جامعة قاصدي مرباح – ورقلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

التخصص: قانون الشركات

من إعداد الطالبة: العايز سالمة

بعنوان:

الالتزام بالإعلام في العقود

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2016/05/30

أمام اللجنة المكونة من السادة:

– الأستاذ / د. القاسمي عبد المنعم	(أستاذ محاضر ب – جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	رئيسا
– الأستاذة / د. لحميم زليخة	(أستاذ محاضر ب – جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	مشرفا
– الأستاذ / د. صالحي عبد الرحيم	(أستاذ محاضر ب – جامعة قاصدي مرباح ورقلة)	مناقشا

السنة الجامعية: 2016/2015

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وهدانا إلى هذا العمل وأكرمنا بالتقوى

إلى من رفع قدرهما رب الأرض والسموات إلى « أمي و أبي» أطال الله في عمرهما وجزاهم عني خير جزاء

إلى جميع أفراد عائلتي الكبيرة والصغيرة كل باسمه إلى كل من علمني وأخذ بيدي وأنار لي طريق العلم والمعرفة

إلى روح أختي الطاهرة "زعيمة" رحمها الله

إلى جميع الأصدقاء والزملاء وخاصة صديقاتي

إلى كل من قدم لي يد العون

سالمة

الشكر والتقدير

الحمد لله والشكر لله أولا وأخير، بعد أن منّ علي العظيم بفضله ورعايته لإتمام هذه المذكرة، لابد أن أفي كل ذي فضل فضله، فيسعدني ويشرفني أن أتقدم بوافر الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذة د. لحميم زليخة على توجيهاتها وإرشاداتها لنا، فكانت نعم الإنسانة مدت لنا يد العون والنصح والمساعدة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ طوايبية على مساعدتي في هذا العمل المتواضع، وإلى جميع أساتذة كليتنا الكرام على توجيههم وتصويبهم لإنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر الخالص لزوجي العزيز وكل عائلتي على دعمهم لي طوال مشواري الدراسي.

أخيرا أتقدم بجزيل شكري لكل من ساهم في انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

سالمة

مقدمة

مقدمة:

لقد تجلى مع مرور الوقت قصور النظرية التقليدية القائمة على فكرة سلطان الإرادة في كثير من جوانبها، ومنها عدم صحة المبدأ على إطلاقه في تفسير القوة الملزمة للعقد في ضوء القيود التشريعية العديدة التي تضعها الدولة حماية لجمهور المستهلكين، فكثير من تلك القوانين والقواعد إنما عملت رغم أنها قوانين تدخلية ومقيدة على حماية إرادة طائفة من المتعاقدين على نحو يؤكد ضرورة أن يكون رضا المتعاقد أكثر حرية، لكن رغم الامتداد لنظرية عيوب الإرادة من غلط وتدليس وإكراه فقد اقتصرت فقط على تصحيح أوضاع ظاهرة الخلل والتي تتوفر فيها الشروط المنصوص عليها في النصوص القانونية، وبالتالي لم تصل إلى حماية الثقة التي يقتضيها الضمير في المعاملات المختلفة، وتجلى قصور مثل هذه الوسائل التقليدية مع تطور معطيات الحياة المتعلقة بما يسمى النظام العام الاقتصادي الحديث وهي جميعها تدور في فلك فلسفة أساسية هي حماية المستهلك.

ويعتبر الالتزام بالتبصير أو بالإدلاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد من الموضوعات الحديثة التي خصها رجال القانون الوضعي بأهمية خاصة متأثرين في ذلك بالقضاء الفرنسي الذي أثر بشكل مباشر في المشرع الفرنسي الشيء الذي جعله لا يتردد في الأخذ بهذا الاتجاه في مجموعة من النصوص القانونية المنظمة للعقود الخاصة، وقد حدا المشرع الجزائري حدوا المشرع الفرنسي في ذلك.

يعرف بعض الفقه الالتزام بالإعلام بأنه تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد.[1]

كما عرفه الفقه الفرنسي بأنه الحالة التي يفرض فيها القانون على المهني أن يشعر المتعاقد الآخر بجوهر محل العقد ومكوناته.

1- خالد ممدوح إبراهيم، **أمن المستهلك في المعاملات الالكترونية**، دراسة مقارنة، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 127.

والملاحظ على جل التعريفات الواردة في الالتزام بالإعلام أنها استخدمت ألفاظ متعددة للدلالة على ما يقدمه أحد المتعاقدين للآخر من معلومات، بالإضافة للإعلام استخدمت مصطلحات كالإفضاء، التبصير، النصح، في حين اختار البعض عبارات دالة على هذا الالتزام مثل الإدلاء بالبيانات، تقديم المعلومات، وكما تعددت المصطلحات الدالة على هذا الالتزام لدى الشراح الفرنسيون (Renseignement.Information Conseil).[1]

على الرغم من تمييز بعض الشراح بين هذه الألفاظ إلا أن البعض الآخر يرى أن هذه الألفاظ ما هي إلا مترادفات لبعضها، وهي لا تقتضي وجود التزامات متعددة، وإنما تفضي إلى التزام واحد يستهدف تحقيق غاية واحدة هي أن يتعاقد الشخص عن بصيرة تجعل رضاه حرا مستنيرا على نحو أفضل وتجعل التعاقد قائما على مزيد من الثقة المشروعة بين الأطراف.[1]

أهمية الموضوع:

في واقع الأمر توجد في العصر الحديث إلى جانب الإرادة المعيبة بعيب من عيوب الإرادة، إرادة غير متكافئة بسبب نقص الخبرة والمعرفة وقلة المعلومات، ومن ثم يصبح العقد غير متوازن بسبب ما يتمتع به أحد طرفيه من قوة ناتجة عن امتلاكه مقومات العلم والدراية بكل ما يتصل بالعقد المزمع إبرامه من معلومات هامة وضرورية، في مواجهة متعاقد تنقصه الخبرة، وتعوزه الدارية الفنية، ولا يمتلك وسائل العلم الكافي للتعرف على ماهية وخواص السلع والخدمات التي سيتعاقد عليها.

كثيرا ما يحدث أن ينقاد أحد المتعاقدين لإبرام عقد معين تحت تأثير جهله بمعلومات أو أمور كتمها عنه الطرف الأخر دون أن تكفل له نظريتا عيوب الإرادة والضمان حماية فعالة.

1- d. bussy, Droit des affaires, Presses de Science et Dalloz, 1998, p 387.

1– حمدي أحمد سعد، **الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للمبيع**، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999، ص 43.

كما أن سرعة دوران رؤوس الأموال وإبرام الصفقات لا يتيح للمستهلك العادي الفرصة للتمعن وتقدير مدى ملاءمة العقود التي يبرمها له من الناحيتين الاقتصادية والفنية فينقاد إلى التعاقد دون رضا مستنير وإرادة متبصرة.

أدى التطور الاقتصادي إلى شيوع ما يعرف بالعقود النموذجية أو النمطية التي أفرزت انعدام التفاوض والنقاش الذي يفترض أن يجمع أطراف العلاقة التعاقدية، سواء بالنسبة للعقود الحديثة أو العقود التقليدية، فكان هذا من العوامل التي ساهمت في تكريس عدم التكافؤ في المعرفة بين المنتجين والموزعين من جهة، والمستهلكين من جهة أخرى.

أسباب اختيار الموضوع:

بالرغم من أهمية موضوع الالتزام بالإعلام في العقود إلا أنه لم يحظ ولم ينل نصيبه من الدراسة والبحث، بحيث ليس الهدف هو تبيان العلاقة بين أطراف العقد بل فيما أضافه هذا الالتزام في إعادة التوازن إلى هذه العلاقة.

كما أن هذا الالتزام لم ينل نصيبه من الدراسة إلا في نوع محدد من العقود أو في إحدى مراحل العقد إما في مرحلة الإبرام أو في مرحلة التنفيذ.

في ظل غياب نص صريح للالتزام بالإعلام في التشريع الجزائري يتحتم علينا طرح الإشكالية التالية:

ما هي الوسائل القانونية الكفيلة لمنح هذا الالتزام قوة قانونية؟

للإجابة عن هذه الإشكالية قسمنا الموضوع إلى فصلين:

- الفصل الأول بعنوان الأسس القانونية للالتزام بالإعلام وأهم صوره..

- أما الفصل الثاني فتناول وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام والجزاءات المترتبة عن الإخلال.

وقد انتهجنا المنهج التحليلي المناسب للإجابة عن هذه الإشكالية لتحليل النصوص القانونية مع إدراج المنهج المقارن في بعض الحالات.

الفصل الأول
الأسس القانونية للالتزام بالإعلام وأهم صوره

لم يهتم القانون الوضعي بالالتزام بالإعلام إلا حديثا نظرا لبساطة المعاملات المدنية والتجارية وعدم تعقدها من جهة، ولتساوى الطرفين المتعاقدين أو المقبلين على التعاقد في العلم، لكن نتيجة للتطورات التقنية والتكنولوجية المعاصرة، والتي أثرت سلبا على الأطراف المتعاقدة من الناحية المعرفية، فإنه بات لازما تدخل رجال القانون، وكان القضاء السبق في ذلك، خاصة في ظل قصور النظرية التقليدية القائمة على مبدأ سلطان الإدارة في كثير من جوانبها، منها عدم صحة المبدأ على إطلاقه في تقييد القوة الملزمة للعقد، وقد تجلى قصور هذه النظرية مع تطور معطيات الحياة المتعلقة بالنظام العام الاقتصادي الذي يفرض أحيانا تدخل المشرع، كما هو الحال في تقرير الالتزام بالإعلام.

ومثلما يلقي كل ابتكار قانوني جديد جدلا فقهيا، فإن لالتزام بالإعلام لم يسلم هو الأخير من الانتقادات فقد أثار ظهوره عدة مسائل، لاسيما فيما يتعلق بالأساس القانوني (المبحث الأول).

إضافة إلى انقسام الفقه بشأن دراسته، فقد اهتم جانب منهم بالالتزام قبل التعاقدي في حين اهتم الجانب الآخر بالالتزام التعاقدي، وقليل من اهتم بالالتزام بالإعلام في صورتيه العقدية وقبل العقدية (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الأسس القانونية للالتزام بالإعلام.

تعد النظرية العامة للالتزامات الأساس العام للالتزام بالإعلام وذلك في ظل غياب نص عام وصريح يبين أحكامه وجزاء الإخلال به ومن ثم فإنه يمكن الاستناد إلى النظرية العامة لقانون العقود وبذلك فإن الالتزام بالإعلام يرتكز على عدة أنظمة قانونية ولكن المقصود هنا هو الالتزام بالإعلام الذي له انعكاس على رضا المتعاقد (المطلب الأول) ولعدم كفاية النظرية في تحديد مغزى الالتزام بالإعلام سعى المشرع التي تكملتها بمقتضى قوانين لاحقة خاصة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الالتزام بالإعلام المستخلص من القواعد العامة لنظرية العقد.

