

## مقارنة الإلتزام بالإعلام ببعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية

قلواز فاطمة الزهراء، أستاذة مؤقتة

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلوي الشلف-الجزائر

Email : fatimachat9@gmail.com

### مقدمة

يعد الإلتزام بالإعلام من الإلتزامات الحديثة التي جاء بها المشرع الجزائري على غرار التشريعات الحديثة الوطنية والدولية، بسبب ظهور سلع ومنتجات معقدة وخطيرة، وفئة جديدة من الباعة المتخصصين. الأمر الذي أدى لاختلال العلاقة بين طرفي العلاقة العقدية، مما يُلقى على عاتق الطرف الأقدر فنيا وماليا ضرورة تنوير الطرف الآخر بكل ما يحيط بالعملية الاستهلاكية المراد تحقيقها من شروط التعاقد؛ وما يتعلق بالسعر وغيره، وذلك لتحقيق الشفافية والتزاهة في التعامل. فما المقصود بالإلتزام بالإعلام؟ وما علاقته ببعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية المشابهة له، وهل يمكن أن يُعني للإلتزام بالإعلام عن هذه المفاهيم القانونية الكلاسيكية المتمثلة في الغلط والتدليس وضمأن العيب الخفي؟ هذا ما سيتم تناوله في هذه المداخلة بالتطرق لمفهوم الإلتزام بالإعلام. ثم أتناول علاقة الإلتزام بالإعلام بهذه المفاهيم القانونية الكلاسيكية.

**أولاً- المقصود بالإلتزام بالإعلام:** لقد تعددت التعاريف التي جاء بها الفقه

بصد الإلتزام بالإعلام، نذكر منها ما يلي:

الإلتزام بالإعلام هو «تعريف البائع المحترف للمستهلك بكيفية استعمال السلعة بالشكل الذي يحقق أقصى مدى من الأهداف التي يبتغيها من شراءه»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد حاج بن علي، تميز الإلتزام بالإعلام عن الإلتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطرة في الشيء المبيع دراسة مقارنة، أكاديمية الدراسات الاجتماعية و الإنسانية، 2011، ص 75. ولغة هو تحصيل حقيقة

وعرفه آخر بما يلي: « هو جعل المستهلك في أمان ضد مخاطر المنتج الذي يشتريه سواء كان سلعة أو خدمة وهو ما يفرض على المهني التزاما بإحاطة المستهلك علما بظروف العقد وملاساته». وبهذا يتضح أن الإلتزام بالإعلام هو التزام يقع على أحد الطرفين يفترض فيه العلم والدراية، وهذا ما يميزه عن الطرف الآخر؛ ويرجح الكفة لصالحه الأمر الذي يجبره على ضرورة الإدلاء بكل ما يتعلق بما يقدمه للطرف الأخر، من طريقة الاستعمال إلى التحذير من سوء الاستعمال ويتجسد في فكرتين تبدو مختلفتين ولكنهما متكاملتين، هما الإلتزام بالإفشاء والإلتزام بالتحذير<sup>1</sup> :

- **الإلتزام بالإفشاء:** يتمثل في الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالمنتجات على أكمل وجه وخاصة ما يتعلق بالمنتجات الخطرة، فانعدام البيانات السابق ذكرها يحول دون استفادة المستهلك المنتج مما اقتناه ويعرضه للخطر، ويجب أن يكون الإفشاء واضحا ظاهرا ولاصقا بالمنتج<sup>2</sup>.

- **الإلتزام بالتحذير:** يجب على المحترف إحاطة المستهلك بالطرق السليمة لاستخدام المنتج، وذلك بأن يحدد له الكيفية التي تجنبه أضراره<sup>3</sup>.

---

الشيء ومعرفته والتيقن منه راجع في هذا بولحية خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار هدى 2000، ص 50.

<sup>1</sup> - هناك جانب من الفقه يفضل الاكتفاء بمصطلح الإفشاء بدل الإلتزام بالإعلام، على اعتبار هذا الأخير أوسع من الإفشاء ويتعلق بتوصيل الأحداث للجمهور عن طريق عدة وسائل قد تكون مرئية، مكتوبة وتشتترط فيه المصادقية والوضوح، راجع في هذا زهية حورية ي يوسف، الإلتزام بالإفشاء عنصر من عناصر ضمان السلامة المستهلك المحلة النقديّة القانونية والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد الثاني، 2009، ص 55، الهامش رقم 1.

<sup>2</sup> - محمد حاج بن علي، تميز الإلتزام بالإعلام عن الإلتزام بالنصيحة الإلتزام بالنصيحة، المرجع السابق، ص 75. وزاهية حورية سي يوسف، الإلتزام بالإفشاء، المرجع السابق، ص 62 و 67 و 68.

<sup>3</sup> - محمد حاج بن علي، تميز الإلتزام بالإعلام عن الإلتزام بالنصيحة، المرجع السابق، ص 76 و 77. وزاهية حورية سي يوسف الإلتزام بالإفشاء الإلتزام بالإفشاء، المرجع السابق، ص 65.

وفي هذا الصدد يجب الإشارة إلى أنّ الإلتزام بالتحذير، قد يؤدي إلى إحجام المستهلكين عن شراء بعض المنتجات تجنباً لما قد ينتج عنها من أضرار، في حالة إغفال بعض الاحتياطات، الأمر الذي يؤثر على عملية البيع ذاتها، خاصة من المنظور التجاري للبائع عكس توضيح طريقة الاستعمال التي تشجع الإقبال على الشراء<sup>1</sup>.

بناء على ما سبق يرى بعض الفقه بأنّ الإلتزام بالإعلام يقتصر على المتعاقد الذي يجهل المعلومات جهلاً مشروعاً - مبرراً - يعفيه ضرورة الاستعلام والتحري بنفسه<sup>2</sup>.

وبالرجوع للتشريعات المقارنة نجد أنّ الدول الحديثة، قد عمدت إلى إلزام المنتجين والموزعين بإعطاء المعلومات الكافية للمستهلك حتى يكون على بينة من أمره في إبرام العقود، هذه المعلومات تتجاوز حدود معلومات مبينة لنوعية السلعة المراد بيعها، وذلك بمصارحة المستهلك بعدم جدوى السلعة التي يريد شراؤها للهدف الذي يسعى لتحقيقه من وراءها، أو عدم مطابقتها للغرض المتوخى منها فالمطلوب من المنتج ومن حكمه، إذن عدم اتخاذ موقفاً سلبياً؛ ويترك المستهلك يسعى للتأكد مما هو مقدم عليه لإتمام العقد أم لا<sup>3</sup>؟

وقد جسّد المشرع مبدأ الإلتزام بالإعلام من خلال عدة نصوص؛ وفي أكثر من موضع بدأ بالقواعد العامة، ثم ما جاءت به القواعد سيتم ذكرها حسب ترتيبها الزمني.

