

الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية قانونية لحماية المستهلك

*The obligation to inform before contracting
as a legal mechanism for consumer protection*

د. قنفود رمضان⁽²⁾

ط.د فرحات فاطمة زهرة⁽¹⁾

أستاذ محاضر - كلية الحقوق والعلوم السياسية

باحثة دكتوراه - كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة يحي فارس - المدية (الجزائر)

جامعة يحي فارس - المدية (الجزائر)

g.ramadane11@gmail.com

ferhat.fatimazahra@gmail.com

تاريخ النشر

تاريخ القبول:

تاريخ الارسال:

20 ديسمبر 2020

18 ديسمبر 2020

15 سبتمبر 2020

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلي توضيح الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، وذلك لاعتباره أحد أهم الضمانات الأساسية والمهمة التي تكفل للمستهلك الحماية الكاملة في ظل انعدام التوازن المعرفي في العقد المراد إبرامه بينه وبين المهني (المتدخل)، وذلك لما يمتلكه هذا الأخير من قوة اقتصادية ووسائل تساعده على الهيمنة على هذه العلاقة، مما ألزم على المشرع الجزائري إصدار قوانين ومراسيم تنظيمية تكفل إعادة التوازن من خلال فرض التزام على المهني (المتدخل) بإعلام المستهلك بكل صفات وخصائص المنتج والعلوم الأساسية المتعلقة بالخدمة محل التعاقد، وذلك ليصبح المستهلك مستنيرا قبل التعاقد مما يساعده على الإقبال على التعاقد أو الإحجام عنه وهو في دراية كاملة. والبحث في أهمية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يدفعنا إلى تحليل هاته النصوص القانونية لإبراز مدى فعاليتها في توفير حماية كافية للمستهلك.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المهني، الحماية، الالتزام، الإعلام.

Abstract :

This study aims to clarify the obligation of information before contracting, and you consider it one of the most important and essential guarantees that guarantee the consumer full protection under the lack of knowledge balance in the contract to be concluded between him and the professional (interviewer), This is because the latter possesses economic power and means that help him dominate this relationship, The Algerian legislature is obliged to issue laws and regulations that guarantee the restoration of balance by imposing an obligation on the employer to inform the consumer of all the characteristics and characteristics of the product and the basic information relating to the service in question, This is to make the consumer informed before contracting, which helps him to get involved or refrain from contracting and is fully aware.

Researching the importance the obligation before contracting prompts us to analyze legal texts effectiveness in providing consumer protection.

key words : Consumer, professional, Protection, Obligation, information.

المؤلف المرسل: ط.د فرحات فاطمة زهرة ——— ferhat.fatimazahra@gmail.com



مقدمة:

أصبحت حماية المستهلك أكثر أهمية في الوقت الحالي للدول المعاصرة، نظرا للتطورات الاقتصادية في مجال التكنولوجيا التي أدت إلى تحول المستهلك من النموذج المبسط المعهود للمنتج، إلى منتوجات وخدمات ذات تقنية عالية وتركيب صناعي معقد مما يجعله يتعاقد على شيء قد لا يفيد بل قد يضره، نظرا لعدم إلمامه بخصائصه وكيفية استخدامه وجودته والفاضة التي تتضمنه وكذا متانته أو قدرته تحمله وخاصة عندما لا يتم تزويده بمعلومات كافية عنه، بالمقابل فإن المتعاقد الآخر والذي هو المهني (المنتج أو الموزع للسلع والخدمات) يمتلك القوة الاقتصادية والخبرة الفنية ولذلك غالبا ما يتم التعاقد بناء على عقود مجهزة مسبقا، وليس على المستهلك إلا قبولها في ضوء احتياجاته للسلعة أو الخدمة، من هنا تضاعف عدم التوازن بين المستهلك والمهني، حيث وجد المستهلك نفسه في مركز ضعف أمام الدراية والمعرفة الكبيرة للمهني باعتباره محترفا ذو علم ودراية واسعة، الأمر الذي يتحقق معه اختلال فادح في ميزان العلم والمعرفة بين هذين الطرفين مما أوجب اتخاذ تدابير لحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقات التعاقدية، وذلك من أجل ضمان استقرار المعاملات وضمان النزاهة والشفافية في السوق.

وذهب الفقه في فرنسا إلى أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يمثل أحد أهم الوسائل القانونية المستخدمة في تحقيق المساواة بين طرفي العقد، ويكتسب أهمية خاصة في قوانين الإستهلاك كما أن القانون المدني الفرنسي في ثوبه الجديد لسنة 2016 أقرّ التزاماً عاماً بالإعلام لكنه قصره بالمادة 1-1112 على المعلومات المهمة ذات الصلة المباشرة والمتصلة بمحتوى العقد وشخص المتعاقد¹، وبالرجوع إلى المشرع الجزائري نجد انه لم يتبنى أي قانون يتعلق بحماية المستهلك إلا بعد انتقاله إلى نظام اقتصاد السوق القائم على تحرير الأنشطة الاقتصادية وتكريس المنافسة الحرة، مما فرض على المشرع الجزائري وضع عدة ضوابط قانونية هدفها حماية المستهلك، فقام هذا الأخير بإصدار قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك²، فقد كرس هذا القانون حق المستهلك في الإعلام ولكن بصورة ضمنية إلا أنه لم يتلائم مع متطلبات الوقت الراهن في مجال حماية المستهلك لذلك تم إلغاءه بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³، الذي نص على الالتزام بالإعلام صراحة وأفرد له فصلا خاصا تحت عنوان "إلزامية إعلام المستهلك"، الذي تبعه المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁴، مع العلم أنه كان قد جسد هذا الالتزام قبل ذلك وذلك في سنة 2004 بإصداره قانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادتين 4 و5 ومنه⁵.

ومن خلال هاته الدراسة نبين الدور الذي من الممكن أن يؤديه هذا الإلتزام في تنوير رضا المستهلك وكذا تنبيه هذا الأخير أن الإعلام يعتبر حق من حقوقه وكذا إلتزام إجباري على المهني والذي يمنحه حرية الإختيار بين السلع والخدمات بما يتناسب مع رغباته وقدراته الشرائية.