إن إهمال الإدلاء بمعلومات معينة يترتب عنه عيبا في الرضا أو ضمان العيوب الخفية أو استحقاقا أو إخلالا بمبدأ حسن النية الذي له تأثير على تنفيذ العقد.

الفرع الأول: عيوب الرضا كأساس للالتزام بالإعلام.

قد يشوب إرادة المتعاقد عيب يؤثر في الرضاء، فتتجه الإدارة إلى التعاقد وهي على غير بينة من حقيقة الأمر، ويقصد بعيوب الرضا أمور تلحق إرادة أحد المتعاقدين أو كليهما، فتفسد الرضا دون أن تجهز عليه، فرضا المتعاقد هنا موجود، كل ما في الأمر أن إرادته لا تكون سليمة ولم تصدر عن بينة واختيار.[1]

إن عيوب الرضا التي يمكن اعتمادها لتوقيع الجزاء على من أخل بالالتزام بالإعلام تكمن بالخصوص في الغلط والتدليس، لأنهما يرتبطان بهذا الالتزام ارتباطا وثيقا، فالالتزام بالإعلام يهدف إلى تقديم معلومات من أجل أن

1- بوعبيد عباسي، **الالتزام بالإعلام في العقود**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة عياض، مراكش، 2003، ص 175.

يكون الرضا مستنيرا، ومن هذه الزاوية يظهر وكأنه نوع من الوقاية من العيوب، لأنه يعكس حاجة ملحة فيما يتعلق بنوعية الرضاء، كما أنه يضع قيودا ضمنية على مبدأ سلطان الإدارة.[1]

أولا: الغلط:

يعتبر الغلط أحد العيوب التي تشوب الرضا، وقد عرفه الفقه كما يلي:

"وهم يقوم في ذهن المتعاقد فيصور له الأمر على غير حقيقته".[2]

كما يعرف الغلط بأنه "حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، إما أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها، أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها".[3]

وقد نص المشرع الجزائري على الغلط في المادة 81 من القانون المدني[4] على أنه "يجوز للتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله"، ثم بينت المادة 82 من نفس القانون معيار الغلط الجوهري، وهو عدم الإقدام على التصرف لو لم يقع في هذا الغلط[5]، وللمطالبة بإبطال العقد لابد من توفر الشروط التي تطلبها المشرع في المجال الخاص بالغلط وإلا كان الطلب مرفوضا، وهكذا فالالتزام بالإعلام لا يمكن أن يتعرض للجزاء على أساس الغلط إلا إذا انصبت المعلومات المحتفظ بها من قبل أحد الأطراف على صفة جوهرية في الأداء الذي تلقاه أو سيتلقاه الآخر باعتبار أن العقد لا يجب إبطاله لغلط المدعي في الأداء الخاص به.[6]

1- بوعبيد عباسي، نفس المرجع السابق، ص 175.

2- فاضلي إدريس، **الوجيز في النظرية العامة للالتزام**، قصر الكتاب، الجزائر، 2006، ص 76.

3- عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر الالتزام**، ج1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2002، ص 238.

4- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 78، المؤرخة في 1975/10/30، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 2007/05/13، الجريدة الرسمية، العدد 31.

5- حمدي عبد الرحمان، **الوسيط في النظرية العامة للالتزام، الكتاب الأول، المصادر الإرادية للالتزام، العقد والإرادة المنفردة**، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص 243.

6- بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 176.

والقاعدة هي إلزام المتعاقد بأن يقدم إلى الطرف الآخر المعلومات المألوفة التي تهم كل متعاقد حسب طبيعة العقد، بالإضافة إلى المعلومات ذات الأهمية الخاصة لدى المتعاقد الآخر والتي يستعلم عنها.[1]

مما يحول دون وقوع الطرف الآخر في غلط في صفة جوهرية، ومن هذا المنظور يظهر الإعلام بمثابة نوع من الوقاية من عيوب الرضا، ورغم الدور الذي تلعبه نظرية الغلط فإنها تظل غير كافية، ولا تكاد تتجاوز الحماية التي تحققها النظرية لنفسها في حين أن الالتزام بالإعلام، إذا أخذنا به في استقلال عن هذه النظرية فهو يلعب دورا فعالا في حماية رضا المتعاقد الآخر لأنه يسمح للدائن بالمطالبة بإبطال العقد حتى ولو لم تتحقق شروط الطعن بالغلط.[2]

ثانيا: التدليس:

وهو استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد[3]، ويمكن القول أن التدليس هو التغليط أو الإيقاع في الغلط عن طريق الغش أو الاحتيال، ونصت عليه المادة 86 من القانون المدني الجزائري يقولها " يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ أليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.[4]

إذا كان التدليس يتطلب وسائل احتيالية لقيامه، فإنه يمكن أن ينتج حتى لمجرد الاحتفاظ بالمعلومات، فالكتمان يعادل التدليس، ومنه يمكن القول أن إبطال العقد على أساس الكتمان أو سكوت المدلس إذا توفرت شروطه المتمثلة في العنصر المادي أي سكوت المدلس عن واقعه مؤثرة في العقد والعنصر المعنوي وهو علمه بهذه

1– عبد المنعم موسى إبراهيم، **حسن النية في العقود، دراسة مقارنة**، دط، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2006، ص 10.

2– بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 177.

3– على سليمان، **النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، ، بن عكنون، الجزائر، 2007، ص 60.

4– مندي آسيا ياسمين، **النظام العام والعقود**، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية، جامعة يوسف بن خدة، 2009، ص 58.

الواقعة وبأهميتها بالنسبة للمدلس عليه الذي يجهله، وإخفائه للواقعة بنية سيئة للتضليل ودفعه إلى إبرام العقد،[1] حسب المادة 2/86 من القانون المدني الجزائري.

فمن يلتزم الصمت أو يعمد إلى كتمان واقعة هامة كان يجب الإفضاء بها ولم يكن بوسع الطرف الآخر معرفتها من مصدر آخر أو بطريقة أخرى يعد مخلا بالالتزام بالإعلام، فالكتمان يعد خرقا مباشرا للالتزام بالإعلام.

الفرع الثاني: ضمان العيوب الخفية والاستحقاق كأساس للالتزام بالإعلام.

حاول المشرع الجزائري وضع حماية في عقد البيع من آفة العيوب الخفية، ومن تعرض الغير للمشتري بالانتفاع بالشيء ونظمها في المواد 371 إلى غاية 386 من القانون المدني.[2]

أولا: ضمان العيوب الخفية:

والعيب الخفي الموجب للضمان هو العيب الذي ينقص من قيمة المبيع أو من منفعته والعيب الذي لا يستطيع المشتري اكتشافه بفحص المبيع بعناية الرجل العادي ويجب أن يتوفر في هذا العيب شروط حتى يلتزم البائع بالضمان وهي:

أ- أن يكون العيب قديما: أي سابقا على البيع وموجودا في المبيع وقت التسليم من البائع إلى المشتري.[3]

ب- أن يكون العيب خفيا: بمعنى لا يستطيع المشتري أن يتبين هذا العيب عند فحصه للمبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا كان يتطلب في الفحص رأي ذوي الخبرة ولا يستطيع في هذه الحالة المشتري الرجوع على البائع إلا إذا أثبت أن البائع أكد له خلو المبيع من العيوب، وتعمد البائع إخفاء العيب غشا منه.[4]

1- بثقة حفيظة، **الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013، ص 101.

2- جرعود الياقوت، **عقد البيع وحماية المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2002، ص 114.

3- عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد**، العقود التي تقع على الملكية، البيع والمقايضة،ج4، ط3، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000، ص 722.

4- جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص 115.

ج- أن يكون العيب مؤثرا من شأنه أن ينقص من قيمة الشيء المبيع أو منفعته المادية.[1] ويكفي تخلف الصفات التي تعهد البائع بوجودها في المبيع أثناء التسليم لقيام إلزامه بالضمان حتى وإن لم يكن تخلف الصفات مؤثرا.

د- أن يكون العيب غير معلوم لدى المشتري: يجب أن يكون المشتري غير عالم به عند التعاقد، لأن العلم بالعيب يسقط حق المشتري في الضمان طبقا للمادة 379/2 من القانون المدني الجزائري.[2]

أصبح الالتزام بالإعلام يتسع لما هو أكثر من العيب بالمفهوم الضيق في دعوى الضمان، فيعد المنتج بوصفه بائعا محترفا مخلا بالالتزام بالإعلام وتترتب مسؤوليته التعاقدية حتى في الحالات التي يسلم المبيع فيها خاليا من العيوب متى ثبت أنه لم يقم بإعلام المشتري عن المخاطر التي تترتب عن استعمال الشيء وعن حيازته دون اتخاذ إجراءات معينة في حفظه.

إن الهدف الرئيسي من إنشاء الالتزام بالإعلام هو العمل على تحقيق أكبر قدر من الحماية التي تحققها دعوى ضمان العيب فلم يعد مقبولا الإبقاء على الارتباط بين هذا الضمان وبين الالتزام بالإعلام نظرا للقيود التي تحيط بدعوى الضمان.[3]

وبشيء من الإمعان يتضح أن نطاق الالتزام بضمان العيوب الخفية أضيق من نطاق الالتزام بالإعلام.

ثانيا: ضمان الاستحقاق:

وتظهر فكرة استحقاق المبيع عند امتناع أو عجز البائع عن دفع تعرض أدى إلى ثبوت حق للغير على المبيع، ونتيجة لذلك وجب عليه تعويض المشتري، وتأسيسا على ضمان الاستحقاق الواقع على البائع والتعرض المنتهي بثبوت حق للغير على المبيع، سواء كرس هذا الحق بحكم قضائي أو سلم به المشتري لوضوحه كما أشارت إلى

1- محمد يوسف الزغبي، **العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني**، ط1، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 410.
2- جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص 114.
3- عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، **حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج**، دار الفكر القانون، المنصورة، ط، 2010، ص 200.

