



كلية الحقوق جامعة بنها  
قسم القانون المدنى

بحث بعنوان  
الأحكام القانونية لإلتزام وكالة السياحة العلاجية بالإعلام

بحث مستخلص من رسالة دكتوراه  
نحو إرساء نظام قانونى لعقد السياحة العلاجية "دراسة مقارنة"

مقدمه من الباحث / هانى سند السبرباوى

تحت إشراف

الأستاذ الدكتور / سمير حامد الجمال  
الأستاذ الدكتور / محمد أحمد المعداوى

٢٠٢٣

بسم الله الرحمن الرحيم

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا  
مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ  
رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ  
مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ  
وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا  
فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ.

البقرة ٢٨٦

## مقدمة:

أن السياحة العلاجية والاستشفائية هي أحد أنواع السياحة، وهي السفر بهدف العلاج أو الاستجمام في المنتجعات الصحية في مختلف بقاع العالم، وتحل السياحة العلاجية مركزا متقدما بين بقية الأنواع السياحية الأخرى، حيث جاءت بالمركز الثالث بعد السياحة الترفيهية وسياحة الأعمال، مسجلة ١٠% من جملة حركة السياحة العالمية، لذلك اتجهت الكثير من دول العالم الى الاهتمام بالسياحة العلاجية والعمل على تنميتها نظرا لزيادة حجم الطلب عليها وكثرة الفوائد الاقتصادية الناتجة عنها<sup>(١)</sup>.

وعلى الرغم من تلك الأهمية التي لا تحتاج إلى بيان أو تدليل، إلا أنه ليس هناك تنظيم قانوني خاص بالعقد المبرم بين شركات ووكالات السياحة العلاجية وبين عملائها، وهو ما لا يتصور مع ما يمثله هذا العقد من أهمية، لذلك يكون مطلباً مشروعاً السعى من جانبنا نحو

(١) د/ رضا عوض ، السياحة العلاجية بمصر وتنميتها ، مقال منشور بموقع الأهرام ، بتاريخ ١ يناير ٢٠٢٣، متاح على الرابط التالي

<https://gate.ahram.org.eg/daily/News/204352/4/883055/%D9%82%D8%B6%D8%A7%D9%8A%D8%A7-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%A1/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D9%85%D8%B5%D8%B1-%D9%88%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%AA%D9%87%D8%A7.aspx> . زيارة بتاريخ ١٩/٥/٢٠٢٣

وراجع أيضا : د/ ياسمين محمد مسعود ، دور السياحة العلاجية في تنمية قطاع السياحة " دراسة مقارنة" ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠١٧ ، ص ١١؛ د/زهرة وناسي، دور القطاع السياحي في إرساء مضامين التنمية المستدامة: مقارنة من منظور الحوكمة ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة باتنة ١ الحاج لخضر - كلية الحقوق والعلوم السياسية ، الجزائر ، مج ٧، ع ١، ٢٠٢، ص ٤٨٣ - ٥٠١.

إرساء نظام قانوني خاص بعقد السياحة العلاجية، الأمر الذي يكون بالغ الأثر في حل المشكلات القانونية التي يثيرها هذا العقد المزمع إبرامه .

ويتميز عقد السياحة العلاجية بالعديد من الآثار الناشئة عنه، والمتمثلة في التزامات أطرافه في مواجهة بعضهم البعض، حيث يقع على عاتق وكالة السياحة العلاجية طائفة من الالتزامات في مواجهة العميل ( السائح الطبي)، كما يلتزم هذا الأخير ببعض الالتزامات في مواجهتها (١)، ونكتفى في بحثنا بعرض التزامات وكالة السياحة العلاجية على أساس أن الغاية من إرساء النظام القانوني للعقد هي حماية السائح الطبي كطرف ضعيف في عقد السياحة العلاجية الذي يدخل زمرة عقود الاستهلاك (٢)، فالسائح يتمتع بالحماية التي يوفرها قانون الاستهلاك بما ينعكس بدوره على تشديد التزامات ومن ثم مسئولية وكالة السياحة العلاجية بوصفها المهني

(١) يرتب عقد السياحة العلاجية التزامات على عاتق السائح الطبي، هي: التزامه بدفع الأجرة، والاستعمال المألوف للمنشأة الطبية، والاستخدام المشروع للموقع الإلكتروني وعم انتهاك حقوق الملكية الفكرية لمقدم خدمات السياحة العلاجية بشأن محتوى الموقع الإلكتروني. راجع د/ سمير حامد الجمال ، عقد السياحة العلاجية ، بدون ناشر ، ٢٠١٦ ، ص ١٠٣؛ وحول التزامات العميل ( السائح) في عقد السياحة بصفة عامة راجع : د/ أشرف جابر سيد ، عقد السياحة ، دراسة مقارنة في القانونين المصري والفرنسي ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠١ ، ص ٩١ وما بعدها ؛ د/ محمد ربيع أنور فتح الباب، الجوانب القانونية لعقد السياحة: دراسة تحليلية مقارنة بين القانون المصري والقانون الفرنسي ، المجلة القانونية ، جامعة القاهرة - كلية الحقوق - فرع الخرطوم، ٢٠٢٠، مج ٨، ع ٣، ٢٠٢٠، ص ١٠٩٥ وما بعدها.

(٢) أنظر في توضيح ذلك: د/ محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دراسة تحليلية مقارنة ، دار النهضة العربية، ٢٠٠٧، ص ٤٣ وما بعدها ؛ د/ إبراهيم داود ، التوازن المعرفي في العقود ، دار الجامعة الجديدة ، الأسكندرية ، ٢٠١٠، ص ٢٦. وفي الفقه الفرنسي

J. M. GUEGUEN, Le renouveau de la cause en tant qu'instrument de justice contractuelle, D. 1999, chr. 358, n° 35؛ D. BERTHIAU, Le principe d'égalité et le droit civil des contrat, LGDJ, 1999, p. 429.

المتخصص في علاقاتها بغير المهني أو غير المتخصص وهو بمعنى أدق مستهلك الخدمات السياحية<sup>(١)</sup>.

هدياً على هذا التفسير، يلتزم المهنيون في قطاع السياحة بصفة عامة باتخاذ إجراءات السلامة والوقاية من الحوادث، وحماية صحة عملائها، وتوفير نظم التأمين والمساعدة المصممة خصيصاً لهذه المخاطر، ودفع تعويض عادل عن الإخلال بالالتزامات التعاقدية<sup>(٢)</sup>، ويزداد الأمر خصوصية في عقد السياحة العلاجية فالسفر هنا ليس من أجل الترفيه أو الدراسة، وإنما من العلاج في مركز طبي متخصص على يد أطباء يتمتعون بالخبرة الفائقة<sup>(٣)</sup>.

وعليه يكون مطلباً مشروعاً تشديد التزامات وكالة السياحة العلاجية التي تنقسم الى شقين، الأول مرتبط بالخدمات السياحية وهي حجز الأماكن على الطائرات أو وسائل النقل الأخرى، وحجز أماكن الإقامة في الفنادق أو لدى المراكز الطبية المختصة، والشق الثاني مرتبط

---

(١) د/ أحمد السعيد الزقرد ، عقد الرحلة دراسة في التزامات ومسئولية وكالات السياحة والسفر ، المكتبة العصرية ، القاهرة ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٠؛ د/ عدنان ابراهيم سرحان، المهني المفهوم والانعكاسات القانونية، بحث منشور في مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية تصدر من كلية الحقوق بجامعة الاسكندرية، ع ١، ٢٠٠٣، ص ٥٤ وما بعدها.

(٢) راجع المادة السادسة من التقنين العالمي لأخلاق السياحة ؛ ولمزيد من التفاصيل راجع : د/ أسامة أبو الحسن محمد مجاهد، الملامح العامة للتقنين العالمي لأخلاق السياحة ، المؤتمر العلمي السنوي الرابع الجوانب التشريعية والاقتصادية للسياحة ، كلية الحقوق – جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٥ ، ص ٥١ وما بعدها .

(3) LACHIÈZE, Christophe. Les agents de voyages face au tourisme medical, Juristourisme, 2011, n°128, p 22.

بالخدمات الطبية التي قد تتمثل في العلاج وإجراء العمليات الجراحية، بما تحمله من مزايا أو مخاطر للسائح الطبي<sup>(١)</sup>.

إن من أهم تقسيمات العقود هو تقسيمها إلى عقود معاوضة وعقود تبرع، فهناك من العقود ما يأخذ عاقدها مقابلاً لما يعطيه هذه هي عقود المعاوضة، وهناك عقود لا يأخذ عاقدها مقابلاً لما يعطيه، وهذه عقود بغير مقابل، أي عقود تبرع<sup>(٢)</sup>؛ ويعتبر يعتبر عقد السياحة العلاجية من عقود المعاوضة، التي يأخذ فيها كل متعاقد مقابلاً لما يعطي، ويعطي مقابلاً لما يأخذ، كما أنه عقد ملزم لجانبين، يولد التزامات متبادلة ومتعددة ومتشابكة في ذمة أطرافه بحيث يكون كل منهم دائماً ومديناً للآخر في ذات الوقت<sup>(٣)</sup>.

وقد نظم تقنين السياحة الفرنسي بعض التزامات مقدم الخدمات السياحية، ويأتي في مقدمتها التزام وكالات السفر والسياحة بإعلام السائح حيث يعد من أهم وأبرز الالتزامات التي تتحملها، إذ يعتبر حقاً أساسياً للسائح باعتباره مستهلكاً يقتضي المقام حمايته من كافة أشكال الإعلانات المضللة والدعايات الكاذبة التي تؤثر في رضاه وتدفعه للتعاقد دون معرفة صادقة بحقائق الأمور وظروف وبنود العقد<sup>(٤)</sup>؛ ويأتي في تبعها الالتزام بضمان سلامة السائح الذي يحتل نفس المرتبة من حيث الأهمية، حيث يلجأ السائح إلى الوكالة باعتبارها مهنيًا محترفاً؛ لكي يشتري رحلة يحصل من خلالها على العلاج أو الأستشفاء، فالواضح أنه يرغب إضافة

(1) ROQUE, Léo. Le tourisme médical dans l'espace de l'Union européenne: Contribution à la qualification de la relation de soin, 2020, PhD Thesis. Université Montpellier, p14.

(٢) د/ أسامة أبو الحسن مجاهد ، شرح قانون العقود الفرنسي الجديد " شرح تعديل القانون المدني الفرنسي في ٢٠١٦ مقارناً بالقانون المدني في أهم المواضيع ، طبعة نادى القضاء ، ٢٠٢٣ ، ص ٨٦.

(٣) د/ سمير الجمال ، مرجع سابق ، ص ٦٥.

(٤) د/ قصي سلمان هلال، الالتزام بالإعلام في عقد الرحلات السياحية ، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة كركوك - كلية القانون والعلوم السياسية، مج٧، ع٢٤٤، ٢٠١٨، ص ١٢٠ وما بعدها.

إلى تحقيق هذا الغرض ( العلاج) في ضمان العودة إلى وجهته التي انطلق منها سليماً معافياً غير مصاب بأذى في بدنه<sup>(١)</sup>.

أما من ناحية القانون المصري، فالواقع أن القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٧ المعدل بالقانون رقم ١١٨ لسنة ١٩٨٣ بتنظيم الشركات السياحية في مصر لا يتضمن شيئاً التزامات وكالات السفر والسياحة تاركاً تحديد هذه الالتزامات خصوصاً للقواعد العامة واجتهاد الفقه والقضاء وبعض النصوص الواردة في قوانين أخرى منها القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣، وكذلك بعض القرارات الصادرة عن وزير السياحة منها القرار رقم ٣٤٣ لسنة ١٩٧٤<sup>(٢)</sup>، ويأتي قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ خطوة تشريعية موقفة من المشرع المصري، حيث يمد مظلة الحماية على كل طرف ضعيف اقتصادياً أو معرفياً، ولما كان الفقه يجمع على أن عقد السياحة بصفه عامة وعقد السياحة العلاجية بصفة خاصة من طائفة عقود الاستهلاك<sup>(٣)</sup>، فليس هناك ما يمنع من تمتع السائح الطبي بالحماية المقررة قانون الاستهلاك بإعتباره "مستهلك طبي".

ونكتفى في بحثنا بعرض التزام وكالة السياحة العلاجية بالإعلام، فلا شك أن حماية رضاء المتعاقد عموماً والسائح المستهلك خصوصاً تتطلب فرض بعض الالتزامات على المهني لصالح الأول؛ لعل أهمها الالتزام بالإعلام باعتبار المدين به هو من يحوز البيانات أو المعلومات الجوهرية المتعلقة بشروط وظروف التعاقد ومحله فيدون فرض مثل هذا الالتزام يتعذر

---

(١) د/ عابد فايد عبد الفتاح فايد ، الإلتزام بضمان السلامة في عقود السياحة في ضوء قواعد حماية المستهلك " دراسة مقارنة " ، دار الكتب القانونية ، المحلة الكبرى، ٢٠١٠ ، ص ٦.

ROQUE, Léo. Le tourisme médical dans l'espace de l'Union européenne: Contribution à la qualification de la relation de soin, op – cit, p261.

(٢) د/ عبد الفضيل محمد أحمد ، وكالات السفر والسياحة من الوجهة القانونية ، مكتبة الجلاء الجديدة ، المنصورة ، ١٩٩٣ ، ص ١٦٢.

(٣) د/ محمد حسين منصور ، القانون السياحي " الشركات والمنشآت السياحية، الإرشاد السياحي ، عقود الإيواء والخدمات والوكالة، المسؤولية والإستثمار والإلتئمان السياحي والتحكيم ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠١١ ، ص ١٤١.

على المستهلك اتخاذ القرار الصائب بشأن إبرام عقد الاستهلاك من عدمه، والحق أن مثل هذا الالتزام يحقق مصلحة الطرفين<sup>(١)</sup>.

ويعتبر الالتزام بالإعلام احد إبداعات الفكر القانوني الحديث؛ حيث ابتكره القضاء وأسسَه الفقه وتبناه التشريع في غالبية دول العالم لسد بعض أوجه النقص في القانوني المدني، وبشكل خاص في معالجة الصور الحديثة لعدم التوازن العقدي في العقود الاستهلاكية<sup>(٢)</sup>.

وبالتطبيق على عقد السياحة العلاجية موضوع البحث، فمحور فكرة هذا الجزء من البحث يدور حول مسألة تقديم المعلومات والبيانات للسائح الطبي من قبل شركة وكالة السفر والسياحة العلاجية، فالالتزام بالإعلام في عقد السياحة وجد لحماية الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، إذ انه يعمل على التقليل من التفاوت المعرفي بين المتعاقدين، وعقد السياحة يعد من العقود التي يكون فيها اختلال أو عدم تكافؤ معرفي بين عاقديه<sup>(٣)</sup>.

فوكالة السياحة والسفر هي طرف محترف تمتلك المعلومات والبيانات الكافية عن عقد السياحة، وفي مقابل ذلك هنالك طرف ضعيف من ناحية المعلومات يجهل ما تمتلكه شركة السياحة والسفر من المعلومات والبيانات كونه طرف غير محترف ولم تكن لديه الخبرة التي تؤهله لإبرام عقد السياحة برضا سليم ومنتور، فعدم الخبرة التي يتصف بها السائح قد تكون

---

(١) د/ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية ٢٠٠٨، ص ٤٦.

(٢) د/ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ١٤٥؛ د/ السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت، الدار الجامعية، بيروت ٢٠٠٦، ص ٢٥.

Ch. Vassili, Conseils, mode d'emploi et mise en garde en matière de vente de meubles corporeles, contribution à l'étude de l'obligation d'informer, Thèse, Paris II, 1985, p. 33.

(3) A. Batteur , Reflexions sur la reglementation nouvelles regissant le contrat de vente de voyages, D , 1996 , Chron , p : 82 .

عامل من العوامل التي تجعل شركة السياحة والسفر تقوم باستغلالها من خلال تقديم خدمات دون المستوى المطلوب أو أنها تقوم بتغيير ما تم الاتفاق عليه معه عند البدء في تنفيذ الرحلة كأن تقوم برفع مقدار الأجر من دون إعلامه بذلك، فذلك كله قد ينشأ نتيجة افتقاره للمعلومات والبيانات التي تخص عقد السياحة<sup>(١)</sup>.

وعليه سنقسم هذا البحث إلى مطلبين كالتالى :

المطلب الأول: مفهوم التزام وكالة السياحة العلاجية بالاعلام .  
المطلب الثانى: طبيعة إلتزام وكالة السياحة العلاجية بالاعلام ومضمونه.

---

(١) د/ جمال عبد الرحمن محمد على ، العقد السياحى ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٣ ، ص ١١٩ وما بعدها .

