

الإلتزام بالإعلام في مجال خدمات السياحة والأسفار

- دراسة تحليلية -

Commitment to Informing in the Field of Tourism and Travel Services

- Analytical Study -

HIMEUR Zelikha

Faculty of Law and Political Science.

University of 8 may 1945 Guelma - Algeria

Z.himeur0509@gmail.com

حيمر زليخة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة 8 ماي 1945 قالمة - الجزائر

Z.himeur0509@gmail.com

تاريخ القبول: 2020/05/02

تاريخ الاستلام: 2019/11/28

ABSTRACT:

The Tourism and Travel Agency plays a prominent role in convincing the tourist of a certain touristic trip, which means that the tourist relies heavily on its experience and specialization in the field of tourism. In order for the tourism and travel agency to be eligible for such confidence, it is necessary to inform and provide the tourist with all necessary information and data about the touristic trip and the services to be provided during the negotiation phase and the implementation of the contract with the customer. Indeed, this would create a kind of equality between a professional (the tourism agency) and a weak consumer (the tourist) in accordance with the principle of good faith and honesty in contracts, which requires the non-exploitation of the tourist ignorance (customer) and the betrayal of the legitimate confidence that the latter puts in the Tourism and Travel Agency.

Key words: Tourism and Travel Agency; Commitment to Information; Negotiation Stage; Consumer.

ملخص باللغة العربية:

تلعب وكالة السياحة والأسفار دوراً بارزاً في إقناع السائح برحلة سياحية معينة، مما يعني أن لجوء السائح إليها يؤكد بما لا يقبل الشك أنه يعول كثيراً على خبرتها وتخصصها في المجال السياحي. ولكي تكون وكالة السياحة والأسفار أهلاً لهذه الثقة يستلزم منها إعلام وتزويد السائح بكل المعلومات والبيانات الضرورية عن الرحلة السياحية والخدمات المزمع تقديمها سواء في مرحلة التفاوض معه وأثناء تنفيذ العقد. وهذا ما يحقق نوعاً من المساواة والتوازن بين مربي محترف (وكالة السياحة) وطرف مستهلك ضعيف (السائح)، تطبيقاً لمبدأ حسن النية والأمانة في العقود؛ والذي يقضي بعدم استغلال جهل السائح (الزبون) وخيانة الثقة المشروعة التي يضعها هذا الأخير في وكالة السياحة والأسفار.

كلمات مفتاحية: وكالة السياحة والأسفار؛ الإلتزام بالإعلام؛ مرحلة التفاوض؛ المستهلك.

مقدمة:

من الأكيد أن ضرورة إنارة طريق المستهلك ودعم مركزه التفاوضي، تجعله في حاجة ماسة إلى التزود بكافة المعلومات والبيانات اللازمة والكفيلة لما هو مقبل عليه، فتوضح له الرؤية وتضعه في منزلة تسمح له بتقدير مدى ملائمة العقد الذي يريد إبرامه. وهو في الوقت ذاته يعكس الإلتزام الملقى على عاتق المهني المحترف. واستجابة لهذا الهاجس فقد عمد فقهاء القانون عموماً والمشرع خصوصاً إلى تحديد تدابير لحماية المستهلك، وهذا بالتخصيص على الإلتزام بالإعلام، حيث أوجب على كل محترف بائع منتج أو مقدم خدمة قبل إبرام العقد، أن يضع المستهلك في وضعية تسمح له بمعرفة الخصائص والمواصفات الجوهرية للمنتج أو الخدمة، ولا تقف عند هذا الحد بل تمتد حتى في مرحلة تنفيذ العقد.

وبما أن عقد السياحة والأسفار الذي يربط بين وكالة السياحة والسائح يدخل ضمن زمرة عقود الاستهلاك، والذي لا يخفي على الفطنة ما تخضع له إرادة المستهلك السائح من ضغط وإغراء يصعب مقاومته بسبب الحملات الإعلانية المكثفة عبر الإشهار المضلل، أو حتى التعاقد عن بعد التي تلجأ إليها الوكالات السياحية دائماً لحثه (السائح) على التعاقد. ولحماية هذا الأخير في مواجهة المهني المتخصص (وكالة السياحة والأسفار) الذي لديه من القدرات والمعرفة الفنية والتخصص في العمل ما يؤهله لتزويد السائح بالمعلومات الكاملة والصحيحة عن الرحلة المزمع القيام بتنفيذها، وجميع المخاطر المعلومة والمحتملة التي يمكن أن يتعرض لها السائح كطرف مستهلك.

حيث أن موضوع دراسة الإلتزام بالإعلام في مجال الخدمات السياحية على وجه التحديد لم يحظ بدراسات كافية من الناحية القانونية، ولا سيما عدم وجود تنظيم قانوني للعلاقة التي تربط السائح بوكالة السياحة، وفي ظل المناخ الذي يتميز بالنقص من جهة وتطور وتشابك الخدمات السياحية من جهة أخرى، اخترنا موضوع بحثنا بغية سد بعض النقص القائم ورغبة في التوصل إلى نتائج محددة تدعم الجانب المتعلق بحماية السائح في الإعلام.

مما سبق، يتضح أن الاشكالية المحورية تدور حول مضمون آلية الإلتزام بالإعلام الملقى على عاتق وكالة السياحة والأسفار، وكحق للمستهلك السائح في

نفس الوقت؛ فنتساءل إلى أي مدى تم تكريس الإلتزام بالإعلام في مجال خدمات السياحة والأسفار باعتباره حق من حقوق المستهلك السائح ؟

ومن أجل الإجابة عن ذلك، تم الإعتماد على المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية التي وردت في القواعد العامة، أو ضمن النصوص الخاصة لقانون 99-06 المنظم لوكالات السياحة والأسفار، والقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مع دراسة بعض التطبيقات القضائية الفرنسية التي كان لها دور في التحليل واستخلاص الأحكام.

وقد اقتضت هذه الدراسة اعتماد خطة تمثلت في مبحثين، المبحث الأول خصص لماهية الإلتزام بالإعلام في مجال خدمات السياحة والأسفار، أما المبحث الثاني فقد خصص لدراسة نطاق تطبيق الإلتزام بالإعلام.

المبحث الأول: ماهية الإلتزام بالإعلام في مجال خدمات السياحة والأسفار.

تلعب وكالات السياحة والأسفار دوراً بارزاً في إقناع السائح برحلة سياحية معينة دون غيرها، ذلك أن السائح قد لا يكون في بعض الأحيان قد اتخذ رأياً حول ماهية الخدمة السياحية المطلوب تقديمها، فيوليها ثقة كبيرة باعتبار ما يصدر من رأي هو رأي محترف وخبير له من الإمكانات المادية والبشرية ما يؤهله لذلك، من خلال تزويد الزبون المتعامل بالمعلومات الضرورية عن الرحلة السياحية وذلك ما يفرضه مبدأ حسن النية في العقود.

وعليه سيأتي بيان مفهوم الإلتزام بالإعلام (المطلب الأول)، وبيان طبيعته القانونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام.

ينشأ عن العقد السياحي التزامات وحقوق متبادلة بين وكالة السياحة والأسفار التي تسعى إلى تقديم خدمات النقل والإيواء، الإطعام، الترفيه إلى السائح كمستهلك عادة لا يكون على معرفة كاملة بمحتوى الخدمة، بل يتعاقد واثقاً في المعلومات التي تقدمها له، باعتبارها أدرى بمنهجها وأعلم بمحتواه.

وسوف نعرض بداية تعريف الإلتزام بالإعلام (الفرع الأول)، وبيان أهمية تقريره (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام.

يعتبر الإلتزام بالإعلام أو الإخبار أو الإفضاء من أهم الضمانات القانونية التي قررتها أغلب التشريعات الحديثة لتحقيق التكافؤ التعاقدية بين الأطراف غير المتكافئة عن طريق إعمال الإلتزام بالإعلام المحترف للمستهلك المتعاقد معه إعلاماً حقيقياً موضوعياً بصفة عامة¹، وللوائح بصفة خاصة في مواجهة المهني من بداية المرحلة ما قبل التعاقدية؛ حيث ألزمت هذا الأخير بتبصير المستهلك وتبوير إرادته وإسداء المشورة له بكل البيانات والتفاصيل المتعلقة بالعقد الذي يرغب في إبرامه. بمعنى أن إعلام السائح هو بمثابة التزام يقع على عاتق المهني بحكم علمه بما لا يستطيع السائح إدراكه بنفسه، في ظل عدم قدرته على الإلمام بفن تعجز قدرة المتعامل معه عن الوصول إلى حقيقته، الأمر الذي يقتضي أن يكون المهني لقطاع السياحة ملزماً بإرشاد السائح وتبصير إرادته قبل إبرام العقد بينهما من أجل أن يكون رضاه سليماً².

