

11-2022

حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام: دراسة تحليلية في القانون الإماراتي

يلوى عمر راشد المنصوري

Follow this and additional works at: https://scholarworks.uaeu.ac.ae/all_theses



Part of the [Law Commons](#)

Recommended Citation

المنصوري, يلوى عمر راشد, "حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام: دراسة تحليلية في القانون الإماراتي" (2022). *Theses*. 1000.

https://scholarworks.uaeu.ac.ae/all_theses/1000

This Thesis is brought to you for free and open access by the Electronic Theses and Dissertations at Scholarworks@UAEU. It has been accepted for inclusion in Theses by an authorized administrator of Scholarworks@UAEU. For more information, please contact mariam_aljaberi@uaeu.ac.ae.

رقم أطروحة الماجستير 2022: 93

كلية القانون

قسم القانون الخاص

حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام:
دراسة تحليلية في القانون الإماراتي

يلوى عمر راشد المنصوري



جامعة الإمارات العربية المتحدة

كلية القانون

قسم القانون الخاص

حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام:
دراسة تحليلية في القانون الإماراتي

يلوى عمر راشد المنصوري

أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص

نوفمبر 2022

الغلاف: ترمز الصورة إلى الحفاظ على استقرار العقود من خلال الالتزام بالإعلام

المصدر: Pinterest

حقوق النشر © 2022 يلوى عمر راشد المنصوري

حقوق النشر محفوظة

المطبعة: خدمة طباعة الجامعة. جامعة الامارات العربية المتحدة 2022

إقرار أصالة الأطروحة

أنا **يلوى عمر راشد المنصوري**، الموقعة أدناه، طالبة دراسات عليا في جامعة الإمارات العربية المتحدة ومقدمة الأطروحة الجامعية بعنوان **"حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام: دراسة تحليلية في القانون الإماراتي"**، أقر رسمياً بأن هذه الأطروحة هي العمل البحثي الأصلي الذي قمت بإعداده تحت إشراف **د. حبيبة الشامسي**، أستاذ مشارك في كلية القانون وأقر أيضاً بأن هذه الأطروحة لم تقدم من قبل لنيل درجة علمية مماثلة من أي جامعة أخرى، علماً بأن كل المصادر العلمية التي استعنت بها في هذا البحث قد تم توثيقها والاستشهاد بها بالطريقة المتفق عليها. وأقر أيضاً بعدم وجود أي تعارض محتمل مع مصالح المؤسسة التي أعمل فيها بما يتعلق بإجراء البحث وجمع البيانات والتأليف وعرض نتائج و/أو نشر هذه الأطروحة.

توقيع الطالب: Galwa

التاريخ: 10-11-2022

إجازة أطروحة الماجستير

أجيزت أطروحة الماجستير من قبل أعضاء لجنة المناقشة المشار إليهم أدناه:

(1) المشرف (رئيس اللجنة): د. حبيبة الشامسي

الدرجة: أستاذ مشارك

قسم القانون الخاص

كلية القانون

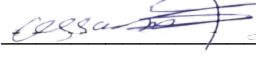
التاريخ: 10-11-2022 التوقيع: 

(2) عضو داخلي: الأستاذ الدكتور / أسامة بدر

الدرجة: أستاذ

قسم القانون الخاص

كلية القانون

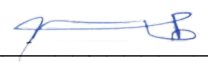
التاريخ: 10-11-2022 التوقيع: 

(3) عضو خارجي: الأستاذ الدكتور / طارق كميل

الدرجة: أستاذ

قسم القانون الخاص

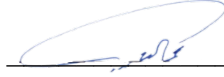
جامعة العين، الامارات العربية المتحدة

التاريخ: 10-11-2022 التوقيع: 

اعتمدت الأطروحة من قبل:

عميد كلية : الأستاذ الدكتور/ محمد حسن علي محمد

التاريخ: 15-11-2022

التوقيع: 

عميد كلية الدراسات العليا: الأستاذ الدكتور علي المرزوقي

التاريخ:  Ali Hassan

التوقيع: 25/01/2023

الملخص

تتناول هذه الدراسة موضوع الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، حيث فرض القانون الإتحادي رقم 15 لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك هذا الالتزام على عاتق المزود بصورة ضمنية، ليكفل حصول المستهلك على معلومات صحيحة و واضحة حول السلعة أو الخدمة، و تناولت هذه الدراسة مفهوم الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و تمييزه عن بقية الالتزامات المشابهة له، وشروطه و بيان الطبيعة القانونية له، و نطاق تطبيقه من حيث الأشخاص و الموضوع و تحديد جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

تركز هذه الدراسة على تحليل نصوص القانون الإتحادي رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك، بالإضافة إلى قانون المعاملات المدنية و القرارات ذات الصلة بالالتزام بالإعلام، مع استخدام المنهج المقارن في بعض الحالات في التشريع الفرنسي و الاستئناس ببعض الأحكام القضائية الفرنسية. و من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المرحلة السابقة على التعاقد مرحلة هامة، لما تتيح للمستهلك المقبل على التعاقد العلم بكافة البيانات و المعلومات التي تضمن له اتخاذ القرار الصحيح بشأن إبرام عقد الاستهلاك من عدمه، فالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يعتبر أداة قانونية لحماية إرادة الطرف الضعيف، كما من شأنه أن يعالج الاختلال في التوازن في العلاقة بين المزود و المستهلك.

كلمات البحث الرئيسية: الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، حماية المستهلك، المزود.

The Protection of Consumer Under Obligation of Notification Before Contracting

Abstract

This research aims to study the obligation of notification, Federal Law No. 15 of 2020 on Consumer Protection imposed this obligation on the supplier implicitly, which ensures that the consumer obtains correct information about the provided good or service. This study tries to identify the obligation of notification in the UAE legal system, how it differs from similar obligation to it; moreover, the scope of its implementation in terms of people and subject. Besides, it also indicates to what is the penalty of the failure to meet such obligation.

Moreover, this study discusses the legal legislation of the obligation of notification in the Federal Law No.15 of 2020, in addition to the Civil Transactions Law of the United Arab Emirates and related decisions, with reference to French legislation and judicial rulings.

Finally, one of the most important findings of the study is that the pre-contracting stage is an important stage, which allows the consumer to be aware of all the data and information that ensures him to make the right decision about whether or not to conclude a consumption contract. It would remedy the imbalance in the relationship between the supplier and the consumer.

Keywords: Obligation of notification before contracting, consumer protection, supplier.

شكر وتقدير

ليس بعد تمام العمل من شيء أجمل من الحمد، فالحمد لله و الشكر له كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه الذي وفقني لإتمام هذه الدراسة.

ثم إنه لا يسعني إلا أن أشيد بالفضل و أقر بالمعروف لكل من ساهم في إنجاز هذا البحث و أخص بالذكر...

الأستاذة الدكتورة حبيبة الشامسي على ما قدمته من دعم أثناء إعداد الدراسة.

و الأستاذ الدكتور أسامة بدر الذي لم يتردد بتقديم النصائح القيمة و المساعدة على إتمام هذا البحث.

و الشكر موصول إلى الأساتذة الإداريين بالكلية و الأخوات في مكتبة جامعة الإمارات على جهودهم خلال سنوات الدراسة.

الإهداء

إلى من كان عوناً لي بعد الله، سندي وقوتي ... والدي العزيز.

إلى من أضاء تواجدها القلوب... أمي الغالية.

إلى إخواني وأخواتي الأعزاء

قائمة المحتويات

i.....	العنوان
iii	إقرار أصالة الأطروحة
iv.....	إجازة أطروحة الماجستير
vi.....	الملخص
vii.....	العنوان والملخص باللغة الإنجليزية
viii	شكر وتقدير
ix.....	الإهداء
x.....	قائمة المحتويات
1.....	المقدمة
2.....	أولاً: أهمية الدراسة
2.....	ثانياً: منهجية الدراسة
2.....	ثالثاً: أهداف الدراسة
2.....	رابعاً: إشكالية الدراسة
3.....	خامساً: خطة البحث
4.....	الفصل الأول: مفهوم الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و خصائصه
4.....	المبحث الأول: تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و تمييزه عن الالتزامات الأخرى
4.....	المطلب الأول: تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام
9.....	المطلب الثاني: خصائص الالتزام قبل التعاقد بالإعلام
11.....	المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام
12.....	المطلب الأول: محل الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و شروطه
18.....	المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام
23.....	الفصل الثاني: تحديد نطاق الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و جزاء الإخلال به
23.....	المبحث الأول: نطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص و الموضوع
23.....	المطلب الأول: نطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص

المطلب الثاني: محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من حيث الموضوع	27
المبحث الثاني: آثار الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام.....	31
المطلب الأول: قابلية فسخ العقد لمصلحة المستهلك.....	31
المطلب الثاني: قيام المسؤولية التقصيرية	34
الخاتمة.....	45
المراجع	47

المقدمة

لاشك في أن القانون هو مرآة المجتمع، حيث يسن المشرع القوانين التي تتناسب مع احتياجات الفرد حرصاً على توفير الحماية الفاعلة له، كما أن هذه القوانين تتغير تبعاً لتغيرات احتياجات الفرد، و من أهم القوانين التي يتم تحديثها باستمرار هي قوانين حماية المستهلك، وذلك بسبب التطور الهائل الذي يشهده العالم في مجال الابتكار والاختراع، و كثرة تنوع المنتجات المعروضة، و ظهور الكثير من الإعلانات الكاذبة و المضللة لإرادة المستهلك، ومن هنا تضاعف عدم التوازن بين المستهلك و المزود، فأصبح المستهلك ضعيف في مواجهة المزود الذي يتمتع بالخبرة و الدراية الواسعة في هذا المجال.

و الواقع أن الإلتزام بالإعلام ليس حديث النشأة بل عرفه النظام القانوني للعقود منذ زمن بعيد، حيث كان الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام محل اهتمام القضاء الفرنسي، وذلك بسبب كثرة القضايا التي ترفع مطالبة بإبطال العقد إما على أساس الغلط أو التدليس أو ضمان العيوب الخفية، و كان للقضاء الفرنسي تأثير على الفقه الذي أيقن بأهمية هذا الإلتزام في المرحلة السابقة على التعاقد، فخصص له الكثير من الدراسات و البحوث باعتباره من أهم الحقوق التي يجب ان يتمتع بها المستهلك، وسرعان ما أستجاب المشرع الفرنسي إلى ماذهب إليه القضاء و الفقه و أصدر نصوص تنظم هذا الإلتزام.

و الجدير بالذكر أن الشريعة الإسلامية اعترفت بوجود هذا الإلتزام منذ أكثر من 1400 سنة، عن واثلة قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: " لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا يبين مافيه ولا يحل لمن يعلم ذلك إلا بينه"¹، فلقد استدل الحديث بشكل صريح على الإلتزام بالإعلام و أنه يتجاوز أطراف العقد إلى كل أحد يعلم بالبيع أن عليه تبصير المشتري بما يوجد في محل البيع من معلومات من شأنها تنوير رضاء المشتري فالإلتزام بالإعلام في الإسلام لا يقتصر على طرفي العقد فحسب بل يمتد ليشمل الغير، و يبدو لنا حرص الشريعة على صفاء و نقاء الإرادة في البيوع و في غيرها لجعلها مسؤولية كل من يعلم كي يقوم بدوره.

و مع التطور الاقتصادي الذي شهدته دولة الإمارات المتميز بفتح الأسواق و تحرير الأنشطة الاقتصادية و تكريس المنافسة الحرة و استقطاب الاستثمارات الخارجية، أصبح ضبط و مراقبة السوق موضع اهتمام و عناية الدولة، لذا أصدر المشرع الإماراتي القانون الإتحادي رقم 24 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك الذي ألغي و استبدل بالقانون الإتحادي رقم (15) لسنة 2020، حيث تضمن هذا القانون حق المستهلك في الإعلام ولكن بصورة ضمنية.

¹ أخرجه ابن ماجه في الصحيح الجامع، الرقم 6705.

أولاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في بيان التنظيم القانوني للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ومدى كفايته، حيث يعد الإلتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية التي تحقق التوازن العقدي بين الطرفين، كما أن موضوع الدراسة لم ينل نصيب كاف من الدراسة و البحث في دولة الإمارات مما يستدعي تسليط الضوء على هذا الإلتزام وبيان مواطن النقص و القصور.

ثانياً: منهجية الدراسة

اتبعت الباحثة المنهج التحليلي، سيتم من خلاله تحليل موضوع البحث من الناحية القانونية و تحليل مدى فعالية القانون الإتحادي رقم (15) لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك، و دراسة القرارات التي صدرت حول هذا الموضوع، و القواعد العامة في قانون المعاملات المدنية، مع استخدام المنهج المقارن في بعض الحالات مع تشريعات أخرى تناولت ذات الموضوع عند الحاجة.

ثالثاً: أهداف الدراسة

1. الوقوف على مدى فعالية النصوص القانونية المتعلقة بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في تحقيق الهدف الذي وضعت من أجله.
2. بيان أهمية الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في الحفاظ على استمرارية العقود و ضمان سلامة رضا المستهلك.
3. تنبيه المستهلك على حقه في الحصول على كافة البيانات و المعلومات التي تكفل له حقه في الاختيار و المفاضلة بين السلع و الخدمات.
4. بيان مدى كفاية القواعد العامة لتنظيم الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.
5. تحديد الأساس الذي تقوم عليها مسؤولية المزود عند إخلاله بهذا الإلتزام.

رابعاً: إشكالية الدراسة

تتمثل إشكالية الدراسة حول مدى مساهمة الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في تحقيق الحماية القانونية للمستهلك، ومدى كفاية النصوص التي وضعها المشرع الإماراتي لحماية حق المستهلك في الإعلام، و مدى كفاية القواعد العامة لتنظيم الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.

خامساً: خطة البحث

الفصل الأول: مفهوم الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و خصائصه.

- المبحث الأول: تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و تمييزه عن الالتزامات الأخرى.

- المطلب الأول: تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام

- المطلب الثاني: خصائص الالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

- المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

- المطلب الأول: شروط الالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

- المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

الفصل الثاني: تحديد نطاق و جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

- المبحث الأول: نطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص و الموضوع.

- المطلب الأول: نطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص.

- المطلب الثاني: نطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الموضوع.

- المبحث الثاني: آثار الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

- المطلب الأول: قابلية فسخ العقد لمصلحة المستهلك.

- المطلب الثاني: قيام المسؤولية التقصيرية.

الفصل الأول: مفهوم الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام و خصائصه

فرض هذا الالتزام على عاتق المزود حتى يتمكن المستهلك من الحصول على المعلومات الكافية و الصحيحة حول السلعة أو الخدمة المقدمة فيقدم المستهلك من خلاله إلى إبرام العقد أو الاحجام عن التعاقد بالتالي يساهم هذا الالتزام بإنعقاد عقود صحيحة و منتجة لآثارها، فليس كل مستهلك لديه الخبرة و الدراية الكاملة حول المعلومات محل العقد، يعد الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام من أهم الضمانات القانونية التي وجدت من أجل حماية المستهلك لتحقيق المساواة في العلم بين المزود و المستهلك، باعتباره يتعامل مع طرف خبير محترف، في مقابل قلة خبرته و درايته وافتقاده لهذه الخبرة، و الاعتبار الثاني هو طبيعة العقد الذي غالباً مايكون عقد إذعان يجد المستهلك نفسه مرغماً على القبول به دون هامش كبير من المسؤولية أو المفاوضة.

و الجدير بالذكر أن الفقة يطلق على هذا الإلتزام عدة تسميات، فالبعض يسميه الإلتزام بالإعلام، أو الإلتزام بالتبصير، والبعض الآخر يطلق عليه التزام بالإفضاء بالبيانات و المعلومات، أو التزام بالإخبار، أو الإفصاح.

نظراً لأهمية هذا الإلتزام فقد ظهرت عدة تعاريف، وكذلك و لأجل عدم الخلط بينه وبين الأنظمة المشابهة له، فلا بد من التمييز بينهما، وهذا ما سألينه في المبحث الأول.

المبحث الأول: تعريف الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام و تمييزه عن الالتزامات الأخرى

تمهيد وتقسيم

لا شك في أن دراسة و معرفة مضمون التزام المزود قبل التعاقدى بالإعلام يقتضي التعرف على مفهومه (المطلب الأول)، ووضع تعريف جامع مانع، حيث لم يضع المشرع الإماراتي تعريف للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام على غرار المشرع الفرنسي، إلا أن الفقة اتجه إلى وضع تعريف مناسب، والذي يتلائم مع تطور عقد الاستهلاك ووسائل إبرامه، ولاشك أن التعريف الدقيق لهذا الإلتزام يعد الطريقة المثلى لوضع الأسس المناسبة لتمييزه عن الالتزامات المرتبطة به، و بيان خصائصه (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام

وسوف نتعرف في هذا المطلب على ماهية الإلتزام بالإعلام، و تمييزه عن الإلتزامات الأخرى من خلال الفروع الآتية:

الفرع الأول: المقصود بالإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.

الفرع الثاني: تمييز الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام عن غيره من الإلتزامات.

الفرع الأول: المقصود بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام

الالتزام في اللغة، مشتق من لزم، التزم الشخص الأمر، أوجبه على نفسه²، و الإعلام في اللغة هو الإفشاء.³

يعرف الالتزام بالإعلام في الإصطلاح بأنه: " التزم سابق على التعاقد، يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد. وذلك بسبب ظروف و اعتبارات معينة، قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يُلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر".⁴

وعرفه البعض الآخر بأنه: " التزم يغطي المرحلة السابقة للتعاقد مضمونه قيام التاجر المحترف بالإفشاء للمستهلك بالمعلومات الجوهرية كافة التي يجهلها عن السلعة أو الخدمة و حصوله عليها من غير طريق المحترف بحيث يكون إقباله على التعاقد عن رضا حر ووعي مستنير".⁵

و تم تعريفه أيضاً 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 مناسباً في ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد".⁶

و يعرف أيضاً بأنه " التزم قانوني عام سابق على التعاقد، يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاماً صحيحاً و صادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضاه بالعقد".⁷

من خلال التعريفات السابقة يمكن إيراد الملاحظات الآتية حول التزام المزود بالإعلام في المرحلة التي تسبق التعاقد:

أولاً: إن التزام المزود بالإعلام قبل التعاقد كما يبدو من لفظه و معناه، التزم يسبق التعاقد و ينشأ و ينفذ في مرحلة سابقة على نشأة العقد.

ثانياً: يستمد الالتزام قبل التعاقد بالإعلام وجوده من المبادئ العامة من القانون " مبدأ حسن النية"⁸، و يستمد وجوده أيضاً من القواعد العامة في القانون المدني، كنص المادة (490) من قانون

² المعجم الوسيط، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق الدولية، ص 823.

³ المعجم الوسيط، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، دار المعارف، ص 718.

