

الجامعة اللبنانية
كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية
العمادة

حماية المستهلك في القطاع المصرفي (دراسة مقارنة)

رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا
في قانون الأعمال

إعداد

غادة رياض حرب

لجنة المناقشة

رئيساً	الأستاذ المشرف	الدكتورة أمل كاترين عبد النور
عضواً	أستاذ مساعد	الدكتور بيار طوبيا
عضواً	أستاذ مساعد	الدكتور رفيق رحيمة

الجامعة اللبنانية غير مسؤولة عن الآراء الواردة في هذه الرسالة وهي تعبّر عن رأي صاحبها فقط.

إهداء

أهدي رسالتي

إلى كلِّ مَنْ ساهم في دعمي مادياً ومعنوياً،

وآمنَ بنجاحي في إنجاز هذه الرسالة.

إلى كلِّ مَنْ يدفعه طموحه إلى الإمساك

بشعلة العلم وإيصال نورها إلى الشمس.

"ويلٌ لطالب العلم إن رضي عن نفسه." طه حسين

شكر خاص

أودّ أن أشكر أولاً أستاذتي المشرفة على رسالتي الدكتورة أمل كاترين عبد النور على مساندتها ودعمها لي في إتمام هذا العمل على الرغم من صعوبة تحصيل المراجع القانونية فيه. أشكر ثقتك وتشجيعك، وأتمنى لك المزيد من التآلق والعطاء الأكاديمي والمهني.

كما أشكر ثانياً أعضاء اللجنة القديرة على المساهمة الفعالة في تقويم الرسالة وتحسينها، فملاحظاتكم تُغني معرفتي.

أما شكري الدائم فهو طبعاً موجّه إلى والدي ووالدتي وأختاي على دعمهم المتواصل لي.

دليل المصطلحات العربية والأجنبية الملخصة:

_ ق.م.ع. : قانون الموجبات والعقود.

- أ.م.م. : أصول المحاكمات المدنية.

_ Cass. civ. : Cour de cassation chambre civile.

_ JCP: Jurisclasseur périodique (Semaine juridique).

_ LGDJ : La librairie générale de droit et de jurisprudence ; Paris.

_ NZLR: New Zealand Law Reports.

_ Obs. : Observations - commentaires doctrinal à la suite de la publication d'une décision de justice.

_ RTD civil: La revue trimestrielle de droit civil

ملخص التصميم للرسالة:

_ القسم الأول: حماية المستهلك في إطار القانون العام للعقود

الفصل الأول: ملامح العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك

الفصل الثاني: آثار العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك

_ القسم الثاني: حماية المستهلك في إطار القوانين الخاصة والمقارنة

الفصل الأول: القوانين اللبنانية المعنية في حماية المستهلك

الفصل الثاني: القوانين الأجنبية والعربية في حماية المستهلك

المقدمة:

تتمتع المصارف في العصر الحديث بمركز قوي وريادي في الدورة المالية والإقتصادية للدول، الأمر الذي يجعل من المصارف عنصراً أساسياً في الإزدهار الإقتصادي و يمنحها سلطة واسعة وسيطرة إقتصادية مهمة. ففي ظل العولمة بات القطاع المصرفي يساهم مباشرة في دعم الإقتصاد والحفاظ على الإستقرار المالي للدول. عُرف العمل المصرفي بوضوح في العصور القديمة وكان يأخذ طابعاً فردياً، أي أنه لا يرتبط بفكرة حديثة أو معاصرة. وكان يتم التعامل بالمعادن والذهب إلى أن إنفتحت الدول على بعضها وتوسعت السوق العالمية، فتطورت العمليات المصرفية لتصبح المصارف على ما هي عليه اليوم. فالمصرف في السابق كان عبارة عن صرف النقد بما يعادله، وكان أصحاب الثروات يضعون أموالهم لدى المصارف على شكل ودائع للإئتمان عليها مقابل أجرٍ يؤدونه للصيارفة^١. وقد شهد العمل المصرفي تطوراً متتالياً منذ التاريخ القديم نظراً لكونه حاجة ملحة لكل من يمارس الأعمال التجارية أو يسعى إلى إِدخار أمواله والحفاظ عليها، إلى أن أصبح اليوم ضرورةً تدخل في صلب أعمالنا اليومية.

وقد جاء في الفقرة الرابعة من المادة ٦ من قانون التجارة البرية والبحرية اللبنياني بأن أعمال الصرافة والبنكا تُعدّ بحكم ماهيتها الذاتية أعمالاً تجارية برية وكذلك جميع الأعمال المرتبطة بها والمتجانسة لها. وقد حدّد قانون النقد والتسليف اللبنياني في المادة ١٢٦ منه بأن المهنة المصرفية في لبنان لا يمكن ممارستها إلا من قِبَل مؤسسات منشأة بشكل شركات مغلقة أو مساهمة. وفي هذا السياق عرّف قانون التجارة البرية والبحرية اللبنياني في المادة ٧٧ منه الشركة المغلقة بأنها شركة عارية من العنوان تؤلّف بين عدد من الأشخاص يكتبون بأسمهم (أسناد قابلة للتداول) ولا يكونون مسؤولين عن ديون الشركة إلا بقدر ما وضعوه من المال. وبالتالي يتّضح بأن المصارف في لبنان تُصنّف ضمن الشركات المساهمة أو المغلقة. تتصدّر الشركات المساهمة في تنفيذ المشاريع الإقتصادية الكبرى نظراً لِمَ تتمتع به من سمات تمويلية تخولها القيام بهذا النوع من الأعمال. إذ تتميّز الشركة المساهمة بأنها تمتلك رؤوس أموال ضخمة التي غالباً ما تُؤمّن بسهولة، نظراً بأن المساهمين فيها يسعون إلى توظيف أموالهم ومدّخراتهم. والشركات المساهمة إما أن تتولى أعمالاً على صعيد القطاع العام أو على صعيد القطاع الخاص^٢. وهنا يبرز دور المصارف التي تعمل في القطاع الخاص كشركات مساهمة لتمويل الأفراد وأصحاب المشاريع الصغرى والكبرى وغيرها من مؤسسات وشركات خاصة.

^١ - مالك عبلا: النظام القانوني للمصارف والمهن التابعة للمهن المصرفية في لبنان، الطبعة الثانية مع تعديلات، دار النشر غير مذكور، بيروت-كانون الثاني، ٢٠٠٠، ص ١٧.

^٢ - صفاء مغريل: القانون التجاري اللبنياني - الشركات التجارية، الجزء الثاني، الطبعة غير مذكورة، دار النشر غير مذكور، بيروت ٢٠٠٤، ص ١٩٩.

يرتكز عمل المصارف على الأموال التي تتلقاها من المتعاملين معها، فتقوم بتوظيفها وإستثمارها وتقديم الخدمات المالية إلى المستهلكين لقاء فوائد وعمولات تتلقاها المصارف في المقابل. وأمام هذا الإنتشار الواسع للمصارف في العالم، ونتيجةً لتطوّر الخدمات المقدّمة من قبلها، إزداد هذا التعامل تعقيداً وتشابكاً إلى أن أظهر عدم قدرة المستهلكين المصرفيين على مواكبة التقدّم الحاصل في القطاع المصرفي. فالمصرف يُعتبر محترفاً وممتهاً يلمُّ بكل هذه الشؤون المالية لأنّه بطبيعة الحال يقوم بتقديم تلك الخدمات وبتسويقها. أما المستهلك المصرفي فإنّه بعيد عن هذا الإمتهان ويفتقر إلى المعرفة المصرفية المطلوبة. فالمستهلك يلجأ إلى التعامل مع المصرف إمّا بهدف إدخار أمواله أو بهدف إستثمارها أو بسبب حاجته إلى الأموال. يُضاف إلى ذلك أنّ العقد الذي يبرمه المستهلك مع المصرف يكون بطبيعته منظماً مسبقاً وفقاً لنماذج موحدة تقدّمها المصارف إلى المستهلكين. وبالتالي تنحصر حرية المستهلك التعاقدية في الموافقة أو عدم الموافقة دون الخوض في مفاوضات ومساومات قبيل إبرام العقد. هذا النوع من العقود يسمّى عقود الإذعان، إذ في أغلب الأحيان لا يكون أمام المستهلك أي خيار سوى أن يوافق على توقيع العقد لأنه بحاجة ماسة إلى الخدمات المصرفية في تسهيل شؤونه المالية. والسؤال الذي يُطرح هنا، هل يقوم المستهلك بقراءة مندرجات العقد كاملةً قبل التوقيع؟ وهل تسمح المصارف بشكل عام بأن يقرأ المستهلك العقود وأن يتمعنوا بينودها قبل إبرام العقد؟ كما أنّ هنالك طلبات إضافية يتفاجأ بها المستهلك لدى تعامله مع المصرف. إذ تركز ربحية المصارف في الأساس على العمولات ومعدلات الفوائد التي تستحصل عليها مقابل الخدمات التي تقدّمها. فالمستهلك المصرفي لا يملك المعرفة المالية الكافية مقارنةً بالمصرف الذي يقدّم الخدمات المالية ويتصرّف على درجة عالية من الإمتهان والإحتراف. وإنّ المصرف يُعدّ محترفاً ضليعاً في الخدمات التجارية والأعمال المالية من جهة، يقابله مستهلك غير محترف وضعيف في الثقافة المصرفية من جهة أخرى. وبالتالي تتجلى بوضوح الهوة في العلاقة التي تحكم المصرف والمستهلك الذي يُعتبر، في ظل هذه العوامل مجتمعةً، طرفاً ضعيفاً في علاقة تعاقدية غير متكافئة مع المصرف.

من هنا برزت أهمية حماية المستهلك في القطاع المالي نتيجةً لتطوّر الخدمات ولتوجّه إهتمام الجمهور إلى الإعتقاد أكثر على الخدمات المالية. وقد نال هذا الموضوع أهمية كبرى خصوصاً بعد الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨. إذ سلّطت هذه الأزمة الضوء على تقصير التشريع في حماية المستهلك المصرفي في الدول المتقدّمة التي تزرع إقتصادها إثر وقوعها ومن أبرز هذه الدول الولايات المتحدة الأمريكية. فقد كان الإقتصاد العالمي حتى عام ٢٠٠٧ يسجّل ما يقارب ١٥٠ مليون مستهلكاً في الخدمات المالية سنوياً وإنخفضت هذه المعدلات بعد الأزمة المالية إلا أنّ النمو إستمر في تسجيل زيادة¹. عكست الأزمة المالية

¹ Ardic, Oya; Ibrahim, Joyce; Mylenko, Nataliya: Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services: A Cross-Country Analysis by World Bank. p:2 <https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Consumer-Protection-Laws-and-Regulations-in-Deposit-and-Loan-Services-Jan-2011.pdf>

العالمية مكامن الضعف في مجال حماية المستهلك المصرفي وطرحت بصورة غير مباشرة الإقتراحات اللازمة لتعديل هذا القصور. فقد شهدت معظم دول العالم توسعاً غير مسبوق للخدمات المالية في العقد الأخير الذي سبق وقوع الأزمة المالية حيث أقدم فيه الملايين من الناس على فتح حسابات مصرفية وتحويل مدفوعاتهم إلكترونياً وشراء القروض الإستهلاكية. وكان تطوّر قطاع الخدمات المالية سابقاً لتطور التشريع في حماية المستهلك المصرفي. ففي ظلّ تطوّر الخدمات المالية، بقيت حماية المستهلك والمعرفة المالية في موقع ضعيف سواء في الدول المتطورة والدول النامية. إذ تتسم العقود المتعلقة بالخدمات المالية بصعوبة الفهم والقراءة، والمستهلك يوقّع مع المؤسسة المالية عقداً مالياً طويل الأمد دون أن يكون لديه المعرفة الكافية في مناقشته أو التفاوض حوله. وإنّ إفصاح المعلومات إلى المستهلك حول الخدمات المالية يكون غير قابلٍ للفهم من قبل المستهلك ويستحيل عليه بالتالي مقارنة الخدمات مع غيرها. وفي حال كان لدى المستهلك أية شكوى حول خدمة مالية معينة، فإنّه يواجه مشكلة إضافية لعدم توفر مؤسسة مسؤولة بشكل مباشر عن تلقي الشكاوى. فلا يبقى أمام المستهلك سوى اللجوء إلى القضاء، الأمر الذي يتطلّب وقتاً إضافياً وإجراءات عديدة وكلفة مالية باهظة. لذلك حتمّ كلٌّ من التوسع المستمر في القطاع المصرفي والأزمة المالية أن تباشر التشريعات الدولية في تحديد أسس حماية المستهلك المصرفي، مع العلم أنّ تحقيق حماية المستهلك من شأنه أن يخلق متعاملين إضافيين في القطاع المالي. هذا فضلاً عن أنّ غياب الوعي المصرفي لدى المستهلكين يزيد من حدة الهوة في المعلومات بين المستهلك والمصرف المحترف، الأمر الذي ينعكس سلباً على مصالح المستهلك. فلحماية المستهلك أهمية تبرز في نشر المعرفة المالية تحقيقاً لإستقرار القطاع المالي وإعادة الثقة العامة بالنظام المالي في العالم. إذاً فإنّ تحديد إطار حماية المستهلك المصرفي بات أمراً جوهرياً في الإستراتيجية المالية. وفي هذا المجال قام البنك الدولي¹ عام ٢٠١٠ بالتعاون مع **CGAP (Consultative Group to Assist the Poor)** بإعداد دراسة إعتبرت الأولى من نوعها، تناولت ١٤٠ دولة في العالم حول حماية المستهلك في خدمات الإقراض والإيداع. أظهرت أنّ معظم الدول تناولت في تشريعاتها حماية المستهلك بشكل عام، لكنّها لم تتطرق إلى كيفية حمايته في قطاع الخدمات المالية تحديداً. وتبين من خلالها أيضاً غياب دور السلطات في تشريع القوانين المعنية أو في تطبيقها إن وجدت.