والجدير بالذكر أن الإلتزام بالإعلام لم يعد يتم بالطريقة التقليدية عن طريق تبادل الوثائق والمستندات، بل أصبح يتم عن طريق الشبكة الالكترونية؛ أي بوسائط إلكترونية على شبكة الانترنت، وما تخلفه الدعاية الإلكترونية في غالب الأحيان من إكراه دعائي لاقترانته بالوسائل الاحتمالية تضلل المستهلك ويصعب عليه إثباتها³.

1 اكتشف القضاء الفرنسي هذا الإلتزام بهدف ضمان رضا سليم للمتعاقد وسمي الإلتزام بالإعلام أو الإخبار أو الإفضاء في مرحلة تكوين العقد، وقد ضبط ذلك بنص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي وميز الفقه الفرنسي بين واجب الإعلام الذي يهدف إلى إخبار محايد موضوعي وأما النصيحة فتهدف إلى إعطاء إعلام ملائم يتناسب وحاجات المتعاقد مع المحترف أما واجب التحذير نصيحة سلبية تفترض الانتباه إلى العواقب التي يمكن أن تنجر عن عدم الأخذ بالنصائح الموصى بها. انظر في ذلك: محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات: دراسة مقارنة، دار النشر الفجر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2005، ص 3، 13، و22.

2 عبد الرحمان الشرقاوي، حماية السائح في المرحلة السابقة عن التعاقد، بين مقتضيات النصوص الخاصة وأحكام قانون 08-31 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، أشغال اليوم الدراسي من قبل مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، المغرب، جامعة الحسن الأول 2012/03/16، ص 52.

3 حمزة أنوي، حماية مستهلك الخدمات السياحية في التشريع المغربي، أشغال اليوم الدراسي من قبل مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، المغرب، جامعة الحسن الأول 2012/03/16، ص 84.

وقد سعت دول كثيرة إلى تقنين هذه الإلتزامات واتخاذ تدابير محددة؛ فمثلاً فرنسا وخلافاً للعديد من الدول يمكننا التأكيد على أن قانون السياحة فيها قد بلغ نضجه منذ 2006 بما أن الحكومة الفرنسية قد سنت مدونة للسياحة تحمل تدابير للحماية والإعلام، وهذا التقنين ساعد على نشوء قانون السياحة وجعله أكثر وضوحاً وبلوغاً بالنسبة للمستهلك -السائح- ومهنيي السياحة والأمر نفسه في التوجيه الأوروبي المتعلق بالأسفار والعطل والرحلات سنة 1990.

فضلاً عن هذا فمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OCDE) المكلفة بتعزيز السياسات التي من شأنها تحسين الرفاهية الإقتصادية والإجتماعية في العالم هي أيضاً تقترح مبادئ متعلقة بإعلام وحماية السياح في مجال السفر الجوي عن طريق الترويج في كتيبات المبيعات، كما تلعب منظمة السياحة دوراً محورياً في تعزيز وتنمية السياحة المستدامة والمتاحة للجميع. وقد ذهبت بعيداً في حماية المستهلك السائح عبر نشر المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة¹.

تجدر الإشارة أنه لم يرد في القانون 99-06 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار نص يحدد التزامات أطراف عقد السياحة باستثناء الفصل الأول من الباب الرابع، والذي أوجب بنص المادة 18 من القانون السالف الذكر على الوكالة: "أن تأخذ جميع الإجراءات والإحتياطات التي من شأنها توفير أمن الزبون وممتلكاته التي تقبل التكفل بها".

كما أن المادة 21 من القانون ذاته جعلت الوكالة مسؤولة عن كل ضرر يتعرض له الزبون مترتب عن عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي للالتزاماتها، ولم تحدد هذه الإلتزامات لا على سبيل الحصر أو الاستثناء، ونفس الأمر بالنسبة لقانون تنظيم شركات وكالات السفر والسياحة رقم 47 لسنة 1967 العراقي (الملغى) الذي اقتصر الأمر فيه على مجرد ذكر بعض الإلتزامات الإدارية التنظيمية التي يجب على شركة ووكالة السياحة أن تتقيد بها، وبالمقارنة مع قانون تنظيم الشركات السياحية المصري رقم 18 لسنة 1983 نجده قام بتحديد التزامات الشركات السياحية المتعلقة بالنشاط

1 عائشة فضيل، حماية السائح المستهلك في القانون المغربي والقانون المقارن، أشغال اليوم الدراسي من قبل مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، المغرب، جامعة الحسن الأول 2012/03/16، ص 44-45.

السياحي تجاه وزارة السياحة فقط، أما بخصوص القانون الفرنسي رقم 645 لسنة 1992 فقد نص على بعض الالتزامات المتعلقة بعدم جواز قيام وكالة السياحة والأسفار بزيادة ثمن الرحلة بعد إبرام العقد وقبل بدء الرحلة، إلا إذا كان هناك سبب أجنبي، وأن تخطر الوكالة العميل بذلك الذي له الحق في إنهاء العقد أو الموافقة على التعديل المقترح من قبل الوكالة¹.

رغم أن المشرع الجزائري قد نص صراحة على حق المستهلك في الإعلام وألزم به المهني دون أن يعطي تعريف، وذلك ما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة 17 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²، إلا أنه تدارك الأمر وقام بتعريفه في الفقرة 13 من نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 2013/11/09، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، تحت عنوان إعلام حول المنتجات: "كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة بها وبواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي".

هذا ويعرف الإلتزام بالإعلام على المستوى الفقهي بأنه: "التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظره إذا استدعى الأمر ذلك"³.

وبتطبيق ذلك في مجال خدمات السياحة والأسفار وعلى العقد السياحي خصوصاً، نجد أن الإلتزام بالإعلام الملقى على عاتق الوكالة السياحية يكون سابقاً على إبرام العقد، بحيث تلتزم هذه الأخيرة بتقديم معلومات جوهرية حول العقد المزمع

1 بتول صراوة عبادي، العقد السياحي، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2012، ص ص 179-182.

2 تنص الفقرة الأولى من المادة 17 من قانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15 المؤرخة في 08 مارس 2009، على أنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات".

3 أحمد مصطفى أبو عمر، الإلتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك: دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2010، ص33.

إبرامه وفي الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للمستهلك السائح الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة¹.

الفرع الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام في مجال خدمات السياحة والأسفار.

تظهر أهمية هذا الالتزام بالإعلام بشكل واضح في مجال خدمات السياحة والأسفار، والذي توليه الدولة أهمية بالغة؛ نظراً لأن ازدهار النشاط السياحي يؤدي إلى ازدهار وانتعاش كل أوجه المهن والأنشطة الاقتصادية المرتبطة به، وبالتالي الإزدهار العام للاقتصاد الوطني، هذا بالإضافة إلى أنه يعتبر مصدراً مهماً من مصادر العملة الصعبة، ولما كانت وكالات السياحة والأسفار تلعب دوراً رئيسياً في تحريك النشاط السياحي وإنعاشه؛ نظراً لقيامها بالأعمال والخدمات المتعلقة بالسفر وتوفيرها أسباب الراحة والطمأنينة للمسافرين من خلال عمليات الانتقال والزيارات والإقامة، وهي بحكم مزاولتها لهذه الأعمال تتصل بالجمهور اتصالاً مباشراً²، فإن تأثير هذه الوكالات على حركة السياحة كبير، مما يجعل استغلال وإدارة هذه الوكالات يقتضي عناية خاصة من قبل سلطات الوصاية، ويحتاج إلى خبرة وأمانة وثقة ومقدرة مالية، وذلك بهدف حماية المتعاملين معها، وبقصد حماية سمعة البلاد من عبث وتلاعبات بعض الوكالات³، ومن أجل ذلك تدخل المشرع لتنظيم العلاقة التي تربط الزبون بهذه الوكالات، والتي تترجم في عقد السياحة أو عقد الرحلة.

وهكذا يظهر أن الحاجة إلى إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالرحلة في هذا النوع من العقود لا يجد مصدره فقط في إطار العلاقة بين طرف قوي وهو وكالات السياحة وطرف يوجد في حالة ضعف كبير نظراً لجهله بالظروف التي ستجرى فيها، بل أكثر من ذلك يجد مصدره في حماية سمعة البلد باعتبار أن السياحة نواة التنمية

1 زينة غانم العبيدي، أحمد سارة العبيدي، عقد السياحة الإلكتروني، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العراق، المجلد 2، العدد 7، سنة 2010، ص 230.

2 الحربي هباش بن رجاء، أسعد السيف السهلي، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011، ص 36.

3 محمد أحمد عبد الفضيل، وكالات السفر والسياحة من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، مصر، 1991، ص 17.