## المطلب الأول مفهوم التزام وكالة السياحة العلاجية بالاعلام

ولا شك أن مسألة تعريف الالتزام بالاعلام فى عقود الاستهلاك بصفه عامه وعقود السفر والسياحة بصفة خاصة تعد من المسائل الشائكة، ولا شك أن التوصل لتعريف دقيق لهذا الحق يمكننا من فهم أحكامه القانونية ومن بيان المبررات التي دعت المشرع إلى إقراره لصالح المستهلك ، وكذلك تمييزه عن غيره من الالتزامات التي قد تتشابه معه خاصة الالتزامات التي يكون محلها تقديم معلومات.

### أولاً : تعريف التزام وكالة السياحة العلاجية بالاعلام مبررات تقريره :

أن التعريف القانوني لأي فكرة يقدم فائدة كبيرة لكل نظام قانوني فمن ناحية، فالتعامل مع أي واقعة أو ظاهرة اجتماعية لا يمكن تحليلها قانونياً إلا بإدخالها أو بإلحاقها بطوائف أو مفاهيم قانونية، بشرط أن يتم تعريف وتحديد هذه المفاهيم بدقة ومن ناحية أخرى، فالتعريف القانوني لأي فكرة وتحديدتها يساعد على الاستقرار القانوني، لأنه يؤدي إلى تحديد دقيق للأفكار، الأمر الذي ييسر للقاضي تطبيق القانون واستنباط حلول موحدة لكل المشاكل التي تثار في المجتمع<sup>(١)</sup>.

(١) فالتعريف يجب أن يكون دقيق ومؤكد حتى يمكن تطبيقه.

"Il faut que la définition soit assez nette et certaine pour pouvoir être appliquée".

وحول الشروط الواجب توافرها في التعريف القانوني راجع : د/ فايز محمد حسين ، الأسس العامة مع التطبيق على الاتجاهات التشريعية الحديثة في التنظيم القضائي ، المؤتمر العلمي الدولي: الإتجاهات التشريعية الحديثة في التنظيم القضائي ، جامعة الإسكندرية - كلية الحقوق ، ٢٠١٠ ، ص ٥٨١ ؛ وأيضا راجع د/ عبد الهادي العطاوي ، الاصطلاح وسلامة الفكرة القانونية ، مجلة الاقتصاد و القانون ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث ، س٤٠ ، ١٩٧٠ ، ص ٣٨٥ .

وبتطبيق ذلك المنهج على موضوع الإلتزام بالإعلام، يكون مطلباً ملحاً بيان موقف التشريع من ناحية، والفقهاء من ناحية أخرى، وأخيراً موقف القضاء ، ويسبقهما جميعاً موقف اللغاه من تحديد مفهوم الإلتزام بالإعلام.

فى البداية وقبل تعريف الإلتزام بالإعلام نذكر أنه قد جاء فى كتاب لسان العرب لابن منظور الإفريقي أن الإعلام من الفعل "علم" ، وعلمت بالشئ أى عرفتة ، وعلم بالأمر يعنى تعلمه وأتقنه وتحصل على حقيقة الشئ وأدركه<sup>(١)</sup>.

وبعد بيان مفهوم الإعلام فى اللغة، بدأ لنا جلياً أنه بالرغم من التنظيم القانوني للإلتزام بالإعلام فى التشريعات المختلفة إلا أنها جميعاً لم تضع تعريفاً له وبذلك نترك أمر تعريف الإلتزام بالإعلام للفقهاء ومن ثم فقد تعددت المفاهيم والمصطلحات التى تعبر عن المدلول<sup>(٢)</sup>.

أما بشأن تعريف الإلتزام بإعلام السائح ، فلم يرد نص خاص يحدد مفهوم أو معنى إعلام السائح ، اكتفاءً ربما بما ورد فى النصوص العامة لقوانين حماية المستهلك باعتبارها أكثر التشريعات اهتماماً وتفصيلاً لهذا الإلتزام ، وكذا القواعد العامة الواردة فى القانون المدني<sup>(٣)</sup>، سوى بعض النصوص التى تصب فى ذات المعنى وتؤكد على الدور الجوهرى لوكالات السفر والسياحة فى التسويق والترويج السياحي ، وبيان بعض المعلومات الضرورية<sup>(٤)</sup> .

(١) ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، المجلد التاسع، ط٤، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، ٢٠٠٥، ص٢٦٤.

(٢) د/ مصطفى أحمد أبو عمرو، الإلتزام بالإعلام فى عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨، ص٢٨. لم يعرف المشرع الفرنسى أو المصرى الإلتزام بالإعلام حيث أثار ترك المجال للفقهاء والقضاء لوضع التعريف المناسب، والذى يتلائم مع تطور عقود الاستهلاك ووسائل إبرامها.

(٣) انظر مثلاً المواد : ٦١ و ٧١ و ٣٥٢ من القانون المدني الجزائرى ، المقابلة للمادتين ١٤٦ و ٤٩٠ من قانون المعاملات المدنية الإماراتى ، وكذا المادتين 1 - 1112 و L 1589 من القانون المدني الفرنسى .

(٤) L'article 211 - 8 du code de tourisme francais : " Le vendeur informe les interesses, par écrit prealablement a la conclusion du contrat , du contenu

وقد تباينت التعريفات التي تبناها الفقه الفرنسي عن تلك التي تناولها الفقه المصري وهو الأمر الذي سنعرض له من خلال بيان تعريف هذا الالتزام في كل من مصر وفرنسا<sup>(١)</sup>.

فيرى جانب من الفقه المصري أن المصطلح الصحيح لهذا الالتزام هو الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد فعرفه بأنه: التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل مستتير على علم بكافة تفاصيل هذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدها أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بها وعلى جميع هذه الاعتبارات الالتزام بالإدلاء بالبيانات<sup>(٢)</sup>.

بينما يرى جانب آخر من الفقه أن مضمون الالتزام هو الالتزام بالإفصاح ويعنى به إعلام أو تحذير أحد المتعاقدين الذي يكون في مركز أقوى من المتعاقد الآخر باخطار الطرف الآخر في العقد بكافة البيانات عند إبرامه للعقد والتي تساهم في تكوين الرضا الحر المستتير والتي تمكن

des prestations proposes relatives au transport et au sejour , du prix et des modalites de paiement , des conditions d'annulation du contrat ainsi que des conditions de franchissement des frontieres " .

(١) ومن جانبنا نرى أن مهمة وضع التعريفات هي مهمة الفقه والقضاء وليست مهمة التشريع لأن تعريف المشرع ملزم لا يجوز الخروج عنه إلا بتشريع مماثل، أما تعريف الفقه والقضاء فهو مفسر يجوز الخروج عليه أو عدم التقيد به وفقاً لظروف وحاجات المجتمع، فترك هذه المهمة للفقه والقضاء يحقق للقانون المرونة الكافية لتلبية حاجات المجتمع حسب ظروفه وتطوره دون حاجة إلى تغيير أو تعديل التشريع نفسه.

(٢) د/ نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية قضائية مقارنة، دار النهضة العربية، ١٩٩٩، ص ١٥، ص ١٦؛ د/ أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، ٢٠٠٩، ص ٩٤.

المتعاقد الضعيف من الإقدام على العقد عند إبرامه أو التحلل منه إذا شاء ثم إيجاد نوع من التعاون بين الطرفين لتنفيذ العقد<sup>(١)</sup>.

والبعض يطلق عليه الالتزام بالإفشاء، والالتزام بالإفشاء يفترض جهل المستهلك ببيانات هامة عن السلعة التي يقوم بشرائها وأن يكون جهله لهذه البيانات مشروعاً نتيجة استحالة علمه بها ويكون الهدف من الإفشاء وهو تبصير المستهلك بمعنى إزاله جهله بالسلعة وجعله في وضع يتمكن معه استعمالها والاستفادة منها بطريقة آمنة دون أن يكون عرضة لأي مخاطر<sup>(٢)</sup>. وتعليقاً على ذلك إن الالتزام بالإفشاء يقوم بالنسبة للمنتجات الخطرة فبائع هذه المنتجات منتجاً كان أم بائعاً يلتزم بالإفشاء للمستهلك بطريقة استعمالها وبالاحتياطات اللازمة لتجنب ما تنطوي عليه من مخاطر وقد عبرت محكمة النقض عن هذا المبدأ في حكم ديسمبر ١٩٨٢<sup>(٣)</sup>.

وينحو بعض الفقه إلى أن هذا الالتزام هو في الواقع التزام بالتبصير ويقصد به "تثبيته أو اعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع عليها حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء ما فيه وهدفه من إبرام العقد"<sup>(٤)</sup>.

والجانب الآخر من الفقه يطلق عليه الالتزام بالإعلام فعرف هذا الالتزام بالإعلام بأنه "الالتزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاماً صحيحاً

---

(١) د/ سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالأفصاح في العقود، القاهرة، دار النهضة العربية، ط١، ٢٠٠٠، ص٨؛ د/ جمال عبد الرحمن محمد، المسؤولية المدنية للمفاوض - نحو تطبيق القواعد العامة على مسؤولية المفاوض عبر الانترنت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٤، ص ٤٦.

(٢) د/ حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشئ المبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، ١٩٩٩، ص٣٦ وما بعدها.

(٣) د/ عامر قاسم القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٢، ص ١١٥، والحكم مشار إليه ص ١١٦.

(٤) د/ سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، ١٩٩٠، ص٤١.

وصادقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه والتي يعجز عن الاحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه بالعقد"<sup>(١)</sup>.

ويتضح لنا من خلال ما سبق أن المصطلحات متعددة لكن مضمونها واحد فالالتزام بالتبصير أو الالتزام بالإعلام أو الالتزام بالافضاء أو الالتزام بالإفصاح أو الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد ، كلها مترادفات والمعنى واحد ، وإن كان استخدام مصطلح الالتزام بالإعلام يبدو أدق المصطلحات للدلالة على المقصود حيث إن الغاية من الالتزام فى النهاية جعل المستهلك على بصيرة تامة بكل ملابسات التعاقد قبل الإقدام عليه حتى يأتى تعاقد بعد ذلك معبراً عن رضاه مستنير صحيح.

ويذكر فى هذا الإطار جانب فقهي جدير بالتأيد، أنه لا يهيم كثيراً تحديد اللفظ الذى يكون من المناسب استخدامه للتعبير عن هذا الالتزام، وما إذا كان إعلام أو تبصير أو إخبار أو إفضاء أو إفصاح، وإنما المهم هو الالتزام ذاته وكيف أنه من شأنه تنوير وتبصير المستهلك حتى يكون على بينة من أمره قبل التعاقد، ويدلل على ذلك بأحد أحكام القضاء الفرنسى الذى استخدم هذه الألفاظ فى نفس الوقت دون تفرقة بينهم"<sup>(٢)</sup>.

هذا من ناحية الفقه المصرى، أما من ناحية الفقه الفرنسى فمن الأهمية بمكان أن نذكر أن الفقيه الفرنسى (جوجلر)، هو أول من جاهد فى سبيل الإعراف بالالتزام بالإعلام، ونادى بضرورة وجود هذا الالتزام، نظراً لأهميته الكبرى فى كل مراحل العقد، ولأنه يشكل أحد مظاهر

(١) د/ خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، حقوق أسيوط، ١٩٩٦، ص ١٠٣؛ د/ حسن عبد الباسط جمعى، حماية المستهلك "الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك"، دار النهضة العربية، ١٩٩٦، ص ١٥؛ د/ جمال عبد الرحمن محمد، المسؤولية المدنية للمتفاوض، نحو تطبيق القواعد العامة على مسؤولية المتفاوض عبر الإنترنت، دراسة مقارنة بين القانونين المصري والفرنسي، مصر، دون دار نشر، ٢٠٠٤، ص ٤٦.

(٢) د/ كريم عزت الشاذلى، النظام القانونى لحماية المستهلك الإلكتروني، رساله دكتوراه، كلية الحقوق، جامعه المنوفية، ٢٠١٨، ص ١٠.

روح التضامن، التي يجب أن تسود في العقود كرد فعل للفردية المفرطة، التي كانت سائدة في القرن التاسع عشر الميلادي<sup>(١)</sup>.

وقد أوضح (جوجلر) أن الحكمة من فرض هذا الالتزام، تكمن في عدم كفاية نظرية عيوب الإرادة لحماية المتعاقد الضعيف، خاصة وأن بعض الفقه يرى فيها إستثناء على الأصل، لا يجب التوسع في تطبيقها.

ويتناول الفقيه الفرنسي (سافاتيه) الالتزام بالإعلام<sup>(٢)</sup>، فيضع له تعريفاً هو "التزام عام سابق على التعاقد، يتحدد محله في قيام المدين به بإخطار الطرف الآخر الدائن به، بكافة البيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه سواء من ناحية شروطه، أم أوصاف الشئ محله، أم مدى سعة التعهدات المتبادلة الناشئة عنه، فهو على حد قول الفقه "يقصد به بصفة عامة إيجاد رضا سليم حر واعى لدى الطرف الآخر، ولا يتضمن تعهداً خاصاً بالقيام بعمل، أو الامتناع عن عمل معين".

وفي صدد التأكيد على وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ذهب الفقيه الفرنسي (جيبستان) إلى أن: "الالتزام بإعلام المتعاقد الآخر بكل ظروف العقد، ما هو إلا وسيلة جديدة تضاف إلى الوسائل التقليدية التي تهدف إلى حماية الرضا، حتى لا يقوم العقد على رضا غير حر من

---

(<sup>1</sup>) M. De Juglar, L'obligation de renseignement dans les contrats: RTD. civ., 1945, T. 43, p. 1 – 2. "Les vices du consentement apparaissent ainsi aux yeux de quelques auteurs classiques comme étant des exceptions qu'il faudrait interpreter restrictivement. Certains invoquent d'ailleurs en ce sens la nécessité de maintenir les contrats aussi stables que possible et rappellent les difficultés que suscite le problème de la réticence au point de vue de sa prevue".

(<sup>2</sup>) SAVATIER (R) : Les contrats de conseil professionnel en droit privé , D. 1972. Chron.

جانب أحد طرفيه فالرضا لا يكون حراً، إلا إذا استند إلى حرية كاملة من المتعاقد في تقدير ظروف التعاقد"<sup>(١)</sup>.

أيضا فقد تناولت الفقيه الفرنسية (أليس) الالتزام بالإعلام، في رسالتها الالتزام بالإعلام في العقود، حيث تذهب إلى القول بأنه: "وتعكس هذه الفروض معنى خلق وسيلة فعالة، لكفالة قدر من الأمانة في العملية العقدية، حيث يكون من شأنها ردع جنوح بعض المتعاقدين، إلى التعسف في الإفادة من وضعهم المتميز، في مواجهة الطرف الآخر، هذا الوضع المتميز بسبب ما في حوزة الأول من معلومات وخبرة لا يملكها الثاني، يستوى في ذلك أن يكون هذا الوضع المتميز بسبب ما في حوزة الأول من معلومات وخبرة لا يملكها الثاني، يستوى في ذلك أن يكون هذا الوضع المتميز، قد نشأ نتيجة وضع طبيعي، أو كان نتيجة وضع مكتسب"<sup>(٢)</sup>.

في النهاية يتضح لنا أن الفقه الفرنسي كان له السبق في تناول الالتزام بالإعلام قبل أن يتناوله المشرع الفرنسي، أيضا فإن القضاء الفرنسي وبحق كان رائداً في تبني هذا الالتزام الأمر الذي يمكن معه القول أن هذا الالتزام قضائي النشأة.

ونجد أن القضاء الفرنسي قد شاب مسلكه في بادئ الأمر شئ من الحذر والتردد ففي سنة ١٩٤٠ لم يكن بالإمكان أن نقر بأن هناك اتجاهاً قضائياً ثابتاً في هذا الخصوص وكل ما يمكن رصده في تلك الفترة هو عدة أحكام متناثرة تتعلق بعضها بمدى اعتبار كتمان أحد الطرفين في المرحلة السابقة على التعاقد لبيان معيناً قرينة على التدليس من عدمه"<sup>(٣)</sup>.

(١) Ghestin (J.) : Traité de droit civil, Les obligations, Le contrat, L.G.D.J., 1980, no 455.

(٢) Alisse Jean : L'obligation de renseignement dans les contrats, thèse, Université de droit d'économie et de sciences sociales de Paris, 1975, Paris II , p.10.

(٣) د/ محمد إبراهيم دسوقي، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للطباعة، أسيوط ١٩٨٥، ص٢.

غير أنه ومع مطلع القرن العشرين يمكن القول بأن اتجاهاً قضائياً بشأن اعتبار الكتمان تدليساً قد بدت تتضح معالمه وإن كنا لا نستطيع أن نؤكد أن القضاء حتى ذلك التاريخ كان يقصد إلى تقرير التزام حقيقي بالإعلام على عاتق من يعلم لصالح من يجهل إذا الأمر لم يكن بعد مجرد تكييف واقع معين، أي لا يتجاوز مجرد الفصل في مسألة معينة تتمثل في ميل اعتبار الكتمان تدليساً من عدمه دون القصد إلى التقرير بوجود التزام بالإعلام على عاتق أحد الطرفين لصالح الآخر<sup>(١)</sup>.