⁴ عبد الباقي، عمر محمد، 2008، الحماية العقدية للمستهلك، الإسكندرية، ص 189، ط 2، الإسكندرية، منشأة المعارف.

⁵ عبد، موفق حماد، 2011، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، ص 94، ط 1، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية.

⁶ منتصر، سهير، 1990، الالتزام بالتبصير، ص 41، دار النهضة العربية، القاهرة.

⁷ أحمد، خالد جمال، 1996، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ص 36-38، القاهرة، دار النهضة العربية.

⁸ المهيرات، غالب كامل، 2016، التزام المنتج بالتبصير قبل التعاقد في العقود الالكترونية، ص 34، مصر، جامعة عين شمس.

المعاملات المدنية الإماراتية حيث نصت على أنه: "1- يشترط أن يكون المبيع معلوماً عند المشتري علماً نافياً للجهالة الفاحشة. 2- ويكون المبيع معلوماً عند المشتري ببيان أحواله وأوصافه المميزة له وإذا كان حاضراً تكفي الإشارة إليه"،⁹ وقد نظم قانون حماية المستهلك الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 هذا الحق حيث يمكن استخلاص وجوده من خلال نصوص القانون التي سنعرضها لاحقاً.

ثالثاً: إن المدين بالالتزام بالإعلام غالباً ما يكون المزود باعتباره الطرف الأكثر خبرة و دراية حول العقد المراد إبرامه.

رابعاً: لا يشترط أن يقوم المدين في هذا الالتزام بتقديم كافة التفاصيل حول السلعة أو الخدمة، و إنما يكفي تقديم المعلومات الجوهرية والتي لا يستطيع المستهلك الحصول عليها من تلقاء نفسه.

خامساً: إن التزام المزود بتنفيذ التزامه يضمن انعقاد عقود صحيحة و نافذه، تخلو من العيوب التي من شأنها أن تهدم العقد بعد قيامه.¹⁰

سادساً: يرد الالتزام قبل التعاقد بالإعلام على جميع العقود ولا يفرض حصراً على عقد معين بل يشمل جميع عقود الاستهلاك، على الرغم من تنوع مضمون الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، حيث أن البيانات التي يجب الإفضاء بها في عقد البيع تختلف عن البيانات المرتبطة بعقد التأمين أو القرض أو العلاج الطبي، كما اتفق الفقه على أن هذا الالتزام يشمل عقود الاستهلاك التقليدية أو الإلكترونية.

يلاحظ من التعاريف السابقة أنها أغفلت الجانب التشريعي للالتزام بالإعلام، و خاصة ضرورة استخدام اللغة العربية عند الإفضاء بالبيانات.

واستناداً إلى ماسبق حاولت أن أضع تعريف للالتزام قبل التعاقد بالإعلام بأنه التزام قانوني عام ينشأ في المرحلة السابقة للتعاقد يلزم به أحد أطراف العقد بالإدلاء بالبيانات و المعلومات الجوهرية المتعلقة بمحل العقد، باستخدام لغة يفهما المستهلك، لتمكين المستهلك على اتخاذ قراره بناء على رضا سليم ووعي حر مستنير.

الفرع الثاني: تمييز الالتزام قبل التعاقد بالإعلام عن غيره من الالتزامات

قد يتشابه الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في بعض النواحي مع بعض الالتزامات، كما أنه من الصعب أحياناً التفريق بينه و بين الالتزامات الأخرى، و من أجل التمييز بينه وبين بقية الالتزامات، سأبين أوجه الشبه و الاختلاف بينهم من خلال هذا الفرع.

⁹ القانون الاتحادي رقم (5) لسنة 1985م، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 185، بتاريخ 21 مارس 1985.

¹⁰ المهورات، غالب كامل، مرجع سابق، ص 37.

أولاً: التمييز بين الالتزام قبل التعاقد بالإعلام وبين الالتزام بتقديم المشورة الفنية

يعود التشابه بين الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و الالتزام بتقديم المشورة على اعتبار أن محل الالتزامين تقديم المعلومات و البيانات للمستهلك التي تخص محل العقد.¹¹ و يرى البعض أن الالتزام بتقديم المشورة جزء لا يتجزأ من الإلتزام بالإعلام و درجة متقدمة من درجاته، لذلك كان التزام المدين بالنصح في المجال المعلوماتي أكثر شدة من الإلتزام بالإدلاء بالبيانات.

ينبغي في الإلتزام بتقديم المشورة أن يقدم الاستشاري رأياً يقدم فيه النصح و الارشاد للطرف الآخر، و ذلك في سبيل معاونته على اتخاذ قرار معين، إذ هو وسيلة لنقل المعرفة للأفراد في مجال قانوني، أو فني معين،¹² إلا أن الإلتزام بتقديم المشورة يختلف عن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من ناحية طبيعة الإلتزام و مصدره و الهدف.

- من حيث المصدر

يعتبر الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام التزاماً عاماً على التعاقد يجد مجاله في المرحلة التي تسبق إبرام العقد، فهو التزام غير عقدي يستمد وجوده من نصوص القانون، و الإخلال به من شأنه أن يؤدي إلى قيام المسؤولية التقصيرية للمدين به، بينما الإلتزام بتقديم المشورة ينشأ في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد، لذا فهو التزام عقدي، يلتزم فيه أحدهما بتقديم معلومات وبيانات معينة في مجال قانوني، أو فني متخصص مقابل أجر، و الإخلال به من شأنه أن يؤدي إلى قيام المسؤولية العقدية للمدين به.¹³

- من حيث الطبيعة

فالإلتزام بالإعلام قد يحمل إيجاباً ملزماً ينعقد به عقد الاستهلاك إذا صادفه قبول مطابق من جانب المستهلك، وقد يكون مجرد دعوة للتعاقد أو وعداً به، فهو التزام قانوني لا يحتاج لاتفاق خاص لوجوده. أما الإلتزام بالمشورة فإنه يعد التزاماً بتحقيق نتيجة، هي اتخاذ الدائن بهذا الإلتزام قراراً أو تراجع عن ماقدمه له المدين من نصيحة باعتباره صاحب الخبرة الفنية المنشودة.¹⁴

- من حيث الهدف

فالهدف من تقديم المشورة الفنية هو مساعدة وتوجيه الطرف الآخر باتخاذ قراره النهائي بما يخص موضوع الاستشارة، أما هدف الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو إحاطة المتعاقد الآخر بجميع المعلومات الجوهرية المتعلقة بالشيء محل العقد، من أجل أن يكتمل لدى المتعاقد الرضا المستتير الخالي

¹¹ عبد السلام، سعيد سعد، 2000، الإلتزام بالإفصاح في العقود، ص 44، القاهرة، دار النهضة العربية.

¹² البراوي، حسين، 1998، عقد تقديم المشورة، ص 28، القاهرة، دار النهضة العربية.

¹³ عمران، السيد محمد، 2006، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على شبكة الانترنت، ص 43، بيروت، الدار الجامعية.

¹⁴ أبو عرابي، غازي خالد، 2009، حماية رضا المستهلك (دراسة مقارنة بين قانون حماية المستهلك الإماراتي وتقنين الاستهلاك

الفرنسي ومشروع قانون حماية المستهلك الأردني، مجلة علوم الشريعة و القانون، المجلد 36(1)، ص 189- 190.

¹⁴ عمران، السيد محمد، مرجع سابق، ص 35.

من كل عيب من عيوب الرضا.¹⁵

ثانياً: التمييز بين الالتزام قبل التعاقد بالعلام و الالتزام التعاقد بالعلام.

إذا كان الهدف من هذين الإلتزامين هو تنوير و تبصير الطرف الذي يتم توجيه الإعلام نحوه، و الإفصاح له عن جميع المعلومات التي تهمة بخصوص العقد، فإن ذلك لا ينفي أن ثمة مظاهر للتباين فيما بين الإلتزام قبل التعاقد بالعلام و الإلتزام التعاقد بالعلام تتحصر بوقت نشأة كل منهما أو المصدر.

- من حيث المصدر

إن الإلتزام قبل التعاقد بالعلام يجد مصدره في مبادئ القانون العامة كمبدأ حسن النية، و نصوص قانون حماية المستهلك، أما الإلتزام بالعلام فيجد أساسه في العقد الذي تم بين المزود أو البائع وبين المشتري أو المستهلك.¹⁶

- من حيث وقت النشوء

فالإلتزام قبل التعاقد بالعلام ينشأ في المرحلة السابقة لإبرام العقد، بالتالي فإن الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالعلام يعد تغريراً، و التغرير من عيوب الرضا، ويؤدي إلى قابلية العقد للبطلان، بينما ينشأ الإلتزام بالعلام في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد، فالإخلال به يؤدي الى قيام المسؤولية العقدية، و غالباً ما تكون الغاية منه هي حسن تنفيذ العقد.¹⁷

- من حيث الهدف

يتميز الإلتزام قبل التعاقد بالعلام بدور وقائي في مجال العقود فهو يهدف إلى تنوير رضا المستهلك و إحاطته بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه الأمر الذي يضمن إبرام عقود صحيحة منتجة لآثارها، بينما يهدف إقرار الإلتزام التعاقد بالعلام الى ضمان حسن تنفيذ العقد، حيث يرى جانب من الفقة أنه مجرد إلتزام تبعية للإلتزام بالتسليم.¹⁸

ثالثاً: التمييز بين الإلتزام قبل التعاقد بالعلام و الإلتزام بالتحذير

إن الإلتزام بالتحذير جاء نتيجة لظهور منتجات و سلع تتميز بالخطورة، حيث يعرف بأنه: " ذلك الإلتزام الذي يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع المهني بأن يحذر الطرف الآخر، أو يثير انتباهه إلى ظروف و معلومات معينة، بحيث يحيطه علماً بما يكتنف هذا العقد، أو ما ينشأ عنه من مخاطر

¹⁵ أبو عرابي، غازي خالد، مرجع سابق، ص 189.

¹⁶ عمران، السيد محمد، مرجع سابق، ص 35.

¹⁷ أحمد، خالد جمال، مرجع سابق، ص 432.

¹⁸ رفاوي، شهيناز، 2017، الإلتزام قبل التعاقد بالعلام في عقود الاستهلاك، ص 47، عمان، دار الأيام.

يتفق الالتزامين من حيث المحل الذي يتمثل بالإدلاء ببعض البيانات و المعلومات إلا أنهما يختلفان من جوانب مختلفة، سأبينها في النقاط الآتية:

- من حيث الأساس

يجد الالتزام بالتحذير أساسه في فكرة الالتزام بضمان السلامة، بينما يجد الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام مصدره في مبدأ حسن النية في العقود و نظرية صحة و سلامة الرضا.²⁰

- من حيث النطاق

يتميز الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام بالشمولية من حيث المعلومات و البيانات التي يلتزم المزود بالإفشاء بها الى المستهلك و التي من شأنها التأثير على رضا المستهلك، بما فيها الإفصاح عن الصفة الخطرة في الشئ محل التعاقد، بينما يقتصر الإلتزام بالتحذير على بيان الصفة الخطرة في المنتج محل التعاقد دون أن يتناول المعلومات التي لا تشكل خطورة على المستهلك.²¹

- من حيث وقت نشوء الإلتزام

ينشأ الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد، بينما اختلف الفقهاء في وقت نشوء الإلتزام بالتحذير، حيث يرى جانب من الفقه أن هذا الإلتزام ينشأ في المرحلة التي تسبق العقد، بينما يرى جانب آخر من الفقه أن الإلتزام بالتحذير التزام عقدي يرتبط بالإلتزام بالتسليم و يعد تابعاً له، و هناك جانب آخر يرى أنه إذا كانت الأخطار تنتج بسبب طبيعة المنتج وصفاته الأساسية فإن الإدلاء بهذا النوع من الأخطار هو التزام سابق على التعاقد، لأن هذه المعلومات قد يكون لها تأثير على قناعة المستهلك و إرادته حول الإقبال على التعاقد، أما إذا كانت المعلومات المتعلقة بالصفة الخطرة و التي يمكن أن تنشأ هذه الأخطار نتيجة استعمال المنتج، فإن الإلتزام يكون التزام عقدي تابع و مكمل للإلتزام الأصلي.²²

المطلب الثاني: خصائص الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام

هناك عدة خصائص يتميز بها الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام عن غيره من الإلتزامات، و سوف اتطرق لها على وجه التفصيل في الفروع الآتية.

¹⁹ عبد الباقي، عمر محمد، مرجع سابق، ص 220.

²⁰ عبد الباقي، عمر محمد، مرجع سابق، ص 221.

²¹ محمود، عادل محمود، 2016، الإلتزام بالتحذير في مجال تداول المنتجات الخطرة، ص 28، الطبعة الأولى، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية.

²² أبو عمر، مصطفى أحمد، 2010، الإلتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، ص 42، دار الجامعة الجديدة.

الفرع الأول: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزم عام وقانوني يسبق التعاقد

يعد نطاق الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزم عاماً يفترض وجوده في الفترة التي تسبق التعاقد في جميع العقود، إلا أن أهميته برزت في عقود الاستهلاك و خاصة التي تبرم عن بعد و التي تتم بين المزودين و المستهلكين و ذلك للتفاوت المعرفي بين الطرفين و الثقة التي يوليها المستهلك للمزود باعتباره تتوافر لديه مقومات العلم والدراية، مما يرتب عليهم التزم بضرورة تزويد المستهلكين بالمعلومات و البيانات الضرورية من أجل الوصول إلى رضا كامل و مستنير، حيث أن الإخلال بهذا الالتزام يجعل من إرادة المستهلك معيبة و غير صالحة لإبرام عقد.²³

يعد الالتزام بالإعلام التزم قانوني فرضه القانون و كفه و بين نطاقه وآليات تنفيذه و جزاء الإخلال به، بالتالي فإن قواعده تتعلق بالنظام العام ولا يجوز الاتفاق على مخالفتها، ويقع باطلاً كل شرط يعفي المزود من الالتزام بالإعلام، لأنه يخالف الحماية المقررة لمن شرعت القواعد الأمرة لأجله.²⁴

نصت المادة (7) من قانون حماية لمستهلك الاماراتي رقم (15) لسنة 2020²⁵ على أنه : " يلتزم المزود عند عرض السلعة أن يضع البيانات الإيضاحية على غلافها أو عبوتها أو في مكان عرضها بشكل واضح و مقروء، و أن يبين كيفية تركيبها و استعمالها، وذلك وفقاً للتشريعات النافذة في الدولة المتعلقة بالموصفات القياسية"، ونصت المادة (21) من ذات القانون على أنه: " يقع باطلاً كل شرط يرد في عقد أو فاتورة أو غير ذلك إذا كان من شأنه إعفاء المزود من أي من الالتزامات الواردة في هذا القانون".

بناء على ذلك، يعتبر الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزم قانوني، فإذا كان هناك شرط يخالف المواد السابقة كإعفاء المزود من إعلام المستهلك بالبيانات و المعلومات الجوهرية الخاصة بالسلعة أو الخدمة، فإنه يكون باطل بطلان مطلق.

الفرع الثاني: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزم وقائي

تبرز هذه الخاصية من خلال هدف فرض الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، حيث يترتب على مراعاته تنوير إرادة الطرف الآخر بالبيانات و المعلومات الكافية، والذي يحفظ للعقود ثباتها و استقرارها، وقد أشار الفقه الفرنسي إلى الدور الوقائي الذي يلعبه هذا الالتزام الذي من شأنه أن يحفظ العقد من الحكم بالإبطال من الغلط و التدليس بالتالي لن يتحجج المستهلك بتعيب إرادته بسبب وقوعه في غلط أو تدليس إرادته.²⁶ لذا فإن إلتزام المزود بإعلام المستهلك بكافة البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة يضمن وقاية

²³ المهيرات، غالب كامل، مرجع سابق، ص 38-39.

²⁴ فهمي، خالد مصطفى، 2019، الالتزام بالإعلام في التعاقد عن بعد في ضوء قانون حماية المستهلك، ص 54، الطبعة الأولى، لبنان، دار الفكر الجامعي.

²⁵ المنشور في الجريدة الرسمية عدد 690، بتاريخ 15 نوفمبر 2020م.

²⁶ المهيرات، غالب كامل، المرجع ذاته، ص 39.

المزود في التعاقد من قيام المسؤولية القانونية.

تعتبر المادة (186) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي أن السكوت العمدي عن واقعة مؤثرة على التعاقد يعتبر تغرير، فإذا قام أحد المتعاقدين بأداء إعلام ناقص أو مغلوطة إلى الطرف الآخر حول محل التعاقد فيكون سوء النية واضحاً حيث أوقعه في غلط بشأن مواصفات محل التعاقد ما كان سيقدم على إبرام العقد لو علم به بدايةً، يسمح بمن غرر به الحق بالمطالبة بالفسخ نتيجة لسوء نية الطرف الآخر.

الفرع الثالث: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزم مستقل

ذهب جانب من الفقة على اعتباره التزم مستقل، حيث أنه يقع على عاتق كل شخص يرغب بالتعاقد من الطرف الآخر، وفي عقود الاستهلاك يقع هذا الالتزام على عاتق المزود، فهو يهدف إلى تحقيق التكافؤ بين الطرف القوي و الطرف الضعيف وذلك ببيان الخصائص و العناصر المميزة للسلعة و مواصفاتها و المخاطر و الأضرار التي قد تحتوي عليها، بالتالي فهو التزم مستقل عن العقد غير مرتبط به ويعتبر من أهم الوسائل التي تحقق التوازن العقدي بين طرفي العقد.²⁷

الالتزام بالإعلام التزم مستقل تماماً عن باقي الالتزامات الأخرى المفروضة على المزود مثل الالتزام بالحفاظ على الصحة و السلامة، و الالتزام بمعايير الجودة وفقاً للمواصفات القياسية، و الالتزام بسحب المنتج من الأسواق في حالة وجود عيب فيها.²⁸

الفرع الرابع: التزم نسبي غير مطلق

إن التزم المزود بالإدلاء بالبيانات و المعلومات حول السلعة أو الخدمة ليس مطلقاً، و إنما هو التزم نسبي، يلتزم بموجبه المزود بإحاطة الدائن كافة السمات الأساسية و الجوهرية فقط و لا يلتزم بتقديم المعلومات الغير هامة أو الثانوية، فالمستهلك يقع عليه عاتق البحث و التحري عن السلع و الخدمات التي يرغب بها، حيث يرى البعض أنه ليس من المعقول أن تلقى هذه المهمة بأكملها على عاتق المزود فهو ليس ملزم بأن يقدم المعلومات التي يجهلها جهلاً مشروعاً و مبرراً.²⁹

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام

تمهيد وتقسيم

لا شك في أن تحديد الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام تؤدي إلى معرفة أحكامه القانونية و الجزاء الذي يترتب على المزود عند الإخلال به، من أجل تحديد الطبيعة القانونية لهذا الالتزام

²⁷ فهمي، خالد مصطفى، المرجع السابق، ص 59.