الاقتصادية والتي يراهن عليها بشكر كبير خاصة في الوقت الحالي وما يشهد من انهيار لأسعار المحروقات¹.

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.

الإلتزام بالإعلام هو التزام بعمل يقوم به المهني اتجاه المستهلك من أجل إفادته بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، حتى يكون على بينة من أمره²، ولتحديد طبيعة هذا الالتزام في المرحلة السابقة على إبرام عقد السياحة والأسفار، يقتضي ذلك البحث عن مدى اعتبار هذا الالتزام التزاما بتحقيق نتيجة، وحصول المستهلك السائح على رضا غير معيب، أم أنه مجرد التزام ببذل عناية في إعطاء معلومات معقولة وملائمة، حتى ولو لم يحصل رضا سليم لديه³، وسنبحث في هذين الإتجاهين وعلى النحو الآتي: الالتزام بالإعلام كالتزام ببذل عناية (الفرع الأول)، وكذا الالتزام بالإعلام كالتزام بتحقيق نتيجة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية⁴.

يلتزم المهني بموجبه بأن يبذل ما في وسعه من الوسائل للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الهدف المنشود⁵، الذي يتمثل في إيصال كل المعلومات والبيانات

- 1 أبو بكر مهم، الالتزام بالإعلام في عقد الرحلة، أشغال اليوم الدراسي من قبل مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، المغرب، جامعة الحسن الأول 2012/03/16، ص ص 19-21.
- 2 سعيدة العائبي، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة ماجستير، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2011-2012، ص 22.
- 3 نور الهدى مرزوق، التراضي في العقود الإلكترونية، مذكرة ماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012/05/8، ص ص 59-60.
- 4 نص المشرع المصري على الالتزام ببذل عناية بموجب المادة 211 من القانون المدني "أن المدين يلتزم ببذل عناية يكون قد وفي بالالتزام إذا بذل في تنفيذه من العناية كل ما يبذله الشخص العادي ولو لم يتحقق الغرض المقصود، هذا ما لم ينص القانون أو الاتفاق على غير ذلك وفي كل الأحوال يبقى المدين مسؤولا عما يأتيه من غش أو خطأ جسيم". انظر في ذلك: أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الأول، المجلد 2، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1998، ص 741.
- 5 خيرة علي خوجة، القوة القاهرة في القانون المدني الجزائري، مذكرة ماجستير، في العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص 2.

الضرورة حول الخدمات السياحية للمتعاقد الآخر، حتى يتمكن من التعاقد على بيئة من أمره، دون أن يكون ملزماً بتحقيق النتيجة (الهدف)، ولا مسؤولاً عن تخلفها، ويتحدد وجود الإعلام ونطاقه بمدى علم المهني من ناحية، ومدى علم وخبرة المستهلك من ناحية أخرى، فيقع على المهني التزام بتقديم المعلومات الضرورية بغض النظر على رأي الطرف الآخر (المستهلك)، فنتيجة المعلومات والنصائح التي يقدمها المهني لا يتحكم فيها، ولا يستطيع إلزام المستهلك بها غير أن الالتزام ببذل عناية يمكن أن يتسع ويتشدد في بعض المرات ويقل في أخرى، وهذا حسب طبيعة العقد ومحلله¹.

فمراجعة التزام وكالة السياحة والأسفار بالإعلام باعتباره التزام ببذل عناية، هو الذي تتخذ فيه جميع الوسائل اللازمة في سبيل تنفيذ التزاماتها ولا تسأل إن لم تحقق النتيجة المقصودة، ويقع على السائح عبء إثبات خطأ الوكالة لكي تتعقد مسؤوليتها².

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام كالتزام بتحقيق نتيجة.

تحقيق نتيجة هو بلوغ الهدف أو الغاية، التي يفرضها التزام عقدي أو قانوني على المدين، وإن تخلف عن تحقيقها انعقدت مسؤوليته المدنية، ولا يتخلص منها إلا بإثبات أن ذلك يعود لسبب أجنبي لا يد له فيه.

فيكون الالتزام بالإعلام التزاماً بتحقيق نتيجة؛ أي بنقل المعلومات وتزويد الطرف الآخر بها، وهذا حسب طبيعة الالتزام الأساسي³، وهو ما يراه جانب من الفقه مرجحاً ذلك إلى أمرين؛ أولهما أن ذلك وسيلة لضمان سلامة المستهلك، والأمر الثاني أنه يساهم في توحيد القواعد التي تحكم المسؤولية عن أضرار المنتجات، سواء كانت هذه الأضرار ناتجة عن وجود عيب في المنتجات أو ما يكتنفها من مخاطر الكامنة فيها⁴.

1 سعيدة العائني، المرجع السابق، ص 22-23.

2 محمد أحمد عبد الفضيل، المرجع السابق، ص 164.

3 سعيدة العائني، المرجع السابق، ص 23.

4 فاطمة الزهراء زينوني، دور القاضي في تنفيذ العقد في المواد المدنية، مذكرة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2009/2008، ص 161.

فيما يرى جانب آخر أن طبيعة الالتزام بالإعلام، هو التزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك، وأما من حيث استيعابه لهذه المعلومات فيعتبر الالتزام هنا التزاماً بوسيلة (عناية)، فلا يسأل العون الاقتصادي (المهني) في حالة أن المستهلك لم يستوعب المعلومات المقدمة من طرفه، وقام بالإقدام على التعاقد.

والجدير بالذكر أن الاختلاف في طبيعة الالتزام بالإعلام شملت مجال كل العقود والخدمات السياحية، حيث يراه بعض الفقه بأنه مجرد التزام ببذل العناية اللازمة لإيصال المعلومات إلى المستهلك السائح، فلا تسأل وكالات السياحة والأسفار، إلا إذا أثبت السائح أنها لم تبذل العناية اللازمة لتنفيذه التزامها، فيما ذهب رأي آخر¹ إلى اعتباره التزاماً بتحقيق نتيجة، فالوكالات السياحية تعد في مركز قوة اتجاه السائح في العلاقة العقدية، ويجب أخذ ذلك بعين الاعتبار عند قياس سلوكها، لذا يجب عليها أن تعلم السائح بكافة المعلومات اللازمة عن الرحلة، لكون الالتزام بالإعلام يلعب الأهمية البالغة في مجال خدمات السياحة والأسفار؛ نظراً لطبيعة محل هذا العقد، الذي ينصب على منتجات مستقبلية وغير مادية (خدمات)، لا يمكن لمسها ولا معاينتها، ولضرورة تكوين المستهلك لفكرة كاملة ودقيقة عن الرحلة السياحية والظروف التي ستمر فيها، ومن أجل تقييمه المسبق لجودة وطبيعة الخدمات المقدمة، إذ يجب في نظرنا أن يلقى على عاتق وكالة السياحة والأسفار التزاماً مشدداً بالإعلام، لأن المستهلك لا يستطيع التحقق من المعلومات المقدمة إليه قبل بدء الرحلة السياحية، إلا أنه لا يمكن جعل هذا الالتزام بتحقيق نتيجة في مدى استيعاب المستهلك للمعلومات المقدمة إليه.

المبحث الثاني: نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام في مجال خدمات السياحة والأسفار.
يمثل الالتزام بالإعلام، كما ذكرنا أحد أهم الالتزامات التي تفرضها قوانين حماية المستهلك على المهني من خلال عقود الاستهلاك، ويحظى هذا الالتزام بالتطبيق في المرحلة السابقة على إبرام العقد، وذلك بقصد تنوير إرادة المستهلك

1 الياس الخالتي سامان سليمان، عقد الرحلة السياحية، دراسة تحليلية، مقارنة في القانون المدني، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، مصر، 2009، ص ص 164-165.

السائح لضمان سلامة إرادته ومن ثم لضمان صحة العقد، كما أنه يجد مجاله الحيوي للتطبيق أيضاً في مرحلة تنفيذ العقد وذلك من أجل ضمان سلامة المستهلك السائح من خلال وقايته من الأضرار التي يمكن أن تتجم أثناء تنفيذ الرحلة السياحية، ويستفاد من ذلك أننا أمام طرفان للالتزام: أحدهما هو المستهلك السائح كدائن عادة بهذا الالتزام والآخر وهو وكالة السياحة والأسفار كمهني مدين عادة.

وعلى هذا الأساس فإن محور الدراسة في هذا المبحث يدور حول إجابة السؤال الذي يبحث فيمن يدلي بالبيانات والمعلومات، وبماذا يدلي ومتى؟ وفي سبيل الإجابة عن ذلك، يجب معرفة النطاق الشخصي والموضوعي للالتزام بالإعلام (المطلب الأول)، وتحديد النطاق الزمني للالتزام وكالة السياحة والأسفار بالإعلام (المطلب الثاني).