إن موضوع الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كألية لحماية المستهلك يطرح إشكالية ما مدى فعالية الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في توفير حماية كافية للمستهلك؟

وللإجابة على هذه الإشكالية استخدمنا المنهج التحليلي الذي إعتدنا فيه على دراسة وتحليل مختلف النصوص القانونية والتنظيمية، وذلك بناء على ما جاء في القانون رقم 02/04 والقانون رقم 03/09 والمرسوم التنفيذي 378/13 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، كما قمنا بتقسيم هاته الورقة البحثية إلى الخطة التالية:

المبحث الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

المبحث الثاني: أحكام الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

المبحث الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

يعتبر الإلتزام بالإعلام من المواضيع التي كثر الحديث عنها في الآونة الأخيرة، والذي يمكن تقسيمه حسب موضعه في العملية التعاقدية إلى نوعين، الأول يتم في المرحلة السابقة على التعاقد أي يتشأ في مرحلة تكوين العقد ويُطلق عليه الفقه الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام، والنوع الثاني يتم في المرحلة اللاحقة للتعاقد أي الإلتزام بالإعلام بالمعلومات أثناء تنفيذ العقد⁶، ولا يدخل هذا الأخير ضمن دراستنا وستركز على الإلتزام الأول، حيث ندرس مفهومه الذي يستوجب منا البحث في تعريفه وخصائصه والهدف من تقريره وكذا التمييز بينه وبين ما يشبهه من إلتزامات.

المطلب الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد والهدف منه

الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

نصت العديد من النصوص الخاصة في التشريع الجزائري تؤكد الإلتزام بالإعلام العام للإعلام كواحد من التزامات المهني أو العون الاقتصادي، حيث نصت في المادة 04 من قانون 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على انه: «يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع».

كما نصت المادة 08 من ذات القانون على أنه: «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 وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية

التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة». وهنا يكون إعلام العون الاقتصادي للمستهلك بحسب طبيعة المنتج أو الخدمة محل التعاقد.

في حين نصت المادة 17 من القانون 09-03 على أنه: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة التوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة...».

ومن خلال قراءتنا لنص هذه المادة نرى أنها خصت المتدخل مقتني المنتج دون ذكر الخدمة كما يظهر هذا التخصيص لما أشارت المادة لوسائل الإعلام من بينها التوسم وقد أحال التفاصيل على التنظيم كما أكدت على هذا الإلتزام أحكام المادتين 11 و13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁷.

كما نص المشرع المصري على هذا الإلتزام في نص المادة 04 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتضمن قانون حماية المستهلك⁸ حيث جاء فيها على أنه: «يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات، وعلى الأخص مصدر المنتج وثنمه وصفاته وخصائصه الأساسية، وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون بحسب طبيعة المنتج»، والذي تبعته اللائحة التنفيذية رقم 822 لسنة 2019⁹ الذي نص في المادة 03 منها على ذات الإلتزام.

إلا أنه من خلال كل النصوص التي تم ذكرها نرى أنه لا وجود لتعريف تشريعي محدد للإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد واكتفى المشرع فقط بالإشارة إلى إلتزامه ولبعض وسائل تنفيذه.

في ظل انعدام تعريف تشريعي للإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد إلا أنه تعددت واختلفت تعريفات الفقهاء للإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، وقبل الولوج في التعريف الفقهي للإلتزام بالإعلام قبل التعاقد رأينا أنه علينا تعريف الإعلام والذي يمكن تعريفه كما يلي: تعريف الإعلام¹⁰ لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور الإفريقي أن الإعلام من الفعل عِلِمَ، وعلمت بالشيء بمعنى عرفته وعلم الأمر بمعنى أدركه وتحصل على حقيقته¹¹، كما هو تحصيل الشيء ومعرفته والتيقن منه، أما في الاصطلاح الصحفي: يُقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصدقية والوضوح¹².

إذ عرف بعض الفقه الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد على أنه: «اللتزام سابق على التعاقد يتعلق باللتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد، وذلك بسبب ظروف

واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات»¹³،

عرّفه جانب آخر بأنه: «الزام قانوني عام سابق على التعاقد، يلتزم فيه المدين - سواء كان طرفاً في العقد المزمع إبرامه، أحدهما أو كليهما أو من الأختيار عن هذا العقد - بإعلام الدائن - سواء كان طرفي العقد أو كليهما - في ظروف معينة إعلاماً صحيحاً وصادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه بالعقد»¹⁴.

وهناك من عرّفه بأنه: «التزام ينشأ في مرحلة المفاوضات العقدية، ويفرض على كل طرف فيها أن يُعلم الطرف الآخر أو ينبغي له أن يُعلمه بالمعلومات التي تتعلق بمحل العقد، أو أن يزود بها الطرف الذي لا يعلم، أو ليس بإمكانه العلم بها»¹⁵، ويعتبر عند البعض واجب ضمني أوجده القضاء والذي بمقتضاه يلتزم الطرف الأكثر خبرة والأفضل معرفة بإبلاغ الطرف الآخر بالبيانات المتعلقة بموضوع العقد¹⁶، إذن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام سابق على إبرام العقد يتضمن إلزام الطرف الأكثر دراية بموضوع العقد بتقديم للطرف الآخر الذي له أقل خبرة ومعرفة، كافة البيانات والمعلومات التي تنوره وتمكنه من الإقدام على التعاقد بإرادته سليمة.

يتضح من خلال ما أوردناه من تعريفات أن جوهر التزام المهني قبل التعاقد بإعلام المستهلك هو البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات المراد التعاقد عليها، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره ويتخذ قراره بالإقدام على التعاقد أو الإحجام عنه.

الفرع الثاني: الهدف من الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يعتبر الالتزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات ذو أهمية خاصة في عقود الاستهلاك وذلك لانعدام التكافؤ بين المهني والمستهلك إذ أن الأول يتمتع بالعلم والخبرة والدراية بكل ما يقوم بإنتاجه من سلع أو ما يقدمه من خدمات، في حين أن الثاني يفتقد لهذه القدرات ما يجعل منه الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية، لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام قبل التعاقد يعتبر الوسيلة الأفضل لإعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين فضلا عن إعادة التوازن إلى العقد.