<sup>1</sup> - محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج من الأضرار التي تسببها منتوجاته الخطرة، ط1، دار الفكر العربي، مصر 1983، ص 24.

<sup>2</sup> - فرحات ريموش، الإلتزام بالإعلام رسالة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة الجزائر1، كلية الحقوق، 2012، ص 289 و290.

<sup>3</sup> - جمال النكاس، المرجع السابق، ص 99.

فبالنسبة للقواعد العامة، نجد أنّ المشرع قد أشار إلى الإلتزام بالإعلام بداية من نص المادة 352 ق.م المتعلقة بالعلم بالشيء المبّيع التي جاء فيها ما يلي: « يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه .... » .

وهنا يجب الإشارة إلى أنّه في الحالة التي يكون المبيع بسيطاً؛ يستطيع المشتري أن يحيط به علماً عن طريق تفقده، ولكن عندما يتعلق الأمر بالسلع ذات التقنية العالية فلا يمكن للمشتري أن يحيط به علماً. ممّا يلقي بالإلتزام بالإعلام على عاتق البائع<sup>1</sup> إضافة لهذا؛ فإنّ هذا النص يعتبر إعلاماً خاصاً يستفيد منه المشتري فقط.<sup>2</sup>

أمّا بالنسبة للقواعد الخاصة، فقد أكدّ المشرع مرة أخرى وفي مواقع مختلفة على أهمية الإعلام حيث اعتبره تقنية من التقنيات الفعّالة في تحقيق أمن وسلامة المستهلك سعياً منه لتحقيق التوازن بين طرفي العقد؛ الذي أصبح غير متوازن

<sup>1</sup> - لحسن بن شيخ آت ملويا، المنتقى في عقد البيع، دراسة فقهية، قانونية وقضائية مقارنة، نصوص للمطالعة أعمال تطبيقية، ط3، دار هومة، 2008، ص 311.

<sup>2</sup> - بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، ج37، رقم2، ص 35. وزهية حورية سي يوسف، الإلتزام بالإفشاء، المرجع السابق، ص 60. ومن النصوص الخاصة التي جاءت بنفس المعنى نجد نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي 306/06 التي جاء فيها ما يلي: « يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع... » إلى جانب نص المادة 4 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية التي جاء فيها ما يلي: « يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع » كما تؤكد المادة 5 من نفس القانون الكيفية التي يتم بها الإعلام بالنص التالي: « يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة... » كما ركز على حماية فئة خاصة من المستهلكين وهم فئة الأطفال من خلال نص المادة 4/3/10 من 03/09 التي جاء فيها ما يلي: « - عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج، - فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج خاصة الأطفال. » .

بسبب اللامساواة بين طرفيه، طبقاً للقاعدة التي تقول «الوقاية خير من العلاج» فإعلام المستهلك عن كل الصفات الضرورية عن المنتجات التي يقتنيها تصل به مستوى من يتعامل معه من حيث العلم<sup>1</sup>. ومن أهم هذه النصوص نجد نص المادة 17 من القانون رقم 03-09 جاء فيها ما يلي: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة...». ويعتبر نص هذه المادة الأصل العام للإلتزام بالإعلام<sup>2</sup>. وقد جاء تعريف الوسم في نص المادة 4/3 من نفس القانون كما يلي: «كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها<sup>3</sup>».

وبنفس المعنى جاء المشرع الفرنسي في قانون حماية المستهلك الفرنسي في مادته L 111/1 إذ جاء فيها ما يلي: «كل محترف بائع لمنتجات أو مقدم

<sup>1</sup> - ذهبية حامق، الإلتزام بالإعلام في العقود، رسالة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة الجزائر1، كلية الحقوق، 2009، ص 166.

<sup>2</sup> - بختة موالك، دروس خاصة بمسؤولية المنتج ألقيت على طلبة الماجستير جامعة الجزائر1، كلية الحقوق، دفعة 2011/2012.

<sup>3</sup> - وقد جاء تعريفه كذلك من خلال نص المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية المعدل والمتهم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 جاء فيها ما يلي: «كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع».

خدمات يجب عليه قبل إبرام العقد أن يضع المستهلك في وضع يسمح له بمعرفة الخصائص الأساسية للمنتوج أو الخدمة<sup>1</sup> .

يتضح مما سبق أنّ الإعلام المقصود من هذه النصوص هو تقديم معلومات موضوعية عن السلع والخدمات المعروضة، وبهذا فهو يختلف عن مجرد الإعلان والدعاية<sup>2</sup> - الإشهار - فهو إذن - إعلام تنوير لا إعلام دعائية - .

وترتيباً لما سبق، وبعدها تم تحديد معنى الإعلام بكل وضوح، من خلال النصوص القانونية السابق ذكرها خاصة نص المادة 17 من القانون رقم 09-03 يبدو أن الالتزام بالإعلام أصبح التزاما بتحقيق نتيجة بعد ما كان التزاما ببذل عناية. بقي لنا أن نتطرق لبعض المفاهيم القانونية والتي قد تختلط مع مفهوم الالتزام بالإعلام إلى درجة أن بعض الفقه يرى بإمكانية الاعتماد عليها لتحقيق حماية فعالة للمستهلك وتمثل هذه المفاهيم القانونية في التدليس والغلط وأخيراً ضمان العيب الخفي.

**أولاً - مقارنة الالتزام بالإعلام بالغلط:** يعد الغلط عيباً من عيوب الإرادة المتعلقة بالشخص المتعاقد، أمّا الالتزام بالإعلام فتتعلق بالشيء محل العقد، وبالرغم من هذا فقد يلتقي مفهوم الغلط مع مفهوم الالتزام بالإعلام في بعض

<sup>1</sup> - Article L111-1 «tout professionnel vendeur des bien ou prestataire des services doit, avant la conclusion du contrat, mettre la consommateur en mesure de connaître les carteristique essentielles des bien ou du servies ».