²⁸ فهمي، خالد مصطفى، المرجع ذاته، ص 59.

²⁹ فهمي، خالد مصطفى، المرجع ذاته، ص 58.

لابد أولاً بيان محل هذا الالتزام و الشروط التي يقوم عليها، و لبيان ذلك قمت بتقسيم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: محل الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام و شروطه.

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقدى بالإعلام.

المطلب الأول: محل الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام و شروطه

تقتضي دراسة الالتزام بالإعلام بيان ملامح هذا الالتزام و شروطه، قسمت هذا المطلب إلى فرعين:

الفرع الأول: محل الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.

الفرع الثاني: شروط الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.

الفرع الأول: محل الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام

يرد محل هذا الإلتزام على السلع و الخدمات التي يقدمها المزود الى المستهلك، حيث يلزم أن يقدم جميع ما يملك من معلومات و بيانات جوهرية حول السلعة أو الخدمة المقدمة، خصصت هذا الفرع للتفصيل في بيان محل الإلتزام.

أولاً: السلع

عرف المشرع الإماراتي السلعة في المادة الأولى من قانون حماية المستهلك بأنها: " كل مادة طبيعية أو منتج صناعي أو زراعي أو حيواني أو تحويلي أو فكري أو تقني بما في ذلك العناصر الأولية للمواد و المكونات التي تدخل في المنتج".

ومن خلال التعريف السابق نلاحظ أن المشرع قصر السلعة على المنقولات، حيث قد تكون السلعة استهلاكية لا يتحقق الإنتفاع بها إلا بإستهلاكها أو إنفاقها، كالأغذية و الأدوية، و قد تكون السلعة استعمالية أي لابد من استعمالها تكراراً مع بقاء عينها حتى ينتفع بها، كالسيارات و الأجهزة الكهربائية.

وعرف بعض الفقه السلع بالمعنى التجاري، بأنها " كل ما يمكن أن يباع و يشتري و بذلك فكل ما يخرج عن دائرة التعامل التجاري لا يعتبر سلعة، في حين يرى البعض الآخر بأن السلعة تشمل كل شيء قابل للنقل أو الحيازة سواء كان ذا طبيعة تجارية أم لا".³⁰

³⁰ بودالي، محمد، 2005، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية، صفحة 12، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع.

ثانياً: الخدمة

عرفت المادة الأولى من قانون حماية المستهلك الاماراتي الخدمة على أنها " كل ما يقدم للمستهلك سواء كان بأجر أو بدون أجر".

و يقصد بالخدمة " الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية و إنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط بمن يطلبه، مثل الخدمات المالية من بنوك و شركات تأمين و أسواق المال، و خدمات النقل البري و البحري و الجوي و خدمات شركات الاتصالات و الخدمات السمعية و البصرية و نشاط شركات السياحة و قطاع الإنشاءات و التعمير و مكاتب الإستشارات الطبية و القانونية".³¹

جاء تعريف المشرع للخدمة مطلقاً دون تحديد ليشمل جميع الأعمال بما فيها خدمة النظافة، وهو إطلاق في غير محله، كما سمح المشرع بأن يتم تقديم الخدمة بدون مقابل، بالتالي لا ضرورة لتطبيق حماية المستهلك متى قدمت الخدمة بالمجان، وعليه نقترح إلغاء آخر النص " أو بدون أجر" حتى يستقيم المعنى مع الواقع العملي.³²

قد تكون الخدمة ذات نطاق مادي كإصلاح الأعطال و التنظيف و الاتصالات، أو تكون خدمة مالية مثل التأمين و الائتمان، إلا انه يشترط أن يحصل المستهلك على هذه السلع و الخدمات لأسباب خارجة عن أعمال مهنته.³³

الفرع الثاني: شروط الالتزام قبل التعاقد بالعلام

نظراً لعدم التعادل بين المراكز العقدية بين المزود و المستهلك، لابد من توافر عدة شروط لقيام الالتزام قبل التعاقد بالعلام منها الشروط التي تتعلق بالأطراف، و الشروط المتعلقة بالعلام.

أولاً: الشروط الخاصة بالأطراف

أ- علم المزود بالبيانات و المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد

من البديهي أن يشترط لقيام هذا الالتزام أن يكون المزود عالماً بالبيانات و المعلومات الجوهرية حول السلعة أو الخدمة المقدمة، حيث أن الأصل في نظرية الالتزامات أن الشخص لا يكلف بتقديم معلومات و بيانات لا يعلمها إذ انه لا تكليف إلا بمقدور.

و يشترط أيضاً أن يكون من شأن هذه المعلومات و البيانات التأثير على رضا الطرف الآخر،

³¹ رفاوي، شهيناز، مرجع سابق، ص 59، نقلاً عن إبراهيم، علي، 1998، منظمة التجارة العالمية (جولة أورجواي و تقنين نهب العالم)، ص 193، القاهرة، دار النهضة العربية.

³² المومني، بشار طلال، 2017، بعض مواطن القصور في قانون حماية المستهلك الإماراتي لسنة 2006، ص 11، مجلة الشريعة و القانون، مجلد 72.

³³ البدواوي، ابتسام، 2013، الحماية المدنية للمستهلك وفقاً لقانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات رقم 5 لسنة 1985 و قانون حماية المستهلك رقم 24 لسنة 2006م وتعديلاته، ص 61، دبي، أكاديمية شرطة دبي.

حيث يجب أن يقدر المزود أن المعلومات و البيانات التي يجب التصريح عنها للمستهلك على قدر عالٍ من الأهمية، و أن يعلم بمدى تأثيرها و فعاليتها في تكوين رضا المستهلك.³⁴

فإذا كان المزود لا تتوافر لديه المعلومات الكافية حول محل العقد سواء كان سلعة أو خدمة، يجب عليه التحري عن البيانات الجوهرية التي يزود بها المستهلك سواء كان بنفسه أو بمساعد الغير و هذا ما يسميه الشراح " الالتزام بالاستعلام من أجل الإعلام"، حيث أن الغرض من هذا الالتزام لا يعني استفادة المزود شخصياً و إنما من أجل تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية من أجل تبصيره و تنوير إرادته عند الإقبال على التعاقد، حيث أن الواقع العملي أثبت أهمية فكرة الالتزام بالاستعلام فالكثير من المزودين ثبت تنصلهم من هذا الالتزام بحجة أنهم لم يكونوا على علم و معرفة بهذه المعلومات.³⁵

إن مستلزمات حماية المستهلك توجب عدم قبول ادعاء المزود المحترف³⁶ بعدم المعرفة بالبيانات و المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد، حيث أن علم المزود بالبيانات و المعلومات الجوهرية مفترض و يكون بناءً على قرينة المعرفة لدى المزودين المحترفين، فلا يستطيع المزود التحجج بعدم المعرفة بالبيانات محل العقد سواء كان سلعة أو خدمة، وهذه القرينة البسيطة التي تقتضي افتراض العلم تقبل إثبات العكس حيث يقع على عاتق الدائن اثبات أن المزود كان مديناً له بها، و يقع على عاتق المزود إثبات أنه قام بتقديمها للمستهلك، يعود التشدد على المزود المحترف إلى أنه يكون أكثر خبرة و دراية من غيره من المتعاقدين العاديين الغير محترفين فهو قادر على اتخاذ كافة الوسائل التي تمكنه من الاستعلام.³⁷

و هذا ما أكدته القضاء الفرنسي حيث وضع قرينة على افتراض علم المحترف بالبيانات و المعلومات اللازمة ولا يقبل منه الادعاء بجهله بها، و أقر مشرعي القانون الفرنسي المعاصرون على ذلك، حيث قضت محكمة النقض الفرنسية في حكم لها على³⁸ :

(عدم قبول إدعاء بائع القرميد بعدم معرفته بعدم تحمل القرميد و مقاومته للتلج، على الرغم من ابلاغ المشتري البائع عن قصده في استعمالها في الجبل والذي يكون عرضه للجلب عادةً).

ب- جهل المستهلك بالمعلومات محل الإعلام

بالإضافة إلى اشتراط علم المزود بالبيانات و المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد، يشترط لقيام هذا الالتزام أن يكون المستهلك جاهلاً جهلاً مبرراً بالبيانات و المعلومات المتعلقة بمحل العقد وليس بإمكانه الحصول على هذه المعلومات عن طريق الاستعلام، حيث أن هذا الجهل يضع على المزود التزاماً

³⁴ أحمد، خالد جمال، مرجع سابق، ص 284.

³⁵ المهدي، نزية محمد الصادق، 1982، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، ص 277، القاهرة، دار النهضة.

³⁶ تقترن صفة المحترف بالمزود نتيجة اعتياده و تكراره ممارسة نشاط أو حرفة معينة بشكل منتظم.

³⁷ المهيرات، غالب كامل، مرجع سابق، ص 227.

³⁸ Cass.Civ, 1^{ere}ch, 4 October 1977, Gaz Pal, 1978-1-262.

بأن يحيط المستهلك الذي لا يتمتع بالخبرة و المعرفة الكافية بجميع المعلومات الجوهرية و الهامة المتصلة بالعقد المراد إبرامه بطريقة تضمن تكوين إرادة واضحة و مستنيرة تكفل له التعبير عن رغبته في إبرام العقد أو العدول عنه.³⁹

ويكون جهل الدائن بالالتزام مبرراً متى استحال عليه الحصول على هذه المعلومات لظروف شخصية أو موضوعية أو إذا كانت المعلومات محتكره لدى المتعاقد الآخر أو يصعب الحصول عليها، فتقدير هذه الصفة يعتمد على طبيعة العقد و مستوى تعليم الشخص و خبرته العملية، حيث يتولى قاضي الموضوع تقديرها، على أن يراعى في ذلك الالتزام في التوازن بين التزام المزود بالإعلام و التزام الطرف الآخر بالإستعلام، ولا يلتزم المدين بالإعلام إذا كان جهل الدائن بالالتزام ناجماً عن خطئه أو كذبه أو كان يعلم بمخاطر تنفيذ الالتزام المترتب عليه.⁴⁰

فالحكمة من فرض الالتزام بالإعلام هو معالجة عدم التكافؤ في المعرفة و الدراية بين المتعاقدين، بالتالي يلزم لقيام هذا الالتزام أن يكون أحد المتعاقدين على مستوى عالٍ من الخبرة و المعرفة و أن يكون الطرف الآخر على مستوى متدني من الخبرة و المعرفة بموضوع التعاقد، و من ثم إذا انتفت هذه الفجوة بحيث أن يكون كلا المتعاقدين بنفس المستوى من الخبرة و الدراية تنتفي الحكمة من هذا الالتزام، و في هذا الصدد قضت محكمة النقض الفرنسية:

(على أن البائع لمنتج ما من المنتجات التي تحمل اسماً خاصاً بها لا يكون ملتزماً بأن يرفق به طريقة الاستعمال في مواجهة شخص المشتري الذي يجب عليه بحكم صفته المهنية أن يعرف جيداً صيغة هذا الاستعمال أو كان بوسعه و بإمكانه أن يستعلم عنها).⁴¹

وقد يعود سبب جهل المستهلك بالمعلومات للثقة التي يوليها للمزود الذي يعد الطرف الأقوى في العقد، فالمستهلك يتوقع أن يقوم المزود تلقائياً بتزويده بالبيانات اللازمة بشكل صريح، وقد تبنى ثقة المستهلك على طبيعة العقد كعقد الوكالة الذي يقوم على فكرة النيابة، أو على شخصية المتعاقد الآخر مثل العقود التي تبرم بين أفراد العائلة.⁴²

أجمع الفقه الفرنسي وفقاً لنص المادة 1112-1⁴³ الجديدة أنها تفرض التزاماً عاماً على كل متعاقد بالاستعلام بوسائله الخاصة أو بالواسطة أو بالخبرة على مصالحه الخاصة، بأن يستعلم عن البيانات و المعلومات المتعلقة بالعقد.

يترتب على ذلك أن الدائن بالالتزام يقع على عاتقه واجب الإستعلام إذا كان على وعي بأهمية

³⁹ إبراهيم، خالد ممدوح، 2007، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، ص 168، الإسكندرية، الدار الجامعية.

⁴⁰ الحياوي، أحمد إبراهيم، 2019، أثر التعديلات التي طرأت على القانون المدني الفرنسي المتعلقة بمراحل ما قبل التعاقد، علوم الشريعة و القانون، 46(2)، 644.

⁴¹ Cass.com., 8 Janv. 1973: Bull. Civ., IV, No.16.

⁴² أبو عمر، مصطفى أحمد، المرجع السابق، ص 65.

⁴³ من الأمر 131-2016 المعدل لقانون العقود النظرية و العامة للإلتزامات و الإثبات الفرنسي.

المعلومة بالنسبة له، فبعض الظروف تستدعي من المستهلك أن لا يكتفي بالمعلومات التي يقدمها المدين و إنما يجب عليه أن يستعلم بنفسه، بالتالي لا يستطيع المستهلك أن يحتج بجهله لأنه غير مشروع، إلا أن واجب الاستعلام الذي يقع على عاتق الدائن بالإلتزام ليس مطلقاً و إنما تفرضه الظروف المحيطة بالعملية التعاقدية، وتترك مسألة تقدير مدى وجوب هذا الإلتزام إلى السلطة التقديرية للقاضي، ولا يجوز التمسك في مواجهة المستهلك بتقصيره في التزامه بالاستعلام إذا كان ضحية كذب أو تضليل من المدين.⁴⁴

ثانياً: الشروط الخاصة بالإعلام

لاشك في أن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام فرض على عاتق المزود لتحقيق غاية معينة وهدف محدد ألا وهو تبصير المستهلك و تنوير إرادته بجميع البيانات و المعلومات المتصلة بالعقد المراد إبرامه، لذلك ينبغي على المزود أن يراعي في إعلامه أوصافاً معينة حتى يتحقق الهدف المرجو منه، و سألين هذه الشروط كالاتي:

1- يجب أن يكون الإعلام كاملاً و كافياً

حتى يصل الإعلام إلى الغايه المنشودة في تبصير المستهلك لابد أن يكون الإعلام كامل، أي لا يكتفي المدين بالإلتزام بالإشارة إلى بعض السمات و المخاطر و السكوت عن بعضها، بل لا بد من أن تكون المعلومات و البيانات مكتملة تشمل جميع الخصائص الهامة، حتى يتمكن الدائن بالإلتزام من العلم والإحاطة الكاملة بجميع الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة، فالإعلام الناقص إعلام مبتور لا يحقق هدفه.⁴⁵

فعلى سبيل المثال في منتج المبيدات الحشرية لا يتسم الإعلام بالكفاية إذا كتب على المنتج بأنها قابلة للاشتعال دون الإشارة على ضرورة تهوية المكان الذي يستعمل فيه و مدة صلاحية المنتج للاستعمال.

2- يجب أن يكون الإعلام واضحاً و مرئياً

يقصد بذلك أن يستعمل المزود ألفاظ و عبارات سهلة عندما ينقل المعلومات الى المستهلك حتى يزيل الشك و الغموض عن ذهنه، فلا ينبغي أن يستعمل ألفاظ فنية معقدة و التي يصعب على غير المتخصص أن يفهمها بسهولة، فالطبيب لا ينبغي أن يستعمل مصطلحات طبية معقدة اذا كان المريض شخص عادي.⁴⁶

وقد اشترط المشرع الاماراتي بموجب المادة (7) من قانون حماية المستهلك في بندها الأول: "

⁴⁴ قايدى، ليليا، شمشم رشيد، 2022، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام "قراءة في نص المادة 1112-1 من الأمر 2016-131 المعدل لقانون العقود النظرية و العامة للإلتزامات و الإثبات، مجلة الفكر القانوني و السياسي، المجلد السادس العدد الأول، ص 143.

⁴⁵ رفاوي، شهيناز، المرجع السابق، ص 71.

⁴⁶ رفاوي، شهيناز، المرجع السابق، ص 71.

أن يلتزم المزود عند عرض السلعة للبيع، أن يضع البيانات الإيضاحية على غلافها أو عبوتها أو في مكان عرضها بشكل واضح و مقروء".

كما نص في المادة (8) من قانون حماية المستهلك على أن: "1- يلتزم المزود عند عرض السلعة للبيع، بتدوين السعر عليها بشكل ظاهر. 2- عند الإعلان عن أسعار السلع و الخدمات التي يؤديها المزود يجب أن يكون الإعلان عنها غير مضلل".

ويلاحظ مما سبق بأنه يجب أن يكون الإعلام ظاهر بحيث يسهل على المستهلك قراءته و ادراكه، و بالتالي يعتبر الاعلام غير واضح إذا تمت كتابته في عدد كبير من الصفحات و كانت المعلومات الجوهرية تكتب في وسط السطور بطريقة لا تلفت انتباه المستهلك مما يؤثر على إرادته و قراره بشأن ابرام العقد. ⁴⁷ و كذلك لا يتحقق الوضوح إذا كتبت البيانات بحجم خط صغير تصعب قراءته.

قضت محكمة تمييز دبي على أنه "من المقرر - وعلى ما تقضي به المادتان (1)، (4) من الأمر المحلي رقم (72) لسنة (92) بشأن اعتماد فترات صلاحية بعض المواد الغذائية في إمارة دبي، أنه يجب أن يوضح على بطاقة العبوة لكل منتج غذائي تاريخ انتهاء الصلاحية بطريقة غير رمزية، وأن فترة الصلاحية هي فترة زمنية يحتفظ المنتج خلالها بصفاته الأساسية ويظل حتى نهايتها مستساغاً ومقبولاً وصالحاً للاستهلاك الآدمي وذلك تحت الظروف المحددة للتعبئة والنقل والتخزين، وتقدير مدى صلاحية المنتج الغذائي للاستهلاك الآدمي وفقاً للشروط والمواصفات المشار إليها في الأمر المحلي السالف الذكر هو مما تستقل بتقديره محكمة الموضوع بغير معقب متى كان قضاؤها في ذلك سائغاً وله أصل ثابت في الأوراق". ⁴⁸

3- يجب أن يكون الإعلام صادقاً و دقيقاً

يجب على المدين بالالتزام أن يقوم بنقل البيانات و المعلومات بمصادقية و دقة عالية حتى يتمكن الدائن على اتخاذ القرار المناسب لمصلحته في العقد، ولا ينبغي تزويد المستهلك بمعلومات مزيفة، كما يجب أن لا يكون الوصف مبالغاً بالإشادة بالمنتج و بجودته، وخاصة في التعاقد الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت، حيث غالباً ما يعتمد المستهلك في التعاقد الإلكتروني على الصور المعروضة في الموقع محاولاً تقريب المواصفات للواقع، لذا يجب أن تعبر هذه الصورة عن حقيقة المنتج المعروض بأمانه. ⁴⁹

و كذلك إذا كان هناك مبيد معين لمقاومة الطفيليات النباتية و كان يسبب أضرار على أنواع أخرى من النباتات فإنه لا يكفي في مجال التبصير من خطورته أن يذكر انه ضار على بعض النباتات

⁴⁷ رفاوي، شهيناز، المرجع السابق، ص 73.