أولاً - إعادة المساواة بين المتعاقدين:

إن تقرير الالتزام بالإعلام تبرره اللامساواة في العلم بين المتعاقدين إذ أنها تمنح لأحد المتعاقدين امتيازاً على المتعاقد الآخر يؤدي إلى الإخلال بتوازن العقد. إذ قرر عدد من الفقه أن ذلك يعد من الأسس الجوهرية للالتزام المهني بالإعلام قبل التعاقد حيث أن التفاوت في المعرفة بين المهني والمستهلك قد تزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي وظهور المخترعات الحديثة والآلات المعقدة مما جعل من المستحيل أن يتعرف الشخص العادي - أي المستهلك - على التفاصيل الفنية ودقائق السلع المعروضة¹⁷، ومن الواضح أن الاختلال المعرفي لمصلحة المهني على حساب المستهلك يجعل من هذا الأخير عند إقدامه على إبرام عقد ما من عقود الاستهلاك يفترق للمعلومات والبيانات الأساسية التي تبين أو تحدد أوصاف وخصائص السلع والخدمات محل العقد، ومدى ملائمتها لطلباته فضلاً عن مدى كفايتها لإشباع رغباته.

ويشير غستان إلى أن التباين في المعرفة وعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس الرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية، نظراً لأن الطرف الضعيف معرض لاستغلال الطرف الأقوى الذي هو صاحب الخبرة والمعرفة في هذه الحالة¹⁸.

ويتضح من اختلال ميزان المعرفة لصالح الحرفي والمهني أن المستهلك حين يقدم على إبرام العقد يفترق حتماً إلى البيانات والمعلومات الأساسية التي ترشده إلى تحديد أوصاف محل العقد من سلع أو خدمات إلى تقرير مدى توافق هذه السلع والخدمات مع رغباته ومدى كفايتها لإشباع حاجاته¹⁹.

لذلك يعتبر انعدام المساواة في العلم بين الطرفين في عقود الاستهلاك - المهني والمستهلك - هو من يبرر تقرير الالتزام بإعلام المستهلك على عاتق الطرف الآخر الذي يعلم وهو المهني، وبذلك يتضح أن وجود هذا الالتزام مرتبط بجهل المستهلك وعدم خبرته والجهل وعدم الخبرة المفترض وجوده هو "الجهل المشروع والمبرر قانوناً"²⁰.

ثانياً - تحقيق التوازن العقدي:

إن ما يميز عقد الاستهلاك هو الاختلال في توازنه، باعتبار المستهلك طرفاً ضعيفاً في العقد وذلك لحاجته الماسة لإبرامه، في مقابل أن الطرف الآخر المهني يمتلك كل المؤهلات التي تجعله الطرف الأقوى في العلاقة التعاقدية لامتلاكه العلم والدراية والخبرة بكل ما يتعلق بالعقد المراد إبرامه، ولذلك تم إقرار الالتزام بالإعلام الذي يلعب دوراً فعالاً في تقديم

المعلومات والبيانات المهمة والضرورية للمستهلك التي تساعد على الإقدام على إبرام العقد وهو في كامل رضاه.

وهناك من ينظر إلى هذه الحماية أحيانا على أنها إحدى تطبيقات الحماية المقررة للطرف المذعن في عقود الإذعان، وعلى الرغم من وجود بعض التشابه بين الحالتين إلا أن هناك اختلاف جوهري بين الحماية القانونية للطرف المذعن وبين الحماية القانونية للمستهلك من خلال إلزام المتعاقد معه بالإعلام قبل التعاقد²¹، لذلك فإن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يعتبر الوسيلة الأفضل والضرورية لإعادة التوازن في عقود الاستهلاك.

المطلب الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عما يشبهه من التزامات أخرى

يرى البعض أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يتشابه مع الالتزامات الأخرى التي يكون محلها تقديم بيانات أو معلومات، فضلا على أنه قد يحمل ذات التسمية مع غيره وإن كان ذلك في مراحل لاحقة للتعاقد إلا أنه توجد اختلافات جوهرية عدو ينبغي الإشارة إليها:

الفرع الأول: تمييزه عن الالتزام التعاقدي بالإعلام²²

قد يظهر أنه ليس هناك اختلاف بين الالتزامين لأن هدف كل منهما هو تنوير وتبصير المستهلك بتقديم المعلومات إليه والإدلاء بكافة البيانات التي تهمة بخصوص العقد، إلا أن ذلك لا ينفي وجود اختلاف بين الالتزامين.

من حيث وقت النشوء، حيث أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ينشأ في مرحلة سابقة للتعاقد أي قبل تكوين العقد وإبرامه حتى يتيح للمستهلك رضاء حر مستنير يستطيع من خلاله أن يبرم العقد الاستهلاكي أو يرفضه أو أن يقبل على التعامل مع المنتج من عدمه بصرف النظر عن التعاقد من عدمه، وبما يجعل كل معطيات التعاقد واضحة أمام المستهلك²³، أما الالتزام التعاقدي بالإعلام ينشأ بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه ولذلك فإن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام عام في شأن كل عقود الاستهلاك في حين أن الالتزام التعاقدي بالإعلام ينشأ بمناسبة كل عقد على حدو وفي حدود ما يحتاجه كل عقد من معلومات أساسية.

أما من حيث المصدر، فإن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد قد نجد مصدره في القانون من خلال مبدأ حسن النية في المعاملات الذي يوجب التزاما بالصدق والأمانة في مواجهة الطرف الآخر، أما الالتزام التعاقدي بالإعلام فمن دون شك أن مصدره العقد.

من حيث الجزاء فإنه نظرا لاختلاف مصدرهما فذلك يترتب عليه حتما اختلاف في جزاء الإخلال بكل منهما، وباعتبار أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام لا يستمد وجوده من العقد لذلك فإن الإخلال به يؤدي إلي قيام المسؤولية التقصيرية على الشخص المفروض عليه هذا الالتزام حيث يحق للدائن المطالبة بالتعويض، أما مجال جزاء الإخلال بالالتزام التعاقدي

بالإعلام هي المسؤولية العقدية، وبذلك يستطيع الدائن طلب التنفيذ العيني إذا كان ممكناً أو الدفع بعدم التنفيذ أو فسخ العقد إذا توافرت شروطه.