المطلب الأول: النطاق الشخصي والموضوعي للالتزام بالإعلام.

الالتزام بالإعلام يشمل كل التعاقد سواء الوارد على المنتج أو الخدمات، لذلك ينبغي على بائع الخدمة السياحية (وكالة السياحة والأسفار) أن يعطي المتعاقد معه كافة المعلومات الضرورية، ويزوده بكل ما يهمه ويساعده لتحقيق الانتفاع بما قام باقتنائه.

ويقصد بمضمون الالتزام بالإعلام نوع البيانات والمعلومات الواجب تقديمها من طرف المدين (المهني)، حيث ينص المشرع الجزائري في الفصل الخامس المعنون ب: إلزامية إعلام المستهلك من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مواده 17 و 18 على ضرورة قيام المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك.

ومن خلال ما ذكر، يمكن القول أنه حتى يتحقق الإعلام الصحيح لمستهلك الخدمة السياحية، وتطور بصيرته في عقود الخدمات (عقد السياحة والأسفار)، يجب أن تشمل على المعلومات المتعلقة بالمهني المدين (وكالة السياحة والأسفار)، والبيانات التي يتعين عليه الإفضاء بها وفق دراسة النطاق الشخصي للالتزام بالإعلام (الفرع الأول)، والنطاق الموضوعي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: النطاق الشخصي للالتزام بالإعلام.

يؤدي بيان شخصية المتدخل إلى توفير عنصر الأمان عن التعاقد لدى المستهلك، وتدخل في إطار المعلومات التي تبين شخصية المهني بصفة واضحة ودون لبس، أن يعلمه بالاسم أو عنوان الشركة والمعلومات الخاصة بها، فيجب إعلام المستهلك -في التنفيذ الشخصي للعقد من طرف المهني- باسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه في حالة كونه شخص طبيعي، وأما إذا تعلق الأمر بشخص معنوي فيعلم باسم شركة ومقرها، بينما في حالة تنفيذ العقد عن طريق الاستعانة بأشخاص آخرين فيعلم باسم وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة.

كما يدخل ضمن المعلومات الواجب تقديمها عن هوية المتدخل، رقم قيده في السجل التجاري أو في سجل الصناعة التقليدية والحرف، ورقم وتاريخ ترخيص له بالنشاط، واسم وعنوان السلطة التي سلمت رخصة بالنسبة للنشاطات المقننة¹.

وباعتبار وكالات السياحة والأسفار تعتبر تاجراً في نظر القانون، وتمارس نشاط تجاري مقنن² تتعاقد فيه مع المحترفين والمستهلكين، فهي تخضع للأحكام السالفة من جهة وتسري عليها من جهة أخرى الأحكام العامة للعقد، والذي تعتبر من الشروط الأساسية فيه أن تكون أطرافه معروفة الهوية بالأسماء والأقارب، أو بالشهرة والأسماء التجارية، لذا على وكالة السياحة والأسفار سواء كان تعاقدتها لحسابها أو لحساب غيرها، أن تعلم من تتعاقد معه بهويتها، إن كان عقد لحسابها أو لحساب

1 راجع في ذلك المادة 54 و55 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09/11/2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 58 المؤرخة في 18 نوفمبر 2013.

2 عملاً بأحكام الفقرة الثالثة من المادة الثالثة من الأمر 75-59 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون التجاري الجزائري، الجريدة الرسمية رقم 78 المؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم "يعد عملاً تجارياً بحسب الشكل...وكالات ومكاتب الأعمال مهما كان شكلها" كما أن وكالات السياحة والأسفار تعد مؤسسات تجارية ملزمة بالقيد في السجل التجاري طبقاً لنص المادة 39 من القانون 99-06 المؤرخ في 04 أبريل 1999 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة والأسفار، الجريدة الرسمية، العدد 24 المؤرخة في 07 أبريل 1999. ولها اسم تجاري خاص بها يختلف عن تسمية الوكالات الأخرى طبقاً لنص المادة 24 من القانون ذاته.

الوكالة الأم، إذا كانت فرعاً لها، أو بهوية الوكالة التي تمارس تعاقد نيابة عنها في إطار القانون¹.

فكل متدخل علامته التجارية والسمعة الخاصة به يكتسب عن طريقهما الزبائن نتيجة جودة الخدمات التي يقدمها، كما أن للعلامة التجارية تأثير على قرار ورضا المستهلك متى عرضت عليه خدماتها، فإبداء رغبته في التعاقد يكون نتيجة لما تتميز به من جودة، برغم من أنه لا يمكن الربط بين العلامة والجودة².

هذه المعلومات تعتبر من أهم البيانات والمعطيات التي يجب تبصير وإعلام المستهلك بها حتى يتحقق رضاه الكامل، فالمستهلك يهيمه معرفة شخصية من يتعاقد معه حتى يطمئن بأنه حسن السمعة، وحتى يستطيع أن يقوم بتقديم شكوى في حالة إخلال المهني بالتزاماته اتجاهه.

الفرع الثاني: النطاق الموضوعي للإلتزام بالإعلام.

إن تقديم خدمة من طرف وكالة السياحة والأسفار بوصفها مهني، يمكن أن يكون تقديماً معيباً، وقد ينتج عن خطر، لذا عليها أن تعلم المستهلك عن كل الخصائص والصفات هذه الخدمة وعن المخاطر التي قد تنتج عنها³، فتنظيم رحلة سياحية إلى بلدان يقل فيها الاستقرار يشكل خطراً محدقاً بالمستهلك السائح، يتوجب على الوكالة السياحية إعلامه به، كما يتوجب عليها كذلك إعلامه بدرجة الفندق الذي سوف يقيم فيه، ونوع الوسيلة المستعملة في النقل، والأماكن المبرمج زيارتها، فالإلتزام بالإعلام يتطلب من وكالة السياحة والأسفار القيام بالإدلاء وتوضيح كل المعلومات المتعلقة بالخدمة محل العقد، سواء تم الإعلان عنها بالوسائل التقليدية أو بوسائل

1 راجع في ذلك نص المادة 75 من الأمر 58/75 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية رقم 78 المؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، الجريدة الرسمية رقم 44 المؤرخة في 20 يونيو 2005.
2 Hadjira DANOUNI, Contrat de consommation. Information et qualité de produit en droit Algérien. symposim international sur: qualité et maintenance au service. Tlemcen 2004, p04.

3 ذهبية حامق، الإلتزام العام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 243.

الاتصال عن بعد، شرط أن تكون هذه المعلومات ضرورية ومفيدة للانتفاع بالخدمة المتعاقد عليها؛ لأن الهدف من إعطاء المعلومات يكمن في إتاحة الفرصة أمام المستعمل لمحل العقد بأن يكون استعماله له موافقاً مع مقصده، وكل ذلك ضمن شروط واضحة تستبعد أي فشل أو ضرر.

أما بخصوص الإعلام بشروط البيع والأسعار غالباً ما نجد أن هم المهني (وكالة السياحة والأسفار) الأول هو تحقيق الربح، دون أن يقوم بتقديم المعلومات الكافية حول شروط التعاقد والتسعير¹، كما أقر المشرع الفرنسي لزبون وكالة السياحة والأسفار الحق في الحصول على جميع المعلومات الضرورية عن الخدمات وسعرها قبل إبرام العقد².

كما أنه قد يلجأ إلى طرق تخلق الثقة في نفس المتعاقد وتدفعه إلى عدم المطالبة بها، لذا أكد على هذه الشروط حماية منه للمستهلك، وهو ما جاء في نص المادة 14 من القانون 99-06 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار: "يقصد بعقد السياحة والأسفار كل اتفاق مبرم بين الوكيل والزبون والمتضمن وصفاً لطبيعة الخدمات المقدمة وحقوق والتزامات الطرفين خاصة فيما يتعلق بالسعر وإجراءات التسديد ومراجعة الأسعار المحتملة والجدول الزمني وشروط بطلان وفسخ العقد"، فعقد السياحة والأسفار يجب أن تذكر فيه طبيعة الخدمة التي سوف تقدمها وكالة السياحة والأسفار وسعرها، وحقوق والتزامات كل طرف فيه بالتدقيق، كما نجد المادة الرابعة من المرسوم 06-306 المؤرخ في 2006/09/10 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المحترف والمستهلكين والبند التي تعتبر تعسفية تنص: "يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل

1 حيث تنص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في: 2009/04/07 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية، العدد 10 المؤرخة في 11 أفريل 2009، على أنه: "يجب على العون الاقتصادي في إطار إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة، على الخصوص على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع".

2 Patrick Courtin et Muriel Deneau, Droit et Droit de tourisme , Breal Edition, Paris, 1996. P295.

الملائمة بالشروط العامة والخاصة للبيع السلع و/أو تأدية الخدمات، ومنحهم المدة الكافية لفحص العقد وإبرامه¹.