وبعد سنوات الربع الأول من القرن العشرين بدأ القضاء يتبنى صيغة جديدة مؤداها أن "التدليس يمكن في ظروف معينة أن ينتج من سكوت أحد الطرفين، وتشكل هذه الصيغة البداية الحقيقية في طريق إقرار القضاء بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد. فالشخص الذي يعلم مقدماً مدى أهمية بيان معين بالنسبة لمن يتعامل معه ويعلم في نفس الوقت جهله به فإنه يكون سئ النية ان التزم الصمت<sup>(٢)</sup>.

وبالتطبيق على عقد السياحة مجال البحث يمكن تعريف الالتزام بالإعلام بأنه "بحق السائح في الإعلام حقه في تزيده وتثويره من قبل وكالات السفر والسياحة بكافة المعلومات الضرورية عن مضمون عقد السياحة وبرنامج الرحلة السياحية، والجهة المنظمة لها ، وذلك قبل التعاقد من خلال ما يسمى بالبيانات السياحية على الإنترنت ، ثم عن كيفية تنفيذ العقد ، وتكون تلك المعلومات متعلقة بكل تفاصيل الرحلة السياحية<sup>(٣)</sup> .

(١) د/ خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ...، مرجع سابق، ص ١٣.

(٢) لمزيد من التفاصيل حول مراحل التطور القضائي للالتزام بالإعلام قبل التعاقد في نطاق القانون الفرنسي راجع د/ مصطفى أبو مندور ، دور العلم بالبيانات عند تكوين العلاقة العقدية، دار النهضة العربية، ٢٠٠٠، ص ١٩٥ وما بعدها.

(٣) A. Batteur , Reflexions sur la reglementation nouvelles regissant le contrat de vente de voyages, D , 1996 , Chron , p : 82 .

د/ أشرف جابر سيد ، عقد السياحة ، دراسة مقارنة في القانونين المصري والفرنسي ، مرجع سابق ، ص ٦٣ .

ويتبنى جانب آخر من الفقه في ضوء السياحة العلاجية تعريفا مفاده انه " التزام يقع على عاتق مقدم خدمات السياحة العلاجية يلتزم بمقتضاه بتزويد السائح الطبي بالمعلومات الكافية والرد على بعض الاستفسارات التي تلزم للحد من الصدمة الثقافية التي توجد في دولة العلاج وتبصيره بالمسئول عن تحمل المخاطر والمضاعفات المحتملة" (١).

من خلال التعريفات السابقة ، يتجلى لنا بوضوح أهمية هذا الحق بالنسبة للسائح من عدة جوانب، فعدم المساواة الفعلية الاقتصادية والفنية بين طرفي المعاملة أو العقد ، وهما وكالات السفر والسياحة وعميلها السائح، فضلا عن حاجة هذا الأخير إلى التبصير والحصول على المعلومات والبيانات الكافية التي تدفعه لإبرام عقد السياحة برضا حر وسليم، ذلك أن السائح لا يعرف وكالة السفر إلا من خلال اسمها ودعايتها، كما أنه ربما ليست له دراية كافية بوجهته السياحية ومعالمها وظروف وهاكل الإقامة والغذاء والتنقل وغيرها من البيانات التي تشجعه على إبرام عقد السياحة برغبة وشوق ودون تردد أو خوف، كل ذلك يجعل من شأن هذا الإعلام حسب رأي البعض أن يعيد لعقد السياحة المساواة والتكافؤ بين طرفيه (٢).

كما تظهر أهمية الالتزام بإعلام السائح من حيث القيمة القانونية لركن الرضى في إبرام عقد السياحة ، إذ لا تتحقق ركنية التراضي وصحته ما لم يكن رضا الطرفين سليما خاليا من العيوب المؤثرة ، الأمر الذي يجعل الالتزام بالإعلام كفيلا بتتوير هذا السائح المستهلك ورغبته في التعاقد على بينة وبصيرة من أمره ، ذلك أن الهدف من إقرار حق السائح في الإعلام حسب رأينا هو أبعد من أن ينحصر في سلامة رضائه وخلوه من عيوب الإدارة مهما كان شكلها تديسا أو غشا أو تضليلا أو غلطا أو غيرها مما يؤثر في صحة الرضى وسلامته ، فهو في حقيقته وجوهه إنما يهدف إلى الحصول على رضا مستتير ومتبصر من السائح لإبرام العقد .

(٢) د/ سمير حامد الجمال ، عقد السياحة العلاجية دراسة مقارنة ، مرجع سابق ، ص ٦٦ .

(٢) Solus. H et Ghestin . J et Magnan . M.F : De l'obligation d'information dans les contrats, Essai d'une theorie, de L.G.D.J, Paris, 1992, p 09 .

د/ كوثر سعيد عدنان ، حماية المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠١٢ ،

ثانياً: تمييز التزام وكالة السياحة العلاجية بالإعلام عن غيره من الالتزامات :

الواقع ان الالتزام بالإعلام فى نطاق عقد الاستهلاك بصفه عامه وعقد السفر والسياحة بصفه خاصه يتفق مع بعض الالتزامات، خصوصاً الالتزامات التى يكون محلها تقديم معلومات أو بيانات، الأمر الذى يجعل البعض يعتقد عدم وجود أى اختلاف بينهما، إلا أن هذا الالتزام ظل دائماً متميزاً بذاتية خاصة وسمات مستقلة ، ولعل أكثر الالتزامات تشابهاً مع الالتزام بالإعلام هو الالتزام بالتعاون وكذلك الالتزام بتقديم النصح أو المشورة ، وهذا ما سوف نتناوله فى هذا الموضوع من الرسالة.

### (١) التمييز بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالتعاون:

يقصد بالتعاون فى مجال التعاقد ذلك العمل المشترك بين أطراف العقد فى مرحلة تكوينه أو تنفيذه<sup>(١)</sup>، يتمثل الالتزام بالتعاون فى السلوكيات والتصرفات التى تهدف للعمل على خدمة طرفى العقد وتحقيق مصالحهما المشتركة ، وعلى ذلك فإن الالتزام بالتعاون يعد وبحق تطبيقاً واضحاً لمبدأ حسن النية فى التعاقد بمفهومه الواسع<sup>(٢)</sup>.

وأصبح الالتزام بالتعاون يحتل مكانة هامة سواء فى مرحلة إبرام العقد أو حال تنفيذه ويعنى ذلك أن مبدأ التعاون<sup>(٣)</sup> صار مألوفاً فى الإطار التعاقدى ليعمل على الارتقاء بالطرفين

---

(١) د/ خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ..، مرجع سابق، ص١٦٩؛ د/ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، مرجع سابق، ص٥٦.

(٢) لمزيد من التفاصيل راجع فى الفقه الفرنسى:

J. Mestre, D'une exigence de bonne foi à un esprit de collaboration: Rtd, civ., 1986, p. 100 et s.

(٣) لمزيد من التفاصيل راجع : د/ وفاء حلمى أبو جميل ، الالتزام بالتعاون ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٢؛ د/ رضوان الهادي أحمد، الالتزام بالتعاون فى العقود ، رسالة ماجستير ، حقوق المنصورة ، ٢٠١٧. وانظر فى الفقه الفرنسى مثلاً:

معنوياً وأخلاقياً ويساعد على التخلص من نزعة الأنانية<sup>(١)</sup> والفردية التي كانت تسود المعاملات وما تزال.

ومما سبق نجد أن الالتزام بالتعاون يستقل ويتميز عن نظيره بالإعلام، وبيان ذلك أن الالتزام الأخير يتمثل في سلوك فردى من جانب أحد طرفى عقود الاستهلاك يتمثل فى الإدلاء بالبيانات الجوهرية المرتبطة بمحل العقد أو بنوده أو ما ينشأ عنه من التزامات ؛ ويتميز كلاً من الالتزامين عن الآخر أيضاً من حيث الهدف؛ فالالتزام بالإعلام يهدف لتتوير إرادة الدائن بالالتزام، كما يعمل هذا الالتزام على إعادة التوازن العقدى بين المهني والمستهلك الذى يعد الأضعف اقتصادياً أو قانونياً أو معنوياً.

## (٢) التمييز بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالنصح والمشورة:

يتفق الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى مع الالتزام بالنصح أو تقديم المشورة من حيث إنها جميعاً ترد على تقديم البيانات والمعلومات للدائن بالالتزام، وذلك من أجل معاونته على اتخاذ قرار معين<sup>(٢)</sup>، إلا أن ذلك لا ينفى أن ثمة مظاهر للتباين فيما بينهما.

من حيث المصدر، فالالتزام بالإعلام وكما سبق ذكره يتضح لنا انه التزام عام ، ينشأ فى المرحلة السابقة على التعاقد والاحقة أيضا ، هدفه تتوير إرادة من وجه إليه بالمعلومات والشروط الجوهرية التى يتم على أساسها التعاقد، ومصدره المبادئ العامة فى القانون كمبدأ حسن النية قبل التعاقدى أو نصوص القانون الخاصة كقوانين حماية المستهلك، بعكس الالتزام بتقديم النصح

---

Y. Picod, L'obligation de coopération dans l'exécution du contrat: Jcp. éd.

G-II-3318.

(<sup>1</sup>) M. De Juglar, L'obligation de renseignements dans les contrats, précit., p.1.

(<sup>٢</sup>) د/ سعيد سعد عبد السلام ، الالتزام بالإفصاح فى العقود ، مرجع سابق ، ص ٤٤ ؛ وفى نفس المعنى د/ احمد شهاب ازغيب ، حمايه المستهلك فى عقود الاستهلاك الالكترونيه ، رساله دكتوراه جامعه عين شمس ، ٢٠١٦ ، ص ٢٠٠.

أو المشورة فهو التزام ناشئ عن عقد خاص يكون الهدف منه تقديم الاستشارة أو النصيحة الفنية من ذوى الخبرة، الخلاصة أنه إلزام عقدي يستلزم وجوده اتفاق خاص يقرره<sup>(١)</sup>.

من حيث الغاية من الالتزام، فسبق أن بينا أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى غايته تنوير إرادة المستهلك بالشروط والأوصاف المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد المزمع إبرامه<sup>(٢)</sup>، فى حين أن الالتزام غاية الالتزام بتقديم النصح أو المشورة هو توجيه الدائن ومعاونته فى اتخاذ قرار نهائى بصدد المسألة موضوع الاستشارة<sup>(٣)</sup>.

من حيث محل الالتزام، يتمثل محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى فى تقديم المعلومات والبيانات للمستهلك بطريقة حيادية دون أن يتضمن فى ذاتها حثاً أو دفعا نحو اتخاذ موقف ما بخصوص مشكلة أو قضية معينة<sup>(٤)</sup>. فى حين أن الالتزام بتقديم المشورة لا يقتصر على تقديم معلومات بل يتضمن حثاً أو دفعا نحو موقف معين، يضاف إلى ذلك أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يلتزم به المهني أو المحترف سواء كان بائعاً أو مقدماً لخدمته أما الالتزام بتقديم النصح أو المشورة فلا يلتزم به إلا من تم الاتفاق معه من أهل الخبرة أو المعرفة<sup>(٥)</sup>.

ويجب التنويه أخيراً، أن الالتزام بتقديم النصح أو المشورة يتطلب بذل عناية أكبر فى سبيل تقديم مشورة محددة وواضحة تساعد من تقدم له على اتخاذ قرار حاسم بشأن مشكلة أو مسألة معينة<sup>(٦)</sup>.

(١) د/ إسلام هاشم عبد المقصود، قواعد الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدنى والفقہ الاسلامى، رسالة دكتوراه، حقوق المنوفية، ٢٠١١، ص ١٧٨.

(٢) د/ حسن عبد الباسط جميعى، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، ١٩٩٦، ص ١٧.

(٣) د/ نزيه محمد المهدي، الالتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، مرجع سابق، ص ٩.

(٤) XAVIERE Perron: L'obligation de conseil, thèse Rennes, 1992, p. 564 .

(٥) د/ السيد محمد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ٢٠٠٦، ص ٤٤.

## المطلب الثاني

### طبيعة إلتزام وكالة السياحة العلاجية بالاعلام ومضمونه

بعد أن تناولنا في المطلب الأول دور الفقه والقضاء في تحديد مفهوم الإلتزام بالاعلام الملقى عاتق وكالة السياحة العلاجية، وانتهينا إلى أنه التزم يقع على عاتق مقدم خدمات السياحة، يلتزم بمقتضاه بتزويد السائح بالمعلومات الكافية عن العقد المزمع إبرامه، وعلى هذا فإن هذا الإلتزام يتشابه في وجوه عديدة مع أفكار قانونية أخرى كالإلتزام بالتعاون وكذلك الإلتزام بتقديم النصح أو المشورة إلا أن هذا التشابه لا يحول دون تميز الإلتزام بالاعلام واستقلالة عن تلك الأفكار.

حرى بنا بعد ذلك أن نتناول الاحكام القانونية للإلتزام وكالة السفر والسياحة بالاعلام من ناحيتين ، نتناول في الأولى طبيعة الإلتزام بالاعلام وترجع أهمية تحديد الطبيعة القانونية للإلتزام بالاعلام إلى أثر ذلك على أحكامه القانونية، خاصة فيما يتعلق بتحديد طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال به، وأيضاً فيما يتعلق بتحديد المتعاقد الذي يقع عليه عبء الإثبات، بينما نتناول في الثانية تحديد مضمونه على أساس أن دراسة مضمون الإعلام قبل إبرام عقد السفر والسياحة له دور فعال من أجل تنوير إرادة السائح لكي تصدر إرادة صحيحة منتورة، اما مضمون الإلتزام بالاعلام في مرحلة تنفيذ العقد يهدف الى ضمان سلامة السائح الطبي وتمكينه من الانتفاع بالخدمة محل التعاقد.

### أولاً : طبيعة إلتزام وكالة السفر والسياحة بالاعلام :

ثار الخلاف واحتدم بين الفقهاء حول الطبيعة القانونية للإلتزام بالاعلام قبل إبرام الاستهلاك بصفة عامة والسياحة العلاجية بصفة خاصة، من ناحيتين الأولى من حيث اعتبار الإلتزام عقدي أم غير عقدي، الثانية من ناحية كونه التزم ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة.

---

(٦) J. Ghestin et B. Desche, Traité des contrats, la vente, Lgdj, 1990, p.

## ١- إلتزام وكالة السفر والسياحة بالاعلام عقدي أم غير عقدي :

لا شك أن هناك نوعين من الإلتزام بالاعلام أحدهما ينشأ قبل إبرام العقد، والآخر ينشأ خلال مرحلة تنفيذه والمعروف أن الإلتزام بالاعلام يلزم في مرحلة ما قبل التعاقد ويهدف لتتوير إرادة المتعاقد وإقامة التوازن بين طرفي العقد فيما يخص العلم بالبيانات المتعلقة بالعقد، سواء من حيث بنوده أو محله ، وفيما يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد فإن المشرع قد يفرض على المهني أو المدين الإدلاء ببعض البيانات خاصة تلك المتعلقة بكيفية استعمال المنتجات أو الاحتفاظ بها، وما يلزم في هذا الشأن من احتياطات بهدف ضمان سلامة المستهلك وتمكينه من الانتفاع بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد.

ولم يتفق الفقه القانوني حول تحديد طبيعة إلتزام وكالة السياحة بالاعلام ، فيرى جانب من الفقه ان إلتزام وكالة السياحة بالاعلام بشقيه قبل التعاقدى وبعد إبرام العقد يتسم بطبيعة عقدية ويستندون في ذلك الاتجاه لعدد من المبررات التي تؤيد صحة وجهه نظرهم ، على الجانب الاخر يوجد جانب اخر من الفقه يرى عدم صحة الراى الاول على اساس ان هناك فارق جوهري في طبيعه الإلتزام بالاعلام قبل التعاقدى عن طبيعه الإلتزام بالاعلام التعاقدى .

### (١) إلتزام وكالة السفر والسياحة بالاعلام عقدي دائما :

يؤكد هذا الجانب الفقهي ان إلتزام وكالة السياحة بالاعلام بشقيه قبل التعاقدى يتسم بطبيعة عقدية ويستندون في ذلك الاتجاه لعدد من المبررات التي تؤيد صحة وجهه نظرهم .

اول المبررات التي أبدها انصار هذا الاتجاه هو صعوبة الفصل بين الإلتزام بالاعلام الواجب على المهني قبل التعاقد وبين الإلتزام بالاعلام التعاقدى ، مستنديين في ذلك برأى فقهي يصف التمييز بين الإلتزامين على أساس المرحلة العقدية بأنه تميز مصطنع وذلك على أساس أن الآثار المترتبة على التميز بين مرحلة إبرام العقد ومرحلة تنفيذه قليلة ونادرة ، هذا بالإضافة أن الإخلال بالإلتزام في مرحلة ما قبل التعاقد لا بد وأنها سوف تؤثر على تنفيذ العقد(١).

(١) CHAZAL, J.P, De la puissance économique en droit des obligations, thèse, 1996, No 803.