ذلك المادة 373 من التقنين المدني الجزائري بنصها "أن الرجوع بالضمان هو حق يثبت للمشتري ولو اعترف بحسن نية بحق الغير، وتصالح معه دون أن ينتظر حكما قضائيا..." يعتبر استحقاقا للغير على المبيع ويرتب على البائع ضمان زوال الحق أو انتقاصه حسب الحالة في الاستحقاق الكلى أو الاستحقاق الجزائي.[1]

وإذا استحق جزء من المبيع أو تبين للمشتري وجود حقوق عينية غير ظاهرة لم يصرح بها وكان الجزء المستحق أو الحقوق والأعباء من الجسامة إلى حد يمكن معه القول بأن المشتري لو علم بذلك ما أشترى المبيع كان له أن يطلب الفسخ،[2] وهذا وفقا للمادة 376 من القانون المدني الجزائري التي كرست نص المادة 1638 من التقنين المدني الفرنسي.

يمكن استنتاج أن الالتزام بالإعلام الذي يقع تحت الجزاء على أساس ضمان الاستحقاق ينعكس بدون شك على رضا المتعاقد، ولكن هذا القول لا يأخذ على إطلاقه، إذ ليس من الضروري دائما أن يكون المشتري غير عالم وقت البيع بالاستحقاق الجزئي للاستفادة من الضمان فقد يكون عالما به ولكنه يعتقد أن البائع سيدرؤه عنه كما لو كان المبيع مرهونا للوفاء بدين معين وأكد له البائع أنه سيقوم بالوفاء بالدين ويشطب على الرهن.[3]

الفرع الثالث: مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام.

هناك التزامات أخرى لها تأثير على تنفيذ العقد، بالإضافة إلى الالتزام بالإعلام الذي له تأثير على رضا المتعاقد، فهذه الالتزامات من شأنها أن تحقق الضمان للدائن في الحصول على تنفيذ جيد للعقد لذلك لا يكفي أن يكون العقد المبرم خاليا من أي عيب من عيوب الرضا، بل يجب أن ينفذ بشكل سليم، أي طبقا للتوقعات المشروعة للطرفين.

1- أولاد إبراهيم سعاد، **أثر حسن نية المشتري على رجوعه بضمان تعرض واستحقاق الغير في القانون المدني الجزائري**، مذكرة للتخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، الدفعة 17، 2009، ص 28.

2- محمد حسنين، **عقد البيع في القانون المدني الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، طبعة 2000، ص 168.

3- عبد الرزاق أحمد السنهوري، مرجع سابق، ص 678.

لعل من أهم مظاهر حسن النية هو التزام كل طرف بإعلام الطرف الآخر بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد المتفاوض عليه حتى يتسنى للطرف الآخر أن يقدم على التعاقد بإرادة سليمة ومتنورة.[1]

لقد نصت جل التشريعات المقارنة على وجوب تنفيذ العقد بحسن النية ومنها المشرع الجزائري في المادة 1/107 من القانون المدني الجزائري، لكن الإشكال يمكن في صعوبة تحديد حسن النية، وخاصة أنه تختلط فيه الأخلاق مع القانون، ونجد غالبية التشريعات قننت حسن النية كمبدأ عام يحكم سلوك أطراف العقد يجب عليهم مراعاته في تعاملاتهم وتصرفاتهم.[2]

ذهب فقه القانون الخاص إلى أن التعاون يعتبر من أهم مظاهر حسن النية في تنفيذ العقود،[3] ذلك أن مبدأ حسن النية والعدالة يأبيان أن يستأثر أحد طرفي العلاقة العقدية بفائدتها على حساب صاحبه، وإنما عليهما سويا أن يتعاونا حتى يصلا بعقدهما إلى أفضل نتيجة وأحسن غاية، ومن ثم فعلى كل طرف أن يحاول بكل جهده أن ييسر على الآخر التزامه وحتى يتحقق ذلك يتعين على كل طرف في العملية العقدية أن يفضي للآخر بجميع البيانات اللازمة والتي يكون لها تأثير على الرضا بالتعاقد، فإن الالتزام بالاقتضاء بالبيانات يقوم في عقود معينة على فكرة التعاون.[4]

1- رجب كريم عبد اللاة، **التفاوض على العقد، دراسة تأصيلية تحليلية مقارنة**، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 2000، ص 446 .

2- عبد الحليم عبد اللطيف القوني، **حسن النية وأثره في التصرفات في الفقه الإسلامي والقانون المدني**، دار المطبوعات الجامعية الإسكندرية 1997، ص 79.

3– حلمي بهجت بدوي، **أصول الالتزامات، الكتاب الأول، نظرية العقد، الباب الثالث، تنفيذ الالتزام العقدي**، دط، د. دار النشر، 1943، ص 392.

4– حسام الدين كمال الأهواني، **النظرية العامة للالتزام، المصادر الإرادية**، المجلد الأول ، الجزء الأول،ط 3، دون دار النشر، 2000، ص 211.

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام في بعض القوانين الخاصة.

في ظل قصور النظرية التقليدية أورد المشرع الالتزام بالإعلام صراحة في بعض القوانين الخاصة.

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك.

لم يعد المشتري (المستهلك) محميا من خلال القواعد القانونية العامة فحسب، وإنما ولقصور هذه القواعد أصبح هذا الأخير محميا بنصوص قانونية خاصة.

وفي القانون الجزائري نجد الالتزام بالإعلام الذي يعد أحد ركائز حماية المستهلك أساسه في أول قانون يخص حماية المستهلك وذلك بمقتضى المادة الرابعة من القانون 89-02[1] المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والتي جاء نصها كما يلي "تكيف العناصر المنصوص عليها في المادة 03 من هذا القانون حسب طبيعة وصنف المنتوج، و/ أو الخدمة بالنظر للخصوصيات التي تميزه والتي يجب أن يعلم بها المستهلك حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية".

وقد أكد المشرع مجددا على هذا الالتزام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش بمقتضى المادتين 17 و 18 ويظهر ذلك جليا في نص المادة 17 كما يلي "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه المستهلك بواسطة الوسم أو بأي وسيلة أخرى مناسبة...".[2]

ويتضح من خلال التدقيق في المادة 18 السابقة الذكر، أن المشرع حصر الشروط الخاصة بالإعلام في تلك المتعلقة بالوسم رغم أنه ذكر إمكانية تنفيذه بأية طريقة أخرى وبالتالي تتلخص شروط الإعلام في:[3]

- أن يكون الإعلام بسيطا ومفهوما وبلغة واضحة؛
- أن يكون الإعلام كافيا أي محاط بجميع العناصر الجوهرية للعقد؛
- أن يكون واضحا ومرئيا؛
- أن يكون لصيقا بالمنتوج.

ويعد القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 محدد للقواعد المطبقة على المؤسسات التجارية من أهم النصوص التي كرس من خلالها المشرع الالتزام بالإعلام خاصة في المادة الثامنة منه.

1- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 6، سنة 1989.

2- بثقة حفيظة، مرجع سابق، ص 21.

3- كيموش نوال، **حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية**، مذكرة لتنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2010 ص 11.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في القانون التجاري.

سعيا من المشرع الجزائري لحماية مشتري المحل التجاري من الوقوع في الخديعة والتدليس الذي قد يبادر به التاجر من خلال رفع ثمن المبيعات والأرباح المحققة في السنوات السابقة، أو إخفاء الأعباء والديون التي ترهق المحل عن طريق التلاعب بالأرقام المدونة في دفاتر الحسابات، أو التخفيف من شروط الإيجار حتى يزيد من قيمة المحل التجاري ويحصل على ثمن مرتفع عند بيعه.[1] لهذه الأسباب نص المشرع الجزائري بنصه صراحة في المادة 02/79 من القانون التجاري الجزائري[2] على وجوب تضمن العقد بيانات محددة في نص هذه المادة.

كما تضمن القانون التجاري تدعيما لإعلام المساهمين في شركة المساهمة وأعد المشرع من خلال مجموعة من القواعد والأحكام المعتمدة نظاما يسمح بإعلام المساهم.

يحق لكل مساهم أن يطلب تبليغه بجملة من الوثائق الخاصة، حيث تلتزم الشركة في هذه الحالة بإجراء هذا التبليغ وعلى نفقتها، أوردت المادة 678 من القانون التجاري الجزائري إحصاء للوثائق التي يجب أن يبلغ بها المساهم حتى يكون على علم ودراية تامة قبل دخول الجمعية العامة.

كما أشارت المادة 680 من القانون التجاري الجزائري أنه خلال 15 يوم السابقة لعقد الجمعية العامة يحق لكل مساهم أن يطلع في مقر الشركة على وثائق تسمح له بتحصيل العلم الكافي بجوانب التسيير.

نخلص إلى أن المشرع أولى عناية خاصة بحق المساهم في الإعلام حيث ينصب هذا الحق على تمكين المساهم من العلم بالوضعية المالية والاقتصادية للشركة من خلال الوثائق المحاسبية الكاشفة عن سير أعمالها.

1- بن زاوي سفيان، **بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2013 ص 106.

2- الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 1975/09/26، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 101.

الفرع الثالث: الالتزام بالإعلام في قانون التأمين.[1]

الالتزام بإعلام المؤمن له وتقديم النصح لهن واجب يخضع له المؤمن ووسطاء التأمين، فشركات التأمين بصفتها متعاملا اقتصاديا تتدخل لعرض منتجاتها التأمينية، تمثل دائما الطرف القوي في العلاقة التعاقدية، فمن واجبها إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بخصائص الخدمة التي تعرضها وفقا لما يقتضيه مبدأ حسن النية الذي يلعب دورا هاما وحاسما في عقود التأمين سواء في مرحلة تكوينيها أو تنفيذها.[2]

يتم إبرام عقد التأمين من الناحية العملية بعد قبول المؤمن تغطية الخطر محل التأمين حيث يتم تحديد وتقدير ذلك الخطر من طرف المؤمن حتى يقرر قبول أو رفض تغطيته أم لا، ويستند في ذلك الى المعلومات التي يقدمها له طالب التأمين، وبعد ذلك يلتزم المؤمن بتقديم كل المعلومات والبيانات المتعلقة بالخدمات التأمينية التي يقبل المؤمن على شرائها، خاصة ما يتعلق بقيمة الأقساط والضمانات التي تقابلها في كل نموذج من نماذج عقود التأمين.[3]

يلزم الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بقانون التأمين الجديد (Assurances)،[4] الذي ألغى القانون رقم 13/18 المؤرخ في 1980/07/19 (المادة 4/478) في المواد 5 و 8 و 13 والمعدل بالقانون رقم 04/06 المؤرخ في 2006/02/20، شركات التأمين (أي المؤمن Lassurens) في عقود التأمين، ضرورة إخبار أي إعلام المستهلك وإخطاره بالشروط الهامة والأكثر خطورة، وبكل المعلومات الضرورية المتعلقة بالعقد (أو المنتوج أو الخطر المؤمن عنه) وأن تكون هذه البيانات واضحة ومقروءة وغير قابلة للمحو ومحررة باللغة الوطنية.[5]

1- Beignier Bernarad, Droit Des Assurances Puf, Paris, 1999, P 283.