وقد أكدت المادة 55 من المرسوم التنفيذي رقم: 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، في فقراتها الستة الأخيرة على أنه يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل وسائل الملائمة حسب طبيعة الخدمة بالمعلومات التالية:

- تكاليف النقل والتسليم والتركيب.
- كيفيات التنفيذ والدفع.
- مدة صلاحية العرض والسعر.
- المدة الدنيا للعقد المقترح عندما يتضمن تزويداً مستمراً أو دورياً للخدمة.
- البنود المتعلقة بالضمان.
- شروط الفسخ.

وفي مجال التنظيمات العالمية للسياحة، نجد المادة السادسة من المدونة العالمية لأداب السياحة تلزم المشتغلين بالسياحة طالما توقف الأمر عليهم، أن يبذلوا ما في وسعهم للمساهمة في إشباع الرغبات الثقافية والروحية لدى السائحين، وأن يلتزم المشتغلون بالسياحة بتوفير معلومات موضوعية وصادقة للسائحين عن الأماكن التي يقصدونها، وعن ظروف سفرهم واستقبالهم وإقامتهم، كما ينبغي لهم التأكد من أن شروط التعاقد المقترحة على عملائهم مفهومة وواضحة، فيما يتعلق بطبيعة الأسعار وجودة الخدمات التي يلتزمون بتقديمها وبالتعويض المالي الذي يدفعونه حالة الإخلال بالتعاقد من جانبهم².

1 المرسوم 06-306 المؤرخ في 10/09/2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المحترف والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 56 المؤرخة في 11 سبتمبر 2006.

2 وهذا ما أكدته المادة 06 من مدونة العالمية لأداب السياحة، المنظمة العالمية للسياحة، ص 13-14 والتي تم اعتمادها بموجب قرار الصادر عن الجمعية العامة للمنظمة المنعقدة في سنتياغو، تشيلي بتاريخ 01 أكتوبر 1999.

وعلى ضوء ما سبق فإن وكالات السياحة والأسفار ملزمة بتزويد المستهلك السائح بكافة المعلومات اللازمة والضرورية من أجل تبصيره عند إبرامه للعقد، فعليها أن تعلمه ببرنامج الرحلة من حيث الأماكن المراد زيارتها، والفنادق التي سيتم الإقامة فيها ودرجتها وجميع الخدمات التي يتضمنها العقد، لكونها هي من تختار مكان الإقامة ووسيلة النقل في أغلب الأحيان.

ويعتبر الحق بالإعلام والتبصير بخصائص وصفات الخدمة المعروضة جوهر فكرة الالتزام بالإعلام؛ لأن خصائص الخدمة قد تكون الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد، وفي إطارها يقع المستهلك ضحية الغش والتقليد¹.

المطلب الثاني: النطاق الزمني للالتزام بالإعلام.

نقصد بالنطاق الزمني للالتزام بالإعلام الوقت الذي يلزم تنفيذه خلاله، وقد سبق أن أوضحنا أن لهذا الالتزام تطبيق سابق على التعاقد يطلق عليه الفقه الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أو الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات. ومن المعلوم أنها تسهم في تنوير إرادة السائح باعتباره مستهلك (الفرع الأول)، على أن هناك صورة أخرى للالتزام بالإعلام لا تقل أهمية عن سابقتها؛ وهي الالتزام التعاقدية بالإعلام والذي يرتبط بفترة تنفيذ العقد (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

أن المرحلة السابقة على إبرام العقود ذات أهمية كبيرة فهي مرحلة الإفصاح عن نية كلا المتعاقدين وتبادل الثقة، والركون إلى إقرار المعاملات بين المتعاقدين، يتسع نطاقها ليشمل عقد السياحة والأسفار، ولاسيما إعلام السائح بكل ما يتعلق بالرحلة، خاصة في الرحلات الشاملة والتي تتميز بتقديم عدة خدمات مستقبلية لا يكون المستهلك السائح على معرفة كاملة بمحتواها، بل هو يتعاقد بناء على ثقة في المعلومات التي تقدمها له وكالات السياحة، ولذلك فهي تلتزم بأن تحيطه علماً بكل ما يتعلق بالرحلة والخدمات المرتبطة بها حتى يكون على بينة من أمره.

1 عبد الله محمود عبد الله ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2009، ص 58.

وبما أن عقد السياحة والأسفار يدخل ضمن زمرة عقود الاستهلاك، مما يقتضي تطبيق أحكام هذا النوع من العقود، والتي من أهمها التزام المهني بإعلام المستهلك بطبيعة الخدمة وخصائصها والمخاطر التي قد تتجم عنها، وقد كرس المشرع الجزائري فرض رقابة مسبقة للدولة على وكالات السياحة من أجل حماية كافية لمستهلك الخدمة السياحية بإلزام وكالات السياحة قبل بدء أنشطتهم بفرض ترخيص استغلال تسلمها الوزارة المختصة¹.

حيث تتمتع وكالة السياحة والأسفار بوصفها الطرف المحترف، ولاسيما في الرحلات السياحية الشاملة بالاستئثار بالعلم حول ظروف وتفاصيل الرحلة التي تقوم بتنظيمها وتنفيذها في مواجهة المستهلك السائح الذي يقتني المنتج أو الخدمة، وتقبله الكثير من الصعوبات لنقص المعلومات لديه، ولأن حاجته تتكون إلى حد ما عن طريق الإعلام والإشهار الذي ينير إرادته كي يقدم على التعاقد في ظل رضا حقيقي وواقعي متبصر².

ويعرف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام بأنه: "الالتزام الذي ينشأ في مرحلة المفاوضات العقدية، والذي يفرض على كل طرف فيما يعلم أو ينبغي أن يعلم بمعلومات تتعلق بمحل العقد أن يزود الطرف الآخر بها، والذي لا يعلم أو ليس بإمكانه العلم بها"³، ولا يقتصر الالتزام بالإعلام قبل التعاقد على إعلام العملاء على مجرد التحذيرات أو التعليمات المختصرة عن الرحلة، بل يجب أن ينصب كذلك على الاحتياطات الواجبة لتجنب وقوع أي حادث⁴.

وفي هذا الصدد نود توضيح الأسس الجوهرية التي يقوم عليها الالتزام قبل التعاقد بالإعلام؛ وهي تحقيق التكافؤ بين المتعاقدين الذي يستلزم أن يكون كلا

1 راجع في ذلك نص المادة 6 و 7 من القانون 06/99.

2 الصادق صباد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013-2014، ص 65.

3 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 184.

4 أحمد السعيد الزقرد، عقد الرحلة، دراسة في التزامات ومسؤولية وكالات السياحة والسفر، المكتبة العصرية، القاهرة، مصر، 2008، ص 121.

الطرفين على درجة متساوية من العلم بمحل العقد من جهة، ومن جهة أخرى إعادة التوازن إلى العقد من خلال المعلومات والبيانات التي تمثل ضمانات مهمة لحرية التعبير عن الرأي والقرار في العقد، ولا سيما في عقود الإذعان، إذ لا يوجد نص قانوني يحمي الطرف المذعن في المرحلة السابقة على التعاقد بل الحماية المقررة بعد التعاقد عبر إعطاء القاضي سلطة تعديل الشروط التعسفية وإعفاء الطرف المذعن منها¹ أو تفسير النصوص في العقد لمصلحة المذعن².

هذا ويلاحظ أن الالتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية الحديثة التي خص بها المستهلك بصفة خاصة وللوائح بشكل خاص في مواجهة المهني في المرحلة قبل التعاقدية³؛ حيث نرى أن التوجيه الأوروبي 314/90 الصادر في 1990/06/13 نص على جملة من المعلومات الضرورية والملزمة التي يجب أن يتضمنها الدليل الخاص بالسفر إن وضع تحت تصرف السائح قبل التعاقد⁴.

هذا ويلاحظ أن المادة 15 من القانون الفرنسي رقم 92-645 الصادر 1992/07/13 المتعلق بتحديد شروط ممارسة الأنشطة المتعلقة بتنظيم وبيع الأسفار أو الإقامة، بإعلام المعنيين بالأمر كتابة قبل إبرام العقد بمحتوى الخدمات المقترحة المتعلقة بالنقل والإقامة والتمن وطرق الأداء وشروط إبطال العقد، وكذلك تلك المتعلقة بعبور الحدود⁵.

وفي هذا الإطار أيضاً، نصت المادة 96 من المرسوم التطبيقي رقم 94-490 الصادر في 15 يونيو 1994 على أنه يجب أن يقدم البائع للمستهلك قبل إبرام العقد وفي وثيقة مكتوبة تتضمن الغرض الاجتماعي وعنوانه والإشارة إلى الرخصة الإدارية بالممارسة، معلومات حول الأثمان والتواريخ والعناصر الأخرى المنشئة للخدمة بمناسبة السفر أو الإقامة. وتعطي المادة 96 أمثلة عن المعلومات

1 عملاً بأحكام المادة 110 من القانون المدني الجزائري.