يشكّل التشريع الإجراء الجوهري الأوحد الذي يؤكّد جدية الدول في تحديد إطار حماية المستهلك المصرفي وتكريس كل ما هو لازم في تحقيق هذه الحماية. فقد سارعت الدول الكبرى إلى العمل على مشاريع القوانين، وقد نجحت في إحاطة هذا الموضوع إهتماماً متكاملًا لناحية سنّ القوانين في هذا الشأن. وأولت العديد من الهيئات الدولية إهتماماً جدياً وشاملاً بموضوع حماية المستهلك المصرفي من خلال دراسات إحصائية معمّقة لكشف كل الثغرات التي تعيق من تقدم الإقتصاد، وتحسّن الأوضاع المالية

¹ Ardic, Oya; Ibrahim, Joyce; Mylenko, Nataliya: Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services: A Cross-Country Analysis by World Bank. p:2 <https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Consumer-Protection-Laws-and-Regulations-in-Deposit-and-Loan-Services-Jan-2011.pdf>

^٢ CGAP: مجموعة تضم ٣٤ هيئة إقتصادية رائدة في العالم تسعى إلى تطوير الأوضاع المالية في كافة الدول

للمتعاملين مع المصرف. أما بالنسبة إلى الدول العربية، فقد أدخلت بعض الهيئات العربية موضوع حماية المستهلك ضمن برامج أعمالها وفي أبحاثها أيضاً. كما إتجهت بعض الدول إلى إدخال حماية المستهلك المصرفي ضمن تشريعاتها أو اعتمادها ضمن أولوياتها للعمل على سن قوانين خاصة في هذا الشأن. وبالفعل لقد تميّزت بعض الدول العربية بتشريعاتها التي نظّمت الإطار المتكامل في حماية حقوق المستهلك المصرفي. أما في لبنان لم يصدر سوى قانون حماية المستهلك رقم ٦٥٩ الصادر بتاريخ ٢٠٠٥/٢/٤ الذي إهتمّ برعاية حقوق المستهلك بشكل عام وفصل سبل حمايته من كل الجوانب. إنّما الواقع العملي مغايرٌ لناحية حماية المستهلك المصرفي، ذلك لأنّ حمايته تستقل عن مهام جمعية حماية المستهلك وينفرد بها القطاع المصرفي بشكل حصري على الرغم من أنّ المواد القانونية في قانون حماية المستهلك وردت بصورة عامة وتطبق على كافة المستهلكين. فالمادة ١٧ من قانون حماية المستهلك أوردت أنّ أحكام هذا القانون المتعلقة بالعقود التي تربط المحترف بالمستهلك، تُطبّق عليها في كل ما لا يتعارض مع النصوص القانونية التي ترعى عمل المصارف. إنطلاقاً من هذه الحصرية نرى بأنّه لم يتم بعد إنشاء جهاز لحماية المستهلك المصرفي في لبنان. ويُعتبر لبنان من الدول التي لم تشرّع قانوناً يختصّ بحماية المستهلك المصرفي، ولا يزال هذا الموضوع مشروعاً قيد الدراسة في اللجان النيابية. لكن صدر تعميم عن مصرف لبنان المركزي في مطلع العام ٢٠١٥ تناول المبادئ العامة التي يجب أن تلتزم بها المصارف تحقيقاً لحماية حقوق المستهلك المصرفي، ويُعتبر هذا التعميم أول خطوة نحو تحقيق حماية المستهلك المصرفي. إذ لا بدّ من تحديد موقع المستهلك المصرفي في ظل القوانين والتعاميم السنوية التي تصدر عن المصرف المركزي. فأين هي هذه القوانين أو التعميم التي ترعى حقوق المستهلك المصرفي وتحدّد وضعيته في هذه المؤسسة المالية المحترفة؟ تجدر الإشارة هنا إلى أنّ قانون النقد والتسليف ينظّم عمل المصارف في لبنان، لكنّه لم ينظّم شؤون المستهلك الذي يحرك عجلة عمل هذه المصارف. إنّما أورد هذا القانون في مواده وجوب مراقبة أعمال المصرف من قبل لجنة حصرية تُعرف بـ "لجنة الرقابة على المصارف". وهذه الرقابة اليوم باتت ضرورة في ظل الإزدحام الدعائي الواسع، كون المستهلك يكاد يفقد حقوقه ويجهلها، فيجد نفسه راضحاً إلى شروط المصرف. فالمصارف في لبنان، ولا سيّما بعد تلك الأزمة المالية العالمية، قد ضاعفت التنافس فيما بينها لجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين عبر الحملات الدعائية التي يقوم بها كل مصرف في الترويج لخدماته ولعروضه المغرية. إضافةً إلى التشريع، تلعب المصارف المركزية أيضاً دوراً ضرورياً جداً في تحقيق هذه الحماية إلى المستهلك، نظراً بأنّ من بين مهامها مراقبة أداء المصارف. إذ ينشأ لدى كل دولة مصرف مركزي أو مؤسسة مالية مركزية (تختلف التسمية بين دولة وأخرى) تُعنى بالإشراف على المصارف ومراقبة أعمالها وحساباتها. وهذا النوع من الرقابة يكاد لا يتجاوز مراقبة أداء المصارف والتدقيق في عملياتها تأكيداً على سلامة الأعمال والبيانات المالية لديها. وبالتالي فإنّ المصارف المركزية وبخاصة تلك في الدول العربية لا تقوم بأي دور رقابي على تعامل مصارفها مع المستهلكين للتأكد من أنّها تسعى إلى حماية حقوق

المستهلك المصرفي. مع العلم أنّ المصارف المركزية تتمتع بمركز قوي في فرض سلطتها الرقابية على أداء المصارف مع المستهلكين. فأين هو دور المصارف المركزية في مراقبة تعامل المصارف مع المستهلكين ومساءلتها؟

تتضمّن هذه الرسالة مقارنة شاملة لواقع حماية المستهلك المصرفي في قوانين بعض الدول العربية والأجنبية للتوصّل إلى تحديد موقع المستهلك المصرفي أمام كل هذا الإزدحام الدعائي للمصارف وتنوّع الخدمات المصرفية وتطورها. كما تعرض الآلية في تقديم الحلول والإقتراحات التي يمكن طرحها للحد من حجم إتساع الهوة بين المصرف والمستهلك. يُعتبر هذا الموضوع حديثاً في طرحه، فالمراجع القانونية التي بحثت في تفاصيله من كل الجوانب وعالجت إشكاليّاته نادرة جداً. مع العلم أنّ التقصير لا تبرير له في إدخال حماية المستهلك المصرفي ضمن النصوص القانونية والأبحاث العلمية والمؤلفات المنشورة على حدّ سواء. وعلى الرغم من هذه المحدوديّة في المراجع، إلا أنّه بات موضوعاً شائكاً ودقيقاً والتّعتيم على نُعْرِهِ لم يعد جائزاً. يميّز موضوع حماية المستهلك المصرفي بأهمية كبرى لا سيّما وأنّه يطرح العديد من الإشكاليات. فالإشكالية العامة لهذا البحث تقع في عدم توفير الحماية اللازمة للمستهلك المصرفي في الدول العربية عامّة وفي لبنان خاصّة. إذ لا يزال القانون في لبنان يفتقر لقانون خاص بحماية المستهلك المالي، والسؤال الذي يُطرح في هذا السياق هل توصّل التشريع في لبنان إلى تكريس أي حماية للمستهلك المصرفي؟ وفي المقابل يجب الأخذ بعين الاعتبار أنّ موضوع حماية المستهلك يجسّد إشكالية قائمة بحد ذاتها في كافة دول العالم، إنّما طبعاً تبقى الدول المتقدمة أكثر تطوراً في هذا المجال مقارنةً مع واقع القوانين في الدول العربية. وتتفرّع الإشكاليات ضمن هذا العنوان العريض بدءاً من طبيعة العقد الذي يُبرم بين المصرف والمستهلك ومن طريقة إبرامه، دون أن يكون الأخير قد تمعّن في قراءة مندرجات العقد قبل التوقيع عليه. مروراً ببعض الشروط التعسفية والطلبات الإضافية التي تتخلّل هذا العقد ويكون المستهلك موقفاً عليها دون علمه. إضافةً إلى عدم إلّتزام المصارف بمعايير الشفافية والوضوح عند الإفصاح عن شروط العقد والإلتزامات المنبثقة عنها، الأمر الذي يعرّض المستهلك إلى الوقوع بمخاطر هذه الإلتزامات التي لو كان على علم بها لما تعاقد. كما أنّ غياب الوعي المالي والمصرفي لدى المستهلك بات يمثّل إشكالية عامة ومشتركة في الدول العربية والدول المتقدمة. هذا فضلاً عن غياب القوانين العربية التي تحمي حقوق المستهلك غير المحترف. وفي حال وُجِدَت هذه القوانين، فإنّ آلية تنفيذها لا تزال غير واضحة أو غير منظّمة. ويبقى أيضاً غياب الجهاز الرقابي أو تغيّبه سبباً مباشراً في تمادي القطاع المصرفي في أدائه مع المتعاملين معه.

سنتناول في هذه الرسالة الإطار العام لهذه العلاقة التعاقدية لناحية فراقء العقد المصرفي، وطبيعة العقود التي تُبرم أمام المصارف، والموجبات التي تقع على عاتق كل من المصرف والمستهلك. هذا فضلاً عن تسليط الضوء على دور التشريع اللّبناني في تحقيق الحماية اللازمة إلى المستهلك. ومن ثمّ نقدّم أبرز التشريعات في أميركا وفرنسا التي كان لها دور واضح في تطوير مفهوم حماية المستهلك المالي عامّةً

والمستهلك المصرفي خاصةً. بالإضافة إلى عرض بعض التشريعات العربية التي تميّزت عن سواها في معالجة هذا الموضوع على نحوٍ متقارب مع ما يُعتمد من قِبَل التشريعات الأجنبية. ونظراً بأنّ التقنين في هذا المجال لا يزال حديثاً في نشأته، عمدنا في هذه الرسالة إلى عرض القوانين التي تناولت حماية المستهلك المصرفي وتفصيلها لكي نكون على دراية بمدى تطوّر القوانين العربية والأجنبية في هذا المجال. ولا بدّ من أن نتطرق أيضاً إلى آلية الحلول المتّبعة في حماية المستهلك المالي والتي تمثل الجزء الأهم في هذه الرسالة. وبناءً على ما سبق، يُقسّم البحث إلى قسمين لنتناول في القسم الأول منها حماية المستهلك في إطار القانون العام للعقود. أما في القسم الثاني سنبحث في حماية المستهلك في إطار القوانين الخاصة والمقارنة.

تصميم الرسالة:

_القسم الأول: حماية المستهلك في إطار القانون العام للعقود

الفصل الأول: ملامح العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك

المبحث الأول: أطراف العلاقة التعاقدية

المبحث الثاني: طبيعة العقد

الفصل الثاني: آثار العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك

المبحث الأول: الإلتزامات العامة المتوجبة على المتعاقدين عامةً

المبحث الثاني: ملامح الإلتزامات العامة للمتعاقدين لناحية التطبيق العملي

_القسم الثاني: حماية المستهلك في إطار القوانين الخاصة والمقارنة

الفصل الأول: القوانين اللبنانية المعنية في حماية المستهلك

المبحث الأول: قانون حماية المستهلك

المبحث الثاني: قانون النقد والتسليف

الفصل الثاني: القوانين الأجنبية والعربية في حماية المستهلك

المبحث الأول: الخصوصية في تحديد الحقوق والواجبات الملقاة على

عائق الطرفين

المبحث الثاني: إنشاء هيئة مختصة في حماية المستهلك

القسم الأول: حماية المستهلك في إطار القانون العام للعقود

أظهرت العلاقة التي تربط المصرف بالمستهلك غياباً للتوازن بينهما لناحية المعلومات والوعي المصرفي. يركز الخلل في العلاقة التعاقدية على العقد المبرم بينهما الذي يشكل أساس هذا الإلتزام القائم. لذلك لا بدّ من تفصيل العقد الذي يحكم العلاقة القانونية القائمة بين الطرفين من ناحية. ومن ناحية أخرى، ينبغي تسليط الضوء على الآثار المنبثقة عن هذا التعاقد والإلتزامات الناشئة عنه.