<sup>2</sup> - وقد جاء تعريف الإشهار المادة 2/3 من القانون رقم 04-02 كما يلي: « كل إعلان يهدف بصفة مباشرة إلى ترويج بيع سلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة » وعادة ما يكون الإشهار مضللاً للمستهلك. وكمثال حي لعدم صدق الإعلان والدعاية نجد أن شركات صناعة الحليب المحفف تعلن أنّ منتوجاتها هي عبارة عن حليب كامل - يحتوي جميع المكونات الأساسية التي يفترض تواجدها في الحليب حتى يطلق عليه غذاء كامل - يمكن أنّ يعوض حليب الأم، إلا أن منظمة الصحة العالمية أثبتت عكس ذلك، إذ تسبب الحليب المصنع في موت ملايين الأطفال بسبب اعتمادهم الكلي في غذائهم عليه، راجع في هذا محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص 4 الهامش رقم 1.

النقاط، ممّا يستدعي ضرورة تحديد معنى الغلط، ثم التطرق للعلاقة التي تربط الإلتزام بالإعلام بالغلط

**1 - المقصود بالغلط :** الغلط هو توهم يقوم بالنفس ب تصور الواقع على غير حقيقته. وبهذا فهو يؤثر في تكوين الإرادة لا في نقلها ولا في تفسيرها؛ ممّا يؤدي إلى تعييبها، فينتج عنه الانعدام الكلي للإرادة<sup>1</sup> فيصور للمتعاقد الآخر الأمر على غير حقيقته ليكتشف بعدها عدم صحته فيصبح العقد قابلاً للإبطال لمصلحته وفقاً لما جاءت به المادة 81 ق.م بالنص على ما يلي: « يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله ». ويشترط في الغلط المعتد به لتعيب الإرادة أن يكون على درجة من الجسامة بحيث لو علم به المتعاقد قبل إبرامه للعقد لما أقدم على إتمامه، وهذا ما جاءت به الفقرة الأولى من نص المادة 82 ق.م كما يلي: « يكون الغلط جوهرياً إذا بلغ حداً من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط... ». يتضح من نص هذه الفقرة أنّ المعيار المتبع في تقدير الغلط من عدمه هو المعيار الشخصي الذي يرتبط بالشخص المقبل على التعاقد، لا بالخصائص التي يتكون منها الشيء محل العقد، كحالة من يشتري شيئاً على أنه أثري ليكتشف بعدها أنه مقلّد. والمشرع الفرنسي بدوره لم يعتد بأي غلط يقع فيه الطرف الآخر، وجاء موقفه في الغلط من خلال نص المادة 1/1110 ق.م.ف بأنّ الغلط المعتد به يجب أن يتعلّق بالمادة الأساسية لتكوين الشيء محل العقد أو بنوعية هذه المادة المكونة من حيث الجودة و الرّداءة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر الإلتزام، المجلد الأول، ط3 الجديدة منشورات حلي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2000، ص، 311 و 312.

<sup>2</sup> -Corinne Renault- Barabinsk, l'essentiel du droit des obligation, 4em éd, gualino éditeur, Eja, paris, 2008 p37et 38.

2- علاقة الإلتزام بالإعلام بالغلط: ترتيباً لما سبق يتضح أن الغلط أمر ذاتي يقع على الصفة الجوهرية للشيء المبيع، ويصور للأمر على غير حقيقته يوم إبرام العقد، مما يحمل المتعاقد الذي وقع فيه على التعاقد، فهو إذن يتعلق بمهية العقد. أما الإلتزام بالإعلام فهو أمر موضوعي يتعلق بحقيقة الشيء محل العقد<sup>1</sup>، ما يستخلص منه بأن التزام المتدخل بإعلام الطرف الآخر بكل شفافية ووضوح قد يزيل الوهم الوقع بالنفس، وبالتالي يُقدم الطرف المتعامل مع المتدخل على إتمام التصرف المقبل عليه برضاً سليم.

وعليه يمكن القول إنه يمكن لمن وقع في غلط جوهري في حقيقة الشيء محل العقد أن يعتمد على نقص أو غياب الإلتزام بالإعلام بدل الاعتماد على وقوعه في غلط، خاصة وأن من شروط رفع دعوى الغلط أن يثبت المتعاقد الواقع في الغلط أن المتعاقد الآخر كان على علم بالغلط، أو على الأقل يسهل عليه اكتشافه<sup>2</sup>، ثم عليه أن يثبت الصفة الجوهرية وأن هذا الغلط هو الذي دفعه للتعاقد<sup>3</sup>، وبما أن الغلط أمر وهمي فمن الصعوبة إثباته خاصة إثبات كونه جوهرياً<sup>4</sup>. وفي حالة تمكنه من إثبات وجود الغلط يترتب على ذلك بطلان العقد - في الحالة التي يستعمل فيها صاحب الحق حقه في طلب الإبطال - وإعادة الحالة إلى ما كانت عليها قبل العقد مع التعويض إن كان له محل<sup>5</sup>، حسبما جاءت به المادة 103 ق.م « يعاد المتعاقدان إلى الحالة التي كانا

<sup>1</sup> - إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ الإسلامي (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة، مصر، 2014، ص 417.

<sup>2</sup> - راجع نص المادة 120 من القانون المدني المصري.

<sup>3</sup> - راجع نص المادة 81 و82 من القانون المدني الجزائري.

<sup>4</sup> - عمر عبد الباقي، المرجع السابق، ص 924.

<sup>5</sup> - أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، العقود الواقعة على الملكية، المرجع السابق، ص 762.



عليها قبل العقد في حالة بطلان العقد أو إبطاله، فإن كان هذا مستحيلا جاز الحكم بتعويض معادل...» . أما بالنسبة للإلتزام بالإعلام وباعتباره التزم بتحقيق نتيجة يكفي للطرف الآخر الادعاء بنقص الإعلام لتقوم مسؤولية المتدخل بذلك. خاصة ما جاء به القانون رقم 09-03 إذ جرم بعض الأفعال أوردها في الفصل الثاني من الباب الرابع تحت عنوان " مخالفات و عقوبات " ومن المخالفات نذكر ما يلي:

انعدام أو نقص الإعلام، عدم مطابقة المنتج، عدم ضمان المنتج، عدم احترام حق تجربة المنتج وعدم تنفيذ إلزامية خدمة ما بعد البيع.