الفرع الثاني: تمييزه عن الالتزام بتقديم الاستشارات الفنية

ينبغي عدم الخلط بين التزام المدين بإعلام الطرف الآخر وبين الالتزام الناشئ عن عقد خاص، الهدف منه تقديم المعلومات والبيانات التي يساعده في اتخاذ قرار اتجاه موقف معين. فمن حيث الطبيعة والمصدر فإن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام عام سابق على إبرام العقد، بدون مقابل ويستمد وجوده كما ذكرنا سابقاً من مبادئ القانون الهدف منه تنوير إرادة المستهلك بالشروط والأوصاف المتعلقة بالمنتج أو بالخدمة محل العقد، عملاً على إيجاد رضا حر مستنير منتج لإرادته خالية من العيوب المبطلّة لها، وهو بالتالي ليس التزاماً عقدياً، في حين الالتزام بتقديم الاستشارة الفنية فهو التزام عقدي موضوعه التزام المهني "صاحب الخبرة الفنية" بتقديم معلومات محددة في العقد لأجل عملية معينة يحددها المتعاقدان سلفاً²⁴، مقابل أجر محدد ومنها على سبيل المثال الالتزام العقدي بتقديم الاستشارات الفنية ف مجالات الهندسة المعمارية ومجالات نقل التكنولوجيا.

أما من حيث المسؤولية، فباعتبار أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام سابق على التعاقد فإن إخلال المدين به يثير المسؤولية التقصيرية، وعلى خلاف ذلك فإن إخلال المدين بالالتزام بتقديم المشورة الفنية يعطي الحق للدائن الرجوع عليه على أساس المسؤولية العقدية.

المبحث الثاني: أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

تتم دراسة أحكام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من خلال بيان ضوابطه وكذا الجزاء المترتب عن الإخلال به.

المطلب الأول: ضوابط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

الفرع الأول: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

رأينا سابقاً أن من الأسس الجوهرية التي يقوم عليها الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، هو انعدام المساواة في العلم والمعرفة والدراية بالمعلومات والبيانات التي تتعلق بالعقد المراد إبرامه بين المستهلك والمهني الذي بدوره يؤدي إلى اختلال في المراكز العقدية، لذلك يلزم لقيام الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أن يتوافر شرطان وهما:

أولاً - علم المهني بالبيانات والمعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد:

حتى يضرر الالتزام بالإعلام على عاتق المهني يجب أن يكون هذا الأخير عالماً بالبيانات أو المعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، لأنه من غير المعقول أن نلزم أحد الطرفين بإعلام

الطرف الآخر عن معلومات وبيانات هو يجهلها في الأصل، ولا يكفي هذا وحده بل ينبغي علي المهني أن يكون على علم بالأهمية التي تمثلها هذه المعلومات للمستهلك ودورها الفعال والمؤثر على رضاه، لذا يلزمه المشرع²⁵ على الإدلاء بها إلى المستهلك باعتبار أنه تتوفر فيه الدراية والعلم الكافي بخصائص المنتجات والخدمات التي يتعامل فيها، وخاصة المنتجات المعقدة تقنيا، لكن في إطار عقود الاستهلاك هذا الالتزام لا يقتصر على المعلومات والبيانات التي يعلمها المحترف فعلا، وإنما يشمل أيضا تلك التي من المفروض عليه أن يكون على علم بها وهذا يتطلب من المحترف أن يقوم بالاستعلام عن هذه المعلومات والبيانات لغرض الإدلاء بها للمستهلك وهذا ما يسميه بعض الشراح "الالتزام بالاستعلام من اجل الإعلام"²⁶.

بالإضافة لذلك ولقيام الالتزام بالإعلام أن تكون البيانات والمعلومات موضوع الالتزام من شأنها التأثير على رضا المستهلك من حيث حاجته إليها في اتخاذ قراره، والواقع أنه يمكن استنباط أهمية البيانات وتأثيرها على رضا المستهلك من خلال عدد قرائن منها حرص المستهلك على طلب البيانات والاستفسار بشأنها²⁷. وعلى كل فإن تقدير أهمية تلك البيانات يعد من مسائل الواقع التي تدخل في تقدير قاضي الموضوع، غير أن الملاحظ وفي ظل وجود قوانين مستقلة لحماية المستهلك فقد تولت النصوص نفسها تحديد البيانات التي يتعين على المهني الإفشاء بها للمستهلك، ولأ تقرر مؤاخذته دون حاجة إلى اتفاق خاص يقرر ذلك²⁸.

ثانيا - جهل المستهلك بالمعلومات والبيانات المتصلة بالعقد جهلا مشروعا :

حتى يتحقق التزام المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات والبيانات أن يكون المستهلك جاهلا جهلا مبررا مشروعا، أي أن يكون غير عالم بالمعلومات والبيانات موضوع التعاقد، لأنه من غير المعقول أزام المدين بإعلام المستهلك بمعلومات هو على معرفة بها أو من السهل عليه الاستعلام عنها.

وقد أعضت الدائرة الثالثة المدنية لإحكمة النقض الفرنسية البائع من المسؤولية في مواجهة المشتري عن العيوب والمواصفات التي يسهل على المشتري الاستعلام عنها، ومعرفتها بنفسه²⁹.

فالطرف المحترف مهما نجح في تنفيذ التزامه بالإعلام على أكمل وجه إلا أنه من المستحيل أن يكون قد أدلى بما يجول في خاطر المستهلك كافة من تساؤلات واستفسارات، ومن هنا كان دور هذا الأخير في التحري والاستعلام عن البيانات والمعلومات المهمة من وجهة نظره، والتي قد تؤثر في إقدامه على إبرام العقد، لذلك يجب على المستهلك أن يتخذ موقفا إيجابيا بإظهار الحرص وبذل العناية اللازمة للتحري والاستعلام، في التحقق من البيانات والمواصفات

التي يهيمه العلم بها³⁰، وبذلك لا يكون الجهل مشروعاً إلا إذا أثبت هذا الأخير عدم قدرته على الاستعلام عن المعلومات والبيانات موضوع العقد.

