

مجزوءة: قانون تدابير
حماية المستهلك

ماستر: جدع مشترك القانون
والمقاول، العقار والتعمير، قانون
وعمليات البنوك التشاركية

السداسية الثامنة

عرض تحت عنوان

حماية المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد

تحت إشراف الأستاذ:

من إعداد الطلبة:

فاطمة الزهراء بركام

شيماء بولخير

مريم نوكدزاهر

محمد لعماري

محمد العمري

عمر هاشمي

السنة الجامعية: 2020-2019

لائحة المختصرات

د.ذ.س	دون ذكر السنة
ط	طبعة
ق.ل.ع	قانون الالتزامات والعقود
م.س	مرجع سابق
م.ط	مطبعة
ق	قانون

مقدمة

في إطار استكمال بناء منظومة التشريعية المغربية المستجيبة لمتطلبات الانفتاح الاقتصادي ومستلزمات اقتصاد السوق الذي تشكل الدولة فاعلا أساسيا فيه من حيث السهر على تنظيمه بما يكفل التوازن وعدم السيطرة والاستحواذ من قبل طرف دون آخر وخاصة الجانب الضعيف في المعاملات عملا بما هو جاري في المحيط الإقليمي الدولي فقد ارتأى المشرع المغربي إقرار تشريع خاص بحماية المستهلك من خلال القانون رقم 31.08 بتاريخ 18 فبراير 2011¹، سواء في المرحلة السابقة على التعاقد أو عند إبرام العقد.

ونظرا لما تحمله مرحلة السابقة على التعاقد من استغلال الطرف القوي للطرف الضعيف وأمام مشكل عدم التساوي بينها دعت الضرورة إلى إعادة المساواة بين أطراف العلاقة التعاقدية.

وهكذا اتجه الاهتمام نحو الحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقة وذلك بمحاولة الرفع من مركزه التفاوضي وإعطائه الأسلحة والأدوات الكفيلة بجعله يتعاقد وهو على بنية من أمره واستجابة لهذا الهاجس الحمائي عرف تكريس الالتزام بالإعلام كوسيلة حمائية ازدهارا مهما في قوانين العديد من الدول سعت من ورائه الوقوف بالخصوص بجانب المستهلك الذي يكون في غالب الأحيان في حالة ضعف²، وكذا حماية هذا الأخير من الإشهارات التجارية التي قد تتخطى حدود الصدق والموضوعية لتمويهه إضافة إلى فرض المشرع بعض النصوص القانونية تهم جعل المستهلك أكثر تمهلا وروية قبل الإقدام على التعاقد، وفي هذا الإطار سيتم الاقتصار على الالتزام بالإعلام وكذا الحماية المقررة للمستهلك من الإشهارات الكاذبة والمضللة في كافة العقود التجارية بما فيها البنكية التشاركية.

¹ - عمر انجوم: "حماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد على ضوء القانون رقم 31.08 مقال منشور بموقع العلوم القانونية WWW.MAROCDOIT.COM تاريخ الاطلاع 2020/03/01 على الساعة 15:00.

² - أبو بكر مهم: "حماية المستهلك النعاقد"، الطبعة لأولى، مطبعة الكرامة زنقة 4 الماهونية الرباط المغرب، 2017 ص 14.

إن التشريعات العربية لم تهتم بموضوع حماية المستهلك إلا حديثاً حيث كانت تقتصر فقط على حمايته انطلاقاً من القواعد القانونية العامة، غير أن عجز هذه القواعد التقليدية مواكبة إيقاع الحياة التجارية والمهنية وظهور صيغ جديدة لتعاقد دفعت بها إلى إصدار قوانين خاصة³، رغم إهدار المشرع المغربي الكثير من الوقت لإخراج قانون 31.08 إلى أرض الواقع كمحطة أولى سنة 2011، ليشكل قفزة نوعية استجاب من خلالها لانتظارات كل الفاعلين والمعنيين بمجالات الاستهلاك لما يتضمنه من أحكام جديدة وجريئة.

ويكتسي موضوع حماية القانونية للمستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد أهمية بالغة سواء في جانبها النظري أو العملي فبالنسبة للأهمية النظرية تتمثل في توالي التشريعات الحمائية للطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية خصوصاً تلك التي جاء بها قانون تدابير حماية المستهلك.

أما الأهمية العملية تتجلى في كون أن التدابير الحمائية المقررة للمستهلك قبل التعاقد تشكل ضمانات وقائية لطرف الضعيف اقتصادياً في إطار المعاملات التجارية.

من هنا تكمن شرعية مجموعة من التساؤلات:

ما المقصود بالالتزام بالإعلام؟ وماهي أهم الجزاءات المترتبة عن الإخلال به؟

وأي تكمن حماية المستهلك من الإشهارات الكاذبة؟

ماهي الحماية المقررة للمستهلك البنكي في عقد المراجعة؟

هذه الأسئلة تؤدي إلى طرح إشكالية مفادها:

ما مدى توفيق المشرع في توفير الحماية المرجوة للمستهلك في المرحلة السابقة على

التعاقد؟

³ - البعلاوي عادل: "الحماية العقدية للمستهلك"، رسالة لنيل دبلوم الماستر قانون خاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية تطوان جامعة عبد المالك سعيدي طنجة، سنة 2010/2011، ص 4.

وكفرضية لهذه الإشكالية يمكن القول أن هذه الحماية المقررة للمستهلك في العلاقة التعاقدية باعتباره الطرف الأخرى تبقى محدودة ولم تتحقق على أرض الواقع إلا بنسبة ضئيلة جدا.

لدراسة هذا الموضوع ومحاولة الإجابة عن الإشكالية سيتم اعتماد التصميم التالي:

أولاً: التدابير الحمائية للمستهلك قبل التعاقد

ثانياً: حماية المستهلك البنكي قبل التعاقد – عقد المراجعة نموذجاً –

ولإحاطة بجوانب الموضوع سوف يتم اعتماد المنهج التحليلي من خلال التطرق لأهم التدابير الفاعلة في حماية رضا المستهلك سواء في جانبها النظري أو العملي.

أولاً: التدابير الحمائية للمستهلك قبل التعاقد

من الأكيد أن ضرورة إنارة طريق المستهلك ودعم مركزه التفاوضي يجعله في حاجة ماسة إلى كل المعلومات الضرورية التي تشد أزره وتساعد على اتخاذ القرار السليم فيما يريد أن يقدم عليه، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال مجموعة من الضمانات الحمائية لعل أهمها الالتزام بالإعلام، فعقود الاستهلاك تعتبر عقوداً غير متوازنة ويرتبط عدم التوازن بمجموعة من المستويات على رأسها عدم التوازن في المعلومات، الشيء الذي دفع بقوانين الاستهلاك إلى وضع التزام هام على عاتق المورد ألا وهو الالتزام بالإعلام، والهدف من ذلك هو تبصير إرادة المستهلك قبل إبرام العقد.