- إذ تعتبر مخالفة إلزامية الإعلام جنحة يعاقب عليها بعقوبة أصلية حسب ما جاء في نص المادة 78 من القانون رقم 09-03 كما يلي: « يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار(100.000دج) إلى مليون دينار(1.000.000دج)، كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون» بالإضافة إلى عقوبة تكميلية جاءت بها المادة 82 من نفس القانون 09-03 جاء فيها: « إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في مواد 68 و69 و70 و71 و78 أعلاه، تصدر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون » .

فمن خلال تطرقنا لمعرفة مفهوم الغلط كعيب من عيوب الرضا تتضح لنا بصورة جلية علاقة الغلط بالإلتزام بالإعلام بالنظر لما يلعبه هذا الأخير في حماية رضا الطرف المتعاقد من الوقوع في الغلط فيما يتعلق بحقيقة التصرف القانوني المقبل عليه من خلال العلاقة العكسية القائمة بين الغلط والإلتزام بالإعلام إذ كلما بذل الطرف الملقى على عاتقه الإلتزام بالإعلام قصارى جهده في إيصال معلومات موضوعية وصادقة عن حقيقة الشيء محل العقد كلما قلت حالات

وقوع الطرف الآخر في الغلط، بسبب انتفاء عنصر جهله بحقيقة الشيء محل العقد. لكن بالنظر لتعريف الغلط بأنه توهم يقوم بالنفس ب تصور الواقع على غير حقيقته يتضح أنه بالرغم على ما يقوم به المتدخل من إعلام الطرف الآخر؛ إلا أن هذا الأخير يجد نفسه قد وقع في غلط لأن الغلط أمر نفسي لا يمكن التحكم فيه. وعليه لا يمكن للإلتزام بالإعلام أن يغني عن الوقوع في الغلط.

ثانيا- مقارنة الإلتزام بالإعلام بالتدليس: يعد التدليس عيبا من عيوب الإرادة المتعلقة بالشخص المتعاقد أما الإلتزام بالإعلام فتتعلق بالشيء محل العقد، وبالرغم من هذا فقد يلتقي مفهوم التدليس مع مفهوم الإلتزام بالإعلام، مما يستدعي ضرورة تحديد معنى التدليس، ثم التطرق للعلاقة التي تربط الإلتزام بالإعلام بالتدليس.

**1- المقصود بالتدليس:** يعتبر التدليس<sup>1</sup> عيبا من عيوب الإرادة، ويتمثل في استعمال طرق احتيالية تدفع المتعاقد الآخر للتعاقد<sup>2</sup>، وهو يقترب من الغلط، فإذا كان هذا الأخير "وهما تلقائيا"، فإن التدليس هو وهم بفعل شخص آخر، لذا يسمى "التغليط" ومثاله كأن يقدم شخص لآخر معلومات كاذبة توهمه بأهمية وقيمة مسكنه لدفعه لشرائه، وهو ما نصت عليه المادة 86 ق.م<sup>3</sup> جاء

<sup>1</sup> يعرف التدليس بالتغريير في القانون العراقي، والخداع في القانون اللبناني، راجع في هذا محمد صبري السعدي شرح القانون المدني، نظرية العامة للإلتزام، المرجع السابق، ص 181، الهامش رقم 224.

<sup>2</sup> أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الإلتزام... المرجع السابق، ص 346.

Henri, Léon Mazeaud et Jean Mazeaud et François Chabas, op.cit., p384 .

و يتمثل تدليس البائع في كتم العيب عن المشتري فيدفعه للشراء، وهو من الدلسة (الظلمة)، راجع في هذا وأحمد إدريس عبده، فقه المعاملات على مذهب الإمام مالك مع المقارنة بالمذاهب الأخرى في أصول المسائل وعيوبها، دار الهدى الجزائر، 2000، ص 191 الهامش.

<sup>3</sup> تقابلها المادة 120 ق.م. كما يلي: « يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها المتعاقد من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد، ويعتبر تدليسا سكوت عمدا عن واقعة

فيها: « يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد .... » . ويتطلب تحقق التدليس وجود عنصرين:

- عنصر مادي: يتمثل في استعمال طرق وأساليب احتيالية، فلا يقتصر على مجرد الكذب إذ عادة ما ترافقه أعمال أخرى مادية تساعده على إخفاء الحقيقة<sup>1</sup>، وقد يكفي مجرد الكذب<sup>2</sup> للقول بأن المتعاقد الآخر قد دلس عليه، بل ويكفي مجرد الكتمان "Réticence"<sup>3</sup> للقول بأن الشخص قد دُلس عليه، لأن بعض الحالات تتطلب واجب الإفشاء والإخبار لما لها من تأثير على إرادة المتعاقد الآخر، كمن يبيع منزله ويتكتم على أنه قد شرع في نزع ملكيته للمنفعة العامة<sup>4</sup>. ويدعم هذا الرأي بعض الفقه<sup>5</sup> الفرنسي إذ يعتبر مجرد التزام الصمت قصدا إزاء عنصر مهم من عناصر الشيء محل العقد يعد تدليسا.

- عنصر شخصي: يتمثل في الجانب النفسي للتدليس، ويعتبر هو السبب الدافع للتعاقد إذ لولاها لما أبرم المدلس عليه العقد، فالطرق الاحتيالية المستعملة

---

أو ملابسة إذا أثبت أن المدلس عليه ما كان ليرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة» ، والمادة 1116 ق.م.ف، والمادة 143 ق.م.أ ويطلق عليه اسم "التغوير" وهو أن يندع أحد المتعاقدين الآخر بوسائل احتيالية، قولية أو فعلية تحمله على الرضا لما لم يكون ليرضى به بغيرها، راجع ف هذا عباس العبودي، شرح العقود المسماة في القانون المدني البيع والإيجار ط1، دار الثقافة، 2009 ص 59.

<sup>1</sup> - محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزام، المرجع السابق، ص 181.  
<sup>2</sup> - أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر الالتزام، المرجع السابق، ص 344 و 346.

<sup>3</sup> - يعرف عند فقهاء الشريعة الإسلامية بالتدليس القولي، ويتوافق هذا النوع من التدليس مع بيع السلع المقلدة عبر الانترنت، راجع في هذا جمال زكي الجرد لبي، البيع الالكتروني للسلع المقلدة عبر الإنترنت، دراسة فقهية مقارنة ط1 دار الفكر الجامعي، 2008، ص 128 و 129.