2- براهامي فايزة، **التزامات الأطراف في المرحلة السابقة للتعاقد**، دار الجديدة، 2014، ص 138.

3- Beignier Bernarad, Opcit, P.290

4- الجريدة الرسمية، العدد 15، المؤرخة في 2006/03/12.

5- بالحاج العربي، **الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري**، دراسة مقارنة، دار وائل للنشر، الجزائر، 2010، ص 81.

وفي نفس السياق، توجب المواد 15 و19 و21 و75 و153 من تقنين التأمينات الجزائري لعام 1995، المؤمن له (LASSURE) إعلام المؤمن وإطلاعه على التصريح الصحيح عند إبرام العقد بكافة الظروف المساعدة على تقدير الخطر ودرجة جسامته بكل وضوح وأمانة من خلال الاستمارات المطبوعة المتضمنة لأسئلة محددة، لتبصرة المؤمن بدرجة احتمال وقوع الخطر وهذا حتى يتسنى للمؤمن اتخاذ الإجراءات التي يراها مناسبة وناجعة، كأن يقترح قسطا جديدا لاستمرار التأمين أو فسخ العقد، وفي حالة قيام المؤمن له بكتمان معلومات، أو تصريح كاذب متعمد بقصد تضليل المؤمن في تقدير الخطر المؤمن عنه فإنه يترتب عنه إبطال العقد (م 21 و75 منه).[1]

1– بلحاج العربي، **مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري**، دراسة مقارنة، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 82.

المبحث الثاني: صور الالتزام بالإعلام.

لقد انقسم الفقه إلى عدة أراء، فمنهم من اهتم بصنف واحد من الالتزام بالإعلام هو الالتزام التعاقدي على اعتبار أن هذه الالتزامات ناشئة عن العقد ومرتبطة به، وعلى العكس من هذا الاتجاه اقتصر جانب من الفقه على دراسة الالتزام قبل التعاقدي لأنه في نظرهم هو وحده الذي يمثل فائدة بالنسبة للمتعاقد، ومن ثم قالوا بالطبيعة قبل التعاقدية للالتزام بالإعلام فهو مستقل عن العقد ويتعين الوفاء به في المرحلة السابقة على إبرام العقد ونظرا للانتقادات الموجهة لهذين الاتجاهين ظهر اتجاه ثالث يميز بين ما يسمى الالتزام قبل التعاقدي (المطلب الأول) والالتزام بالإعلام التعاقدي (المطلب الثاني)، ويعتبر هذا التصنيف هو الشائع في الفقه.

المطلب الأول: صور الالتزام بالإعلام قبل إبرام العقد.

اعتبر الفقه المقارن أن مبدأ حسن النية غير كاف بمفرده لضمان سلامة العقود، نظرا لعدم وضوح هذا المبدأ ونسبيته وعدم فعالية نظرية عيوب الرضا في المعاملات المدنية، لذا حاول إقامة نظرية عامة للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي كالتزام قائم بذاته مستقل بنفسه إلى جانب نظرية عيوب الإدارة التي تتطلب شروط من غير اليسر تحققها للقول بإبطال العقد، فالالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق أحد المتعاقدين (المهني) في المرحلة السابقة على إبرام العقد دوره أساسا في جعل رضا الطرف الآخر حرا ومستنيرا خاليا من الغلط [1] أنه يساعد على التعبير عن الرضا السليم فهذا الأخير يكون مستنيرا بما فيه الكفاية عندما نمنح المتعاقد عناصر تفاوضية تمكنه من الإقدام على التعاقد.

1- Français Terré-Philippe, smiller-yues, Lequette Droicivil, les obligation, 9 ème édition, 2005, p 206.

ونستنتج أن هذا الالتزام يؤثر على إبرام العقد وإذا تم الإخلال به فإن العقد المبرم لن يكون مطابقا للعقد المتوقع ولرغبات الدائن بالالتزام بالإعلام.

والقضاء الفرنسي، أقر بوجود التزام عام بالمصارحة والشفافية في المرحلة السابقة على التعاقد إذن يتعين على كل متفاوض أن يعلم المتفاوض الآخر بكل شيء ((Tout révéler)، بأسلوب مستقيم (Loyal)، وصريح (Franc) ويري (candide)، بما يصاحب العقد محل التفاوض من ظروف وملابسات واقعية وقانونية.[1]

ومن المعلوم أن القانون الجزائري ركزا كثيرا على الالتزام السابق على التعاقد والمتمثل في إعلام المتعاقد، وإخباره بمضمون العقد من جهة وبالأسعار وشروط البيع من جهة أخرى، كما أنه تدخل لحماية إرادة المشتري، وإعادة التوازن بين طرفي العقد.[2]

المطلب الثاني: صور الالتزام بالإعلام بعد إبرام العقد.

الالتزام بالتبصير واجب يقع على عاتق المهني اتجاه المستهلك أو المتعاقد الآخر حتى ولو كان هذا الأخير مهنيا في مجالات أخرى إلا أن عدم كفاءته في مجال تعاقده وضعف معلوماته في هذا الميدان قد فوتت عليه فرصة الاختيار الواعي لجوهر محل التعاقد ونوعه لذلك يجب أن يسود مبدأ التعاون بين المتعاقدين، من أجل تسهيل تنفيذ الالتزام الرئيسي، وينصب هذا التعاون على معلومات تكون ضرورية لاستعمال الشيء والاحتياطات التي يجب اتخاذها من أجل تحقيق السلامة للمستعمل لأنه لا ينصب على إعلام المتعاقد حول المميزات الداخلية للشيء و إنما على مميزات استعماله.[3]

1– بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 77.
2– بلحاج العربي، المرجع نفسه، ص 80.
3– بثقة حفيضة، مرجع سابق، ص 70.

كما تهدف المعلومات محل الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام إلى تمكين الدائن من معرفة مضمون الأداء القانوني الخاص بالطرف الآخر، والإحاطة بجوانبه القانونية والمادية كما تمكنه من تقدير مضمون الأداء الخاص به وكذا الالتزامات التي يتحملها،[1] ومثال ذلك التزامات المؤمن له بإعلام المؤمن حيث يجب عليه أن يقدم له تلقائيا عددا من المعلومات متعلقة بشخصه أو بالشيء المؤمن عليه، وكذلك الحال في عقد الشركة يتعين على الشريك الأول إعلام الشريك الجديد بمديونية الشركة، وما إذا كانت توجد في حالة تصفية وكيف تسير في الواقع.[2]

وعلى كل حال، وتطبيقا للمادة 02/86 من القانون المدني الجزائري فإنه يجب على المتفاوض في مرحلة إبرام العقد أن يطلع الطرف الآخر عن حقيقة كل واقعة أو ملابسة بكل صدق ومصارحة وإلا كان مخلا بالتزامه بالإعلام ومرتكبا في الوقت نفسه تدليسا، يجعل العقد النهائي قابلا للإبطال لمصلحة الطرف المدلس عليه.[3]

يذهب رأي الفقه الفرنسي إلى أنه لا يلزم أن يقع الالتزام بالإعلام العقدي على عاتق طرف معين بالذات من طرفي العقد، فلا يشترط في عقد البيع أن يلتزم به البائع دائما في مواجهة المشتري، فقد يحدث العكس حيث يلتزم به المشتري في مواجهة البائع بوصفه الأكثر دارية وخبرة، فالالتزام بالإعلام العقدي يفرض على عاتق الطرف الخبير المهني أو المحترف باعتباره الحائز للمعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه وذلك أيا كان مركزه أو صفته في العقد أي سواء كان هو المتصرف أو المتصرف إليه.[4]

كما تهدف المعلومات الواجب الإدلاء بها إلى تمكين المدين من حسن تنفيذ التزامه، فالدائن عليه أن يقدم للمدين كافة المعلومات والتوضيحات المتعلقة بخصوصيات الشيء أو المادة التي يرغب فيها وقد نص المشرع الجزائري على ذلك صراحة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.[5]

1- مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 69.

2- بوعبيد عباسي، **الالتزام بالإعلام في العقود**، أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة القاضي عياض، مراكش، 2003، ص 216-217.

3- بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 80.

4- أحمد خديجي، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي**، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد11، 1جوان 2014، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 22.

5- القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، المؤرخة في 2009/03/08.

ملخص الفصل:

في ظل غياب نص قانوني صريح لأحكام الالتزام بالأعلام يؤسس الالتزام بالإعلام حسب النظرية التقليدية على أساس حماية رضا المتعاقد من الوقوع في غلط أو تدليس أو أن يظهر في المبيع عيب خفي أو استحقاق أو إخلال بمبدأ حسن النية المفترض في جميع العقود لكن في ظل قصور النظرية التقليدية عن تغطية بعض الحالات دفع المشرع إلى تضمين هذا الالتزام صراحة في بعض القوانين الخاصة كقانون حماية المستهلك وقمع الغش والقانون التجاري وقانون التأمين ...إلخ.

وقد يظهر الالتزام في صورة التزام سابق عن التعاقد بحيث يجب على أحد المتعاقدين أن يقدم للطرف الآخر المعلومات والبيانات اللازمة المتعلقة بالمنتوج، بغية الحصول على رضا صحيح وسليم، كامل ومتنور وقد يظهر الالتزام بالإعلام في صورة التزام تعاقد يسمح بحسن تنفيذ الالتزامات الأصلية.

الفصل الثاني
وسائل تنفيذ
الالتزام بالإعلام
وجزاءات الإخلال
به

إن الغاية من تنفيذ الالتزام بالإعلام هي حصول الدائن على المعلومات المفيدة في إبرام وتنفيذ العقد، وللنجاح في الوصول إلى هذه الغاية فإن المدين يلتزم من جهة بالبحث عن المعلومات الصحيحة والإدلاء بها للدائن من جهة أخرى.

وعندما ينص المشرع على الالتزام بالإعلام فإنه ينص أحيانا بدقة على الوسيلة التي يجب على المدين احترامها، ولكن الأمر ليس دائما على هذا الشكل، لذا يلزم على المدين بالبحث عن الوسائل التي يستطيع من خلالها إيصال المعلومات إلى الدائن وذلك بالاعتماد على معيارين: طبيعة العقد، وطبيعة المعلومات الواجب الإفضاء بها.

