على أن أغلب القوانين بما في ذلك القانون الجزائري، لم تتصدّ إلى إعطاء تعريف أو تحديد معنى الخطأ، حيث ترك ذلك لاجتهادات الفقه، الأمر الذي أدى إلى تباين الآراء في هذا الصدد. لذا سنكتفي في هذا المقام ببعض التعريفات¹ التي حاول الفقه من خلالها تحديد معنى هذا الأخير.

وعرّف الخطأ بأنه انحراف عن السلوك يقدر تقديراً مجرداً منفكاً عن صاحبه، ويقارن بسلوك الرجل العادي، في ذات الظروف ليلحقه وصف الخطأ إذا كان منحرفاً عنه، أو لا يلحقه إذا كان مطابقاً له. وعلى ذلك لا يعتد في تقديره أي الخطأ، بالخواص الذاتية أو الشخصية لمن أحدث الضرر².

كما عرّف بأنه إخلال بواجب قانوني كان في وسع المخلّ أن يستبينه وأن يلتزمه³. فيكون الواجب الذي يعتبر الإخلال به خطأ وحسب هذا التعريف، ذلك المقرر قانوناً *Devoir légal* أو ناشئاً عن عقد *D/ Contractuel*، أو قد يكون واجبا أدبيا محددًا *D/Moral limité*.

1- صور الخطأ.

قد يتخذ الإخلال بالالتزام بالإعلام طابعاً سلبياً أو إيجابياً وذلك بالنظر إلى السلوك الذي سيسلكه المدين بهذا الالتزام اتجاه الدائن، والذي على إثره يتم تحديد الخطأ.

¹ - ينظر تفصيلاً في عرض هذه التعريفات : السهوري ، الوسيط الجزء الثاني، مرجع سابق ص 777 وما بعدها.

وانظر كذلك محمود جمال زكي ، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات ، مرجع سابق بند 242 ص 472 وما بعدها.

² - محمود جمال الدين زكي ، مرجع سابق ص 477 .

³ - مشار إليه في : حمدي احمد سعد مرجع سابق ص 454 . 4. Savatier, la responsabilité civile, 1^{re} édition, n°4.

1- الطابع السلبي لخطأ المدين.

هو ما يطلق عليه الفقه فكرة الخطأ بطريق الامتناع. حيث يتخذ إخلال البائع بالتزامه طابعا سلبيا وهذا في كافة الحالات التي يكتم فيها هذا الأخير عن المشتري البيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد, رغم علمه بها و رغم ما تمثله من أهمية للمشتري لما لها من تأثير في توجيه إرادة هذا الأخير سواء نحو التعاقد أو الامتناع عنه¹.

ويستوي أن يكون الكتمان كليًا كأن يكتم البائع جميع البيانات المتعلقة بمحل العقد, من وصف قانوني أو بيان حالته المادية أو طريقة استعماله أو التحذيرات الواجب الالتزام بها لتفادي أضراره. إذ يستحيل على المشتري في هذه الحالة العلم بهذه البيانات استحالة موضوعية كون المبيع في حيازة البائع قبل التعاقد أو استحالة شخصية كون هذا المشتري شخصا عاديا غير مهني وقليل الخبرة في هذا المجال². كما قد يكون كتمان البائع بتقديمه بيانات ناقصة أو موجزة تنطوي على نية الإضرار بالغير. لأن الإدلاء بمعلومات ناقصة يساوي الإدلاء بمعلومات كاذبة³ مما لا يكفل الحماية الكافية واللازمة للمستهلك.

وقد يترتب على الكتمان على هذا النحو إمكانية إبطال العقد استنادا عليه باعتباره تدليسا عن طريق الكتمان إذا ما أدى هذا الكتمان إلى تعيب إرادة المستهلك, أو فسخ العقد إذا نتج عن هذا الكتمان عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه أو أداء الغرض الذي أراد المشتري استخدامه فيه⁴.

على أنه قد يتعدى أثر هذا الكتمان من مجرد تعيب لرضاء المستهلك أو عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود إلى إصابة الأخير بأضرار مادية أو جسدية ناتجة عن الإخلال بهذا الالتزام, خاصة إذا ما انصب هذا الكتمان على بيانات تتعلق بخطورة المبيع أو التحذير من ذلك. الأمر الذي يتطلب إعطاء المضرور الحق في تعويض ما لحقه من أضرار بسبب هذا الكتمان⁵.

¹ - في هذا المعنى عبد العزيز المرسي, حمود مرجع سابق ص 398.

² - عبد العزيز المرسي حمود, مرجع سابق ص 399.

³ - محمود جمال الدين زكي, النظرية العامة للالتزامات, مرجع سابق بند 247 ص 498.

⁴ - ينظر ما قلناه عن إمكانية إبطال العقد أو فسخه كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ص 95 وما بعدها.

⁵ - حمدي أحمد سعد, مرجع سابق ص 457.

ولعل هذا ما جعل القضاء الفرنسي يتشدد في ضرورة اكتمال التحذير بما يتيح للمشتري التعرف على كافة المخاطر وكيفية توقيها، حيث قضت محكمة النقض بمسئولية الشركة المنتجة للمادة اللاصقة (الغراء) بالنظر إلى عدم كفاية العبارات التحذيرية المكتوبة على العبوة والتي تفيد أن هذه المادة سريعة الاشتعال بمجرد وضعها بمكان درجة حرارته عالية مما أدى إلى نشوب حريق بالمصنع تسبب في أضرار مادية جسيمة¹.

وكذلك ما قضت به ذات المحكمة من مسئولية الشركة المنتجة عن تقصيرها في تحذير المشتري وتبعاً لذلك تعويضه عما تسببت فيه أوراق التغليف من أضرار لحقت هذا الأخير بسبب ملامستها للأطعمة والتي تفاعلت مع المواد التي صنعت منها هذه الأوراق².

على أن القول بربط طلب التعويض في حالة الامتناع عن إعلام المشتري أو ما عبّر عنه بالكتمان كصورة من صور الخطأ، بحالة تعدي نتائج هذا الخطأ إلى أضرار مادية وجسدية وليس مجرد تعيب الإرادة وفي اعتقادي، يؤدي إلى نتيجة حتمية قد لا تخدم المستهلك ولا تحقق له الحماية المرجوة، تجعل حقه في المطالبة بالتعويض يقتصر على الحالات التي يتعرض فيها إلى أضرار مادية وجسدية نتيجة لذلك، في حين أنه وحتى في الحالات التي يؤدي فيها الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى تعيب رضاء المستهلك لهذا الكتمان، قد يصاب المستهلك بأضرار فيما لو أدى السكوت عن هذه البيانات والمعلومات إلى تفويت الفرصة عليه في حصوله على ما يلاءم احتياجاته من ضياع للجهد والوقت ناهيك عن المصاريف التي قد يدفعها هذا الأخير في عمليات أولية بغية الانتفاع بمحل العقد كعمليات التهيئة إن كان المبيع أرضاً مثلاً أو مصاريف النقل وما يلزم من معدات التشغيل فيما لو كان المبيع عبارة عن أجهزة معلوماتية أو آلات كهربائية.

ولعل ما يدعم هذا القول هو ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من فسخ عقد بيع قطعة أرض وإلزام البائعة بتعويض ما لحق المشتريين من أضرار لتقاعسها في إعلام هؤلاء بالصقات

¹ - Cass. civ 1^{re}, 11 oct 1983 précité.

² - Cass. com 1^{re}, 1^{re} juillet 1980, GP 30 déc 1980, pnorama, CA Paris, 5^e ch.

مشار إليه في : حسن جميعي، مرجع سابق 74 م وأحكام أخرى في نفس السياق نذكر :

Cass. civ 1^{re}, 22 nov 1978, précité. (بخصوص بائع المبيدات الحشرية)

Cass civ 1^{re} 14 déc 1982, précité / (بخصوص منتج المادة المقاومة للطفيليات و إصابة المشتري في عينه.)

الجوهريّة لهذه الأرض وعدم ملائمتها للغرض المراد وهو الحصول على قطعة أرض لإقامة بناء عليها، بعدما كانت قد فوتت عليهم فرصة الشراء من جهة أخرى¹.

وكذلك ما قضت به ذات المحكمة في قضية بائع الأسقف القرميدية والذي أحل بالتزامه في تنبيه المشتري بعدم ملائمة ما أقدم على شرائه لاحتياجاته، خاصة وأن الأسقف التي اشتراها كانت مخصصة للزينة وليس للوقاية من الأمطار، مما كلف المشتري مصاريف لقيامه بتركيبها².

أما في مجال الخدمات فإن القضاء الفرنسي درج على تحميل مقدم الخدمة عمّا يلحق العميل من أضرار نتيجة إخلال الأول بالتزامه إذا ما كتم بعض المعلومات التي تساهم في تكوين رضاء حر وسليم لدى العميل.

ومن هذه الأحكام ما قضت به محكمة استئناف باريس من تحميل الموثق مسؤولية إخلاله بالتزامه بالإعلام ومن ثم الحكم بتعويض مشتري أرض لم يكن الموثق قد حثّ البائع على ضرورة معاينتها وإعلام المشتري بشأنها (بل بالعكس كتم عنه ذلك في سبيل إتمام إجراءات البيع لما له من مصلحة في ذلك)، وهذا بعدما كان المشتري قد اكتشف وأثناء قيامه بعمليات التهيئة، أن هذه الأرض تحتوي على مواد سامة كانت قد استخدمت أثناء الحرب العالمية الثانية بمصنع أنشئ على هذه الأخيرة³.

وما قضت به محكمة النقض من مسؤولية مؤسسة ائتمان مشترطة لتأمين جماعي عن إخلالها بالتزامها بالإعلام اتجاه المقترض نتيجة سكوتها عن بيان جميع المخاطر التي تغطيها وثيقة التأمين، خاصة وأن المؤسسة كتمت على الزوجين احتواء الوثيقة على بنود غامضة مفادها أن التأمين لا يطال إلا الأشخاص الذين تقل أعمارهم عن خمسة وستين عاما لحظة انضمامهم إلى وثيقة التأمين⁴.

ومهما يكن من أمر فإنّ القضاء الفرنسي اعترف وفي أحكام كثيرة، بأن تقاعس البائع عن إبداء النصح اللازم للمشتري وتزويده بكافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدته في اختيار

¹- Cass. civ 1^{re}, 4 janvier 1991, précité.

²- Cass. civ 1^{re}, 3 juillet 1985, précité.

³- CA. Paris 2^{ème} B, 13 fev 2003, précité.

⁴- Cass. civ 2^{ème}, 3 juin 2004, précité.

ما يوافق أهدافه وحاجاته، يعد خطأ من جانبه خاصة إذا كان المبيع من الأشياء حديثة الصنع وذات تقنية عالية، واعتبر ذلك إخلالاً بالالتزام بالإعلام يستوجب قيام مسؤوليته. على أن هذا الحكم انسحب ليطال حالة عدم كفاية ما قدّمه المنتج أو البائع من بيانات عن طريقة الاستخدام والتي تؤدي في الغالب إلى الاستعمال الخاطئ للمبيع¹.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أن سكوت المدين أو كتمانها لبعض أو كل البيانات لا يشترط أن يكون متعمداً، بل يكفي أن يكون لمجرد سهو أو تقاعس من طرفه، ناتج عن عدم قيامه بالاستعلام الجيد عن حاجات المستهلك. إذ يؤدي ذلك إلى الإخلال بواجب التعاون أو تبادل الإعلام الذي يفرض على البائع إعلام المشتري بما يعلم وأن يستفسر عما يرغب فيه وبالمثل يتعين على المشتري أن يعلم البائع في إعلانه أو إثناء المفاوضات عن الخصائص النوعية، التطلعات، حاجاته والأهداف المرجوة من المبيع وهو ما يعبر عنه القضاء بالحوار في بعض الأحكام أو التعاون الضروري (nécessaire collaboration) في أحكام أخرى. حيث يظهر هذا المعنى جلياً في العقود الهامة في مجال الإعلام الآلي والذي كان بمثابة المهيد الذي برز من خلاله هذا الواجب، ومن ثم لم يتردد القضاء في تعميمه على جميع العقود التي يكون محلها أموال مخصصة لإشباع حاجة خاصة للمستهلك².

2- الطابع الإيجابي لخطأ المدين.

قد يتخذ إخلال المحترف أو البائع عموماً مظهرها إيجابياً عن طريق تقديمه بيانات ومعلومات خاطئة عن الشيء المبيع أو الخدمة المقدمة، بحيث تكون هذه الأخيرة مخالفة للحقيقة وذلك بذكر مواصفات وخصائص معينة لا يتوفر عليها محل العقد³.

كما أن إعطاء بيانات على هذا النحو مغالى فيها وأحياناً كاذبة قد يعتبر من قبيل مدح البائع لسلعة أو خدمة وهو ما كان معروفاً والى وقت قريب بالتدليس المشروع. على أنه وبعد

¹ - Cass. com 1^{re}, 1^{er} déc 1992, précité. (بخصوص أجهزة الحاسب الآلي والمشاكل التقنية التي واجهها المشتري).

Cass, civ 1^{re}, 19 janvier 1999, MGA civ et assur 1999 n°105.

Cité par : Ph. Le Tourneau, op.cit n° 258 p59. (بخصوص جهاز إنذار وعدم ملاءمته لتأدية الغرض).

= Cass. civ 1^{re}, 4 mai 1994, précité. (بخصوص بذور البقدونس وعدم توضيح الاستخدام الأمثل لها.)

² - en ce sens voir Ph. Le Tourneau op.cit n° 269 p. 95 et

وانظر في نفس المعنى بودالي، محمد مرجع سابق ص 33 وما بعدها. وكذلك محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 170 و180.

³ - في هذا المعنى عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 400. وكذلك حمدي سعد مرجع سابق ص 455.

بروز الالتزام بالإعلام كالالتزام قائم بذاته له حدوده ومجالاته , لم يترك لهذا النوع من التدليس إلا حيزاً ضيقاً ولم يعد له المجال الواسع الذي شهدته من قبل¹ خاصة إذا ما تجاوز الأمر مرحلة الامتداح والثناء بتقديم بيانات كاذبة أو خاطئة تمس صفات جوهرية في محل العقد تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك مما يستوجب قيام مسؤولية البائع أو الصانع وتحميلهما تبعة ذلك².

ولقد قرّر القضاء الفرنسي هذا المعنى في العديد من أحكامه, منها ما قضت به محكمة النقض من خطأ في جانب البائع لشاحنة مستعملة استناداً إلى تقريره الكاذب بأنها ماركة معروفة وأنه لم يدخل عليها أية تعديلات³.

وتطبيقاً لذلك أيضاً ما قضت به ذات المحكمة من مسؤولية صانع المادة التي يفترض أنها عازلة للحرارة بسبب إشارته لذلك وأنها قابلة للانطفاء تلقائياً مما تسبب في إحراق المصنع⁴. وما ذهبت إليه محكمة استئناف باريس في حكمها بتاريخ 28 أبريل 2000 من إلقاء المسؤولية على بائع لخزانة (commode) والتي يفترض أن يعود عهدا إلى الملك Louis XIV بسبب إشارته إلى أن الرخام الداخل في صناعتها له نفس التاريخ رغم عدم كونه كذلك⁵.

ب- إثبات الخطأ.

إن قيام مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام نتيجة تضرر الدائن يستوجب إثبات الخطأ من جانب المدين وفقاً للقواعد العامة للإثبات, فيثبت تبعاً لذلك وجود هذا الالتزام على عاتق هذا المدين ومن ثم عدم تنفيذه له أو نفاذه ولكن بطريقة خاطئة⁶.