<sup>4</sup> - أحمد عبد الرزاق السنهوري الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر الالتزام، المرجع السابق، ص 346.

<sup>5</sup> -Corinne Renault- Barabinsk, op.cit., p 40.

للتدليس يشترط فيها توافر نية التضليل لتحقيق الغرض المقصود، وبانعدام هذه النية؛ لا يكون هناك تدليس فمبالغة المؤمن له في قيمة الشيء المؤمن عليه عن حسن نية لا يعتبر تدليساً يبطل بسببه العقد<sup>1</sup>.

ويعتبر هذان العنصران مهمين في واقعة التدليس، ولا يهم إن صدر التدليس من المتعاقدين أم من الغير، لأنه في الحالتين يؤثر على رضا المتعاقد الواقع فيه، و بما أن المعيار المتبع هو المعيار الذاتي فلا يجب النظر إلى من صدر منه التدليس، بل ينظر إلى وقعه على نفس المتعاقد الآخر<sup>2</sup>. إلا أن المشرع قد اشترط علم الطرف الآخر بالتدليس الصادر من الغير، هذا ما نصت عليه المادة 87 ق.م فحاء فيها: « إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين، فليس للمتعاقد المدلس أن يطلب إبطال العقد ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم، أو كان من المفروض حتماً أن يعلم بهذا التدليس<sup>3</sup> ».

**2- علاقة الإلتزام بالإعلام بالتدليس:** بالرغم من أن التدليس يتعلق بالإرادة وبشخصية الطرف المقبل على تعاقد ما. والإلتزام بالإعلام يعد التزاماً عاماً خاصة بعد صدور القانون رقم 03/09 وبالتحديد نص المادة 17 منه إلى جانب تعلقه بالعملية القانونية المراد تحقيقها في شتى مجالات التعامل الممكنة، إلا أن هناك عناصر المشتركة بينهما ومنها ما يلي:

- كلاهما يتم قبل التعاقد فيقوم المدلس بتغليب الطرف الآخر فيدفعه للتعاقد وكذلك التزام المتدخل بإعلام الطرف الآخر بكل ما يحيط بالتصرف القانوني

<sup>1</sup> - أحمد عبد الرزاق السنهوري، الموجز في شرح النظرية العامة للإلتزام، المرجع السابق، ص 105.

<sup>2</sup> - أحمد عبد الرزاق السنهوري، الموجز في شرح النظرية العامة للإلتزام، المرجع السابق، ص 106 و107.

<sup>3</sup> - أما المشرع الفرنسي ومن خلال نص المادة 1112 ق.م فإنه لم يؤخذ بالتدليس الصادر من الغير.

يدفعه للتعاقد كذلك<sup>1</sup> - إلا أن الإلتزام بإعلام الأصل فيه الصدق والموضوعية بخلاف التدليس الأصل فيه التضليل وإخفاء الحقيقة-

- كما يلتقي التدليس مع الإلتزام بالإعلام ويندمج معه في جانبه السلبي أي التزام المتدخل الصمت إزاء حقيقة غير مرغوب بها في الشيء محل العقد وهو ما يتوافق مع امتناع المتدخل عن الإدلاء بمعلومات عن حقيقة الشيء محل العقد هو ملزم بها قانوناً.

- يرى بعض الفقه المصري<sup>2</sup> أن إخفاء عيب المبيع، وعدم إعلام المشتري به يعد تدليساً

- يرى بعض الفقه<sup>3</sup> الفرنسي أن إغفال تقديم معلومات عن الشيء محل العقد يعد تدليساً خاصة مع نوع السلع والمنتجات المعروفة في الوقت الحالي، ويظهر هذا من خلال السلع المقلدة<sup>4</sup>. وعليه فإذا كان التزام المتدخل بالإعلام يحول دون وقوع الطرف الآخر في التدليس لأنه يقدم معلومات حقيقية وموضوعية، إلا أن هذا لا يحول دون وجود التدليس باعتبار هذا الأخير يقوم على التغييب والتحايل.

- يبدو أن نطاق التدليس أوسع من نطاق للإلتزام بالإعلام، فقد جاء نص المادة 86 ق.م.عاً وشاملاً لكل العقود من خلال عبارة "يجوز إبطال العقد للتدليس" وهذا طبقاً لقاعدة "العام في القانون يؤخذ على إطلاقه". أما بالنسبة للإلتزام بالإعلام فالأصل فيه أنه يمس فئة العقود غير المتكافئة بالنظر

<sup>1</sup> - إسلام هاشم عبد المقصود سعد، المرجع السابق، ص 223.

<sup>2</sup> - محمد حسين منصور أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية مصر، 2006، ص 354.

<sup>3</sup> - Corinne Renault- Barabinsk, op.cit., p40.

<sup>4</sup> - وقد اتفق كل من الفقه القانوني والإسلامي على اعتبار التقليد تدليساً، راجع في هذا جمال زكي الجرديلي، المرجع السابق، ص 268.

للدراية والعلم المفترض في الطرف الأقوى في العلاقة، وفئة معينة من المنتوجات وهي تلك التي تتسم بالخطورة أو بتركيبها المعقد<sup>1</sup>.

- يتضح من نص المادة 86 ق.م أن المسؤول عن التدليس هو أحد المتعاقدين، مما يوحي بضرورة وجود علاقة عقدية، أما فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام باعتباره التزام ما قبل التعاقد حسب رأي أغلب الفقه فإن كان الأصل أن البائع هو من يتحمل المسؤولية، إلا أن الفقه قد أضاف مجموعة من الأشخاص وهم كل من يتعامل مع المستهلك من بائع، موزع.....الخ. ويتمثل الطرف الآخر في - عموم الناس<sup>2</sup> - بغض النظر عن نوع العلاقة.