2 تنص الفقرة 2 من المادة 112 من القانون المدني الجزائري: "غير أنه لا يجوز أن يكون تأويل العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المذعن".

3 عبد الرحمان الشرقاوي، المرجع السابق، ص 52.

4 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 189.

5 PY Pierre, Droit de tourisme, 4eme édition, collection, Dalloz, paris 1996, p296.

التي يجب وضعها رهن إشارة المستهلك، نذكر منها: وجهة الرحلة، خصائص ومميزات وسائل النقل المستعملة، طرق الإيواء، الوجبات المقدمة، الإجراءات الإدارية والصحية التي يجب إجراؤها، وخصوصاً في حالة عبور الحدود، وكذلك آجال القيام بهذه الإجراءات¹.

أما المشرع الجزائري إضافة إلى تحديده لمضمون عقد السياحة والأسفار وصفاً لطبيعة الخدمة السياحية المزمع القيام بها وتحديد سعرها، نجد أن نص الفقرة الأولى من المادة 16 من القانون 99-06 والمتعلق بالقواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار نصت على أن: "عقد السياحة والأسفار يثبت عن طريق تسليم مستند معد من طرف وكالة السياحة والأسفار يحدد حقوق وواجبات أطراف العقد ويوافق عليه الزبون"، كما جاء في البند الأول من الشكل النموذجي لعقد السياحة والأسفار المعد من قبل وزارة السياحة، أن موضوع هذا العقد يتضمن تنظيم العلاقات بين وكالة السياحة والأسفار والزبون في حالة ما إذا كان هذا الأخير قد أكد طلبه بواسطة وصل الحجز.

يتضح مما سلف ذكره أعلاه، أن وكالة السياحة والأسفار ملزمة بإعلام السائح بجميع المعلومات اللازمة والضرورية لتنفيذ رحلة هادئة وأمنة، وذلك من خلال البيانات التي يتضمنها وصل الحجز التي يتم تجسيدها فيما بعد في العقد في حالة ما إذا وافق السائح على برنامج الرحلة وشروطها².

- 1 أبو بكر مهم، ضمانات حماية مستهلك الخدمات السياحية، قراءة في القانون 08-31 والممارسة القضائية والعملية، الالتزام بالإعلام في عقد الرحلة، أشغال اليوم الدراسي، المنظم من مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، المغرب، جامعة الحسن الأول، ص ص 26-27.
- 2 رابح بلعزوز، النظام القانوني لعقد السياحة والأسفار في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، نوفمبر 2005، ص 79.

وقد نصت الفقرة الثانية من المادة 17 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 48/2000 المؤرخ في 01/03/2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، الجريدة الرسمية، العدد 10 المؤرخة في 05 مارس 2000، والملغى بالمرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ في 15/05/2017 والذي يحدد شروط إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، الجريدة الرسمية، العدد 30 المؤرخة في 17 ماي 2017، على أنه "يتعين على وكالة السياحة

وعلى خلاف ذلك فالمرجع المصري والعراقي لم يتناول مسألة الالتزام قبل التعاقد بالإعلام بالتنظيم، لكن ليس هناك ما يمنع من إلقاء عبء الالتزام بالإعلام على عاتق وكالة السياحة والأسفار انطلاقاً من مبدأ حسن النية في العقود وتنفيذها¹. وتجدر الإشارة إلى أن الالتزام بالإعلام التزاماً مزدوجاً يتضمن في شقه الأول إعلام الزبون المتعاقد بشروط العقد ومضمونه، وفي شقه الثاني إحاطة المتعاقد علماً بجميع المخاطر المرتبطة بالتعاقد. وهذا يهدف إلى عدم استغلال وكالة السياحة والأسفار بوصفها "مهنياً محترفاً" عدم التخصص من جانب السائح سواء من الناحية الفنية أو المالية لتدفعه للتعاقد بما لا يحقق غايته².

أما فيما يخص التطبيقات القضائية للالتزام وكالة السياحة والأسفار بتزويد السائح قبل التعاقد بالمعلومات الضرورية حول الرحلة، نجد أن المحاكم القضائية الفرنسية لها ما لها من أحكام في أرشيفاتها، ففي دعوى تتلخص وقائعها في أن وكالة السياحة والأسفار نظمت رحلة لزوجين إلى اليونان، وبغرض التجول هناك استأجرت الوكالة المذكورة سيارة مؤمن عليها تأميناً شاملاً يغطي جميع المخاطر، ومع ذلك رفضت شركة التأمين اليونانية دفع مبلغ التعويض للزوجة التي تعرضت لعدة إصابات ناتجة عن حادث مرور وقع لها أثناء التجول على متن السيارة المستأجرة، وذلك على أساس أن القانون اليوناني يقضي بأن المستفيد من التأمين عن حوادث السيارات هو الغير، بينما الزوجة ليست من الغير وبذلك لا تستحق مبلغ التأمين، قضت محكمة استئناف باريس بمسؤولية وكالة السياحة والأسفار المنظمة للرحلة بتعويض الأضرار التي رفضت شركة التأمين اليونانية تغطيتها على أساس أن الوكالة المذكورة قد أخلت بالتزامها بإعلام السائحة بمدى الأضرار وطبيعتها التي

والسفر في إطار نشاطاتها، نشر منشورات وكتيبات ودعائم أخرى، مكتوبة، ورقمية بصفة دورية لبيع مختلف المنتجات والدورات السياحية (مقصد الجزائر).

1 ضحى محمد سعيد النعمان، المسؤولية المدنية لمتعهدي السفر والسياحة، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، مصر، 2014، ص 126.

2 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 184.

يشملها التأمين طبقاً لأحكام القانون اليوناني، ولم تكلف نفسها عناء دراسة التأمين في هذا البلد¹.

وبهذا نصل إلى أن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام تتجلى أهميته في نطاق عقد السياحة تعود إلى عدة أسباب منها:

1- إن عقد السياحة، يتصف بأنه من عقود الثقة المشروعة، هذه الثقة التي أولاهها السائح وهو شخص غير مهني إلى وكالة السياحة والأسفار بوصفها "مهنيًا متخصصًا" لديه من القدرات والمعرفة الفنية والتخصص في العمل ما يؤهلها لتزويد السائح بالمعلومات الكاملة والدقيقة عن الرحلة المزمع تنفيذها على نحو يجعله متساوياً في العلم والمعرفة قدر الإمكان للحصول على رضا مستتير².

2- إن وكالة السياحة والأسفار، بما تلجأ إليه من دعاية مبهرة ومبالغة في وصف برنامج الرحلة ومميزاتها بهدف جذب السياح إلى التعامل معها، يجب عليها ألا تتجاوز حدود هذه المبالغة إلى التضليل باستعمال بيانات خاطئة أو مضللة، وإلا ترتب الجزاء، وتطبيقاً لذلك أصدرت المحكمة التجارية بباريس حكماً قضائياً في 2010/10/04 والذي ألزم مجموعة من المؤسسات السياحية بدفع غرامات مالية على ما قامت به من إشهار كاذب على مواقع *Tripadvisor.fr* و *Expedia.fr* لترويج خدماتها السياحية³.

3- يقرع عن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزام بالتحذير، وهو عبارة عن لفت وكالة السياحة والأسفار عناية وانتباه السائح إلى المخاطر المعلومة لديها أو المحتملة التي يمكن أن يتعرض إليها خلال الرحلة السياحية⁴.

وهكذا يظهر لنا أن عقد السياحة يولد التزاماً على عاتق وكالة السياحة والأسفار في مواجهة السياح بتزويدهم بكل المعلومات اللازمة والضرورية حتى ينعموا برحلة هادئة وأمنة، ولاسيما المعلومات المتعلقة بأماكن الزيارة والجولات

1 أحمد السعيد الزقرد، الروابط الناشئة عن عقد الرحلة، مجلة الحقوق الكويتية، السنة الثانية والعشرون، العدد الأول، مارس 1998، ص 176.

2 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 193.

3 حمزة أنوي، المرجع السابق، ص 85.

4 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 194.

السياحية وحالة الطرق ووسائل النقل ومخاطر الرحلة، وكل ما من شأنه أن ينيّر الطريق لهم حول العقد الذي يقبلون على إبرامه؛ لأن العلاقة التعاقدية تقتضي التحلي بالأمانة والصراحة المطلقة بين الأطراف فيكون بذلك المحترف (وكالة السياحة والأسفار) مسؤولاً إزاء زبائنه عن حسن تنفيذ الالتزامات الناتجة عن العقد سواء كان عليه أن ينفذها شخصياً أو بواسطة مقدمي خدمات آخرين.