⁴⁸ محكمة تمييز دبي، الدائرة المدنية، الطعن رقم 360 لسنة 2003، 22 فبراير 2004.

⁴⁹ رفاوي، شهيناز، المرجع ذاته، ص 74.

فقط دون أن يحدد بدقه الأنواع الأخرى التي قد تتأثر بالمبيد.⁵⁰

4- يجب أن تكون المعلومات مكتوبة باللغة العربية

حرص المشرع الإتحادي على أن تكون اللغة المعتمدة في تنفيذ الالتزام هي اللغة العربية، وذلك حتى يحقق الالتزام دوره ويبلغ مراده و مقصده، بحيث يسهل على المستهلك فهم البيانات و المعلومات ويقدم على التعاقد و هو على علم و دراية بجميع العناصر الجوهرية المتصلة بمحل العقد. حيث نص في المادة (26) من القانون الاتحادي رقم (15) لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك حيث نص على مايلي: " يجب أن تكون البيانات و الإعلانات و العقود ذات الصلة بالمستهلك باللغة العربية، ويجوز استخدام لغات أخرى إلى جانب اللغة العربية".

لابد من تنفيذ الالتزام بلغة يفهمها المستهلك حتى يتمكن من اتخاذ القرار الملائم لمصلحته، وقد حرصت أغلب التشريعات في كل من فرنسا و مصر على أن يلتزم البائع بالإعلان عن المنتج باللغة التي يفهمها المستهلك، بالتالي فإن إعلام المستهلك بالبيانات و المعلومات باللغة العربية من شأنه أن يساعده على المفاضلة بين السلع بشكل صحيح و يقدم على التعاقد و هو على علم و دراية بجميع السمات الجوهرية المتصلة بمحل العقد.⁵¹

و الجدير بالذكر أن هناك بعض السلع المستوردة من دول أجنبية غالباً ما تكتب المحتويات و التعليمات فيها بلغة أجنبية، بالتالي من الضروري أن تتم ترجمتها للغة العربية باعتبارها اللغة الرسمية في الدولة.

وما يؤيد ذلك قرار هيئة التأمين رقم (3) لسنة 2020م، الذي جاء محدداً الأسس القانونية التي يجب أن تلتزم بها شركات التأمين و إعادة التأمين في ممارساتها لمهنتها، حيث ألزمت المادة الثالثة منه شركات التأمين بتقديم معلومات واضحة و دقيقة و صادقة و بلغة قانونية سليمة عن منتجاتها و خدماتها التأمينية، مع وجوب تحرير وثائق التأمين و جميع المستندات المتعلقة بالتعامل مع العملاء باللغة العربية.⁵²

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقد بالعلام

اختلف الفقه حول طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الإلتزام، و لبيان هذه الاختلافات قسمت هذا المطلب إلى فرعين:

⁵⁰ الذبابات، نواف، 2013، الالتزام بالتبصير في العقود الالكترونية، ص 85، أطروحة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

⁵¹ رفاوي، شهبيناز، المرجع ذاته، ص 74.

⁵² بدر، أسامة، 2021، أحكام قانون حماية المستهلك الإتحادي الإماراتي رقم (15) لسنة 2020، ص 257، كلية القانون، جامعة الإمارات.

الفرع الأول: مدى الاعتراف بالطبيعة العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

الفرع الثاني: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام ببذل عناية أم تحقيق نتيجة.

الفرع الأول: مدى الاعتراف بالطبيعة العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام

فرض المشرع على عاتق المزود التزاماً يقتضي إعلام المستهلك بالمعلومات الأساسية حول السلعة أو الخدمة لتتوفر إرادته و اتخاذ القرار بإبرام العقد في المرحلة السابقة على التعاقد، و أصبحت طبيعة مسؤولية المزود محل جدال فقهي، هل تعتبر مسؤولية عقدية أم مسؤولية تقصيرية.

أولاً: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة عقدية

ذهب "أهرنج" صاحب هذا الرأي بتأسيس قيام المسؤولية العقدية على نظرية " الخطأ عند تكوين العقد"، حيث أنه يرى أن الخطأ في مرحلة التفاوض هو خطأ عقدي يؤدي إلى تطبيق أحكام المسؤولية العقدية وقواعدها.⁵³

و يستدل أصحاب هذا الرأي على أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة عقدية على الحجج التالية:

- عندما يقوم المزود بإعلام المستهلك بخصائص المبيع قبل إبرام العقد فهو يعلمه بصفته متعاقداً، لأن عدم التزام المزود بالإعلام لا يكتشف إلا بعد إبرام العقد و أثناء تنفيذه.⁵⁴

- قيام المسؤولية العقدية عند اخلال المزود بالإدلاء بالبيانات و المعلومات الجوهرية المتعلقة بمحل العقد، من شأنه أن يؤدي إلى توسيع حماية المستهلك حيث تشمل المسؤولية العقدية الأخطاء السابقة على التعاقد، بالتالي يستفيد المستهلك من قواعد الإثبات المعمول بها في المسؤولية العقدية.⁵⁵

وهذا أكدت عليه محكمة النقض الفرنسية حيث قضت⁵⁶: " بأن عدم تقديم المنتج للبيانات بقابلية السلعة للإحترق نتيجة استخدامه يؤدي لمسؤوليته العقدية لأن جهل المستهلك بخصائص السلعة محل الاستخدام و عدم إثبات إهمال أو عدم حيطة المستهلك يؤكد على مسؤولية المنتج، مما يعني أنه ضامن للسلعة".

ثانياً: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية

يرى أنصار هذا الرأي أنه التزام قانوني يجد مصدره في المبادئ العامة للقانون أساسه مبدأ حسن النية في العقود، و كما يستمد هذا الالتزام قوته من نصوص القانون، التي توجب على أحد طرفي

⁵³ حسين، محمد عبد الظاهر، 2001، الجوانب القانونية للمرحلة السابقة على التعاقد، ص 90، القاهرة، دار النهضة.

⁵⁴ رفاوي، شهيناز، المرجع السابق، ص 41، نقلاً عن حمود، عبدالعزيز المرسى، المرجع السابق، ص 53.

⁵⁵ فهمي، خالد مصطفى، مرجع سابق، ص 70.

⁵⁶ Cass. Civ., 1 er ch. 4 Avril 1991, D.1991, I.R., p.149.

العقد المراد إبرامه أن يدلي للطرف الآخر بالمعلومات الجوهرية وذلك للحصول على رضا حر مستنير، ومن شأن الإخلال بهذا الالتزام قيام المسؤولية التقصيرية بحكم القانون، ولا ينبغي القول أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام عقدي، فالعقد لم يبرم بعد بين المزود و المستهلك، فلا يجوز مسائلة المزود العقدية مادام أن العقد لم ينشأ بعد، وليس من المعقول أن يسبق الفرع الأصل، فلا يمكن أن نطلق الصفة العقدية إلا بعد إبرام العقد، نظراً لأن الرضا يعد ركن من أركان العقد لا يتحقق إلا بعد إبرام العقد، وذلك بناء على الحصول على بيانات صحيحة حول السلعة مما يجعله يقدم على التعاقد برضا حر مستنير.⁵⁷

و يتضح لنا أن الرأي الثاني هو الأصوب، حيث أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام يجد مصدره في نصوص القانون ومن شأن الإخلال به قيام المسؤولية التقصيرية، فهو التزام ينشأ قبل انعقاد العقد كما يبدو من لفظه و معناه، و ليس من المعقول أن ينشأ فرع قبل نشوء أصله.

الفرع الثاني: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام ببذل عناية أم تحقيق نتيجة

تعتبر مسألة تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام محل جدل فقهي، فإذا كان المزود ملزم بتقديم البيانات و المعلومات الجوهرية حول شروط و نطاق العقد و عن طبيعة و خصائص السلعة أو الخدمة محل التعاقد، فما هو طبيعة الالتزام هل هو التزام بتحقيق نتيجة أم التزام ببذل عناية؟ هناك ثلاثة اتجاهات وسأبينها كالآتي:

أولاً: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام ببذل عناية

يقصد بالالتزام ببذل عناية " هو التزام بأن يقوم المدين ببذل الجهد من أجل الوصول إلى غرض معين سواء تحقق هذا الغرض أم لم يتحقق، فيجب أن يبذل المدين قدراً معيناً من العناية، هو مايقوم ببذله الشخص المعتاد، و متى قام ببذل هذه العناية المطلوبة منه فإنه قد نفذ التزامه حتى لو لم يتحقق الغرض المطلوب".⁵⁸

وقد ذهب رأي إلى اعتبار الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام ببذل عناية، حيث أن ذمة المدين بالالتزام تبرأ بمجرد إعلامه للدائن بالمعلومات الأساسية حول العقد والتي تضمن سلامته حال تنفيذ العقد، لكن و إن قدم المزود كافة البيانات و المعلومات عن المنتج إلا أنه لا يضمن تحقيق النتيجة المرجوة من تقديم النصائح، أي أنه لا يضمن اهتمام الدائن بها وفهمه لها و استفادته الفعلية بالطريقة المحددة له، كما أنه حتى و أن فهم الدائن هذه المعلومات و استفاد منها في تكوين رأيه و تحديد قراره في إبرام العقد إلا أنه قد لا يبالى بما أفضى به المدين من بيانات و إرشادات كان من شأنها تنوير إرادته، عندئذ لن يغني الإدلاء بالبيانات عن إصابته بالضرر، ومن جانبه تبني القضاء الفرنسي هذا الإتجاه و ذلك من خلال العديد من الأحكام التي تؤكد على ذلك صراحة، أو من خلال النتيجة التي تنتهي إليها بشأن تكليف هذا

⁵⁷ أحمد، خالد جمال، المرجع السابق، ص 335
⁵⁸ الذيابات، نواف، المرجع السابق، ص 62.

الالتزام حال نظر دعوى المسؤولية.⁵⁹

ثانياً: الالتزام قبل التعاقد بالعلام التزم بتحقيق نتيجة

يقصد بالالتزام بتحقيق نتيجة " أن مجرد عدم قيام المهني بالوفاء بالتزامه بالتبصير يترتب على ذلك ضرر على المشتري، حيث أن هذه النتيجة هي محل الالتزام، فإذا لم تتحقق النتيجة بقي الالتزام غير منفذ، و يلتزم المهني بأن يحقق النتيجة المتفق عليها بعينها و هي الالتزام بإعلام المشتري ، و يتعين على المشتري في هذه الحالة أن يقوم بإثبات عدم تحقيق النتيجة المطلوبة" ⁶⁰ .

ذهب العديد من الفقهاء إلى اعتبار هذا الالتزام هو التزم بتحقيق نتيجة وخاصة إذا كانت السلعة أو الخدمة المعروضة على درجة من الخطورة، بالتالي فإن عدم تحقق النتيجة المرجوة من هذا الالتزام سيؤدي إلى قيام المسؤولية المدنية ويمكن للمدين التخلص من المسؤولية بإقامة الدليل على وجود السبب الأجنبي أو القوة القاهرة أو أثبت خطأ المستهلك.⁶¹

و بطبيعة هذا الالتزام فهو يضمن تحقيق الهدف من الالتزام بالإعلام بضمان سلامة رضا المستهلك و حمايته في مواجهة المزود الذي يتمتع بالقوة الاقتصادية و الفنية، فالمزود بإمكانه أن يتوقع عيوب المنتجات التي يقوم بصناعتها، وهو ملزم بإزالتها فوراً قبل طرحها للتداول و سحب المنتجات من السوق إذا تم طرحها للتداول، بالتالي عند عدم تحقق النتيجة يجب أن يتحمل المزود ذلك.⁶²

ويرى أصحاب هذا الرأي عند اعتبار هذا الالتزام التزم ببذل عناية من شأنه أن يجعل الالتزام عديم الفائدة لأنه يفرض على المزود التزم لا يحقق الهدف المرجو من حماية المستهلك، و كما يستدعي اعتباره التزم بتحقيق نتيجة لتخفيف عبء الإثبات على المستهلك فيكفي أن يثبت المستهلك عدم قيام المزود بتنفيذ التزامه لقيام مسؤوليته وحتى ينفي المزود مسؤوليته يجب عليه إثبات خطأ المستهلك أو السبب الأجنبي أو خطأ الغير.⁶³

ثالثاً: الالتزام قبل التعاقد بالعلام التزم ذو طبيعة مزدوجة

ذهب الاتجاه الثالث - والذي نؤيده - أن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة، أحدهما التزم بتحقيق نتيجة مفاده يقرر التزم المزود بالإدلاء بالمعلومات و البيانات الضرورية و الجوهرية للمستهلك، وعند اكتشاف وجود عيب في المنتج يجب أن يخطر المستهلك بذلك مع التزامه بسحب المنتج من السوق وذلك عند طرحه للتداول، و الإلتزام الآخر التزم ببذل عناية ويتمثل في سلامة نقل المعلومات إلى المستهلك، وتقديم الدعم الفني بعد استلام السلعة و استعداده لإعادة السلعة إذا تسببت

⁵⁹ أبو عمرو، مصطفى أحمد، المرجع السابق، ص 76.

⁶⁰ الذيابات، نواف، المرجع السابق، ص 62-63.

⁶¹ فهمي، خالد مصطفى، المرجع السابق، ص 72.

⁶² أبو عمرو، مصطفى أحمد، المرجع السابق، ص 73-74.

⁶³ فهمي، خالد مصطفى، المرجع السابق، ص 73-72.

في أضرار للمستهلك، فإذا لم يطالبه المستهلك بهذا الدعم فهو قد بذل العناية، فإذا لم يتقيد المستهلك بالتعليمات و أدى ذلك إلى وقوع ضرر، لا يسأل المزود عن هذا الضرر.⁶⁴

و ما يؤيد هذا الرأي ما ورد في نص المادة (11) من قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم 15- لسنة 2020، و التي يتضح لنا من نص المادة بإلزام المزود بضمان سلامة المبيع حتى بعد تسليمه للمستهلك، فإذا اكتشف المزود وجود عيب في المنتج الذي تم طرحه للتداول يجب أن يتخذ جميع الإجراءات التي تضمن تحذير المستهلك، وسحب المنتج من السوق و اصلاح عيوبه أو استبدال المنتج أو إرجاعه و رد قيمته للمستهلك، وإذا كان محل العقد خدمة يلتزم بإعادة أدائها بدون مقابل.

⁶⁴ فهمي، خالد مصطفى، المرجع ذاته، ص 76.

الفصل الثاني: تحديد نطاق الالتزام قبل التعاقد بالإعلام وجزاء الإخلال به

يعد الالتزام قبل التعاقد بالإعلام وسيلة لتحقيق المساواة بين طرفي العقد من حيث المعرفة مما يحقق بالفعل وجود توازن عقدي بين الأطراف، وذلك من خلال تبصير الدائن بالالتزام بالمعلومات الكافية حول السلعة أو الخدمة، إن من شأن الإخلال بالالتزام أن يؤدي إلى ثبوت حق المستهلك بفسخ العقد لتعيب الإرادة وقيام المسؤولية التقصيرية.

تقتضي دراسة هذا الالتزام تحديد نطاقه من حيث الأشخاص و ذلك بتحديد من هو في مركز المدين وتحديد مركز الدائن، وتحديد موضوعه، كما ينبغي البحث عن الحماية القانونية للمستهلك من خلال نصوص القوانين.

المبحث الأول: نطاق الالتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص و الموضوع

تمهيد و تقسيم

ينشأ هذا الالتزام بين المستهلك بإعتباره دائن و المزود الذي يكون عادة هو المدين، لكن قد يصبح المستهلك أيضاً مدين بهذا الالتزام، وإلى جانب النطاق الشخصي فإن هناك النطاق الموضوعي والذي يتعلق بالبيانات و المعلومات التي يجب الإدلاء بها للوفاء بهذا الالتزام، والتي حددها المشرع من خلال نصوص القانون و اللوائح التنفيذية، وفي هذا الإطار خصصت هذا المبحث للإجابة عن التساؤل حول في من يدلي بالبيانات و لمن و بماذا يدلي.

المطلب الأول: نطاق الالتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص.

المطلب الثاني: محل الالتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الموضوع.

المطلب الأول: نطاق الالتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الأشخاص

إن تحديد أطراف الالتزام بالإعلام من المسائل الهامة و التي تساعد في معرفة من هو المدين بهذا الالتزام، و تحديد من يمكن أن يوصف بأنه دائن و بالتالي يستفيد من الحماية المقررة وفق القانون، قسمت هذا المطلب إلى فرعين:

الفرع الأول: المستهلك دائن بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

الفرع الثاني: المدين بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

الفرع الأول: المستهلك دائن بالإلتزام قبل التعاقد بالعلام

أولاً: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك

يذهب هذا الاتجاه إلى التوسع في تحديد مفهوم المستهلك لكي يشمل كل شخص يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام سلعة أو خدمة لأغراض شخصية أو لأغراض تخدم مهنته، حيث يعد مستهلكاً الشخص الذي يبرم تصرفاً خارج نطاق اختصاصه و يستحق الحماية القانونية، كالطبيب الذي يشتري المعدات الطبية اللازمة لعيادته، و التاجر الذي يشتري الأثاث اللازم لمباشرة نشاطه.⁶⁵

و قد ساءرت محكمة النقض الفرنسية في بعض أحكامها بالأخذ بهذا الإتجاه حينما اعتبرت أنه يعد مستهلكاً المزارع الذي تعاقد على تركيب نظام لإطفاء الحريق بموقع نشاطه، وأصدرت أيضاً قراراً آخر اعتبر فيه التاجر الذي أبرم عقد لتركيب جهاز الإنذار بمحله التجاري مستهلك لأنه أبرم عقد خارج اختصاصه المهني وبالتالي يكون في نفس حالة الجهل التي يمكن أن يكون عليها أي مستهلك آخر.⁶⁶

ويهدف هذا الإتجاه إلى التوسع في دائرة الأشخاص الذي يمكنهم من الاستفادة من قواعد الحماية للمستهلك، ومد نطاق الحماية القانونية إلى المهني حينما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته.

ثانياً: الاتجاه المقيد لمفهوم المستهلك

و يقصد بالمستهلك وفقاً لمفهومه الضيق، "كل شخص يتعاقد بقصد اشباع حاجاته الشخصية، أو العائلية، و على ذلك لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه".⁶⁷

و يتضح من التعريف السابق أن المهني أو المستهلك الذي يبرم تصرفاً قانونياً خارج اختصاصه المهني لا يعد مستهلك، كالمحامي الذي يشتري أثاث لمكتبه لا يعد مستهلك، و الطبيب الذي يشتري الأجهزة لعيادته، على الرغم من أنه ليس لديه دراية كافية و معرفة تامة حول هذه الأجهزة فهي تخرج من اختصاصه و يجهل الكثير من المعلومات عنها.