الفرع الثاني: محل الالتزام بالإعلام

رأينا فيما سبق أن الهدف من الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو العمل على تنوير رضا المستهلك، وحتى يكون هذا التنوير منتجاً لأثره يجب أن يتضمن البيانات والمعلومات الجوهرية المتعلقة بمحل التعاقد، وقد قسم الفقه والقضاء هذه البيانات والمعلومات إلى بيانات ومعلومات تتعلق بالحالتين القانونية والمادية للشيء ثم المعلومات الخاصة بأحوال استعماله، وقد تبناه التشريع فيما بعد، وستناوله فيما يلي:

أولاً - التزام بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة القانونية للشيء؛³¹

في إطار الالتزام قبل التعاقد بالإعلام فإن المهني باعتباره المتفوق معرفياً خاصة فيما يتعلق بأمور التطور التكنولوجي في مجال عقود الاستهلاك، يقع على عاتقه التزام بتقديم للطرف الآخر الذي في الغالب يكون هو المستهلك، المعلومات والبيانات الخاصة بالحالة القانونية للشيء محل العقد، أي إعلامه بكل ما على هذا الشيء من أعباء أو التزامات أي مدى تحمله بأية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالشيء محل التعاقد على النحو المأمول، ويترتب على ذلك أن عدم قيام المدين بالإدلاء بالبيانات في هذه الحالة من شأنه قيام مسؤوليته لإخلاله بتنفيذ الالتزام قبل التعاقد بالإعلام.³²

ثانياً - الالتزام بإعلام المستهلك عن الحالة المادية للشيء؛

تمثل الأوصاف المادية للشيء عاملاً للحث على التعاقد، فالمستهلك لا يقدم على التعاقد إلا إذا تطابقت الحالة المادية للشيء مع رغباته، وفي ظل هذه الأهمية البالغة للحالة المادية للشيء وجب على المدين بالالتزام بالإعلام تقديم المعلومات والبيانات الضرورية واللازمة لمعرفة كافة الأوصاف المادية للشيء محل التعاقد، حتى يتمكن المستهلك من الإلمام بالخصائص الأساسية والسمات الجوهرية لموضوع العقد ومدى ملاءمته في إشباع حاجته التي يسعى إليها، لما له من قدره على التأثير على إقباله على إبرام العقد أو التراجع.

وقد ورد هذا الالتزام في المادة 1/111 من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 18 يونيو 1992 أنه: "يجب على كل صاحب مهنة سواء كان مقدم سلع أو مؤدي خدمات، أن يحيط المستهلك قبل إبرام العقد بكافة الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة محل التعاقد"³³، ومن خلال نص هذه المادة نرى أنها ألزمت المهني الذي يقوم ببيع السلعة أو تقديم الخدمة بإعلام المستهلك المتعاقد معه عن الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة محل علاقة الاستهلاك.

فعلى سبيل المثال لايد أن تكون أسعار السلع المعروضة مكتوبة بشكل واضح يستطيع المشتري أن يقرأه ويفهم أن هذا هو السعر الذي تعرض به السلعة وليس رقم الإنتاج أو تاريخ الصنع إلى غير ذلك، وعلى البائع أن يراعي الدقة في حالة تخفيض الأسعار ببيان وجود التخفيض وقيمه بشكل واضح على السلع الخاضعة لذلك التخفيض حسب المرسوم الفرنسي الصادر في 30 مايو 1975.

والممتنع لأحكام القضاء يستطيع أن يتبين الاتجاه إلى التوسع في تقرير هذا الالتزام بالإعلام المتعلق بوضع الشيء وأوصافه المادية في المرحلة السابقة على إبرام العقد، وإدخاله في كل العقود التي تشتمل على التزام المحترف أو المهني بإعطاء شيء أو تقديم خدمة³⁴.

أما في المشرع المصري فقد نص في المادة 03 من اللائحة التنفيذية رقم 822 لسنة 2019 الخاصة بقانون حماية المستهلك على أنه: « يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات، وعلى الأخص مصدر المنتج ومكوناته وصفاته وخصائصه الأساسية وطريقة استخدامه، إذا كان له طريقة استخدام خاصة، والنتائج المتوقعة في الاستخدام والسعر الشامل وكيفية السداد.

ويكون الإعلام بحسب الوسائل الممكنة والتي يسهل على المستهلك الاطلاع عليها».

أما في المشرع المصري فقد نص في المادة 03 من اللائحة التنفيذية رقم 822 لسنة 2019 الخاصة بقانون حماية المستهلك على أنه: « يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات، وعلى الأخص مصدر المنتج ومكوناته وصفاته وخصائصه الأساسية وطريقة استخدامه، إذا كان له طريقة استخدام خاصة، والنتائج المتوقعة في الاستخدام والسعر الشامل وكيفية السداد.

ويكون الإعلام بحسب الوسائل الممكنة والتي يسهل على المستهلك الاطلاع عليها».

كما نص في المادتين 04 و05 من ذات اللائحة أن تكون البيانات والمعلومات مدونة باللغة العربية وبخط واضح تسهل قراءته، مع امكانية إضافة لغة أخرى إلى جانبها.

أما في التشريع الجزائري فأولى النصوص التي حثت على هذا الالتزام نص المادة 4 من القانون رقم 04-02 سائفة الذكر، كما نصت المادة 5 من ذات القانون التي جاء فيها "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

وقد نصت المادة 17 من قانون 09-03 السابق ذكرها ذات الالتزام وكذا المادة 18 من ذات القانون التي توجب في ذلك استعمال اللغة العربية أما التفاصيل فقد أحالها على التنظيم.

كما لم يقتصر المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام على المنتوجات كما ورد في ظل القانون 03-09 إذ تدارك هذا النقص في المرسوم 13-378 سالف الذكر وامتد ليشمل الخدمات وهذا ما ورد في المادة 52 منه على ما يلي: " يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة، بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة".