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

ويتمثل الشرط الأول في وجوب علم المدين بالبيانات المتعلقة بمحل العقد وبمدى تأثيرها على الدائن. ومفاد ذلك أن المدين يجب أن يكون عالماً بالبيانات والمعلومات التي يقدمها

¹ - احمد محمد الرفاعي, مرجع سابق ص 178.

² - حمدي احمد سعد, مرجع سابق ص 456.

³ - Cass. civ 1^{re} ; 27 juin 1973, RTDciv 1973, p. 144 . عبد العزيز المرسي حمود, مرجع سابق ص 400.

⁴ - Cass. civ 1^{re} , 13 mai 1986, Bull. civ 1986, précité.

⁵ - CA.Paris, 25e ch ,B, 28 avril 2000, Le Dalloz, 2000 IR, op. cit , n° 21p. 157.

⁶ - في هذا المعنى حمدي احمد سعد, مرجع سابق ص 463.

للمشتري وبمدى تأثيرها على رضائه وأهميتها بالنسبة إليه حتى يمكن مطالبته بالإدلاء بها ومن ثم إقامة مسؤوليته في حالة عدم قيامه بذلك.

وهذا الشرط يعتبر هاما ومنطقيا تضمنته الغاية التي دعت القضاء إلى تقرير الالتزام بالإعلام. إذ ما يتعارض مع هذه الغاية أن يلتزم المدين بمعلومات هو يجهلها بحسب الأصل¹. ولقد أكد القضاء الفرنسي على ضرورة توافر هذا الشرط للقول بوجود التزام بالإعلام، حيث أقرت محكمة النقض في حكم لها بأن الالتزام بالإعلام الواجب على مستثمرات أو معامل الأدوية فيما يتعلق بموانع استعمالها والآثار الجانبية لها لا يمكن أن يوجد إلا فيما يتعلق بما هو معروف لحظة دخول هذه الأدوية السوق وما وصل إليه العلم في تلك اللحظة².

ونفس الحكم ينصرف إلى مجال المسؤولية الطبية خاصة إذا كان الحادث جسيما واستثنائيا وبالتالي فإن ضرورة توافر شرط العلم لا يمكن الاحتجاج به إلا بالنظر إلى ما توصلت إليه المعطيات العلمية لحظة إجراء الفحص³.

على أن القضاء لم يقف عند مجرد العلم الفعلي للمدين، وإنما اكتفى وفي فروض كثيرة بإمكانية هذا العلم. وعلى هذا فإن الالتزام بالإعلام يمتد ليشمل أيضا المعلومات التي كان من المفروض حتما أن يعلمها هذا الأخير. أي أنه يقع على البائع التزام بالاستعلام أو التحري عن هذه البيانات من أجل إعلام المستهلك⁴.

ولا شك في أن توافر صفة المهني أو الاحتراف لدى البائع تكون سببا في تشديد المسؤولية عليه، حيث يفترض علمه بجميع البيانات الضرورية المتعلقة بمحل العقد. وهذا الافتراض يعد قرينة قاطعة أقامها القضاء الفرنسي للتدليل على علمه دونما حاجة إلى إثبات المشتري لذلك⁵. ولقد أكد القضاء الفرنسي ذلك في عدة مناسبات له، كتلك التي قضت من خلالها محكمة النقض بأن البائع المجهز لنظام حماية ضد السرقات باعتباره مختصا في هذا المجال، كان عليه الاستعلام بنفسه عن مطابقة جهازه للمواصفات التقنية المفروضة من طرف المؤمنين⁶.

¹ - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 463.

المرسي حمود، مرجع سابق ص 346

² - Cass. civ 1^{re}, 8 avril 1986, Bull. civ. 1. n°22 p. 81.

³ - Cass. civ 1^{re}, 20 juin 2000, Bull. Civ. 1. n°192, JCP.G 2000, IV 2385; JCP éd. G. 2002, op.cit, p. 385.

⁴ - en ce sens- Ph le Tourneau .opc n° 269 p 59./

⁵ - حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 465.

⁶ - Cass. com 1^{re}, 25 mai 1993, précité.

وتبعاً لذلك فإن أي جهل من طرف المهني لا يؤخذ به في هذه الحالة وإن كان مشروعاً. ذلك أن الجهل المشروع أقره القضاء بالنسبة إلى المستهلك ولا محل للتمسك به في حالة المهني. ويتعين على القاضي حينئذ في نظره للنزاع أن يراعي اختصاصات الأطراف¹ حتى يتمكن من معرفة الحجم والمدى الحقيقي للالتزام بالإعلام، وله في ذلك واسع النظر ومطلق السلطة.

وعلى العكس من ذلك فإنه يشترط علم المدين الفعلي بالبيانات والمعلومات الواجب تقديمها حتى تقام مسؤوليته. وهذا في الحالات التي يكون فيها هذا المدين شخصاً عادياً (profane) كالبائع العرضي أو الموزع بالنسبة لبعض البيانات الدقيقة عن المبيع. أو أن الشخص يعتبر مهنياً ولكن يستحيل عليه العلم بهذه البيانات فيما لو كانت هذه الأخيرة غير معروفة ولم ينبئ عنها العلم في ذلك الوقت وهو ما أكدته القضاء².

على أنه وبالنسبة للبائع العرضي فإن هذا الأخير يبقى ملزماً بالاستعلام من أجل الإعلام بخصوص المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد دون المعلومات الثانوية أو الفرعية³.

أما الشرط الثاني فيتمثل في ضرورة أن يكون المستهلك جاهلاً بحقيقة محل العقد بالإضافة إلى كون هذا الجهل مشروعاً. أي أن علم المدين بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد لا يكفي وحده لقيام التزامه بالإعلام ومن ثم لا يمكن اعتباره مطية يتخذه الدائن للقول بوجود هذا الالتزام على عاتق المدين به. بل يجب أن يكون هذا الدائن جاهلاً بهذه البيانات والمعلومات جهلاً مشروعاً يقره المنطق وتستدعيه ظروف الحال.

ويكون الجهل مشروعاً إذا ما كانت مؤهلات المشتري لا تمكنه من تقييم المدى الحقيقي للخصائص التقنية والفنية لمحل العقد. على أن هذا الحكم قد ينصرف حتى إلى المشتري المهني إذا ما تحقق لديه هذا الجهل⁴.

ووجوب مشروعية الجهل مفاده أن يسعى كل متعاقد لتحقيق مصالحه بنفسه دون مساعدة من أحد. على أن هذا الفرض ورغم صحته نسبياً إلا أنه ونظراً للتطور الاقتصادي الهائل

¹ - ينظر ما قلناه بخصوص تأثير اختصاص أطراف العلاقة التعاقدية على حجم الالتزام بالإعلام وأثر ذلك في التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية لدى الحديث عن نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص ص 61 وما بعدها.

² - حمدي احمد سعد، مرجع سابق نفس الموضوع.

³ - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 353.

⁴ - Cass. civ 1^{re} , 3 juin 1998, précité. Voir en ce sens Ph.le Tourneau, op.cit n° 262 P. 60.

والسرعة التي يتم من خلالها إبرام المعاملات. ناهيك عن التطور العلمي وما أفرزه من منتجات معقدة ومتطورة أدى إلى اتساع الفجوة بين طرفي العلاقة العقدية فيما يخص العلم بهذه المنتجات لتطال حتى ذلك المحترف. الأمر الذي دفع بالقضاء إلى افتراض جهل المستهلك بهذه المنتجات وحتى الخدمات بالنظر إلى ما اتسمت به هذه الأخيرة في الوقت الحاضر من تطور على الصعيدين الفني والقانوني على نحو ما سبق بيانه¹.

ويعود هذا الجهل المشروع إلى استحالة الاستعلام من جانب الدائن بهذا الالتزام. والاستحالة إما أن تكون موضوعية لتواجد المبيع في حيازة البائع وتحت سيطرته، أو شخصية تتحقق باكتمال ظروف تعود للدائن ذاته تحول دون علمه أو استعلامه عما يقتنيه من منتج أو خدمة، ممثلة في نقص خبرته أو كفاءته في هذا الميدان نظرا لانخفاض المستوى المعرفي في جانبه، وكذا بالنظر إلى الثقة المشروعة التي يراها المستهلك في شخص البائع باعتباره مختصا².

وإذا ما توافرت لدى الدائن الوسائل اللازمة لمعرفة محل العقد سواء عن طريق الاستعلام من المدين بالبيانات اللازمة ولم يفعل، أو كان له خبرة كبيرة في الميدان من خلال توافر الصفة المهنية، فإن هذا يؤدي إلى انتفاء العلة من وجود التزام بالإعلام من شأنه أن يخفف من شدته على عاتق المدين به، إن لم يؤدي إلى إعفائه منه كليا³.

ولعل هذا ما أقرته محكمة استئناف باريس في حق مشتريين متخصصين في المجال العقاري لإخلالهم بواجبهم في الاستعلام-نظرا لهذه الصفة- عن القانون المتعلق بتغيير وجهة المحلات التي أقدموا على شرائها، إلى استعمالات أخرى غير تلك التي كانوا يريدونها، فنفت المحكمة وجود التزام بالإعلام على عاتق البائع وأعفته من المسؤولية⁴.

خلاصة لما ذكر يمكن القول أنه يلزم لوجود التزام بالإعلام على عاتق المدين به أن يثبت الدائن إضافة إلى علم المدين بالمعلومات، جهله هو بهذه الأخيرة جهلا مشروعاً. على أن هذا العلم مفترض دائماً ولا يحتاج إلى إثبات في حالة ما إذا كان هذا المدين شخصاً محترفاً يتعامل

¹ - بخصوص اتساع نطاق الالتزام بالإعلام في مجال الخدمات ينظر ما سبق بيانه ص 76 و بعدها.

² - في هذا المعنى وتفصيلاً لذلك ينظر المرسي حمود، مرجع سابق ص 331 وما بعدها.

³ - في هذا المعنى حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 367.

⁴ - CA Paris , 6 mai 1999, Gaz- Pal 2000. 1^{re} sept- 20 fev.

مع شخص عادي لا يتصف بأي صفة مهنية تجعله مختصا في هذا الميدان. هذا ما اتجه إليه القضاء من خلال الأحكام التي سيقّت أنفاً.

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

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

ويرى نفس الاتجاه أن سهولة هذا الإثبات تتجلى بالنسبة للدائن عندما يوجد نص قانوني أو تنظيمي يوجب على المنتج أو البائع أن يضمّن منتجاته بيانات معينة، حيث يعتبر غياب هذه الأخيرة بمثابة إخلال بالالتزام بالإعلام².

هذا ما أكدّه القضاء الفرنسي في أحكام كثيرة منها حكم محكمة النقض الفرنسية بخصوص مادة الدهان Blanc-Relief الذي لم يرفق بشأنه المنتج نشرة الاستعمال³.

إلا أن الصعوبة التي يفرزها هذا الفرض (وجوب إثبات عدم التنفيذ للالتزام)، تظهر عندما يقوم المدين بتنفيذ التزامه ولكن الدائن يشتكي من عدم كفاية هذا التنفيذ لنقص في البيانات المقدمة. إذ يرى البعض في هذه الحالة التزام الدائن بإثبات هذا النقص وأنه كان السبب فيما لحقه من أضرار، على أن حدة هذا الفرض تنحصر إلى حد ما إذا ما قام المدين بتنفيذ التزامه بالإعلام كتابة، مما يسهل على الدائن في هذه الحالة إثبات ذلك⁴.

ولعل القول بضرورة أن يثبت الدائن عدم تنفيذ المدين لالتزامه بالإعلام محل نظر لاعتبارات عديدة، من حيث أنه يجافي الهدف من وجود هذا الالتزام وتقريره من طرف القضاء الفرنسي كآلية فعالة لحماية المستهلك في تعامله مع شخص محترف يسيطر تماماً على العلم بمكونات المنتجات وما تكتنفه من تقنيات متطورة ومعقدة. بالإضافة إلى استقرار الفقه الغالب

¹ - في تفاصيل هذا الرأي ينظر حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 369.

² - حمدي أحمد سعد، مرجع سابق نفس الموضوع.

³ - Cass. civ 1^{re}, 23 avril 1885, précité.

⁴ - ينظر في هذا الرأي حمدي أحمد سعد، مرجع سابق 371.

واتجاه القضاء لا سيما الفرنسي على اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة¹. وافترض نفس القضاء لعلم المنتج أو البائع المحترف بما يلتزم بإعلام المشتري به، وقيام مسؤوليته حتى في الحالات التي لم يصرح فيها بوجهة الاستخدام التي توجه إليها السلعة². كل هذا يؤيد اعتبار الدائن غير ملزم بإثبات إخلال المدين بالتزامه بالإعلام، إذ كيف يتصور أن يطلب من المستهلك إثبات إخلال البائع وأنه قدّم بيانات ناقصة، في حين أنه يجهل تماما ما يتعلق بالمنتج من معلومات، خاصة إذا ما تعلق الأمر بأجهزة متطورة ومعقدة ذات تقنية عالية.

هذا ومن المقرر قانونا في تحديد من من طرفي الالتزام يتحمل عبء الإثبات، أن الطرف الذي يتمسك بالثابت حكما- أصلا أو ظاهرا أو فرضا أو بالثابت فعلا- حقيقة أو حكما لا يتحمل عبء الإثبات، وإنما يقع هذا العبء على من يدعي خلاف ذلك الثابت حكما أو فعلا³. وعليه فإنه إذا ادعى المستهلك عدم علمه بالمبيع علما كافيا فإنه لا يكلف بإثبات ذلك لأن الظاهر يؤيده والمفروض يسانده. فأما الظاهر فتقوم بخصوصه قرينة مفادها عدم علمه بالمبيع بالنظر إلى أن هذا الأخير لم يكن تحت سيطرته ولم يشهد ملابس إنتاجه إن كان هذا المبيع منتوجا أو سلعة. كما أن جهل المستهلك مفترض إذا ما هو تعامل مع شخص محترف من المفروض عليه إعلام المتعاقد معه بحقيقة محل العقد، فيكون على الأخير إذا ادعى علم المشتري بالمبيع أو أنه قام بتنفيذ التزامه بالإعلام أن يدل على ذلك بإثبات أنه قدم البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد سواء تعلق الأمر بمنتج أو تقديم خدمة. وأنه استخدم الوسائل المناسبة لتبليغ المشتري بصورة كاملة، ظاهرة، واضحة ومفهومة.

وما يدعم اعتبار الدائن غير ملزم بإثبات عدم تنفيذ المدين لالتزامه بالإعلام على نحو ما أوضحناه أعلاه هو ما ذهب إليه محكمة النقض الفرنسية في قرارها الشهير المعروف بقرار Hédreul بتاريخ 25 فيفري 1997 السالف الذكر⁴. بخصوص المسؤولية الطبية والتي هجرت المحكمة من خلاله اجتهادها السابق بتحميل المريض عبء إثبات عدم تنفيذ الطبيب

¹- راجع بخصوص ترجيح اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة ص 40 وبعدها.

²- حسن جميعي، مسؤولية المنتج عما تسببه منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 77.

³- انظر تفصيلا السنهوري، الوسيط، الإثبات وأثار الالتزام مجلد 2: دار النهضة العربية 1963 بند 47 ص 67 وما بعدها.

وأنظر كذلك محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق، بند 642 ص 1042 وما بعدها.

⁴- Cass. civ 1^{re}, 25 fev 1997, précité.

في حيثيات وتفاصيل الحكم راجع ص 73

لالتزامه بالإعلام, ومن ثم حملت ليس فقط الطبيب وإنما كل محترف¹ في إطار مهنته أن يقيم الدليل على قيامه بالتزامه بالإعلام مما أدى إلى قلب عبء الإثبات².