ويبرر مؤيدي هذا الاتجاه، في أن التضييق من مفهوم المستهلك يتمشى مع الهدف الذي وضعت من أجله قوانين خاصة بحمايته، وذلك بوصف المستهلك طرفاً ضعيفاً في العلاقة التعاقدية، فصاحب المهنة حتى إن كان يبرم تصرفات قانونية خارج نطاق تخصصه فهو قادر على الدفاع عن مصالحه العقدية بشكل أفضل، بالتالي فهو لا يعد طرفاً ضعيفاً في العلاقة التعاقدية.⁶⁸

⁶⁵ رسلان، أنور أحمد، 1998، الحماية التشريعية للمستهلك، بحث مقدم في ندوة " حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية و القانون " لكلية الشريعة و القانون بجامعة الإمارات (ص4)، العين، الإمارات العربية المتحدة.

⁶⁶ نبيل، بن عديدة، 2018، الإلتزام بالعلام و توابعه في مجال قانون الإستهلاك، ص 29، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة وهران، الجزائر.

⁶⁷ عمران، السيد محمد، 1986، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، ص8، دراسة مقارنة، الإسكندرية، منشأة المعارف بالإسكندرية.

⁶⁸ رفاوي، شهبناز، المرجع السابق، ص 82.

ثالثاً: موقف المشرع الإماراتي من تعريف المستهلك

أورد المشرع الإماراتي في المادة الأولى من القانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك تعريف المستهلك حيث نصت على أنه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو خدمة - بمقابل أو بدون مقابل - إشباعاً لحاجته أو حاجة غيره، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها".

ولما كان المستهلك هو كل من يحصل على سلعة أو خدمة - بمقابل أو بدون مقابل - إشباعاً لحاجته و هي حاجته الشخصية، أو حاجة غيره فالمقصود بالغير هم أفراد أسرته، على أن تقتصر الحماية القانونية للشخص الذي أبرم العقد بوصفه المستهلك، فلا يتصور أن يكون أفراد أسرته مستهلكين لأنهم من الغير بالنسبة لعقد الإستهلاك.⁶⁹

وقد حدد المشرع الإماراتي مدى ارتباط التعامل أو التعاقد بالمهنة التي يباشرها المتعاقد، ويعني ذلك أن من يتعاقد بشأن نشاطه المهني لا يعد مستهلكاً مهما كان مركزه الاقتصادي، واستناداً إلى ماسبق لقد تبنى القانون الاتحادي الاتجاه المقيد لفكرة المستهلك.

الفرع الثاني: المدين بالالتزام قبل التعاقد بالعلام

الأصل أن من يملك المعلومات التي تهم الطرف الآخر و تؤثر في سلامة إرادته و صحة قراره هو من يقع عليه الالتزام بالعلام، فإذا كان الفرض الغالب هو إلزام المزود بالعلام باعتباره الطرف الأقوى في الرابطة العقدية، فما مدى إمكانية اعتبار المستهلك مديناً بالالتزام بالعلام، هذا ما سأجيب عنه من خلال هذا الفرع.

أولاً: المزود هو المدين بالالتزام قبل التعاقد بالعلام

يحرص الفقه دائماً إلى وضع التعاريف الخاصة بالأفكار القانونية ومنها المزود أو المهني، حيث عرفه البعض بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي، خاص أو عام، و الذي يظهر في العقد كمهني محترف، فهو الشخص الذي يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني، سواء هذا النشاط تجاري أم صناعي أم زراعي، فيمتلك مكاناً أو محلاً تجارياً بقصد ممارسة نشاطه، أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها".⁷⁰

كما يعرفه البعض الآخر إلى أن المهني " هو الشخص الذي يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة، بصرف النظر عما إن كانت هذه الحرفة تجارية، أو مهنية، او صناعية، أو فنية، أو زراعية، أو غير ذلك".⁷¹

⁶⁹ بدر، أسامة، المرجع السابق، ص 31.

⁷⁰ إبراهيم، خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 33.

⁷¹ البدواوي، ابتسام، المرجع السابق، ص 52.

من خلال الاطلاع على القانون رقم 15 لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك نجد أن المشرع أطلق على من يتعاقد مع المستهلك في عقود الاستهلاك لفظ المزود ولم يستخدم أي مصطلح مرادف، حيث نصت المادة الأولى على أن المزود هو " كل شخص اعتباري يقدم الخدمة أو يصنع السلعة أو يوزعها أو يتاجر بها أو يبيعها أو يوردها أو يصدرها أو يستوردها أو يتدخل في إنتاجها أو تداولها أو تخزينها، بهدف تقديمها للمستهلك أو التعامل أو التعاقد معه بشأنها".

إن توسيع المادة لمفهوم المزود بأنه جعلته شاملاً لكل من يقدم السلعة أو الخدمة سواء مصنعة أو منتجاً أم مستورداً لها أم مصدراً لها أم موزعاً، وإن كان حسناً باعتبار مراعاة مصلحة المستهلك إلا أنه يثير من جانب آخر إشكالاً في تحديد المسؤول تجاه المستهلك وذلك حال تضرر الأخير فهل يتعدد أمامه المسؤولون أم تقوم المسؤولية على آخرهم؟ ثم على فرض التعدد، فهل تقام المسؤولية بين المزودين على التضامن أم لا؟ مع مراعاة أن التضامن لا يفترض وإنما لا بد من نص قانوني أو اتفاقي. وعلى فرض أن المسؤول هو آخرهم، فهل تقام الدعوى عليهم بالتضامن، اعتباراً بأن مسؤولية الأخير سببها إخلاله بالتزام قانوني.

فاحتاج الأمر في كل ماتقدم نص قانوني يبين بصرامة موقف المشرع في ذلك، أو أحكام قضائية تبين التفسير القضائي للنص النافذ، وهذا لم أجده في القانون رقم 15 لسنة 2020، ولم أجد أحكام قضائية بصدد التضامن في شأن حماية المستهلك.

نخلص مما سبق إلى أن جوهر التمييز بين المستهلك و المزود، يتمثل في الغرض من النشاط أو التصرف، فإذا المستهلك يتعاقد بهدف تحقيق أغراض شخصية و عائلية، فإن المزود يتصرف بهدف تحقيق أغراض مهنته، مثل أن يستأجر التاجر محلاً تجارياً لتجارته، أو يشتري سلعة بقصد إعادة بيعها.

ثانياً: المستهلك مدين بالالتزام بالإعلام

إن الأصل في هذا الالتزام أنه مفروض على الطرف القوي في الرابطة العقدية في عقد الاستهلاك وهو المزود أو المهني، لما يملكه من خبره و درايه تامة حول محل التعاقد، إلا أنه توجد حالات يفرض فيه هذا الالتزام على المستهلك، ويتحقق ذلك عندما يكون المستهلك على علم ببعض البيانات أو المعلومات التي يجهلها المزود والتي من شأنها أن تؤثر في قرار هذا الأخير بشأن التعاقد، و يفرض هذا الالتزام على المستهلك عند رغبته في إبرام عقد التأمين و عقد العلاج الطبي، حيث يجب على المؤمن له الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالخطر المؤمن منه، وذلك حتى يتمكن المؤمن من اتخاذ قرار التعاقد وهو على بينه من أمره.⁷²

وقد جاء في قرار هيئة التأمين رقم (3) لسنة 2010 بشأن قواعد ممارسة المهنة و آدابها الواجب

⁷² أبو عمرو، مصطفى أحمد، مرجع سابق، ص 96.

اتباعها من قبل شركة التأمين العاملة في الدولة على " أن يلتزم المؤمن له بالإفصاح عن أية معلومات تتعلق بحقائق جوهرية ورد ذكرها في البند (2) من المادة (6) ⁷³ أو أي تغيير طرأ على هذه المعلومات التي قدمت سابقاً والتي من شأنها أن تؤثر على قرار الشركة في الإستمرار بقبول تغطية الخطر المؤمن منه".

قضت محكمة تمييز أبوظبي بأنه " من المقرر في قضاء المحكمة أنه ولأن كان مفاد نص المادتين (1032/1033) من قانون المعاملات المدنية أنه يجوز كأصل عام للمؤمن في عقد التأمين طلب فسخ العقد إذا أخفى المؤمن له بسوء نية أمراً أو قدم بياناً غير صحيح بصورة تقلل من أهمية الخطر المؤمن منه أو تؤدي إلى تغيير في موضوعه أو إذا أخل عن غش بما تعهد به، وكذلك فإنه يلتزم بالكشف عن كل المعلومات التي يهتم المؤمن معرفتها لتقدير المخاطر التي يأخذها على عاتقه و التي على أساسها يتم التأمين على هذه الأشياء قبل التعاقد بحيث لو كانت الحالة قائمة وقت إبرام العقد لامتنع المؤمن عن التعاقد أو لما تعاقد إلا نظير مقابل أكبر، كما يلزم المؤمن له أيضاً بإخطار المؤمن بكل ما يطرأ أو يستجد أثناء مدة تنفيذ العقد من أمور تؤدي إلى زيادة هذه المخاطر، وإلا ترتب على ذلك عدم التزام المؤمن بضمان الأضرار التي لحقت الشيء المؤمن عليه، إلا أنه يقع على شركة التأمين عند الادعاء بتقديم المؤمن له بيانات غير صحيحة عبء إثبات ادعائه، واستخلاص ارتكاب الغش هو من مسائل الواقع التي تستقل بتقديرها محكمة الموضوع". ⁷⁴

اتجه الفقه و التشريع الفرنسي و المصري إلى تبني هذا المنهج، وذلك بإعتبار إلزام المؤمن له (المستهلك) بالإدلاء بالبيانات يعد المصدر الرئيسي و الوحيد، لحصول المؤمن (المزود) على المعلومات التي يتوقف عليها إقراره بقبول إبرام عقد التأمين من عدمه، على أن هذا الأمر لا ينفي دور المزود بالالتزامه بالإعلام في عقد التأمين. ⁷⁵

المطلب الثاني: محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من حيث الموضوع

حرص المشرع الإماراتي من خلال القانون الاتحادي لحماية المستهلك و لوائح التنفيذية على بيان المعلومات التي يجب على المزود الإفضاء بها للمستهلك على النحو الذي تستتير بها إرادته، و أخصص هذا المطلب في البحث عن النصوص التي تحدد تلك البيانات و منها التي تتعلق بالأوصاف المادية للمنتج (الفرع الأول) و أسعار و شروط البيع (الفرع الثاني)، و بيان دواعي استخدام المنتج و مكان خطورته (الفرع الثالث).

⁷³ راجع المادة (6) البند (2) في قرار هيئة التأمين رقم 3 لسنة 2010 تعليمات بشأن قواعد ممارسة المهنة و آدابها الواجب اتباعها من قبل شركة التأمين العاملة في الدولة المنشور في الجريدة الرسمية العدد 507، السنة الأربعون، 15 جمادى الأولى 1431هـ، 29 أبريل 2010م.

⁷⁴ محكمة تمييز أبوظبي، الدائرة المدنية، الطعن رقم 504 لسنة 12 القضائية، بجلسة 16 يوليو 2018.

⁷⁵ أبو عمرو، مصطفى أحمد، مرجع سابق، ص 97.

الفرع الأول: إعلام المستهلك بالجوانب المادية المتصلة بالمنتج

إن فرض التزام على المزود ببيان الأوصاف المادية و السمات الأساسية للسلعة، يعد أمراً جوهرياً، فالمستهلك يعتمد عادة على هذه البيانات لتحديد جودة المنتج ومدى كفاءته، كما يضمن صحة إرادة المتعاقد بأن يكون المستهلك على درايه بمواصفات المنتجات المراد اقتنائها حتى يتخذ قراره و هو على بينه من أمره.

ويبدو حرص المشرع الإماراتي على علم المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتج من خلال المادة (7) حيث نصت على أن: "يلتزم المزود عند عرض السلعة للبيع، أن يضع البيانات الإيضاحية على غلافها أو عبوتها أو في مكان عرضها بشكل واضح و مقروء، و أن يبين كيفية تركيبها و استعمالها، وذلك وفقاً للتشريعات النافذة في الدولة المتعلقة بالمواصفات القياسية"، كما نصت المادة (490) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي على أنه: "1- يشترط أن يكون المبيع معلوماً عند المشتري علماً نافياً للجهالة الفاحشة. 2- ويكون المبيع معلوماً عند المشتري ببيان أحواله وأوصافه المميزة له وإذا كان حاضراً تكفي الإشارة إليه".

كما تختلف الأوصاف الأساسية للمنتج باختلاف المنتج المعروض، فإذا كان المنتج مستحضرات تجميلية فإنه يجب بيان المواد الداخلة في إنتاجه و الإضافات الكيميائية كالألوان، بالإضافة إلى بيان كميته ووزنه الصافي و تاريخ صلاحيته بشكل واضح.

أما في مجال الخدمات ففي المطاعم مثلاً يلتزم صاحب المطعم بتقديم قائمة الطعام و مواعيد تقديم الأطباق، كما يلتزم صاحب الفندق بإعلام الزبون عن رقم الغرفة و تصميمها الداخلي و مساحتها و نوع الإطلالة الموجودة فيها.⁷⁶

وفي هذا الصدد قضت محكمة تمييز دبي على أنه " من المقرر في قضاء هذه المحكمة أن دعوى المشتري بطلب استرداد ثمن المبيع من البائع لعدم مطابقته للمواصفات هي بحسب تكييفها القانوني تشتمل ضمناً على طلب فسخ عقد البيع فإذا ما ثبت إخلال البائع بالتزامه انفسخ العقد مما يتعين معه - وفق ما تقضى به المادة (274) من قانون المعاملات المدنية - وجوب إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد وذلك بإلزام البائع برد ما استوفاه من ثمن المبيع، على أن يسترد ذات الشيء المبيع من المشتري متى طلب الخصوم ذلك فلا يجوز إلزام الأخير بإبقاء المبيع في حوزته وخصم قيمته من الثمن الواجب على البائع رده إليه كأثر من آثار فسخ العقد".⁷⁷

⁷⁶ حامق، ذهبية، 2006، الالتزام بالإعلام في العقود، ص 244، رسالة من أجل الحصول على شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر.

⁷⁷ محكمة تمييز دبي، الدائرة المدنية، الطعن رقم 110 لسنة 2003، بجلسة 28 نوفمبر 2004.

الفرع الثاني: إعلام المستهلك بالأسعار و شروط البيع

بالإضافة الى ضرورة إعلام المستهلك بالحالة المادية للسلعة، يجب تبصيره بأسعار السلعة أو الخدمة و شروط البيع في سبيل تنوير إرادته.

أولاً: إعلام المستهلك بالأسعار

بينت المادة (8) من قانون حماية المستهلك الاماراتي ضرورة إعلام المستهلك بسعر السلعة محل عقد الاستهلاك المراد ابرامه و ذلك في سبيل تنوير إرادة المستهلك، حيث نصت على أن : " 1- يلتزم المزود عند عرض السلعة للبيع، بتتوين السعر عليها بشكل ظاهر. 2- عند الإعلان عن أسعار السلع و الخدمات التي يؤديها المزود يجب أن يكون الإعلان عنها غير مضلل. 3- يلتزم المزود بتزويد المستهلك بفاتورة مؤرخة تتضمن، اسمه التجاري، وعنوانه، ونوع السلعة وسعرها و كميتها، أو نوع الخدمة و سعرها و تفاصيلها و أي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون ".

أما عن الخدمات فقد ألزمت شركات التأمين بموجب المادة (5) من قرار هيئة التأمين بشأن قواعد ممارسة المهنة و آدابها الواجب اتباعها من قبل شركة التأمين العاملة في الدولة على تقديم بيان كامل عن السعر المقدم للعميل بحيث يتم الكشف عن أية رسوم أو ضرائب قد تكون داخلية في السعر المقدم أو التي سيطلب إلى العميل دفعها بالإضافة إلى السعر المذكور.⁷⁸

و يعد هذا البيان من المعلومات الجوهرية التي يتعين أن يتضمنها عرض المزود مهم للغاية حيث لا يمكن القول إن إرادة المشتري أصبحت مستنيرة بمجرد التعرف على خصائص السلعة بل يجب أن يعلم المستهلك بسعر السلعة أو الخدمة للتأكد من تناسبه مع تلك الخصائص التي أحاط بها ومع قدرته المالية، ومن المهم أن يبين المزود ما إذا كان السعر يشمل الضرائب أم لا.⁷⁹

كما شدد المشرع على أن يكون الإعلان عن السعر واضح و صريح غير مضلل للطرف الآخر، مما يساهم في تحقيق الغاية من الادلاء بالسعر، فالإدلاء ببيانات مضللة أو خاطئة أو منقوصة أو عدم الإدلاء بها من الأساس من شأنها إثارة المسؤولية المدنية للمزود بل وقد يثير مسؤوليته الجنائية متى توافرت شروطها.⁸⁰

ثانياً: إعلام المستهلك بشروط العقد

ولما كانت التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك تحرص على أن يتعرف المستهلك على

⁷⁸ راجع المادة (5) البند (3) من قرار هيئة التأمين بشأن قواعد ممارسة المهنة و آدابها الواجب اتباعها من قبل شركة التأمين العاملة في الدولة.

⁷⁹ أبو عمرو، مصطفى أحمد، مرجع سابق، ص 117.

⁸⁰ شدد المشرع الاماراتي على مخالفة أحكام المادة 8 من قانون حماية المستهلك الاماراتي، ووضع عقوبات تتراوح بين الحبس و الغرامة.

الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة و ثمنها، فإنها تتطلب بجانب ذلك لاستكمال رضا المستهلك احاطته علماً بالبيانات و المعلومات الخاصة بالعقد و شروطه، وذلك من حيث مراحل تنفيذ العقد و أسلوب التسليم و ما يرد على العقد من ضمانات، وما إذا كانت هناك خدمة مابعد العقد ستقدم له من عدمه، وبيان مدة العقد.⁸¹

و الواقع أن بيان شروط العقد تحقق فوائد عديدة للمستهلك، حيث أن طريقة تنفيذ عقد الإستهلاك تختلف بحسب محل العقد، فإذا كان محل العقد يرد على سيارة فإنه لا يتم تسليمها بنفس الطريقة التي يتم بها تسليم منتج غذائي أو تقديم خدمة معينة.⁸²

الفرع الثالث: إعلام المستهلك بدواعي استخدام المنتج و مكامن خطورته

حتى ينتفع المستهلك بالمنتج بالطريقة المرجوة من تصنيعه، يجب أن يقوم المزود قبل التعاقد بتزويد المستهلك بالبيانات و المعلومات الجوهرية و الخاصة بطرق استخدام المنتج و بيان مكامن خطورته و كيفية تجنبها، لما قد تحدثه من تغيير في رضا المستهلك.