ثانى المبررات التى أبدها انصار هذا الاتجاه أن ذلك من شأنه التيسير على السائح لأنه سوف يستفيد من قواعد الإثبات فى المسئولية العقدية فما عليه إلا أن يثبت عدم التنفيذ للإعلام حتى تقوم مسئولية المدين بالالتزام بالإعلام<sup>(١)</sup>.

خلاصة الامر أن أنصار هذا الاتجاه يرون ان الالتزام بالاعلام السابق على التعاقد هو التزام عقدى شأنه شأن الالتزام اللاحق أثناء تنفيذ العقد ويستندون فى ذلك على نظرية الخطأ عند تكوين العقد التى قال بها الفقيه الألماني أهرنج<sup>(٢)</sup> ، وبمقتضاها يعد الالتزامات السابقة على التعاقد ، ومنها الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، التزام ذات صفة عقدية ، فيرى أنصار هذه النظرية أن الخطأ فى مرحلة التفاوض هو خطأ عقدى يؤدي إلى تطبيق أحكام المسئولية العقدية وقواعدها على مرتكبه سواء ترتب على هذا الخطأ عدم انعقاد العقد أو بطلانه ، وأن هذا الخطأ يرتب للمضروب حق المطالبة بالتعويض عن الخطأ كعقد لا كواقعة مادية بافتراض وجود عقد سابق على العقد الأصلي هو عبارة عن عقد ضمان مقترض مصدرا لهذا الالتزام<sup>(٣)</sup>.

## (٢) إلتزام وكالة السفر والسياحة بالاعلام غير عقدى:

إذا كان الاتجاه الاول يذهب إلى أن الإلتزام بالإعلام يعد عقدياً فى المرحلتين سالفتى الذكر، وذلك بصرف النظر عن ماهية البيانات التى يلزم الإدلاء بها من جانب وكالة السياحة، فان هذا الاتجاه لم يلقى تأييد غالبية الفقه القانونى ، الامر الذى دفع جانب اخر من الفقه الى القول بان

---

وفى ذات المعنى راجع : د/ عبد العزيز المرسى حمود ، الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام فى عقد البيع ، بدون ناشر ، ٢٠٠٦ ، ص ٥٣ .

(١) د/ أحمد محمد الرفاعى، الحماية المدنية للمستهلك ازاء المضمون العقدى ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٤ ، ص ١٨٧ : ١٨٨ .

(٢) حيث كان الفقيه أهرنج (Ihering) هو أول من نادى بنظرية الخطأ فى تكوين العقد التى تقتضى بقيام المسئولية العقدية تأثر للأخطاء التى تقع بمناسبة إبرام العقد على أساس افتراض وجود عقد سابق على العقد الأصلي ، لمزيد من التفاصيل ، انظر د/ محمد حسين عبد الظاهر ، الجوانب القانونية للمرحلة السابقة على التعاقد ، مجلة حقوق الكويت ، عدد ٢ ، النسخة ٢٢ ، ١٩٩٨ ، ص ٧٦٦ وما بعدها .

(٣) د/ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك فى التجارة الالكترونية ، منشورات زين الحقوقية ، ٢٠١١ ، ص ١٢٢ .

الالتزام بالاعلام فى عقد السياحة يكون التزاما عقدي فقط فى حالة تقديم المعلومات والبيانات أثناء تنفيذ عقد السياحة، اما الالتزام بالاعلام قبل التعاقدى يبقى دائما التزام غير عقدي .

ولقد ساق أنصار هذا الرأى العديد من التبريرات للتدليل على صحة رأيهم ، أول هذه المبررات أنه بالنسبة لما قيل بشأن وجود مفترض لكل عقد أو تعهد تعاقدى يسبق عملية التعاقد فقد رد أنصار هذا الاتجاه بأنه فضلا عن عدم وجود ما يدل على تعهد تعاقدى يسبق عملية التعاقد فإن افتراض وجود هذا التعهد السابق ، هو افتراض يعتريه الفساد<sup>(١)</sup> ، بالإضافة إلى أن وجود هذا التعهد يضر أكثر مما ينفع ، فالتعهد السابق على التعاقد سوف يعد تعهداً ثانوياً وتابعا للعقد الأسمى مما يعنى بطلانه فى حالة ثبوت بطلان العقد الأسمى وهو الأمر الذى يهدر كل قيمة موضوعية لهذا الالتزام فى تحقيق حماية السائح الطبى<sup>(٢)</sup>.

وثانى هذه المبررات التى استند إليها أنصار هذا الرأى هو أن ركن الرضا كأحد أركان العقد لم يتحقق بعد حيث إن الالتزام بالاعلام قبل التعاقدى يتم فى المرحلة السابقة على التعاقد وبالتالي فليس من المعقول أن ينشأ الالتزام قبل وجود مصدره<sup>(٣)</sup>.

خلاصة الامر، يعتمد هذا الاتجاه على أساس الالتزام بالاعلام قبل التعاقد، فقد يجد هذا الالتزام أساسه فى المبادئ العامة فى القانون وفى مقدمتها مبدأ حسن النية فى العقود الذى يجب أن يسود العلاقة العقدية ليس فقط فى مرحلة تنفيذه وإنما فى مرحلة التفاوض أيضاً<sup>(٤)</sup> ، كما أنه قد يجد أساسه فى نصوص القانون كمنص المادة (٤١٩ مدنى مصرى)<sup>(٥)</sup> ، ونصوص القوانين

(١) د/ أشرف محمد أبو حسين ، التزامات البائع فى التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة فى ظل أحكام القانون المدنى والفقہ الاسلامى ، مرجع سابق ، ص ١٠٩ .

(٢) د/ حسن عبد الباسط جمعى ، شروط التخفيف والاعفاء من ضمان العيوب الخفية ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٣ ، ص ١٩٢ .

(٣) د/ عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك، مؤسسة المعارف للطباعة والنشر، ٢٠٠٤ ، ص ٢٠٥ ؛ انظر أيضاً د/ عبد العزيز المرسى حمود ، الالتزام قبل التعاقدى بالاعلام فى عقد البيع، مرجع سابق ، ص ٥٣ .

(٤) د/ محمد حسن قاسم ، مرحلة التفاوض فى عقد الميكنة المعلوماتية ، دار الجامعة الجديدة ، بدون سنة، ص ٩٥ .

(٥) نص المادة (٤١٩) مدنى مصرى (يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ، ..... ) .

ذات الصلة بحماية المستهلك كنص المادة (٣) من قانون حماية المستهلك المصري الملغى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦<sup>(١)</sup> قانون حماية المستهلك الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، واخيراً يجد أساسه في نصي المادة ١/١١١٢ من قانون العقود الفرنسي بعد تعديله بمرسوم ٢٠١٦/٢/١٠.

على أننا نعتقد أن الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد يظل التزاماً قانونياً يجد مصدره في نصوص القانون التي تفرضه وتحدد محله ونطاقه، فأى منطق يمكن القول بأن التزام المهني قبل التعاقد بالإعلام هو التزام عقدي على الرغم من أن العقد لم ينشأ أصلاً هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنه يمكن القول بأنه وعلى الرغم من أهمية الرأي الأول ودوره في التأثير على السائح في مسألة إثبات خطأ المهني حال إخلاله بأداء الالتزام إلا أن حماية السائح لا يجب أن تكون على حساب المنطق القانوني وضوابطه.

## ٢- التزام وكالة السفر والسياحة بالإعلام التزام ببذل عناية ام بتحقيق نتيجة :

يقصد بالالتزام بتحقيق نتيجة (٢) "الالتزام الذي يجب على المدين فيه أن يحقق نتيجة معينة، فمضمون الأداء الذي يلتزم به المدين هو بذاته الغاية أو الهدف الذي يسعى إليه الدائن". ويعد الالتزام بعمل أو بالامتناع عن عمل المجال الطبيعي لإعمال فكرة الالتزام المحدد أو الالتزام بتحقيق نتيجة. أما الالتزام ببذل عناية، فإنه يعنى (٣) التزام المدين ببذل غاية جهده وعنايته في سبيل تحقيق نتيجة معينة، وإن كان لا يضمن تحققها. وبعبارة أخرى، فإن الالتزام ببذل عناية

(١) نص المادة (٣) من قانون حماية المستهلك المصري، (على المنتج أو المستورد بحيث الأحوال أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات .....).

(٢) أنظر على سبيل المثال : د/ جعفر محمد جواد الفضلي، الالتزام بالإعلام والنصيحة والتعاون في عقد البيع ودوره في حماية المستهلك، دراسة في قرارات المحاكم الفرنسية، الحولية العراقية للقانون، جامعة بغداد، العدد الأول، ٢٠٠١، ص ١٣٠.

(٣) راجع في ذلك: د/ محمد حسام محمود لطفى، النظرية العامة للالتزام، دار النهضة العربية، ٢٠١٧، ص ٥، ٦.

يفرض على المدين بذل العناية في تنفيذ الالتزام ولكنه لا يكون ضامناً لتحقيق النتيجة أو ملتزماً ببلوغها<sup>(١)</sup>.

نستخلص من التعريفين السابقين أن المعول عليه في التمييز بين الالتزامين يتمثل في احتمالية النتيجة، أو في الدور الذي يلعبه الدائن في تنفيذ الالتزام ، وأياً كان معيار التمييز بين نوعي الالتزام، فإن أهمية تلك التفرقة تتمثل في سبب إثارة المسؤولية وعبء إثبات قيامها؛ ففي الالتزام بتحقيق نتيجة نثار المسؤولية المدنية بمجرد عدم تحققها، بينما في الالتزام ببذل عناية فان مسؤولية المدين لا تقوم إلا إذا كان إخلاله بالالتزام وعدم بذل العناية المطلوبة هو السبب في إلحاق الضرر بالدائن.

أوضحنا سلفاً أن هناك نوعين من الالتزام بالإعلام على عاتق وكالة السفر والسياحة، أحدهما ينشأ قبل إبرام العقد، والآخر ينشأ خلال مرحلة تنفيذه ، والذي يهمننا هنا هو ان نحدد طبيعه التزام وكالة السفر والسياحة بالإعلام قبل التعاقدى من حيث كونه التزام ببذل عناية ام بتحقيق نتيجة، وبتطبيق التفرقة سالفة الذكر في مجال التزام المهني بإعلام المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد ، نجد أن الفقه قد انقسم إلى ثلاث اتجاهات مختلفة.

#### (أ) الاتجاه الأول : القائل بأن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى هو التزام بتحقيق نتيجة:

يرى جانب من الفقه أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى يدخل في إطار الالتزامات بتحقيق نتيجة<sup>(٢)</sup> ، بمعنى أن مسؤولية المهني سواء كان منتجاً أم بائعاً أم مقدماً لخدمة تترتب لمجرد ثبوت عدم تحقق النتيجة ولا يستطيع المهني دفع المسؤولية الملقاة على عاتقه إلا إذا أثبتت

(١) د/ إسماعيل عبد النبي شاهين، النظرية العامة للالتزامات، القسم الأول، مصادر الالتزام، بدون ناشر، ٢٠٠٨، ص ١٤، ١٥؛ د/ عبد الودود يحيى، نظرية الالتزام، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، ١٩٩٤، ص ١٠.

(٢) انظر في تأييد هذا الاتجاه د/ محسن شفيق، مسؤولية المنتج (دراسة في قانون التجارة الدولية)، بدون ناشر، ١٩٨٦، ص ٤٢، وانظر أيضاً د/ على سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دار النهضة العربية، ١٩٩٠، ص ١٠٦. د/ عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق، ص ٥٧.

السبب الأجنبي الذي حال دون تحقق النتيجة<sup>(١)</sup> ، وبمعنى آخر يمكن القول إن عدم تحقق النتيجة يفسح المجال كما يقرر البعض لاقتراض خطأ المدين ، بحسبانه قد تختلف عن أداء التزامه<sup>(٢)</sup>.

ويستند أنصار هذا الاتجاه إلى أكثر من حجة لاعتبار الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الالتزام بتحقيق نتيجة ، فذهب جانب من أنصار هذا الاتجاه إلى القول بأن مقتضيات حماية المستهلك وتوفير الحماية الفعالة له تقتضى اعتبار الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام بتحقيق نتيجة وذلك اعتبار أن هذا التكيف القانوني للالتزام بالإعلام قبل التعاقد يعفى المستهلك من عبء إثبات خطأ المهني ، ويكون على الأخير إذا ما أراد نفي المسؤولية أن نقيم الدليل على تنفيذه للالتزام بالإعلام قبل التعاقد الواقع على عاتقه أو يثبت السبب الأجنبي<sup>(٣)</sup>.

يضيف أنصار هذا الاتجاه حجة ثانية مفادها أن اعتبار الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كذلك يتوافق مع المادة (٤١٩) من القانون المدني المصري والتي توجب علم المشتري بحقيقة المبيع علما كافيا بحيث يلتزم البائع بإعلام المشتري بالبيانات والمعلومات الصحيحة والمطابقة لحقيقة المبيع عندما يستحيل على المشتري العلم بها بوسائله الخاصة<sup>(٤)</sup>.

---

(١) د/ أمانج رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، لبنان ، ٢٠١٠ ، ص ٧٣. وانظر كذلك د/ عبد العزيز المرسى حمود ، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق ، ص ٥٦ ، والمراجع المشار إليها في الهامش (٢).

(٢) V. BÉNABENT (A.) : Droit civil, les obligations, 8 éd. Montchrestien. 2001. p.281.

(٣) د/ على سيد حسن ، الالتزام بالسلامة في عقد البيع ، مرجع سابق ، ص ١٠٦.

(٤) د/ عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع ، مرجع سابق ، ص

**(ب) الاتجاه الثاني : القائل بأن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية:**

يرى جانب من الفقه أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يدخل في إطار الالتزامات ببذل عناية<sup>(١)</sup> ، بمعنى أن التزام المهني يقف عند حد تزويد المستهلك بالمعلومات والبيانات اللازمة لتتوير إرادة حتى يأخذ القرار المناسب له سواء بالتعاقد أو العزوف عن التعاقد ، إلا أنه أي المهني لا يضمن تحقق النتيجة المبتغاة وهي علم المستهلك علما كافيا .

ولقد استند أنصار هذا الاتجاه إلى أكثر من حجة لاعتبار الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزاما ببذل عناية ، فذهب جانب من أنصار هذا الاتجاه إلى القول بأن المدين بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد (المهني) ليس بوسعه إجبار الدائن (المستهلك) على اتباع ما يقدمه إليه من نصح وتوجيه وإرشاده ، فكل ما يملكه المهني هو تزويد المستهلك بكل البيانات والمعلومات بكل صدق وأمانة ، أما ضمان استيعاب المستهلك للمعلومات التي تلقاها والأخذ بمضمونها أمر لا قدره للمهني عليه فالأمر يرجع إلى محض إرادة المستهلك<sup>(٢)</sup> .

ويبرهن الواقع على ذلك ، فالدائن (المستهلك) في المرحلة السابقة على التعاقد قد يفهم المعلومات ويستفيد منها في تكوين رأيه وتحديد قراره بشأن إبرام العقد وما يتضمنه من بنود ، وقد يتسرع غير مهتم بها أفضى بما المدين (المهني) من معلومات وما زوده به بيانات كان من شأنها تتوير إرادته<sup>(٣)</sup> .

(١) انظر في تأييد هذا الاتجاه ، د/ محمد شكري سرور ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي ، ١٩٨٣ ، ص ٢٥ ؛ د/ حسام الدين كامل الأهواني ، عقد البيع في القانون المدني الكويتي ، السلاسل للطباعة والنشر، الكويت ، ١٩٨٩ ، ص ٤٧٧. وفي الفقه الفرنسي راجع:

V. LE TOURNEAU (PH.): «Les professionnels ont – ils du cœur » ? D. 1990, chrono P. 21 et 22. BOYER (Y) : thèse Précitée. P279.

(٢) د/ محمد المرسي زهرة ، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٨ ، ص ١٧٩ وأنظر كذلك : د/ محمد شكري سرور ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة ، مرجع سابق ، ص ٢٥ .

(٣) د/ مصطفى احمد أبو عمرو ، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، مرجع سابق ، ص ٧٦ .

وبناء عليه فإن المهني يكون قد أوفى بالتزامه إذا بذل في تنفيذه في العناية ما يبذله الشخص المعتاد ، ويتحمل المستهلك عبء إثبات خطأ المدين وأنه لم يوف بالتزامه كان يثبت المستهلك عدم احتواء المبيع على أي وثائق خاصة ببيان طريقة الاستعمال أو التحذير من مخاطره ، أو عدم كفاية المعلومات المرفقة بالمنتج أو عد صحتها<sup>(١)</sup>.