مما تقدم ذكره فإنه وفي إطار إثبات الخطأ والذي يعتبر أساس قيام المسؤولية المدنية, فإن على الدائن بالتزام بالإعلام (المستهلك) إثبات قيام هذا الالتزام على عاتق المدين به, على النحو الذي بيناه, وعلى هذا الأخير (المهني) أن يثبت وبكل وسائل وطرق الإثبات- على اعتبار أن تحقق علم المشتري يعتبر واقعة مادية- أنه نفذ التزامه وقام بإعلام المشتري بكل البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد, وأن ما قدمه من بيانات كان كافيا.

ثانيا: الضرر Le préjudice .

يعتبر الضرر شرطا أساسيا لقيام المسؤولية المدنية تقصيرية كانت أم عقدية, حيث يقوم على أساس من الاعتراف للمضروب بالحق في تعويض عادل عن كل الخسائر والأضرار والآلام التي تعرض لها المضرور³. فحيث لا ضرر لا مسؤولية طبقا للمادة 124 ق م ج " كل خطأ سبب ضرر للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض".

ولقد عرّف الفقه الضرر على أنه " هو محل الالتزام بالتعويض الذي ينشأ عن الانحراف في السلوك أو الإخلال بالعقد⁴.

كما الضرر على أنه " المساس بحق أو مصلحة مشروعة للشخص, مساسا يترتب عليه جعل مركزه أسوأ مما كان قبل ذلك انتقاصا من المزايا أو السلطات التي يخولها ذلك الحق أو تلك المصلحة لصاحبه"⁵. أو هو " ذلك الأذى الذي يصيب المضرور نتيجة غياب منفعة كان ينتظرها يستحق التعويض عما لحقه من خسارة وما فاتته من ربح "⁶.

¹-la cour de cassation a généralisé ce principe dans son rapport de 1997, cité in RGDA 1998 ou il est écrit « on doit souligner que le renversement de la charge de la preuve n'est pas limité aux médecins, mais concerne tous les professionnels tenus d'obligation d'information et de conseil » voir recueil Dalloz 2000 n° 18 op.cit, p. 405.

²- Didier. Chauvaux, l'obligation du médecin d'informer le patient, RFDadm, op.cit, p. 641.

³- حسن عبد الباسط جميعي, مرجع سابق ص 205.

⁴- محمود جمال الدين زكي , الوجيز في النظرية العامة للالتزامات, مرجع سابق بند 261 ص 545.

⁵- سليمان مرقس, محاضرات في المسؤولية المدنية, معهد الدراسات العربية 1955 ص 92.

مشار إليه في : حمدي سعد مرجع سابق ص 378.

⁶-F. Terré et Ph.Simler , précis de droit civil, les obligations, op.cit, n°537 p. 505.

1- صورته .

الضرر قد يكون ماديا أو أدبيا، ويستخدم الفقه معيارين للتفرقة بينهما. يتمثل الأول في طبيعة الحق أو المصلحة التي حدث الاعتداء عليها، حيث يكون الضرر ماديا إذا انصب على حق مالي من الحقوق الشخصية والعينية، ويكون معنويا إذا انصب على حق غير مالي كحقوق الشخصية المرتبطة بشخص الإنسان والأسرة¹.

أما المعيار الثاني يتمثل في طبيعة النتائج المترتبة على الاعتداء، إذ ووفقا لهذا المعيار فإن الضرر المادي هو الذي من شأنه المساس بحق أو مصلحة مشروعة للمضروب سواء كان ذلك الحق ماليا أو غير مالي، يترتب عنه تفويت فرصة تنتج لصاحب هذا الحق من استعماله أو تكبيده مصاريف مالية. أما الضرر الأدبي فهو الذي يصيب الإنسان في جسمه إصابة تسبب له ألما جسمانية أو نفسية أو تصيبه في شرفه أو كرامته دون أن تسبب خسارة مالية وإلا اعتبر ضررا ماديا². على أن هناك اتجاه حديث لدى الفقه أقرب إلى الصواب، فصل بين أنواع الضرر فتحدث عن الضرر الجسدي أو الجسماني و الضرر المادي والضرر الأدبي³.

1- الأضرار المادية والصور التي تتخذها إخلالا بالالتزام بالإعلام.

إن الضرر المادي على النحو الذي تم بيانه، قد يترتب عن إخلال المحترف والبائع عموما بالتزامه بالإعلام فيتخذ صوراً مختلفة نتيجة تخلف البيانات والمعلومات أو نقصها، سواء تعلقت ببيان الخصائص الجوهرية لمحل العقد مما يعيب رضا المشتري فيدفعه إلى العدول عن التعاقد أو إبطال العقد بعد إبرامه، فيتسبب ذلك في أضرار تلحق المشتري نتيجة ما لحقه من خسارة وما فاتته من ربح⁴. أو تعلقت بكيفية استعمال المبيع استعمالا صحيحا أو عدم كفاية التحذير مما قد ينطوي عليه من مخاطر قد تؤدي إلى إلحاق أضرار مادية وجسدية جسيمة

¹ - محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مرجع سابق ص 347.

² - في هذا المعنى حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 495.

³ - F.Terré et Ph. Simler, droit civil, les obligations, op.cit n° 676 p 639.

⁴ - نزيه المهدي، مرجع سابق ص 319.

بالمستعمل¹. كما قد يتسبب نقص هذه البيانات أو انعدامها في فقدان المشتري لبعض التأمينات العينية والشخصية المقررة لمصلحة الشيء محل العقد نتيجة عدم إدلاء البائع بها².
ولقد قرّر القضاء لا سيما الفرنسي ذلك في العديد من أحكامه بتعويض الإضرار المادية التي تسبب فيها إخلال المدين بالتزامه بالإعلام سنتطرق لها في حينها³.

ب- الضرر الأدبي الناتج عن الإخلال بالتزام بالإعلام .

الضرر الأدبي هو ذلك الضرر الذي يصيب الإنسان في شعوره أو عاطفته أو كرامته أو شرفه أو أي معنى آخر من المعاني التي يحرص عليها الناس⁴. ولا يقصد به ذلك الضرر الذي لا يدرك بالحس بل يقصد به الضرر الذي لا يمس الذمة المالية للشخص بأي وجه⁵.
على أن الضرر الأدبي كالضرر المادي يخول صاحبه الحق في التعويض، حيث يجيز كل من الفقه الحديث والقضاء⁶ ذلك من خلال تقرير مسؤولية فاعله. كما في حالة المساس بالعاطفة من حزن وقلق لوفاة زوج، أو يلحق النفس بما يصيب الشخص من ألام حسية لجرح أو معنوية لتشويه نتيجة الإخلال بالتزام بالإعلام.

وتعويض الضرر الأدبي على هذا النحو وارد سواء تعلق الأمر بالمسؤولية التقصيرية أو العقدية⁷. إذ أن عدم تمكين المشتري من الانتفاع الأمثل بمحل العقد نتيجة إخلال البائع بالتزامه بالإعلام، من نقص في البيانات يترتب عنه الاستعمال الخاطئ مثلا للمبيع مما يؤدي إلى أضرار جسيمة تصيب المضرور في جسمه وماله، يعطي لهذا الأخير الحق في المطالبة بالتعويض عن الأضرار المادية والأدبية المترتبة عن ذلك⁸.

¹ - حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 497.

² - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 403.

³ - انظر قريبا الأحكام التي جاءت في هذا الصدد بمناسبة الحديث عن التعويض كأثر للمسؤولية المدنية ونطاقه ص 151.

⁴ - السنهوري، الوسيط مرجع سابق بند 569 ص 1196.

⁵ - محمود زكي، الوجيز في النظرية العامة للتزامات، مرجع سابق بند 266 ص 555.

⁶ - وإمكان التعويض عن الضرر الأدبي كان وإلى وقت قريب محل خلاف في الفقه الفرنسي. على أن هذا الوضع سرعان ما تبدد لعموم النصوص وسلم الفقه والقضاء بذلك، وعلى ذلك نص القانون المصري في مادته 222 من القانون المدني. في هذا المعنى ينظر محمد حسنين، مرجع سابق ص 162 و 163.

⁷ - F.Terré et Ph. Simler, les obligations, op.cit n° 537, p. 505.

⁸ - في هذا المعنى حسن جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، مرجع سابق ص 206.

2- شروط الضرر الواجب التعويض عنه.

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

1 - وجوب أن يكون الضرر محقق الوقوع.

يكون الضرر محقق الوقوع أو مؤكداً أو حالاً متى كان قد وقع بالفعل, أو سيقع حتماً أي محقق الوقوع في المستقبل وفقاً للمجرى العادي للأمر وأمكن تقديره¹, وبمعنى المخالفة ألا يكون احتمالياً أو مفترضاً.

فالضرر الحالّ هو الضرر الذي وقع بالفعل, إذ التعويض عنه لا يثير أية صعوبة. ومثاله ما يؤدي إليه الاستعمال الخاطئ للمبيع بسبب نقص البيانات المتعلقة بذلك وبالتحذير من مخاطره مما يؤدي إلى إصابة المستعمل في شخصه أو في أمواله². حيث لا يجد القضاء أدنى صعوبة في الحكم به, وهذا ما قرره القضاء الفرنسي في عدة أحكام سبق وأن أشرنا إليها³. أما الضرر المستقبلي فهو الضرر الذي تحقق سببه إلا أن أثاره كلها أو بعضها تراخت إلى المستقبل⁴ بحيث يمكن المطالبة بالتعويض عنه متى كان وقوعه مؤكداً و أمكن تقديره, إذ كثيراً ما ينشأ عن الإصابات الجسمانية ويتم تحديده بتحديد حالة المصاب نهائياً⁵.

وقد يرتبط هذا النوع من الضرر بالإخلال بالالتزام بالإعلام كما في حالة ما قد يؤدي نقص البيانات المتعلقة باستعمال المبيع أو التحذير من مخاطره إلى إصابة المستعمل في جسده- بالإضافة إلى أضرار حالة كبتز لليد أو عمى أصاب عينيه- بأضرار مستقبلية تتمثل في عجزه عن القيام بالعمل الذي كان يمارسه مما يضعف من دخله فيعاني أعباء نتيجة ذلك, إضافة إلى ما قد ينفقه من أموال في سبيل شفائه مما حل به من أمراض⁶.

¹- في هذا المعنى محمود جمال زكي, الوجيز في نظرية الالتزام, مرجع سابق بند 236 ص 548 وما بعدها.

²- حمدي أحمد سعد, مرجع سابق ص 502.

³- بخصوص هذه الأحكام راجع ما قيل لدى الحديث عن الخطأ باعتباره شرطاً من شروط المسؤولية المدنية ص 150 وما بعدها

⁴- السنهوري الوسيط, مرجع سابق بند 574 ص 585.

⁵- F. Terré et Ph. Simler, droit civil, les obligations, op.cit n° 670 p 631.

وانظر في نفس المعنى محمود جمال زكي, مرجع سابق بند 263 ص 549.

⁶- في هذا المعنى حمدي أحمد سعد, مرجع سابق ص 503 و 504.

ويتم التعويض في هذه الحالة متى أمكن تقدير هذا الضرر والوقوف على مداه سواء أكان ذلك بنفسه أو بالاستعانة بأهل الخبرة¹، أما إذا استحال تقديره في الحال فإنه وتبعاً لذلك يجوز للقاضي أن يحكم بتعويض مؤقت عن الضرر الحال ويرجي إلى تاريخ لاحق الحكم بالتعويض النهائي والذي يمثل المدى الذي لحقته هذه الأضرار. أما إذا كان الضرر مؤبداً فيمكن تقدير التعويض في صورة مبلغ إجمالي أو في صورة إيراد مرتب لمدى الحياة².

على أن الضرر المحقق سواء أكان حالاً أو مستقبلاً يختلف بهذا المعنى عن الضرر المحتمل والذي يعتبره الفقه ضرراً تحققه غير أكيد لا يعطي مجالاً لطلب التعويض ما دام أن هذا الاحتمال لم يتحول إلى ضرر مؤكد³. هذا حتى ولو ثبت خطأ البائع في التزامه بالإعلام في مواجهة المشتري⁴.

على أن التمييز بين الضرر المستقبلي القابل للتعويض والضرر المحتمل غير القابل للتعويض يظهر جلياً في حالة ما يسميه الفقه تفويت الفرص *Perte de chance*⁵.

ومثال ذلك حالة تفويت الفرصة على المدعي لربح دعوته كما لو غفل المحامي عن إجراء ضروري من إجراءات الدعوى بعدم إعلامه وتنبيهه لميعاد الاستئناف مثلاً، أو تفويت فرصة على العميل بعدم إرسال وسيط التأمين لطلب التأمين إلى الشركة في الوقت المناسب مما يؤدي إلى حرمانه من الضمان.

فالخسارة في حالة التفويت الحالية باعتبار أن الفرصة الضائعة تساوي شيئاً ما تستحق أن تعوض كون الضحية حرم منها. لأنه وإن كانت الفرصة أمراً محتملاً فتفويتها أمر محقق ومباشر⁶. على أن هذا الحكم ينطبق سواء تعلق الأمر بالمسئولية العقدية أو التقصيرية، فالاجتهاد القضائي استقر على أن ضياع فرصة جادة وحقيقية تعتبر ضرراً محققاً يستحق التعويض⁷.

ويظهر هذا الفرض جلياً بخصوص الالتزام بالإعلام ما قد تؤدي إليه البيانات الخاطئة التي يدونها الصيدلي المنتج على الدواء تضيع على المريض فرصة الشفاء. أو ما قد يفوته

¹ - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 404.

² - في هذا المعنى محمود زكي، مرجع سابق بند 293 ص 549. وانظر كذلك محمد حسنين، مرجع سابق ص 161.

³ - F.Terré et Ph. Simler, op.cit n° 670 p 631.

⁴ - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 405.

⁵ - F.Terré et Ph.Simler, op.cit 631.

⁶ - F.Terré et Ph.Simler, op.cit p 632.

وفي نفس المعنى حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 505

⁷ - F.Terré et Ph.Simler, op.cit p 633.

الاستعمال الخاطئ لمبيد زراعي من فرصة حصول المشتري على ما ينتظره من كسب من المحصول¹.

كذلك ما قد يؤدي إليه غياب الإعلام المفروض على الطبيب لصالح المريض، من تقوية الفرصة على هذا الأخير في توقي الأخطار والأمراض المحتملة التي كان بإمكانه اجتنابها عن طريق رفض العلاج لو أنه أعلم بطريقة صحيحة، واضحة، وملائمة لحالته².

ب- وجوب أن يكون الضرر مباشرا.

يشترط إلى جانب كون الضرر محقق الوقوع أن يكون مباشرا. ويكون كذلك إذا كان هو النتيجة المباشرة للحادث أو الخطأ³. أي متى كان نتيجة طبيعية لإخلال البائع بالتزامه بالإعلام بسبب نقص البيانات الضرورية والتي من شأنها أن تعرف بمحل العقد⁴.

ومن أمثلة الضرر المباشر الذي ينشأ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ما قد يؤدي إليه نقص البيانات إلى الاستعمال الخاطئ للمبيع كعدم توضيح نظام تشغيل ومحاذير الاستعمال لطاولة طعام متحركة على قرص دوّار إلى إصابة أحد أطفال الزبون⁵.

أو ما يؤدي إليه نقص هذه البيانات خاصة تلك المتعلقة بالتحذير من مخاطر استعمال المبيع استعمالا خاطئا أدى إلى نشوب حريق تسبّب في أضرار جسدية ومادية لمشتري مادة لاصقة سريعة الاشتعال⁶.

وما أدّى إليه غياب الإعلام بشأن قطعة أرض ملوثة (تخضع في الأصل إلى ترخيص مسبق قبل إجراء البيع باعتبارها مجمع مصنّف) إلى أضرار مباشرة تكبدها المشتري أثناء عمليات التهيئة، نتيجة عدم تنبيه الموثق البائع إلى ضرورة الاستعلام لصالح المشتري عن إمكانية تواجد مواد سامة بالأرض نتيجة استغلال سابق لها، ومدى تعارض ذلك مع بناء مجمع

¹ - حمدي احمد سعد، مرجع سابق ص 506.