أولاً: إعلام المستهلك بدواعي استخدام المنتج

حتى يتمكن المستهلك من الانتفاع من المنتج، يفترض أن يقوم المزود ببيان طرق الاستخدام و الغرض الذي خصص له وذلك حتى يقدم على التعاقد وهو مدرك لمدى ملائمة هذه السلعة أو الخدمة لاحتياجاته الحقيقية، فإذا أوفى المزود بالتزامه فإنه لا يسأل عن الضرر الذي قد يصيب المستهلك عند استخدامه المنتج بطريقة خاطئة.⁸³

و في هذا السياق قضت محكمة النقض الفرنسية، بمسؤولية منتج المواد الكيميائية المقاومة للطفيليات النباتية بسبب اخلال البائع بالتزامه بإعلام المستهلك عن شروط استخدامها و بيان موانع الاستخدام و المخاطر الناتجة عنه.⁸⁴

ثانياً: إعلام المستهلك بالصفة الخطرة في المبيع

لا يكفي أن يقوم المزود بإحاطة المستهلك بطريقة الاستخدام بل يتعين أن يبين طرق الوقاية من المخاطر المحتملة من استخدام السلعة، وفي هذا الصدد نصت المادة السابعة في بندها الثاني من قانون حماية المستهلك على أن: "يلتزم المزود إذا كان استعمال السلعة ينطوي على خطورة، بالتنبيه على ذلك بشكل واضح وفق ماتحدده اللائحة التنفيذية لهذا القانون".

⁸¹ بودالي، محمد، 2006، حماية المستهلك في القانون المقارن، ص 84، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

⁸² أبو عمرو، مصطفى أحمد، مرجع سابق، ص 119.

⁸³ حمود، عبدالعزيز المرسى، 2005، مرجع سابق، ص 284-286.

⁸⁴ Cass. Civ, 3^{eme} ch, 7 Mai 1974, Bull. civ. No 186, p 140.

نقلا عن حمود، عبدالعزيز المرسى، المرجع ذاته، ص 234-235.

إذا ينبغي على المزود أن يوضح للمستهلك الاحتياطات الواجب مراعاتها في حيازته للمنتجات الخطرة أو في استعمالها، وذلك بتزويده بكل طرق الوقاية الواجب اتباعها للحيلولة دون ظهور الأخطار الكامنة فيها، كما لا يستطيع المزود أن يتحجج بجهله بالمخاطر التي تكمن في الشيء المبيع، أو التي يمكن أن يترتب على استعمالها وذلك نظراً لصفته الاحترافية، كما يلتزم بالتحذير إياً كانت صفة المشتري، سواء كان شخصاً عادياً أو مشتري محترف.⁸⁵

المبحث الثاني: آثار الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام

تمهيد و تقسيم

سبقت الإشارة إلى أن الالتزام بالإعلام يتميز بطابع وقائي، يتمثل في منع وقوع المتعاقد في عيب من عيوب الرضا، كما قد يؤدي الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام إلى قيام المسؤولية المدنية في حالة حدوث الضرر للدائن جراء ذلك، لبيان قسمت المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: قابلية فسخ العقد لمصلحة المستهلك.

المطلب الثاني: قيام المسؤولية التقصيرية.

المطلب الأول: قابلية فسخ العقد لمصلحة المستهلك

يمكن أن يترتب على الإخلال بهذا الالتزام وهم في ذهن المتعاقد يدفعه إلى التعاقد وأن ما يترتب على هذا الوهم قد يكون غلط أو تغيير مع الغبن (الفرع الأول)، كما سنبحث عن إمكانية إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع (الفرع الثاني).

الفرع الأول: قابلية فسخ العقد تأسيساً على نظرية عيوب الرضا

قد يؤدي الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى تعيب إرادة المتعاقد وخاصة قليل الخبرة مما يتيح لهذا الأخير حق المطالبة بفسخ العقد إما على أساس الغلط أو على أساس التغيير مع الغبن.

أولاً: الغلط

يعرف الغلط بأنه "عيب يشوب الإرادة فيجعل العاقد يقدم على التعاقد تحت تأثير اعتقاد مخالف

للواقع والحقيقة".⁸⁶

شروط الغلط:

⁸⁵ بن علي، محمد بن حاج، 2004، مسؤولية المحترف عن أضرار و مخاطر تطور منتجاته المعيبة، ص، 46، العدد 2، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر.

⁸⁶ السنهوري، عبدالرزاق أحمد، 2000، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، ص 244، الجزء الأول، نظرية الالتزام بوجه عام (مصادر الالتزام)، الطبعة الثانية، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية.

اشترط المشرع الإماراتي لوقوع الغلط الذي يعيب الرضا حتى يعتد به أن يكون في أمر مرغوب كصفة في المحل أو ذات المتعاقد الآخر أو صفة فيه، وهو ما يعبر عنه المشرع المصري في القانون المدني بأن يكون الغلط في صفة جوهرية.⁸⁷

حيث أن محل الإلتزام بالإعلام هو المعلومات والبيانات المتعلقة بخصائص و أوصاف المنتجات و بيان شروط العقد المراد إبرامه والتي تقع على عاتق المزود بأن يفضي بمعلومات صحيحة وواضحة إلى المستهلك حتى تستتير إرادته ويصح رضاه بالعقد، ويشترط لوقوع الغلط أن يكون في أمر مرغوب و بدرجة من الجسامة، حيث يجعل المتعاقد الآخر لا يقبل على إبرام العقد لو علم به متى كان هذا الغلط داخل في نطاق التعاقد.⁸⁸

كما يشترط أن يكون الغلط داخل فيما تتضمنه صيغة العقد⁸⁹ و هذا ما نصت عليه المادة (193) من قانون المعاملات المدنية، أي أنه يعتد بالإرادة الظاهرة فإذا كان الغلط لا يدخل فيما تتضمنه صيغة العقد أو دلت عليه الملابسات و ظروف الحال أو طبائع الأشياء أو العرف، لن يستطيع المتعاقد أن يطالب بفسخ العقد، بالتالي يصبح عقده مع الطرف الآخر نافذ و صحيح.⁹⁰

إذا توافرت هذه الشروط فإنه يثبت حق المستهلك الذي وقع في الغلط أن يطالب بفسخ العقد، لأن رضاه كان معيباً، ويقع عليه عبء إثبات ذلك بكافة طرق الإثبات.

ثانياً: التبرير

عرف المشرع الإماراتي التبرير⁹¹ في المادة (185) من قانون المعاملات المدنية "هو أن يخذع أحد المتعاقدين الآخر بوسائل احتيالية قوليه أو فعلية تحمله على الرضا بما لم يكن ليرضى به بغيرها".

ونصت المادة (187) من قانون المعاملات المدنية على أنه: "إذا غرر أحد المتعاقدين بالآخر و تحقق أن العقد تم بغبن فاحش جاز لمن غرر به فسخ العقد".

إذاً يشترط لفسخ العقد استناداً لهذا العيب أن يقوم المدلس باستخدام طرق وأساليب احتيالية سواء كانت قولية أو فعلية، وأن يصدر ذلك عنه أو يكون على علم به بهدف تضليل المتعاقد الآخر، وبناء على ذلك فقد أجمع الفقه على أن السكوت عن تقديم البيانات و المعلومات الجوهرية، التي يجب الإفصاح عنها بحكم القانون أو العرف أو طبيعة العقد و ما يحيط به من ظروف و ملابسات، يعد تبريراً وهو ما يطلق

⁸⁷ أحمد، عبد الخالق حسن، الوجيز في شرح قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ص 122، الجزء الأول مصادر الإلتزام، الطبعة الأولى، أكاديمية شرطة دبي.

⁸⁸ البدواوي، ابتسام، مرجع سابق، ص 114.

⁸⁹ راجع المادة (193) من قانون المعاملات المدنية الاتحادي الاماراتي.

⁹⁰ بدر، أسامة، مرجع سابق، ص 36.

⁹¹ أخذ المشرع الإماراتي بعيب التبرير مع الغبن الفاحش من الفقه الإسلامي، وهو ما يقابل التدليس في القوانين الوضعية.

عليه "الكتمان التدليسي يمكن معه الطعن بالعقد".⁹²

وهذا ما أقرته محكمة النقض – أبوظبي " بأن يكفي لقيام الركن المادي أحياناً مجرد الكذب أو الكتمان فيعتبر تدليس أو تغريراً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المغرر به ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة وتقدير ذلك ينظر فيه إلى شخص المتعاقد المدلس عليه أو المغرر به، وهو من المسائل الموضوعية التي يستقل قاضي الموضوع بتقديرها فإذا غرر أحد المتعاقدين بالآخر وتحقق أن العقد قد تم بغبن فاحش جاز لمن غبن فسخ العقد ويسقط حقه فيه بالتصرف في المعقود عليه كله أو بعضه تصرفاً يتضمن الإجازة وبهلاكه عنده واستهلاكه".⁹³

فإذا ثبت أن المزود استخدم طرق احتيالية سواء كانت قولية أو فعلية بهدف تضليل الطرف الآخر و دفعه إلى إبرام العقد بإرادة معيبة، جاز لمن غرر به فسخ العقد.⁹⁴

بالرجوع إلى القواعد العامة في القانون المدني ودراسة مدى الحماية التي توفرها للمستهلك حيث يلاحظ القصور الواضح في الحماية المطلوبة للمستهلك من الإخلال بهذا الإلتزام ، فرغم امكانية الإعتراف في اعتبار الكذب أو الكتمان متى توافرت شروطه أساساً كافياً لقيام التغرير إلا أنه لا يمكن القول أن دعوى التغرير تمنح المستهلك حماية شاملة في مواجهة أضرار التي تنشأ نتيجة الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام حيث تبرز صعوبات متعددة تنشأ عن طبيعة تطبيق الدعوى من الناحية العملية؛ فمثلاً يثير إثبات التغرير صعوبات عديدة ، فالمستهلك العادي قد يكون عاجزاً عن إثبات التغرير الصادر من المنتج خاصة عندما يتعلق الأمر بتفاصيل فنية أو تقنية متعلقة بالمنتجات أو الخدمات، كذلك يقع على المستهلك وفقاً لأحكام القانون المدني الإماراتي عبء إثبات أن التغرير قد نتج عنه غبن فاحش فالمستهلك الذي يقع ضحية استخدام المزود طرق احتيالية دفعته إلى التعاقد لا يستطيع أن يفسخ العقد إذا لم يثبت أن التغرير قد نتج عنه غبن فاحش.

الفرع الثاني: إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع

يتحقق العلم بالمبيع برؤيته و معاينته، إلا أن الرؤية ليست هي الطريقة الوحيدة للعلم بالمبيع، فقد أوجب قانون المعاملات المدنية ببيان المبيع و أوصافه الرئيسية و إقرار المشتري في العقد بأنه عالم بالمبيع.

وإذا أقر المشتري في العقد أنه سبق أن رأى المبيع فإنه يوجب بإقراره و يكون حجه عليه ولا يستطيع أن يطعن في البيع بحجة عدم رؤية المبيع، لكن إذا تبين أن إقراره بالعلم قد بني على أساس وقوع الغرر من البائع بأنه قام بإطلاعه على عين أخرى و أوهمه أنها هي المبيع كان ذلك غرر من البائع، ولا

⁹² أبو عرابي، غازي، 2007، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، ص 574، مجلة علوم الشريعة و القانون ، مجلد 34.

⁹³ راجع: محكمة نقض أبوظبي، الدائرة المدنية، الطعن رقم 321 لسنة 12 القضائية، جلسة 20 أكتوبر 1991.

⁹⁴ راجع: المادة (186) من قانون المعاملات المدنية الاتحادي الإماراتي.

يؤخذ بإقرار المشتري في العقد، ويكون له الحق في طلب الإبطال⁹⁵، وذلك وفق ما جاء في نص المادة (491) من أن "إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع علماً كافياً فلا يحق له طلب إبطال العقد لعدم العلم إلا إذا أثبت أن البائع قد غرر به".

تجدر الإشارة إلى أن المشرع لم يوفق في صياغة هذا النص وذلك أن قانون المعاملات المدنية الإماراتي لم يأخذ بنظرية قابلية العقد للإبطال، ونوصي باستبدال مصطلح (طلب إبطال العقد) بمصطلح (فسخ العقد)، لأن العقد أصبح غير لازم.

المطلب الثاني: قيام المسؤولية التقصيرية

اتفق الفقه و القضاء الفرنسي بتطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية على مسؤولية المزود عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك أو الغير في المرحلة السابقة على التعاقد، و قد تنشأ المسؤولية التقصيرية نتيجة إخلال المزود بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام، و يشترط لقيام المسؤولية عن الإخلال بالتزام قبل التعاقد بالإعلام في مواجهة المزود توافر ثلاثة أركان، و سابينها في الفرع الأول: أركان المسؤولية التقصيرية، و في الفرع الثاني: وسائل دفع المسؤولية التقصيرية، ويحتوي المطلب على فرع ثالث وهو: التعويض كأثر لقيام المسؤولية التقصيرية.

الفرع الأول: أركان المسؤولية التقصيرية

تجد المسؤولية التقصيرية أساسها في نص المادة (282) من قانون المعاملات المدنية، و يلزم لقيام المسؤولية التقصيرية كأثر لإخلال المزود بالتزامه بالإعلام توافر ثلاثة أركان تتمثل في التعدي بالإضرار و الضرر و العلاقة السببية بينهما.

أولاً: فعل التعدي بالإضرار

تنص المادة (282) من قانون المعاملات المدنية على " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر".

كما عبرت المذكرة الايضاحية لقانون المعاملات المدنية عن مفهوم الإضرار بأن: " المقصود بالإضرار هو محاولة مجاوزة الحد الواجب الوقوف عنده أو التقصير عن الحد الواجب الوصول إليه في الفعل أو الامتناع مما يرتب عليه الضرر، فهو يتناول الفعل السلبي و الفعل الإيجابي و تنصرف دلالاته إلى الفعل العمد و إلى مجرد الإهمال على حد سواء ذلك أن في الفقه الإسلامي مثلما يعرف الخطأ الإيجابي يعرف الخطأ السلبي و يسميه التقصير و عدم التحرز و التفريط."⁹⁶

⁹⁵ السنهوري، عبدالرازق أحمد، 2000، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، ص 123-124، الجزء الرابع، العقود التي تقع على الملكية(البيع و المقايضة)، الطبعة الثالثة، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية.

⁹⁶ راجع: المذكرة الايضاحية لقانون المعاملات المدنية، الجزء الأول، إصدارات دائرة القضاء- أبوظبي، 2014، ص 407.

و في ضوء ماتقدم فإن اخلال المزود بالتزامه بالإعلام يعتبر فعل ضار، ويتحقق فعل الإضرار الغير مشروع بطابعه السلبي في حالة كتمان المتعاقد المحترف أو مقدم الخدمة البيانات و المعلومات الصحيحة للسلعة عن المتعاقد الآخر رغم علمه بها، ويستوي في ذلك أن يكون الكتمان كلياً لجميع المعلومات، أو جزئياً لبعض هذه المعلومات، ويتحقق فعل الإضرار بالغير بطابعه الإيجابي وذلك عندما يقوم المزود بتقديم بيانات و معلومات مزيفة عن مواصفات و خصائص المنتج مخالفة للواقع.⁹⁷

ثانياً: الضرر

إن التعدي دون تحقق الضرر لا يستوجب الضمان، إذ لا محل للضمان، إذا يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية عند اخلال المزود بالتزامه وقوع الضرر على المستهلك، فإذا لم يتحقق الضرر فإنه لا مبرر للمستهلك بالرجوع على المزود للمطالبة بالتعويض، وقد أقر قضاء دولة الامارات على ضرورة تحقق الضرر لقيام مسؤولية المدعى عليه.⁹⁸

و المقصود بالضرر هو "المساس بحق أو مصلحة مشروعة، او هو - بعبارة أخرى - الأذى الذي يصيب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له، سواء متعلقة بماله أو نفسه أو عرضه و شرفه".⁹⁹

ويقصد أيضاً بالأضرار: " عموم الأضرار التي تلحق بالمستهلك في مواقع الشراء في مرحلة ما قبل التعاقد، سواء كانت ناجمة عن الظروف المصاحبة لإبرام عقد البيع، أو بسبب خطورة المنتج".¹⁰⁰

ينقسم الضرر إلى صورتين قد يكون ضرر مادي أو أدبي سأبينها كالآتي:

1- الضرر المادي

"هو الضرر الذي يصيب الإنسان في جسمه أو في ماله أو في حق من حقوقه التي تدخل في تقدير ثروته".¹⁰¹ و ينقسم الضرر المادي إلى:

- الضرر الجسدي: مثل أن يؤدي خطأ المزود إلى إصابة المستهلك بضرر جسدي بسبب استعمال الشيء الخطر، و الذي لم يبلغه المزود بخطورته و بالاحتياجات الواجب مراعاتها لتجنب أضراره، مثل بيع أدوية منتهية الصلاحية، و انفجار الأجهزة الكهربائية مما يؤدي الى الإصابة بحروق

⁹⁷ المرسي، عبد العزيز، مرجع السابق، ص 155.

⁹⁸ راجع: المحكمة الاتحادية العليا، الدائرة المدنية، الطعن رقم 26 لسنة 24 القضائية، جلسة 2004/06/01.

⁹⁹ زهرة، محمد المرسي، 2002، المصادر الغير الإرادية للإلتزام في قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ص

153، مطبوعات جامعة الإمارات العربية المتحدة.

¹⁰⁰ البدواوي، ابتسام، المرجع السابق، ص 170.

¹⁰¹ بن رفيع، منصور محمد، 2014، المسؤولية التقصيرية للمنتج، ص 65، أطروحة ماجستير، جامعة الإمارات، كلية الحقوق، العين.

- الضرر المالي: يكون الضرر مالياً إذا مس الذمة المالية للمضرور فينقصها، ويتحقق الضرر المالي إذا كان المنتج يفتقد للجودة أو للمواصفات المقررة في القانون، بالتالي يتعرض المستهلك للخسارة المالية عندما ينفق على منتج مخالف للوصف.¹⁰³

2- الضرر الأدبي

فهو الضرر "الذي لا يصيب الشخص في جسده أو ماله، بل في مشاعره و عواطفه و سمعته فهو يصيب مصلحة أدبية وليست مالية".¹⁰⁴

مثل أن يؤدي خطأ المزود إلى ضرر أدبي يتمثل بالتأثير على سمعة المستهلك و التشهير به، ولنا مثال عن الضرر في العقدية الإسلامية، كأن يقدم لحم الخنزير للمستهلك دون إحاطته علماً مسبقاً بأنه لحم خنزير مما يسبب ضرراً معنوياً يمس المستهلك في عقيدته.¹⁰⁵

ويشترط في الضرر أن يكون محققاً وليس محتمل الوقوع، كما يشترط فيه ان يمس حقاً من حقوق المستهلك أو مصلحة مشروعة له.