وذلك ما سيتم التفصيل فيه في (أ) ثم بعد ذلك التطرق لكل ما يتعلق بمنع الإشهار الكاذب والمضلل كأهم حماية جاء بها قانون 31.08 المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك (ب).

أ – الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

نشأ الالتزام بالإعلام لخلق توازن بين المصالح المشتركة لكل من المورد والمستهلك ليتعاقد هذا الأخير وهو على علم بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد في إطار رضا حر وسليم.

وعلى ضوء ما ذكر سيتم التطرق لمضمون الالتزام بالإعلام ومظاهره (1) ثم نبحت بعد ذلك عن أهم الجزاءات المترتبة عن الإخلال به (2).

1: مضمون الالتزام بالإعلام ومظاهره

1.1: مضمون الالتزام بالإعلام

يجد الالتزام بالإعلام أساسه ضمن أحكام الشريعة الإسلامية قبل مقتضيات القانون الوضعي.

فبالنسبة للشريعة الإسلامية وردت في كتاب الله عدة آيات تحث على الالتزام بالإعلام وتحريم الكذب والكتمان في المعاملات منها قوله تعالى في سورة التوبة: {يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا من الصادقين}⁴.

أما السنة النبوية ما أوجبه النبي صلى الله عليه وسلم من تبيان للأمور في البيوعات⁵ لقوله صلى الله عليه وسلم: "لا يحل لأحد يبيع شيئا إلا بين ما فيه، ولا يحل لمن علم ذلك إلا بينه".

في حين أقر المشرع الالتزام بالإعلام كآلية لتنوير علم المستهلك، من خلال المقتضيات التي جاء بها قانون 31.08 المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك، وذلك من خلال المواد الأولى في هذا القانون من المادة 3 إلى 14.

وكعادته في جل القوانين، لم يقم المشرع المغربي بتعريف هذا الالتزام، إنما فسخ المجال للفقهاء والقضاء، وأحسن ما فعل، حيث عرفه الفقه أنه "ذلك الالتزام الذي يفرض على أحد المتعاقدين، أي المدين، إعلام المتعاقد الآخر، الدائن بكافة الوقائع والمعلومات التي تكون منتجة ولازمة لتكوين رضا حر ومستنير أو لضمان حسن تنفيذ العقد"⁶.

وعرفه أحد الباحثين بكونه: "تنبيه وإخبار طالب التعاقد بجميع المعلومات التي من شأنها رفع اللبس على واقعة معينة، أو عنصر من عناصر هذه الواقعة، إذا يجب أن يكون المتعاقد عالما بكل حيثيات موضوع التعاقد، حتى يتخذ القرار الذي يراه مناسبا حسب حاجته وهدفه من إبرام العقد"⁷.

إذن فالالتزام بالإعلام فرض قانوني يقع على عاتق المهني في مرحلة ما قبل التعاقد هدفه تكوين فكرة واضحة عن العقد في ذهن المستهلك.

⁴ - سورة التوبة الآية رقم 119 الحزب 21.

⁵ - محمد العروصي: المختصر في بعض العقود المسماة: الطبعة السادسة، مطبعة أناسي، سنة 2017/2018، ص 162.

⁶ - بوعبيد عباسي: الالتزام بالإعلام في العقود، دراسة في حماية المتعاقد والمستهلك، الطبعة الأولى، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش ماي 2008، ص 34.

⁷ - سهير منتصر: الالتزام بالتبصير، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 1990، ص 41.

وبالرجوع إلى المادة 3⁸ من قانون 31.08 يتبين أن الالتزام بالإعلام هو الالتزام قبل التعاقد يهم المنتوجات والسلع والخدمات وبالتالي فهو يفسر بالمعنى الأكثر فائدة للمستهلك.

والجدير بالذكر هنا، وعلى الرغم من أن المادة 3 لا تشير إلى ذلك صراحة فإن المطلوب من المهني هو تقديم معلومات لجمهور المستهلك، ويظهر ذلك من خلال الوسيلة التي اعتمدها المشرع لإعلام المستهلك، حيث جاء في الفقرة الثانية من المادة 3 السالفة الذكر ما يلي: "... ولهذه الغاية يجب على المورد أن يعلم المستهلك بوجه خاص عن طريق وضع علامة، أو عنوان أو الإعلان أو بأي طريقة مناسبة أخرى..."، وهذا ما كرسته أيضا المادة 6 من ذات القانون التي نصت على أنه: "يجب أن يصاحب كل منتج أو سلعة معروضة للبيع لصيقة يحدد مضمونها وشكلها بنص تنظيمي"⁹.

وبناء عليه يتبين أن المشرع المغربي وعى بأهمية هذا النوع من الالتزام وكذا بخطورته على المستهلك وإقراره لهذه التقنية القانونية استهدف من ورائها حث المهني بالإدلاء بكل المعلومات والبيانات المتعلقة سواء بالسلعة أو الخدمة، وكذا إعلام المستهلك بمواعيد التسليم وإعلامه بالثمن وشروط البيع.

2-1: مظاهر بالالتزام بالإعلام

يحتاج المستهلك في الفترة السابقة لعملية التعاقد لكثير من المعلومات العامة والخاصة التي تساعد على فهم موضوع التعاقد، فالإعلام المناسب والواضح للمستهلك حول المنتجات والخدمات يعتبر من الحقوق الأساسية لهذا الأخير وفقا للمادة الثالثة من قانون تدابير حماية المستهلك وذلك بذكر مواصفات السلعة أو الخدمة أو البضاعة ونوعيتها ودرجة جودتها

⁸- تنص المادة 3 من قانون 31.08 على ما يلي: "يجب على كل مورد أن يمكن المستهلك بأي وسيلة ملائمة من معرفة المميزات الأساسية للمنتوج أو السلعة أو الخدمة وكذا مصدر المنتوج أو السلعة وتاريخ الصلاحية إن اقتضى الحال، وأن يقدم إليه المعلومات التي من شأنها مساعدته على القيام باختيار معقول باعتبار حاجياته وإمكانياته.