² - Didier Chauvaux, l'obligation du médecin d'informer le patient, RFD adm, op.cit p. 642. voir dans se sens ; Cass.civ 1^{re}, 9oct 2001 précité. Concernant l'affaire Franck voir p.71.

³ - F.Terré et Ph.Simler , op.cit n° 672 p. 634.

⁴ - عبد العزيز المرسي حمود، مرجع سابق ص 404.

⁵ - Cass. civ 1^{re}, 10 juin 1980, Bull. civ .1. n° 179, P. 146. . مرجع سابق ص 72.

⁶ - Cass. civ 1^{re}, 11 oct 1983, précité.

سكني على الأرض وفقا للمادة 20-514 ق البيئة الفرنسي التي تفرض على المالك أن يستعلم لصالح المشتري في مثل هذه الحالات¹.

ثالثا: علاقة السببية بين الخطأ والضرر .

تعتبر علاقة السببية lien de causalité ركنا مستقلا من أركان المسؤولية المدنية وشرطا ثالثا لقيامها. إذ بالإضافة إلى وجود الخطأ وحدث الضرر, يجب على المضرور أن يثبت أن الضرر نجم عن ذلك الخطأ. فعلاقة السببية هي اشتراط توافر علاقة مباشرة بين الخطأ و الضرر الذي لحق بالمضرور².

وبخصوص الالتزام بالإعلام محل دراستنا فإنه لا يكفي لقيام مسؤولية المدين به أن يوجد خطأ بجانبه متمثل في تقديم بيانات ناقصة أو غامضة وأن يكون هناك ضرر لحق بالدائن. بل يجب أن يكون هذا الضرر ناتجا عن ذلك الخطأ بحيث كان بإمكان الدائن تجنب ذلك لو علم بالبيانات الناقصة أو فهم منها تلك المتعلقة بالتحذيرات الغامضة³.

على أن الصعوبة التي تواجهها هذه العلاقة تتمثل في تعدد الأسباب التي قد تندمج ببعضها وتساهم من ثم في وقوع الضرر, إذ يصبح من الصعب بمكان إيجاد علاقة بين الضرر وبين أي من هذه الأسباب.

ولقد عالج الفقه هذا الفرض من خلال نظريتين, تتمثل الأولى في نظرية تكافؤ الأسباب, ومفادها أن كل سبب أسهم في وقوع الضرر يعتبر سببا له, إذ لو تخلف أي منها لما وقع الضرر⁴.

إما النظرية الثانية فهي نظرية السبب المنتج أو الفعال مؤداها أنه لا تعتبر أسبابا إلا تلك التي تؤدي عادة إلى الضرر, أي يجب الاعتداد بالسبب الأكثر ملائمة دون تلك العرضية⁵. ووفقا لذلك يكون السبب منتجا متى كان من شأنه إحداث النتيجة الضارة وفقا لمألوف الأمور⁶.

¹- CA Paris 2^{ème} ch, B, 13 fev 2003, précité. à propos D'Installation appelée classée .

²- السنهوري, الوسيط , الجزء الثاني, مرجع سابق بند 581 ص 872.

³- حمدي احمد سعد, مرجع سابق ص 525.

⁴- محمد حسنين مرجع سابق ص 164. ولتفاصيل أكثر عن هذه النظريات ينظر جمال زكي م سابق بند 268 ص 561 وبعد

⁵- محمد حسنين, مرجع سابق ص 164.

⁶- محمود جمال زكي, مرجع سابق بند 271 ص 565.

أ- القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ.

يرى الفقه أن القوة القاهرة والخطأ المفاجئ مترادفان لمعنى واحد وأن المقصود منهما هو الواقعة التي تنتفي بها رابطة السببية وتؤدي إلى إعفاء المدين من المسؤولية إذ يشترط لذلك عدم إمكان التوقع واستحالة الدفع¹. كما يشترط لذلك أيضا أن تكون هذه القوة القاهرة هي السبب الوحيد للضرر. أما إذا ساهمت مع خطأ المدين فان مسؤولية هذا الأخير تبقى كاملة ويتحمل التعويض وحده. على أن معيار عدم إمكان التوقع واستحالة الدفع معيار موضوعي، يستمد من واقع الدعوى والتي تستقل محكمة الموضوع في تقريرها، كما في حالة الحادث المفاجئ والزلازل، الحرب، العواصف، والمرض المفاجئ².

على أنه وبالنسبة إلى الالتزام بالإعلام فان توقع حدوث أضرار جانبية من طرف المدين به لا ينصرف إلا إلى تلك التي كانت معروفة لديه وقت طرح المنتجات في السوق للتداول وما وصل إليه العلم في ذلك التاريخ. مما يدعو إلى القول بأن وقوع الحادث لأول مرة لا يمكن اعتباره قوة القاهرة، لأن العبرة بمدى إمكان التوقع وفقا لمقتضيات العلم القائمة وقت حصوله ولما يفترض توافره من خبرة ودراية لدى المنتج³.

ونفس الحكم ينصرف إلى مجال المسؤولية الطبية خاصة إذا كان الحادث جسيما واستثنائيا وبالتالي لا يمكن اعتبار حدوثه لأول مرة من قبيل القوة القاهرة باعتبار أن إمكانية تقدير جسامته الخطر تكون بالنظر إلى ما توصلت إليه المعطيات العلمية لحظة إجراء الفحص⁴.

ب- خطأ المضرور.

يعتبر خطأ المضرور من الأمور التي تنتفي بها علاقة السببية عن طريق اقتراف هذا الأخير لأخطاء تكون سببا فيما لحقه من ضرر، مما يخول للمدين بالالتزام بالإعلام التمسك بها لدفع المسؤولية عنه تماما أو لتخفيفها. كما لو تناول المشتري دواء بجرعات زائدة عما حدّده

¹ - السنهوري، الوسيط مرجع سابق بند 586. وانظر في نفس المعنى جمال زكي، مرجع سابق بند 279 ص 589.

² - في هذا المعنى محمد حسنين، مرجع سابق ص 165.

³ - حمدي أحمد سعد، مرجع سابق ص 541.

⁴ - Cass. civ 1^{re}, 20 juin 2000, Bull. Civ. 1. n°192, JCP.G 2000, IV 2385. voir O.Cachard, JCP éd.G 2002, II. 2386. op.cit, p. 385.

الطبيب, أو تناول أدوية انتهى تاريخ صلاحيتها مهملًا بذلك ما أملاه المنتج من تعليمات وما دونه من بيانات فيتسبب بذلك المضرور بخطئه في إحداث الضرر¹.

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

ومن تطبيقات القضاء في مجال الالتزام بالإعلام بصدد خطأ المضرور ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من عدم مسؤولية بائع أجهزة الإنذارات عن السرقة التي تعرّض لها محل المشتري نظرا لأن البائع وهو شركة متخصصة كان قد عرض عليه الجهاز الأكثر ملائمة إلا أن المشتري رفض العرض واختار جهازا آخر أقل تكلفة وأقل إمكانية من الجهاز الذي عرض عليه².

وكذلك ما قضت به محكمة النقض من عدم مسؤولية البائع لجهاز للري عن الأضرار التي لحقت المشتري بسبب صدا المواسير التي استخدمت مع الجهاز, نظرا لعدم إرفاق هذا الأخير مع تصميماته التي قدّمها للبائع تحليلا كيميائيا عن الأرض والمياه اللتان استخدم فيها الجهاز وعدم أخذ الاحتياطات اللازمة للوقاية من ملوحة الأرض³.

وفي مجال الخدمات ما قضت به من إعفاء وكالة سفر (Agence de voyage) من مسؤوليتها اتجاه المضرور وهو أب لطفل اثر عدم تمكنه من القيام بالرحلة السياحية المنظمة من ذات الوكالة والتي لم تعلمه بطبيعة الوثائق الإدارية التي تلزم لاستخراج بطاقة تنقل Titre de circulation داخل التراب التونسي الخاصة بالطفل البالغ من العمر ستة أشهر رغم إحضار الأب لشهادة ميلاد ابنه إضافة إلى الدفتر العائلي- مما حرّمه من الرحلة. فطالب هذا الأخير الوكالة بتعويضه عما أصابه من ضرر إلا أن محكمة النقض قضت بأنه يتعين على أب يريد اصطحاب ابنه في سفر خارج التراب الفرنسي أن يستعلم في الوقت المناسب عن الإجراءات المطلوبة للقيام بمثل هذا التنقل وعليه فليس ثمة التزام خاص يقع على عاتق الوكالة⁴.

¹- في هذا المعنى محمد شكري سرور, مرجع سابق ص 85 . وانظر في نفس الاتجاه حمدي سعد مرجع سابق ص 546.

²- Cass. com, 11 juin 1985, précité.

³- Cass. civ 1^{re}, 10 juillet 1996, Bull. civ. 1. n° 318 p. 222 .

⁴- Cass. civ 1^{re}, 24 nov 1998, Recueil Dalloz 1999. 11 Cahier Jurisprudence op.cit p. 156. obs A.Valérie. la cour a annoncé que « il appartient à tout parent qui envisage de faire sortir son =

كما قد يكون خطأ المضرور سببا لتخفيف مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام إذا ساهم إلى جانب خطأ هذا المدين في إحداث الضرر، حيث يوزع في هذه الحالة عبء التعويض بينهما مناصفة أو يتحمل كل واحد جزاءا بقدر مساهمة خطئه في إحداث الضرر¹.

وتمسك المدين بخطأ المضرور يكون أكثر ورودا إذا ما تعامل هذا الأخير مع محترف، أي يرتبط بعوامل ذاتية لها علاقة بشخصية المتعاقد مع هذا المدين². وهو ما أقره القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه، منها ما قضت به محكمة النقض، إلى جانب مسؤولية منتج المادة اللاصقة التي تستخدم في تركيب البلاط لعدم تحذيره الكافي لقابليتها للاشتعال، بمسؤولية المضرور لعدم مراعاته الاحتياطات اللازمة بالرغم من خبرته وسابق تجربته في استعمالها³. على أن الصفة المهنية للمضرور وأثرها في ذلك ليس أمرا مطلقا حيث أنه قد يكون هذا الأخير كذلك إلا أنه لا يمكنه الإلمام بخصائص المبيع سيما إذا كان في استعماله جديدا أو في تركيبه معقدا بحيث لا تمكنه خبرته هته من إدراك ما يعترى البيانات من نقص.

ج- خطأ الغير.

يشترط للقول بانتفاء مسؤولية المدين بالالتزام عموما أن يكون الخطأ ثابتا أو مفترضا وأن يكون هذا الغير الذي يعتد بخطئه هو من لا يسأل عنهم المدعى عليه، أي أن لا يكون هذا الأخير (المدعى عليه) في مركز المتبوع أو المكلف بالرقابة بالنسبة لهذا الغير الذي أخطأ في حق الدائن وسبب له أضرارا نتيجة ذلك⁴.

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

ويشمل لفظ الغير في مجال الالتزام بالإعلام كل شخص أجنبي عن المدين والمضرور لا صلة له بالسلعة المنتجة. أما إذا كان الغير شخصا متدخلًا في صناعة هذه السلعة حتى تصل

=enfant du territoire français de s'informer en temps utile des formalités légale que ce déplacement entraîne, de sorte qu'aucune obligation particulière ne pèse sur l'agence de voyage ».

1 - حمدي احمد سعد، مرجع سابق ص 549.

2- بودالي محمد، مرجع سابق ص 83.

3- Cass civ 1^{re}, 11 oct 1983, précité . voir en même sens ; Cass. civ 1^{re}, 4 mai 1994 précité.

4- في هذا المعنى ينظر محمود زكي، مرجع سابق بند 274 ص 572. وانظر كذلك محمد حسنين، مرجع سابق ص 168.

إلى المشتري النهائي فإن المنتج يستطيع في هذه الحالة أن يدفع عن نفسه المسؤولية بإدخالهم في الدعوى لإلزامهم بدفع التعويض استنادا إلى خطئهم أو يرجع عليهم به بعد دفعه للمضرور¹.
ولقد أقرّ القضاء الفرنسي درء المسؤولية عن المدين بالالتزام بالإعلام بفعل خطأ الغير في العديد من أحكامه، منها ما قضت به محكمة النقض من إعفاء شركة Citer gaz من مسؤوليتها اتجاه شركة Total gaz حيث أن هذه الأخيرة كانت قد اشترت منها صهاريج غاز قامت بتركيبها لدى عملائها. وبعد فترة تأكل طلاء هذه الصهاريج وتعرضت للتلف، فدفعت الشركة البائعة عن نفسها المسؤولية وألقتها على عاتق شركة أخرى تعهدت بطلاء الصهاريج بعدما كانت قد استخدمت في تركيب الطلاء مادة جديدة لم تقم بتحذير عملاءها من مخاطرها، وقضت محكمة النقض بمسؤولية شركة الدهان دون سواها².

وكذلك ما قضت به ذات المحكمة من إعفاء بائع جهاز تدفئة من المسؤولية وإلقائها على عاتق المجهز نظرا لكونه مقاولا متخصصا في تركيب هذا النوع من الأجهزة بحيث كان عليه بحكم تخصصه تنبيه المشتري إلى الجهاز الملائم لمثل هذا النوع من التركيب وقضت بمسؤولية المجهز³.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أنه إذا كان خطأ المدين بالالتزام بالإعلام مستغرقا لخطأ المضرور أو لخطأ الغير على النحو الذي بيناه أعلاه، فإنه لا يعتد في هذه الحالة بخطأ المضرور أو الغير وتقوم مسؤولية المدين كاملة.

الفرع الثالث: التعويض كأثر للمسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

إذا توافرت شروط المسؤولية المدنية على نحو ما بيناه من قبل من خطأ وضرر وعلاقة سببية فإنه يثبت للمستهلك الحق في التعويض عن الضرر الذي أصابه نتيجة إخلال المدين بالتزامه بالإعلام. وفيما يلي نعالج تباعا مدى تقرير هذا التعويض ونطاقه (نقطة أولى) ثم إمكانية تقريره ليشمل غير المتعاقدين والذين تضرروا نتيجة هذا الإخلال (نقطة ثانية).

¹ - في هذا المعنى حمدي احمد سعد، مرجع سابق ص 557.

² - Cass. com, 2 mai 1990, Bull. civ n°133 p. 89 RTD com 1991 p. 86 obs B.Boulloc .

³ - Cass. civ 1^{re}, 25 janv 2000 précité . la cour a indiqué que « l'installateur d'une chaudière devant adapter l'installation existante aux caractéristiques du matériel livré » voir lamy, op.cit , p 1408.

أولاً: تقرير التعويض كأثر للمسئولية ونطاقه.

تتحصّر آثار المسئولية في التعويض، ويعتبر هذا الأخير جزءاً يلحق بالأشخاص نتيجة الخطأ الصادر منهم¹.

ولقد قرّر القضاء لا سيما الفرنسي أحقية حصول المستهلك المتضرر من إخلال المدين بالالتزام بالإعلام في أكثر من مناسبة. على أن هذا التعويض يطال الأضرار الجسدية والمادية وكذا الأدبية إن وجد مبرر لتعويضها².

أ- التعويض عن الأضرار الجسدية.

لقد جاءت عدة أحكام تقرر التعويض للمستهلك عن هذا النوع من الأضرار نتيجة إخلال المدين بالتزامه بالإعلام من بينها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بتعويض ما أصاب رب أسرة من أضرار جسيمة لحقت به نتيجة اشتعال مادة اللصق السريع للسيراميك والبلاط لثبوت إخلال الشركة البائعة بالتزامها بالتحذير من الخطورة الذاتية للسلعة وعدم وضعها لرسومات وبيانات توضح ذلك والاحتياطات الواجب اتخاذها³.