يتناول القسم الأول من هذه الرسالة طرْحاً لمُجْمَل هذه النقاط، نبدأ في الفصل الأول بشرح ملامح العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك عبر تحديد أطراف العلاقة التعاقدية (المبحث الأول) وطبيعة العقد بينهما (المبحث الثاني). أما الفصل الثاني فيتناول آثار العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك، نذكر فيه الإلتزامات العامة المتوجبة على المتعاقدين عامةً (المبحث الأول) وملامح الإلتزامات العامة للمتعاقدين لناحية التطبيق العملي (المبحث الثاني).

الفصل الأول: ملامح العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك

عند الحديث عن علاقة تعاقدية بين طرفين لا بدّ من البدء أولاً بتعريف أطراف العقد وتحديد العقد القائم بينهما وما ينتج عنه من شروط والتزامات وحقوق.

المبحث الأول: أطراف العلاقة التعاقدية

تُترجم العلاقة التعاقدية وفقاً للعقد الذي يُبرم بين المصرف والمستهلك، وبكلّ ما يندرج ضمن هذا التعاقد. ولفهم طبيعة العلاقة التي تنشأ بين هذين الطرفين، لا بدّ أولاً من التوسع في مفهوم كل منهما تحديداً لموقعهما تجاه العقد المبرم وتجاه بعضهما البعض.

النبذة الأولى: المستهلك

نشأ مفهوم المستهلك من جذور إقتصادية وإجتماعية، إلا أنّ المفهوم القانوني للمستهلك يبقى مستقلاً بمعناه. يختلف مفهوم المستهلك بين القوانين الأوروبية وبين دولة وأخرى ضمن الإتحاد الأوروبي، وعلى الرغم من تعدّد المفاهيم والتعريفات للمستهلك غير أنّ الفكرة الأساس تدور حول مضمون موحد وفقاً لتشريع الإتحاد الأوروبي¹. وعلى هذا الأساس عرّف المستهلك بأنّه الشخص الطبيعي الذي يعمل خارج

¹ Manko, Rafal: The notion of “consumer” in EU Law; Library of the European Parliament, May 6th, 2013 p. 1.

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2013/130477/LDM_BRI\(2013\)130477_REV1_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2013/130477/LDM_BRI(2013)130477_REV1_EN.pdf)

نطاق نشاطه الإقتصادي (تجارة- إدارة الأعمال- الحرف- المهن الحرة). أما في فرنسا لم يكن هنالك من تعريف للمستهلك المصرفي، إلا أنّ المشرع الفرنسي عرّف المستهلك في قانون حماية المستهلك « Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation » في المادة الثالثة منه بأنّه الفرد الذي يعمل تحقيقاً لغايات لا تدخل ضمن نشاطه التجاري، والصناعي، الحرفي والأعمال الحرة.

Article 3

« Art. préliminaire-Au sens du présent code, est considéré comme un consommateur toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale. »

لا يختلف هذا التعريف عن المفهوم العام للمستهلك، ونلاحظ من خلال هذا التعريف إلترام التشريع الفرنسي بالمفهوم الأوروبي الموحد. وكذلك الأمر بالنسبة إلى التشريع الألماني الذي إلترم أيضاً بهذا المفهوم الموحد، إذ عرّف القانون المدني¹ الصادر بتاريخ ٢٠٠٢/١/٢ في المادة ١٣ منه المستهلك بأنّه كل شخص طبيعي يبرم عمليات قانونية لغايات تخرج في غالبها عن نطاق تجارته أو عمله أو مهنته.

Section 13: “A consumer means every natural person who enters into a legal transaction for purposes that predominantly are outside his trade, business or profession.”

وقد إعتمد التعريف نفسه في تشريع المملكة المتحدة وفق قانون حماية المستهلك² رقم ٣١٣٤ الصادر بتاريخ ٢٠١٣/٦/١٣ Consumer Protection: The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013 وقانون حقوق المستهلك³ الصادر بتاريخ ٢٠١٥/٣/٢٦ Consumer Rights Act 2015. وقد إرتكزت هذه التعريفات على فصل المستهلك في تعامله الخارجي عن المهنة التي يزاولها.

أما التشريع اللبناني فقد عرّف المستهلك بمفهوم يتقارب مع المفهوم الأوروبي الموحد. إذ نصّت م ٢ في الفقرة الأولى منها من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم ٦٥٩ الصادر بتاريخ ٢٠٠٥/٢/٤ بأنّه "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني". أما فيما يخصّ تشريعات الدول العربية، فلم تعطّ تعريفاً للمستهلك. إلا أنّ قانون مصرف قطر المركزي وتنظيم المؤسسات المالية⁴ رقم ١٣ الصادر بتاريخ ٢٠١٢/١٢/٢ عرّف "العميل" في المادة الأولى منه بأنّه "كل شخص طبيعي أو معنوي يتلقّى أو يتعامل في إحدى الخدمات

¹ القانون المدني الألماني: http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/german_civil_code.pdf

² Consumer Protection: The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013: <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2013/3134/contents/made>

³ Consumer Rights Act 2015: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15>

⁴ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف قطر المركزي:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/Legislation/Law/Pages/QCBLaw.aspx>

المالية، مع إحدى المؤسسات المالية، كما يُعتبر عميلاً كل مَنْ شرع في تلقّي أو التعامل في إحدى الخدمات المالية مع المؤسسات المالية". حدّد هذا التعريف مفهوم المستهلك المصرفي بشكل خاص لأنّه ورد في قانون المصرف المركزي على خلاف التعريفات السابقة التي تناولت مفهوم المستهلك بشكل عام والتي تنطبق على كافة فئات المستهلكين للمواد الغذائية، وللسلع الإستهلاكية، وللخدمات المالية على حدّ سواء.

يعتمد الفقه مفهومًا ضيقاً في تعريف المستهلك كفرد يستخدم الخدمة أو السلعة لهدف شخصي وليس لهدف مهني. إلا أنّ فريقاً آخرًا إتّجه إلى توسيع التعريف ليشمل أغراضاً مهنية لتكون أمام مستهلك ممتّهن ومستهلك غير ممتّهن. والتعريف الذي يستقر عليه الفقه أنّ المستهلك هو الشخص الذي يسعى للحصول على حاجاته من مختلف السلع والخدمات أو الشخص الذي يستهدف إشباع حاجته بالحصول على مختلف السلع والخدمات اللازمة لذلك^١. يتبيّن من خلال هذا التعريف الخصائص الثلاث التي تحدّد مفهوم المستهلك:

- أ. الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد مع المحترف ليشبع حاجاته الفردية.
- ب. الحصول على السلع أو الخدمات بهدف الإنتفاع منها دون أن يكون هذا العمل متعلّقاً بنشاط تجاري.
- ج. عدم إمتّهان المستهلك وعدم إمامه بجودة الخدمات التي يسعى إلى شرائها.

تشتمل فئة المستهلكين على كل مَنْ يتعامل مع المحترفين للحصول على سلعة أو خدمة دون أن يكون على دراية بخفاياها ودون أن يكون قادراً على الحكم عليها. فالمعيار يشير إلى أنّ المستهلك ممتّهن فقط في نطاق مهنته التي يمارسها، وغير ممتّهن في تفاصيل العملية الشرائية للخدمات التي يتعاقد عليها خارج حدود مهنته بغاية إشباع حاجات عائلية أو فردية.

ومن الملاحظ خلال عرض تعريفات المستهلك التفاوت في تسمية المستهلك المصرفي بين عميل وزبون. فالتشريعات العربية تورد عبارة "العميل" في نصوصها القانونية، والمؤسسات المالية في كافة الدول العربية تستخدم عبارة "العميل" على كل مَنْ يتعامل مع مصارفها. أما المحاكم اللبناية فإنّها غالباً ما تذكر إحدى العبارتين، العميل أو الزبون، في القرارات والأحكام الصادرة عنها. كما أنّ مصرف لبنان يعتمد مصطلح "العميل" في تعميماته^٢ التي تُصدر القرارات المتعلقة بالمتعاملين مع المصارف. يتشابه المصطلحان (العميل والزبون) في المعنى وفي طريقة إعتمادهما. فبالنسبة إلى الزبون، لم تحدّد التشريعات تعريفاً لزبائن المصرف^٣ لذلك يقتضي الرجوع إلى الفقه والإجتهد لتحديد ما هو المقصود بالزبائن. يُعتبر قانون العقوبات في فرنسا^٤ سبباً في إيجاد تعريف لمصطلح الزبون، إذ كان لازماً تحديد المستفيدين من موجب المصارف لتأمين حماية السرية المصرفية لزبائنهم. وعلى الرغم من ذلك، لم يحدّد التشريع الفرنسي تعريفاً لزبائن المصرف. وقد حاول الفقهاء التوصل إلى وضع مفهوم للزبائن، فأعتبر الفقيه Bouteron أنّ زبون المصرف هو الذي يتعامل مع

^١ عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، مكان النشر غير مذكور، ٢٠٠٧، ص ٢١.

^٢ راجع الملحق رقم ٢ في هذه الرسالة ص ١١٩.

^٣ إلياس ناصيف: الموسوعة التجارية الشاملة عمليات المصارف، الجزء الثالث، عويدات للنشر والطباعة، بيروت_ لبنان، الطبعة ١٩٩٩، ص ٢٨٢.

^٤ لم يتناول القانون الفرنسي وضع السرية المصرفية بشكلٍ خاص، بل في ضوء الأحكام القانونية العامة.

المصرف بشكل ثابت وعلى نحو يعكس إطمئناناً لدى الأخير. وكذلك الأمر بالنسبة إلى الفقيه Cabrillac الذي أضاف بأنه ليس بالضرورة أن يكون للزبون حساباً مصرفياً لدى المصرف بل يكفي أن تربطه علاقات أعمال مع المصرف. ويمكن إعتبار الزبون بأنه الشخص الذي يتصل بالمصرف ويتعامل معه على أساس الأعمال المصرفية التي يقوم بها^١، إذ يُعتبر زبوناً أو عميلاً مَنْ يتعامل مع المصرف ولو كان ذلك لعملية واحدة، أو لعدة عمليات، أو بشكل دائم. يُنظر إلى الزبون بصورة واسعة دون أن يكون التعامل عابراً. وتضارب الإجتهد الفرنسي في هذا المعيار، بحيث قضت محكمة Lyon الفرنسية عام ١٩٤٨ أنّ الزبون هو كل شخص معروف من المصرف بصورة مباشرة أو غير مباشرة^٢. أما محكمة La Seine أخذت عام ١٩٤٥ بعكس ما قضت به محكمة Lyon معتمدة آراء الفقيهين Cabrillac و Bouteron. لكنّ المصارف في الواقع العملي، تأخذ بالمفهوم الشامل والأوسع للزبون لتكريس الحماية الشاملة لكافة المتعاملين مع المصارف سواء بصورة مؤقتة أم دائمة. أما وفق القانون الإنجليزي الذي يُعرف بـ Common Law يُعتبر زبوناً للمصارف كل مَنْ يعتمد إلى فتح حساب للودائع لدى المصرف. وإنّ زبائن المصرف يمكن أن يكونوا أفراداً ومؤسسات وشركات وحتى مصارف أخرى. وقضت المحكمة العليا في نيوزيلندا^٣ عام ١٩٧٥ بأنّ الزبون هو الفرد الذي يملك حساباً لدى المصرف أو الذي يكون قد أنشأ أي علاقة تربطه مع المصرف^٤. أخذت المحكمة بمجرد وجود العلاقة بين المصرف والزبون، أي أنّ فتح الحساب المصرفي لا يشكّل العنصر الوحيد لإنشاء العلاقة بين المصرف والمستهلك. وبالتالي حتى لو لم يكن هنالك من حساب مصرفي للمستهلك لدى المصرف، تنشأ العلاقة بينهما بموجب أي تعامل كإصدار بطاقات الإئتمان أو التعاقد على قرض مصرفي أو على أي خدمة مالية. لم يحدّد القانون اللبناني مفهوم الزبون، غير أنّ القضاء اللبناني في الحكم رقم ٩٣٦ الصادر في ١٩٦٠/٥/٩ اعتبر أنّ كل مَنْ يتعامل مع المصرف يُعتبر زبوناً كونه يلجأ بإرادته إلى التعاقد على خدمات المصرف حتى ولو كان أول تعامل معه^٥. لا بدّ هنا من الرجوع إلى قانون التجارة البرية اللبناني^٦ الذي لم يعرّف زبون المؤسسة التجارية، لكنّ الفقه حدّد بأنّ الزبون هو الذي إعتاد على التعامل مع المؤسسة التجارية للحصول على الحاجات والخدمات بواسطتها^٧. وبالتالي يتشابه مفهوم زبون

^١ إلياس أبو عيد: عمليات المصارف، الطبعة الثانية، دار النشر غير مذكور، لبنان، ١٩٩٧، ص ٣٣١.

^٢ إلياس ناصيف: المرجع السابق، ص ٢٨٣.