- إن الأثر المترتب عن التدليس هو نفس الأثر المترتب عن حالة الغلط وفقاً لما جاء به المادة 103 ق.م السابق ذكرها، فأقصى ما يمكن أن يفقده الشخص المدلس عليه هو تفويت عليه فرصة تحقيق صفقة تجارية، أي أن الأمر يتعلق بخسارة اقتصادية ومالية بحتة، أما في حالة عدم التزام المتدخل بالإعلام فهو من الخطورة بما كان، لأنه قد يمس سلامة الأشخاص وأموالهم خاصة فيما يتعلق بالمنتوجات الخطرة بطبيعتها أو تلك التي تتسم بتقنية عالية. وعليه فلا يتوقف الأمر عند التعويض الموضوعي للمتضررين فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام، بل دُعم بجزء جنائي جاء به القانون رقم 09-03 حسب ما جاء في نص المادة 78 منه إذ تعتبر مخالفة إلزامية الإعلام جنحة يعاقب عليها بعقوبة أصلية بالإضافة إلى عقوبة تكميلية جاءت بها المادة 82 من نفس القانون 09-03 كما يلي: « إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في مواد 68 و 69 و 70 و 71 و 78 أعلاه، تصدر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون » .

<sup>1</sup> -François Collart Dutilleul et Philippe Delebecque, op.cit., p195.

<sup>2</sup> - علي فتاك، المرجع السابق، ص 265 .

فمن خلال ما سبق ذكره يتضح التداخل بين الإلتزام بالإعلام والتدليس إذ يعد تحقق الثاني مرتبطا ارتباطا وثيقا بالأول، وأن العلاقة بينهما هي علاقة تناسب عكسي أي كلما بلغ إعلام وتنوير رضا المتعاقد بما هو مقبل عليه أقصى درجاته؛ كلما تضاءلت فرضية الطرف الآخر في تدليس عليه، خاصة وأن كل متدخل في العملية الاستهلاكية ملزم بضرورة تنوير رضا المتعاقد معه بكل ما يتعلق بالشيء محل التعاقد، وهذا وفقا لما جاءت به التشريعات الحديثة على غرار التشريع الجزائري. وبهذا تحل الثقة بين طرفي العملية الاستهلاكية لأنها تقوم على حسن المعرفة وهذا لا يتحقق إلا عن طريق إعلام الموضوعي يوفر للمستهلك الاطمئنان والأمان بشأن محل التصرف القانوني المقبل عليه. إلا أن هذا لا يعني أبدا أن الإلتزام بالإعلام يمكنه أن يغني الطرف المضور بحقه في الاعتماد على طلب التعويض عن طريق التدليس.

**ثالثا- مقارنة الإلتزام بالإعلام بضمان العيب الخفي:** إذا كان الإلتزام بالإعلام يتمثل في إعلام وإخبار الطرف الآخر بحقيقة التصرف القانوني المقبل عليه وكل ما يتعلق به، فما هي العلاقة بين العنصرين وهل يكفي التزام المتدخل بالإعلام أن يغني عن اللجوء لهذا النظام القانوني - ضمان العيب الخفي - باعتبار علم الطرف المتعامل مع المتدخل (المشتري) يسقط حقه في الضمان. هذا ما سيتم التطرق إليه من خلال معرفة معنى العيب الخفي، ثم التطرق لأهم النقاط المشتركة بين الإلتزام بالإعلام بضمان العيب الخفي لنصل لمعرفة مدى كفاية الإلتزام بالإعلام في تحقيق حماية للطرف الآخر (المشتري) تغنيه عن طلب الضمان وما يرافقه من إجراءات أهمها قصر المدة وصعوبة إثبات شروط توافر العيب الخفي خاصة مع نوعية المنتوجات المعروفة حاليا.

1- تعريف العيب الخفي: في الوقت الذي سكتت فيه التشريعات عن إعطاء تعريف جامعا مانعا للعيب الخفي، اهتم الفقه بذلك، فأورد له عدة تعريفات نذكر منها ما يلي:

حسب ما جاء به فقهاء الشريعة الإسلامية نذكر:

- ابن عابدين عرفه كما يلي: "العيب ما يخلو عنه أصل الفطرة السليمة من الآفات العارضة لها"<sup>1</sup>

- أما الكساني فعرفه كما يلي: "كل ما أوجب نقصان القيمة والثلث في عادة التجار فهو عيب يوجب الخيار. وما لا يوجب نقصان القيمة و الثلث فليس بعيب"<sup>2</sup>.

أما فقهاء القانون أوردوا له عدة تعريفات تصب كلها في نفس المعنى وإن اختلفت في اللفظ. نذكر منها ما يلي:

الأستاذ أحمد حسن قدادة عرفه كما يلي: "هو آفة تصيب الشيء المبيع فتتقص من قيمته الاقتصادية ومن نفعه"<sup>3</sup>.

أما الأستاذ توفيق حسن فرج فأورد له التعريف التالي: "حالة يخلو منها الشيء عادة لا تظهر عند البيع بفحص المبيع ويكون من شأنها أن تنقص من قيمته نقصاً محسوساً أو تؤثر على الانتفاع به"<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> - محمد أمين الشهير بابن عابدين، رد المختار على الدر المختار، شرح تنوير الأبصار لخاتمة المحققين مع تكملة ابن عابدين لنجل المؤلف، كتاب البيوع- الكفالة، ط خاصة، دار عالم الكتب، الرياض، 2003، ص 167.

<sup>2</sup> - علاء الدين السمرقندي، تحفة الفقهاء وهي أصل بدائع الصنائع للكساني، بدون طبعة، دار الفكر العربي، لبنان، ص 261.

<sup>3</sup> - خليل أحمد حسن قدادة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، ج 4 (عقد البيع) ديوان المطبوعات الجامعية 2000، ص 173.

<sup>4</sup> - توفيق حسن فرج، عقد البيع والمقايضة، مؤسسة الثقافة الجامعية، بدون سنة الطبع، ص 407.



وبالقراءة المتأنية لنص المادة 379 ق.م: « يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من انتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله. فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالماً بوجودها.....». يتضح أنّها لم تعرف العيب، وإنّما تطرقت إلى تحديده عن طريق ذكر شروطه و آثاره. وبالرجوع إلى القانون رقم 09-03 يستنتج أنّ عيب المنتج يشمل معنيين:

- التعريف المادي: « العيب الذي يتلف الشيء ويلحق به الهلاك<sup>1</sup> »
- التعريف الوظيفي: « العيب الذي يصيب الشيء في أوصافه أو في خصائصه بحيث يجعله غير صالح للاستعمال المحدد له<sup>2</sup> » ، وبهذا فهو يتشابه مع تعريف العيب المعروف في القواعد العامة<sup>3</sup>. ومن خلال ما سبق بيانه تتضح أوجه الالتقاء بين المفهومين.