وما قضت به محكمة النقض في مثالنا السابق⁴ والتعلق بالطفل Franck حيث أيدت المحكمة الطلب الذي تقدم به هذا الأخير في سبيل تعويضه عن الأضرار البليغة التي لحقت به بسبب إصابته بمرض أفقده الحركة كان نتيجته نقص في الإعلام في جانب الطبيب.

ولقد ساير القضاء الإداري بفرنسا القضاء العادي في تقرير مبدأ تعويض من عيب إعلامه وأصيب بأضرار جسدية من خلال ما قضت به محكمة استئناف باريس الإدارية من مسئولية مستشفى L'assistance Publique - Hôpitaux de Paris ومن ثم تعويض السيد Guilbot عما أصابه من أضرار جسدية أثرت على المجرى العادي لحياته بسبب إخلال المستشفى بإعلام المريض-الذي كان يعاني من صعوبة في تحريك العضو السفلي الأيسر بسبب مرض وراثي لازمه منذ صغره- عن خطورة العملية التي أقدم على إجرائها مما أدى إلى إصابته بمرض

¹ - احمد محمد الرفاعي، مرجع سابق ص 195.

² - راجع ما قلناه سالفا بشأن الضرر وصوره كشرط لقيام المسئولية المدنية ص 139 وما بعدها.

³ - Cass. civ 1^{re}, 11 oct 1983, précité.

⁴ - Cass. civ 1^{re}, 9 oct 2001 précité.

خطير(paraplégie) نتيجة ذلك وتقويت الفرصة عليه في تجنب مثل ذلك المرض¹. كما أيد مجلس الدولة الفرنسي ما ذهب إليه المحكمة من وجود مسئولية ملقاة على عاتق المستشفى ومن ثم ضرورة تعويض المريض².

والواقع أن هذا الحكم يدخل في إطار المسئولية الإدارية إلا أنه جسد مبدأ هاما يتمثل في مسايرة القضاء الإداري للقضاء العدلي بخصوص الحلول التي تبنتها محكمة النقض الفرنسية في مجال المسئولية الطبية بخصوص الأخطار الاستثنائية وكذا قلب عبء الإثبات, بالإضافة إلى تجسيد فكرة أن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في هذا المجال من شأنه إثارة المسئولية استنادا إلى فكرة تقويت الفرصة³.

ب- التعويض عن الأضرار المادية.

كذلك الشأن فيما يخص تعويض الأضرار المادية, فلقد قرر القضاء الفرنسي ذلك من خلال محكمة النقض بخصوص مسئولية الشركة المنتجة للمواد العازلة عما لحق المشتري من أضرار تمثلت في انهيار المصنع الذي استخدم في بنائه هذه المادة بسبب الحريق الضخم والذي ساعدت هذه الأخيرة في انتشاره لقابليتها الشديدة للاشتعال حيث أن الشركة لم تقم بتحذير المشتري منها, بل وعلى العكس ذكرت أن المادة عازل جيد وقابلة للانطفاء تلقائيا⁴.

وما قضت به ذات المحكمة من قبيل الضرر ذلك المتمثل في عدم إنبات البذور المشتراة من طرف المشتري بسبب جديتها في السوق وما صاحب ذلك من أضرار مادية بسبب عدم كفاية البيانات الخاصة بكيفية استخدامها وشروط ذلك⁵.

وما قضت به محكمة استئناف باريس من مسئولية الموثق لإخلاله بالتزامه بالإعلام عما أصاب المشتري لقطعة أرض من أضرار نتيجة تكبده مبالغ مالية لإعادة تهيئة هذه الأخيرة

¹ - Cour administrative d'appel de Paris,Assemblée plénière, 9 juin 1998, Guilbot, annexes RFDadm 2000, op.cit p. 640.

² - Arrêt du Conseil d'état Français, section, 5 janvier 2000, annexes RFDadm 2000, op.cit p. 651.

³ - Pierre. Bon, alignement de la jurisprudence administrative sur la jurisprudence judiciaire, note sous Conseil d'état, Section, 5 janv 2000. RFDadm 2000, op.cit p. 654.

وانظر في نفس الاتجاه قرار مجلس الدولة الفرنسي بنفس التاريخ بخصوص قضية Epoux Telle. نفس المرجع.

⁴ - Cass. civ 1^{re}, 23 avril 1985, précité.

⁵ - Cass. civ 1^{re}, 4 mai 1994 précité.

والتي اتضح أنها غير مهيأة لبناء مجمع سكني¹.

على أن التعويض قد يمتد ليشمل حتى تلك الأضرار الأدبية التي قد يصاب بها الشخص بسبب الإصابات الجسمانية والآلام النفسية التي يعانيتها نتيجة التشوهات أو العاهات التي تلحق به بسبب الحادث².

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أن التعويض بهذا المعنى قد يقترن بدعوى إبطال العقد أو فسخه وفقا لما بيناه سالفا³ فيما لو كان البطلان غير كافي وحده لتعويض كامل الضرر فيكون التعويض بمثابة جزاء تكميلي.

وجواز الجمع بين التعويض وبطلان العقد على هذا النحو يرجع إلى كون البطلان جزاء يطبق على التصرف القانوني نفسه نتيجة تعيبه ومخالفته للشروط القانونية، فيما أن التعويض جزاء يلحق الأشخاص نتيجة الخطأ الصادر منهم⁴.

كما يمكن أن يقتصر طلب المضرور في علاقته مع المحترف على التعويض دون الإبطال لرغبته في الإبقاء على العقد⁵ رغم عدم توفر العلم لديه لما في ذلك مصلحة له لحاجته للسلعة أو الخدمة محل العقد⁶ أو لما قد يكون متعذر عليه طلب الإبطال لعدم توافر شروطه⁷.

ثانيا: تقرير التعويض لغير المتعاقدين.

وفقا لما يقضي به مبدأ نسبية أثر العقد فانه يصعب تصور أن إخلال المتعاقد بالتزاماته التعاقدية يمكن أن يكون مصدرا لمسئوليته التقصيرية في مواجهة الغير. فلكل من المسئوليتين حيزه ومجاله المستقل. حيث أن الفقه والقضاء ومنذ زمن أقرّا ذلك استنادا إلى أن الخطأ التقصيري يجب أن ينظر إليه نظرة مستقلة عن العلاقات التعاقدية وعن إخلال المتعاقدين

¹ - CA Paris 2^{ème} ch. B, 13 fev 2003, précité .

² - حسن جمعي, مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة, مرجع سابق ص 206.

³ - احمد محمد الرفاعي, مرجع سابق ص 195.

⁴ - عبد العزيز المرسي حمود, مرجع سابق ص 408.

⁵ - Cass. com, 3 avr 1979, Rev soc. 1980 p. 723 voir : Ph. le tourneau, op.cit n° 257 P. 59 .

« la victime peut se Contenter de demander de dommage et intérêt, alors même que la voie de la nullité est ouverte ».

⁶ - احمد محمد الرفاعي, مرجع سابق ص 201.

⁷ - CA. Paris, 8 fev 2000 , JCP éd. E 2000, pan. p.1593..«(...) Rejet de l'action en nullité car l'erreur n'avait pas été déterminante du consentement, mais octroi Dommages et intérêts ».

voir Ph. Le Tourneau, op. cit n° 259 p.60.

بالتزامات العقد¹.

على أن القضاء لا سيما الفرنسي في ظل التطور الصناعي واثراً فكرة حماية المستهلك على نظرية العقد²، ونظراً للإنتاج الكثيف لسلع يمتد استخدامها في الغالب إلى أفراد أسرة المتعاقد وأقربائه، فأصبح من ثم الخطر الناتج عن استخدام هذه المنتجات عاماً يخرج عن حدود التعاقد، سمح لبعض الأشخاص من دائرة غير المتعاقدين بالادعاء بشكل مباشر في مواجهة المتعاقدين خصوصاً في البيوع المتتالية بإعطاء المشتري الأخير الحق بالادعاء مباشرة في مواجهة أي من البائعين السابقين وفي مقدمتهم المنتج³.

على أن هذه الدعوى لا تقرر إلا لمن تربطه صلة تعاقدية بالمتعاقد الأخير بما يتمتع فيها من وحدة اقتصادية. وبالتالي فإن كل من لا تربطه صلة تعاقدية في هذا التجمع لا يمكنه الحصول على التعويض إلا من خلال المسؤولية التقصيرية لاستحالة اعتباره دائماً بالالتزام بالإعلام.

وأمام صعوبة إثبات الخطأ التقصيري في جانب المحترف، وما أدى إليه منح طائفة من الغير (المشتري الأخير) حق اللجوء إلى دعوى المسؤولية العقدية وحرمان البعض الآخر من هذا الحق إلى الإخلال في المساواة بين الأغيار ومحاولة منه تجاوز الوضع، ظهر اتجاه حديث لدى القضاء الفرنسي تنامت أحكامه بشأن اعتبار أن الإخلال بالالتزام التعاقدية يعتبر في ذات الوقت خطأ تقصيرياً في مواجهة الغير يقوم على أساس المسؤولية التقصيرية ودونما حاجة إلى إثبات ذلك من طرف الضحية⁴. على أن أهمية هذا الفرض تبدوا في مجال مسؤولية المنتج والمحترف عموماً بالنظر إلى سهولة إثبات الخطأ العقدي بالمقارنة مع الخطأ التقصيري¹.

¹ - في هذا المعنى حسن جميعي، مرجع سابق ص 112.

² - حيث أدى أثر فكرة حماية المستهلك على نظرية العقد إلى تغيير نظرة القضاء والفقهاء نحو مبدأ سلطان الإرادة والحد من غلوها فلم يعد للإرادة دور واسع في خلق العقود التي تبرم بين المستهلك والمحترف، وهذا عن طريق فرض اشتراطات بهدف إعلام المستهلك وإعطائه صورة واضحة عن العقد وخلق المجال أمام المحترف لاستغلال المستهلك بما لديه من قدرات فنية كما أثر هذا المفهوم أيضاً على مبدأ القوة الملزمة للعقد فأعطى للمستهلك خيارات كتلك المتعلقة بخيار الرجوع عن العقد قبل بدء التنفيذ بموجب القانون الفرنسي رقم 82/06 في مادته 21 بخصوص عقد التأمين وبعض العقود ذات الصيغة المالية خلال مدة 15 يوم من تاريخ إبرامها ومنع البدء في تنفيذها قبل مضي المدة. كما أثرت الفكرة كذلك على مبدأ الأثر النسبي للعقد من خلال تقرير حق المستهلك في الرجوع المباشر على المنتج. لأكثر تفصيل ينظر جمال النكاس، حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد، مرجع سابق ص 95 وما بعدها.

³ - حسن جميعي مرجع سابق ص 113.

⁴ - Cass. civ I^{re}, 18 juill 2000, Bull. Civ. I. n° 221 ; JCP G 2000, II 10415 rapp P. Sargos, RTD civ 2001, p. 146 obs P. Jourdain. أو la cour a annoncé ce qui suit : « les tiers à un contrat sont fondés à invoquer tout manquement du débiteur contractuel lorsque ce manquement leur a causé un=

وظهر هذا الاتجاه في بادئ الأمر من خلال ما قضت به محكمة النقض وتأكيدا على ذلك بمسئولية المنتج عن الأضرار التي تسبب فيها انفجار عبوة غاز في وجه المضرور رغم الدفع الذي أبداه المنتج في مواجهته على أساس أن دعوى ضمان العيوب الخفية هي دعوى تعاقدية لا يجوز أن يتمسك بها إلا من كانت تربطه بالمنتج رابطة تعاقدية حيث جاء في حيثيات الحكم أن دعوى المضرور لم تقم على أساس ضمان العيوب الخفية وإنما أقيمت على أساس الخطأ التقصيري الذي استدلت عليه المحكمة من ثبوت إخلال المنتج بالتزامه التعاقدية بضمان عيوب المبيع².

ولقد طبق القضاء الفرنسي مثل هذا المبدأ في مجال الالتزام بالإعلام عن طريق استنساخ الخطأ التقصيري من الإخلال به، حيث تواترت أحكامه على اعتبار الإخلال بالالتزام بالإعلام وهو التزام تعاقدية بحسب الأصل مرتبا وفي ذات الوقت لخطأ تقصيري واعتبرت المحكمة أن إهمال المنتج عموما في الإدلاء بالبيانات الكافية خاصة تلك المتعلقة في التحذيرات بالإضافة إلى كونه خطأ تعاقدية في مواجهة المشتري فإنه يعد خطأ تقصيريا في مواجهة الغير من أفراد أسرته الذين أصيبوا بضرر نتيجة هذا الإهمال³.

ومن أمثلة الأحكام التي جاءت في هذا الصدد مؤكدة ذلك ما قضت به محكمة النقض من مسؤولية الشركة البائعة لمادة تستخدم في اللصق السريع للسيراميك والبلاط لإخلالها بالتزامها بالتحذير من الخطورة الذاتية للسلعة مما أدى إلى إصابة المشتري وهو رب أسرة بالإضافة إلى وفاة أحد أطفاله وإصابة باقي أفراد الأسرة.

ولقد قضت محكمة الاستئناف بثبوت الخطأ العقدي وعلى أساسه بالتعويض على أساس المسؤولية العقدية. أما بخصوص باقي المضرورين فقضت بتعويضهم على أساس من اعتبار الخطأ العقدي خطأ تقصيريا في حد ذاته مما أدى إلى ثبوت المسؤولية التقصيرية في جانب الشركة دون إلزام المتضرر (الغير) إثبات الخطأ التقصيري.

=dommage, sans avoir à rapporter d'autre preuve » dans le même sens voir Cass. Civ 1^{re}, 13 fev 2001, Bull. civ I n° 35 JCP. G 2001, VI, 1640, RTD civ.2001p.367, obs P.Jourdain ; concernant les deux arrêts voir O.Cachard, JCP.éd G.2002 n° 12 , op.cit p.552.

¹- في هذا المعنى حسن عبد الباسط جميعي مرجع سابق ص 115.

²- Cass. civ 1^{re}, 22 juillet 1931, D.H 1931 P 506. مشار إليه في : حسن جميعي مرجع سابق ص 116.

³- في هذا المعنى ينظر حسن عبد الباسط جميعي مرجع سابق ص 118.

على أن الشركة البائعة طعنت في الحكم تأسيسا على عدم وجود رابطة تعاقدية بينها وبين باقي المتضررين توجب عليها الإدلاء في مواجعتهم بالبيانات والتحذيرات اللازمة مما يستوجب نقض الحكم لمخالفته قواعد القانون سيما المادة 1382 ق م الفرنسي والتي تقتضي إقامة المسؤولية على الخطأ الشخصي للمسئول والذي ينظر إليه مستقلا عن الأخطاء التعاقدية. إلا أن محكمة النقض رفضت الطعن وأيدت حكم محكمة الاستئناف في إقامة مسؤولية الشركة استنادا إلى الخطأ التقصيري الثابت عن إخلال الشركة بالتزامها بالإعلام بالبيانات التحذيرية التي من شأنها منع الحادث ومنع من ثم إصابة الغير بالأضرار¹.

كما أن محكمة النقض درجت على ذلك حديثا من خلال ما سقناه في مثالنا السابق بخصوص الطفل Frank² من تحميل الطبيب مسؤولية عدم إعلام الأم أثناء التوليد بضرورة إجراء عملية قيصرية وان ذلك كان أنسب. على أن محكمة الاستئناف ورغم رفض الطلب المرفوع من طرف الطفل بعد بلوغه السن القانونية على أساس أن الطبيب لم يكن في ذلك الوقت ملزما بالبوح للمريض بالأخطار الاستثنائية، إلا أنها اعترفت بأن الطبيب قد ارتكب خطأ عقديا آنذاك يتمثل في إخلاله بالتزامه بالإعلام.