ولهذه الغاية، يجب على كل مورد أن يعلم المستهلك بوجه خاص عن طريق وضع العلامة أو العنوان أو الإعلان أو بأي طريقة مناسبة أخرى بأسعار المنتوجات والسلع وبتعريفات الخدمات وطريقة الاستخدام أو دليل الاستعمال ومدة الضمان وشروطه والشروط الخاصة بالبيع أو تقديم الخدمة، وعند الاقتضاء، القيود المحتملة للمسؤولية التعاقدية"

⁹- أبو بكر مهيم م.س، ص 70.

وتاريخ صلاحيتها للاستهلاك ومكونات صنعها إلى غير ذلك من البيانات التكميلية الأخرى التي تساعد المستهلك على حسم اختياره في اقتنائها أو عدم اقتنائها.

وفي هذا الإطار سيتم الإشارة إلى بعض مظاهر الالتزام بالإعلام فيما يلي:

● إدلاء المهني بالمعلومات المتعلقة بالمنتجات أو السلع أو الخدمات

تتنوع هذه المعلومات ما بين معلومات ذات طابع عام والتي يجب أن تتوفر في جميع المنتجات أو السلع أو الخدمات¹⁰ بذكر مميزاتها الأساسية، ومصدرها، وتاريخ صلاحيتها، سعرها وكل المعلومات التي من شأنها مساعدة المستهلك على القيام باختيار معقول تبعا لحاجياته وإمكانياته المادية.

وما بين معلومات ذات طابع خاص التي تتميز بها بعض المنتجات أو السلع أو الخدمات عن غيرها كطريقة الاستخدام واستعمال السلعة وبيان الشروط الخاصة بالبيع، وهذه المقتضيات تجد أساسها القانوني في المادة 3 من قانون 31.08.

● إعلام المستهلك بمواعيد التسليم

جاءت المواد من 12 إلى 14 من قانون تدابير حماية المستهلك لإعلام هذا الأخير بأجل التسليم حيث يستشف من المادة 12¹¹ أن المورد يجب أن يحدد كتابة وبشكل دقيق في الوثيقة التعاقدية الأجل الذي يتعهد فيه بتسليم المنتجات أو السلع أو تقديم الخدمات وذلك إذا تجاوز الثمن أو التعريفية المتفق عليها بنص تنظيمي.

وفي نفس السياق نصت المادة 13 على أنه إذا انتهى الأجل المحدد من قبل المهني بسبعة أيام ولم يعز هذا التأخير إلى قوة القاهرة، أصبح بإمكان المستهلك أن يفسخ العقد بقوة القانون ودون حاجة للجوء إلى القضاء وذلك بواسطة أي وسيلة تثبت التوصل، ويجب

¹⁰ - هاجر فوزي: القواعد العامة للعقود الاستهلاكية، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية والاجتماعية جامعة القاضي عياض مراكش، السنة 2014/2015، ص 57.

¹¹ - تنص المادة 12 من قانون 31.08 على ما يلي: "في كل عقد يكون موضوعه بيع منتجات أو سلع أو تقديم خدمات إلى المستهلك إذا تجاوز الثمن أو التعريفية المتفق عليها الحد المقرر بنص تنظيمي وكان تسليم المنتجات أو السلع أو تقديم الخدمات غير فوري، يجب على المورد أن يحدد كتابة في العقد أو الفاتورة أو تذكرة الصندوق أو المخالصة أو أي وثيقة أخرى تسلم للمستهلك الأجل الذي يتعهد فيه بتسليم المنتجات أو السلع أو تقديم الخدمات".

ممارسة هذا الحق في الفسخ داخل أجل أقصاه 5 أيام التي تلي انصرام أجل 7 أيام السابقة، بمعنى أن المستهلك يتوفر على أجل أقصاه 12 يوما تبتدئ من الأجل المحدد من قبل المهني لتنفيذ التزامه بالتسليم لفسخ هذا العقد وبمجرد توصل المهني برسالة الفسخ أي الإشعار الموجه إليه يعتبر الالتزام مفسوخا¹².

• الإعلام بالثمن وشروط البيع

أكدت المادة 5 من قانون 31.08 على أنه يجب أن يشمل البيان المتعلق بالسعر الإجمالي الذي يكون المستهلك ملزما بدفعه، بما في ذلك مبلغ الضريبة على القيمة المضافة ومختلف الرسوم الأخرى والتكاليف الإضافية...¹³

وذلك لتحقيق الشفافية في الممارسات التجارية من خلال توجيه هذا الإعلام للجميع وقبل إبرام العقد ودون الحاجة للاستفهام حول السعر الذي يجب دفعه.

وفضلا عن ذلك لا يلتزم المهني بالإفصاح على الأسعار فحسب، وإنما يقع عليه التزام كذلك بالإعلام بشروط البيع، أي إعلام المستهلك بالشروط الخاصة بالعقد لاسيما كل المعلومات التي من طبيعتها تمكين المستهلك من التعاقد بإرادة حرة ومستنيرة كما هو الحال بالنسبة لمواعيد التسليم ومكانه وكذا خدمات ما بعد البيع وحالات الفسخ والبطان¹⁴.

علاوة على ما سبق فإن الواقع قد يدفع أحد أطراف العقد للإخلال به مما يؤدي إلى عدم تنفيذ التزامه إما كلا أو بعضا باعتبار الالتزام بالإعلام من أحد الالتزامات المفروضة بمناسبة التعاقد، فما هي الجزاءات المترتبة على الإخلال بهذا الالتزام؟

¹² - أبو بكر مهم، م س، ص 77.

¹³ - تنص المادة 5 من قانون 31.08 على ما يلي: "يجب أن يشمل البيان المتعلق بالسعر أو التعريف التي يكون الإعلام بهما إجباريا تطبيقا للمادة 3 الثمن أو التعريف الإجمالية التي يتعين على المستهلك دفعها بما في ذلك الضريبة على القيمة المضافة وجميع الرسوم الأخرى وكذا التكلفة الإضافية لجميع الخدمات التي يلزم المستهلك بأدائها".

¹⁴ - حمر العين عبد القادر: الالتزام بالتبصير المستتير آلية لحماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الثالث، د.ب. س ص 624.