## **2- علاقة الإلتزام بالإعلام بضمان العيب الخفي: بالنظر لتعريف كل من**

- الإعلام والعيب الخفي، يظهر جلياً التداخل بين المصطلحين، ومنها ما يلي:
- ذهب البعض إلى اعتبار الإلتزام بالإعلام مظهرًا من مظاهر ضمان العيوب الخفية<sup>4</sup>. إذ يعدّ الأول امتداداً للثاني<sup>1</sup>، باعتبار الأول الأصل فيه أنّ يكون قبل انعقاد العقد، أمّا الثاني فالأصل فيه أنّ يكون بعد تسليم المبيع.

<sup>1</sup> - علي حساني، الإلتزام بضمان الضرر في عيوب المنتجات، المحلّة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية العدد الرابع، 2011، ص 232.

<sup>2</sup> - Ghestin (j), conformité et garantie dans le vente, L.G.J. 1983, p.1

نقلا عن علي حساني، المرجع السابق، ص 232.

<sup>3</sup> - علي حساني، المرجع السابق، ص 232.

<sup>4</sup> - Cross (Bernard), la notion d'obligation de garantie dans le droit des contrat, thèse doctorat, Nancy, 1963

نقلا عن محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة، المرجع السابق، ص 14 و 15.

- للمشتري فرصة الخيار بينهما، خاصة لما يوحد الباب أمام المشتري في دعوى ضمان العيوب الخفية نظراً لقصر المهلة المحددة لرفعها ما يؤكد التداخل بينهما<sup>2</sup>.

وعليه فالبايع الذي يُعلم المشتري بحال المبيع بما فيه من عيوب فلا مجال بعدها للضمان لتخلف شرط الخفاء. كما يرى أنصار هذا الرأي ضرورة إخضاع الأضرار الحاصلة بسبب خطورة المبيع إلى نص المادة 380 ق.م لأنّ البائع هو من يعلم بمخاطر الشيء المبيع فعليه يقع تعويض المشتري في حالة عدم إعلامه بهذه المخاطر<sup>3</sup>. وعلى هذا الأساس فإنّ الإلتزام بالإعلام ما هو إلّا التزام مشتق من الإلتزام الأصلي ضمان العيب الخفي، مما يفيد أنّ هناك علاقة بينهما.

- يلتقيان كذلك من حيث طبيعة التزام كل منهما باعتبارهما التزامين بتحقيق نتيجة<sup>4</sup> ولا يمكن أنّ يكونا غير ذلك بالنظر لطرفي العلاقة العقدية، وقد أكدّ المشرع هذا الطرح، خاصة مع صدور القانون رقم 03-09

<sup>1</sup>- عبد العزيز المرسي حمود، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة، بدون دار النشر، 2005، ص 74 .

<sup>2</sup>- عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 199. وفي هذا الصدد جاء تأكيد محكمة استئناف "Coen" برفض الطعن المقدم فيما ذهب إليه، لأنّ البائع باع للمشتري مبيدات طفيلية غير صالحة لأداء الغرض منها دون أن يبين له ذلك، راجع في هذا Cass-Civ 1<sup>er</sup> P7, février 1979, bull, Civ, n77-13735, legifrance. gov. Fr. وهو الحكم الذي يبدو من وراءه عدم التزام البائع بتقديم مبيع يتفق مع ما تم الاتفاق عليه في العقد. إلى جانب إحلال البائع بالإلتزام بالإعلام، راجع في هذا عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 199. وهو الحكم الذي يبدو من خلاله الخلط بين المفهومين.

<sup>3</sup>- لطيفة أمازو، المرجع السابق، ص 87 و 88.

<sup>4</sup>- وإن كان بعض الفقه يرى بأنّ التزام الإعلام هو التزام ببذل عناية. راجع في هذا عبد الحميد الديسطي عبد الحميد المرجع السابق، ص 228 و 229 و 230 و 231.

الذي جعله ضمانا قائما بقوة القانون وفقا لما جاءت به المادة 13 منه المتعلقة بضمان العيب الخفي و17 المتعلقة بالالتزام بالإعلام.

إلا أنّ وجود نقاط التقاء الإلتزام بالإعلام بعيب الخفي لا يعن أنّهما شيء واحد، وإنما هناك نقاط اختلاف بينهما منها ما يلي:

- يهدف الإلتزام بالإعلام إلى تحقيق التوازن العقدي بين المنتج (البائع) والمشتري<sup>1</sup> (المستهلك) بخلاف ضمان عيب الخفي الذي يهدف للمحافظة على الجدوى الاقتصادية للمبيع وتحقيق السلامة المنتظرة منه.

- يرى بعض الفقه<sup>2</sup> أنّ الإلتزام بالإعلام هو التزم ما قبل التعاقد بالإعلام ولا يمكن أنّ يكون لاحقا للتعاقد، إذ لا يُعقل قبول المشتري (المستهلك) شراء السلع والمنتجات وبعدها يتم إعلامه عنها. بعكس الإلتزام بضمان العيب الخفي؛ فالأصل فيه أنّ يكون بعد التعاقد.

- الإلتزام بالإعلام هو عمل وقائي، قد يحول دون فسخ أو بطلان العقد، أمّا الإلتزام بضمان العيب الخفي فهو عمل علاجي<sup>3</sup>.

- يرى بعض الفقه<sup>4</sup> الفرنسي بأنّ الأصل في الإلتزام بالإعلام أنّه يقوم في حق الصّانع، إلّا أنّ البائع المهني ليس في منأى من هذه المسؤولية، إذ تقوم في جانبه قرينة العلم بالعيب كما لا يمكنه الحد من المسؤولية المترتبة عليه، أمّا البائع العرضي فهو ملزم بتقديم معلومات في حدود ما تسمح به معرفته للشيء المبيع. وبعد صدور قانون الاستهلاك الفرنسي، عمد المشرع إلى تخصيص عنوان كامل

<sup>1</sup> - إسلام هاشم عبد المقصود سعد، المرجع السابق، ص 264.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 266.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 266.

<sup>4</sup> - François Collart Dutilleul et Philippe Delebecque, op.cit., p192.