الفرع الثاني: الالتزام التعاقدي بالإعلام.

يفرض الالتزام التعاقدي بالإعلام على وكالة السياحة والأسفار تزويد السائح بمعلومات معينة في أثناء تنفيذ العقد، والذي يجد أساسه في نص المادة 107 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية"¹، إذ يجب على وكالة السياحة والأسفار بوصفها المتعاقد المحترف أن تقدم إلى السائح معلومات صادقة ودقيقة عن مضمون العقد، وبرنامج الرحلة والمخاطر التي يتضمنها وطرق الوقاية منها، وهذا وفقاً لما تجرى عليه العادة وما تمليه العدالة مع مراعاة طبيعة التعامل².

ومما لا شك فيه أن الالتزام بالإعلام قد يمثل الالتزام الأصلي في العقد بمعنى أن يكون محل الالتزام وموضوعه قيام أحد طرفي العقد بتزويد الطرف الآخر بما يحتاج إليه من معلومات وبيانات في مجال معين من المجالات التي يتعلق بها العقد، كالعقود التي تلتزم بها مكاتب ووكالات الاستعلامات التجارية بتزويد التجار بالمعلومات المتعلقة بملاءة ويسار الأشخاص الذين يرغبون في التعامل معهم بحيث تتحمل المسؤولية العقدية عندما تكون المعلومات غير صحيحة³، وقد يمثل الالتزام التعاقدي بالإعلام في حالات أخرى التزاماً ثانوياً أو فرعياً ينتج عن جملة من الالتزامات الرئيسية التي يقوم عليها العقد ويقتضيها، فهو يعد أحد مظاهر واجب التعاون والالتزام ايجابي يجب مراعاته بين المتعاقدين في أثناء تنفيذ العقد⁴.

1 المقابلة لنص المادة 50 من القانون المدني العراقي والمادة 148 من القانون المدني المصري، انظر في ذلك: بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 209.

2 أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 122.

3 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 210.

4 علي فيلاي، "الالتزامات" النظرية العامة للعقد، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001، ص 295.

وتطبيقاً لذلك يعد عقد السياحة الذي يتخذ الالتزام التعاقدي بالإعلام فيه التزاماً ثانوياً، حيث أنه يتفرع عن الالتزام الرئيسي في العقد المتمثل بضمان توفير رحلة سياحية آمنة وهادئة بحيث يرتبط به ارتباطاً وثيقاً إذ تفرض المادة 577 من القانون المدني على وكالة السياحة والأسفار بصفتها وكيلةً التزاماً بإعلام السائح (الموكل) بالمعلومات المهمة والضرورية التي تبين ما حققه وكيله وإنجازه من أعمال في أثناء تنفيذ العقد، وأن تقدم له حساباً توضح فيه نتائج أعمالها¹.

وقد حصر الفقيه الألماني "Hersfelder" الالتزام التعاقدي بالإعلام في ثلاثة صور تتمثل الالتزام بإخطار المتعاقد الآخر بالبيانات التي يتوقف عليها حسن تنفيذ العقد، الالتزام بتقديم حساب عنها والالتزام بلفت نظر المتعاقد الآخر، أو إحاطته علماً بمسائل يترتب عليها حسن تنفيذ العقد².

وتبعاً لما تقدم، تلتزم وكالة السياحة والأسفار أثناء تنفيذ برنامج الرحلة السياحية بأن تقدم معلومات دقيقة لعملائها، سواء كانت من حيث أوقات زيارة الأماكن الداخلة ضمن البرنامج السياحي، أم من حيث وسائل النقل المراد استعمالها، أم من حيث كيفية التمتع بالخدمات الأخرى المقدمة لهم، كما تلتزم بتبئهم إلى المخاطر التي قد تواجههم عند زيارة الأماكن المختلفة ضمن برنامج الرحلة السياحية³.

وفي قضية تتلخص وقائعها في أن أحد وكالات السياحة والأسفار نظمت رحلة سياحية شاملة تتضمن الإقامة في قرية سياحية قريبة من ساحل البحر اشترك في الرحلة طفل مع أسرته، والذي حصل أن أصيب في أثناء عبوره على خط السكك الحديدية الذي يجتاز الطريق المؤدي إلى ساحل البحر حيث صادف مرور قاطرة في

1 طبقاً لنص المادة 577 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: "على الوكيل أنه يوافي الموكل بالمعلومات الضرورية عما وصل إليه في تنفيذ الوكالة وأن يقدم له حساباً عنها"، المقابلة لنص المادة 936 من القانون المدني العراقي، والمادة 705 من القانون المدني المصري، والمادة 1993 من القانون المدني الفرنسي. انظر: بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 211.

2 أشارت إليه: مريم يغلي، الالتزام بالإعلام في بيع المنتجات الخطرة، مذكرة ماجستير، تخصص عقود مدنية وتجارية، كلية الحقوق، جامعة عنابة السنة الجامعية 2007-2008، ص 48.

3 إلياس الخالتي سامان سليمان، المرجع السابق، ص 161.

أنشاء عبوره، ذهبت محكمة الاستئناف إلى عدم مسؤولية الوكالة لوجود طريق خاص يتوجب سلوكه، أما محكمة النقض فقد ذهبت إلى مسؤولية وكالة السياحة والأسفار لإخلالها بإعلام والدي الطفل لدى وصولهما بمرور خط للسكك الحديدية في المنطقة مما جعلهما يتركان طفلهما يذهب وحده¹.

وعلى أي حال، وعند النظر في أحكام القانون الجزائري 99-06 المتضمن القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة والأسفار، نجده قد رتب المسؤولية الجزائية لوكالة الساحة والأسفار بموجب المادة 45 في حال مخالفتها للالتزام بالإعلام؛ وذلك من خلال لجوئها إلى الإشهار الكاذب².

أما القانون الفرنسي فقد نظم التزام وكالة السياحة والأسفار بالإعلام في المادة 17 من القانون الفرنسي 645 لسنة 1992، فاشتراط أن يكون العقد تحريراً وأن يتضمن جميع المعلومات المتعلقة باسم منظم الرحلة وعنوانه وشركة التأمين الضامنة، ووصف لجميع الخدمات المقدمة، فضلاً عن تفصيل للحقوق والالتزامات المتبادلة على الطرفين³.

وأخيراً قد يتبادر إلى الذهن أن تزويد العميل بالمعلومات حول المخاطر المحيطة بالرحلة السياحية، يتعارض مع عمل وكالة السياحة والأسفار ومصلحتها الاقتصادية؛ لأنه قد يدفع السائح إلى العدول عن المشاركة بالرحلة، في حين أن وكالة السياحة والأسفار تحرص على جذب العملاء باستعمال شتى الوسائل، منها

1 بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 212.

2 طبقاً لنص المادة 45 من القانون 99-06: "تعاقب الوكالة عن الإشهار الكاذب الخاص بالأسعار أو الخدمات بغرامة مالية من خمسين ألف (50.000) دينار إلى مائة ألف (100.000) دينار".

3 ضحى محمد سعيد النعمان، المرجع السابق، ص 124، وكذلك نجد أن المشرع الجزائري في القانون 99-06 نص بموجب المادة 14 على أن يتضمن عقد السياحة وصفاً لطبيعة الخدمات المقدمة؛ أي أنه نص على الالتزام التعاقدي بالإعلام بطريقة غير مباشرة على خلاف قانون تنظيم شركات ومكاتب ووكالات السفر والسياحة العراقي رقم 49 لسنة 1983، وقانون تنظيم الشركات السياحية المصري رقم 18 لسنة 1983، خلوهما من تنظيم التزام وكالة السياحة والسفر بإعلام العملاء حول التفاصيل والمعلومات الضرورية لتنفيذ العقد، عليه نطبق حكم القواعد العامة، والتي يقتضيه مبدأ حسن النية في تنفيذ العقد. انظر في ذلك: بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص

اللجوء إلى عناصر التشويق في الإعلان عن الخدمات السياحية المقدمة، ولا تلجأ إلى الإعلان عن المخاطر التي قد يتعرض لها المشتركون فإن ذلك يؤثر بما لا يقبل الشك في عمل الوكالة إلا أن تنفيذ العقد بحسن النية يفرض عليها هذا الإلتزام¹.