وحسنا فعل المشرع بشمول الالتزام بالإعلام للخدمات، لأن المستهلك يحصل على الخدمات مثل المنتوجات الأخرى، وكذا الأضرار التي قد تسببها الخدمات لا تقل خطورة. وتبدو أهمية الإعلام في الخدمات، لكون مقدم الخدمة يقوم عادة بالإعلان عنها من خلال عرض مزايا الخدمة والتجهيزات المستخدمة لأدائها سواء في اللوحات الإعلانية التليفزيونية أو صفحات الويب، والمستهلك يجهل جودة الخدمة وربما يقبل عليها دون معرفة ما يترتب عليها³⁵. ولذا أُلزم المشرع مقدم الخدمة بتقديم كل المعلومات الخاصة بالصحة بتلك الخدمة دون إحداث أي لبس في ذهن المستهلك، فمثلا في عقد الرحلة نجد أن المادة الثالثة من التوجيه الأوروبي رقم 314-90 الصادر في 13 جوان 1990 المتعلق بالسفر والرحلات والجولات السياحية الجماعية، تتضمن ضرورة إيراد كل المعلومات المتعلقة بالرحلة في كتيب يتيح للمستهلك معرفة ما يتعلق بتلك الخدمة وبصوره واضحة وسهل القراءة وعلى أن لا تكون تلك المعلومات مضللة³⁶.

كما أُلزم المشرع الجزائري مقدم الخدمة من خلال نص المادة 55 من المرسوم التنفيذي 378/13 سالف الذكر بتقديم كل المعلومات الخاصة به وبالخدمة، كالمعلومات الخاصة به وعنوانه، ورقم القيد في السجل التجاري، تكاليف النقل والتسليم والتركيب، كيميائيات الدفع وغيرها.

وقد بينت المادة 05 من قانون 02/04 المحدد للقواعد العامة للممارسات التجارية أشكال هذا الإعلام وهذا ما تضمنته المادة 04 من المرسوم التنفيذي 378/13 حيث نصت على أنه: "يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتج طبقاً لأحكام هذا المرسوم".

ومن خلال ما سبق ذكره يتضح أن المشرع فرض إعلاماً عاماً بحيث يلتزم أي محترف سواء كان بائع أو صاحب خدمة بتمكين المستهلك من معرفة السعر قبل إبرامه العقد، وهو نص يعبر بحق عن أهم جوانب الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود الاستهلاك، إذ أنه أول ما يهتم المستهلك معرفته هو البيانات والمعلومات التي تتصل بالخصائص الأساسية والسمات الجوهرية للمنتج أو الخدمة المراد الحصول عليها، فبالنسبة للمنتجات فإن السعر يُشار إليه على

المنتج نفسه إلى جانب بيانات الرسم الخاصة به أو على بطاقة موضوعة بجانبه بشكل لا يثير أي شك أو غموض بين المنتج والسعر المعلن، وتعليق لافتة أو وجود كاتالوج للأسعار لا يكفي لانتفاء المخالفة، ذلك أنها لا تكفي لتحديد دقيق ومفصل لسعر كل منتج³⁷، أما بالنسبة للخدمات فكما هو معروف أن الخدمة لها خاصيتها غير تلك التي تميز المنتج فهي غير ملموسة ومع ذلك فهي الأخرى تخضع لإجبارية الإعلام بالأسعار عن طريق ملصقات في المكان الذي تعرض فيه الخدمات للجمهور وهو عادةً المكان المخصص لاستقبالهم فيه: مطاعم، محلات إصلاح السيارات...

كما بينت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 65/09³⁸ بأن: "تم عملية الإعلام المتعلقة بالإشهار والإعلان عن الأسعار والتعريفات المطبقة على بعض قطاعات النشاط والسلع والخدمات المعنية عبر دعائم الإعلام الآلي (تيليماتيك) والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الالكترونية والدلائل والنشرات البيانية وأي وسيلة أخرى ملائمة".

ثالثاً - الالتزام بإعلام المستهلك حول كيفية استعمال الشيء؛

في ظل التطور العلمي والتكنولوجي في مجال الصناعة واكتساح الأسواق بالعديد من المنتجات والخدمات الحديثة المعقدة والخطرة يجد الالتزام بالإعلام أهمية خاصة، لأنه قد يتعذر على المستهلك الإحاطة بكل ما هو جديد في المجالات التقنية الحديثة، كما قد يشكل الاستعمال الخاطئ أو لاواعي للشيء محل التعاقد خطورة ما، لذلك يجب على المدين بالالتزام بالإعلام أن يوفر للمستهلكين العلم الكافي باستعمال الشيء محل التعاقد على النحو الذي يحقق السلامة الكاملة لتفادي الأضرار التي قد تنشأ عنها وحمايته منها³⁹، والأهم من ذلك أن إحاطة المستهلك بطريقه استخدام الشيء قد تؤثر في رضاه عند إقباله للتعاقد، وذلك لأن علمه بالصفة الخطرة في الشيء محل التعاقد يعتبر من المعلومات الأساسية الواجب الإعلام بها، ومن ثم الإلمام بها قبل التعاقد.

ففي مجال أداء الخدمات أيضاً يلتزم المحامي أو الطبيب (على سبيل المثال) بالإعلام بكل ما لديه من معلومات متعلقة بالسلعة أو الخدمة وإعطاء فكرة صحيحة عن حالته أي الشيء أو الخدمة ويؤثر سلباً أو إيجاباً⁴⁰.

وتطبيقاً لهذا المبدأ فقد جاء حكم محكمة التمييز الفرنسية الصادر في 05 مارس 1974 مؤكداً على مسؤولية الطبيب الذي أجرى عملية الولادة لسيده تعسرت حالتها عدة أيام دون إخبارها بالآثار الجانبية للعملية القيصرية والتي كان من شأنها إعاقتها عن الإنجاب مرة أخرى.

والأمر لا يختلف بالنسبة للمنتج أو الموزع حينما تكون السلعة محل التعاقد خطرة في ذاتها فكلهما ملزم بالإفشاء إلى المستهلك بخطورة الشيء وبالطريقة التي يجب استخدامه بها لتفادي هذه الأخطار⁴¹.

المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد

إن الجزاء الذي يترتب على الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك، يجد ضرورته في الهدف من وراء تقرير هذا الالتزام بالأصل، كما أن إخلال المحترف بهذا الالتزام يكون ذا تأثير كبير في الإرداء التعاقدية للمستهلك، ومن ثم قد يكون سببا لتعييبها، لذا من الضروري اقتران جزاء مناسب للإخلال بهذا الالتزام.

ولذلك ترتب على إخلال المتدخل بالتزامه بإعلام المستهلك قيام مسؤوليته المدنية من خلال إعطاء الحق لهذا الأخير باللجوء للقضاء للمطالبة بإبطال العقد، كما له الحق في المطالبة بالتعويض وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية إذا سبب هذا الإخلال ضررا له⁴².

أما بخصوص الالتزام العام بالإعلام بعناصر وشروط العقد، فقد نصت المادة 14 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه في حالة مخالفة الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بعناصر وشروط العرض الإلكتروني بعناصر وشروط العرض الإلكتروني من طرف المورد: "يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطالب بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به"، فمتى قرر المستهلك إبرام العقد سواء كان محله سلعة أو خدمة فلا يتم العقد إلا بالاتفاق على السعر، لأن القواعد العامة تشترط تعيينه والا كان العقد باطلاً.

ولالأشخاص ذوو المصلحة - طبيعيين أو اعتباريين - وكذا لجمعيات المستهلكين التي أنشأت طبقاً للقانون أن يرفعوا دعوى أمام المحكمة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة هذا الالتزام، كما يمكن لكل هؤلاء التأسيس كطرف مدني في الدعوى للحصول على تعويض الضرر الذي يلحقهم على أساس المادة 21 وما يليها من القانون رقم 03/09 تتيح لجمعيات حماية المستهلك ذلك.

أما إذا نتج عن عرض السلع والخدمات دون تسعير أو بيان لشروط البيع إبرام عقد، فإنه يكون من ناحية قانون العقد قابلاً للإبطال لعيب من عيوب الرضا ذلك على أساس عدم العلم بشروط البيع، أو عدم علمه الكافي بالمبيع حيث نص المشرع على إلتزام البائع بإعلام المشتري بالمبيع بالمادة 352 من القانون المدني⁴³ ضمن أحكام عقد البيع، وإذا فشل المستهلك في إثبات شيء من هذا يبقى التزام التاجر قائماً بموجب نص المادة 04 من القانون 02/04 والمادة 18 من القانون 03/09 والمادة 39 من القانون 05/18 ساضي الذكر⁴⁴.

وبالنسبة للتشريع الفرنسي فمخالفة أحكام المادة 1112-1 من القانون المدني يتم التمييز بين حالة فشل المفاوضات حول إتمام العقد بسبب إخلال أحدهما بواجب الإعلام وهنا لا يمكن الحديث عن المسؤولية التقصيرية مادام لم يبرم العقد، والحالة الثانية وهي إبرام العقد رغم الإخلال بالالتزام بالإعلام، وهنا إما يختار الدائن الاستمرار في العقد وعدم المطالبة بإبطاله، وإما له أن يطلب إبطاله على أساس عيوب الإرادة لغلط أو تدليس تطبيقاً لأحكام المادة 1130 وما يليها من القانون المدني الفرنسي⁴⁵.

أما على المستوى الجنائي أقر المشرع الجزائري عقوبات رديعة، تتمثل أساساً في الغرامة وشدد من قيمتها وذلك لطابع الجريمة ولذلك لتحقيق الردع الكافي إلا في جريمة الخداع فالمشرع الجزائري جمع بين الحبس والغرامة، كما أقر كذلك عقوبات تكميلية، أما في القانون المصري فإضافة للحق في التعويض نص على عقوبة الإخلال بهذا الالتزام بضرر غرامة مالية حددها في نص المادة 64 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا البحث في أهم الآليات القانونية التي تكفل توفير حماية أكبر للمستهلك خاصة في عقود الاستهلاك، وذلك في ظل التفاوت المعرفي بين المستهلكين والمتدخلين وذلك من خلال الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الذي يلعب دور كبيراً في تحقيق حماية رضا المستهلك قبل التعاقد، إذ أنه يعمل على تنوير بصيرة المستهلك قبل إقدامه على التعاقد، وتوصلت الدراسة إلى:

- أن المشرع أزم المتدخل بتبصير المستهلك وذلك بتقديم كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه حتى يتحقق التوازن المعرفي بين الطرفين، باعتبار أن الالتزام بالإعلام من أهم الأساليب المستخدمة لإعادة التوازن للعلاقة التعاقدية بين المستهلك باعتباره الطرف الضعيف والمتدخل الذي يقدم السلع والخدمات باعتباره الطرف القوي.

- أن المشرع بنصه على هذا الالتزام في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش قد ساير غيره من التشريعات، ووفر حماية للمستهلك إلا أنها لم تكن كافية، لأن المادتين 17 و18 لا يمكن اعتبارهما إلا مجرد مبدأ عام لهذا الالتزام.

- كما خلصت دراستنا أن دور الاجتهاد القضائي الجزائري في إبراز أهمية وفعالية الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في حماية المستهلك يكاد ينعدم كما أنه لازال بعيد على ما هو مخول له قانوناً.

- أن الإخلال بهذا الالتزام يعطي الحق للمستهلك بإبطال العقد كما له الحق في المطالبة بالتعويض، إضافة إلى الجزاء العقابي.

ويقتضي مع ما سبق اقتراح ما يلي:

الاهتمام أكثر بالمرحلة السابقة للتعاقد لما فيها أهمية للمستهلك في تكوين ارادته وتنويره بالمعلومات من أجل اقدمه على التعاقد من عدمه، وذلك من خلال إقرار التزام عام بالإعلام في الشريعة العامة بدلا من الاكتفاء بما هو موجود في قانون حماية المستهلك.

الهوامش:

¹ - art 1112-1 alinéa 05 du code civil français:« Les parties ne peuvent ni limiter, ni exclure ce devoir ».

² - القانون رقم 89-02 الصادر في 7 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06، الصادر في 8 فبراير 1989.

³ - القانون رقم 09-03 الصادر في 25 فبراير 2009، المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009، المعدل والمتمم.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، الجريدة الرسمية عدد 58 الصادر في 18 نوفمبر 2013.