^٣ Supreme Court of New Zealand: 1 NZLR 273, 30 August 1975; Warren Metals Ltd v Colonial Catering Co Ltd; p. 276. <http://www.lawreports.nz/>

^٤ الموقع الإلكتروني الرسمي لـ LawTeacher :

<http://www.lawteacher.net/free-law-essays/commercial-law/what-is-the-legal-nature-law-essays.php>

^٥ المحكمة الابتدائية المدنية في بيروت/ الغرفة غير مذكورة/ القرار رقم ٩٣٦ بتاريخ ١٩٦٠/٥/٩ /مجموعة إجتهدات حاتم/ ١٩٦٨ /الجزء ٤٢/ ص ٢٥.

^٦ الصادر بموجب المرسوم الإشتراعي رقم ٣٠٤ بتاريخ ١٩٤٢/١٢/٢٤.

^٧ صفاء مغريل: القانون التجاري اللبناني - الأعمال التجارية والتجار - المؤسسة التجارية، الجزء الأول، إسم دار النشر غير مذكور، بيروت، ٢٠٠٤، ص ٢٣٨.

المؤسسة التجارية في القانون التجاري مع مفهوم زبون المصارف في قانون السرية المصرفية من ناحية التعامل مع المؤسسة التجارية للحصول على الحاجات والخدمات، إتما يتضارب لناحية الإعتياد والتردد على هذه المؤسسة التجارية من جهة ولناحية الطبيعة القانونية لكل من المؤسسة التجارية والمصرف كشركة مغلقة من جهة أخرى. إن استخدام عبارة "الزبون" في كل من المجالين من شأنه أن يخلق لغطاً في التسميات المعتمدة وتمويهاً للمعاني الحقيقية لكل من المتعاملين مع المصارف والمؤسسات التجارية. ولتأطير هذا الجدل في المصطلحات، نأخذ عبارة "إستهلك" لغويّاً consume/consommer ، أي إستنفد. وفي هذا السياق لا بدّ من تحديد مفهوم العملية الإستهلاكية بأنها العملية الإقتصادية التي يرمي الفرد من خلالها إلى إشباع حاجاته اليومية والوقتية دون أن تتخللها نية تحقيق الربح، ويتحقّق ذلك عبر التعاقد على شراء أو إستئجار خدمة أو سلعة^١. يعكس تعريف العملية الإستهلاكية إنسجاماً مع فكرة المستهلك المصرفي. ولتمييزه عن سائر فئات المستهلكين، سيجري توحيد المصطلحات بإعتماد "المستهلك المصرفي" المصطلح العلمي الأنسب والأكثر ملاءمةً مع موضوع دراستنا. قد ترد أيضاً عبارة "المستهلك المالي" وهي بطبيعة الحال المصطلح العام الذي يضم كافة المستهلكين في قطاع المصارف والمؤسسات المالية التي تندرج في الإطار نفسه.

تختلف فئات المستهلكين من حيث المعرفة والثقافة. فهناك فئة تتمتع بالمعرفة وبالخبرة اللّازمتين في تحقيق تعامل عادل مع المؤسسة المالية، إذ يكون المستهلك ممتهاً وعلى دراية كاملة بكل ما يحيطه من خدمات وبيع. وهناك فئة أخرى تفتقر إلى المعرفة المصرفية لعدم إلمامها بطبيعة الخدمات المقدّمة وهذا واقع شريحة كبرى من المتعاملين مع المصارف. وإضافةً إلى هذا التفاوت بالمعرفة والثقافة، يقع الإختلاف أيضاً من ناحية القدرة الشرائية والملاءة. ومن أكثر المراحل دقّةً بالنسبة إلى المستهلك هي تلك السابقة للتعاقد، إذ غالباً ما لا يوظّف المستهلك المعلومات التي يتلقاها عن الخدمة قبل الشراء. يتوجّب على المستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد بأن يستعلم عن كافة المعلومات التي يتلقاها ويستفسر تفصيلاً عن الفوائد والأضرار المحيطة بالخدمة المالية. تشكّل المعلومات الركيزة الأساس في إتخاذ المستهلك القرار بشراء الخدمة عبر مقارنتها مع غيرها من الخدمات المعروضة. وليكون قادراً على تقويم المعلومات الممنوحة وقياسها مع جودة الخدمات، يجب أن يكون خلفيّة شاملة تحقّر الإدراك لديه بمجمل الموضوع. وبالتالي تبرز هنا الثغرة في ثقافة المستهلك ومعرفته المالية فيما يتعلّق بالخدمات التي تقدّمها المصارف وكافة المؤسسات المالية.

النبة الثانية: المصرف

نصّت م ١٢١ من قانون النقد والتسليف^٢ على أنّه "تدعى مصرفاً المؤسسة التي موضوعها الأساسي أن تستعمل لحسابها الخاص في عمليات تسليف، الأموال التي تتلقاها من الجمهور". إن عمل المصرف وفقاً للقانون ينحصر بتوظيف الأموال التي يقدمها الجمهور إليه. وعبارة "الجمهور" تتمثل بالمتعاملين مع

^١ عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص ٢٢ و ٢٣.

^٢ الصادر بموجب المرسوم رقم ١٣٥١٣ بتاريخ ١/٨/١٩٦٣.

المصرف أي بالمستهلك المصرفي الذي يشكّل صلب أعمال المصرف ومحورها. وقد عرّف قانون مصرف قطر المركزي وتنظيم المؤسسات المالية في المادة الأولى منه "البنوك" على أنها "أي شخص معنوي مرخص له وفقاً لأحكام هذا القانون بمزاولة كل أو بعض الأعمال المصرفية والاستثمارية والتنمية في الدولة". كما عرّفت المادة نفسها الأعمال المصرفية بأنها "قبول الودائع والأموال الأخرى القابلة للإسترداد، ومنح التسهيلات الإئتمانية، وخصم الأوراق المالية وشراءها وبيعها، والمتاجرة في أدوات النقل والمال والصرف الأجنبي والمعادن الثقيلة، وإصدار الشيكات وبطاقات الإئتمان وأدوات الدفع الأخرى، وإصدار الضمانات والإلتزامات، وأي أعمال أخرى يحددها المصرف". كما عرّف قانون النقد وبنك الكويت المركزي والمهنة المصرفية رقم ٣٢ عام ١٩٦٨ البنوك في م ٥٤ (المعدلة بالقانون رقم ١٩٧٧/١٣٠) بأنها "المؤسسات التي يكون عملها الأساسي والذي تمارسه عادةً قبول الودائع لإستعمالها في عمليات مصرفية كخصم الأوراق التجارية وشراءها وبيعها ومنح القروض والسلف وإصدار الشيكات وقبضها وطرح القروض العامة أو الخاصة والمتاجرة بالعملة الأجنبية والمعادن الثمينة وغير ذلك من عمليات الإئتمان أو ما نصّ قانون التجارة أو قضى العرف بإعتباره من أعمال البنوك". تتشابه التعريفات القانونية بالمصارف وبمهامها، غير أن أغلب التشريعات العربية تعتمد مصطلح "البنوك" للمصارف ومصطلح "المصرف" للمصرف المركزي. تختلف التسميات إلا أنّ عملها واحد، فالمصرف عبارة عن مؤسسة مالية تعمل كوسيط مالي بين المستهلكين والمستثمرين. وقد أشار قانون حماية المستهلك اللبناني رقم ٢٠٠٥/٦٥٩ إلى المصرف في الفقرة الثانية من م ٢ التي نصّت على أنّ المحترف هو "الشخص الطبيعي أو المعنوي، من القطاع الخاص أو العام، الذي يمارس، بإسمه أو لحساب الغير، نشاطاً يتمثل بتوزيع أو بيع أو تأجير السلع أو تقديم الخدمات". يمكن الإستدلال من هذا التعريف بأنّ المصرف يخضع إلى هذا القانون كونه محترفاً يمارس المهام المنصوص عنها في هذه الفقرة. فالمصرف شركة تتجلى إحدى عملياتها الرئيسية في تجميع النقود الفائضة عن حاجات القطاعات المختلفة لتقوم بتوظيفها عبر الأعمال الإئتمانية المختلفة، إمّا على شكل قروض تُقدّم إلى الجمهور أو إستثمارات متنوعة الآجال والمواصفات^١. وبالتالي فإنّ المصرف وفقاً للقانون يتولّى مهمّة إستثمار الأموال التي يستحصل عليها من الجمهور المقصود بهم المستهلكين الذين يلجأون إليه إمّا بهدف إدخار أموالهم وزيادتها، أو بهدف الإستثمار وتشغيل الأموال أو بهدف الإستهلاك بسبب الحاجة إلى المال.

تتفاوت فئات المحترفين مقدّمي الخدمات المالية من ناحية الحجم والأعمال التي يقومون بها ونوعية الخدمات التي يعرضونها. والتجار يعمدون إلى زيادة أرباحهم للحفاظ على إستمرارية أعمالهم ولضمان توسّع نطاقها، ويشتركون في هدف واحد يتمثل في معرفة حاجات المستهلك والعمل على إرضائه خدمةً لمصالح الطرفين. وإنّ عدم رضى المستهلك يعكس فرصاً أقل للبيع ولتحقيق الربحية التي يسعى إليها كل التجار مع العلم بأنّه لا يمكن الإستغناء عن العديد من الخدمات المالية أو حتى إستبدالها. وبالتالي فإنّ حماية مصالح المستهلك تشكّل عاملاً مهماً وتنافسياً لمقدّمي الخدمات المالية عامّةً، وللمصارف خاصةً.

^١ مالك عبلا: النظام القانوني للمصارف والمهن التابعة للمهن المصرفية في لبنان، المرجع السابق، ص ٨٥.

وإنطلاقاً من السرية المصرفية التي تلتزم بها المصارف، تركز العلاقة بين الطرفين على الثقة في التعامل. والموجب الأهم الذي يقع على عاتق المصرف هو إعلام المستهلك بكل ما يتطلب من معرفة فيما يخص فتح الحساب المصرفي وأية خدمات مصرفية أخرى. وبالنظر إلى أنّ المصرف يطّلع على وضع المستهلك المالي وإلى أنّ العلاقة بينهما تقوم على الثقة المتبادلة في التعامل، يلتزم المصرف بتقديم النصح والإرشاد إلى المستهلك فيما يخص شؤونه المالية.

تعتمد العلاقة بين المصرف والمستهلك على العادة التي جرى التعامل عليها، إذ لا أساس للعلاقة التي تُلزم أطراف التعامل دون الرضى الضمني بينهم. والقضاء الفرنسي في هذا المجال يرفض النظر والفصل في عمل ينجم عن إرادة المصرف المنفردة الذي من شأنه أن يفرض على المستهلك إجراءً معيناً دون رضاه¹. فالمصارف في العقد الأخير، أي منذ الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ قد ضاعفت التنافس فيما بينها لجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين عبر الحملات الدعائية التي يقوم بها كل مصرف في الترويج لخدماته ولعروضه المغرية. أما المستهلك من جهة أخرى وأمام هذا الإزدحام الدعائي الواسع يكاد يفقد حقوقه ويجهلها، فيجد نفسه منصاعاً لشروط المصارف. وبالتالي إنّ علاقة المصرف بالمستهلك غير متكافئة كون المصرف يُعدّ محترفاً ضليعاً في الخدمات التجارية والأعمال المالية من جهة، يقابله مستهلك غير محترف وضعيف في الثقافة المصرفية من جهة أخرى. فالتطور التقني والإقتصادي والمالي قد فرض خدماتٍ وسلعاً جديدة غابت عن معرفة المستهلك بها. وإنّ إعادة التوازن إلى العقد المصرفي يقضي بتحديد مضمون العقد والأخذ بعين الاعتبار أنّ المستهلك يُولي المحترف الثقة نظراً بأنّه ممتن في استخدام وتقديم السلع والخدمات المالية. والمحترف عندما يكون أمام إبرام عقد مع المستهلك لا يجب أن يعرّف بالخدمة المالية موضوع التعاقد وحسب، بل لا بدّ من تحديد الخصائص والسلبيات الناجمة عنها أيضاً. من هنا يقتضي تحديد طبيعة العقد المبرم بين المصرف والمستهلك لتحديد الإلتزامات المنبثقة عنه وأهمّها حقوق المستهلك وواجبات المصرف تجاهه.

المبحث الثاني: طبيعة العقد

تتضمّن العمليات المصرفية العديد من العقود التي تتخذ أشكالاً ونماذج متنوعة بتنوّع الخدمات التي تقدّمها المصارف. فالعقد هو الذي يجمع ما بين المصرف والمستهلك محدداً المسؤوليات التي تترتب على عاتق كل من الطرفين، إضافةً إلى الحقوق التي تنبثق عن هذا التعاقد. العقد في أساسه عبارة عن إرتباط الإيجاب الصادر من أحد أطراف العقد بقبول من الطرف الآخر، وهذا القبول من شأنه أن يشتمل على موضوع العقد والنتائج المترتبة عنه. والقانون اللبناني يرفع العقد وفق م ١٦٥ ق.م.ع. اللبناني على أنّه توافق إرادتين لإنشاء روابط قانونية تُلزم الطرفين. فالموجبات التي تصدر عن العقد، إنّما هي

¹ علي جمال الدين عوض: عمليات البنوك من الوجهة القانونية، طبعة مكبّرة، إسم ومكان دار النشر غير مذكورين، ١٩٩٣، ص ٢٠.