وقد تبنت بعض الأحكام القضائية هذا الاتجاه ، إذ قضت محكمة النقض الفرنسية بأنه "إذا كان من الثابت أن الالتزام بالإعلام هو التزام بوسيلة ، وإذا ثبت عدم الإدلاء بالمعلومات المتعلقة بشروط استعمال المنتج والاحتياطات الواجب مراعاتها من قبل المستعمل بما يمكنه من استخدامه الاستخدام الأمثل الذي يتطابق مع الغرض الذي خصص من أجله ، فإن محكمة الاستئناف لا تكون قد أخطأت بفرضها على عاتق صانع المنتج هذا الالتزام بالإعلام الذي لا يهدف إلى ضمان النتيجة المطلوبة"<sup>(٢)</sup>.

صفوة القول ، أن المهني إذا كان قد بذل القدر المطلوب من العناية والحرص في تنفيذ الالتزام فلا يكون مسئولاً أمام المستهلك حتى ولم يتخذ هذا الأخير القرار المناسب.

### (ج)الاتجاه الثالث القائل بأن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يتحلل إلى التزامين:

(١) د/ عبد العزيز المرسى حمود ، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع ، مرجع سابق ، ص ٥٥ .

(٢) Cass: 1<sup>er</sup> ch. civ. 23 avril 1985, Préc. : ( si l'obligation de renseignement est une obligation de moyens, le défaut d'information sur les conditions d'emploi d'un produit et les précautions à prendre prive l'utilisateur du moyen d'en faire un usage correct conforme à sa destination. Il ne peut donc être fait grief aux juges du fond d'avoir imposé au fabricant du produit une telle obligation d'information, qui n'étend pas à garantir le résultat recherché).

يرى جانب من الفقه أن الالتزام بالإعلام يتحلل إلى التزامين<sup>(١)</sup> ، أحدهما التزام المدين بنقل وإيصال المعلومات والبيانات إلى الدائن وهو بذلك التزام بتحقيق نتيجة ، بحيث لا يعفى المهني من مسؤوليته عنه إلا بإثبات السبب الأجنبي الذي منعه من تحقيق النتيجة ، وثانية ما هو التزام باستعمال الوسائل المناسبة لنقل المعلومات إلى المستهلك أي انتقاء الوسيلة الملائمة لتحقيق استيعاب الدائن ويعد ذلك التزاماً ببذل عناية بحيث يقع على عاتق المستهلك عبء إثبات خطأ المهني حتى تترتب مسؤولية ، كان يثبت عدم تنفيذه للالتزام مطلقاً أو عدم كفاية المعلومات التي زوره بها المهني.

على الرغم من أهمية الرأي الأول ودوره في توسيع حماية المستهلك من خلال إعفائه من إثبات خطأ المهني إلا ان حماية المستهلك لا يجب أن تكون على حساب المنطق القانوني وضوابطه، فالنتيجة المبتغاة من وراء الإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد هي تنوير إرادة المشتري حتى يأتي قراره بالتعاقد أو عدمه صحيحاً محققاً لمصالحه الخاصة ، ولكن المهني منتجاً كان أم بائعاً أم مقدماً لخدمة لا يضمن هذه النتيجة ولكنه يتعهد فقط ويلتزم ببذل كل ما يستطيع لإحاطة المستهلك بالبيانات والمعلومات التي تضمن سلامة رضائه ، وليس بإمكانه أكثر من ذلك ، لأن الإعلام مهما بلغ درجة دقته ووضوحه وتفصيله لا يكفي وحده لتحقيق النتيجة أي لتحقيق سلامة رضاء المستهلك ، فالأمر يتوقف على مدى استجابة المستهلك للنصح والإرشاد الذي زوره به المهني لذلك ، لذلك فإن الرأي الراجح هو الاتجاه القائل بأن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام ببذل عناية.

صفوة القوة ، أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام ذات طبيعة غير عقدي ولا يمكن نسبته إلى العقد فالعقد لم يولد بعد ، يبذل في تنفيذه المهني عناية الرجل المعتاد ، فهو التزام ببذل عناية ، هذا من ناحية بيان طبيعة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، أما عن أساس الالتزام بالإعلام قبل التعاقد فلقد جاء القانون المدني الفرنسي وكذلك المصري خلواً من نص صريح عليه وأنه أمكن استخلاص هذا الالتزام ضمناً من نصوصه ، حيث أشار إليه المشرع بطريقة ضمنية ،

(١) أشار إلى هذا الاتجاه د/ عبد العزيز المرسي حمود ، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع، مرجع سابق ، ص ٥٦ وأيضاً د/ أمانج رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد، مرجع سابق ، ص ٧٣. وفي الفقه الفرنسي راجع

M. FABRE-MAGNAN, De l'obligation d'information dans les contrats , Essai d'une théorie, LGDJ, 1992, P. 40.

وفى غمرة موجة حماية المستهلك التي نزلت الدول الصناعية في النصف الثاني من القرن الماضي ، تدخل المشرع بتشريعات خاصة بحماية المستهلك نص فيها صراحة على حق المستهلك في الحصول على قدر كبير من المعلومات لتمكنه من إصدار رضاء حر ومستنير ، وفى مرحله أخيرة أدرك المشرع الفرنسي أهمية هذا الالتزام وصرح به في نصوص القانون المدني الفرنسي .

### ثانيا: مضمون إلتزام وكالة السفر والسياحة بالإعلام قبل التعاقدى:

لا شك أن تحقيق الانضباط الكامل للالتزام بالإعلام قبل التعاقدى لا يتوقف فقط على تحديد الشروط القانونية لوجوده ونشأته ومدى ملائمتها للمستهلك ، وإنما لابد بجانب ذلك تحديد مضمونه ومحتواه .

ويقصد بمضمون ومحتوى الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى، البيانات والمعلومات التي تتعلق بالعقد المزمع إبرامه والتي يهيم المستهلك معرفتها ، حتى تستنير إرادته ويكون على بينه من أمره ، ويتخذ قراره بالإقدام أو التراجع عن التعاقد عن بصيره ووعى كامل بالنتائج التي تترتب على هذا القرار أو ذلك<sup>(١)</sup>.

حدد المشرع الفرنسي والمصري في أكثر من موضع المعلومات التي يجب على المهني أن يقدمها للمستهلك لضمان رضاء المستهلك الحر والمستنير بالعقد ، وتأمين استعمال صحيح للسلعة أو الخدمة المقدمة<sup>(٢)</sup> ، ويمكن تصنيف هذه المعلومات في ثلاث طوائف.

(١) د/ عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام في عقد البيع ، مرجع سابق ، ص ٢٦ . وترجع أهمية دراسة محتوى الالتزام إلى أن رضاء المستهلك لا يكون مستنير بصورة كافية إلا عندما تتحقق لديه المعرفة الكاملة بجميع العناصر المتصلة بموضوع التعاقد ، الامر الذى يتيح له مكنة التراجع عن العقد أو الاستمرار فيه.

(٢) J – Calais – Auloy et F. Steinmet , Droit de la consommation , *Droit de la consommation*. Dalloz, 2015, P.55.

وفى الفقه المصري انظر د/ سامح عبد الواحد التهامي ،التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية،

١- محتوى الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في نطاق تقنين الاستهلاك الفرنسي  
وتقنين السياحة الفرنسي .

حدد المشرع الفرنسي في أكثر من موضع المعلومات التي يجب على المهني أن يقدمها للمستهلك لضمان رضا المستهلك الحر والمستفيد بالعقد ، وتأمين استعمال صحيح للسلعة أو الخدمة المقدمة<sup>(١)</sup> ، ويمكن تصنيف هذه المعلومات في ثلاث طوائف .

الطائفة الأولى هي معلومات حول الخصائص أو الصفات المميزة للسلع أو الخدمات ؛ حيث صرح المشرع الفرنسي بهذه الطائفة من المعلومات بالمادة (١١١-١) من تقنين الاستهلاك الفرنسي<sup>(٢)</sup> ، حيث قرر فيها أن (كل مهني بائعا لمال أو مقدما لخدمة ، يتعين عليه قبل إبرام العقد، أن يضع المستهلك في إطار القدرة على المعرفة بالخصائص الأساسية لذلك المال أو تلك الخدمة)<sup>(٣)</sup>.

ويستفاد من هذا النص أنه يجب على المهني أن يحيط المستهلك علما بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة بمعنى أن يتم تزويده بوصف كامل للسلعة أو الخدمة فإذا كان محل العقد سلعة مادية وجب عليه أن يبين خواصها كاملة من حيث الوزن والحجم ودرجة الجودة، أما إذا كانت السلعة غير مادية كبرامج الحاسب الإلكتروني التي يتم تدوينها مباشرة على جهاز

(<sup>1</sup>) J – Calais – Auloy et F. Steinmet , Droit de la consommation , op. cit. P.55.

وفي الفقه المصري انظر د/ سامح عبد الواحد التهامي ،التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق ، ص ٢٦٩.  
(<sup>2</sup>) Article L111-1

Tout professionnel vendeur de biens doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien.

وفي الفقه المصري انظر د/ سامح عبد الواحد التهامي ،التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق ، ص ٢٦٩.  
(<sup>3</sup>) ومما يجدر التنويه إليه أن هذا النص العام ما هو إلا تأكيد تشريعيًا للالتزام بالإعلام السابق تأكيده قضائيًا ، انظر د/ محمد حسن قاسم ، الوسيط في عقد البيع (في ضوء التوجيهات القضائية والتشريعات الحديثة وتشريعات حماية المستهلك) ، دار الجامعة الجديدة ، ٢٠١٣ ، ص ٨٩.

الحاسب الألى للمستهلك وجب عليه أيضاً أن يبين مواصفاتها من حيث حجم البرنامج ونظام التشغيل أو التجهيزات المطلوبة لاستخدامه بصورة صحيحة<sup>(١)</sup>.

وتمثل هذه البيانات حجر الزاوية في الالتزام بالإعلام قبل التعاقد خاصة عندما يتعلق الأمر بسلعة حديثة العرض في الأسواق وتتميز بخطورة ما، أو فيما يتعلق بتعاقد عن بعد الكترونياً عبر شبكة الانترنت حيث لا يتمكن المستهلك من رؤية المبيع وفحصه ويعتمد بصفة أساسية على ما يقدمه المهني من صور للمبيع أو كتالوج على موقعه التجاري والتي عادة ما تتميز بعدم الدقة والإيجاز الشديد ، وبكل الاحوال تلك الرؤية لا تساوى الرؤية الحقيقية والفعلية للمبيع<sup>(٢)</sup>. وإزاء الأهمية الخاصة لهذه البيانات في نطاق التعاقد الإلكتروني ومن أجل تحقيق الحماية المنشودة للمستهلك في نطاق تلك العقود وجب على المهني أن يقوم بعرض صورة ثلاثية الأبعاد للسلعة محل التعاقد حتى يتسنى للمستهلك رؤية السلعة بوضوح وشفافية على شاشة الحاسب الألى<sup>(٣)</sup>.

ويتفق التوجيه الأوربي رقم ٧ لسنة ١٩٩٧ والخاص بحماية المستهلك في التعاقد عن بعد مع المشرع الفرنسي بشأن تزويد المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص والسمات الأساسية للسلعة أو الخدمة<sup>(٤)</sup>.

أما الطائفة الثانية فهي معلومات حول سعر السلع والخدمات وشروط البيع ؛ وقرر المشرع الفرنسي هذه الطائفة من البيانات بنص المادة (١١٣ - ٣) من تقنين الاستهلاك الفرنسي<sup>(٥)</sup> ،

(١) د/ آلاء يعقوب النعيمي ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، حث منشور في مجلة كلية الحقوق - جامعة النهريين ، مجلد ٨ ، عدد ١٤ ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٥.

(٢) د/ كوثر سعيد عدنان ، حمايه المستهلك الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص ٢٣٨.

(٣) د/ سامح عبد الواحد التهامي ، التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق ، ص ٢٧٢.

(٤) راجع المادة (١/٤/ب) من التوجيه الأوربي رقم ٧ - ٩٧ المتعلق بحماية المستهلكين في مجال التعاقد عن بعد/

(٥) Article L113-3

Tout vendeur de produit ou tout prestataire de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la

ويجرى نص هذه المادة على أن "كل بائع لمنتج أو مقدم لخدمة يتعين عليه ، سواء بطريق الطبع أو لصق البطاقات أو الفيشات أو بأية طريقة مناسبة ، أن يحيط المستهلك علماً بسعر البيع ، وبالشروط الاحتمالية المحددة للمسئولية العقدية ، والشروط الخاصة بالبيع حسب النماذج في المراسيم الصادرة من وزير الاقتصاد بعد أخذ رأى المجلس القومي للاستهلاك"<sup>(١)</sup>.

ويستفاد من هذا النص أنه يتعين على كل شخص محترف منتجا كان أم بائعاً أم مقدم لخدمة تزويد المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بسعر البيع وبكافة الشروط المحددة أو المعفية من المسئولية.

الإعلام بالأسعار من البيانات الهامة والضرورية للمستهلك حيث تؤثر بشكل كبير على قراره بالإقدام على التعاقد أو العزوف عنه ، بمعنى أن المستهلك قد يقتنع بجودة سلعة أو خدمة ولكن يكون سعرها مبالغ فيه ويفوق قدرته المالية عندئذ لا ملجأ له سوى عزوفه عن التعاقد<sup>(٢)</sup>.

وفيما يتعلق ببيان سعر المنتج وجب على المهني أيضاً، أن يبين ما إذا كان السعر صافياً أم إجمالياً يتضمن بالإضافة إلى ثمن السلعة أو الخدمة تكاليفها كالضرائب أو كلفة الشحن أو التسليم<sup>(٣)</sup>.

لا يمكن القول أن إرادة المستهلك قد استتارت بمجرد علمها بسعر السلعة أو الخدمة وإنما يجب أن يحاط علماً فضلاً عن ذلك بالشروط الخاصة بالبيع<sup>(١)</sup> ، حيث ينبغي علي المهني أن

---

responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente, selon des modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation.

(١) وجدير بالملاحظة أن المشرع الفرنسي قد ربط بين الإعلام بسعر السلعة أو الخدمة وبين الإعلام بشروط العقد، الأمر الذي انتقده جانب من الفقه واستحسن ضرورة الفصل بينهما وجعل الإعلام بشروط العقد بنص مستقل. راجع د/ محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٦ ، ص ٥٠.

(٢) د/ مصطفى احمد أبو عمرو ، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك ، مرجع سابق ، ص ١١٧.

(٣) د/ آلاء يعقوب النعيمي، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٣٥، وفي نفس المعنى راجع، د/ محمد حسين منصور، المسئولية الإلكترونية، مرجع سابق ، ص ١٤٣.

يحدد بدقة المدة التي يكون فيها العرض قائم وملزم خصوصا في العروض المقدمة عبر شبكة الانترنت. ويرتبط بيان شروط البيع أيضا ببيان كيفية تنفيذ العقد فيحدد للمستهلك وسائل الدفع التي يمكن استخدامها لدفع الثمن ، والمدة التي يسلم فيها المبيع ، وخدمات ما بعد البيع، وكذلك بيان إذا كان للمستهلك الحق في العدول عن العقد.

ولا يقف الأمر عن حد إعلام المستهلك بسعر المبيع وشروط البيع ، إذ يتعين على المهني فضلا عن ذلك أن يقوم بإعلام المستهلك بكافة الشروط والبنود المحررة أو المعفية من المسؤولية العقدية ، وتبدو العلة من وراء هذا البيان هو ما يترتب على هذه الشروط من آثار قانونية هامة تمس مصالح المستهلك حيث يترتب عليها حرمانه من حقه (كلياً أو جزئياً) من الرجوع على المهني الذي أخل بالتزاماته العقدية ، ومن ثم فلا يمكن إلزام المستهلك ببند الإعفاء من المسؤولية العقدية رغم ما يترتب عليه من آثار خطيرة وهو لا يعلم بها شيء ، بل من الواجب أن يتحقق العلم الفعلي والرضا الصحيح والمستتير بشروط الإعفاء من المسؤولية حتى يلزم المستهلك بها<sup>(٢)</sup>.

وانتقد جانب الفقه نص المادة سالف الذكر فيما يتعلق بضرورة إعلام المستهلك بجميع التحديدات والقيود المحتملة للمسؤولية العقدية ، حيث يرى هذا الرأي أن هذا النص يحيز ضمناً الشروط المحددة للمسؤولية العقدية الأمر الذي يتعارض بشكل خارج مع نص المادة (١٣٢) –

(١) ويقصد بالشروط الخاصة هي (الشروط التي لا يفرضها القانون ولكنه يشتمل عليها نموذج مقمدا وتسرى في حق جميع المشتريين المحتملين ) راجع ،

J . Oalais – Aouloy et F. Steinmetz, op. cit. P. 58.