⁵ - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، الصادر في 27 جويلية 2004، المعدل والمتمم.

⁶ - أحمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2019، ص 76.

⁷ - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28، المؤرخة في 16 مايو 2018.

⁸ - القانون رقم 181 لسنة 2018، الصادر في 13 سبتمبر 2018، المتضمن حماية المستهلك، الجريدة الرسمية لجمهورية مصر العربية عدد 37، الصادر في 13 سبتمبر 2018.

⁹ - اللائحة التنفيذية رقم 822 لسنة 2019، الصادر في 01 أبريل 2019، المتعلقة بقانون حماية المستهلك، الجريدة الرسمية لجمهورية مصر العربية، العدد 13، الصادر في 01 أبريل 2019.

¹⁰ - يخلط البعض بين الإعلان التجاري والإعلام، رغم الاختلاف بينهما حيث أن الإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر التعاون بين أفرادهم وهو شكل الاتصال بتقديم معلومات للجمهور بقصد تنمية الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي، والإعلان التجاري يهدف إلى الترويج بهدف تسويق السلع والخدمات أي هدفه تحقيق الربح، بينما لا يهدف الإعلام إلى ذلك وان كان الإعلان التجاري أحد أهم مصادر تمويله.

¹¹ - ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، المجلد التاسع، الطبعة الرابعة، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2005، ص 264.

¹² - على بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 50.

¹³ - نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود (دراسة فقهية قضائية مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص 15.

- 14 – الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية مصر، 2015، ص ص 114 115.
- 15 – أحمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 86.
- 16 – زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 137.
- 17 – الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)، المرجع السابق، ص 124.
- 18 – حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 1993، ص 23.
- 19 – عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص 372.
- 20 – حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 22.
- 21 – عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 374.
- 22 – ولعل بعض الفقه يطرح صعوبة التمييز بين هذين الالتزامين، بل واستحالة ذلك أحياناً، فهناك من يرى أن الحدود الفاصلة بين هذين الالتزامين لا يمكن رسمها بوضوح، إن لم يكن هذا التحديد مستحيلاً إلا أنه وبالرغم من وجهة هذا الرأي غير أنه يمكن رؤية أن التمييز وإن كان دقيقاً في بعض الحالات، إلا أنه ليس مستحيلاً في ضوء المعيار الذي تبنيناه وهو وقت نشوء الالتزام ووقت المطالبة بتنفيذه، فالالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام لا يقوم ولا جدوى من تنفيذه إلا قبل إبرام العقد، فإذا أنشأ الالتزام وارتبطت جدواه بالمرحلة السابقة على تبادل الإيرادات المنشئة للعقد فهو التزام قبل تعاقد، انظر عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع نفسه، ص 370.
- 23 – نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص 18 وما بعدها و ص 34 وما بعدها.
- 24 – الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 117.
- 25 – الصغير محمد مهدي، المرجع السابق، ص 126.
- 26 – سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك وأحكامه (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية مصر، 2016، ص 214.
- 27 – الصغير محمد مهدي، المرجع السابق، ص 127.
- 28 – حجاري محمد، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية- نطاقه وضمانات المستهلك الإلكتروني-، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثامن، ص 250.
- 29 – سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك وأحكامه، المرجع السابق، ص 207.
- 30 – سه نكه ر علي رسول، المرجع نفسه، ص 207.
- 31 – هناك من يرى أن الحق في الإعلام قبل التعاقد له جانبان، جانب إيجابي ويتمثل في التزام المهني بتقديم للمستهلك كافة المعلومات والبيانات اللازمة وكذا طريقة استعمال الشيء على النحو الذي يحقق له السلامة الكاملة، ضد الأخطار الناشئة عن هذا الاستعمال، وجانب سلبي يتمثل في خلو تلك المعلومات من الكذب واللبس أو كتمان معلومات مهمة للمتعاقدين شأنها التأثير على إرادة المستهلك، في الإقبال على التعاقد من عدمه.
- 32 – نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص 92.
- 33 – الصغير محمد مهدي، المرجع السابق، 133

- ³⁴ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 378.
- ³⁵ - زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، المرجع السابق، ص 59.
- ³⁶ - زاهية حورية سي يوسف، المرجع نفسه، ص 59.
- ³⁷ - زبييري بن قويدر، حماية مركز الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2019، ص 86.
- ³⁸ - المرسوم التنفيذي رقم 65/09 الصادر في 07 فبراير 2009، المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية، الجريدة الرسمية عدد 10 الصادرة في 11-02-2009.
- ³⁹ - ساد اختلاف فقهي حول مدى شمول الالتزام بالإعلام كل المنتوجات المطروحة في السوق أم اقتصره فقط على البعض منها، للخطورة التي تنطوي عليها أو لتعقيدها في التركيب أو حتى لحدوثها. للتفصيل أكثر أنظر زاهية سي يوسف، المرجع السابق، ص 56.
- ⁴⁰ - حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 29.
- ⁴¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 379.
- ⁴² - وقد تمت التفرقة بين البطلان والتعويض كجزءين يترتبان لدى مخالفة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، وخصوصا فيما يتعلق بأساس كل منهما وذلك من خلال الوقوف على أثر علم المتعاقد بالمعلومات اللازمة لتتوير رضائه بعد إبرام العقد والتي كان يجهلها قبل ذلك، فإذا كان من شأن العلم بهذه المعلومات أن يحول بين المتعاقد وبين إبرام العقد كلية فإن الجزء هو البطلان، وأما إن كان من شأن هذا العلم الإقبال على إبرام العقد ولكن بشروط أخرى فإن الجزء هو التعويض، وذلك لتعلق الأمر بعييب الرضا في الحالة الأولى دون الثانية، نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص ص 264 265.
- ⁴³ - الأمر رقم 58/75 الصادر في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية عدد 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975.
- ⁴⁴ - زبييري بن قويدر، حماية مركز الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، المرجع السابق، ص 97.
- ⁴⁵ - زبييري بن قويدر، المرجع نفسه، ص 97.