ونظرا لأهمية الالتزام بالإعلام في إعادة التوازن للعلاقة التعاقدية فقد أورد المشرع جزاءات عامة وخاصة حماية لرضا المتعاقدين أوردها في القواعد العامة والقواعد الخاصة في حالة الإخلال بهذا الالتزام.

المبحث الأول: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام.

يعتبر تنفيذ الالتزام بالإعلام تاما عندما يقوم المدين بتقديم البيانات والمعلومات الكافية إلى الدائن بالالتزام بالإعلام ويتم هذا الالتزام بواسطة عدة طرق ولذلك يجب اختيار الطريقة الأكثر ملائمة للوفاء.

ويتمكن المدين من التحرر من هذا الالتزام الواقع على عاتقه إذا قدم المعلومات كتابة أو شفويا أو بواسطة الملصقات أو الألواح أو حتى بواسطة وسائل الإعلام والاتصال.

المطلب الأول:معلومات مقدمة شفويا وأخرى كتابة.

لقد اعتاد المستهلكين لعقود طويلة على تلقي المعلومات من المنتجين والتجار شفويا أو كتابة.

الفرع الأول: معلومات مقدمة شفويا.

تعد هذه الوسيلة الأكثر بساطة والأكثر سرعة والأكثر شيوعا من غيرها في تنفيذ الالتزام بالتبصير لأنها لا تتطلب أي سند مادي، ولأنها تمكن الدائن من العلم الفوري ببعض المعلومات التي يجب التعجيل بها لأسباب مختلفة، فأثناء التفاوض أو من خلال الحوار الذي يجري بين المدين والدائن يتمكن هذا الأخير من الحصول على المعلومات التي تهمه من المدين مباشرة، ويطلب منه تبصيره بكل ما من شأنه إجلاء الغموض عليه من معلومات وأمور يكون في حاجة إلى معرفتها.[1]

ويعتبر التقديم الشفوي للمعلومات واسع النطاق، ويشمل العديد من وتسود هذه الوسيلة بالخصوص في العقود التي يبرمها المرء، كما يمكن أن تسود عقود أخرى مهمة كعقد التطبيب مثلا، حيث يقوم الطبيب بالإدلاء بالمعلومات إلى المريض خلال المناقشات التي تتم بينهما في عيادته، ولاشك أنه سيكون أقل لباقة إذا قدم للمريض

1– بثقة حفيظة، مرجع سابق، ص 71.

وثيقة مكتوبة تحدد مختلف المخاطر التي يمكن أن تترتب على عملية جراحية معينة، كما أن مشتري الحيوان من السوق يعتمد على ما يقدمه إليه البائع من معلومات تتعلق بصفات ونواقص الحيوان.[1]

وعلى الرغم من سهولة وبساطة هذه الطريقة فإنها يجب أن تخضع لبعض الشروط والمواصفات، فلا يكفي أن يقوم المدين بالإدلاء البيانات التي تفيد الدائن، بل لا بد أن تكون هذه البيانات مسموعة ومفهومة بوضوح، فإذا لم يسمع الدائن المعلومات المقدمة إليه فإن الالتزام بالتبصير يعد كأنه غير منفذ، كما أن المعلومات التي لا تكون واضحة بما فيه الكفاية ومفهومة من طرف الدائن لا يعتمد بها، فالمدين يتعين عليه اختيار العبارات المفهومة وتفادي استعمال العبارات الغامضة والمصطلحات الغنية المعقدة.[2]

ولكن على الرغم من المزايا التي تتحقق من خلال المعلومات الشفوية، فإن هذه الوسيلة غير كافية ولا تعد فعالة في كل الأحوال وذلك للأسباب التالية:[3]

– لا تخلو هذه الطريقة من مساوئ بالنسبة للمدين بالالتزام بالإعلام وبالطبع يصعب عليه إثبات وفائه بالالتزام بالتبصير وإدلائه بكافة البيانات التي يحتاج إليها الدائن، فكيف يستطيع إثبات أنه وفى ما عليه إذا لم يدل بالبيانات أمام شهود أو بواسطة إقرار من الدائن يفيد أنه تلقى البيانات الأزمة وإعلام زبونه كتابة؛

– إن تطور الأشكال الجديدة المستخدمة في التعاقد وإبرام العقود بصفة عامة، جعل الاعتماد على الطريقة الشفوية في الإدلاء بالمعلومات أمرا مستحيلا، لأنه كثيرا ما تم العقود عن طريق المراسلة ولا مجال فيها للإدلاء بالمعلومات شفاهة باستثناء التعاقد عن طريق الهاتف ولكن هذه الطريقة الأخيرة في التعاقد لا تلعب إلا دورا ثانويا في نظم التعاقد المعاصرة، وتجدر الإشارة كذلك إلى أنه حتى في الحالات التي يتيسر فيها الالتقاء بين المتعاقدين فإن

1- بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 229.

2- جابر محجوب على، **ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات المبيعة**، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون الكويتي، دار النهضة العربية، 1995، ص 244.

3- بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 231.

السرعة التي يتم بها إبرام التصرفات لا تترك وقتا كافيا للمتعاقدين من أجل التفاوض على كل صغيرة وكبيرة، كما أن المنتج وهو أعلم الناس بخصائص ومكونات السلع لم يعد هو البائع المباشر للمشتري الأخير، بل يوجد وسطاء وموزعين هم الذين يتعاقدون مباشرة مع المستهلك، لذلك يفصل المنتج الإدلاء كتابة بالمعلومات المتعلقة بالأشياء التي ينتجها؛[1]

– عند ما يقتني المشتري شيئا معينا، فإن استعماله قد لا يقتصر عليه وحده وإنما يستعمله أفراد أسرته كذلك، وقد ينسى بعض المعلومات التي تم الإدلاء بها إليه شفويا، وقد لا يكون حاضرا وقت استعماله، وهو ما يهدد بإمكانية حدوث أضرار أو مخاطر نتيجة عدم التقيد بالبيانات اللازمة، لذلك يستحسن تقديم البيانات المتعلقة بمخاطر الأشياء المبيعة كتابة، فالكتابة تجعل التحذير مستمرا، وتحقق الهدف من الالتزام بالإعلام بشكل فعال.

الفرع الثاني: معلومات مقدمة كتابة.

تعد الكتابة وسيلة شائعة من وسائل الإدلاء بالمعلومات إلى المتعاقد الآخر، وهي الأهم والأكثر فعالية من حيث تنويره، ويتضح ذلك من خلال المزايا التي تتميز بها المقارنة مع مزايا المعلومات الشفوية، وتتمثل هذه المزايا بالخصوص فيما يلي:

– تتميز المعلومات المكتوبة بصفة الدوام والثبات، وهو ما يسهل استغلالها والاستفادة منها، فما دامت موجودة بين يديه بصفة مستمرة فهو يتوفر على الوقت الكافي ليطلع عليها كما يمكن اللجوء إليها مرات عديدة وكلما احتاج إليها، فهي تقدم إليه إعلاما متكررا من دون حاجة إلى الاستعانة بالمدين من جديد أما المعلومات الشفوية فلا يحصل عليها عموما إلا مرة واحدة؛[2]

1- مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 73.

2- بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 232-233.

– على الرغم من المزايا فإن المعلومات المكتوبة يمكن أن تترتب عليها بعض المساوئ بالنسبة للمدين بالإعلام لأنها تتطلب تكاليف وجهد إضافيين، ولكن هذا لا يساوي شيئا أمام المزايا التي تحققها الكتابة سواء للدائن أو للمدين نفسه؛

– كما أن هذه الطريقة في تنفيذ الالتزام بالإعلام والتبصير تسير نحو الانتشار الواسع في الوقت الراهن على حساب المعلومات الشفوية وذلك كونها تناسب المبادلات التجارية المعاصرة؛

– إلا أن المعلومات المكتوبة لكي تكون فعالة في تنفيذ الالتزام بالإعلام يجب أحيانا تقديمها قبل إصدار الرضا وخاصة بالنسبة للبيانات التي لها تأثير على إبرام العقد أو على أي رضا آخر، فالمعلومات التي تصل إلى الدائن قبل وقت وجيز من إبرام العقد أو بعد إبرام العقد، لن تفيده في شيء عندما تكون لها علاقة بإبرام العقد، لذلك يستحسن إعطاء الدائن بالالتزام بالتبصير الوقت الكافي والضروري لكي يستطيع العلم بالوثائق المسلمة إليه قبل التعاقد؛[1]

– تتميز المعلومات المكتوبة بالدقة في كتابتها، حيث أن المدين يعدها مسبقا، كما يحاول صياغتها بعناية ويضمنها كل البيانات التي يمكن أن يحتاجها الدائن، وهي بهذه الصورة تحقق منفعة للدائن حيث يمكنه الوقوف على البيانات إلى أن تتضح أمامه كل الوقائع التي تفيد في الإقدام أو عدم الإقدام على التعاقد، وتوضح له كيفية الانتفاع الأمثل بالشيء محل العقد؛

– كذلك يستفيد المدين بدوره من هذه الطريقة في الإدلاء بالبيانات حيث يكتفي بكتابة هذه البيانات مرة واحدة ويرفقها بالشيء المبيع من دون إلزامه بإعلام وتبصير كل مشتر على حدا؛

1– بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 234-235.

– عندما يعمد المدين إلى كتابة البيانات يدلي بها إلى الدائن، فإنه يقيم وسيلة قوية من وسائل الإثبات تسهل عليه إثبات وفائه بالالتزام بالإعلام، كما يستطيع الدائن الاستناد إلى نفس الدليل لإثبات عدم تنفيذ المدين لالتزامه كوجود خطأ أو لبس أو نقص في البيانات؛

– طالما يتم الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالشيء كتابة، فإن الاستفادة تكون أعم حيث يتوصل مقتني الشيء أو مستعمله المحتمل الذي لم يرتبط بالبائع بعلاقة مباشرة.[1]

المطلب الثاني: استخدام الإعلان ووسائل الاتصال والإعلام في تقديم المعلومات.

يتجلى الإعلان كوسيلة للإعلام في تقديم معلومات أو أخبار إلى الناس عامة حول السلع والخدمات للتعريف بها وإبراز محاسنها والترويج لها وتوسيع دائرة السوق، ومن أجل تحفيز المستهلك على الإقبال عليها.[2]

والإشهار هو جزء من الإعلام فقد عرفته الجمعية الأمريكية للتموين بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.[3]

ونظرا للتقدم الصناعي الكبير وما ترتب عليه من وفرة في السلع والمنتجات المعروضة للبيع واحترام المنافسة التجارية فإن الإعلان أصبح يكتسي أهمية بالغة سواء بالنسبة للمنتج أو المستهلك، يعتبر الإشهار التجاري من أهم الوسائل التي تربط المحترفين بالمستهلكين من حيث كثرة الطلب على السلع التي يعلن عنها، مما يحقق لهم فوائد تجارية كبيرة.

1– مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 74.

2– عبد الحميد محمد أحمد، **الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعود**، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 4، ديسمبر 1994، ص133.

3– على بولحية بن بوخميس، **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**، دط، دار الهدى لنشر والتوزيع، عين مليلة الجزائر، ص 51.

ويكون المستهلك قبل أن يقوم بعملية الشراء في حالة تشويش بين الشيء الذي يختاره والشيء الذي يتوافق وما يطلبه أو ما يملكه من إمكانيات، فالإشهار يوجه المستهلك باستخدام وسائل عديدة كالصحف، التلفزيون، والراديو.[1]

ولم تعد الرسالة الإعلانية قاصرة على تعريف المستهلكين بوجود سلع مطروحة في التداول التجاري، بل اتخذت شكلا متطورا في تزويد المستهلك بمختلف البيانات المتعلقة بخصائص هذه السلع ومن بين الوسائل والأدوات التي تستعمل غالبا لتبليغ الرسالة الإعلانية إلى الجمهور، اللوحات والملصقات، والصحف والمحلات، كما يمكن الإدلاء بالمعلومات شفويا عن طريق الإعلانات الإذاعية أو توضيحها بالصوت والصورة كما هو الشأن في الإعلانات الإذاعية.[2]

صحيح أن المعلومات المقدمة عن طريق وسائل الإعلام والاتصال وخاصة التلفزيون مفيدة بالنسبة للمستهلك لأنها تعرفه بالمنتجات الجديدة التي يحتاج إليها لإشباع رغباته المتجددة، كما توضح له وبشكل عملي كيفية استعمال الشيء والاستعانة ببعض الأشخاص، ولكن هذه الوسائل تظل غير كافية لتحقيق التنفيذ السليم والتام للالتزام بالإعلام الملقى على عاتق المدين وذلك للمبررات التالية.[3]

- قد يحتاج المستهلك عديم أو قليل الخبرة إلى إسداء النصح إليه من أجل اختيار الشيء الأكثر ملائمة لتلبية حاجاته، وهو الشيء الذي لا يقدمه له التلفزيون، فيصعب عليه ممارسة حقه في الاختيار؛
- يلاحظ أن المعلومات والأوصاف التي يقدمها برنامج الشراء عن طريق التلفزيون تركز على مزايا السلعة وفوائدها دون عيوبها ومخاطرها وأضرارها.[4]

1- عبد الحق ماني، **حق المستهلك في الإعلام**، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، جامعة حيدر محمد خيدر، بسكرة، 2009، ص 110.

2- مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 76.

3- بوعبيد عباسي، مرجع سابق، ص 247.

4- مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 76.

المبحث الثاني: الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

إن عدم وجود نصوص قانونية صريحة تبين أحكام الالتزام بالإعلام وتضع الجزاءات المناسبة في حالة الإخلال به، يحتم علينا البحث عن هذه الجزاءات من خلال القواعد العامة للعقود، وبعض القواعد الخاصة كذلك.

المطلب الأول: جزاءات القواعد العامة في حالة الإخلال بالالتزام.

يترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام تأثير على إرادة الدائن، وبالتالي تأثير على ركن الرضا فنرى أن إرادة أحد المتعاقدين لا تعبر عن حقيقة ما يقصده العاقد، وبالتالي يصبح العقد غير سليم، لذلك يجب البحث في مدى قابلية العقد للإبطال وقد يلحق الإخلال بالالتزام بالإعلام أضرار بليغة بالدائن، فيرغب في مطالبة المدين بالتعويض، وقد يصل إلى المطالبة بفسخ العقد.

الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام.

نظرا لعدم وجود نص قانوني ينص صراحة على قابلية العقد للإبطال في حالة الإخلال بهذا الالتزام، فإننا نرجع إلى نظرية عيوب الرضا وخاصة عيبي الغلط والتدليس لارتباطهما الوثيق بالالتزام الوثيق بالإعلام فالمادة 81 من القانون المدني الجزائري تقر جواز إبطال العقد للغلط، ويشترط حسب المادة 82 من القانون المدني الجزائري أن يقع في صفة الشيء أو ذات المتعاقد أو صفة من صفاته وكانت الذات أو الصفة السبب الرئيسي في التعاقد.

إلا أنه وتماشيا مع النظرة الحديثة التي تبناه الاجتهاد، والفقه في فرنسا، وبعض الفقه العربي والتي لا تعتد بالغلط الواقع على الشيء كسبب لإبطال العقد إلا إذا وقع فيه طرفا العقد، أو يكون الطرف غير الغالط سيء النية، فلا يمكن للإخلال بالالتزام بالإعلام أن يؤدي إلى إبطال العقد بناءا على نظرية الغلط، إلا إذا تحقق سوء نية الدائن

من حيث أنه كان على علم بالغلط أو كان من السهل عليه أن يتبينه، وترك المتعاقد الآخر فريسة للغلط دون أن ينبهه إليه كما تقضي قواعد حسن النية.[1]

وتحقيقا لحماية المتعاقد الآخر الذي لا يكون عالما بمكنون نفس من تعاقد معه وما كان يهدف إليه من التعاقد ثم يفاجأ بإبطال العقد لتخلف صفة جوهرية في الشيء لم يكن يدرك شيئا عن أهميتها في نظر من تعاقد معه، وتحقيقا لهذه الحماية اشترط الفقهاء أنه إذا كان أحد المتعاقدين قد أقدم على التعاقد مدفوعا باعتقاده أن صفة معينة تتوفر في الشيء، ويكون الطرف الآخر عالما أو على الأقل كان يستطيع أن يعلم من ظروف التعاقد بما كان لهذه الصفة من أهمية جوهرية في نظر من تعاقد معه، وقد اشترط القضاء الفرنسي أن يكون الغلط المعيب للإرادة غلطا مغتفرا، أما إذا كان غير مغتفر فيجوز الحكم بإبطال العقد.[2]

وللمطالبة بإبطال العقد بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يمكن الاعتماد على نظرية الغلط فحسب، بل يمكن الاستناد كذلك على نظرية التدليس.

إذا كان التدليس يتطلب استعمال وسائل احتيالية إيجابية فإنه يمكن أن ينتج كذلك عن مجرد الاحتفاظ بالمعلومات، فالكتمان يعادل التدليس، ومن ثم يمكن القول أن إبطال العقد على أساس الكتمان أو السكوت المدلس، يعد جزاء مباشرا على خرق الالتزام بالتبصير (الإعلام).[3]

فبعض المحاكم استندت إلى التدليس، فسمحت بإبطال العقد بموجب المادة 1116 من القانون المدني الفرنسي المقررة لهذا العيب من عيوب الرضا، فالقضاء الفرنسي ومنذ منتصف القرن العشرين قد أجاز قيام التدليس بمجرد الكتمان العمدي لواقعة أو ملابسة واجبة البيان، بحيث أن المتعاقد ما كان ليبرم العقد لو علم بها.

1- مأمون الكزبري، **نظرية الالتزامات في ضوء قانون الالتزامات والعقود المغاربي**، الجزء الأول، مصادر الالتزام، د. دار نشر، ص 89-91.
2- عبد الرزاق السنهوري، مرجع سابق، ص 394.
3- عمر محمد عبد الباقي، **الحماية العقدية للمستهلك**، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 286.

في حين أقامت محاكم أخرى حق المتعاقد في إبطال العقد لغياب المعلومات استنادا إلى نص المادة 1110 من القانون المقررة لعيب الغلط متى استطاع أن يثبت أن نقص أو غياب المعلومات أو واقعة في صفة جوهرية في محل العقد.[1]

فإذا كتم أحد المتعاقدين على الآخر واقعة جوهرية ولم يكن باستطاعة المدلس عليه أن يعرفها عن طريق آخر كان هذا الكتمان تدليسا، كما تجدر الإشارة كذلك إلى أن التدليس عن طريق الكتمان الذي يجعل العقد قابلا للإبطال هو التدليس الدافع إلى التعاقد، أما التدليس غير الدافع أو العارض فلا يمنح إلا حق المطالبة بالتعويض.[2]

الفرع الثاني: التعويض كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام.

قد يرى الدائن في إبطال العقد جزاء فعال بالنسبة له، وقد يفضل الاحتفاظ بالعقد مع المطالبة بالتعويض فقط، كما قد يختار الجمع بينهما وعذره في هذا الاختيار أن الحكم بزوال العقد قد لا يكون كافيا وحده لتعويضه عن كافة الأضرار وخاصة منها تلك المتعلقة بما تكبده من مصاريف لإتمام العقد الذي حكم بإبطاله.[3]

أولا: الجمع بين الإبطال والتعويض استنادا للغلط.

ضحية الغلط لا يمكنه الجمع بين الإبطال والتعويض، وليس له إلا الحق في طلب الإبطال دون التعويض، وبالاستناد إلى المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تنص "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"، نقول أن المتعاقد الغالط باستطاعته المطالبة بالتعويض إذا تمكن من إثبات خطأ الدائن بالإعلام والمتمثل في الاحتفاظ الخاطئ بالمعلومات.[4]

1- عدنان إبراهيم سرحان، **حق المستهلك في الحصول على الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة والخدمات**، دراسته مقارنة في القانونين الإماراتي والبحريني، مجلة المفكر، العدد الثامن، ص 14.

2- Jean Calais, Anloy-Frank, Stein Metz-Oputep 187.

3- Jean Calais, Anloy-Frank, Stein Metz-Oputep 188.

4- مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 77.

ثانيا: التعويض في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام.

قد ينحصر الجزاء على مخالفة الالتزام بالإعلام، وقد ينحصر الجزاء على مخالفة الالتزام بالتبصير في منح التعويض للدائن من دون المساس بالعقد، ويتحقق ذلك في الحالة التي يتعذر فيها على الدائن طلب إبطال العقد نظرا لعدم تحقق عناصره وشروطه كاملة فقد لا يستطيع إثبات نية التضليل لدى المدلس، أو إثبات أن الوسائل التدليسية كانت دافعة إلى التعاقد.[1]

الفرع الثالث: قابلية العقد للفسخ بسبب الإخلال بالالتزام بإعلام.