(٢) انظر دراسة مفصلة حول حماية المستهلك في اتفاقات الاعفاء من المسؤولية العقدية د/ خالد جمال أحمد ، الحماية القانونية للمستهلك في اتفاقات الاعفاء من المسؤولية العقدية ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٩ ، ص ٦٩ وما بعدها ، انظر كذلك في عرض موجز لهذه الجزئية د/ حسام الدين كامل الاخواني ، حماية المستهلك في إطار النظرية العامة للعقد ، بحث مقدم لندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها كلية الشريعة والقانون بجامعة الامارات العربية المتحدة خلال الفترة ٦-٧ ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ١٩.

(١) من تقنين الاستهلاك التي تبطل جميع شروط الإعفاء أو التحقيق من المسؤولية باعتبارها شروط تعسفية<sup>(١)</sup>.

ويرى جانب آخر من الفقه (نؤيده) أن الرأي السابق محل نظر رغم وجاهته لأن البنود أو الشروط المتضمنة إعفاء المهني من المسؤولية أو تحقيقه أو تحديدها قد تكون تعسفية وقد لا تكون كذلك فالأمر رهين بكل حالة على حده وما يتصل بها من ظروف<sup>(٢)</sup>.

وفى هذا الإطار يمكن أن نذكر أن تشريع الثقة في الاقتصاد الرقمي قد دعم من التزام المهني بالإعلام بشأن الثمن ، فوجب على المهني الذي يباشر نشاط التجارة الالكترونية أن يذكر الثمن بطريقة واضحة دون لبس وأن يوضح بصفة خاصة ما إذا كان الثمن متضمنا الضرائب ونفقات التسليم أم لا<sup>(٣)</sup>.

واخيراً الطائفة الثالثة هي معلومات حول هوية المهني ؛ هذه الطائفة من البيانات مقررة بالمادة (١٢١ / ١٨) وذلك بعد تعديلها بمقتضى المرسوم ٧٤١ لسنة ٢٠٠١ حيث نصت على أنه "دون المساس بالمعلومات الواردة بالمواد (١١١ / ١ ، ١١٣ / ٣) وتلك المنصوص عليها لتطبيق المادة ٢١٤ / ١ ، يجب أن يشمل الإيجاب بالتعاقد المعلومات الآتية : اسم بائع المنتج أو مقدم الخدمة ، رقم هاتفه ، عنوانه ، وإذا تعلق الأمر بشخص معنوي مركز إدارته ، وإذا كان مختلفا ، عنوان المؤسسة المسؤولة عن الإيجاب"<sup>(٤)</sup> .

(١) J. Calais – Aujoy et F. Steinmetz .op. Cit . P. 58.

(٢) د/ خالد جمال احمد ، الحماية القانونية للمستهلك في اتفاقات الاعفاء من المسؤولية ، مرجع سابق ، ص ٩٨ .

(٣) د/ أسامة أبو الحسن مجاهد ، الوسيط في قانون المعاملات الالكترونية ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٧ ، ص ٢٦٩ - ٢٧٠ .

(٤) Article L121-18

Sans préjudice des informations prévues par les articles L. 111-1, L. 111-2 et L. 113-3 ainsi que de celles prévues pour l'application de l'article L. 214-1, l'offre de contrat doit comporter les informations suivantes:

°١ Le nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, des coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact

ويبدو لى من تحليل عبارات هذا النص ، أن المشرع الفرنسي قد إلزام المهني بتزويد المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بهويته ، وذلك ببيان اسمه ، ورقم الهاتف الخاص به ، وعنوانه، وإذا كان المهني شخصا معنويا وجب عليه الإفضاء بالمعلومات المتعلقة بمركز إدارته وعنوان المؤسسة المسؤولة عن العرض إذا كان العنوان مختلفا عن عنوان مركز الإدارة<sup>(١)</sup>.

وحقيقة الأمر أن إعلام المستهلك بهوية المهني هو أمر لا غنى عنه ، وذلك حتى يكون المستهلك على بينة من أمره ، فغالبا ما تكون صفة المهني محل اعتبار فى التعاقد ويتوافر بها

avec lui, son adresse ou, s'il s'agit d'une personne morale, son siège social et, si elle est différente, l'adresse de l'établissement responsable de l'offre;

°٢Le cas échéant, les frais de livraison;

°٣Les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution;

°٤L'existence d'un droit de rétractation et ses limites éventuelles ou, dans le cas où ce droit ne

s'applique pas, l'absence d'un droit de rétractation;

°٥La durée de la validité de l'offre et du prix de celle-ci;

°٦Le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance utilisée lorsqu'il n'est pas calculé par référence au tarif de base;

°٧Le cas échéant, la durée minimale du contrat proposé, lorsqu'il porte sur la fourniture continue ou périodique d'un bien ou d'un service.

Ces informations, dont le caractère commercial doit apparaître sans équivoque, sont communiquées au consommateur de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée.

En cas de démarchage par téléphone ou par toute autre technique assimilable, le professionnel doit indiquer explicitement au début de la conversation son identité et le caractère commercial de l'appel.

(١) وفى نفس المعنى د/ سمير عبد السميع الاودن ، العقد الإلكتروني ، منشأة المعارف ، ٢٠٠٥ ، ص

١٤٣؛ وانظر أيضاً/ محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، مرجع سابق ، ص ١١٩.

عنصر الأمان للمستهلك ، من ناحية حسن سمعة المهني ومدى قدرته على تنفيذ التزاماته<sup>(١)</sup> ، كما أنها تمكنه من الرجوع على المهني إذا اقتضى الأمر<sup>(٢)</sup>.

ويبدو بيان هوية المهني أكثر إلحاحا في عقود الاستهلاك المبرمة عبر وسيط إلكتروني ، ويرجع ذلك إلى أنه في إطار هذه العقود يصعب على المستهلك التأكد من هوية الطرف الآخر في التعاقد وهو ما قد يلحق به ضرر كبير<sup>(٣)</sup>.

وفي ذات السياق نص التوجيه الأوروبي رقم ٧ / ٩٧ الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ ، بشأن حماية المستهلك في العقود عن بعد ، في مضمون الفقرة الأولى من المادة الرابعة بأن تتضمن المعلومات التي يتم تزويدها للمستهلك في العقود المبرمة عن بعد ، هوية المهني المتعامل معه وعنوانه ، هذا أيضاً ما أكد عليه قانون ٥٧٥ / ٢٠٠٤ الخاصة بالثقة في الاقتصاد الرقمي<sup>(٤)</sup>.

اتساقاً مع ما تقدم وإمعاناً في حماية رضا المستهلك قبل إبرام العقد ، شدد المشرع الفرنسي على وجوب مراعاة أوضاع شكلية معينة مصاحبة للالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، حيث إن الشكلية في هذا الإطار أداة لإعلام المستهلك وتبصيره بحقيقة ومدى الالتزام الذي يتحمله في مواجهة المهني.

استلزم المشرع الفرنسي أن يحرر العقد كتابة وأن تصاغ شروط معينة بحروف ظاهرة أو حتى كتابة المستهلك لها بخط يده حتى يلتفت انتباهه إلى أهمية هذا الشرط ، ولقد تضمن القانون الفرنسي تطبيقات عديدة ومتنوعة لهذه الشكلية من هذه التطبيقات ما يلي :

(١) د/ محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية، مرجع سابق ، ص ١١٨.

(٢) د/ محمد حسن قاسم ، الوسيط في عقد البيع ، مرجع سابق ، ص ٩٧.

(٣) ويبرهن الواقع - في رأينا - أن تحديد مصدر كل إيجاب على الانترنت من أكبر الصعوبات التي يواجهها المستهلك في تعاقد عبر شبكة الانترنت ، لذلك نرى صوباً ما قدرته المادة سالفة الذكر بالزام المهني ببيان هويته لان تحديد هوية صاحب الايجاب يتيح انشاء بيئة أمنه ومحل ثقة للمعاملات الالكترونية . قريب من هذا المعنى راجع د/ تامر محمد الدمياطي ، خصوصية محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في إطار العقود الالكترونية ، مجلة الشريعة والقانون بطنطا ، عدد ٢٤ ، الجزء الثالث ، ص ١٧٣٣.

(٤) د/ أسامة أبو الحسن مجاهد ، الوسيط في قانون المعاملات الالكترونية ، مرجع سابق ، ص ٢٦٨.

في مجال البيع في المنزل<sup>(١)</sup> (البيع المصفقى) إلزام المشرع الفرنسي<sup>(٢)</sup> البائع أن يسلم المشتري عقدا مكتوبا وإلا كان التعاقد باطلاً، متضمنا اسم المورد والبائع وعنوان المورد والبائع والمكان الذي تم فيه العقد.

(١) والبيع المصفقى هو "وسيلة تقوم على السعي لدى العميل لتسويق سلعة أو خدمة معينة في موطنه أو في محل إقامته أو في مكان عمله أو في أي مكان آخر غير مخصص لتسويق السلعة أو الخدمة المعروضة عليه"، انظر د/ مصطفى أبو مندور موسى، دور العلم بالبيانات عند تكوين الرابطة العقدية، مرجع سابق، ص ٢٩٣. وفي دراسة متخصصة حول البيع في المنزل راجع، د/ عدنان ابراهيم سرحان، ضمانات الرضا الحر للمستهلك في عقود الاستهلاك المبرمة خارج المشروعات التجارية، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الامارات، عدد ٧٤، ٢٠١٨، ص ٢٣ وما بعدها.

(٢) راجع نص المادة ٢٣ - ١٢١ من تقنين الاستهلاك الفرنسي.

#### Article L121-23

Les opérations visées à l'article L. 121-21 doivent faire l'objet d'un contrat dont un exemplaire doit être remis au client au moment de la conclusion de ce contrat et comporter, à peine de nullité, les mentions suivantes :

- 1° Noms du fournisseur et du démarcheur ; 2° Adresse du fournisseur ;
- 3° Adresse du lieu de conclusion du contrat ;
- 4° Désignation précise de la nature et des caractéristiques des biens offerts ou des services proposés
- 5° Conditions d'exécution du contrat, notamment les modalités et le délai de livraison des biens, ou d'exécution de la prestation de services ;
- 6° Prix global à payer et modalités de paiement ; en cas de vente à tempérament ou de vente à crédit, les formes exigées par la réglementation sur la vente à crédit, ainsi que le taux nominal de l'intérêt et le taux effectif global de l'intérêt déterminé dans les conditions prévues à l'article L. 313-1 ;
- 7° Faculté de renonciation prévue à l'article L. 121-25, ainsi que les conditions d'exercice de cette faculté et, de façon apparente, le texte intégral des articles L. 121-23, L. 121-24, L. 121-25 et L. 121-26.

وفي مجال التعاقد عن بعد ، فرض المشرع الفرنسي نفس الأمر على المهني ، حيث ألزمه في كل إيجاب ببيع مال أو خدمة يتم عن بعد أن يكون في صورة مكتوبة ويتضمن وصف كاملا للمنتج باللغة الفرنسية<sup>(١)</sup>.

ويعنى ذلك ، ضرورة أن تكون البيانات والمعلومات متاحا الكترونيا على موقع المهني بوضوح وشفافية دون خداع أو تضليل ، حيث يعتمد كثير من المهنيين في التعاقد الإلكتروني على استخدام النصوص الخفية في إعلام المستهلك ، بمعنى أن يعتمد المهني وضع ايجابه على احدى صفحات موقعه الإلكتروني ، ثم يضع البيانات والمعلومات محل الالتزام بالإعلام على صفحات أخرى مع إمكانية الوصول إلى الأخيرة من خلال أيقون على الصفحة التي تتضمن الإيجاب<sup>(٢)</sup> ، وانتقد رأى فقهي هذه الطريقة وأشار إلى عدم جواز استعمالها مبررا رأيه بأن هذه التقنية غير واضحة بالنسبة للمستهلك وكثيرا ما يجهل وجودها معلومات<sup>(٣)</sup>.

هذا ولا تكفي بعض القوانين بتقديم المعلومات في موقع المهني على شبكة الانترنت ، إذ تستلزم فضلا عن ذلك أن يعيد المهني أخطار المستهلك بالمعلومات التي سبق وأن قدمها له خلال مدة لا تتجاوز ميعاد التسليم ، وينبغي أن يكون تأكيد المعلومات هذا مكتوبا أو مقدما من خلال وسيط مادي ، كان يتم تأكيد المعلومات للمستهلك بإرسال رسالة عبر البريد الإلكتروني<sup>(٤)</sup>.

فضلا عما تقدم ، اهتم المشرع الفرنسي بكفالة إعلام المستهلك من خلال استخدام اللغة الفرنسية في التعبير عن كل البيانات والمعلومات ، وبدا لنا من ذلك حرص المشرع الفرنسي على

---

(١) د/ ياسر الصيرفي ، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة الوطنية، مجلة القانون والاقتصاد ، عدد ٧٥ ، سنة ٢٠٠٥ ، ص ٥١٥.

(٢) د/ أسامة احمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٤ ، ص ٢١٦ . د / سامح عبد الواحد التهامي ، التعاقد عبر الانترنت ، مرجع سابق ، ص ٢٩١.

(٣) د/ سامح عبد الواحد التهامي ، التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق ، ص ٢٩١ – ٩٩٢ ، ويضاف على ما تقدم من تطبيقات تطبيق خاص بعقود الانتماء ، وكذا عقود التامين.

(٤) انظر المادة الثامنة من التوجيه الأوروبي الخاص بحماية المستهلك في البيوع عن بعد الصادر عام ٢٠٠٠.

أن تكون لغته الوطنية هي اللغة المستخدمة إجبارياً في إعلام المستهلك سواء كانت منتجات وطنية أو مستوردة<sup>(١)</sup>.

أما من ناحية محتوى الالتزام بالاعلام في تقنين السياحة الفرنسي فتظهر في ثلاث بنود:

**البند الأول : البيانات الخاصة بوكالة (شركة) السفر والسياحة :** يهتم السائح كثيراً لاسم شركة السياحة وهويتها ، بل إن أول اهتمامه ورغبته في المعلومات الخاصة برحلته تلك المتعلقة بوكالة السفر . ومن هنا نصت التشريعات على ضرورة إعلام الشركة بهويتها للسائح وهوية وكلاءها ، أو الشركات التي تعمل معها أو تحت إشرافها والمعلومات الأخرى الخاصة بها <sup>(٢)</sup> . وذلك من خلال البيانات الواجب توافرها في دليل أو عقد الرحلة.

**البند الثاني : البيانات الخاصة بخدمات الرحلة السياحية :** تكاد تتفق معظم التشريعات السياحية <sup>(٣)</sup> على إلزام وكالات السفر والسياحة بتبصير السائح بالمعلومات الضرورية الخاصة بالخدمة السياحية بكل دقة وأمانة ، بعيداً عن كل تضليل أو تغيير . ولعل من أبرز تلك المعلومات المهمة لدى السائح ما يتعلق بخدمات ووسائل النقل ، ظروف الإيواء والإقامة ، خدمات الإطعام والوجبات الغذائية ، مسار الرحلة والزيارات والرحلات وغيرها من الخدمات المدرجة في الحزمة أو المتاحة مقابل رسوم إضافية ، الإجراءات الإدارية والصحية المطلوبة

(١) راجع نص المادة الثانية من القانون رقم ٦٦٥ - ٩٤ الصادر في ١٤ / ٨ / ١٩٩٤ (قانون Toubon) ، لمزيد من التفاصيل راجع د/ ياسر الصيرفي ، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة الوطنية، مرجع سابق ، ص ٥١٥.

(٢) Voir par exemple L'article 111 - 1/4 du code de consommation francais :

" Avant que le consommateur ne soit lie par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communiqué au consommateur, de maniere lisible et comprehensible, les informations suivantes :

4- Les informations relatives a son identite, a ses coordonnees postales, telephoniques et electroniques et a ses activites, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte " .

(٣) انظر المواد 10 - 211 , 9 - 211 , 8 - 211 L من قانون السياحة الفرنسي .

لاسيما عند المعابر أو المنافذ الحدودية ، ضبط الحد الأدنى من عدد السياح للقيام بالرحلة وإلا تم الإعلان عن إلغائها بمدة لا تقل عن ٢١ يوما قبل الموعد المقرر لبدئها<sup>(١)</sup> .

هدياً على ذلك تلتزم وكالة السياحة بإعلام السائح الطبي بصورة كافية وواضحة ودقيقة: بالمعلومات عن الطبيب الأجنبي حتى يبدد مخاوفه، لأنه قد لا يثق به لقلة المعلومات عنه؛ وبطبيعة العملية الجراحية التي سيخضع لها، وعدد العمليات الجراحية المماثلة التي سبق للطبيب المعالج إجرائها من قبل أو خلال العام، ونسبة النجاح والفشل<sup>(٢)</sup>.

**البند الثالث : البيانات الخاصة بسعر الرحلة السياحية وتكاليفها :** يعد سعر الرحلة السياحية وتكاليفها العنصر الجوهري والأساسي لكلا الطرفين ، بل يعتبر السعر هو المحفز الأول للسائح ، كما يحتل مقدمة الخدمات الرئيسية التي تقدمها وكالات السفر والسياحة . ولذلك لا غرابة من اهتمام تشريعات حماية المستهلك والتشريعات السياحية على حد سواء بعنصر

(١) Therese Rousseau – Houle, La responsabilite des agences de voyages – les tendances de la jurisprudence recente, Les Cahiers de Droit , vol. 24, n 3 , septembre 1983 , p : 649 .