2: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

مراعاة من المشرع المغربي لأهمية الالتزام بالإعلام فقد عمل على إقرار عدة جزاءات على الإخلال به سواء في إطار النصوص العامة أو الخاصة، هذه الأخيرة التي سمحت بتطبيق القواعد العامة المتعلقة بالفسخ وخاصة الفصل 259 ق.ل.ع، فالفسخ يعد جزاء على عدم تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد ولا يتعلق بالأساس إلا بالعقود الملزمة لجانبين لذلك فهو خاص بخرق الالتزام بالتبصير الذي ينعكس على تنفيذ العقد¹⁵، وفي إطار النصوص العامة فقد تم الاقتصار على جزاء الفسخ فضلا عن جزاء الإبطال أو تعويض المستهلك جراء إخلال المورد بالتزامه.

أما النصوص الخاصة فالمشرع المغربي يعاقب كل مورد أخل بأحكام القسم الثاني من القانون رقم 31.08 المتعلق بإعلام المستهلك بغرامة مالية تتراوح ما بين 2000 و5000 درهم طبقا لمقتضيات المادة 173 من القانون المذكور¹⁶، ويرجع أمر تحديدها إلى السلطة التقديرية للمحكمة حسب خطورة الإخلال والضرر الحاصل للمستهلك من جراء ذلك.

ثم المادة 177¹⁷ من نفس القانون التي تنص على معاقبة كل مخالفة لأحكام المادة 29 التي تتعلق بالالتزام بالإعلام في إطار العقود المبرمة عن بعد، بغرامة من 1200 إلى 10000 درهم مع إمكانية رفع هذه الغرامة إلى الضعف في حالة العود.

وتنص المادة 179¹⁸ من نفس القانون على معاقبة كل مورد لم ينفذ الطلبية وفق الشروط المنصوص عليها في المادة 39 بغرامة من 2000 درهم إلى 20.000 درهم.

¹⁵ - خديجة مضي: أهمية الحق في الإعلام، مقال منشور بمجلة قانون وأعمال، العدد 5، سنة 2015، ص 36.
¹⁶ - تنص المادة 173 من قانون 31.08 على ما يلي: "يعاقب بغرامة من 2.000 إلى 5.000 درهم على مخالفات أحكام القسم الثاني من هذا القانون والنصوص المتخذة لتطبيقه".
¹⁷ - تنص المادة 177 من قانون 31.08 على ما يلي: "يعاقب على مخالفات أحكام المواد 29 و30 و32 بغرامة من 1.200 إلى 10.000 درهم.

ترفع الغرامة إلى الضعف في حالة العود.
يعتبر في حالة العود، من يرتكب مخالفة داخل أجل الخمس سنوات الموالية لصدور حكم حائز على قوة الشيء المقضي به من أجل أفعال مماثلة".

¹⁸ - يعاقب بغرامة من 2.000 إلى 20.000 درهم المورد الذي لا ينفذ الطلبية وفق الشروط المنصوص عليها في المادة 39".

لكن حسب رأي أحد الباحثات فهذه الغرامات المالية لا تحقق الغاية المرجوة منها لهزالتها وغالبا المهنيون لا يابهون بمثل هاته الغرامات المالية الهزيلة مما كان يفترض الرفع من قيمتها¹⁹.

وإذا كان هذا فيما يتعلق بالإعلام كالالتزام قبل تعاقدى للمستهلك فماذا عن الحماية المقررة لهذا الأخير من الإشهارات الخادعة والمضللة؟

ب - حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل

تكتسي المرحلة السابقة لإبرام العقد أهمية بالغة نظرا للتأثير الذي يمكن ممارسته فيها على إرادة المستهلك، فالمهني يلجأ إلى أساليب فنية ادعائية يغري بها المستهلك ويؤثر على اختياره مستغلا في ذلك خبرته وقوة إغراء الإشهارات التجارية لحثه على اقتناء المنتجات أو السلع أو الخدمات المعروضة²⁰. فما المقصود إذن بالإشهارات الكاذبة والمضللة (1) وأين تتجلى الحماية القانونية المقررة للمستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل (2).

1: مفهوم الإشهار الكاذب والمضلل

يعد الإشهار جزءا من الإعلام نظرا للدور الهام الذي يلعبه في توزيع السلع والخدمات بل قد أصبح من أهم الوسائل في توجيه المستهلكين ومساعدتهم في الحصول على السلع والخدمات التي يحتاجون إليها واستعمالها بطريقة جيدة، كما يعتبر وسيلة للتعرف على المعاملات التجارية المختلفة والتميز فيها بينها.

غير أنه ومع ذلك يجب التسليم في مجال الإعلان التجاري أنه يصعب أن يكون الإعلان صادقا بالمعنى المقصود من لفظ صدق لأنه حتى ولو كانت الأوصاف التي ينعت بها المهني السلعة أو الخدمة التي يرغب في تقديمها للمستهلكين صادقة في ذاتها، فهي لا

¹⁹ - هاجر فوزي، م س، ص 66.

²⁰ - هاجر فوزي، م س، ص 18.

تقدم خصائص السلعة أو الخدمة كاملة بإيجابياتها وسلبياتها، وإنما تعبر عن الجانب الأفضل منها حتما²¹.

فالإشهارات التجارية مظهر من مظاهر المنافسة المشروعة وعامل من عوامل الترويج للسلع والمنتجات والخدمات الموجودة في السوق، فإن كان كاذبا أو مضللا أو مقارنا انعكس ذلك سلبا على نظام المنافسة الحرة الشريفة وعلى حرية اختيار المستهلك.

والمرجع المغربي لم يعرف الإشهار الكاذب في القانون 31.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، بل اكتفى في مادته 21 في فقرتها الأولى بمنع كل إشهار يتضمن بأي شكل من الأشكال ادعاء أو بيانا أو عرضا كاذبا.

ويمكن تعريفه بأنه ذلك الإشهار الذي يقدم لجمهور المستهلكين بيانات ومعلومات غير حقيقية ومخالفة للواقع، سواء تعلقت بطبيعة المنتجات أو الخدمات وحقيقتها، أو بخصائصها الجوهرية، قصد التأثير على اختيارهم أو إغوائهم ودفعهم للتعاقد²².

ولم يحظ الإشهار المضلل كذلك بتعريف من قبل المشرع المغربي تاركا أمر تعريفه للفقهاء والقضاء، بحيث منع القانون رقم 31.08 كل إشهار من شأنه أن يوقع المستهلك في الغلط بأي وجه من الوجوه حسب المادة 21 من ذات القانون.

فالإشهار المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، بحيث لا يحمل بيانات كاذبة ولكنه يصاغ بعبارات تؤدي إلى خداع المستهلك²³.