تصدر من توافق الطرفين. يشكّل سلطان الإرادة جوهر العقود وهذا ما نصّ عليه قانون الموجبات والعقود في م ١٦٦ منه على أنّ قانون العقود خاضع لمبدأ حرية التعاقد، والأفراد يرتّبون علاقاتهم القانونية كما يشاؤون بشرط مراعاة مقتضى النظام العام والآداب العامة والأحكام القانونية التي لها صفة إلزامية. واجه مبدأ سلطان الإرادة نقداً باعتبار أنّ الإرادة تشكّل جزءاً من العقد أي أنّها لا تتفرد به^١. وإعتبر أنصار هذا الإتجاه أنّ الإرادة تنتشر مع مبادئ الإنصاف والعدالة وحسن النية في إكمال العقود وإبرامها. كما يعتبر البعض أنّ الضرورات الإجتماعية والإقتصادية تفرض حدوداً على مبدأ سلطان الإرادة لأنّ التطور التجاري والصناعي أدّى إلى خلق أنواع جديدة من العقود. إنّما يرى بعضٌ آخر بأنّ مبدأ سلطان الإرادة ومبدأ العقد شريعة المتعاقدين ساهما في سيطرة القوى الإنتاجية في السوق المالية وإستغلال المستهلك كطرف ضعيف في عقود معينة. ومع هذا الإتساع في النشاط التجاري وتداخل العلاقات بين الأفراد تنوّعت العقود وتعدّدت أشكالها، فالعقد إضافةً إلى صيغته التقليدية بات يعرف أنواعاً وأوجهاً حديثة. فهناك عقود تُعرف بـ العقد النموذجي *contrat-type* يعدّه المحترف ويحدّد فيه الشروط الأساس على أن يقوم المستهلك بملء البياض وفقاً لإرادته الفردية. كما يمكن أن يُنظّم العقد النموذجي من قبل فريق واحد أو عن طريق جهاز مهني واحد. أما العقد الذي يبرمه المصرف مع المستهلك يتّصف بالإذعان وسيجري تفصيله تباعاً.

النبة الأولى: عقد الإذعان *Contrat d'adhésion*

عقد الإذعان (*adhesion contract*) أو عقد الموافقة هو العقد الذي يضع شروطه أحد طرفيه فيقبل بها الطرف الآخر دون أن يكون له حق المناقشة في مضمونه أو إدخال تعديل عليه. يفرض أحد الأطراف بموجبه شروطه أمام الطرف الآخر الذي لا يكون له إلا أن يقبل بهذه الشروط أو أن يرفضها. وقد عرّف Ghestin عقد الإذعان بأنّه إنضمام لعقد نموذج يحزّره أحد الفريقين بصورة أحادية الجانب وينضمّ إليه الفريق الآخر بدون إمكانية حقيقية لتعديله^٢. وقد نصت م ١٧٢ ق.م.ع. على أنّه عندما يقتصر أحد الفريقين على قبول مشروع نظامي يكفي بعرضه عليه ولا يجوز له من الوجه القانوني أو الفعلي أن يناقش في ما تضمّنه، يُسمّى العقد إذ ذلك عقد موافقة. وبالتالي الإرادة وفق القانون تُعتبر حرة لأنّ الطرف الآخر على الرغم من عدم مناقشته للشروط والتفاوض بشأنها، إنّما يوافق أو يرفض بكامل إرادته.

ظهرت عقود الإذعان لتفرض على الفرقاء عقداً بمثابة القانون، أي أنّه يتمتّع بقوة القانون ولا يكون فيه أي مجال للمناقشة أو للمساومة على شروطه. إذ يحدّد أحد أطراف العقد الشروط، وللطرف الآخر حرية الرفض أو القبول دون أن يبدي رأيه أو يطرح تعديلاً على بند من بنوده. ومن العوامل التي ساهمت في

^١ عاطف النقيب: نظرية العقد، الطبعة الأولى ١٩٨٨- الطباعة الثانية ١٩٩٨، المنشورات الحقوقية صادر، بيروت_لبنان، ص ٥٢.

^٢ جاك غستان: المطوّل في القانون المدني، المرجع السابق: ص ٩٧.

نشوء عقد الإذعان إتساع دائرة النشاط الإقتصادي والصناعي التي حصلت خلال القرن التاسع عشر. إضافة إلى سيطرة مبدأ الحرية الإقتصادية الذي حدّ من مبدأ الحرية التعاقدية ودفع إلى التوجه نحو أسلوب الإنتاج الكبير وما إستتبع ذلك من قيام شركات ضخمة ومؤسسات تتمتع بإحتكار قانوني أو فعلي لسلعة أو خدمة تُعتبر من الضروريات الأولية للمستهلك¹. وبهذا الشكل إستطاعت تلك الوحدات الإنتاجية القوية نتيجةً لسلطتها الإحتكارية أن تملّي إرادتها وشروطها الموضوعية مسبقاً على الراغبين في التعاقد معها دون أن يملكوا حتى الحق في مناقشة هذه الشروط، فلا يكون أمامهم سوى الإذعان للطرف المحتكر والموافقة على الشروط. فالنظام الرأسمالي قد ساهم بشكل مباشر في تحويل دور العقود من وسيلة للتفاوض تحقيقاً لمصلحة أطراف العقد، إلى نظام قانوني تملّيه إرادة منفردة تهدف إلى تحقيق مصالحها الخاصة. من جهة أخرى إزدادت متطلبات الأفراد نتيجةً لهذا التطور الحاصل في الحركة الصناعية وبت عامل السرعة ضرورياً ومفروضاً في إتمام المعاملات. وقد ساهمت هذه العوامل بمجموعها في نشوء هذا النوع من العقود الذي يكون عبارة عن نماذج مطبوعة مقدّماً وتتضمّن شروطاً غير قابلة للتعديل أو للمناقشة. وهذا ما يؤكّد تلاشي مبدأ سلطان الإرادة في بعض أنواع العقود وإختلال العدالة بين أطراف العقد. ومهما كان عقد الإذعان يحترم مبدأ سلطان الإرادة فإنّه يشكّل تعدياً عليه لأنّ الإرادة في إبرامه تفقد جزءاً من قوتها. إنّما وفي المقابل يبقى العقد صحيحاً ولا يُعتبر تراجع سلطان الإرادة عند إبرامه سبباً للإبطال. ممّا لا ريب فيه أنّ التطور الإقتصادي قد فرض توسّعاً في مجال الخدمات، الأمر الذي يعكس ضعفاً لدى المستهلك في مواكبة التطور الحاصل في السوق. وإنّ هذا الواقع الإقتصادي المتقدّم حتمّ تحويل المستهلك إلى طرف ضعيف ضمن هذه العملية الإقتصادية. لكن لا بد من التوقّف هنا على مدى صحة إنشاء هذا العقد ما دامت إرادة المتعاقد غير متّجهة تماماً في الموافقة على كامل مندرجات العقد.

إنطلاقاً من مبدأ سلطان الإرادة وأنّ العقد شريعة المتعاقدين، حدّد قانون الموجبات والعقود العناصر الأساس للعقود والتي تُعتبر شروطاً لازمة لصحة إنشائها ونصّ في م ١٧٦ منه على أنّ رضی المتعاقدين هو الصلب والركن لكل عقد بل لكل إتفاق على وجه أعمّ. فالعقد أداة تعبّر عن حرية الإرادة وإستقلالها في تقرير إلتزامها. كما وبيّن في م ١٧٧ ق.م.ع. الشروط الّلازمة لصحة إنشاء العقد وبأنّه لا مندوحة عن وجود الرضى فعلاً. فقد أولى المشرع أهمية واضحة للرضى في العقود وعرف الرضى في م ١٧٨ ق.م.ع. بأنّه إجتماع لمشيئتين أو أكثر وتوافقهما على إنشاء علاقات إلزامية بين المتعاقدين، وحدّد بأنّ الرضى يتألّف من عنصرين العرض أو الإيجاب والقبول. وأضاف بأنّ الرضى يستلزم أيضاً، خلا عقود الموافقة، مساوماتٍ قد تكون طويلة الأمد. وبالتالي يتّسم العقد بشكل عام بخصائص متعدّدة أهمّها الإرادة الحرة التي تعبّر عن الحرية الفردية في التعاقد، ويتميّز بالعدالة والتوازن في الموجبات الملقاة على

¹ عشب محفوظ بن حامد: عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد الحقوق، ١٩٨٤، ص ٨ وما يليها.

عائق كل من أطراف العقد بحيث لا يجوز أن يحقّق أحد الأطراف منفعته على حساب الطرف الآخر. إلا أنّ القانون أورد بأنّ المساومات تغيب عن عقود الإذعان (عقود الموافقة) أي أنّه نصّ على غياب عملية الأخذ والرد في هذا النوع من العقود وأكد على قانونية الخلل في عقود الإذعان. إنّما في الجهة المقابلة طبعاً لم يغفل القانون حماية الطرف الضعيف في هذا النوع من العقود كما سنرى لاحقاً في متن هذه الرسالة. قد يبدو لنا أنّ مبدأ حرية التعاقد ومبدأ العقد شريعة المتعاقدين يتعارضان مع مصلحة المستهلك في عقد الإذعان وتحديداً في علاقته مع المصرف. فالغاية من هذين المبدأين الجوهريين في العقود حماية أطراف العقد والحفاظ على حقوقهم بالتساوي، فيختار أطراف العقد البنود التي تتلاءم مع مصالحهم. وقد إنّسّم عقد الإذعان باللامساواة في القوة الإقتصادية أو اللامساواة التي تخلقها العجلة وكثافة الحاجة¹. إلا أنّ بعض الفقهاء الفرنسيين مثل Ripert لا يأخذ بمقياس القوى أو بقوة الإرادات، بل يعتبر أنّ اللامساواة متأتية من التنظيم الأحادي الجانب لشروط العقد². إضافةً إلى هذا الرأي برز رأي Berlioz الذي أشار إلى وجود شخص ثالث ينظّم العقد لمصلحة الطرفين الآخرين، إنّما مع تغليب مصلحة أحدهما على الآخر³. إذاً لا فرق فيما إذا جرى إعداد العقد من قبل أحد الأطراف أو من قبل شخص ثالث ما دامت النتيجة واحدة. وبالعودة إلى تعريف Ghestin لعقد الإذعان الذي حدّده بأنّه انضمام لعقد نموذج يحرّره أحد الفريقين بصورة أحادية الجانب وينضمّ إليه الفريق الآخر بدون إمكانية حقيقية لتعديله⁴. يتبيّن من هذا التعريف أنّه لا يجسّد واقع عقد الإذعان ونتائجها، بل يوصّف الفكرة العامة له. وبالتالي يرتبط هذا النوع من العقود بظروف وأسباب نشأته كونه فرضاً نتيجةً لسرعة المعاملات ولعدد العقود وتكرارها أمام زيادة الإنتاج والتوزيع، لا سيّما وأنّ تطوّر المعاملات التجارية والإقتصادية قد زاد العقود تعقيداً وباتت أكثر العقود الإستهلاكية إنتشاراً لا بل وأغلبها تنسّم بالإذعان. وإنّ المفاوضات في مثل هذه الإتفاقات قد توخّر التعاقد والتعامل التجاري فإنتشرت عقود الإذعان التي تسهّل آلية تقديم الخدمات والتعاقد عليها. هذا فضلاً عن أنّ المحترف يتمنّع بالخبرات والمؤهلات التي تجعله مسيطراً على العقد، الأمر الذي يحتمّ قصوراً في تحقيق المساواة بين أطراف العقود لأنها تجمع ما بين طرف يتمنّع بمركز إقتصادي أقوى من مركز الطرف الآخر. فيكون الطرف الضعيف أمام حل من إثنين، إما الرفض أو الموافقة، مع العلم أنّه يكون بحاجة ملحة لتلك الخدمة وإلا لما تعاقد. فالمستهلك المصرفي بات منصاعاً لشروط العقد كونه في أمس الحاجة إلى التسهيلات المصرفية المنبثقة عن هذا التعاقد. هذا فضلاً عن أنّ المرحلة السابقة للتعاقد أي مرحلة المفاوضات، كما ذكرنا، لا تُعتمد في هذا

¹ جاك غستان: المطوّل في القانون المدني، ترجمة: منصور القاضي، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت_لبنان، ٢٠٠٨، ص ٩٦.

² Ripert, Georges: La règle morale dans les obligations civiles, 4^{ème} édition, L.G.D.J., Paris, 1949, p: 57.

³ Crepeau, Paul-André: Contrat d'adhésion et contrat-type, rapport général au l'IXe Congrès international de droit comparé, lieu de publication non mentionné, Uppsala, 1974, p: 27-28.

⁴ جاك غستان: المطوّل في القانون المدني، المرجع السابق: ص ٩٧.