إلا أن محكمة النقض عابت ذلك على محكمة الاستئناف وأقرت مسؤولية الطبيب بارتكابه خطأ تقصيريا ثابتا في شخصه. على اعتبار أن المحكمة أسست حكمها على المادتين 1165 و 1382 مما لا يدع شكا في أن المسؤولية من طبيعة تقصيرية وهذا كنتيجة حتمية حيث أن الطفل لم يكن طرفا في العقد الذي ينحصر أثره على الطبيب المعالج والمريض (الأم)³.

والمحكمة تكون بذلك قد أعطت للضحية (الطفل) الحق في تأسيس دعواه استنادا إلى الخطأ التقصيري الثابت عن إخلال الطبيب بالتزامه بالإعلام والذي يعد خطأ عقديا بحسب الأصل على اعتبار أن واجب الطبيب بإعلام الأم تحكمه علاقة عقدية في حين أن احتياج الطفل كان على أساس خطأ الطبيب المرتكب بمناسبة قيامه بمهامه.

وإقامة الدليل على الخطأ التقصيري دون التزام المضرور من الغير بإثباته استنادا إلى الخطأ العقدي على النحو السابق يعتبر خطوة هامة من طرف القضاء الفرنسي بغية تجاوز

¹ - Cass. civ1^{re}, 11 oct 1983, précité.

ينظر في التعليق على الحكم حسن جميعي م.س. ص 119

² - أنظر في تفاصيل وحيثيات الحكم ما سبق ص 83 .

³ - en ce sens voir O.Cachard, effet rétroactif de la jurisprudence, JCP éd G. 2002.op.cit p. 551 et s.

عقبات إثبات الخطأ الشخصي في مواجهة المنتج والمحترف عموماً إذ يتيح للمضرور من غير المتعاقدين إقامة المسؤولية التقصيرية التي تكاد تقترب في ضوء هذا التصور من المسؤولية الموضوعية¹، رغم ما في هذا التصور من مأخذ إذ يحقق للمضرور من الغير مزايا تفوق تلك المقررة للمتعاقد كما في حالة أن يكون هذا الأخير محترفاً ذا خبرة شخصية فيؤدي ذلك إلى إعفاء المنتج من المسؤولية رغم إخلاله بالتزامه بالإعلام، بينما لا يستطيع هذا المنتج واستناداً إلى ذلك دفع مسؤوليته في مواجهة الغير المتضرر.

المطلب الثاني

الجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لاحظنا من خلال تطرقنا إلى الجزاء المدني أن الإخلال بالالتزام بالإعلام يعطي للدائن بالإضافة إلى حقه في طلب إبطال العقد أو فسخه مباشرة ودونما حاجة إلى تأسيس ذلك على غيره من نظريات ومبادئ، المطالبة بالتعويض في حالة تضرره من هذا الإخلال بموجب قواعد المسؤولية المدنية، سواء كان ذلك في دعوى أصلية مستقلة أو موازاة مع دعوى الإبطال أو الفسخ على نحو ما بيّناه سابقاً².

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

الفرع الأول - مبررات الجزاء الجنائي في هذا المجال.

يفتقر الجزاء المدني والذي عادة ما يقرّر بعد وقوع الإخلال بالالتزام بالإعلام هادفاً إلى جبر الضرر، إلى الطابع الوقائي الذي يهدف إلى منع هذا الضرر دون وقوعه، الأمر الذي دفع

¹ - في هذا المعنى حسن عبد الباسط جميعي مرجع سابق ص 120.

² - انظر فيما سبق ص 114 وما بعدها.

أغلب القوانين المعاصرة بما في ذلك القانون الجزائري إلى إقرار جزاء من نوع آخر يضاف إلى سابقه يرمي إلى توفير حماية أكبر للمستهلك وفرض من ثم عقوبات جزائية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام في مجال المنتجات والخدمات عن طريق سن نصوص تشريعية كتلك التي جاء بها القانون 02/89 سواء تعلق الأمر بالعقوبات المقررة بموجب هذا الأخير أو تلك المقررة في قانون العقوبات والتي أحال إليها نفس القانون، بالإضافة إلى تلك التي أقرها القانون 02/04 والتي سنتطرق إليها من خلال هذا الجزء من الدراسة.

ولقد تبلورت مبادئ هذه الحماية الجنائية وفق القانون الجنائي الاقتصادي والذي انتقل من قانون يخص الأسعار وتنظيمها إلى قانون يهتم بالمنافسة والمستهلك من خلال صدور القانون 02/89 والنصوص التنظيمية اللاحقة، وكذا القانون 02/04، قصد توفير حماية أكبر للمستهلك على المستويين، الإعلام والسلامة.

ولعل الجزاء الجنائي والذي نحن بصدد دراسته أمله الضرورات العملية. فعمومية الجزاء المدني أدت إلى عدم كفايته في حماية المستهلك من التصرفات اللامشروعة الصادرة من المحترفين والتي ترمي في غالبيتها إلى الترويج للمنتجات والخدمات والربح السريع على حساب مصلحة المستهلك، حيث تصل هذه التصرفات أحيانا إلى التضليل والغش. ومن ثم لجوء هؤلاء إلى جميع الوسائل والأساليب للتهرب من المسؤولية المترتبة عليهم ضمن أحكام القواعد العامة في القانون المدني¹ هذا من جهة. ومن جهة أخرى اقتصر قانون العقوبات في عقابه على بعض الممارسات التجارية إذا اجتمعت بها عناصر جريمة معينة كالمادة 429 منه من خلال تجريمها للغش عموما، حيث تميّزت بطابعها العام بالنسبة للفاعلين وكذا بالنسبة للضحايا². ما جعل بعض المعاملات الأخرى الرامية إلى الضغط على المستهلك من أجل دفعه إلى اقتناء المنتج أو طلب الخدمة لم تصل إلى أفعال يعاقب عليها جنائيا ولم يكن باستطاعة المستهلك إبطالها بموجب القواعد العامة ولا المطالبة بالتعويض عما تكبده من أضرار بموجب قواعد المسؤولية المدنية³. الأمر الذي استدعى البحث عن وسائل جديدة لسد الثغرات التي

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

² - D. Zennaki, l'information comme source de protection des consommateurs, op.cit p. 27.

³ - في هذا المعنى موالك بختة، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مرجع سابق ص 25.

اعتبرت القواعد العامة من خلال سن عقوبات جزائية لقمع هذه التصرفات بهدف حماية المستهلك في صحته وسلامته.

على أن فكرة الجزاء الجنائي ظهرت في بداية الأمر في البلاد الأوروبية¹ وفي الولايات المتحدة الأمريكية وانتشرت بعد ذلك لتشمل جميع دول العالم. ولقد كانت الشريعة وقبل ذلك سبّاقة إلى وضع اللبنة الأولى في حماية المشتري عموماً من خلال النصوص الشرعية العامة التي جاءت في هذا الصدد سواء في القرآن الكريم أو السنة المطهرة تمنع على التاجر أن يغشّ في السلع والخدمات، إذ لا يجوز له الكذب في وصف سلعة ما. على أن كل ربح يعود عليه من الغش والخداع والإغراء يعد من قبيل أكل أموال الناس بالباطل لأن من شأن ذلك تضييع أموال الناس فيما لا حاجة لهم فيه².

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

الفرع الثاني - جزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات³.

تحدّثت المادة 2/28 من القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على العقوبات المقرّرة في حالة الإخلال بهذا النوع من الإعلام والذي تضمّنته المادة 3/3 من نفس القانون. وهي البيانات الواجب إيضاحها للمستهلك والمتعلقة بكل أنواع المنتجات أو الخدمات المقدّمة⁴، وإن كانت في حقيقة الأمر تخص المنتج بالدرجة الأولى من ذكر لمصدره وتاريخ

¹ - ففي فرنسا على سبيل المثال تم صدور الأمر 45-1483 وكذا الأمر 45/1484 الصادرين بتاريخ 30 جوان 1945 المتعلقين على التوالي بالأسعار ومتابعة وقمع الأفعال المخالفة للتشريع الاقتصادي ثم تلاها قانون 2 جويلية 1963 المتعلق بالدعاية الكاذبة ثم بعد ذلك وأهم هذه النصوص القانونين 22/78 المتعلق بإعلام وحماية المستهلك في مجال بعض عمليات القرض وثانيهما القانون 23/78 يتعلق بإعلام وحماية المستهلك في مجال المنتجات والخدمات، إلى جانب نصوص أخرى.

² - حسن جميعي، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، مرجع سابق ص 36.

³ - ينظر تفصيلاً بخصوص الإعلام بالبيانات عموماً ما أوردها بشأن الإعلام بحالة المبيع المادية والقانونية ص 44 وبعدها

⁴ - حيث أنه وبالنسبة إلى الالتزامات الخاصة بالإعلام بشأن نوع معين من المنتجات والتي تضمّنتها النصوص التنظيمية، فإن المادة 9 من المرسوم ت 366/90 والمادة 14 من المرسوم 367/90 أحالتنا على تطبيق نفس العقوبات المقرّرة في القانون 02/89 السالفة الذكر، في حالة الإخلال بالإعلام بالبيانات المتعلقة بهذا النوع من المنتجات، على أن هذه العقوبات تطبق أيضاً في مجال التجميل والتنظيف البدني وإن لم يخلنا إليها المرسوم 37/97 ذلك كون هذه العقوبات تتعلق بجميع أنواع المنتجات والخدمات على إطلاقها، بالإضافة إلى عدم تضمن هذا المرسوم عقوبات خاصة.

صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من اجل ذلك و عمليات المراقبة التي أجريت عليه. حيث نصت (المادة 2/28) على معاقبة المهني الذي يخالف ذلك بالحبس من عشرة أيام إلى شهرين وبغرامة مالية من 100 إلى 1000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين .

وإذا تسبب ذلك في عجز جزئي أو دائم للمستهلك أو وفاته فإنه ووفقا للمادة 1/29 من نفس القانون تطبق العقوبات المنصوص عليها في المادة 288 و 289 من قانون العقوبات, حيث تنص المادة 288 والخاصة بالقتل الخطأ أو التسبب فيه من عدم احتياط أو عدم انتباه أو إهمال أو عدم مراعاة الأنظمة, على عقوبة الحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 1000 إلى 20000 د ج.

أما المادة 289 والتي تخص الجرح الخطأ, فنصت على عقوبة الحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 500 إلى 15000 د ج أو بإحدى العقوبتين في حالة ما أدى استهلاك المنتج أو تقديم الخدمة إلى جرح أو مرض أدى إلى العجز الكلي عن العمل لمدة تجاوز ثلاثة أشهر نتيجة هذا الإخلال .

وإذا كان المهني متعمداً في تقصيره في وضع البيانات ولحقت المادة الغذائية المغشوشة أو الفاسدة أو المسمومة بالشخص الذي تناولها مرضاً أدى إلى العجز الكلي عن العمل تطبق على مرتكبها وطبقاً للمادة 2/29 (ق02/89) العقوبات المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات, بالحبس من سنتين إلى عشر سنوات وبغرامة من 20,000 إلى 200,000 د ج. وتجدر الملاحظة في هذا المقام إلى ما أشار إليه بعض المختصين¹ في هذا المجال بشأن عقوبة أخرى أوردتها المادة 28 السالفة الذكر في فقرتها الأولى والتي أحالت إلى تطبيق نص المادة 429 من قانون العقوبات) وهي عقوبة الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20,000 أو بإحدى هاتين العقوبتين) في حالة ما أخل المهني بأحكام المادة 2/3 من القانون 02/89 والتي جاء فيها " ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج و/ أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك لا سيما فيما يتعلق بطبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته" على اعتبار أن هذا النص خاص بالإعلام

¹ - dans ce sens voir D. Zennaki , op.cit p. 27.

عن الخصائص الجوهرية للمنتوج، يؤدي الإخلال بأحكامه إلى تطبيق المادة 429 من قانون العقوبات السالفة الذكر.

إلا أنه وبالتمعن في سياق النص نجد أن المادة أشارت إلى وجوب أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للمستهلك وذلك بتوفره على تلك الخصائص، حيث يعد غيابها خرقاً من جانب المهني لما أدلى به من خصائص جوهرية أو لما كان يجب أن يتضمنه المنتج من هذه الخصائص بحسب طبيعته وصفه، يدخل ضمن الغش الذي عاقبت عليه المادة 429 السالفة الذكر، وليس أخلاقاً بالالتزام بالإعلام عن الخصائص الجوهرية للمبيع. إذ القول بذلك من شأنه التوسع في تفسير المادة 28 وعدم التقيّد بحرفيتها، خاصة وأن هذه الأخيرة تحيلنا إلى تطبيق المادة 429 والتي تتضمن في طياتها عقوبة جزائية سالبة للحرية.

على أن هذا ليس معناه عدم وجوب وسم المنتج بهذه الخصائص الجوهرية. إذ أن المادة 21 من القانون 02/89 أقرت ذلك، فأوجب أن تبرز العناصر المذكورة في الفقرتين الثانية (المتعلقة بوجوب توفر المنتج على الخصائص الجوهرية بحسب طبيعته وصفه) والثالثة (المتعلقة بالبيانات الواجب ذكرها من مصدر وتاريخ الصنع وكيفية الاستعمال واحتياطات ذلك) من المادة 3 في الوسم الذي يحمله المنتج و/ أو الخدمة حسب طبيعته وصفه تحت طائلة الحجز الفوري بقرار من السلطة الإدارية المختصة.

وعليه فإن خرق أحكام الفقرة الثالثة من المادة 3 يعتبر أخلاقاً بالالتزام بالإعلام بالبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة يستوجب وزيادة على تطبيق العقوبات المنصوص عليها في المادتين 2/28 و 29 السالفتي الذكر، الحجز الفوري للمنتج طبقاً لنص المادة 21.

أما خرق أحكام الفقرة الثانية من المادة 3 فإنه يعتبر إخلالاً بالخصائص الجوهرية التي يجب أن يتوفر عليها المنتج بحسب طبيعته وصفه، يستوجب تطبيق العقوبة المنصوص عليها في نص المادة 429 ق العقوبات والتي أحالت إليها المادة 1/28 السالفة الذكر. أما إذا توفّر المنتج على الخصائص الجوهرية الواجب توافرها فيه إلا أن المهني لم يقدّم من خلال الوسم بتضمين المنتج بالبيانات المتعلقة بهذه الخصائص ففي هذه الحالة نكون بصدد الإخلال بالالتزام بالإعلام بالخصائص الجوهرية للمبيع، وحينها تكون العقوبة هي الحجز الفوري للمنتج فحسب.

الفرع الثالث- جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار وشروط البيع¹.

لقد نص القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على نوعين من المخالفات² وقرر لكل نوع منها جزاءا مناسباً تتعلق المخالفة الأولى بالإخلال بالإعلام عن الأسعار، وتتعلق الثانية بعدم الإعلام بشروط البيع وتقديم الخدمة.

أ- جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار.

حيث نصت على مخالفة هذا النوع من الإعلام المادة 31 من القانون 02/04 بمعاينة المخالف للمواد 4, 6, 7 من نفس القانون، والمتعلقة بالإعلام بالأسعار والتعريفات الخاصة بالسلع والخدمات بغرامة من 5000 إلى 100,000 د.ج.

ب: جزاء الإخلال بالإعلام بشروط البيع.

ونصت على هذه المخالفة المادة 32 من القانون 02/04 بمعاينة المخالف للمواد 8, 9 من نفس القانون والمتعلقين بالإعلام بشروط بيع المنتج، أو تقديم الخدمة بغرامة من 10,000 إلى 100,000 د.ج.