خاتمة:

تشهد التدابير التي جاء بها القانون 99-06 والمتعلق بالقواعد التي تحكم وكالات السياحة والأسفار، ندرة كبيرة في مجال الإلتزامات الملقاة على عاتق وكالة السياحة والأسفار كمهني محترف بصفة عامة، والإلتزام بالإعلام بصفة خاصة باعتباره نقطة تقاطع وتحدٍ كل الإلتزامات المفروضة، وذلك من خلال:

1. أن المشرع الجزائري حاول إضفاء نوع من الحماية القانونية للمستهلك السائح في القانون 99-06، إلا أنه ركز اهتمامه على المجال التنظيمي والمنشأ للوكالة السياحية، دون أن يوضح حقوق الطرف الثاني كمستهلك للخدمة السياحية، حتى وإن المادة 21 منه نصت على المسؤولية المترتبة على عاتق الوكالة السياحية وهذا كله دون تفصيل أو تدقيق أو تحديد لحقوق السائح.

2. تغاضي القانون 99-06 عن ذكر الضمانات القانونية لحماية المستهلك السائح، إذ لم ينص على حقه في الإعلام ونطاق تطبيقه باعتبارات العقد السياحي عقد من عقود الثقة المشروعة، والتي تقوم على اعتبار حسن النية في إبرام العقود وتنفيذها، مما يجعله دائماً يرجع إلى القواعد العامة.

ولهذا يفرض الأمر على المشرع الجزائري إعادة وضع وصياغة ضوابط كافية ومشددة للإلتزام بالإعلام في نطاق خدمات السياحة والأسفار، وليس الاقتصار فقط على سن تدابير عامة تخص مجال المنتج المادي بالدرجة الأولى في القانون 99-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ومن كل ما تقدم عرضه نتوصل إلى جملة من التوصيات التي يمكن أن تجسد لنا الإطار القانوني للإلتزام بالإعلام في مجال الخدمات السياحية والعمل على تحقيقها بعد ذلك، وهي:

1 بتول صراوة عبادي، المرجع نفسه، ص 213.

1. ضرورة التحديد الدقيق للوقت الذي يتعين فيه تنفيذ الالتزام بالإعلام سواء في المرحلة السابقة أو اللاحقة على إبرام العقد، حتى نحد من النزاعات المحتمل وقوعها وخاصة للمستهلك السائح. ونأخذ على سبيل المثال إلزام وكالة السياحة بإعلام السائح قبل إبرام العقد بمدة لا تقل عن خمسة أيام حتى يتسنى له فرصة للتفكير بما يضمن له رضا سليم وصحيح، كما يتم إعلامه بالبيانات المحددة عقب إبرام العقد.
 2. تدخل المشرع وتحدد لعقد نموذجي يضمن الخدمات السياحية بشكل منظم وتصيلي لحقوق والتزامات الطرفين، خاصة وما نشهده في إطار التعاملات التعاقدية الإلكترونية وتطورها.
 3. ضرورة تحديد الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في شقيه المدني والجزائي؛ لأن خصوصية قواعد حماية المستهلك السائح تستتبع بالضرورة خصوصية الجزاء الذي يجب توقيعه في حالة الإخلال به.
- كل ذلك بغية تحقيق حماية فعالة لمستهلك الخدمة السياحية، وضمان نوع من المساواة العقدية بين الطرفين، وإحاطة السائح بكل بالمعلومات المهمة والضرورية والمحتملة عن برنامج الرحلة السياحية المزمع القيام بها، بدءاً من مرحلة التفاوض إلى غاية انتهاء تنفيذ الرحلة ورجوعه سالماً إلى أرض الوطن.

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

- أحمد السعيد الزقرد، عقد الرحلة، دراسة في التزامات ومسؤولية وكالات السياحة والسفر، المكتبة العصرية، القاهرة، مصر، 2008.
- أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الأول، المجلد2، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1998.
- بتول صراوة عبادي، العقد السياحي، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2012.

- الحري هباش بن رجاء، أسعود السيف السهلي، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011.
- ضحى محمد سعيد النعمان، المسؤولية المدنية لمتعهدي السفر والسياحة، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، مصر، 2014.
- علي فيلاي، "الالتزامات" النظرية العامة للعقد، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001.
- محمد أحمد عبد الفضيل، وكالات السفر والسياحة من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، مصر، 1991.
- محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دراسة مقارنة، دار النشر الفجر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2005.
- مصطفى أبو عمر أحمد، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2010.
- الياس الخالتي سامان سليمان، عقد الرحلة السياحية، دراسة تحليلية، مقارنة في القانون المدني، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، مصر، 2009.

ثانياً: الرسائل العلمية.

1. أطاريح الدكتوراه:

- ذهبية حامق، الالتزام العام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009.

2. رسائل الماجستير:

- خيرة علي خوجة، القوة القاهرة في القانون المدني الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.
- رابح بلعزوز، النظام القانوني لعقد السياحة والأسفار في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، نوفمبر، 2005.

- سعيدة العائبي، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة ماجستير، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة 2011-2012.
- الصادق صياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013-2014.
- عبد الله محمود عبد الله ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير القانون، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين 2009.
- فاطمة الزهراء زيتوني، دور القاضي في تنفيذ العقد في المواد المدنية، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان 2008/2009.
- مريم يغلي، الالتزام بالإعلام في بيع المنتجات الخطرة، مذكرة ماجستير، تخصص عقود مدنية وتجارية، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2007-2008.
- نور الهدى مرزوق، التراخي في العقود الالكترونية، مذكرة ماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو 2012.

ثالثاً: المقالات العلمية.

- أحمد السعيد الزقرد، الروابط الناشئة عن عقد الرحلة، مجلة الحقوق الكويتية السنة الثانية والعشرون، الكويت، العدد الأول، 1998.
- زينة العبيدي غانم، العبيدي أحمد سارة، عقد السياحة الالكتروني، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العراق، المجلد (2)، العدد (7)، 2010.

رابعاً: مؤتمرات علمية.

- أبو بكر مهم، الالتزام بالإعلام في عقد الرحلة، أشغال اليوم الدراسي، مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، جامعة الحسن الأول، المغرب، بتاريخ: 2012/03/16.
- أبو بكر مهم، ضمانات حماية مستهلك الخدمات السياحية، قراءة في القانون 31/08 والممارسة القضائية والعملية، الالتزام بالإعلام في عقد الرحلة، أشغال

- اليوم الدراسي، مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، جامعة الحسن الأول،
المغرب، بتاريخ: 2012/03/16.
- حمزة أنوي، حماية مستهلك الخدمات السياحية في التشريع المغربي، أشغال اليوم
الدراسي، مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، جامعة الحسن الأول، المغرب،
بتاريخ: 2012/03/16.
 - عائشة فضيل، حماية السائح المستهلك في القانون المغربي والقانون المقارن،
أشغال اليوم الدراسي، مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق، جامعة الحسن الأول،
المغرب، بتاريخ: 2012/03/16.
 - عبد الرحمان الشرقاوي، حماية السائح في المرحلة السابقة عن التعاقد، بن
مقتضيات النصوص الخاصة وأحكام قانون 08-31 القاضي بتحديد تدابير
لحماية المستهلك، أشغال اليوم الدراسي، مختبر قانون الأعمال بكلية الحقوق،
جامعة الحسن الأول، المغرب، بتاريخ: 2012/03/16.

خامساً: النصوص القانونية.

- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، جريدة
رسمية رقم 78 مؤرخة في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-
10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، الجريدة الرسمية رقم 44 المؤرخة في 20
يونيو 2005.
- أمر 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري الجزائري،
جريدة رسمية رقم 78 مؤرخة في 30 سبتمبر 1975 معدل ومتمم.
- قانون رقم 99-06 مؤرخ في 04 أبريل 1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط
وكالات السياحة والأسفار، جريدة رسمية عدد 24، 07 أبريل 1999.
- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع
الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15 المؤرخة في 08 مارس 2009.
- مرسوم تنفيذي رقم 2000-48 مؤرخ في 01 مارس 2000 الذي يحدد شروط
وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، جريدة رسمية، عدد 10
مؤرخة في 05 مارس 2000، والملغى بالمرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ

- في 15/05/2017، والذي يحدد شروط إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، الجريدة الرسمية، العدد 30 المؤرخة في 17 ماي 2017.
- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المحترف والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، جريدة الرسمية، عدد 56 مؤرخة في 11 سبتمبر 2006.
 - مرسوم تنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 07 أفريل 2009 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية، جريدة رسمية، عدد 10 مؤرخة في 11 أفريل 2009.
 - مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة الرسمية، عدد 58 مؤرخة في 18 نوفمبر 2013.

سادساً: باللغة الأجنبية.

- *Hadjira Donouni. contrat de consommation. Information et qualité de produit en droit Algérien. symposim international sur: qualité et maintenance au service. Tlemcen 2004.*
- *Patrick Courtin et Deneau Muriel, Droit et Droit de tourisme , Breal Edition, Paris, 1996.*
- *PY Pierre, Droit de tourisme, 4ème édition, Collection Dalloz, Paris 1996.*