النوع من العقود نظراً بأنّ العقد عبارة عن "مشروع نظامي" ومُعَدَّ بصورة مُسبقة. وقد باتت عمليات المصارف على وجه التحديد، تتّصف بالإذعان لتعُدُّ المستهلكين عن مناقشة بنود العقود المصرفية أو التعديل فيها. حيث يكون سعر الفائدة المصرفية محدداً وكذلك الأمر بالنسبة إلى العمولة وغيرها من التفاصيل موضوع التعاقد. وعلى الرغم من قانونية هذا العقد ورعاية القانون لطبيعته غير أنّه يحدّ من سلطان الإرادة وبضيقه من جانب الطرف الضعيف. والمستهلك الذي يبرم العقد المصرفي بكامل إرادته، لا يتمتّع بالقدرات الفنية والقانونية التي تؤهّله بأن يتّخذ قراره بالتعاقد وهو على بينة بكافة الشروط والواجبات التعاقدية، ناهيك عن عدم منحه الوقت الكافي لقراءة العقد المصرفي وللتمعّن في بنوده. إنّ الواقع اليوم يعكس صعوبة لدى المستهلك في قراءة العقد قبل توقيع. فالمصارف في معظم الأحيان لا تسمح للمستهلك بأن يطلّع على نموذج العقد وبأن يتريّث في قراءة مندرجاته قبل أن يوقّع عليه بالموافقة. والمستهلك لدى توقيع العقد يكون أمام عدة احتمالات. يمكن أن يكون قد أبرم العقد دون قراءته لعدم سماح المصرف له بذلك أو لأنّ المستهلك ليس على إطلاع أو إمام كافيين بالشؤون المالية وبضرورة قراءة العقد قبل التوقيع. وهناك احتمال بأن يكون المستهلك قد قام بقراءة العقد فعلاً إلا أنه لم يفهم كافة مندرجاته. وفي مجمل الحالات لا يكون أمامه أي خيار سوى أن يوقّع بالموافقة على الرغم من جهله للحقوق التي يتمتّع بها وللواجبات الملقاة على عاتقه. وبالتالي فإنّ موافقته أثناء إبرام العقد ليست منبعثة من كامل إرادته ورضاه التام بل من حاجته إلى الخدمة موضوع العقد التي تفرض عليه القبول بالعقد^١. وبالتالي لا يكون عقد الإذعان في هذه الحالة شريعة المتعاقدين، بل قانون الطرف القوي. تُعتبر المصارف من أبرز الشركات المالية التي تعتمد إلى توحيد نماذج عقودها أمام الجمهور كي لا تكون ملزمة بإعداد الآلاف منها بما تتلاءم مع حاجات كل مستهلك مصرفي على حدة. إذ يُعتبر أمراً شبه مستحيل من الناحية العملية أن يتم إعداد عقد مستقل مع كل مستهلك. فتقوم المصارف بتنظيم هذه العقود بصورة مُسبقة وبأسلوب موحد (standard) لتفادي تعطيل أدائها وتوفير سرعة الخدمات لديها؛ على أن تتّجه إرادة المستهلك فيها، كما بات واضحاً، إلى الموافقة أو عدم الموافقة دون إبداء الملاحظات أو التعديلات على بنود العقد أو حتى مناقشتها. وقد تبنت المصارف في لبنان وفي الدول العربية فكرة اعتماد النماذج الموحدة التي يتولّى أخصائيون إقتصاديون مهمّة إعدادها لتصبّ في مصلحة المصرف حصراً^٢. يسري هذا العقد أيضاً في أكثر من حقل إقتصادي كعقد النقل في السفن والقطارات والطائرات وعقد التأمين. كما تعتمد الشركات والمؤسسات الصناعية والإقتصادية ذات الطابع الإحتكاري هذا النوع من العقود كي لا تضطر إلى مناقشة كل عقد تبرمه مع المستهلك، ممّا يعيق عملها ويُلزمها بتنظيم أشكال متعدّدة من العقود.

^١ عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الجزء الأول)، نظرية الإلتزام بوجه عام - مصادر الإلتزام (المجلد الأول)، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت - لبنان، ٢٠٠٠، ص ٢٤٤.

^٢ وائل الدبيسي: العمل المصرفي في لبنان من الوجهة القانونية، الطبعة الجديدة، إدارة البحوث - إتحاد المصارف العربية، بيروت ٢٠١٥، ص ١٢٩.

وإنطلاقاً من هذا الواقع، وجّه البعض نقداً إلى الصفة العقدية لعقد الإذعان على اعتبار أن الإرادة فيه ليست حرة وبأنّ القبول يصدر من صاحبه دون أن يكون بإستطاعته إلا أن يأخذ أو يدع لأنّ الطرف الآخر يكون بحاجة إلى التعاقد على شيء لا غنى عنه وهو مضطر إلى الإذعان والقبول. وقد اعتبر البعض أنّ هذا القبول يؤكّد وجود الرضى لكن بالإكراه، إنّما ليس الإكراه الذي يُعرّف في عيوب الرضى بل هو إكراه متصل بعوامل إقتصادية¹. وبالتالي يحافظ عقد الإذعان على العناصر الأساس فيه عبر الجمع بين طرفين أحدهما يُملي الشروط والآخر يرضخ لها. وقد أطلق الفرنسيون على هذه العقود تسمية عقود الإنضمام Contrat d'adhésion كون المتعاقد يقبل بأن ينضمّ إلى العقد دون مناقشته. ويُعتبر Saleilles أوّل من إبتدع هذه التسمية لعقد الإنضمام ودرجت العادة على ترجمته في اللّغة العربية إلى عقد الإذعان. وأشار أيضاً إلى أنّ مضمون عقود الإذعان يُفرض من قبل أحد أطراف العقد على الطرف الآخر، وبأنّ "عقد الإذعان هو محض تغليب لإرادة واحدة تتصرف بصورة منفردة، وتملي قانونها على مجموعة غير محدّدة من الأفراد، وتقرضه مسبقاً من جانب واحد، ولا ينقصها سوى إذعان من قبل قانون العقد"². وقد أشار إلى الإرادة المنفردة للممتن ولطريقة إنضمام المتعاقد إلى هذه الإرادة دون التعرّض إلى موضوع العقد. فالقبول في هذا العقد ليس سوى إذعانا لِم يمليه الممتن، كون المتعاقد يقبل دون مفاوضات لأنّه يسعى وراء الحصول على الخدمة موضوع العقد. إعتبر البعض أنّ تسمية عقد الإنضمام غير دقيقة³ كونه يضمّ عدة أنواع من العقود وليس فقط عقد الإذعان. بينما عقد الإذعان يشكّل التسمية الأدق للعقود التي يضطر فيها المتعاقد إلى القبول. ونظراً لإصطدام عقد الإذعان مع جوهر العقد وعناصره الأساس لا بد من تحديد خصائص هذا العقد.

النبة الثانية: خصائص عقد الإذعان

إنقسم الفقهاء في تحديد طبيعة عقد الإذعان ما إذا كان عقداً حقيقياً أم لا، كونه يُقلص من مسؤولية الطرف الممتن العقدية ويتشدّد في مسؤولية المستهلك والتي يُصعب فهمها من قبل الرجل المعتاد. تعدّدت الآراء والمذاهب في هذا الشأن وسنعرض لأبرز مذهبيّن كالآتي:

يرى الفريق الأول وعلى رأسه Saleilles أنّ عقد الإذعان لا يشكّل صيغة تعاقدية كون العقد في أساسه عبارة عن توافق إرادتين بحرية تامة، إلا أنّ القبول وفقاً لهذا الفريق لا يصدر بإرادة حرة بل بإذعان نتيجة

¹ عبد الرزاق السنهوري: نظرية العقد، الجزء الأول، الطبعة الثانية الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، ١٩٩٨، ص ٢٧٩.

² Saleilles, Raymond: De la déclaration de volonté: contribution à l'étude de l'acte juridique dans le code civil allemand, le numéro d'édition n'est pas mentionné, F. Pichon, Paris, 1901, p. 27.

³ عبد المنعم فرج الصدة: مصادر الإلتزام، الطبعة غير مذكورة، مطبعة مصطفى الحلبي وأولاده، مصر، ١٩٦٠.

لإحتكار المعاقِد الممتن لموضوع العقد. وبمعنى آخر يرى أصحاب هذا الفريق أنّ عقد الإذعان هو عمل قانوني يصدر بإرادة منفردة.

أما الفريق الثاني فهو يمثّل رأي غالبية فقهاء القانون المدني الذين يقرون^١ بصحة عقد الإذعان ويجوز عدم التوازن بين المتعاقدين، بإعتبار أنّ التساوي بينهم لا يمكن تحقيقه دوماً. وأنصار هذا المذهب يؤيّدون صحة عقد الإذعان إنطلاقاً من أنّه يُطبّق على شريحة واسعة من الأفراد وليس على فرد واحد، الأمر الذي يعزّز التوازن والمساواة. هذا فضلاً عن إعتبارهم بأنّ المعاقِد الممتن نفسه قد فُرِضت عليه ظروف إقتصادية معينة وهو مضطر إلى مراعاتها والإلتزام بها. وبالتالي فإنّ عقد الإذعان يُعتبَر بأنّه ينشأ عن توافق إرادتين، وفي حال كان هنالك من طرف ضعيف في هذا العقد فإنّ القضاء يتدخّل لحمايته. وهذه الحماية وفق هذا المذهب تتجلى في إنشاء هيئة تمثّل المستهلكين وتدافع عن حقوقهم من جهة، وفي سنّ قانون ينظّم عقود الإذعان ويحمي الطرف الضعيف فيها من جهة أخرى. والقضاء في فرنسا يعتمد المذهب الثاني ويأخذ بنية المتعاقدين ويراعي شروط العقد متى كانت معلومة من قِبَل الطرفين قبيل التعاقد. وقد صدر القرار رقم ٢٤٧ بتاريخ ٢٩/٦/٢٠٠٩ تناول فيها عنصر الرضى والضعف في عقد الإذعان بإعتبار أنّ الإكراه في هذا العقد غير مفسد للرضى بل هو ملازم لهذا النوع من العقود، أما القبول فيه فيختلف بأليته عن سائر العقود^٢. وفي هذا الإطار صدر القرار رقم ١٥٦ عن محكمة الإستئناف في بيروت بتاريخ ٣٠/١/٢٠٠٨ بأنّه من المسلّم به قانوناً لا مجال بأن يصبح المستهلك مديناً للمصرف بإرادة هذا الأخير المنفردة وبتصرفه المنفرد غير المسند إلى أية موافقة أو أمر من المستهلك^٣.

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد خصائص عقد الإذعان^٤ وفق ما يلي:

- إحتكار المعاقِد الممتن للسلع أو للخدمات بصورة قانونية إنطلاقاً من المركز الإقتصادي القوي الذي يتمتّع به.
 - تعلّق العقد بخدمة أو سلعة تُعتبر من الضروريات بالنسبة إلى المستهلكين.
 - صدور الإيجاب بصورة عامة إلى الجمهور وبشروط واحدة ولمدة غير محددة.
- وبالتالي فإنّ الإيجاب يصدر بقالب نموذجي عبر وثيقة مطبوعة (أي العقد)، والشروط أو البنود تكون بدرجة عالية من الدقة والتعقيد لا يفهما الشخص العادي. غالباً ما تكون هذه الشروط في

^١ عبد الرزاق السنهوري: نظرية العقد، المرجع السابق، ص ٢٨٤.

^٢ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة السادسة/ القرار رقم ٢٤٧ تاريخ ٢٩/٦/٢٠٠٩/ العدل/ ٢٠٠٩/ العدد ٣/ ص ١٦٢٧ وما يليها.

^٣ محكمة الإستئناف في بيروت/ رقم الغرفة غير مذكور/ القرار رقم ١٥٦ بتاريخ ٣٠/١/٢٠٠٨ / كساندر/ ٢٠٠٨/ العدد ٤-١ (الجزء ١)/ ص ٢٣١ وما يليها.

^٤ عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المرجع السابق ص ٢٤٥.