للإلتزام بالإعلام<sup>1</sup> (من المادة L111/1 إلى المادة L115/33)، وجاء نص المادة L111/1 من قانون الاستهلاك الفرنسي صريحاً وفيه « كل محترف... أن يضع المستهلك في وضع يسمح له بمعرفة الخصائص الأساسية للمنتوج ». أما محكمة النقض الفرنسية فقد رأت في حكمها أن الموزع يلتزم بإعلام المستهلك حتى مع إغفال الصّانع وضع بطاقة المعلومات على المنتوج<sup>2</sup>، في حين نجد أن الإلتزام بضمان عيب الخفي يقع على عاتق كل بائع.

- الأصل في الإلتزام بالإعلام أنه يتعلق بمبيعات خاصة؛ تتمثل في المنتوجات الخطرة وذات التقنية العالية<sup>3</sup> - فنشأته ارتبطت بظهور هذه المنتوجات - أما فيما يتعلق بباقي المبيعات الأخرى فيكفي معها نص المادة 352 ق.م.

- يبدو أن أهم ما يميّز الإلتزام بالإعلام عن الإلتزام بضمان العيب الخفي، أن الأول يجب أن يقوم به البائع تلقائياً؛ فلا ينتظر فضول المشتري ليبدلي بما عنده من معلومات موضوعية وحقيقية عن الشيء المبّيع، في حين يتطلب الثاني تدخل المشتري (المستهلك) برفع دعوى قضائية على البائع<sup>4</sup>.

- إن الإلتزام بضمان العيب الخفي يجد أساسه في النصوص القانونية التي جاءت بها التشريعات (المادة 379 ق.م وما بعدها) و(نص المادة 13 من القانون رقم 09-03 ) في حين نجد أن الإلتزام بالإعلام وليد الأحكام

<sup>1</sup> -Philippe le tourneau et Jérôme Fischer et Emmanuel tricoire, principaux contrat civils et commerciaux, paris, ellipse, 2005, p282. et François Collart Dutilleul et Philippe Delebecque, op.cit., p192.

<sup>2</sup> - زهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص 153. كما ذهب جانب آخر من الفقه إلى اعتبار المدين في الإلتزام بالإعلام هو المنتج، أما بالنسبة للبائع أو الموزع فلا يقوم في حقهما هذا الإلتزام إلا إذا تمكن الدائن بالإلتزام بإثبات علمه بالعيب راجع في هذا عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 205.

<sup>3</sup> -François Collart Dutilleul et Philippe Delebecque, op- cit, p195.

<sup>4</sup> - *ibid*, op.cit., p184.

القضائية خاصة القضاء الفرنسي<sup>1</sup> في كل حالة يتعلق الأمر فيها بالمواد الخطرة كالمفجرات ومواد التنظيف والأجهزة ذات التقنية العالية، أو المنتوجات الجديدة، فالبائع في هذه الحالات يكون مسؤولاً؛ حتى مع غياب العيب الخفي إذا سبب المبيع خطراً لمستهلكه<sup>2</sup>. إلا أن هناك جانب من الفقه يرى بأن جدية المنتوجات ليست مبرراً لقيام هذا الإلتزام إن لم تكن تحمل في طياتها الخطورة، فالقضاء الفرنسي لم يفرض هذا الإلتزام على عاتق البائع المحترف إلا لمنع تحقق الخطر الكامل في المنتج<sup>3</sup>. كما يجد أساسه في نص المادة 17 من القانون رقم 09-03.

تتضح مما سبق استقلالية الإلتزام بضمان العيب الخفي عن الإلتزام بالإعلام، ولا يمكن لهذا الأخير أن يحل محل الإلتزام بضمان العيب الخفي لذا عملت التشريعات على تنظيم كل تقنية بنصوص قانونية خاصة بها. وللطرف المتضرر الحرية في اختيار التقنية القانونية التي تخدمه أكثر.

<sup>1</sup> - يعد الإلتزام بضمان العيب الخفي قديم قدم الحضارات مثل قانون الألواح الإثني عشر، قانون جوستيان فقهاء الشريعة الإسلامية، راجع جويده حواص، الضمان القانوني للعيب الخفي وتختلف الصفة في عقد البيع، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 1986، ص 8 و 13 و 23.

<sup>2</sup> - لطيفة أمازو، المرجع السابق، ص 89.

<sup>3</sup> - عبد القادر أقصاصي، المرجع السابق، ص 151.

### خاتمة

من خلال ما سبق يتضح أن الإلتزام بالإعلام هو جديد بكل عناصره بإجماع الفقه خاصة الفرنسي منه ولم تنظم التشريعات سوى حالة واحدة تتمثل في مسؤولية البائع بالإعلام عن العيب الخفي (إعلام المشتري بعيوب المبيع)، يبدو أن القضاء الفرنسي انطلق منها<sup>1</sup>. فهو ضروري لسلامة العقود في ظل عدم المساواة بين الطرفين الذي يتميز به المتدخل كطرف قوي فنيا وماليا في مواجهة الطرف الآخر. الأمر الذي يعرض هذا الأخير لتعسف الطرف الأول. إذ يعد الأصل في الإلتزام بالإعلام تحقيق التوازن العقدي بين الطرفين.

- إن الإلتزام بالإعلام يتعلق بتدعيم صحة رضا المتعاقد عن طريق تنويره بمعلومات صادقة وموضوعية قد تقيه من الوقوع في غلط أو تدليس.

- يمكن الاعتماد على الإلتزام بالإعلام بطلب ابطال التصرف القانوني مع التعويض باعتباره التزام بتحقيق نتيجة دون اللجوء لعيب الغلط أو التدليس بالنظر لصعوبة إثبات شروط تحققهما لارتباطهم بالجانب النفسي والإدراكي للشخص.

- باعتبار الإلتزام بالإعلام يمثل عنصر وقائي لا علاجي يمكن الاعتماد عليه في تجنب الحصول على منتج معيب يكلف المتضرر الكثير لأجل الحصول على تعويض.

إلا أنه، بالرغم من وجود بعض التداخل بين هذه المفاهيم القانونية والإلتزام بالإعلام إلا أن لكل كيان قانوني ما يميزه عن الآخر وإلا ما الفائدة من النص عليه من طرف المشرع بنصوص مختلفة. وإن كان الاعتماد على الإلتزام بالإعلام في الحالات التي تسمح بذلك يحقق حماية أكثر وفي وقت أقصر.

<sup>1</sup> - François Collart Dutilleul et Philippe Delebecque, op.cit., p 197.