أما الإشهار المقارن فقد عرفه المشرع المغربي في الفقرة الأولى من المادة 22 من القانون 31.08 بأنه: "كل إشهار يقارن بين خصائص أو أسعار أو تعريفات السلع أو المنتجات أو الخدمات إما بالإشارة إلى علامة الصنع أو التجارة أو الخدمة الخاصة بالغير أو

²¹ - حكيم بن مشيش: حماية المستهلك بالمغرب بين القواعد العامة والمستجدات، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية - سلا جامعة محمد الخامس، سنة 2012/2011، ص 73 - 74.

²² - هاجر فوزي، م س، ص 22.

²³ - يوسف بشار: حماية المستهلك من الإشهار الخادع - دراسة في ضوء القواعد العامة والقانون 31.08 -، رسالة لنيل دبلوم الماستر في قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بالمحمدية جامعة الحسن الثاني الدار البيضاء، سنة 2011/2010، ص 35.

تجسيدها وإما بالإشارة إلى العنوان التجاري أو تسمية الشركة أو الاسم التجاري أو الشعار الخاص بالغير".

وبالتالي يمكننا تعريف الإشهار المقارن بأنه ذلك الإشهار الذي يعتمد على أسلوب المقارنة بين خصائص ومميزات منتجات أو سلع أو خدمات معينة وذلك بإبراز إيجابيات هذه الأخيرة على حساب غيرها من المنتجات أو السلع أو الخدمات المماثلة بهدف إقناع المستهلك بأفضليتها على غيرها²⁴.

وفي ظل ما سبق بات مشروعا التساؤل حول الحماية التي وفرها المشرع المغربي للمستهلك في هذا الإطار؟

2: الحماية القانونية من الإشهار الكاذب والمضل

من أجل حماية رضا المستهلك فإنه لا ينبغي أن يتضمن الإعلان المقدم من قبل المهني بيانات كاذبة أو مضللة للمستهلك.

وهذا هو الموقف الذي اتبعه المشرع المغربي بمقتضى القانون رقم 31.08 الذي نص على مقتضيات مشابهة لمعظم التشريعات الحديثة مما يؤكد حرصه على محاربة الإشهار الكاذب لما يمكن أن يترتب عنه من أضرار تلحق بالطرف المستهلك وهذا ما يتبين من خلال المادة 21 أنه يمكنه كل إشهار يتضمن بأي شكل من الأشكال ادعاء أو بيانا أو عرضا كاذبا²⁵.

ولتكريس هذه القواعد القانونية فقد قام قانون حماية المستهلك بوضع قواعد زجرية وذلك ما يستشف من مقتضيات المادة 174 ،²⁶ من القانون رقم 31.08 التي تنص على أنه يعاقب بغرامة من 50.000 إلى 250.000 درهم على مخالفة أحكام المادتين 21 و22، ويمكن رفع المبلغ الأقصى للغرامة المنصوص عليها في هذه المادة إلى نصف نفقات الإشهار المكون للجنة، كما أضافت نفس المادة في فقرتها الثانية على أنه إذا كان المخالف

²⁴ - هاجر فوزي، م س، ص 26 - 27.

²⁵ - حكيمة بن مشيش، م س، ص 75.

²⁶ - انظر المادة 174 من قانون 31.08.

شخصاً معنوياً يعاقب بغرامة تتراوح ما بين 50.000 إلى 1.000.000 درهم. والأمر ذاته جاء التنصيص عليه في المواد 175²⁷ و 176²⁸ كلما تعلق الأمر بارتكاب مخالفة للمقتضيات المتعلقة بالإشهار المكون للجنة.

كما يمنع كل إشهار من شأنه أن يوقع بالغلط بأي وجه من الوجوه إذا كان ذلك يتعلق بواحد أو أكثر من العناصر التالية:

حقيقة وجود السلع أو المنتجات أو الخدمات محل الإشهار وطبيعتها وتركيباتها ومميزاتها الأساسية ومحتواها من العناصر...

ومما سبق يمكن القول أن التدابير الحمائية التي نص عليها المشرع المغربي للمستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد حظيت بأهمية كبيرة خصوصاً في ظل التطور الاقتصادي والتكنولوجي، وهو ما حدا بالمشرع المغربي إلى التدخل في جل المعاملات التعاقدية، وخاصة البنكية منها حيث يظهر هذا التدخل بشكل واضح في بعض العقود البنكية التشاركية "عقد المرابحة نموذجاً" سواء من أجل حماية الطرف الضعيف في العقد أو الحفاظ على التوازن العقدي.

ثانياً : حماية المستهلك البنكي قبل التعاقد - عقد المرابحة نموذجاً-

يكتسي عقد المرابحة أهمية بالغة في العمل البنكي الإسلامي كونه أكثر الصيغ استعمالاً في هذا الأخير .

وتنقسم المرابحة إلى نوعين في القانون البنكي من المرابحة البسيطة إلى المرابحة المركبة أو للأمر بالشراء وتستلزم هذه الصيغة صدور وعد أحادي الجانب من طرف العميل يلتزم بموجبه بأن يقتني العين موضوع المرابحة بمجرد امتلاك البنك لها كما يمكن للبنك أن يطلب هامش الجدية والذي يضمن من خلاله البنك التزام العميل وجديت طلبه .

²⁷ - انظر المادة 175 ق 31.08.

²⁸ - انظر المادة 176 ق 31.08.

أ: الوعد الأحادي الجانب بالشراء

ولمحاولة فهم الوعد الأحادي الجانب ومدى تطابق مقتضياته مع قانون حماية المستهلك وجب تحديد مفهومه (1) كما سنتطرق في (2) للوقوف على مدى إلزامية هذا الوعد بنسبة للعميل.

1: مفهوم الوعد الأحادي بالشراء

والوقوف على مفهوم الوعد الأحادي صادر من العميل إلى البنك لا بد من تعريفه لغتا واصطلاحا، وكذا الوقوف عليه ضمن منشور والي بنك المغرب.