إن الإخلال بالالتزام بالإعلام يسمح بتطبيق القواعد العامة وخاصة المادة 119 من القانون المدني الجزائري، فالفسخ يعد جزاء على عدم تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد، ولا يتعلق بالأساس إلا بالعقود الملزمة للجانبين لذلك فهو خاص بخرق الالتزام بالإعلام الذي ينعكس على تنفيذ العقد،[2] وهكذا يمكن أن يتحقق فسخ العقد إذا ترتب على الجهل بالمعلومات عدم تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد، أو متى كان الإخلال بهذا الالتزام في حد ذاته مؤثرا على انتفاع المتعاقد بالشيء، المقتنى ولم يتحقق الانتفاع الأكمل وفقا للغرض المخصص له.

غير أنه بما أن الإبطال يكون لعيب في الرضا وليس لعدم تنفيذ العقد وبالمقابل فالفسخ يكون لعدم التنفيذ أو التنفيذ المعيب، وليس العيب في الرضا، ومن ثم نقول أن الفسخ جزاء لا يعمل به بالنسبة للإخلال بالالتزام بإعلام الذي له انعكاس على رضا المتعاقد.

1- مأمون الكزبري، مرجع سابق، ص 104.

2- مندي آسيا ياسمين، مرجع سابق، ص 79.

المطلب الثاني: الجزاءات الخاصة المرتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

أوردت بعض القوانين الخاصة الالتزام بالإعلام كأحد الالتزامات الملقاة على عاتق أطراف العقد، ورتبت جزاءات في حالة الإخلال به وكمثال على ذلك قانون حماية المستهلك وقمع الغش والقانون التجاري وخاصة فيما يخص إعلام المساهم في شركة المساهمة.

الفرع الأول: جزاءات الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

تستهدف الحماية المدنية التقليدية المصلحة الخاصة للمستهلك عن طريق إبطال العقد أو التعويض لمصلحة هذا الأخير، بينما المستهدف من الحماية الحديثة التي توفرها القواعد الخاصة بحماية المستهلك وقمع الغش هو المصلحة العامة للمجتمع.

ولتحقيق هذه الحماية الشاملة للفرد والمجتمع، فقد تنوع الجزاء من جزاء إداري يوقعه أعوان إداريون مؤهلون قانونا عند ضبطهم لأي مخالفة تمس بصحة المستهلك وأمنه، إلى جزاء جنائي يتميز بالشدة والقسوة لما يتسم به من طابع الردع.

وحسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وكذا المرسوم التنفيذي المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش فإن الجزاءات الإدارية متعددة ومتنوعة وتختلف قوتها حسب درجة المخالفة المرتكبة من سحب المنتوج إلى الحجز عليه إلى غلق المحل التجاري أحيانا وتسديد غرامة الصلح أحيانا.

ويهدف الالتزام بالإعلام إلى غرض الالتزام بالصدق والأمانة نحو المتعاقد الآخر كما يهدف إلى المحافظة على الثقة في السوق وينصب على نوعين من المعلومات، الثمن من جهة، والشروط الخاصة للبيع أو الخدمة من جهة أخرى.

وتنص المادة 05 من القانون رقم 04-02 المؤرخ 05 جمادي الأول 1425 الموافق لـ 23 يونيو 2004 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسة التجارية على ذلك: «يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع».

فهذا الإعلام يعد شرطا لتحقيق الشفافية وتطوير المنافسة كما يهدف إلى حماية المستهلك من التلاعبات الممكنة في الأسعار ويجعل رضاه متنورا غير معيب.

ويعاقب على مخالفة الالتزام بالإعلام بأسعار السلع والخدمات بغرامة تتراوح ما بين خمسة آلاف 5000 دج ومائة ألف 100000 دج وذلك حسب المادة 31 من القانون 04-02 السالف الذكر.

ويعاقب على مخالفة الالتزام بالإعلام شروط البيع بغرامة تتراوح ما بين عشرة آلاف 10000 دج ومائة ألف 100000 دج حسب المادة 32 من نفس القانون المذكور المنصوص عليه قانونا.

الفرع الثاني: الجزاءات المترتبة على الإخلال بحق المساهم في الإعلام في القانون التجاري.

يحق للمساهم في الشركة المساهمة أن يكون عالما بمجريات التسيير والوضع المالي للشركة، حيث تلتزم أجهزة الإدارة بتمكينه من هذا الحق وفقا للآليات إذا أتم عقد الجمعية العامة دون أن يمكن القائمون بالإدارة المساهمين من حقهم في الإعلام بصفة دائمة أو مسبقة جاز إبطال الجمعية العامة حيث استند القضاء في هذه الحالة على أساس عدم تمكين المساهم من المشاركة الفعالة في الجمعية ومن جهة أخرى يجوز للمساهم المتضرر من عدم إعلامه طلب تعويض عن الضرر اللاحق به، إذا أثبت ضررا شخصيا.[1]

ومن الناحية الجزائية فقد أورد المشرع في المواد 814 من القانون التجاري إلى غاية المادة 821 مختلف الأعمال المحرمة المتعلقة بانعقاد الجمعية المرتكزة أساسا على التقصير في حق المساهم في الإعلام الدائم والمسبق.

1- مبروك حسين، القانون التجاري الجزائري، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 299.

إن أغلب العقوبات المنصوص عنها غرامات تقع على عاتق مسير الشركة أو القائم بإدارتها كالحالة التي نصت عليها المادة 818 وهي الحالة التي لا يرسل فيها رئيس الشركة نموذج الوكالة إضافة إلى الوثائق المشار إليها، وتكون الغرامة مقدرة من 20000 إلى 200000 دج، ويضاف إليها أيضا الغرامة التهديدية المنصوص عليها في المادة 683 من القانون التجاري مقضيا بها بطريق الاستعجال من طرف رئيس المحكمة.[1]

أو الحالة التي يمكن فيها القائمون بالإدارة المساهمين بأن لا يضعوا تحت تصرفهم في مقر الشركة الوثائق المشار إليها في المادة 819 بغرامة مقدرة 20000 إلى 200000 دج نخلص إلى أن المشرع أولى عناية خاصة.

1– مبروك حسين، مرجع سابق، ص 333.

خلاصة الفصل:

إن تنفيذ الالتزام بالإعلام يتطلب من المدين تقديم البيانات والمعلومات الكافية للدائن، ويتم تنفيذ هذا الالتزام بعدة طرق ووسائل وذلك إما بتقديم المعلومات شفويا أو كتابة أو عن طريق استخدام الإعلان ووسائل الإعلام والاتصال في تقديم المعلومات، وهذه الوسائل قد ينص عليها أحيانا المشرع بدقة بحيث يجب على المدين احترامها وقد يترك ذلك للمدين للبحث عن الوسيلة التي يستطيع من خلالها إيصال المعلومات إلى الدائن تحكمه عدة عوامل كطبيعة العقد والمعلومات المدلى بها ... إلخ.

وفي حالة الإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام رتب المشرع جزاءات مدنية كقابلية العقد للإبطال والتعويض أو الجمع بينهما كما يمكن فسخ العقد في حالة ما إذا كان خرق الالتزام بالإعلام ينعكس على تنفيذ العقد، كما رتب المشرع جزاءات في القوانين الخاصة.

الخاتمة

الخاتمة:

وفي خاتمة بحثنا هذا يمكننا استعراض بعض النتائج المتوصل إليها والتي نوردها فيما يلي:

– الالتزام بالإعلام يعكس عناية المشرع بحماية الطرف الضعيف الذي يفتقر للدارية والمعرفة الكافية مقارنة بالطرف الآخر (المحترف) في مسعى لإضفاء قدر من التوازن على العلاقة التعاقدية بين الطرفين، وكان تبعات هذا المسلك الحمائي تعزيز النزعة الاجتماعية للعقد على حساب النوعية الفردية التي طبعت نظريته التقليدية.

– إن الالتزام بالإعلام ولو لم ينص عليه المشرع صراحة في النظرية العامة للعقد إلا أنه يفهم من خلال قراءة النصوص القانونية.

– إن قصور النظرية العامة دفع المشرع الجزائري إلى النص على الالتزام بالإعلام صراحة في بعض القوانين الخاصة.

– غير أن القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم يمنح الالتزام بالإعلام العناية التشريعية المنتظرة لأن المادتين 17 و18 لا يمكن اعتبارها إلا مجرد مبدأ عام للالتزام بالإعلام.

– الالتزام بالإعلام يشمل جميع العقود وليس خاص بعقد معين، إلا أن التطبيق العملي أفرز أهمية وجوده في بعض العقود أكثر من بعضها الآخر، ومثالها تلك التي محلها أشياء معقدة فنيا، أو ينطوي استعمالها على خطورة.

– إن تنفيذ الالتزام بالإعلام يتأثر بعده عوامل تتحكم في الوقت الكيفية والطريقة التي يجب اللجوء إليها لتنفيذ هذا الالتزام كطبيعة العقد أو طبيعة المعلومات ... إلخ.

وتوصلنا إلى التوصيات الآتية:

– ضرورة سن نصوص قانونية تنظم أحكام الالتزام بالإعلام كالالتزام مستقل وتحديد جزاءات الإخلال به.

- ضرورة سن نصوص قانونية خاصة بالإعلام المستهلك على غرار المشرع الفرنسي الذي أصدر القانون رقم 78-23 الخاص بإعلام وأمن المستهلك.

- تشتت قواعد الإشهار التجاري بين عدة نصوص قانونية كالقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ما يستدعي ضرورة تنظيمه في قانون خاص به لما لهذه الآلية من دور فعال في التعريف بالمنتوج.

- رغم الفروق الظاهرة بين السلع والخدمات إلا أن المشرع ساوى بينهما في كيفية الإعلام ما يقتضي إفراد الخدمات بنص قانوني ينظمها.

المراجع

المراجع:

1- باللغة العربية:

أ- المراجع العامة:

1- بالحاج العربي، **الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري**، دراسة مقارنة، دار وائل للنشر، الجزائر، 2010.

2- بلحاج العربي، **مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري**، دراسة مقارنة، ديوان المطبوعات الجامعية.

3- براهامي فايزة، **التزامات الأطراف في المرحلة السابقة للتعاقد**، دار الجديدة، 2014.

4- جابر محجوب على، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات المبيعة، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون الكويتي، دار النهضة العربية، 1995.

5- حسام الدين كمال الأهواني، **النظرية العامة للالتزام، المصادر الإرادية**، المجلد الأول ، الجزء الأول،ط 3، دون دار النشر، 2000.

6- حلمي بهجت بدوي، **أصول الالتزامات، الكتاب الأول، نظرية العقد، الباب الثالث، تنفيذ الالتزام العقدي**، دط، دار النشر، 1943.

7- حمدي أحمد سعد، **الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للمبيع**، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999.

8- حمدي عبد الرحمان، **الوسيط في النظرية العامة للالتزام، الكتاب الأول، المصادر الإرادية للالتزام، العقد والإرادة المنفردة**، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.