انظر كذلك : د/ يزيد دلال ، الحماية القانونية للسائح في ضوء عقد السياحة ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، جوان ٢٠١٤ ، العدد ١١ ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، ص ١٣٦ .

(٢) د/ سمير الجمال ، مرجع سابق ، ص ٦٩ . ويضيف سيادته " أن العلاقة بين الطبيب والمريض لفترة طويلة جيدة ومميزة، نظرا لوجود عدد من الالتزامات الإلزامية اللازمة لأي إجراء علاجي، وبدون هذه الالتزامات المتبادلة، فإن الطبيب لن يكون قادرا على التحديد الكافي لمخاوف المريض، وتلبية تطلعاته. بيد أن هذه العلاقة تغيرت قليلا وتواجه بعض الصعوبات في مجال السياحة العلاجية، لأن المريض قد لا يعرف الطبيب، كما أن الأخير قد لا يعرف المريض أو يراه إلا وهو مخدر على طاولة العمليات؛ ولم يعد الطبيب هو طبيب الأسرة الذي يعالج الطفل والجد، وباقي أفراد الأسرة لجيلين متتاليين، بالإضافة إلى الاختلافات الثقافية، وصعوبة بدأ علاقة علاجية جديدة مع طبيب أجنبي يتحدث بلغة أجنبية قد لا يفهمها المريض لاسيما مع صعوبة بعض المصطلحات الطبية التي قد يعجز المختصين أنفسهم عن فهمها بصورة صحيحة، مما قد يؤدي لاهتزاز الثقة بين السائح الطبي والطبيب الأجنبي" .

السعر<sup>(١)</sup>. وعلى هذا الأساس يجب على وكالات السفر والسياحة إعلام السائح بشكل دقيق ومفصل عن كافة الأسعار والتكاليف الخاصة بالرحلة السياحية .

وبناء على ذلك متى تضرر السائح الذي حجز رحلة إلى وجهة معينة ، يكفيه إثبات علاقته التعاقدية مع وكالة السفر والضرر الذي أصابه دون حاجة لإثبات خطأ وكالة السفر والسياحة للمطالبة بالتعويض . وقد قضت محكمة النقض الفرنسية في هذا الشأن بمسئولية وكالة السفر والسياحة التي كانت قد حجزت رحلة لأحد عملائها ، تعرف مسبقا احتمال إلغائها بسبب أن التنظيم المعمول به يحظر الرحلات الجوية المستأجرة في بلد المقصد<sup>(٢)</sup> .

## ٢- محتوى الالتزام بالإعلام التعاقدية في نطاق قانون المستهلك المصري .

سار المشرع المصري على نهج المشرع الفرنسي وألزم بموجب نص المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الملغى المنتج أو المستورد بحسب الأحوال أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أي قانون آخر أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون وذلك بشكل واضح تسهل قراءته وعلى النحو الذي يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها<sup>(٣)</sup>.

ومن الجدير بالذكر أن المادة ١١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الملغى قد جاءت ببعض الالتزامات التي تقع على عاتق المنتج أو المستورد ولقد نصت هذه المادة بأن "على المنتج أو المستورد أن يضع على المنتج كله أو بعضه البيانات التالية اسم السلعة، بلد المنشأ، اسم المنتج أو المستورد، اسمه التجاري، وعنوانه، وعلامته التجارية إن

(١) طبقا لما للمادة 1/2 - 111 L من القانون الفرنسي لحماية المستهلك . المقابلة للمواد - 211 L  
12 - 211 L ، 11 - 211 L ، 10 - 211 L ، 8 من قانون السياحة الفرنسي .

(٢) CA de Paris : 20 / 01 / 2012 ، n 10/15715 .

<https://www.legifrance.gouv.fr>.

(٣) د/ إبراهيم داود ، عدم التوازن المعرفي في العقود، مرجع سابق، ص ٦٨.

وجدت ، تاريخ الانتاج ، ومدة الصلاحية ، شروط التداول والتخزين وطريقة الاستعمال والأنواع والسمات والأبعاد والأوزان والمكونات"<sup>(١)</sup>.

ومن الملاحظات الأولية على نص المادة الثالثة من قانون الاستهلاك المصري أن المشرع المصري قد قصر الالتزام ببيان السعر على مقدم الخدمة فقط دون أن يمتد هذا الالتزام صراحة على مقدمي المنتجات الأمر الذي يترتب عليه إفلات الكثير من تجار التجزئة وعارضي السلع من العقاب عن عدم إعلامهم عن الأسعار ولقد دلت الواقع العملي على هذا القصور الذي يتضح وبشدة في أحكام المحكمة الاقتصادية حيث يظهر جلياً أثر عدم إلزام قانون حماية المستهلك للمورد بالإعلان عن أسعار السلع والمنتجات واقتضاره على مورد الخدمات<sup>(٢)</sup>.

ويلاحظ أيضاً على نص المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك المصري أنه لم ينص على إلزام المورد بإعلام المستهلك بشروط التعاقد أو الإعفاء من المسؤولية وكان من الأفضل لو نص المشرع على هذه الطائفة من المعلومات لأنها في الغالب تكون حاسمة في قرار المستهلك باستكمال التعاقد أو التراجع عنه.

وفضلاً عن بيان كل ما يخص الصفات الأساسية للسلع والخدمات والسعر المحدد لها فإن المشرع المصري قد ألزم المهني بموجب نص المادة الرابعة بطائفة جديدة من المعلومات تتعلق بهوية المهني حيث تنص على أنه "على المورد أن يضع جميع المراسلات والمستندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقد مع المستهلك بما في ذلك المحررات والمستندات الإلكترونية البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته وخاصة البيانات المثبتة في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت"<sup>(٣)</sup>.

(١) راجع نص المادة (١) من اللائحة التنفيذية للقانون الملغى.

(٢) راجع د/ كوثر سعد عدنان، مرجع سابق ، ص٢٣٨، وحكم المحكمة الاقتصادية المشار إليه في الجنحة رقم ١٩٥ لسنة ٢٠٠٩.

(٣) راجع نص المادة الرابعة من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

وتعليقا على هذا النص نرى أن المشرع المصري قد أصاب في إقراره لهذه الطائفة من المعلومات لأن تبصير المستهلك بكل المعلومات الخاصة بالمهني بشكل كامل أساس لصدور رضا حر ومستنير بالعقد من المستهلك يضاف إلى ذلك أن اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك قد فصلت وبوضوح مضمون التزام المورد بإعلام المستهلك بهويته الشخصية والتجارية وذلك بموجب نص المادة ١٤ من اللائحة التنفيذية من قانون حماية المستهلك المصري<sup>(١)</sup>.

وفى ذات السياق وفى ضوء المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية فقد قام المشرع المصري بتطوير النظام القانوني الخاص بحماية المستهلك وذلك بإصدار قانون حماية المستهلك الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ وقد اشتمل هذا القانون على عدد من البيانات التي يلتزم المورد بإعلام المستهلك بها لعل أولها البيانات الجوهرية الخاصة بمصدر المنتج وثمانه وصفاته وذلك بموجب المادة (٤) التي قضت بأن "يلزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات وعلى الأخص مصدر المنتج وثمانه وصفاته وخصائصه الأساسية وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون بحسب طبيعة المنتج"<sup>(٢)</sup>.

ولم يكتف المشرع المصري بتكريس الطائفة الأولى من المعلومات وأضاف إليها طائفة ثانية حيث يلزم المورد بأن يضع البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته كعنوانه وطرق الاتصال به وسجله التجاري وعلامته التجارية وذلك بموجب نص المادة (٥) من القانون الجديد حيث قضت بأن "... كما يلزم بأن يضع عليها البيانات التي من شأنها تحديد شخصية وعلى الأخص عنوانه وطرق الاتصال به وبيانات كثيرة في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت ..."<sup>(٣)</sup>.

وأضاف المشرع المصري بموجب القانون الجديد طائفة ثالثة من المعلومات يلتزم بموجبها المورد بأن يضع على السلع البيانات التي تلزمها المواصفات القياسية المصرية وذلك بموجب

---

(١) د/ حسام توكل ، الصور المستحدثة للخداع التجاري في قانون حماية المستهلك، بدون ناشر، بدون سنة نشر، ص ٧٥.

(٢) راجع نص المادة ٤ من قانون حماية المستهلك المصري الجديد ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

(٣) راجع نص المادة ٥ من قانون حماية المستهلك المصري الجديد ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

نص المادة (٦) التي قضت بأن "يلتزم المورد بأن يضع على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو القانون أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون باللغة العربية بشكل واضح تسهل قراءته وذلك على النحو الذي يتحقق به الغرض من تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو غرضه أو التعاقد عليه..."<sup>(١)</sup>.

وأخيرا وبموجب القانون الجديد أيضا تم إضافة طائفة رابعة من المعلومات حيث يلزم المورد بأن يعلن المستهلك بأسعار السلع والخدمات التي يقدمها وذلك بموجب نص المادة (٧) التي قضت بأن "يلزم المورد بأن يعلن أسعار السلع أو الخدمات التي يعرضها أو يقدمها بشكل واضح على أن يتضمن السعر ما يفرضه القانون من ضرائب أو أي فرائض مالية أخرى وذلك وفقا للضوابط التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون"<sup>(٢)</sup>.

وبموجب المادة (٣٧) من قانون حماية المستهلك المصري الجديد تنص على أن: "يلتزم المورد قبل إبرام العقد عن بعد بأن يمد المستهلك بشكلٍ جلي وصريح، بالمعلومات والبيانات التي تمكنه من اتخاذ قراره بالتعاقد، وعلى الأخص ما يأتي:

١. بيانات المورد، وتشمل: الاسم والعنوان ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني إن وُجد ورقم السجل التجاري والبطاقة الضريبية، وما إذا كان المورد منتمياً لمهنة منظمة قانوناً، وصفته المهنية واسم الهيئة أو التنظيم المهني المسجل أو المقيد فيه، بالإضافة إلى أي معلومات تتيح التعرف على المُصنِع أو المُستورد بحسب الأحوال.
٢. بيانات المنتج محل العرض، بما فيها مصدره وصفاته وخصائصه الجوهرية، وكيفية استعماله، والمخاطر التي قد تنتج من الاستعمال إن وُجدت.
٣. ثمن المنتج، وجميع المبالغ التي قد تضاف إلى الثمن، وعلى الأخص الرسوم والضرائب ومصاريف الشحن.
٤. مدة العرض.
٥. الضمان الذي يقدمه المورد.

(١) راجع نص المادة ٦ من قانون حماية المستهلك المصري الجديد ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

(٢) راجع نص المادة ٧ من قانون حماية المستهلك المصري الجديد ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

٦. الخدمات التي يقدمها بعد التعاقد إن وُجدت.
٧. مدة العرض الذي يتناول خدمات تقدم بشكلٍ دوري
٨. تاريخ التسليم ومكانه، والمصاريف المستحقة عند التسليم.
٩. أحكام الرجوع في العقد، وخاصة المدة التي يجوز خلالها للمستهلك الرجوع فيه.
١٠. بيانات مركز الصيانة وأسلوب إجراء الصيانة للسلع التي حددها هذا القانون.
١١. بيانات التعاقد التي سترسل إلى المستهلك في حالة إتمام عملية التعاقد. وأي بيانات أخرى تكفل حقوق المستهلك وتحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون."

ومن جانبنا نرى أن المشرع المصري بإصداره القانون الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ يكون قد واكب التطور الذي لحق بمقومات حماية المستهلك إزاء التدايعات الجديدة حيث إنه ومن أجل حماية فعالة لإرادة المستهلك لم يكتف بتكريس حق المستهلك في الحصول على جميع المعلومات والبيانات الصحيحة عن الخدمات أو المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم آلية والتي نص عليها في متن المادة ٢ فقرة "٢" ، بل فضل أن يحدد وبدقة ما ينبغي على المورد تقديمه من معلومات بتحديد طوائف من المعلومات يلزم بتزويد المستهلك بها على وجه الدقة والوضوح رغبة منه في حماية المستهلك حماية فعالة ودفعاً لكل نزاع أساسه أهمية المعلومات أو عدمها.

## خاتمة

يترتب عن عقد السياحة العلاجية التزاماً على عائق الوكالة في مواجهة السائح أو العميل بتزويده كل المعلومات اللازمة، والضرورية لتنفيذ رحلة هادئة وآمنة وخاصة فيما يتعلق بأماكن الزيارة، والجولات السياحية وحالة الطرق ووسائل النقل، ومخاطر الرحلة وغير ذلك، ولا يقتصر الالتزام بإعلام العملاء على مجرد التحذيرات أو التعليمات المختصرة عن الرحلة، بل يجب أن ينصب كذلك على الاحتياطات الواجبة لتجنب وقوع أي حادث.

وهذا الالتزام الذي يقع على عاتق الوكالات المنظمة للرحلات العلاجية يستمد من الالتزام بالإعلام الذي صاغه القضاء الفرنسي منذ زمن بعيد، خصوصاً في عقد البيع، وسارت على هديه بعض المحاكم المصرية على استحياء وبمقتضاه يقع على عاتق المهني الذي يعلم بالسلعة أو الخدمة، وطبيعتها، وخصائصها التزام بإعلام المستهلك الذي لا يعلم بشروط العقد، والمخاطر التي قد تنجم عنه وقد سبق أن أشرنا إلى أن عقد السياحة العلاجية يدخل في زمرة عقود الاستهلاك التي تنطبق عليه أحكامه، ومنها وأهمها الالتزام بالإعلام.

وينبنى الالتزام بالإعلام شأنه شأن سائر الالتزامات المرتبطة بالخدمات التي تقدمها وكالات السياحة والسفر - على مبدأ حسن النية في أبرام وتنفيذ العقود ، فلا ريب أن مقتضيات حسن النية في تنفيذ عقد السياحة العلاجية توجب على المتعاقد، وخاصة إذا كان مهنيًا متخصصًا وكالات السياحة العلاجية أن يضع تحت تصرف العملاء ( السائح الطبي ) جميع المعلومات الضرورية عن مضمون العقد، وبرنامج الرحلة والمخاطر التي يتضمنها وطرق الوقاية منها ؛ ويعتبر الالتزام بالإعلام يعتبر التزاماً مزدوجاً يتضمن في شقه الأول، إعلام المتعاقد بشروط العقد، ومضمونه، وفي شقه الثاني، إحاطة المتعاقد علماً بجميع المخاطر المرتبطة بالتعاقد " .

نوجز فيما يلي أهم النتائج والتوصيات التي أنهينا إليها :  
أولاً : النتائج :

١. يتم تنظيم النشاط السياحي في مصر بموجب ثلاثة قوانين؛ هي: قانون المنشآت الفندقية والسياحية رقم (١) لسنة ١٩٧٣ ، وقانون تنظيم الشركات السياحية رقم (٣٨) لسنة ١٩٧٧، والقانون رقم (١٢١) لسنة ١٩٨٣ المتعلق بالتنظيم القانوني للمرشدين السياحيين ونقابتهم، بينما يتم تنظيم النشاط السياحي في فرنسا بموجب قانون السياحة رقم (٦٤٥) لسنة ١٩٩٢ ، الصادر في ١٣ يوليو عام ١٩٩٢، والمعدل بالقانون رقم (٤٨٦) لسنة ٢٠١٩.
٢. يعد عقد السياحة العلاجية من العقود المركبة من حيث الأداءات التي تلتزم بها شركة السياحة، من حجز تذاكر السفر، وحجز الإقامة الفندقية وحجز وسائل التنقل داخل الدولة المستضيفة وحجز المركز الصحي أو المستشفى، ويمكن تعريفه بأنه العقد الذي تلتزم بمقتضاه شركة السياحة بتنظيم رحلات سياحية جماعية أم فردية داخل الدولة أو خارجها، وما يتصل بذلك من خدمات مثل: بيع تذاكر السفر، وتوفير وسائل التنقل البرية والجوية والبحرية، وتسهيل إجراءات الدخول إلى الدول ذلك كله في مقابل التزام العميل بدفع المقابل المتفق عليه في العقد، والذي يتمثل دائماً في ثمن نقدي".
٣. يتمتع عقد السياحة العلاجية بالعديد من الخصائص التي تتفق مع طبيعته؛ إذ يعتبر عقداً تجارياً، كما أنه يعتبر عقداً غير مسمى، وكذلك يعتبر من عقود الإذعان، وأخيراً يعتبر من عقود الاستهلاك.
٤. تلتزم شركة السياحة العلاجية ، بوصفها مورداً أو محترفاً، بإعلام العميل المسافر، بوصفه مستهلكاً، قبل إبرام العقد بجميع المعلومات والبيانات الجوهرية أو الضرورية المتعلقة بعقد السياحة المراد إبرامه ، مثل : المعلومات المتعلقة بالإقامة داخل الدولة المستضيفة، والمعلومات المتعلقة بالتنقلات والمعلومات المتعلقة باشتراطات دخول الدولة المستضيفة والمعلومات المتعلقة بإلغاء برنامج الرحلة السياحية.