1-1: تعريف الوعد لغتا واصطلاحا

الوعد لغة: من وعد يعد وعدا، ومواعدتا اما اصطلاحا: و فيراد بلفظين أولا العدة وهي إخبار عن انشاء المخبر معروف في المستقبل. ثانيا الوعد هو الاخبار بإيصال الخبر في المستقبل

والوعد هو ان يعد الشخص غيره بوعد مما ليس بواجب عليه في الأصل فيجب الوفاء به على المشهور إذا كان مقرونا ومرتبطا بسبب معين، فوقع هذا السبب بعد الوعد؛ بحيث دخل الموعد بسبب العدة في الشيء²⁹

2-1: الوعد الأحادي الجانب بالشراء في منشور والي بنك المغرب 17/1

بعد تقنين عقد المراجعة أول مرة بالمغرب سنة 2007 بصدر دورية بنك المغرب (G/2007/33) كان هذا الأخير يتكون من عقد واحد يجمع ثلاثة أطرافه مرة واحدة؛ البائع الأول، والبنك وكذا العميل، الأمر الذي أثار جدلا واسعا بسبب أن عملية المراجعة بهذا

²⁹ - عبد الله بن الطاهر البنوك التشاركية الإسلامية بالمغرب في إطار الفقه المالكي و ادلته الطبعة الاولى مطبعة النجاح الجديدة دار البيضاء 2018 ، ص 50

الشكل ماهي إلا حيلة ومطية للحصول على قرض ربوي بإسم عقد المراجعة³⁰. وبعد صدور قانون 103.12 المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتبرة في حكمها كان من الضروري سد هذه الثغرة ، وهو ما قام به منشور والي بنك المغرب رقم 1/ و 17 في المواد من 12 إلى 15، فجعل المراجعة للأمر بالشراء مركبة من ثلاث وثائق منفصلة؛ الوعد الأحادي الجانب بالشراء، وعقد شراء العين من قبل البنك ، وعقد المراجعة فمن خلاله يحدد العميل مواصفات العين، وكيفيات واجل تسليمها ولا يجوز أن يقتصر الوعد الأحادي الجانب بالشراء الصادر عن العميل بوعد بالبيع صادر عن المؤسسة البنكية التشاركية لفائدة العميل³¹.

2: مدى إلزامية الوعد الأحادي بالشراء

لقد عرف موضوع الوعد بالشراء في عقد المراجعة ومدى إلزاميته جدلا واسعا بين الفقهاء بالنسبة للبنوك التي تتعامل على أساس الوعد ، الامر الذي يفرض التطرق الى إلزامية هذا الوعد ثم انعكاسات هذه الإلزامية على وضعية العميل

1-2: إلزامية الوعد الأحادي

إن تقديم الوعد من قبل العميل هو السبب في إطلاق تسمية بيع المراجعة للأمر بالشراء على هذه العملية ، فلولا الوعد لما أقدم البنك على الشراء ولما امتثل لرغبة العميل وإعتبار ذلك أمر منه ، وتحمل البنك للمال والخبرة من أجل اقتناء العقار المطلوب وفق المواصفات المطلوبة . بناء على ما سبق ولاعتبار العميل قدم الوعد بكامل رضاه ولأن البنك تحمل المال والخبرة واقتناء محل المراجعة بناء على وعد العميل فإن الوعد ملزم له في نظر أصحاب هذا الاتجاه³² وحجتهم في ذلك عموميات النصوص القرآنية والاحاديث النبوية التي تأمر بالوفاء بالعهود والعقود وتؤثم من يخالف عهده ووعوده مثل قوله تعالى : **يأيتها الذين امنو لم تقولون مالا تفعلون ، كبر مقتا عند الله أن تقولوا مالا تفعلون**³³ وقال رسول

³⁰ عبد الله ابن الطاهر م س ص 133

³¹ - الفقرة الثانية والثالثة من المادة 11 من منشور والي بنك المغرب 1/ و 17.

³² - عبد الله ابن الطاهر م س ص 134 .

³³ - سورة الصف الآية 2 و 3

الله (صلى الله عليه وسلم) : ** آية المنافق ثلاث إذا حدث كذب وإن وعد أخلف وإذا أتمن خان³⁴ **

وهناك من اعتبر³⁵ الوعد الملزم هو أن يعد الشخص غيره . بوعده مما ليس بواجب عليه في الأصل وهو عند المالكية على ثلاث أقسام:

أن يكون الوعد غير مقرون بسبب معين

أن يكون الوعد مقرونا ومرتبنا بسبب معين تم تراجع عنه واعدته قبل أن يقع ذلك السبب.

أما قرار المجمع الفقه الإسلامي³⁶ فقد اعتبر أن الوعد هو الذي يصدر من الأمر أو المأمور على وجه الانفراد، يكون ملزم للواعد ديناً إلا لعذر، وهو ملزم قضاء إذا كان معلقاً على سبب ودخل الموعد في كلفة نتيجة الوعد، ويتحدد إثر الالتزام في هذه الحالة إما بتنفيذ الوعد وإما بالتعويض عن الضرر الواقع فعلاً بسبب عدم الوفاء بالوعد دون عذر

وهو ما ذهبت إليه الفقرة الثانية من المادة 11 من منشور والي بنك المغرب حيث نصت على ما يلي: "يسبق عقد المراجعة وعد أحادي الشراء من طرف العميل ملزم له بمجرد امتلاك المؤسسة للعين".

2-2: وضعية إرادة العميل في ظل إلزامية الوعد الأحادي الجانب

جاء قانون الاستهلاك 3108 بمجموعة من التدابير الوقائية لصالح الطرف الضعيف خصوصاً قبل التعاقد لتتوفر إرادته وإعطائه مدة للتروي والتفكير ، لكن في عقد المراجعة المركبة لا يمكن للعميل أن يتراجع عن الوعد الذي قدمه بعد اقتناء البنك لمحل المراجعة ، سواء قبل إبرام عقد المراجعة أو بعده ، وهو أمر ينعكس سلباً على وضعية العميل وإرادته ،

³⁴ - الحديث 5630 مسلم ابن الحجاج صحيح مسلم كتاب باب يدان خصال المنافق ت محمد الفارياي ابو قتيبة الطبعة الاولى مطبعة دار طيبة الرياض 2006 ، ص 89

³⁵ - عبد الله ابن الطاهر م. س ص 130 و 131

³⁶ مجمع الفقه الإسلامي هيئة علمية إسلامية ذات شخصية اعتبارية مستقلة داخل اطار رابطة العالم الاسلامي تأسست في الاول من ذي الحجة عام 1397 الموافق ل 12 نونبر 1977 ص 124

وفي حالة عدم وفائه بالوعد الذي قدمه للبنك يجوز لهذه الأخيرة أن تقطع من هامش الجدية مقدار الضرر الذي لحقها ، وهو ما يكبل إرادة العميل ويجعله يكمل إجراءات عقد المراجعة حتى وإن تبين له أنها لا تتلاءم مع مصالحه

بناء على ما سبق فإن عقد المراجعة يبقى بعيد عن المقتضيات الحمائية التي جاء بها قانون تحديد تدابير حماية المستهلك ، ولعل لهذا الأمر تفسيراً واحداً هو أن الإلزامية الوعد لها دور كبير في حماية البنك من أي خسارة محتملة بسبب نكول العميلة ، وبالتالي فإن منشور والي بنك المغرب 1 / و 17 تبنى إلزامية الوعد حماية للبنك ، ويتضح أن القوة الاقتصادية للبنك تجاوزت اختلال توازن العقود لصاحبها ، بل إمتدت إلى درجة التأثير على مناشير والي بنك المغرب والتشريع نفسه³⁷

ب: هامش الجدية

سوف يتم التطرق لمؤسسة هامش الجدية من خلال تحديد مفهومه وكيفية تحديد سقفها (1) تم حالة استرجاع هامش الجدية وحالة عدم وفاء العميل وتراجعته عن إبرام العقد (2).