وقد قررت المحكمة الاتحادية في حكم لها إلى أن: " أن الحكم بالتعويض مقيد بشروط لا بد من توافرها مجتمعة و هي ثبوت الخطأ و الضرر و أن يكون بينها صلة مباشرة، وأن يكون الضرر محققاً بأن يقع بالفعل أو يكون وقوعه في المستقبل حتمياً أما مجرد احتمال وقوع الضرر فإنه لا يكفي للحكم بالتعويض".¹⁰⁶

ثالثاً: علاقة السببية

علاقة السببية شرط لقيام المسؤولية، ولا بد أن يقيم المضرور دليل على وجود علاقة السببية بين الخطأ و الضرر الذي أصابه، فليس كل ضرر وقع يسأل عنه المدعي عليه و إنما يسأل عن الضرر الذي وقع بسبب تعديه.¹⁰⁷

و تطبيقاً لذلك إذا ارتكب المزود خطأ بكتمانه لبعض البيانات و المعلومات المتصلة بالسلعة دون أن يكون هذا الخطأ هو السبب في حدوث الضرر الذي يدعيه المستهلك، فليس لهذا الأخير الحق في الرجوع على الأول بمقتضى قواعد المسؤولية التقصيرية لعدم ثبوت علاقة السببية بين خطأ المزود و

¹⁰² أبو حسين، أشرف، 2009، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، ص 207، الإسكندرية، منشأة المعارف.

¹⁰³ رفاوي، شهيناز، المرجع السابق، ص 184.

¹⁰⁴ بن رفيع، منصور محمد، المرجع السابق، ص 66.

¹⁰⁵ فتاك، علي، 2007، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، ص 450، الطبعة الأولى، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي.

¹⁰⁶ الطعن رقم (386) لسنة 20 القضائية، 1999/9/28، مجموعة الأحكام ص 915.

¹⁰⁷ زهرة، محمد المرسي، مرجع سابق، ص 210.

الضرر الذي أصاب المستهلك، و تترك مسألة البحث في العلاقة السببية الى تقدير قاضي الموضوع.¹⁰⁸

ويقع عبء اثبات العلاقة السببية بين الفعل الضار و الضرر على عاتق الدائن بالإلتزام بالإعلام وهو المستهلك الذي تضرر نتيجة إخلال المزود بالتزامه، للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه، علماً أن الإثبات يكون بجميع الطرق بما فيها القرائن و البينة.¹⁰⁹

تقدير توافر علاقة السببية من عدمه بين الفعل الضار و الضرر المتحقق من مسائل الموضوع التي تخضع لسلطة محكمة الموضوع ولا رقابة للمحاكم العليا عليها مادامت أقامت قضاءها على أسباب سائغة.

الفرع الثاني: وسائل دفع المسؤولية التقصيرية

إذا أثبت المستهلك مسؤولية المزود يستطيع الأخير بأن يدفع هذه المسؤولية بإثبات السبب الأجنبي أو عدم توفر شروط ترتب المسؤولية، أو عن طريق استحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي.

أولاً: إثبات السبب الأجنبي

نصت المادة (287) من قانون المعاملات المدنية على انه : " إذا أثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي لا يد له فيه كآفة سماوية أو حادث فجائي أو قوة قاهرة أو فعل الغير أو فعل المتضرر كان غير ملزم بالضمان مالم يقضي القانون أو الاتفاق بغير ذلك".

أ- القوة القاهرة و الحادث المفاجئ

يقصد بالقوة القاهرة بأنه "حادث غير ممكن توقعه، ويستحيل دفعه، ويؤدي بشكل مباشر إلى أحداث الضرر دون أن يكون للمدين يد فيه".¹¹⁰

و يشترط للقوة القاهرة التي يترتب عليها إعفاء المزود عن إخلاله بالإلتزام¹¹¹:

1. أن يكون بسبب حادث غير متوقع الحصول عند إبرام العقد.
2. استحالة دفعه، أي لا يمكن تجنبه أو تجنب نتائجه بحيث يؤدي إلى استحالة تنفيذ الإلتزام.
3. و أن لا يكون في حسابان المتعاقدين، أي أنه لم يكن في وسع المتعاقدين توقعه عند إبرام العقد.

مثال على القوة القاهرة إصابة المستهلك بأضرار بسبب انفجار الجهاز الكهربائي إثر نشوب

¹⁰⁸ رفاي، شيناز، المرجع السابق، ص 188.

¹⁰⁹ رفاي، شيناز، المرجع السابق، ص 188. نقلاً عن حمود، عبدالعزيز المرسى، المرجع السابق، ص 161- 163.

¹¹⁰ الحاج، محمد عبدالقادر، 1982، مسؤولية المنتج و الموزع، ص 290، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة.

¹¹¹ البدواوي، إبتسام، المرجع السابق، ص 200.

حريق أو وقوع زلزال، عندها لا يستطيع المستهلك إقامة المسؤولية على المزود و المطالبة بالتعويض، لأن القوة القاهرة تنفي المسؤولية عن المزود، بشرط أن تكون هي السبب الوحيد في وقوع الضرر.

ب- خطأ المستهلك المضرور

يقصد به "أن يصدر من المضرور فعل ما، سواء بمناسبة استخدامه السلعة أو الخدمة، أو كيفية استعمال المنتج، كاستعمالها على خلاف الغرض المخصص له مما يؤدي الى وقوع الضرر، أو استخدام السلعة بعد انتهاء صلاحية المنتج، أو فك أجزاء من المنتج إعادة تركيبها بصورة خاطئة".¹¹²

بالتالي تنقطع علاقة السببية بين الخطأ و الضرر وذلك إذا كان محدث الضرر هو المستهلك، إذ يستطيع المدعي عليه أن يدفع المسؤولية عن نفسه أو تخفيفها استناداً إلى خطأ المستهلك، و ذلك من منطلق القاعدة القانونية التي تنص على أن " لا يجوز أن يستفيد المخطئ من خطئه"، و كما نصت المادة (290) على أنه "يجوز للقاضي أن ينقص مقدار الضمان أو لا يحكم بضمان ما إذا كان المتضرر قد اشترك بفعله في إحداث الضرر أو زاد فيه".

وبناءً على ذلك يستطيع المزود أن يتصل من المسؤولية إذا أثبت أن الضرر الذي تحقق كان بخطأ من المستهلك، كأن يقوم باستعمال المنتج دون أن يراعي التحذيرات التي قدمها له المزود، فيتسبب بخطأ في وقوع الضرر.

ج- خطأ الغير

يعتبر خطأ الغير أحد وسائل دفع المسؤولية عن المدين، ويقصد بالغير: " كل شخص خارج نطاق العلاقة التعاقدية التي تربط المدين بالدائن فإذا أثبت المدين أن الضرر الذي لحق الدائن كان سببه خطأ الغير انتفت عنه المسؤولية".¹¹³

ومن أهم التطبيقات القضائية حول خطأ الغير، إنتفاء مسؤولية الشركة البائعة عن الحادث الذي كان بسبب انفجار محرك السيارة بعد أن ثبت أن نجل المشتري قد قام بعد عدة أيام من الشراء بفكه و إعادة تركيبه بصورة خاطئة ونتج الضرر عن هذا التركيب الخاطئ.¹¹⁴

وقضي بعدم مسؤولية منتج الدواء في حالة قيامه بالإفصاح عن الخصائص الدقيقة للسلعة و حرصه على التحذير من مخاطرها و بيان طرق الوقاية منها و حرصه على إرفاق نشره تصف حالة فساد الدواء بحدوث اصفرار ظاهر به، عند استخدام الطبيب أو الممرضة هذا الدواء دون التأكد من فتح العلبة و التأكد من حالتها.¹¹⁵

¹¹² الحاج، محمد عبدالقادر، المرجع السابق، ص 297.

¹¹³ نبيل، بن عديدة، المرجع السابق، ص 330.

¹¹⁴ رفاي، شهيناز، المرجع السابق، ص 192.

¹¹⁵ الحاج، محمد عبدالقادر، المرجع السابق، ص 295- 296.

ثانياً: عدم توافر شروط ترتب المسؤولية

لم ينص قانون حماية المستهلك الإماراتي على أسباب خاصة للإعفاء من المسؤولية، بينما ورد في المادة 07 من التوجيه الأوروبي بعض الدفوع التي يمكن للمزود الاستناد عليها للتخلص من المسؤولية، وقد جاء فيها ما يلي¹¹⁶:

أ- الدفع بعدم طرح المنتجات للتداول

يتم طرح المنتج للتداول عندما يقوم المزود بتسليم المنتج إلى شخص آخر بموجب عقد البيع، و يشترط أن يكون هذا التسليم إرادياً، بالتالي إذا أثبت المزود أن شخص ما قد استولى على المنتج دون رضائه و طرحه للتداول فإن مسؤولية المزود لا تقوم، ولا يعتبر طرحاً للتداول عندما يتم إجراء الدراسات والبحوث على منتج ما وذلك باعتبار أن المزود لم يفقد سيطرته ورقابته على المنتج، ويعود سبب الإعفاء هنا على اعتبار أن الطرح في التداول يقوم على إرادة التخلي، فالإرادة شرط لقيام مسؤولية المزود.¹¹⁷

ب - الدفع بعدم طرح المنتجات للتداول بقصد الربح

يستطيع المزود التخلص من المسؤولية إذا أثبت أن المنتج لم يطرح بقصد الربح أو بغرض مهني، بل طرحه بقصد إجراء التجارب أو انه قام بالإنتاج لأغراض شخصية، وبمعنى آخر تنتفي مسؤولية المزود إذا أقام الدليل على أن المنتج طرح للتداول ولم يكن مخصصاً للبيع أو لأي وجهه من أوجه التوزيع.¹¹⁸

ج- الدفع بعدم تعيب المنتجات قبل طرحها

يستطيع المزود أن يتصل من المسؤولية إذا أثبت أن العيب لم يكن موجوداً وقت طرح المنتج للتداول، أو أن العيب أصاب المنتج في وقت لاحق أي بعد طرح المنتج للتداول.

ويقع عبء اثبات خلو المنتجات من العيب وقت طرحها للتداول على المزود، فهو مطالب أن يثبت بأن العيب لحق بالمنتج بعد طرحه فالسوق بالتالي يرجع إلى خطأ المضرور أو الغير أو لظروف أخرى، ويعود سبب القاء عبء الاثبات على المزود باعتباره محترف و قادر على إقامة الدليل بسهولة بسبب خبرته و ضعف حيلة الطرف الآخر.¹¹⁹

ثالثاً: استحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي

¹¹⁶ التوجيه الأوروبي 85-374 مؤرخ في 1985/07/25 يتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة.

¹¹⁷ بن رفيع، منصور محمد، المرجع السابق، ص 98.

¹¹⁸ رفاي، شهنواز، المرجع السابق، ص 195.

¹¹⁹ شهيدة، قادة، 2007، المسؤولية المدنية للمنتج، الصفحة 305-306، دراسة مقارنة، الأسكندرية، دار الجامعة الجديدة.

ويقصد به: "تلك المخاطر التي لا تسمح حالة المعرفة الفنية و العلمية الثابتة بالتنبؤ بها و اكتشافها قبل طرح المنتج للتداول، و السبب سرعة التطور العلمي في استحداث المنتجات أو طرق معالجتها، و التي لا يدرك العلم أثرها إلا في وقت لاحق".¹²⁰

تتنفي مسؤولية المزود إذا لم يتمكن من اكتشاف العيب في المنتج أو تجنبه، بسبب حالة المعرفة الفنية و العلمية المتوفرة وقت طرح المنتج للتداول التي لم تمكنه من الكشف عن العيوب.

ولقد احتدم الخلاف بين الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي بشأن مدى إقرار مخاطر التطور العلمي كسبب لإعفاء المنتج من مسؤوليته، وقد انتهى الأمر في التوجيه الأوروبي ترك الخيار للتشريعات الوطنية بين النص عليه صراحة فيما لو تعد من أسباب الإعفاء أم لا.¹²¹

ولقد أخذ المشرع الفرنسي بهذا السبب للإعفاء من المسؤولية، إلا أنه لم يأخذ بهذا الإعفاء بشكل مطلق بل اعتبره سبباً نسبياً للإعفاء، حيث لا يعتد به في حالتين:

الحالة الأولى: لا يستطيع المزود أن يتمسك بمخاطر التطور العلمي للتوصل من المسؤولية تجاه المضرور إذا كان هذا الضرر ترتب على عنصر أو منتجات الجسم الإنساني.¹²²

الحالة الثانية: لن يستطيع المزود بأن يتمسك بأسباب مخاطر التقدم العلمي لدفع المسؤولية، و ذلك إذا لم يتخذ الإجراءات اللازمة في مواجهة ما يتم الكشف عنه من عيوب خلال العشر سنوات اللاحقة على طرح المنتج.¹²³

مفاد ذلك، يقع على المزود التزام بتتبع المنتج بعد طرحه للتداول، بأن يتتبع ما يكشف عنه التقدم العلمي المستمر من نتائج قد تتعلق بمنتجه الذي تم طرحه للتداول، وذلك مقابل الحماية القانونية للمنتج نتيجة إعفاءه من المسؤولية عن مخاطر التطور العلمي.

لكن يبقى التساؤل المطروح عن موقف المشرع الإماراتي من هذه المسألة؟

لما كانت التشريعات الأوروبية و الفرنسية تعفي المنتج عن مسؤوليته عن فعل المنتج المعيب بسبب مخاطر التطور العلمي، والتي تقتصر غالباً بمنتجات حيوية كالأدوية و المستحضرات الطبية و الأجهزة الإلكترونية الحديثة، إلا أنه لا يوجد مثل هذا الإعفاء في القانون الإماراتي. ثم أردف هذا الرأي قائلاً "لما كان قانون حماية المستهلك يلزم المزود بضمان مطابقة السلعة أو الخدمة التي يزود بها المستهلك للمواصفات القياسية المعتمدة المعلن عنها. فلا أقل أن تتوافق هذه المواصفات و المقاييس للمعايير الدولية المعلن عنها في الدوائر العلمية العالمية المعتمدة بحيث يكون المزود الإماراتي مسؤولاً

¹²⁰ رفاي، شهنواز، المرجع السابق، ص 195- 196.

¹²¹ رفاي، شهنواز، المرجع السابق، ص 196.

¹²² بن ربيع، منصور محمد، المرجع السابق، ص 102.

¹²³ بن ربيع، منصور محمد، المرجع ذاته، الصفحة 103.

عن الأضرار التي تصيب المستهلك بسبب مخاطر التطور العلمي إذا كان في مقدوره تجنبها لو اتبع في إنتاجه المواصفات القياسية المعتمدة المعلن عنها وتكون مساءلته عن اتباعها من عدمه بما هو معلن عنه من هذه المواصفات القياسية ساعة طرح منتجها للتداول".¹²⁴

الفرع الثالث: التعويض كأثر لقيام المسؤولية التقصيرية

أكدت المادة (24) من القانون رقم (15) لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك أن " للمستهلك الحق في طلب التعويض عن الأضرار الشخصية أو المادية التي لحقت به نتيجة استخدام السلعة أو الخدمة".

ينشأ حق المستهلك المضرور في التعويض، عند اكتمال أركان المسؤولية من خطأ وضرر و علاقة السببية، و بما ان التعويض يعتبر أثر لقيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالاعلام فإنه يجب أن ألقى الضوء على أحكامه.

أولاً: أحكام التعويض

عرف الفقه التعويض بأنه " الوسيلة الفعالة لجبر الضرر، محواً أو تخفيفاً، وهو يدور مع الضرر وجوداً و عدماً، سواء كان الضرر مادياً أو معنوياً".¹²⁵

أ- طرق التعويض

نصت المادة (295) من قانون المعاملات المدنية على أنه: " يقدر الضمان بالنقد على أنه يجوز للقاضي تبعاً للظروف و بناء على طلب المضرور أن يأمر بإعادة الحال إلى ماكانت عليه أو أن يحكم بأداء أمر معين متصل بالفعل الضار وذلك على سبيل التضمين". وبناء على ذلك فإن التعويض تتعدد صورته وسأبين فيما يلي تلك الصور منها التعويض العيني و التعويض النقدي:

1- التعويض العيني

يقصد بالتعويض العيني " إصلاح الضرر بإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل وقوع الضرر"، يجوز للقاضي الحكم بالتعويض العيني إذا رأى ان هذا مناسب للوضع الراهن و كان بناء على طلب المضرور و أن من شأن الحكم بهذا التعويض أن يصلح الضرر و أن يعيده الى الحالة التي كان عليها قبل وقوع الضرر، إلا أن التعويض العيني يعد أكثر ملاءمة بالنسبة للالتزامات العقدية، و لا يمكن إعماله بصورة مطلقة في المسؤولية التقصيرية، إلا في حالات قليلة مثل الأضرار المادية التي تمس ذمة المضرور المالية، أما بالنسبة للأضرار الجسمانية أو المعنوية يصعب تطبيق هذا التعويض عليها و

¹²⁴ بن رفيع، منصور محمد، المرجع السابق، ص104، نقلاً عن بدر، أسامة أحمد، 2007، مسؤولية المنتج و المزوع، الصفحة 204، في بحوث ندوة حماية المستهلك، كلية القانون، جامعة الإمارات.
¹²⁵ انظر: حمدامين، هيمن حسين (2018)، الضرر المعنوي والتعويض عنها في القانون والقضاء الإداري "دراسة تحليلية مقارنة" ص179، الطبعة الأولى، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة.

يستبدل بالتعويض النقدي، حيث أنه يصعب إعادة الحال إلى ماكان عليه.¹²⁶

2- التعويض النقدي

يحكم القاضي بالتعويض النقدي إذا كانت الأضرار لا يمكن إصلاحها أو يتعذر إعادة الحال إلى ماكانت عليه، و في الغالب يكون التعويض عن الأضرار المادية و المعنوية الناشئة عن الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالاعلام تعويضاً نقدياً، لأن التعويض النقدي يعتبر التطبيق الأمثل للتعويض في المسؤولية التقصيرية.

و هذا ما أيده الدكتور عبد الرزاق السنهوري في كتابه، حيث نص على أن " هذا التعويض الذي يغلب الحكم به في دعاوي المسؤولية التقصيرية. فإن كل ضرر – حتى الضرر الأدبي – يمكن تقويمه بالنقد، ففي جميع الأحوال التي يتعذر فيها التنفيذ العيني، ولا يرى القاضي فيها سبباً إلى تعويض غير نقدي، فيحكم بتعويض نقدي".¹²⁷

الأصل في التعويض النقدي أن يتم دفع مبلغ التعويض دفعة واحدة للمضرور، ولكن يجوز للقاضي أن يحكم بدفعه أقساطاً، أو تدفع على شكل إيراد مرتب تدفع في فترات زمنية يتم تحديدها شهرياً، و في جميع الأحوال يجوز للقاضي أن يلزم المدعي عليه بتقديم تأمين أو أن يأمر بأن يودع مبلغاً كافياً لضمان الوفاء بالإيراد المحكوم به. وهذا ما نصت عليه المادة (294) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي على أنه "يصح أن يكون الضمان مقسطاً كما يصح أن يكون إيراداً مرتباً و يجوز في هاتين الحالتين إلزام المدين بأن يقدم تأميناً يقدره القاضي أو ضماناً مقبولاً".¹²⁸

ب - أطراف دعوى التعويض

تنشأ دعوى التعويض بين المسؤول عن التعويض (المدعي عليه) و المستفيد من التعويض (المدعي)، و سابين ذلك على التفصيل الآتي:

1- المسؤول عن التعويض

ترفع دعوى التعويض على المتسبب بالضرر، ويجب أن يكون الضرر هو نتيجة الفعل الضار الذي قام به المدعى عليه ، أي لابد من وجود علاقة سببية بين الفعل الضار والضرر، وإذا ثبت ذلك تحكم المحكمة بالتعويض للشخص المتضرر من ذلك الفعل.