9- خالد ممدوح إبراهيم، **أمن المستهلك في المعاملات الالكترونية**، دراسة مقارنة، الدار الجامعية، مصر، 2007.

10- رجب كريم عبد اللاة، **التفاوض على العقد، دراسة تأصيلية تحليلية مقارنة**، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، 2000.

11- عبد الحليم عبد اللطيف القوني، **حسن النية وأثره في التصرفات في الفقه الإسلامي والقانون المدني**، دار المطبوعات الجامعية الإسكندرية 1997.

12- عبد الحميد الديسطي عبد الحميد،**حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج**، دار الفكر القانون، المنصورة، دط، 2010.

13- عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد**، العقود التي تقع على الملكية، البيع والمقايضة،ج4، ط3، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000.

14- عبد المنعم موسى إبراهيم، **حسن النية في العقود، دراسة مقارنة**، دط، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2006.

15- عدنان إبراهيم سرحان، **حق المستهلك في الحصول على الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة والخدمات**، دراسته مقارنة في القانونين الإماراتي والبحريني، مجلة المفكر، العدد الثامن.

16- على بولحية بن بوخميس، **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**، دط، دار الهدى لنشر والتوزيع، عين مليلة الجزائر.

17- على سليمان، **النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، بن عكنون، الجزائر، 2007.

18- فاضلي إدريس، **الوجيز في النظرية العامة للالتزام**، قصر الكتاب، الجزائر، 20066.

19- مأمون الكزبري، **نظرية الالتزامات في ضوء قانون الالتزامات والعقود المغاربي**، الجزء الأول، مصادر الالتزام، د. دار نشر.

20- مبروك حسين، **القانون التجاري الجزائري**، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.

21- محمد يوسف الزغبي، **العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني**، ط1، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2006.

22- محمد حسنين، **عقد البيع في القانون المدني الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، طبعة 2000.

23- عمر محمد عبد الباقي، **الحماية العقدية للمستهلك**، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

ب- المذكرات:

24- أولاد إبراهيم سعاد، **أثر حسن نية المشتري على رجوعه بضمان تعرض واستحقاق الغير في القانون المدني الجزائري**، مذكرة للتخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، الدفعة 17، 2009.

25- بثقة حفيظة، **الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2013.

26- بن زاوي سفيان، **بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2013.

27- بوعبيد عباسي، **الالتزام بالإعلام في العقود**، أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة القاضي عياض، مراكش، 2003.

28- جرعود الياقوت، **عقد البيع وحماية المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2002.

29- عبد الحق ماني، **حق المستهلك في الإعلام**، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، جامعة حيدر محمد خيدر، بسكرة، 2009.

30- كيموش نوال، **حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية**، مذكرة لتنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2010.

31- مندي آسيا ياسمين، **النظام العام والعقود**، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية، جامعة يوسف بن خدة، 2009.

ج- المجلات والمؤتمرات والملتقيات:

32- أحمد خديجي، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي**، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد11، 1جوان 2014، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

33- عبد الحميد محمد أحمد، **الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعود**، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 4، ديسمبر 1994.

د- المراسيم والقوانين:

34- الأمر 95 المتضمن قانون التأمينات، الجريدة الرسمية، العدد 15، المؤرخة في 2006/03/12، المعدل والمتمم بالقانون 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006.

35- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 78، المؤرخة في 1975/10/30، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 2007/05/13، الجريدة الرسمية، العدد 31.

36- الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 1975/09/26، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 101.

37- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 6، سنة 1989.

38- القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، المؤرخة في 2009/03/08.

2- باللغة الفرنسية:

1- Beignier Bernarad, Droit Des Assurances Puf, Paris, 1999.
2- D. bussy, Droit des affaires, Presses de Science et Dalloz, 1998.
3- Français Terré-Philippe, Smiller-yues, Lequette Droit civil, les obligations, 9 ème édition, 2005.
4- Jean Calais, Anloy-Frank, Stein Metz-Opute.

الفهرس

الموضوع	الفهـرس	الصفحة

الإهداء II
شكر وتقدير III
مقدمة ..... أ–د

الفصل الأول: الأسس القانونية للالتزام بالإعلام وأهم صوره.

المبحث الأول: الأسس القانونية للالتزام بالإعلام 11
المطلب الأول: الالتزام بالإعلام المستخلص من القواعد العامة لنظرية العقد 11
الفرع الأول: عيوب الرضا كأساس للالتزام بالإعلام 11
أولا: الغلط 12
ثانيا: التدليس 13
الفرع الثاني: ضمان العيوب الخفية والاستحقاق كأساس للالتزام بالإعلام 14
أولا: ضمان العيوب الخفية 14
ثانيا: ضمان الاستحقاق 15
الفرع الثالث: مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام 16
المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام في بعض القوانين الخاصة 18
الفرع الأول: الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك 18
الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في القانون التجاري 19
الفرع الثالث: الالتزام بالإعلام في قانون التأمين 20
المبحث الثاني: صور الالتزام بالإعلام 22
المطلب الأول: صور الالتزام بالإعلام قبل إبرام العقد 22
المطلب الثاني: صور الالتزام بالإعلام بعد إبرام العقد 23
ملخص الفصل 25

الفصل الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام وجزاءات الإخلال به.

المبحث الأول: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام 28
المطلب الأول:معلومات مقدمة شفويا وأخرى كتابة 28
الفرع الأول: معلومات مقدمة شفويا 28
الفرع الثاني: معلومات مقدمة كتابة 30
المطلب الثاني: استخدام الإعلان ووسائل الاتصال والإعلام في تقديم المعلومات 32
المبحث الثاني: الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام 34

المطلب الأول: جزاءات القواعد العامة في حالة الإخلال بالالتزام 34
الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام 34
الفرع الثاني: التعويض كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام 36
أولا: الجمع بين الإبطال والتعويض استنادا للغلط 36
ثانيا: التعويض في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام 37
الفرع الثالث: قابلية العقد للفسخ بسبب الإخلال بالالتزام بإعلام 37
المطلب الثاني: الجزاءات الخاصة المرتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام 38
الفرع الأول: جزاءات الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 38
الفرع الثاني: الجزاءات المترتبة على الإخلال بحق المساهم في الإعلام في القانون التجاري 39
خلاصة الفصل 41

الخاتمة 43
المراجع 46
الفهرس 51

الملخص:

إن الالتزام بالإعلام من الموضوعات الحديثة التي خصها رجال القانون الوضعي بأهمية وذلك في ظل التطور التقني والتكنولوجي، وعدم التكافوء المعرفي بين المتعاقدين وعدم وجود نص في الشريعة العامة للعقد ينص على هذا الالتزام صراحة وينظم أحكام.

فحسب النظرية التقليدية يؤسس الالتزام بالإعلام على أساس حماية رضا المتعاقد من الوقوع في غلط أو تدليس، أو أن يظهر في المبيع عيب، أو يظهر للغير حق على المبيع، كما انه يعد مظهرا من مظاهر التعاون التي يقوم عليها مبدأ حسن النية المفترض في العقود وفي ظل قصور النظرية التقليدية نص المشرع على الالتزام بالأعلام صراحة في بعض القوانين الخاصة.

وقد انقسم الفقه إلى عدة أراء فمنهم من اهتم بصنف واحد من الالتزام بالإعلام هو الالتزام التعاقدي على أساس أن هذا الالتزام ناشئ عن العقد، وعلى العكس من هذا الاتجاه أقتصر جانب آخر من الشراح على دراسته الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي لأنه وحده يمثل فائدة للمتعاقد.

وقد تعددت وسائل تنفيذ هذا الالتزام بين معلومات مقدمة شفويا وأخرى كتابة أو استخدام الإعلانات ووسائل الاتصال في تقديم المعلومات بحيث يلعب هذا الالتزام دورا هاما لحماية صحة التراضي وكذالك تحديد لكل طرف من أطراف العقد ما له وما عليه من التزامات.

الكلمات المفتاحية:

الالتزام بالإعلام، العقود، المستهلك، التأمين، الجزاءات.

Résumé:

L'engagement envers les médias Parmi les sujets modernes distingués par les hommes de droit positif et à la lumière de l'évolution technique et technologique, et L'asymétrie de la connaissance entre les contractuels et l'absence d'une disposition dans le droit public stipule que l'engagement explicitement réglementé par les dispositions.

Selon la théorie traditionnelle l'engagement de médias se base sur la protection de la satisfaction de l'engagé de tomber dans l'erreur et la fraude, Ou à apparaître un défaut de vente Ou semblent autres le droit de vente, Il est aussi une manifestation de la coopération Sous-jacent principe de bonne foi dans les contrats supposés Sous l'échec de la théorie traditionnelle de respecter le texte de la législature dans certaines lois spéciales.

"Fiqh" a été divisé en plusieurs points de vue et certains d'entre eux intéressés par une variété dans l'engagement à l'information publique est une obligation contractuelle Sur la base que cette obligation découle du contrat, au contraire, cette tendance un autre aspect des commentateurs s'est limité sur l'étude de l'engagement à l'information avant le contractuel parce que lui seul représente un avantage pour le contractuel.

Les médias ont été nombreuses mise en œuvre de cet engagement entre les informations présentées oralement et par écrit ou en utilisant d'autres annonces et les moyens de communication pour fournir des informations Cet engagement joue un rôle important pour protéger la validité de compromis , et en plus d'identifier chacune des parties au contrat ce qui est et ce que ses obligations.

Mots clés:

Engagement à l'information publique, les contrats, le consommateur, l'assurance, les sanctions.

summary

Commitment to the media Among the modern subjects distinguished by the men of positive law and in the light of technical and technological changes, and the asymmetry of knowledge between contractual and the absence of a provision in the law stipulates that public commitment explicitly regulated by the provisions.

According to traditional theory of media engagement is based on the protection of the satisfaction of the commitment of falling into error and fraud, or to show a lack of sales or appear to others the right to sell, it is also a manifestation of the underlying cooperation principle of good faith in contracts Under the supposed failure of the traditional theory to respect the text of the legislature in special laws.

"Fiqh" was divided into several views and some of them interested in a variety of public information commitment is a contractual obligation on the basis that this obligation arises from the contract, however, this trend another aspect commentators on the study is limited commitment to information before the contract because he alone is an advantage for the contract.

The media have been numerous implementation of this commitment between the information presented orally and in writing or using other ads and the media to provide information This commitment is important to protect the validity of compromise, and Besides identifying each party to the contract what is and what his obligations.

Keywords:

Commitment to public information, contracts, consumers, insurance, penalties.