1: مفهوم هامش الجدية وتحديد سقفها

سوف يتم التطرق لمفهوم هامش الجدية (1-1) تم كيفية تحديد سقفها (2-1).

1.1: مفهوم هامش الجدية

هام الجدية مصطلح جديد أخذت به البنوك التشاركية ويسمى أيضا "ضمان الجدية" أو "إعاقعة الجدية" أو "القسط الفوري للجدية" وهو مقدار من المال يطلبه البنك من العميل الأمر بالشراء يكون الغرض منه ضمان جدية العميل أي ضمان تنفيذ وعده ويحتفظ البنك بهامش الجدية في حساب خاص ولا يحق لها التصرف فيه³⁸.

³⁷ عبد الحكيم النوايتي بحث لنيل دبلوم الماستر المتخصص في قانون بنوك العمليات التشاركية كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بمكناس جامعة مولى إسماعيل 2019/2018 ص 55
³⁸ الفقرة الأولى من المادة 12 من منشور والي بنك المغرب 1/و/17.

2-1: تحديد سقف هامش الجدية

من الإجراءات الضرورية التي تفرضها البنوك التشاركية بعد قبولها طلب العميل وعد أحادي الجانب بالشراء من قبل العميل³⁹ تم مبلغ يسمى هامش الجدية يدفعه العميل لضمان جديته⁴⁰.

جاء في ديباجة نموذج الوعد الأحادي الجانب بالشراء في إطار عملية المراجعة للأمر بالشراء لتمويل بناء على منشور والي بنك المغرب رقم 17/و/1 وعلى مقرر والي بنك المغرب بتحديد سقف هامش الجدية.

بالرغم من غياب أي مقرر صادر عن والي بنك المغرب يقضي بتحديد سقف هامش الجدية ويبين من خلال الفقرة الأولى من المادة 12 من منشور والي بنك المغرب رقم 17/و/1 المتعلق بالمواصفات التقنية لمنتجات المراجعة والإجارة والمشاركة والسلم وكذا كيفية تقديمها إلى العملاء أنه يمكن للمؤسسة أي تطلب دفع مبلغ نقدي يسمى هامش الجدية جدية العميل حالة يتعدى هذا المبلغ نسبة من كلفة اقتناء العين من طرف المؤسسة يحددها بنك المغرب.

وتجدر الإشارة إلى أنه كان من الأجدر أي يحسم والي بنك المغرب المسألة ويحدد نسبة مئوية كسقف لهامش الجدية في هذه الفقرة وإلا ما الهدف منها فمن المنطق عندما تم التنصيص في المادة أعلاه بمصطلح ".... ألا يتعدى هذا المبلغ...." كان من الواجب تحديد السقف الذي لا يجب أن يتعداه بنسبة مئوية⁴¹.

يتبين من خلال الواقع العملي أن البنوك التشاركية تطلب من عملائها نسبة 10 % كحد أقصى 10 % كحد أدنى 10 % كحد أدنى من تكلفة اقتناء محل المراجعة كهامش للجدية بالإضافة إلى أن البنوك التشاركية تطلب من عملائها تسبيق (عربون) الأمر الذي بثقل كاهل العميل ويحول عائق بين البنوك التشاركية وعمالئها.

³⁹ - الفقرة الثانية من المادة 11 من منشور والي بنك المغرب 17/و/1.

⁴⁰ - الفقرة الأولى من المادة 12 من منشور والي بنك المغرب 17/و/1.

⁴¹ - عبد الحكيم النوايتي، م س، ص 57.

بناء على كل ما سبق ولحسم النقاش في هذه النقطة يجب على والي بنك المغرب التدخل لسد هذا الفراغ وتحديد سقف هامش الجدية في نسبة معقولة ومن أجل عدم ترك الباب مفتوح لتعسف البنوك لتحديد النسبة بشكل تعسفي⁴².

2 : استرجاع هامش الجدية وحالة عدم وفاء العميل وتراجعته عن إبرام العقد

الهدف من هامش الجدية هو ضمان جدية العميل وله الحق في استرجاع هذا المبلغ عند إبرام عقد المراهبة (1-2) ويضمن البنك من خلاله اقتطاع ما قد يلحقه من خسارة في حالة تراجع العميل عن طلبه (2-2).

1-2: استرجاع هامش الجدية

فيما سبق الإشارة فإن هامش الجدية مبلغ من المال يطلبه البنك من العميل الأمر بالشراء لضمان حديثه ويمكن للعميل استرجاعه في الحالات الآتية:

إذا لم تسلم للمؤسسة العين بالآجال وحسب الكتابات والمواصفات⁴³ المحددة في الوعد ينتهي الالتزام الناشئ عن الوعد وللعميل أن ينشر هامش الجدية من البنك في الحال.

يمكن كذلك للعميل أن يسترد هامش الجدية في حالة تراجعته عن تراجعته وعن وعده ما لم يقطن البنك العقار⁴⁴.

يمكن كذلك للعميل أن يسرد هامش الجدية في حالة تراجع البنك عن إبرام عقد المراهبة وله أن يطلب بجبر الضرر الذي لحقه جزء ذلك⁴⁵.

يمكن للعميل أن يرجع هامش الجدية بمجرد إبرام عقد المراهبة إلا أن في الواقع العملي بمجرد إبرام عقد المراهبة بين العميل والبنك التشاركي لا يرجع العميل هامش الجدية

⁴² - عبد الحكيم النوايتي، م س، ص 58.

⁴³ - الفقرة الثانية من المادة 12 من منشور والي بنك المغرب 1/و/17.

⁴⁴ - الفقرة الأخيرة من المادة السابقة من نموذج الوعد الأحادي بالشراء أنظر الملحق رقم 5.

⁴⁵ - الفقرة الثالثة من المادة 12 من منشور والي بنك رقم 1/و/17.