إذا يسأل المزود عن الضرر الذي أصاب المستهلك إذا كان نتيجة إخلاله بالالتزام قبل التعاقد بالاعلام، فهو ملزم بتعويض المستهلك عن الأضرار التي يحدثها بفعله الشخصي، وذلك بموجب المادة

¹²⁶ البدواوي، ابتسام، مرجع سابق، ص 194.

¹²⁷ السنهوري، عبدالرزاق أحمد، المرجع السابق، ص 967.

¹²⁸ البدواوي، ابتسام، مرجع سابق، ص 195.

(282) من قانون المعاملات المدنية التي نصت على أن : " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر".

و يسأل المزود عن الضرر الذي يحدثه تابعه بفعله الضار إذا وقع الضرر في حالة تأدية وظيفته أو بسببها، وذلك بموجب المادة (313) من قانون المعاملات المدنية حيث نصت على:

"1- لا يسأل أحد عن فعل غيره و مع ذلك فللقاضي بناء على طلب المضرور إذا رأى مبرراً أن يلزم أيّاً من الآتي ذكرهم حسب الأحوال بأداء الضمان المحكوم على من أوقع الضرر:

(أ) من وجب عليه قانوناً أو اتفاقاً رقابة شخص في حاجة إلى الرقابة بسبب قصره أو حالته العقلية أو الجسمية إلا إذا أثبت أنه قام بواجب الرقابة أو أن الضرر كان لا بد واقعاً ولو قام بهذا الواجب بما ينبغي من العناية.

(ب) من كانت له على من وقع منه الإضرار سلطة فعلية في رقابته و توجيهه ولو لم يكن حراً في اختياره إذا كان الفعل الضار قد صدر من التابع في حال تأدية وظيفته أو بسببها".

مثل أن يملك المنتج شركة إنتاجية ويرتكب أحد العمال خطأ، إما بالزيادة في كمية العناصر التي يتكون منها المنتج دون الإشارة إلى هذه الزيادة، أو الغلط في تركيبة العناصر التي يتشكل منها، بالتالي يعتبر الخطأ مفترض في جانب المنتج استناداً الى العلاقة التبعية بين التابع و المتبوع.¹²⁹

نصت المادة (25) من القانون الاتحادي رقم (15) لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك على أن: " يلتزم المزودون المسجلون داخل الدولة و الذين يعملون في مجال التجارة الإلكترونية بتزويد المستهلكين و الجهات المختصة في الدولة بأسمائهم ووضعتهم القانوني و عناوينهم و جهات ترخيصهم".

الأمر الذي يسهل على المستهلك اذا ما وقع عليه ضرر سهولة تحديد هوية المسؤول عن الضرر.

2- المستفيد من التعويض

عند إكمال أركان المسؤولية التقصيرية بسبب إخلال المزود بالتزامه، ينشأ حق المستهلك في التعويض عن الضرر الذي أصابه، مالم يكون سبب هذه الأضرار سوء استخدام المستهلك للمنتج أو تم استخدامها بطريقة تخالف التعليمات، فإذا كان الضرر ناشئ بسبب خطأ ارتكبه المستهلك عند استخدام المنتج، حينئذ لا يسأل المزود عن هذا الضرر ولا يحق للمستهلك المطالبة بالتعويض، وهذا ما نصت عليه المادة (24) من القانون الاتحادي رقم (15) لسنة 2020 حيث نصت على أن: " 1- للمستهلك الحق في طلب التعويض عن الأضرار الشخصية أو المادية التي لحقت به نتيجة استخدام السلعة أو الخدمة وفقاً للتشريعات النافذة في الدولة، ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك. 2- يستثنى من حكم البند (1) من هذه

¹²⁹ شهيدة، قادة، المرجع السابق، ص 118.

المادة، الأضرار الناتجة عن سوء الاستخدام، أو الاستخدام بشكل يخالف طريقة الاستعمال".

و من المتصور أن يقع الضرر على عدة أشخاص بالتالي يحق لمن وقع عليهم الضرر المطالبة بالتعويض، و يمكن تقسيم الأشخاص المتضررين إلى ثلاثة أنواع على النحو الآتي¹³⁰:

1- المضرور المباشر المتعاقد: هو الشخص الذي تعاقد مع المزود و حصل على السلعة أو الخدمة، كعقد البيع أو الإيجار.

2- المضرور المباشر غير المتعاقد: هو الشخص الذي لا تربطه علاقة تعاقدية مع المزود، إلا أنه قام باستعمال السلعة أو الخدمة، إما لحصوله عليه من المزود بغير طريق التعاقد أو أنه قام باستخدامها بسبب علاقته بالشخص المتعاقد مع المزود، أو انه استخدمها تمهيداً للتعاقد عليها.

3- المضرور غير المباشر: هو الشخص الذي ليست له علاقة بالسلعة أو الخدمة، فلم يتعاقد عليها، ولم يستخدمها، إلا أنها أصابت غيره بأضرار مما أصابهم بالضرر بالتبعية وهم أقارب أو ذوي المضرور المباشر من السلعة أو الخدمة كزوجته، أو أولاده، أو والديه.

و التعويض حق لكل من وقع عليه الضرر، مادام أهلاً لرفع الدعوى، فإذا لم يكن أهلاً لرفع الدعوى، ناب عنه نائبه القانوني، من ولي أو وصي أو قيم، و للمضرور أن يعين وكيلاً اتفاقياً يطالب بالحق في التعويض نيابة عنه، و ينوب عن الأشخاص المعنوية ممثلوهم القانونيين، و إذا كان مفلساً ينوب عنه وكيل التفليسة، و الخلف الخاص و العام أي الورثة و الدائنين.¹³¹

¹³⁰ البدواوي، ابتسام، مرجع سابق، ص 184، نقلاً عن د. البسطويسى، إبراهيم أحمد، 2011، المسؤولية عن الغش في السلع، دار الكتاب القانونية.

¹³¹ البدواوي، ابتسام، مرجع سابق، ص 185.

الخاتمة

تري الباحثة أن المرحلة السابقة على التعاقد مرحلة مهمة بما تفرضه على المزود بالتزام رئيسي، مضمونه قيامه بتبصير العميل و تنوير إرادته و إسداء المشورة إليه، فهو التزام يقع على عاتق المزود بحكم علمه بما لا يستطيع العميل إدراكه، وذلك من واقع المامه بالمعلومات التي قد لا يستطيع العميل الوصول إليها، بالتالي فإن من شأن الإخلال بهذا الإلتزام أن يؤدي إلى قيام المسؤولية المدنية عن الأضرار التي أصابت المستهلك نتيجة الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، وثبوت حق المستهلك في التعويض، وبعد الانتهاء من كتابة هذا الموضوع، فإننا توصلنا إلى جملة من الاستنتاجات و التوصيات نذكرها على النحو الآتي:

أولاً: النتائج

- إن الإلتزام بالإعلام التزم قانوني تفرضه طبيعة المعاملة حيث أن مزود السلعة أو الخدمة باعتباره محترف ملزم بقوة القانون بإعلام المستهلك بجميع البيانات و المعلومات حول السلعة أو الخدمة المقدمة، حيث تفرضه النصوص القانونية سواء كان بشكل عام ضمن قواعد القانون المدني، أو ضمن القواعد الخاصة في قانون حماية المستهلك.
- إن المشرع الإماراتي لم يفرض نصوص صريحة يقنن بمقتضاها الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، إلا أنه يمكن استنتاج هذا الإلتزام من خلال نصوص القانون التي اعترفت به بصورة ضمنية.
- إن المرحلة السابقة على التعاقد مرحلة هامة، لما تتيح للمستهلك المقبل على التعاقد العلم بكافة البيانات و المعلومات التي تكفل له الاستخدام المفيد و الأمن للسلع و تضمن له اتخاذ القرار الصحيح بشأن إبرام عقد الاستهلاك من عدمه، فالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يعتبر أداة قانونية لحماية إرادة الطرف الضعيف، كما من شأنه أن يعالج الاختلال في التوازن في العلاقة بين المزود و المستهلك.
- إن التنفيذ الصحيح للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يؤدي إلى التقليل من الوقوع في عيوب الرضا، كما يحول دون قيام المسؤولية التقصيرية في مواجهة المزود عند وقوع الضرر بسبب تقصيره.
- لم تحقق الآليات القانونية التي أقرها المشرع لحماية حق المستهلك في الإعلام في الردع الكافي للمزودين، إذ يوجد فرق شاسع بين رغبة المشرع و بين ما يجري على أرض الواقع، فبعض السلع و الخدمات تعرض بطريقة مضللة من ناحية الأسعار و المعلومات التي من شأنها أن تساهم في تنوير إرادة المستهلك و اتخاذ قراره بالتعاقد.
- توصلت الدراسة إلى أن النظرية العامة للإلتزام يشوبها القصور في توفير الحماية القانونية للمستهلك وتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين.

- أختلفت الفقه في أساس مسؤولية المزود عند الإخلال بالتزامه قبل التعاقد بالإعلام، حيث يرى البعض قيامها على أساس المسؤولية العقدية، في حين أقامها الآخر على أساس المسؤولية التقصيرية.

ثانياً: التوصيات

- أقترح أن ينص المشرع صراحة على التزام المزود في مرحلة قبل التعاقد بأن يسمح للمستهلك بمعرفة شروط العقد و الخصائص الأساسية للسلع و الخدمات التي يتعاقد بشأنها، على غرار ما نص عليه المشرع الفرنسي في قانون حماية المستهلك.
- نوصي بتفعيل دور جمعيات حماية المستهلك، وذلك من خلال نشر ثقافة الاستهلاك و توعية المستهلك بحقوقه ومنها حقه بالإعلام المسبق بخصائص السلع و الخدمات.
- أوصي بإجراء المزيد من الدراسات و الأبحاث التي تركز على الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في ظل قانون حماية المستهلك، حتى تساهم في تعزيز فهمه من أجل حماية أطراف العقد.
- نوصي بتكثيف الرقابة على أسعار السلع و الخدمات بحيث لا تكون متفاوتة بشكل كبير بين المزودين.
- نوصي المشرع بضرورة الإسراع في إصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم 15 لسنة 2020، لتحل محل اللائحة التابعة للقانون الملغى.
- إن التشريعات و القوانين وحدها لا تكفي لحماية المستهلك، بل يجب اللجوء إلى آليات أخرى و ذلك بإنشاء هيئة إتحادية مستقلة مالياً و إدارياً، تعمل على مراقبة و ضبط الأسواق، و توعية المستهلكين و المزودين بحقوقهم و واجباتهم، و العمل على إقتراح التشريعات و القوانين بشأن حماية المستهلك و رفعها للجهات المختصة، و إنشاء دوائر قضائية متخصصة تختص بالنظر في الدعاوى الناشئة عن تطبيق قانون حماية المستهلك، على غرار الدوائر القانونية المتخصصة، كدوائر فض المنازعات الإيجارية، والأوراق المالية، و الإنشاءات و غيرها، مع ضرورة تبسيط الإجراءات و خفض المصاريف.

المراجع

المراجع العربية

الكتب

1. أبوحسين، أشرف، 2009، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، الإسكندرية.
2. أبو عمرو، مصطفى أحمد، 2010، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر.
3. إبراهيم، خالد ممدوح، 2007، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
4. أحمد، خالد جمال، 1996، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة.
5. أحمد، عبدالخالق حسن، الوجيز في شرح قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الجزء الأول مصادر الإلتزام، الطبعة الأولى، أكاديمية شرطة دبي.
6. البدواوي، ابتسام، 2013، الحماية المدنية للمستهلك وفقاً لقانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات رقم 5 لسنة 1985 و قانون حماية المستهلك رقم 24 لسنة 2006م وتعديلاته، دبي، أكاديمية شرطة دبي.
7. البراوي، حسين، 1998، عقد تقديم المشورة، دار النهضة العربية، القاهرة.
8. السنهوري، عبدالرازق أحمد، 2000، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الرابع، العقود التي تقع على الملكية (البيع و المقايضة)، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان.
9. السنهوري، عبدالرازق أحمد، 2000، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الأول، نظرية الإلتزام بوجه عام (مصادر الإلتزام)، الطبعة الثانية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان.
10. المهدي، نزية محمد الصادق، 1982، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة، القاهرة.
11. المهيرات، غالب كامل، 2016، التزام المنتج بالتبصير قبل التعاقد في العقود الالكترونية، جامعة عين شمس، مصر.
12. بدر، أسامة، 2021، أحكام قانون حماية المستهلك الإتحادي الإماراتي رقم (15) لسنة 2020، كلية القانون، جامعة الإمارات.
13. بن علي، محمد بن حاج، 2004، مسؤولية المحترف عن أضرار و مخاطر تطور منتجاته المعيبة، العدد 2، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر.
14. بودالي، محمد، 2005، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع.

15. بودالي، محمد، 2006، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر.
16. حمدامين، هيمن حسين (2018)، الضرر المعنوي والتعويض عنها في القانون والقضاء الإداري "دراسة تحليلية مقارنة"، الطبعة الأولى، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
17. حمود، عبدالعزيز المرسى، 2005، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، دراسة مقارنة، جامعة المنوفية.
18. رسلان، أنور أحمد، 1998، الحماية التشريعية للمستهلك، بحث مقدم في ندوة "حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية و القانون" لكلية الشريعة و القانون بجامعة الإمارات العین، الإمارات العربية المتحدة.
19. رفاوي، شهيناز، 2017، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، دار الأيام، عمان.
20. شهيدة، قادة، 2007، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة.
21. عبد السلام، سعيد سعد، 2000، الالتزام بالإفصاح في العقود، دار النهضة العربية، القاهرة.
22. عبد، موفق حماد، 2011، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، ط 1، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية.
23. عبدالباقى، عمر محمد، 2008، الحماية العقدية للمستهلك، الإسكندرية، ط 2، الإسكندرية، منشأة المعارف.
24. عمران، السيد محمد، 2006، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على شبكة الانترنت، الدار الجامعية، بيروت.
25. عمران، السيد محمد، 1986، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، الإسكندرية، منشأة المعارف بالإسكندرية.
26. فتاك، علي، 2007، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
27. فهمي، خالد مصطفى، 2019، الالتزام بالإعلام في التعاقد عن بعد في ضوء قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي.

المجلات العلمية

1. أبو عرابي، غازي، 2007، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، مجلة علوم الشريعة و القانون، مجلد 34، ص 565-580.
2. أبو عرابي، غازي خالد، 2009، حماية رضا المستهلك (دراسة مقارنة بين قانون حماية المستهلك الإماراتي وتقنين الاستهلاك الفرنسي ومشروع قانون حماية المستهلك الأردني، مجلة علوم الشريعة و القانون، المجلد 36(1)، ص 187-204.
3. الحيارى، أحمد إبراهيم، 2019، أثر التعديلات التي طرأت على القانون المدني الفرنسي المتعلقة

- بمراحل ما قبل التعاقد، علوم الشريعة و القانون، 46(2)، ص 639-657.
4. المومني، بشار طلال، 2017، بعض مواطن القصور في قانون حماية المستهلك الإماراتي لسنة 2006، مجلة الشريعة و القانون، مجلد 72، ص 161-210.
5. قايدي، ليليا، شميشم رشيد، 2022، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام "قراءة في نص المادة 1-1112 من الأمر 131-2016 المعدل لقانون العقود النظرية و العامة للإلتزامات و الإثبات، مجلة الفكر القانوني و السياسي، المجلد السادس العدد الأول، ص 134-154.

الأطروحات العلمية

1. الحاج، محمد عبدالقادر، 1982، مسؤولية المنتج و الموزع، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، مصر.
2. بن رفيع، منصور محمد، 2014، المسؤولية التقصيرية للمنتج، ص 65، أطروحة ماجستير، جامعة الإمارات، كلية الحقوق، العين، الإمارات.
3. حامق، ذهبية، 2006، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر.
4. نبيل، بن عديدة، 2018، الإلتزام بالإعلام و تواجبه في مجال قانون الإستهلاك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة وهران، الجزائر.
5. الذبابات، نواف، 2013، الإلتزام بالتبصير في العقود الالكترونية، أطروحة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

القوانين و التشريعات

1. قانون اتحادي رقم (15) لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك و اللوائح المنظمة له.
2. قانون اتحادي رقم (5) لسنة 1985 بإصدار قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة و تعديلاته.
3. التوجيه الأوروبي 374-85 مؤرخ في 1985/07/25 يتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة.
4. قرار هيئة التأمين رقم 3 لسنة 2010 تعليمات بشأن قواعد ممارسة المهنة و آدابها الواجب اتباعها من قبل شركة التأمين العاملة في الدولة.

مجموعة الأحكام القضائية

1. المحكمة الاتحادية العليا.
2. محكمة النقض الفرنسية.
3. محكمة النقض – أبوظبي.
4. محكمة تمييز دبي.

المراجع الأجنبية

1. Cass.Civ,1^{ere}ch, 4 October 1977, Gaz Pal, 1978-1-262.
2. Cass.com., 8 Janv. 1973: Bull. Civ., IV, No.16.
3. Cass. Civ., 1^{er} ch. 4 Avril 1991, D.1991, I.R., p.149.
4. Cass. Civ,3^{eme}ch, 7 Mai 1974, Bull. Civ. No. 186, p.140.



رقم أطروحة الماجستير 2022: 93

تتناول هذه الدراسة موضوع الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، حيث فرض القانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك هذا الالتزام على عاتق المزود بصورة ضمنية، ليكفل حصول المستهلك على معلومات صحيحة و واضحة حول السلعة أو الخدمة، و تناولت هذه الدراسة مفهوم الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و تميزه عن بقية الالتزامات المشابهة له، وشروطه و بيان الطبيعة القانونية له، و نطاق تطبيقه من حيث الأشخاص و الموضوع و تحديد جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

يلوى المنصوري حاصلة على درجة الماجستير من قسم القانون الخاص بكلية القانون في جامعة الإمارات العربية المتحدة. حصلت على درجة البكالوريوس من كلية القانون، جامعة الامارات العربية المتحدة، الإمارات.

www.uaeu.ac.ae