ثانيا : التوصيات :

١. لا شك أن المشرع المصري، وعلى الرغم من تنظيمه للنشاط السياحي بموجب ثلاثة تشريعات، إلا أنه ورغم ذلك لم ينظم عقد السياحة بصفة عامة والسياحة العلاجية بصفة خاصة، على الرغم من انتشار هذا العقد في الحياة العملية في العصر الحالي بصورة كبيرة على اختلاف أنواعه النزول في فندق، وعقد حجز تذاكر السفر، وعقد القيام بعمليات التنقل، الأمر الذي يدفعنا إلى أن نهيب بالمشرع المصري سرعة إصدار تشريع موحد ينظم هذا العقد.
٢. نوصي المشرع المصري بتقرير التزامات على عاتق شركة السياحة تجاه العميل، أهمها التزام بإعلامه بالمعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بإبرام العقد السياحي العلاجي، سواء قبل إبرامه أم أثناء تنفيذه.
٣. نوصى بتوحيد القواعد الخاصة بإعلام المستهلك على الصعيدين العربي والدولي خاصة في إطار التعاملات الإلكترونية التي تنتم بالطابع الدولي والتي لا تعترف بالحدود الجغرافية.
٤. نرى أن مسلك المشرع المصري في قانون حماية المستهلك الجديد، فيما يخص البيانات الواجب الإدلاء بها في المرحلة اللاحقة على التعاقد يحتاج لإعادة النظر بحيث لا يكتفى المشرع بمجرد تطلب التحذير من مخاطر السلع أو المنتجات وتبصير المستهلك بكيفية تلافى أو علاج تلك المخاطر أو الأضرار التي قد تتجم عنها، ويجب أن ينص المشرع العربي، أسوة بنظيره الفرنسي أو الأوروبي، على بيانات شاملة وكافية ومعلومات وافية من شأنها تحقيق مصالح المستهلك، فضلاً عن ضمان سلامته.

### قائمة المراجع

#### أولاً : المراجع العربية :

١. د/ أحمد شهاب ازغيب ، حمايه المستهلك في عقود الاستهلاك الالكتروني ، رساله دكتوراه ، جامعه عين شمس ، ٢٠١٦.
٢. د/ إبراهيم داود ، عدم التوازن المعرفي في العقود ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠١٠.
٣. د/ أحمد السعيد الزقرد ، عقد الرحلة دراسة في التزامات ومسئولية وكالات السياحة والسفر ، المكتبة العصرية ، القاهرة ، ٢٠٠٨.
٤. د/ أحمد محمد الرفاعي ، الحماية المدنية للمستهلك ازاء المضمون العقدي ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٤.
٥. د/ أسامة أبو الحسن مجاهد ، الوسيط في قانون المعاملات الالكترونية ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٧.
٦. د/ أسامة أبو الحسن مجاهد ، شرح قانون العقود الفرنسي الجديد " شرح تعديل القانون المدني الفرنسي في ٢٠١٦ مقارناً بالقانون المدني في أهم المواضع ، طبعة نادى القضاء ، ٢٠٢٣.
٧. د/ أسامة أبو الحسن محمد مجاهد، الملامح العامة للتقنين العالمي لأخلاق السياحة ، المؤتمر العلمى السنوى الرابع الجوانب التشريعية والاقتصادية للسياحة ، كلية الحقوق - جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٥ ، ص ٥١ وما بعدها .
٨. د/ أسامة احمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٤ .
٩. د/ إسلام هاشم عبد المقصود ، قواعد الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقہ الاسلامى ، رسالة دكتوراه ، حقوق المنوفية ، ٢٠١١.
١٠. د/ إسماعيل عبد النبي شاهين، النظرية العامة للالتزامات، القسم الأول، مصادر الالتزام، بدون ناشر، ٢٠٠٨.
١١. د/ أشرف جابر سيد ، عقد السياحة ، دراسة مقارنة في القانونين المصري والفرنسي ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠١ .
١٢. د/ أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ، منشأة المعارف ، ٢٠٠٩.

١٣. د/ آلاء يعقوب النعيمي ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، حث منشور في مجلة كلية الحقوق - جامعة النهدين ، مجلد ٨ ، عدد ١٤ ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٥.
١٤. د/ السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت، الدار الجامعية، بيروت ٢٠٠٦.
١٥. د/ السيد محمد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ٢٠٠٦.
١٦. د/ أمانح رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، لبنان ، ٢٠١٠.
١٧. د/ تامر محمد الدمياطي ، خصوصية محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في إطار العقود الإلكترونية ، مجلة الشريعة والقانون بطنطا ، عدد ٢٤ ، الجزء الثالث ، ص ١٧٣٣.
١٨. د/ جعفر محمد جواد الفضلي، الالتزام بالإعلام والنصيحة والتعاون في عقد البيع ودوره في حماية المستهلك، دراسة في قرارات المحاكم الفرنسية، الحولية العراقية للقانون، جامعة بغداد، العدد الأول، ٢٠٠١، ص ١٣٠.
١٩. د/ جمال عبد الرحمن محمد ، المسؤولية المدنية للمتفاوض ، نحو تطبيق القواعد العامة على مسؤولية المتفاوض عبر الإنترنت ، دراسة مقارنة بين القانونين المصري والفرنسي ، مصر ، دون دار نشر ، ٢٠٠٤ .
٢٠. د/ جمال عبد الرحمن محمد على ، العقد السياحي ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٣.
٢١. د/ جمال عبد الرحمن محمد، المسؤولية المدنية للمتفاوض - نحو تطبيق القواعد العامة على مسؤولية المتفاوض عبر الانترنت ، دار النهضة العربية، ٢٠٠٤.
٢٢. د/ حسام الدين كامل الاهواني ، حماية المستهلك في إطار النظرية العامة للعقد ، بحث مقدم لندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها كلية الشريعة والقانون بجامعة الامارات العربية المتحدة خلال الفترة ٦-٧ ديسمبر ١٩٩٨ ، ص ١٩.
٢٣. د/ حسام الدين كامل الأهواني ، عقد البيع في القانون المدني الكويتي ، السلاسل للطباعة والنشر، الكويت ، ١٩٨٩.

٢٤. د/ حسام توكل ، الصور المستحدثة للخداع التجاري في قانون حماية المستهلك، بدون ناشر، بدون سنة نشر.
٢٥. د/ حسن عبد الباسط جميعي ، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٦.
٢٦. د/ حسن عبد الباسط جميعي ، شروط التخفيف والاعفاء من ضمان العيوب الخفية ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٣.
٢٧. د/ حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك "الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك" ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٦.
٢٨. د/ حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشئ المبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، ١٩٩٩.
٢٩. د/ خالد جمال أحمد ، الحماية القانونية للمستهلك في اتفاقات الاعفاء من المسؤولية العقدية ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٩.
٣٠. د/ خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، حقوق أسيوط، ١٩٩٦.
٣١. د/ رضا عوض ، السياحة العلاجية بمصر وتنميتها ، مقال منشور بموقع الأهرام ، بتاريخ ١ يناير ٢٠٢٣.
٣٢. د/ سامح عبد الواحد التهامي ، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، ٢٠٠٨.
٣٣. د/ سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، القاهرة، دار النهضة العربية، ط١، ٢٠٠٠.
٣٤. د/ سمير حامد الجمال ، عقد السياحة العلاجية ، بدون ناشر ، ٢٠١٦.
٣٥. د/ سمير عبد السميع الاودن ، العقد الإلكتروني ، منشأة المعارف ، ٢٠٠٥.
٣٦. د/ سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية ، ١٩٩٠.
٣٧. د/ عابد فايد عبد الفتاح فايد ، الإلتزام بضمان السلامة في عقود السياحة في ضوء قواعد حماية المستهلك " دراسة مقارنة " ، دار الكتب القانونية ، المحلة الكبرى، ٢٠١٠.
٣٨. د/ عامر قاسم القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٢.

٣٩. د/ عبد العزيز المرسى حمود ، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام فى عقد البيع ، بدون ناشر ، ٢٠٠٦ .
٤٠. د/ عبد الفضيل محمد أحمد ، وكالات السفر والسياحة من الوجهة القانونية ، مكتبة الجلاء الجديدة ، المنصورة ، ١٩٩٣ .
٤١. د/ عبد الهادى العطاى ، الاصطلاح وسلامة الفكرة القانونية ، مجلة الاقتصاد و القانون ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث ، س٤٠ ، ١٩٧٠ ، ص٣٨٥ .
٤٢. د/ عبد الودود يحيى، نظرية الالتزام، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، ١٩٩٤ .
٤٣. د/ عدنان ابراهيم سرحان، المهني المفهوم والانعكاسات القانونية، بحث منشور في مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية تصدر من كلية الحقوق بجامعة الاسكندرية، ع١ ، ٢٠٠٣ ، ص ٥٤ وما بعدها.
٤٤. د/ على سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دار النهضة العربية، ١٩٩٠ .
٤٥. د/ عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك، مؤسسة المعارف للطباعة والنشر، ٢٠٠٤ .
٤٦. د/ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية ٢٠٠٨ .
٤٧. د/ فايز محمد حسين ، الأسس العامة مع التطبيق على الاتجاهات التشريعية الحديثة في التنظيم القضائي ، المؤتمر العلمي الدولي: الإتجاهات التشريعية الحديثة في التنظيم القضائي ، جامعة الإسكندرية - كلية الحقوق ، ٢٠١٠ ، ص ٥٨١ .
٤٨. د/ قصي سلمان هلال، الالتزام بالإعلام في عقد الرحلات السياحية ، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة كركوك - كلية القانون والعلوم السياسية، مج٧ ، ع٢٤٤ ، ٢٠١٨ ، ص ١٢٠ وما بعدها.
٤٩. د/ كريم عزت الشاذلى ، النظام القانونى لحماية المستهلك الإلكتروني، رساله دكتوراه، كلية الحقوق، جامعه المنوفية، ٢٠١٨ .
٥٠. د/ كوثر سعيد عدنان ، حماية المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠١٢ .
٥١. د/ لزهة وناسي، دور القطاع السياحي في إرساء مضمين التنمية المستدامة: مقارنة من منظور الحوكمة ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة باتنة ١

- الحاج لخضر - كلية الحقوق والعلوم السياسية ، الجزائر ، مج ٧، ع ١، ٢٠٢، ص ٤٨٣ - ٥٠١.
٥٢. د/ محسن شفيق، مسؤولية المنتج (دراسة في قانون التجارة الدولية)، بدون ناشر، ١٩٨٦.
٥٣. د/ محمد إبراهيم دسوقي، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للطباعة، أسيوط، ١٩٨٥.
٥٤. د/ محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دار الكتاب الحديث ، ٢٠٠٦.
٥٥. د/ محمد حسام محمود لطفى، النظرية العامة للالتزام ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٧،
٥٦. د/ محمد حسن قاسم ، الوسيط في عقد البيع (في ضوء التوجيهات القضائية والتشريعات الحديثة وتشريعات حماية المستهلك) ، دار الجامعة الجديدة ، ٢٠١٣.
٥٧. د/ محمد حسن قاسم ، مرحلة التفاوض في عقد الميكنة المعلوماتية ، دار الجامعة الجديدة ، بدون سنة.
٥٨. د/ محمد حسين عبد الظاهر، الجوانب القانونية للمرحلة السابقة على التعاقد ، مجلة حقوق الكويت ، عدد ٢ ، النسخة ٢٢ ، ١٩٩٨ ، ص ٧٦٦ وما بعدها.
٥٩. د/ محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دراسة تحليلية مقارنة ، دار النهضة العربية، ٢٠٠٧.
٦٠. د/ محمد حسين منصور، القانون السياحي " الشركات والمنشآت السياحية، الإرشاد السياحي ، عقود الإيواء والخدمات والوكالة، المسؤولية والإستثمار والإلتزام السياحي والتحكيم ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠١١.
٦١. د/ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣.
٦٢. د/ محمد ربيع أنور فتح الباب، الجوانب القانونية لعقد السياحة: دراسة تحليلية مقارنة بين القانون المصري والقانون الفرنسي ، المجلة القانونية ، جامعة القاهرة - كلية الحقوق - فرع الخرطوم، ٢٠٢٠، مج ٨، ع ٣، ٢٠٢٠، ص ١٠٩٥ وما بعدها.
٦٣. د/ محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي ، ١٩٨٣.

٦٤. د/ مصطفى أبو مندور، دور العلم بالبيانات عند تكوين العلاقة العقدية، دار النهضة العربية، ٢٠٠٠.
٦٥. د/ مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام فى عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨.
٦٦. د/ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك فى التجارة الالكترونية ، منشورات زين الحقوقية ، ٢٠١١.
٦٧. د/ نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدى الادلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية قضائية مقارنة، دار النهضة العربية، ١٩٩٩.
٦٨. د/ وفاء حلمى أبو جميل ، الالتزام بالتعاون ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٢.
٦٩. د/ ياسر الصيرفي ، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة الوطنية، مجلة القانون والاقتصاد ، عدد ٧٥ ، سنة ٢٠٠٥ ، ص ٥١٥.
٧٠. د/ ياسمين محمد مسعود ، دور السياحة العلاجية فى تنمية قطاع السياحة " دراسة مقارنة" ، المكتب الجامعى الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠١٧ .
٧١. د/ يزيد دلال ، الحماية القانونية للسائح فى ضوء عقد السياحة ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، جوان ٢٠١٤ ، العدد ١١ ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، ص ١٣٦ .

ثانيا: المراجع الفرنسية :

- 72.A. Bateur , Reflexions sur la reglementation nouvelles regissant le contrat de vente de voyages, D , 1996 , Chron , p : 82 .
- 73.A. Bateur , Reflexions sur la reglementation nouvelles regissant le contrat de vente de voyages, D , 1996 , Chron , p : 82 .
- 74.Alisse Jean : L'obligation de renseignement dans les contrats, thèse, Université de droit d'économie et de sciences sociales de Paris, 1975, Paris II , p.10.
- 75.Ch. Vassili, Conseils, mode d'emploi et mise en garde en matière de vente de meubles corporeles, contribution à l'étude de l'obligation d'informer, Thèse, Paris II, 1985, p. 33.
- 76.CHAZAL, J.P, De la puissance économique en droit des obligations, thèse, 1996, No 803.
- 77.Ghestin (J.) : Traité de droit civil, Les obligations, Le contrat, L.G.D.J., 1980, no 455.
- 78.J – Calais – Auloy et F. Steinmet , Droit de la consommation , Droit de la consommation. Dalloz, 2015, P.55.
- 79.J. Ghestin et B. Desche, Traité des contrats, la vente, Lgdj, 1990, p. 920 – 921.
- 80.J. M. GUEGUEN, Le renouveau de la cause en tant qu'instrument de justice contractuelle, D. 1999, chr. 358, n° 35؛ D. BERTHIAU, Le principe d'égalité et le droit civil des contrats, LGDJ, 1999, p. 429.
- 81.J. Mestre, D'une exigence de bonne foi à un esprit de collaboration: Rtd, civ., 1986, p. 100 et s.
- 82.LACHIÈZE, Christophe. Les agents de voyages face au tourisme medical, Juristourisme, 2011, n°128, p 22.
83. M. De Juglar, L'obligation de renseignement dans les contrats: RTD. civ., 1945, T. 43, p. 1 – 2.
- 84.M. FABRE-MAGNAN, De l'obligation d'information dans les contrats , Essai d'une théorie, LGDJ, 1992, P. 40.
- 85.ROQUE, Léo. Le tourisme médical dans l'espace de l'Union européenne: Contribution à la qualification de la relation de soin, 2020, PhD Thesis. Université Montpellier, p14.
- 86.SAVATIER (R) : Les contrats de conseil professionnel en droit privé , D. 1972. Chron.

- 87.Solus. H et Ghestin . J et Magnan . M.F : De l'obligation d'information dans les contrats, Essai d'une theorie, de L.G.D.J, Paris, 1992, p 09 .
- 88.Therese Rousseau – Houle, La responsabilite des agences de voyages – les tendances de la jurisprudence recente, Les Cahiers de Droit , vol. 24, n 3 , septembre 1983 , p : 649 .
- 89.V. BÉNABENT (A.) : Droit civil, les obligations, 8 éd. Montchrestien. 2001. p.281.
- 90.V. LE TOURNEAU (PH.): «Les professionnels ont – ils du cœur » ? D. 1990, chrono P. 21 et 22. BOYER (Y) : thèse Précitée. P279.
- 91.XAVIERE Perron: L'obligation de conseil, thèse Rennes, 1992, p. 564 .
- 92.Y. Picod, L'obligation de coopération dans l'exécution du contrat: Jcp. éd. G-II-3318.