وما تجدر الإشارة إليه هو أن جرميتي عدم الإعلام بالبيانات، وكذا عدم الإعلام بالأسعار وشروط البيع على نحو ما بيناه تقومان بتوافر شرطين حيث من دونهما لن تخرجا إلى حيز الوجود.

ويتمثل الشرط الأول في عدم الإعلام عن البيانات أو عن الأسعار وشروط البيع بأي شكل من الأشكال سواء كان الإخلال جزئياً أو كلياً³، كأن يعلن المحترف عن التاريخ الأقصى للاستهلاك دون ذكر طريقة الاستعمال أو الاحتياطات الواجب اتخاذها أو العكس مثلاً، هذا بالنسبة للإعلام بالبيانات، أو كأن يعلن عن سعر الجملة دون التجزئة أو يعلن عن المبلغ المستحق الدفع في

¹ - ينظر في هذا الشأن تفصيلاً ما أوردناه في صدد الحديث عن الإعلام بالأسعار وشروط البيع ص 49 وما بعدها.

² - على أن هذا النوع من الإعلام نصت على مخالفته من قبل المادة 61 من الأمر 06/95 حيث أقرت له جزاء واحد سواء تعلق الأمر بمخالفة الإعلام بالأسعار أو بشروط البيع وهو الغرامة من 5000 إلى 500.000 د.ج إلا أن هذه المادة ألغيت بموجب المادتين 31 و32 من القانون 02/04 والذي خص لكل نوع من الإعلام جزاءاً خاصاً.

³ - نائل عبد الرحمان صالح، الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية، مرجع سابق ص 129.

مقابل المنتج أو الخدمة دون توضيح فيما إذا كان يتعلق بالمبلغ الإجمالي بما في ذلك الرسوم و المصاريف المستحقة، أو بالثمن الأساسي فحسب بالنسبة للإعلام بالأسعار وشروط البيع. أما الشرط الثاني وهو القصد الجرمي، حيث يعتبر هذا العنصر مفترضا باعتبار أن الجريمة في هذه الحالة هي من الجرائم المادية يكفي الإقدام على التصرف المتضمن عدم الإعلام لكي يتوافر القصد الجرمي ولا يمكن إثبات انتفائه، إذ أن الإهمال وقلة الاحتراز كافيان لتوافره¹.

¹ - نائل عبد الرحمان صالح، نفس المرجع نفس الموضوع.

خاتمة.

تناولت من خلال هذه الدراسة موضوع حق المستهلك في الإعلام والذي يعتبر من المواضيع التي تحتل أهمية كبرى في مجال حماية المستهلك وأحد أهم الحقوق الأساسية لهذا الأخير. ولقد كان من الطبيعي أن نعتمد في سبيل انجاز هذه الدراسة على اجتهادات القضاء الفرنسي والذي كان له الفضل في نشأة هذا الالتزام، مع ربط هذه الدراسة بالنصوص القانونية المتوفرة والتي جاءت في هذا الصدد في التشريع الجزائري. وكان من الطبيعي أيضا إن نمهد لهذه الدراسة بمقدمة تناولت فيها امتداد هذا الالتزام في القوانين السابقة ثم ظروف وملابسات نشأته والأهمية التي تحتلها دراسة هذا الموضوع وأهم التساؤلات التي يطرحها.

ولقد كان لزاما في سبيل ذلك، أن نقسم الدراسة إلى فصلين تناولت في الفصل الأول الأحكام العامة للالتزام بالإعلام من خلال مبحثين، تطرقت في المبحث الأول إلى ذاتية الالتزام بالإعلام مبيّنا مفهومه وأساسه ثم طبيعته. وانتهيت فيه إلى أن الالتزام بالإعلام - كالتزام قائم بذاته له خصوصياته أملتته ضرورات التطور - لم تتبيّن ملامحه إلا حديثا من خلال اجتهادات القضاء الفرنسي في محاولة منه لإعادة التوازن العقدي إلى نصابه بالاعتماد على بعض النصوص العامة في القانون المدني يدعمه في ذلك الفقه الحديث، لما يلعبه هذا الالتزام من دور وقائي كوسيلة لتبصير المشتري بما يتعاقد بشأنه قبل إقحامه في عملية التعاقد، إلى جانب دوره في استقرار المعاملات من خلال تجنب لجوء المتعاقد إلى إبطال العقد إذا ما هو أعلم بصفة دقيقة وكاملة. مما يجعل هذا الالتزام مستقلا تماما عن باقي الالتزامات الأخرى كالالتزام بالسلامة والالتزام بالضمان وكذا الالتزام بالتسليم، نظرا لضيق نطاق كل من هذه الالتزامات مقارنة بالالتزام بالإعلام.

كما تبين من خلال نفس المبحث صعوبة التمييز من الناحية العملية بين الالتزام قبل التعاقد بالإعلام والالتزام التعاقدية بالإعلام. على أن هذا التمييز لا يعدو أن يكون نظريا ليس إلا.

ووقفنا بعدها عند تعدد الأسس التي اعتمدها كل من الفقه والقضاء وهذا كنتيجة حتمية في ظل غياب نص صريح يبين معالم الالتزام بالإعلام. حيث تراخت هذه الأسس

ما بين الأساس العقدي فاعتبر من مستلزمات العقد وفقا للقانون والعرف وقواعد العدالة، وهو الاتجاه الغالب بفرنسا. وبين الأساس غير العقدي من خلال النصوص القانونية المتعلقة بعيبي الإرادة من غلط وتدليس، ونص المادة 352 من ق م الجزائري، مرورا بالالتزامات الأخرى كالالتزام بالسلامة والضمان وكذا الالتزام بالتسليم، والتي يرى فيها جانب من الفقه أساسا للالتزام بالإعلام. حيث خلصت من خلالها إلى إمكانية اعتبار المادة 352 ق م ج أساسا لهذا الالتزام وتطبيقا مثاليا له في عقد البيع بما في ذلك مجال العقارات (على اعتبار أن أغلب المتدخلين في هذا المجال هم وكالات عقارية متخصصة في مثل هذه البيوع) تدعمها المواد التي جاء بها القانون 02/89 وكذا القانون 02/04 لاسيما المادة 8 منه والتي تعتبر بحق أساسا لهذا الالتزام في مجال السلع والخدمات.

كما تطلب الحديث عن ذاتية الالتزام بالإعلام البحث في طبيعة هذا الأخير، فتبين لنا ترجيح الطبيعة العقدية وهذا حتى بالنسبة للبيانات والمعلومات التي يجب تقديمها قبل إبرام العقد باعتبار أن نتائج الإخلال لا تظهر إلا في المرحلة التالية للإبرام، أي أثناء تنفيذ العقد. أما بالنسبة للخدمات ولما كان هناك اتفاق بين مقدم الخدمة وطالبا فإنه ومن دون شك يعتبر الالتزام بالإعلام بصدها من طبيعة عقدية.

وفي سياق الحديث عن طبيعة هذا الالتزام تبين لنا ترجيح اعتباره التزاما بتحقيق نتيجة، إذ تتفق هذه النتيجة والغاية من وجود هذا الالتزام وهو حماية رضاء المستهلك والحفاظ على سلامته و هذا بالنسبة إلى ضرورة تقديم المعلومات المتعلقة بمحل العقد. أما عن مدى فهم المستهلك لهذه المعلومات، والوسائل المستخدمة في إيصالها فإن ذلك يعتبر التزاما ببذل عناية.

واستوجب بيان الالتزام بالإعلام استعراض مضمونه ونطاقه ووسائل تنفيذه، إذ وبالنسبة إلى المضمون فإنه لم يخرج عن نقاط ثلاث وهي ضرورة الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة ببيان حالة المبيع المادية من أوصاف وخصائص جوهرية عن طريق الوسم، وبيان الوضع القانوني لمحل العقد و عما إذا كان محددًا بتكاليف وأعباء من حقوق شخصية أو عينية، أو مكملًا بامتيازات كأن يكون قد ورد عليه تأمين أو ضمانات أخرى.

ويلتزم المدين بهذا الالتزام أيضا بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع، وعن البيانات المتعلقة باستعمال المبيع والتحذير من المخاطر التي قد يؤدي إليها الاستعمال الخاطئ له.

كما استدعى الحديث عن نطاق هذا الالتزام بيان الأطراف المدينة بهذا الأخير وهم البائع المحترف والمنتج أو الصانع، بما في ذلك المقاول المجهز نظرا لخبرته. كما قد يمتد هذا الالتزام وفي أحيان عديدة إلى البائع العرضي. وخلصنا من خلال ذلك إلى أن هذه الفئات يقع عليها واجب الاستعلام من أجل الإعلام، وأن اختصاص هؤلاء من عدمه له تأثير على التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية في حالة الإخلال به.

أما الطرف الدائن بهذا الالتزام فهو المشتري العادي عموما أو المستهلك وأحيانا أخرى حتى ذاك المحترف الذي لا تمكنه خبرته أو تخصصه من إدراك طبيعة ما يتعاقد بشأنه، بالإضافة إلى البائع الوسيط أو الموزع في مواجهة الصانع.

وفي سياق الحديث عن نطاق هذا الالتزام من حيث الأشياء تبين أن واجب الإعلام يمتد ليشمل كل المنتجات مهما كان نوعها أو صفتها مما استدعى التركيز من خلال الدراسة على الأشياء الخطرة والأشياء ذات التقنية العالية والمعقدة وكذا المنتجات المبتكرة حديثا لما لها من تأثير سواء على سلامة المستهلك أو ذمته المالية إذا ما هو لم يعلم بشأنها بصفة دقيقة ووافية، ونظرا للدور الذي لعبته هذه الأصناف من المنتجات في بروز وتطور معالم هذا الالتزام في الوقت الراهن.

ولم يتوقف زحف الالتزام بالإعلام عند هذا الحد حيث تبين من خلال الدراسة ذلك الازدهار الكبير الذي عرفه في مجال الخدمات نظرا لما شهدته هذه الأخيرة من تطور ملحوظ في شتى المجالات، الأمر الذي دعا إلى التخصيص بالذكر مجال الخدمات الذهنية كمجال البنوك من خلال عقود الائتمان وخدمات التأمين وكذا المهن الحرة كالمحامي والموثق والطبيب، حيث ألقى القضاء الفرنسي على عاتقها واجب الإعلام لصالح المستهلك خاصة بعدما شهدته هذه المجالات من تعقيدات فنية لم يكن باستطاعة الأخير إدراك نطاق الالتزام الذي سيلقى على عاتقه من خلالها.

كما تم التعرّض وفي سياق نفس المبحث إلى الوسائل التي يتخذها المدين بغية إيصال المعلومة. حيث تراوحت هذه الوسائل بين تقليدية من تدوين (الوسم عموماً) وصولاً إلى الوسائل المستحدثة كالإعلان أو الإشهار وكذا وسائل الاتصال المختلفة والدور الذي لعبته في هذا الشأن. وانتهينا فيه إلى اعتبار أن الكتابة تبقى أهم هذه الوسائل لما لها من أهمية في مجال الإثبات لامتيازها بصفة الديمومة إذ يتسنى من خلالها للمستهلك مراجعة المعلومات المرفقة متى شاء ذلك.

وفي الفصل الثاني تعرضنا إلى بحث موضوع الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام لما في دراسته من أهمية في تحديد المسؤوليات. حيث أخذ الأثر المترتب عن هذا الإخلال والمسئولية المدنية بشأنه حصة الأسد في هذه الدراسة لتعلقها بتقرير التعويض للمتضرر، وهذا أمام انعدام نصوص قانونية خاصة تبين هذا الأثر. على اعتبار أن المسئولية الجنائية قد أحاطها القانون لا سيما الجزائري بترسانة من النصوص التشريعية والتنظيمية.

ولقد تطلب بيان حالة الإخلال بهذا الالتزام استعراض أثر هذا الإخلال سيما على العقد. حيث تبين أن هناك اتجاهات فقهية تتنازع هذا الفرض إذ يرى اتجاه منها إمكان إبطال العقد كأثر عن الإخلال مع اختلاف الأسس التي يركز عليها هذا الإبطال والمتمثلة في نظرية عيوب الرضاء ونظرية ضمان العيوب الخفية. وخلصنا من خلال التحليل إلى إمكانية اعتبار المادة 352 م جزائري أنسب هذه الأسس مقارنة مع النظريات الأخرى والتي عرفت قصوراً في مجال حماية المستهلك. على أن هذه المادة تبقى عاجزة نوعاً ما عن تغطية المجالات الداخلة في نطاق الالتزام بالإعلام وأخص بالذكر هنا مجال الخدمات والتي تحكمها قواعد خاصة في هذا الشأن.

على أن هناك اتجاه حديث بفرنسا ينادي بإمكانية المطالبة بفسخ العقد في حالة الإخلال لاعتبارات عملية أهمها أن الاستناد إلى الفسخ من شأنه التخلي عن الأسس المقترحة في مجال الإبطال فيكون للدائن الحق في اللجوء إليه مباشرة مما يدعم فكرة استقلالية الالتزام بالإعلام. كما أن الأخذ بهذا الرأي يجعل من الفسخ أكثر ملائمة بالنسبة

للاللتزامات اللاحقة على التعاقد مما يتمشى وترجيح الطبيعة العقدية للالتزام بالإعلام. وفي هذه الحالة يحق للمستهلك المطالبة بالتعويض موازاة مع دعوى طلب الفسخ .

كما استدعت دراسة موضوع الجزاء أيضا البحث في المسؤولية المدنية المترتبة عن هذا الإخلال, حيث تبين لنا ترجيح الطبيعة العقدية لهذه الأخيرة لتماشيا وترجيح إضفاء الطبيعة العقدية على الالتزام بالإعلام ذاته تيسيرا لمهمة الإثبات. إذ ما على المستهلك إلا إثبات عدم قيام المدين بواجبه بالإعلام سواء تعلق الأمر بغياب تام للمعلومات أو نقصها دونما حاجة إلى إثبات تقصير المدين من عدمه, على اعتبار أن الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة.

وكان لا بد وفي سياق الحديث عن المسؤولية المدنية أن نستعرض شروط هذه الأخيرة من خلال التطرق إلى الخطأ -بصورتيه سواء ذلك المتمثل في إخلال ايجابي من خلال تقديم بيانات كاذبة أو سلبي عن طريق كتمان بعض المعلومات الضرورية- والاستفاضة فيه باعتباره الركيزة الأساسية لأي مسؤولية, وكونه ينطوي على عنصر الإثبات والذي لا يقل أهمية عنه.

وفي صدد الحديث عن إثبات الخطأ تبين أن قيام مسؤولية المدين بهذا الالتزام يستوجب إثبات قيام هذا الالتزام أصلا في ذمته, ولا يتأتى ذلك إلا من خلال توافر شرطين أولهما هو علم المدين بالمعلومات المتعلقة بمحل العقد وبمدى تأثيرها على الدائن. أما ثاني هذين الشرطين فهو جهل المستهلك بحقيقة هذا المحل وكون هذا الجهل مشروعاً. هذا رغم اشتراط جانب من الفقه إضافة شرط ثالث مفاده قيام الدائن بإثبات عدم تنفيذ المدين للالتزامه أو أن هذا التنفيذ كان ناقصاً. حيث تبين لنا أن هذا الشرط الأخير يثير صعوبات عدة من حيث أنه يجافي الهدف الذي وجد الالتزام بالإعلام من أجله كآلية فعالة لحماية المستهلك في تعامله مع شخص يفوقه تقنيا وفنيا. كما انه ينافي فكرة اعتبار الالتزام بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة. وفي هذه الحالة يبقى الدائن بهذا الالتزام ملزما فقط بإثبات وجود هذا الالتزام على عاتق المدين به, ويكون في المقابل على هذا الأخير إثبات وبكل الطرق أنه نفذ التزامه بالإعلام.