للإعتبارات أن البنك يستغل ضعف وجهل العميل لدخول مبلغ هامش الجدية إلى تسبيق (عربون).

2-2: حالة عدم وفاء العميل أو تراجع عنه إبرام عقد المراجعة

جاءت المادة 13 من منشور والي بنك المغرب رقم 1/و/17 في حالة عدم وفاء العميل بوعده بالشراء يجوز أن تنتظم المؤسسة من هامش الجدية مبلغا لا يتجاوز مقدار الضرر الفعلي المثبت الذي يتحمله من جراء ذلك...

باستقراء المادة أعلاه يمكن أولا ملاحظة أنها تناقض مع المنظومة القانونية في مجال حماية المستهلك للاعتبار إن قانون الاستهلاك جاء مجموعة من الضمانات الحمائية لفائدة العميل سواء قبل التعاقد أو بعده تعطي الحق للطرف الضعيف التحلل من ما أبرمه من عقود (مهلة التفكير والتروي قبل التعاقد للإثارة رصا العميل وخيار الرجوع بعد التعاقد والمادي أعلاه تفرض على العميل إبرام العقد بمجرد عقد وعد للبنك وفي حالة نكوله تسمح هذه المادة للبنك أن تنتظم من هامش الجدية مقدار الضرر الذي تحمله جراء ذلك⁴⁶.

ويمكن القول كذلك أن المادة أعلاه جاءت بما يلي "...يجوز للبنك أن تنتظم من هامش الجدية مقدار الضرر المثبت الذي تحمله..." ما بقي أن البنك هو الجهة المخول لها تقييم الضرر لا حجمه بالطريقة التي تصب في مصلحته وهو ما لا سينتظم أن يكون البك طرف ونظم في نفس الوقت الأمر الذي يفرض تدخل والي بنك المغرب لتجاوز هذه الثغرة وتعويضها ب"... تحديد مبلغ التعويض عن الضرر الحاصل للبنك باتفاق الطرفين وفي حالة عدم الاتفاق يرى النزاع إلى الجهات القضائية للبت فيه وهذا كله من أجل حماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية من تعسف البنك من خلال استغلال الفراغ التشريعي.

⁴⁶ - عبد الحكيم النوايتي: م س، ص 59.

خاتمة

وفي الختام يظهر جليا ان المشرع المغربي حاول من خلال فرضه لمجموعة من الالتزامات السابقة على مرحلة التعاقد للفائدة المستهلك أن يعيد نوعا من المساواة في إطار هذه العلاقة التي غالبا ما يفاجأ فيها الطرف الضعيف بعد إبرام العقد بمجموعة من المعلومات التي لم يكن على علم بها، مما يؤدي إلى إحساسه بأنه كان ضحية غياب الشفافية في هذه العملية التعاقدية، لذلك فان الحرص على خلق علاقة تعاقدية متوازنة يمر بالضرورة عبر تحسين وضعية المستهلك من خلال تزويده بكل المعلومات الضرورية التي من شأنها أن تجعله يتعاقد وهو على بينة من أمره .

وبالرغم من أهمية هذا الالتزامات السابقة على مرحلة التعاقد، فهي لم تحقق مع ذلك الهدف المتوخى منها إذا لم يتم منح هذا الأخير إمكانية الرجوع في العقد الذي سيق له أن أبرمه كلما تبين له بعد التفكير المجدد فيه والتقدير والتروي في نتائجه أن العملية التي أنجزها لم تكن في مصلحته وهو ما يظهر جليا في الوعد الاحادي بالشراء في عقد المراقبة.

لائحة المنايع

المصادر

القران الكريم

الكتب

أبو بكر مهم: "حماية المستهلك المتعاقد"، طبعة الأولى، مطبعة الكرامة المامونية الرباط ، سنة 2017.

بوعبيد عباسي: "الالتزام بالإعلام في العقود، دراسة في حماية المتعاقد والمستهلك"، ط الأولى، مطبعة الوراقة الوطنية ، ماي 2008.

سهير منتصر: "الالتزام بالتصبير"، ط الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة ، سنة 1990.

عبدالله ابن طاهر: "البنوك التشاركية الإسلامية بالمغرب في إطار المذهب المالكي وأدلته". الطبعة الاولى مطبعة النجاح الجديدة دار البيضاء 2018 ،
محمد العروصي: "المختصر في بعض العقود المسماة"، الطبعة السادسة، مطبعة أناسي سنة 2018/2017.

الرسائل

حكيم بن مشيش: "حماية المستهلك بالمغرب بين القواعد العامة والمستجدات"، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة محمد الخامس سلا ، سنة 2012/2011.

✍ عبدالحكيم النوايتي: "الوضعية القانونية للعميل في عقد المراهبة"، ماستر متخصص قانون وعمليات البنوك التشاركية، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة مولاي إسماعيل سنة 2019/2018.

✍ هاجر فوزي: "القواعد العامة للعقود الاستهلاكية"، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاجتماعية والاقتصادية مراكش جامعة القاضي عياض سنة 2015/2014.

✍ يوسف بشار: "حماية المستهلك من الإشهار الخادع – دراسة في ضوء القواعد العامة والقانون 31.08-"، رسالة لنيل دبلوم الماستر في قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بالمحمدية جامعة الحسن الثاني الدار البيضاء، سنة 2011/2010.

📖 المقالات

✍ حمز العين عبدالقادر: "الالتزام المستنير آلية لحماية المستهلك"، مجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية د.ب.س العدد 3.

✍ خديجة مضي: "أهمية الحق في الإعلام"، مقال منشور بمجلة قانون وأعمال، سنة 2015 العدد 5.

التصميم

مقدمة

أولاً: التدابير الحمائية للمستهلك قبل التعاقد

أ – الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

1: مضمون الالتزام بالإعلام ومظاهره

2: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

ب – حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل

1: مفهوم الإشهار الكاذب والمضلل

2: الحماية القانونية من الإشهار الكاذب والمضلل

ثانياً : حماية المستهلك البنكي قبل التعاقد – عقد المراجعة نموذجاً-

أ: الوعد الأحادي الجانب بالشراء

1: مفهوم الوعد الأحادي بالشراء

2: مدى إلزامية الوعد الأحادي بالشراء

ب: هامش الجدية

1: مفهوم هامش الجدية وتحديد سقفها

2 : استرجاع هامش الجدية وحالة عدم وفاء العميل وتراجعه عن إبرام العقد

خاتمة

الملحق