ويضاف إلى شرط الخطأ أن يصاب المستهلك بضرر، سواء كان ماديا أو جسديا بما في ذلك الضرر المعنوي للقول بقيام المسؤولية. على أن يكون بين هذا الضرر والخطأ علاقة سببية يمكن القول من خلالها أن الضرر كان نتيجة حتمية لإخلال المدين بالتزامه بالإعلام .

على أن المسؤولية هنا يمكن للمدين دفعها من خلال انتفاء علاقة السببية ولا يكون ذلك إلا بإثبات تدخل السبب الأجنبي بين الفعل الخاطئ والنتيجة، والذي لا يخرج عن صور ثلاث، إما قوة قاهرة لا يد للمدين فيها. وإما خطأ المضرور بحيث يكون هو السبب فيما لحقه من ضرر عن طريق سلوكه الخاطئ أو مخالفته التعليمات التي قدمها له المدين. وإما خطأ الغير الأجنبي عن السلعة المنتجة أو الخدمة المقدمة والذي يشترط فيه ألا يكون في مركز التابع للمدين وإلا وجبت مساءلة هذا الأخير عن خطأ الغير التابع.

ولقد تطلبت دراسة المسؤولية المدنية أيضا التعرّيج على التعويض كأثر لهذه الأخيرة. فتبين أن للدائن الحق في المطالبة به إذا ما توافرت أركان المسؤولية حيث يمتد ليشمل الإضرار المادية والجسدية وحتى تلك المعنوية.

على أن القضاء الفرنسي واستجابة لضرورات التطور في مجال السلع والخدمات والتي لم يعد الانتفاع بها يقتصر على المستهلك فحسب، فأضحى الخطر عاما يخرج عن حدود التعاقد، ذهب إلى تقرير التعويض لغير المتعاقدين وهذا في اتجاه حديث نسبيا اعتبر فيه هذا القضاء أن الإخلال بالتزام تعاقدى يعتبر وفي الوقت ذاته خطأ تقصيريا في مواجهة الغير المتضرر دونما حاجة إلى إثبات هذا الأخير خطأ أو تقصير المدين بالتزام بالإعلام.

وتعرضنا في ختام هذا الفصل إلى المسؤولية الجنائية والجزاءات المقررة في هذا الشأن كوسيلة أخرى في سبيل توفير المزيد من الحماية للمستهلك وآلية فعالة للوقاية دون مخالفة هذا الالتزام وبالتالي وقوع الضرر. حيث يعتبر هذا الجزاء كذلك وسيلة لردع وقمع التصرفات والممارسات التجارية غير الشرعية التي تمس أمن وسلامة المستهلك وهذا أمام عمومية الجزاء المدني وعجز قواعده على توفير الحماية الكافية. يضاف إلى

ذلك عدم توفّر قانون العقوبات على نصوص قانونية تعالج هذا الموضوع عدا نص المادة 429 من خلال تجريمها للغش عموماً.

وتتعلق هذه الجزاءات الجنائية بأمرين اثنين أولهما الجزاءات التي رتبها القانون على إخلال المدين بالإعلام بالبيانات أو الوسم عموماً، والتي أقرها القانون 02/89 وأحالت إليها النصوص التنظيمية الأخرى، وثاني هذه الجزاءات تتعلق بالإخلال بالإعلام بالأسعار وشروط البيع والتي أقرها القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث خصص لكل نوع جزاءاً خاصاً.

ولعل ما لمسناه من خلال هذه الدراسة هو أنه ورغم الأهمية القصوى التي يحتلها الالتزام بالإعلام في مجال حماية المستهلك إلا أنه لا يزال يفتقر إلى معالجة وافية من لدن القوانين الوضعية بما في ذلك القانون الجزائي من خلال بيان معالم هذا الأخير خاصة فيما يتعلق بالأساس الذي يستند إليه وكذا الجزاء المقرر في حالة الإخلال به، وهذا أمام عجز وقصور القواعد العامة في توفير الحماية الكافية للمستهلك وصعوبة الإثبات بشأنها.

هذا بالإضافة إلى أنه ورغم توفر القانون المدني الجزائي على المادة 352 والتي تعتبر تطبيقاً للالتزام بالإعلام في مجال عقد البيع، إلا أن هذه الأخيرة لا تمتد لتشمل مجال الخدمات، والذي لم يحظ هو الآخر بنفس النصيب الذي حظي به مجال المنتجات، بالإضافة إلى عدم تضمن النصوص التي جاءت في صدد حماية المستهلك للجزاء المناسبة في حالة الإخلال بها.

وعلى اثر هذه النقائص فإنه بات من الضروري تدخل الآلة التشريعية لسد هذه الثغرات عن طريق سن نصوص قانونية صريحة تكون أساساً لهذا الالتزام يبيّن من خلالها خاصة طبيعة هذا الالتزام ومداه وكذا الجزاء المقرر في حالة الإخلال به نظراً لما في بيان هذه النقاط من أهمية في رسم حدود واضحة له ومن ثم تدعيم فكرة استقلالية الالتزام بالإعلام، على اعتبار أن هذه الاستقلالية من شأنها توفير الحماية الكافية للمستهلك والتي تعتبر غاية قانون الاستهلاك في الوقت الراهن.

كما ينبغي أيضا وفي سبيل نفس الغاية تفصيل بعض النقاط المتعلقة بمجال المنتجات والخدمات عن طريق إصدار نصوص تنظيمية تتعلق بشروط البيع وشروط تقديم الخدمات تكون مهمتها توضيح وبصفة دقيقة أبعاد وحدود هذه الشروط وكذا مضمونها. وان لا يترك ذلك لاتفاق الأطراف وفتح المجال من ثم للمحترف كي ينفرد بتضمين هذه الأخيرة في بنود العقد. على اعتبار أن هذا الفرض هو الغالب أمام تفوق هذا الأخير في هذا المجال واضطرار المستهلك في الكثير من الأحيان إلى إبرام مثل هذه العقود دون تبصر أو تريث تدفعه لذلك الحاجة الملحة لهذا المنتج أو تلك الخدمة. خاصة وأن المادة 8 من القانون 02/04 تجيز تحديد المسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة.

كما يقترح كذلك وفي نفس السياق تعديل المادة 1/6 من المرسوم ت 366/90 المتعلق بوسم المنتجات غير الغذائية وعرضها والتي نصت على جواز طبع البيانات الضرورية المتعلقة بالمنتج على التغليف نفسه. إذ لا يخفى ما يمثله ذلك من خطورة على مصلحة المستهلك خاصة إذا ما تعلق الأمر بمنتج خطير سواء بطبيعته أو بفعل الظروف المحيطة به. ونفس الشيء يقال على المادة 7 من م التنفيذ 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها والتي نصت على إمكانية الإخلال بضرورة وسم بيان أو عدة بيانات من تلك التي تعتبر ضرورية والتي تملئها الضغوط التي تفرضها حجم بعض الرزم أو الصعوبات التقنية. حيث أن المادة ورغم أنها استثنت الفقرات 1, 4, 5 من المادة 6 من نفس القانون إلا أنها لم تدخل ضمن هذا الاستثناء الفقرة 6 والمتعلقة بطريقة الاستعمال والتناول رغم أهميتها وما يمثله غيابها من خطورة.

فهرس الموضوعات

الصفحة

الموضوع

1	مقدمة
6	الفصل الأول : الأحكام العامة للالتزام بالإعلام
6	المبحث الأول : ذاتية الالتزام بالإعلام
6	المطلب الأول : مفهوم الالتزام بالإعلام
7	الفرع الأول - معنى الالتزام بالإعلام
7	أولا : معنى الإعلام لغة
7	ثانيا : المعنى الاصطلاحي للالتزام بالإعلام :
11	الفرع الثاني - أهمية الالتزام بالإعلام و مبرراته
11	أولا : أهمية الالتزام بالإعلام
11	أ- الالتزام بالإعلام يمثل حماية للمستهلك كطرف ضعيف في التعاقد
12	ب- الالتزام بالإعلام وسيلة لضمان سلامة المستهلك
14	ثانيا : طابع و مبررات الالتزام بالإعلام
14	أ- طابع الالتزام بالإعلام
14	1- الالتزام العام بالإعلام
15	2- الالتزامات الخاصة بالإعلام
16	ب- مبررات الالتزام بالإعلام
18	الفرع الثالث - خصائص الالتزام بالإعلام
18	أولا : من حيث كونه حديث النشأة من عدمه
19	ثانيا : من حيث كونه مستقلا أو تابعا لغيره من الالتزامات
20	المطلب الثاني : أساس الالتزام بالإعلام
21	الفرع الأول- الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات
21	أولا : الالتزام بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام
23	ثانيا : الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام
24	ثالثا : الالتزام بالسلامة كأساس للالتزام بالإعلام
26	الفرع الثاني- الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد
27	الفرع الثالث- الأساس غير التعاقدى للالتزام بالإعلام
28	أولا : نظرية عيوب الرضاء كأساس للالتزام بالإعلام
28	ثانيا : مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام
30	ثالثا : المادة 352 من ق م الجزائري كأساس للالتزام بالإعلام
35	المطلب الثالث : طبيعة الالتزام بالإعلام
35	الفرع الأول- طبيعته بالنظر إلى زمن الوفاء به (تعاقدى- قبل تعاقدى)
35	أولا : الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدى من حيث الوفاء به
36	ثانيا : الالتزام بالإعلام التزام تعاقدى من حيث الوفاء به
39	الفرع الثاني : طبيعته من حيث كونه التزاما بوسيلة أم بتحقيق نتيجة
39	أولا : الالتزام بالإعلام التزام بوسيلة
41	ثانيا : الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة
44	المبحث الثاني : مضمون ونطاق الالتزام بالإعلام ووسائل تنفيذه

45	المطلب الأول : مضمون الالتزام بالإعلام
45	الفرع الأول- الإعلام بحالة المبيع المادية و القانونية.
45	أولا: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة المادية للمبيع .
47	ثانيا: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالوضع القانوني لمحل العقد.
49	الفرع الثاني- الإعلام بالأسعار وشروط البيع.
49	أولا: الإعلام بالأسعار ومضمونه.
50	ثانيا- الإعلام بشروط البيع ومضمونه.
54	الفرع الثالث- الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع ومكامن خطورته.
54	أولا: الإعلام بالبيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع.
56	ثانيا: الإعلام بالبيانات المتعلقة بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع.
58	1- التحذير الكامل.
58	2- التحذير الواضح.
59	3- التحذير الظاهر.
59	4- وجوب أن يكون التحذير لصيقا بالمنتجات.
60	المطلب الثالث : نطاق الالتزام بالإعلام
61	الفرع الأول- نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص.
61	أولا: المدين بالالتزام بالإعلام.
62	1- المنتج أو الصانع.
63	2- البائع الوسيط أو الموزع.
63	أ- البائع المتخصص.
64	ب- البائع غير المتخصص.
66	ثانيا: الدائن بالالتزام بالإعلام.
66	أ- المشتري غير المهني أو المستهلك عموما.
69	ب- المشتري المهني .
70	الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشياء.
71	أولا: الأشياء الخطرة.
74	ثانيا: الأشياء ذات التقنية العالية والمعقدة.
75	ثالثا: المنتجات الجديدة والمبتكرة حديثا.
76	الفرع الثالث- نطاقه في مجال الخدمات.
77	أ- مبررات توسع الالتزام بالإعلام في هذا المجال.
77	ب- مظاهر الالتزام بالإعلام في مجال الخدمات.
78	أولا: إعلام المستهلك في عقود الائتمان.
80	ثانيا: التزام الموثق بالإعلام.
82	ثالثا: التزام المحامي بالإعلام.
82	رابعا: الالتزام بالإعلام والعقد الطبي.
87	المطلب الثالث : وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام
87	الفرع الأول- الإعلام بالبيانات كتابة.
87	أولا: أهمية الكتابة ومبرراتها العملية.
88	ثانيا: المظاهر التي تتخذها الكتابة تنفيذا للالتزام.

88	1- الوسم L'etiquetage
89	2- دليل الاستعمال Catalogue
90	3- تقديم الفواتير أو ما يقوم مقامها
92	الفرع الثاني- الوسائل المستحدثة لإعلام المستهلك
92	أولاً: الإعلانات أو الإشهار كوسيلة للإعلام
93	ثانياً: الوسائل التقنية للإعلام
94	1-الإعلام عن طريق وسائل البث الإذاعي والتلفزيوني
95	2- الإعلام عن طريق الإنترنت
97	الفصل الثاني : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام
97	المبحث الأول : أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام
98	المطلب الأول : قابلية العقد للإبطال كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
98	الفرع الأول- إبطال العقد تأسيساً على نظرية عيوب الرضاء
98	أولاً: إبطال العقد استناداً إلى الغلط
101	ثانياً : إبطال العقد استناداً إلى التدليس
105	الفرع الثاني :إبطال العقد تأسيساً على نظرية ضمان العيوب الخفية
109	الفرع الثالث: إبطال العقد تأسيساً على المادة 352 ق م الجزائري
113	المطلب الثاني : قابلية العقد للفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
113	الفرع الأول: تقرير القضاء المقارن للفسخ كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
116	الفرع الثاني: جواز الجمع بين الفسخ والتعويض
118	المبحث الثاني : المسؤولية المدنية والجنائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
119	المطلب الأول : المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
119	الفرع الأول- طبيعة المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
120	أولاً: الطبيعة التقصيرية للمسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
123	ثانياً : الطبيعة العقدية للمسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
123	أ- مناداة الفقه بضرورة إضفاء الطبيعة العقدية
127	ب- اتجاه القضاء الفرنسي نحو جعل المسؤولية عن مخالفة الالتزام بالإعلام عقدية
129	الفرع الثاني: شروط المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
130	أولاً: الخطأ صورته وإثباته. L'erreur
130	أ- صور الخطأ
131	1- الطابع السلبي لخطأ المدين
134	2- الطابع الإيجابي لخطأ المدين
135	ب- إثبات الخطأ
141	ثانياً: الضرر Le préjudice
142	أ- صورته
142	أ- الأضرار المادية والصور التي تتخذها إخلالاً بالالتزام بالإعلام
143	ب-الضرر الأدبي الناتج عن الإخلال بالالتزام بالإعلام
144	2- شروط الضرر الواجب التعويض عنه
144	أ- وجوب أن يكون الضرر محقق الوقوع
146	ب-وجوب أن يكون الضرر مباشراً

- 147.....
- 148..... ثالثاً: علاقة السببية بين الخطأ والضرر .
- 149..... - طرق دفع المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 149..... ا- القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ.
- 151..... ب- خطأ المضرور.
- 152..... ج- خطأ الغير.
- 153..... الفرع الثالث: التعويض كأثر للمسئولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 153..... أولاً: تقرير التعويض كأثر للمسئولية ونطاقه.
- 154..... أ- التعويض عن الأضرار الجسدية.
- 155..... ب- التعويض عن الأضرار المادية.
- 159..... ثانياً: تقرير التعويض لغير المتعاقدين.
- 159..... المطلوب الثاني : الجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.
- 161..... الفرع الأول- مبررات الجزاء الجنائي في هذا المجال.
- 164..... الفرع الثاني - جزاء الإخلال بالإعلام بالبيانات.
- 164..... الفرع الثالث- جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار وشروط البيع.
- 164..... أ- جزاء الإخلال بالإعلام بالأسعار.
- 166..... ب: جزاء الإخلال بالإعلام بشروط البيع.
- 174..... خاتمة.
- 183..... قائمة المراجع المعتمدة.
- قائمة بأهم المختصرات.