مصلحة الممتن وتتضمن جزاءً للمتعاقد في حال تقصيره في تنفيذ الموجبات، على أن يكون الممتن معقياً من المسؤولية في معظم الحالات والشروط. تتنوع صور عقود الإذعان مثل عقود التأمين، والنقل بكل أنواعه، والعمليات المصرفية، والبيع، وبخاصة البيع بالإئتمان والبيع الحصري بالإئتمياز، ووكالات السفر، والفنادق، والتعاقد بوسائل الإتصالات الحديثة، وعقود الإئتمياز الحصري. وما يميّز عقد الإذعان عن غيره من العقود هو خلوه من المفاوضات، نظراً بأنّ المتعاقد يوقع على العقد بالقبول دون أن يكون على بيّنة تامة بمضمونه الذي أعدته إرادته منفردة. ولا يملك المتعاقد فيه أي حق بإعادته بل فقط حق الخيار بالموافقة أو بعدم الموافقة. وحتى لو لم يكن موافقاً، فإنّه يكون مغلوباً على أمره ويضطر إلى التعاقد بهدف الإستحصال على خدمة أو سلعة ضرورية لا يمكنه الإستغناء عنها. فعقد الإذعان يتميّز بأنّه يضمّ طرفاً قوياً إقتصادياً وطرفاً آخر ضعيفاً لا يلمّ بالسلعة أو بالخدمة موضوع التعاقد. لا بل وفي أغلب الحالات لا يكون على معرفة واسعة بالخدمة موضوع العقد، إنّما يكون أكيداً بأنّها الوسيلة التي سوف تضيف على معاملاته اليومية سهولةً ويسراً. وإنطلاقاً من مميزات وخصائص عقد الإذعان، يؤدّي التحرير الأحادي من جانب الطرف الأقوى إلى إدخال بعض الشروط التي تؤمّن مصلحته الخاصة، بحيث يستغلّ الطرف الأقوى الإختلال في توازن العقد لناحية الحقوق والمساواة ومركزه الإقتصادي القوي ليقوم بتحديد شروطه الخاصة. يطرح عقد الإذعان العديد من الإشكاليات لناحية طريقة عرض بنوده أمام المتعاقد، وعدم فهم الأخير لمعظم مندرجات العقد ولتفاصيله التي لا يكون على إلمام بها، لا سيّما وأنها تضمّ مفاهيم جديدة والتزامات قانونية صارمة. هذا فضلاً عن ورود بعض البنود التي تتعلّق بمستندات أو وثائق لا بدّ من أن يطّلع عليها المتعاقد قبل التوقيع أو إدراج المعلومات أو النصوص التي تُرفق على ظهر الوثائق العقدية ولا ينتبه إليها المتعاقد قبل الإلتزام. فعقود الإذعان تُصاغ من قِبَل متخصصين وخبراء في المجالين القانوني والإقتصادي، فيقومون بإعدادها بطريقة غامضة وبأسلوب صعب ممّا يزيد التعامل تعقيداً. تخلق هذه الخصائص طابعاً تعسفياً نتيجةً لإستغلال الطرف القوي لميزات عقد الإذعان، لذلك يقتضي البحث تباعاً بالآثار الناجمة عن عقود الإذعان.

النبة الثالثة: آثار عقد الإذعان

إنطلاقاً من طبيعة عقد الإذعان وخصائصه، تتبثق شروط ذات طابع تعسفي يلتزم بتطبيقها الطرف الضعيف تحت طائلة المساءلة. وعلى الرغم من قانونية هذا العقد، لم يُهمل القانون حماية الطرف الضعيف في هذا النوع من العقود بل كرّس حمايته من وطأة تطبيق البنود التعسفية.

الفقرة الأولى: البنود التعسفية Clause Abusive

يفرض واقع التعامل بين الناس حرية مفترضة^١، بمعنى أنها تُستنتج من طبيعة بعض العلاقات التعاقدية خصوصاً عندما يكون أحد طرفي العقد مقتدياً إقتصادياً نظراً لأهمية الموقع الإقتصادي الذي يشغله. وبعد أن أدّى تحكّم القوى المنتجة بالسوق وسيطرتها على المعاملات التجارية وعلى العقود إلى إنشاء عقود الإذعان، ظهرت البنود التعسفية التي ترعى مصلحة الطرف القوي الذي وضع الشروط التعاقدية وأعطى لنفسه حق التعديل فيها بإرادة منفردة. ساهم هذا الواقع في تعزيز عنصر التبعية بين أطراف العقد وفي طبيعة العلاقة بينهما خصوصاً بعد أن بات جلياً أنّ عقد الإذعان قد منح سلطة خاصة لأحد أطراف العقد كونه يحتكر نوعاً معيناً للسلع والخدمات، والمستهلك من جهة أخرى لا يسعه سوى أن يقبل بالتوقيع على العقد للحصول على السلعة أو الخدمة. وبالتالي يتضمّن عقد الإذعان بعض الشروط التي لها طابعاً تعسفياً من شأنها أن تزيد المستهلك ضعفاً والمصرف قوةً. يقوم الطرف الإقتصادي القوي بإعداد الشروط التعسفية وبتحديدها ليكسب المنفعة التي يهدف إلى تحقيقها مقابل تحقيق منفعة الطرف الضعيف أيضاً، إنما على نحو غير متساوٍ. ويمكن تعريف البند التعسفي بأنه البند الذي يُدرج في العقد من قبل أحد أطرافه، وقد أملى إرادته على الفريق الآخر تحقيقاً لمنفعة ذاتية غير مألوفة ومفرطة منتقصة من حقوق الطرف الآخر الذي أذعن له لتسلط من فرضه على العقد^٢. وقد عرّف المشرع الفرنسي الشروط التعسفية في قانون حماية المستهلك عام ١٩٩٥ رقم ٩٦ في المادة L.132-1 "في العقود المبرمة ما بين المحترفين وغير المحترفين أو المستهلكين تكون تعسفية الشروط التي يُحدث موضوعها وآثارها إضراراً بغير المحترفين أو المستهلكين عدم توازن ظاهر بين حقوق والتزامات أطراف العقد."

« Dans les contrats conclus entre professionnels et non-professionnels ou consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat. »

يُعتبر مفهوم الشرط التعسفي clause abusive حديث النشأة وقد عرّف أيضاً بأنه "الشرط الذي يُفرض على غير المهنيين أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال الأخير لسلطته الإقتصادية بغرض الحصول على ميزة مججفة"^٣. إنبثق مفهوم الشرط التعسفي وتحددت طبيعته إنطلاقاً من طبيعة العلاقة بين الطرفين ومركز كل منهما. تناولت العديد من التعريفات الشرط التعسفي وقد عرّفه البعض على أنه "شرط في العقد يترتب عليه عدم توازن واضح بين حقوق والتزامات كل من المهني

^١ مصطفى العوجي: القانون المدني - العقد، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت_لبنان، ٢٠٠٧، ص ٧٥٢.

^٢ مصطفى العوجي: القانون المدني_العقد، المرجع السابق، ص ٧٦٤.

^٣ السيد محمد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد- دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك، الطبعة غير مذكورة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦، ص ١٠٩.

والمستهلك، والمرتبة على عقد الإستهلاك، تتمثل في مكافأة هذا المهني بميزة نتيجة إستخدامه لقوته الإقتصادية في مواجهة المتعاقد الآخر وهو المستهلك¹. ويُعتبر هذا الشرط إضافياً على العقد أي أنه بند زائد عليه ومن شأنه أن يُثقل عبء المسؤوليات والإلتزامات على عاتق الطرف الآخر.

جاء في المادة **L.132-1** من قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم ٩٣١٩٤٩ Loi n° 93-949 du « 26 juillet 1993 relative au code de la consommation » ، أن لجنة الشروط التعسفية « La commission des clauses abusives » تتولى مهمة التأكد من عدم ورود بنود تعسفية في العقود التي يبرمها غير المحترفين أو المستهلكين. فقد حدّدت المادة **L.132-2** من القانون رقم ٩٣١٩٤٩ بأنّ اللّجنة تتولى البحث عن الشروط التي يمكن أن يكون لها الطابع التعسفي، ولا تتخذ القرارات بل تضع توصيات دون أن يكون لها قوة ملزمة. كما أنّها وفقاً للمادة **L.132-4** توصي بإبطال أو بتعديل الشروط غير العادلة. والمشرّع الفرنسي في هذا السياق حدّد كيفية التعامل مع هذه الشروط التعسفية عبر مرسوم يصدر عن جهاز مجلس الدولة بعد أخذ رأي لجنة الشروط التعسفية، يحدّد فيه الشروط التي تُصنّف بأنها تعسفية. ولا يكون للقاضي المختص بالنظر في النزاع أية سلطة تقديرية، إذ يلتزم وفق المرسوم بإبطال البنود التعسفية بحيث يصيب الإبطال الشرط التعسفي فقط ويبقى العقد صحيحاً. وتجدر الإشارة هنا بأنّ الإبطال نسبي لا يجوز التمسك به إلا من جانب المستهلكين. وفي هذا المجال صدر قرار عن محكمة باريس الإستئنافية بتاريخ ٢٠١٣/١٢/١٨ حول وضع الحد للخلل في توازن العقود. فإنّ منع التفاوض في العقود والبنود العامة والنموذجية، كلّها عوامل من شأنها أن تخلق خللاً في توازن العقود وعدالتها² وفق المادة **L.442-6.2** من القانون التجاري Code de Commerce التي نصّت في مضمونها أنّ هذه الظروف تخلق هوة في إتزان الحقوق والواجبات بين فرقاء العقد. ويُعتبر تفرد المحترف في حقه بتعديل خصائص الخدمة إحدى هذه الشروط التعسفية. وقد جاء في المادة نفسها بأنّ تحديد الشروط التعسفية يكون عن طريق القائمة البيانية للشروط التي يمكن إعتبارها تعسفية. وبالتالي فإنّها ليست محدّدة على سبيل الحصر من جهة، ولا تعفي المستهلك من تقديم الدليل على الطابع التعسفي الذي ألحق به الضرر من جهة أخرى. وقد حدّدت المادة **L.132-1-3** (في الفقرة الثالثة منها) بعض الشروط التي تحمل طابعاً تعسفياً يستند إليها كل من القاضي والمستهلك:

- تحديد الحقوق القانونية للمستهلك بطريقة غير مقبولة لصالح المحترف أو طرف آخر.
 - النص على إلتزام يتقل قدرة المستهلك بناءً على الإرادة المنفردة للمحترف.
 - السماح للمحترف بالإحتفاظ بالمبالغ التي دفعها المستهلك في حال عدول الأخير عن الإلتزام، دون النص على حق المستهلك في الحصول على تعويض منه يعادل المبلغ الذي دفعه إذا كان العدول من جانب المحترف.
- يتّضح وفقاً لِم جرى عرضه بأنّ المشرّع حدّد الشروط التعسفية على سبيل المثال لا الحصر وفرض على القاضي الإلتزام بها من جهة، وترك له السلطة التقديرية في تحديد وصف الشروط العقدية التي يمكن أن

¹ عمر محمد عبد الباقي: الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة غير مذكورة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٤٠٢.

² Cour d'appel de paris, quatrième chambre, arrêt du 18 décembre 2013 (n°12-00150).

يتبين منها بأنها تعسفية بحق المستهلك. كما أنّ للجنة الدور الأبرز في توصيف الشروط التعسفية وتحديدتها حتى ولو لم تكن توصياتها إلزامية. وبالتالي يسجّل التشريع في أوروبا عامةً وفي فرنسا خاصةً تطوراً ملحوظاً في مجال حماية المستهلك. وقد برز رأيان لجهة التعامل مع البند التعسفي؛ يعتبر البعض أنّ مهمة المشرّع الأساس تقضي في إصدار القوانين التي تحدّد مفهوم البند التعسفي وتُعدّد البنود التعسفية تحت طائلة البطلان^١. أما البعض الآخر إتّجه إلى منح القاضي سلطة تقديرية في تحديد البند التعسفي وإبطاله عندما يتسبّب بإضرار مصلحة الطرف الآخر. عارض بعض الفقهاء تدخّل القضاء في البنود التعسفية لأنّ ذلك يزيد من الدعاوى أمام القضاء ويؤدّي إلى عدم إستقرار الإجتهااد. وقد صدر القانون رقم ٩٢٦٠ بتاريخ ١٨/١/١٩٩٢ «Loi n° 92-60 du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs» دون أن يشير إلى دور القضاء الرقابي على البنود التعسفية. إلّا أنّ القانون الصادر بتاريخ ١/٢/١٩٩٥ قد عدّل أحكام قانون حماية المستهلك السابق ونظرّق إلى البنود التعسفية وتناولها في م 1-132.L. وفي هذا السياق حدّد Paisant^٢ الأسباب القانونية التي يُبطل فيها البند التعسفي:

- أن يحقّق الموجب المقابل للبند منافع إقتصادية مبالغ فيها للطرف القوي مقارنةً بالمنافع التي يحقّقها الطرف الآخر.
- أن يوافق المتعاقد أو الطرف الضعيف على هذا البند التعسفي نتيجة الضغط الذي يشعر به أمام الموقع القوي للطرف الممتن. فنكون عيوب الرضى سبباً في إبطال البند التعسفي كالإكراه أو الخداع.
- تبقى البنود المخالفة للنظام العام باطلة.
- أن يتعسّف الطرف القوي بإستعمال حقه التعاقدية ويستغل مركزه الإقتصادي القوي ويفرض إلتزامات تسبّب بإضرار الممتن.

وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى البند المرهق للمدين الذي يختلف عن البند التعسفي وقد نصّت م ٣٠٠ ق.م.ع. في مضمونها بأنّ البند المرهق للمدين لا يشكّل سبباً لإبطال العقد، بل يمهل القاضي المدين مهلاً للوفاء ولتقسيت الدين. كما أنّ الموجبات المتقابلة في عقد الإذعان ليست متوازنة بل متفاوتة المنافع بالنسبة إلى طرفي العقد، والمنفعة الكبرى تكون لصالح الطرف القوي إقتصادياً. وهذا التفاوت لا يكفي ليكون العقد قابلاً للإبطال بل إنّه يقع ضمن طبيعة العقود التي تُبرّم بين طرفين أحدهما قوي والآخر ضعيف. خصوصاً وأنّ المشرّع نصّ على التفاوت في الموجبات بين فرقاء العقد عندما أشار إلى الغبن في م ٢١٤ ق.م.ع. بأنّه لا يفسد رضى المغبون إلا إذا كان الغبن فاحشاً غير مألوف، وبأنّ

^١ مصطفى العوجي: القانون المدني - العقد، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان، ٢٠٠٧، ص: ٧٥٣.

^٢ مصطفى العوجي: المرجع السابق، ص: ٧٦١.

المستفيد أراد إستغلال ضيق أو طيش أو عدم خبرة المغبون. وبالتالي يُعتبر البند تعسفياً في حال تحقّق هذه الشروط. لم يتناول المشرّع اللبناني البنود التعسفية إلا عندما صدر قانون حماية المستهلك رقم ٦٥٩ عام ٢٠٠٥ الذي أشار إلى البنود التعسفية في م ٢٦ منه بإعتبارها تؤدّي إلى الإخلال بالتوازن بين حقوق وواجبات المحترف والمستهلك لغير مصلحة الأخير، أي لمصلحة المحترف. وحدّد الطابع التعسفي للبند عبر الرجوع إلى تاريخ التعاقد وإلى أحكام العقد بإستثناء تلك المتعلقة بالثمن، أي أنّ الثمن لا يُعتبر ضمن الشروط التعسفية كونه محدّداً بوضوح. وحدّد القانون بعض البنود التعسفية على سبيل المثال لا الحصر، وإعتبرها باطلة بطلاناً مطلقاً على أن تبقى سائر أحكام العقد منتجة لكافة مفاعيلها؛ نذكر منها ما يلي:

- أ. البنود النافية لمسؤولية المحترف.
 - ب. تنازل المستهلك عن أي من حقوقه المنصوص عليها في القوانين والأنظمة.
 - ج. وضع عبء الإثبات على عاتق المستهلك في غير الحالات التي يحددها القانون.
 - د. منح المحترف، بصورة منفردة، صلاحية تعديل كل أو بعض أحكام العقد لا سيّما تلك المتعلقة بالثمن.
 - هـ. منح المحترف حق إنهاء العقد غير المحدّد المدة دون إبلاغ المستهلك عن رغبته بذلك ضمن مهلة معقولة.
 - و. إلزام المستهلك بتعويض لا يتلاءم مع الأضرار الناتجة عن إخلاله بإحدى الإلتزامات الملقاة على عاتقه تجاه المحترف.
 - ز. عدم جواز اللجوء إلى الوساطة أو التحكيم لحل الخلافات وفق أحكام هذا القانون، وعدم جواز تحميل المستهلك المصاريف التي تترتّب عن إتباع هذه الإجراءات.
- تزيد الشروط التعسفية من الإخلال في التوازن العقدي في عقود الإذعان نتيجةً لتعسف أحد أطراف العقد في إستغلال قوة مركزه الإقتصادي أو النقني مقارنةً بالطرف الآخر. ويات تحديد مفهوم الشرط التعسفي ضرورياً ليس لتسليط الضوء على الإختلال بين الحقوق والواجبات وحسب، بل لتحديد عدم التوازن الناتج عن تعسف أحد طرفي العقد في إستعمال حقه بالتعاقد نتيجة تفوّقه على الطرف الآخر الضعيف. فالشروط التعسفية في عقود الإذعان تؤدّي إلى إستغلال الطرف الأقوى في العقد لمركزه أو تفوّقه من أجل أن يفرض الشرط الذي يراه مناسباً لمصلحته^١. وبالتالي يبقى التعسف بإستعمال الحق المعيار الذي يحدّد البند التعسفي، إضافةً إلى ما ينصّ عليه قانون حماية المستهلك اللبناني لجهة البنود التعسفية. إنّما وفي المُجمل لا يجوز أن يبقى التوازن معدوماً في العقد الذي يبرمه الطرفان لا سيّما وأنّ السبب في نشوء الأزمات المالية وفي تعثر المؤسسات المالية، بما فيها بعض المصارف، يرتبط مباشرةً بكيفية التعامل مع المستهلكين. ولا بدّ من الإشارة إلى أنّ جميع المؤسسات المالية والإقتصادية والتجارية تعتمد في إستثماراتها

¹ Karimi, Abbas: Les clauses abusives et la théorie de l'abus de droit, le numéro d'édition n'est pas mentionné, Paris, L.G.D.J., 2001, p. 12.

وأرباحها على المتعاملين معها من زبائن ومستهلكين. والمستهلك المصرفي عندما يُقدّم على شراء خدمة معينة، فإنّه يعجز عن تعديل أي بند من بنود العقد المنظم لدى المصرف. ففي رومانيا مثلاً يرغب العديد من المستهلكين في الإستحصال على نسخ من العقود موضوع التعاقد لتتسنى لهم الفرصة في قراءتها والتمعّن بنودها وإستشارة المعنّيين قبل التوقيع بالموافقة^١. إلا أنّ بعض المصارف ترفض هذا الإجراء بإعتبار أنّ هذه العقود تدخل ضمن ملكيتها الفكرية خوفاً من تعرّضها للسرقة من قبل المنافسين. لذلك لا بدّ من وضع آلية تضمن إعداد نماذج موحّدة للعقود، إنّما تكون على درجة عالية من السهولة والوضوح لتتال رضى المستهلك والمصرف معاً. وفي ظل هذه الظروف المحيطة بعقود الإذعان لا بدّ من تأمين الحماية التشريعية والقضائية للطرف الضعيف وبخاصة في العلاقة التعاقدية التي تجمع المصرف بالمستهلك.

الفقرة الثانية: حماية الطرف الضعيف في عقد الإذعان

لقد حمى القانون اللبّاني الطرف الضعيف في بعض العقود التي لا تعكس توازناً تاماً بين أطرافها وذلك في م ٣٦٩ ق.م.ع. التي نصّت على تفسير النص، عند قيام الشك، لمصلحة المدين على الدائن. تُمنح الحماية هنا إلى الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية. فإذا احتوى العقد على بعض الشروط غير المألوفة لا بدّ من ذكرها خطياً وبوضوح تام وبشكل ملفتٍ لينتبه إليها صاحب العلاقة، على أن يتم تفسير وتوضيح تلك البنود الخاصة إذا تضمّنت حالات إستثنائية أو شرطية. أما م ٣٦٦ ق.م.ع. أشارت إلى دور القاضي في تفسير العقود الذي يتوجّب عليه في الأعمال القانونية أن يقف على قصد المتعاقدين جميعاً لا أن يقف عند معنى النص الحرفي. وهذا ما يدلّ على السلطة التقديرية للقاضي في تفسير العقود وفقاً للغاية التي تعاقد من أجلها كل من الطرفين، إنطلاقاً من نية الفقاء في العقد ومصصلحة الطرف الضعيف. وقد لا تظهر نية الفقاء الحقيقية (أي لا تكون كافية) لذلك يؤخذ بتصرفات أطراف العقد والالتزامات المترتبة على عاتقهم، وبذلك يكون القضاء قد خرج عن إطار العقود الموحّدة وحرّر أطرافها من الجمود المحيط بها. وبذلك يكون القانون قد وقرّ الحماية إلى المستهلك في عقد الموافقة الذي قد يبدو بأنّه يتنافى مع مضمون م ١٦٦ ق.م.ع. الذي نصّ على مبدأ حرية الفقاء في التعاقد، لكنّه في الواقع يتطابق معه لأنّ المستهلك إما أن يوافق على إبرام العقد أو لا يوافق. ويبقى الضابط الوحيد الذي يحدّ من تعسّف أحد المتعاقدين على الآخر في عقود الموافقة هو حق القاضي في الرقابة. إذ يتمنّع القاضي بحق الرقابة على هذه العقود في حال كانت إحدى البنود تعسفية، ويقوم بإبطالها إذا إقتضى الأمر. فالقضاء يحمي المستهلك كطرف ضعيف في العقد بتفسير الغموض في عقد الإذعان لمصلحته عند إستغلال المصرف لضعفه وليس الضعف في ذاته^٢، أي أنّ القضاء لا يحميه لمجرد أنّه ضعيف بل

^١ Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides), The World Bank- Europe and Central Asia Region, Finance and Private Sector- June 2010. p: 21.

^٢ محكمة الدرجة الأولى/ الغرفة السادسة/ القرار رقم ٢٤٧ بتاريخ ٢٩/٦/٢٠٠٩/ العدل/٢٠٠٩/ العدد ٣/ ص ١٦٢٧ وما يليها.

عندما يتم إستغلال ضعفه. كما يُعتدّ عند النزاع بالشروط المكتوبة إن وُجِدَت، لا بالشروط المطبوعة. وهذا ما قضت به محكمة الإستئناف في بيروت في القرار رقم ٢٠٠٢/١١٤٩ بأنّه إذا لا يوجد أمر خطي لعملية معينة، هذا يعني أنّ المستهلك لم يأمر بها وبالتالي لا تلزمه نتائجها. فالقضاء أيضاً يعمل إلى جانب المشرّع على إعادة التوازن إلى عقود الإذعان عبر تأمين الحماية إلى الطرف الضعيف الذي أُدعِن. ولا بد من أن يتطوّر المفهوم العقدي لا سيّما في العقود الإستهلاكية لتتضمّن وسيلة أو مهلة معينة لرجوع المستهلك عن إلزامه الثقيل. لذلك يتدخّل القضاء في تفسير العقود لأنّ غالباً ما تتعارض إرادة المستهلك مع حاجاته وغاياته من العقد. وإنّ التوسع في تفسير العقود يتّجه نحو العدالة خصوصاً عندما يكون أحد أطراف العقد ضعيفاً والآخر يتمتّع بالخبرة والمعرفة الإقتصادية والتقنية والمهنية. لذلك يرتبط تدخّل القضاء في عقود الإذعان إلى إعادة التوازن والعدالة إلى العلاقة التعاقدية، وإزالة التفاوت الكبير بين النفوذ الإقتصادي القوي وبين المستهلك كطرف ضعيف. وعلى الرغم من أنّ مبدأ سلطان الإرادة يقيد تدخّل القاضي في العقود التي يبرمها الفرقاء، إلا أنّ القاضي يعمل على الحفاظ على الإستقرار في التعامل عندما يختلّ التوازن العقدي بين الأطراف. ولا يتدخّل القاضي إلا في الحالة التي يكون هنالك طرف ضعيف في العقد أو شروط تعسفية من شأنها أن تؤدي إلى الإخلال في حقوق وواجبات أطرافه. تنتسّد المحاكم اللبناية في التحقق من توفر الشروط التعسفية في العقود لتحافظ على الإستقرار العقدي وتحمي حقوق الطرف الضعيف، إذ لا يمكن المساس بإستقرار العقود مهما تعدّدت أنواعها وإلا إختلّ ميزان التعامل بين الأفراد وضاعت الحقوق. وبالتالي تبقى المهمة الأساس للقضاء في حماية الطرف الضعيف من هذا النوع من العقود. لذلك عمد المشرّع إلى حماية الفريق الضعيف في هذا النوع من العقود، عبر السماح بتأسيس الجمعيات التي تُعنى بحماية المستهلك. فالتطور الذي فرض هذا النوع من العقود حتمّ تدخّل الدولة في هذا المجال لتأمين الحماية اللّازمة إلى المستهلك. ونتيجةً لذلك يفرض التعامل القائم بين المصرف والمستهلك تنظيمياً لهذه العلاقة وبخاصةً للآثار المنبثقة عنها.

^١ محكمة الإستئناف في بيروت/الغرفة الأولى/ القرار رقم ١٤٩ بتاريخ ١٩/١١/٢٠٠٢ / العدل/ ٢٠٠٤/ العدد ١/ ص ٥٠ وما يليها.

الفصل الثاني: آثار العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك

إنطلاقاً من عدم الإتزان في العلاقة بين المصرف والمستهلك، لا بدّ من طرح الإلتزامات العامة التي تقع على عاتق كل من الطرفين للحفاظ بقدر الإمكان على حسن سير هذا التعامل. تخلو معظم القوانين لا سيّما القوانين اللبناية من أي نظام قانوني متكامل لموجبات المصرف في إطار عمليات التمويل المصرفي، لذلك لا تزال الأحكام القانونية العامة في القانون المدني هي التي تُطبّق في حال نشوب أي نزاع بين المستهلك والمصرف. هذا فضلاً عن التشدد في تأمين حماية المستهلك في وجه المصرف الممتنّ كونه الطرف الأقوى أمام هذا الإختلال القانوني للعقد.

المبحث الأول: الإلتزامات العامة المتوجبة على المتعاقدين عامةً

يتميّز العمل المصرفي بأهميته وبدقته كونه يوظّف أموال الجمهور ويستثمرها من جهة، ويمنح التمويل أيضاً للأفراد ولأصحاب الرساميل من جهة أخرى. فإنّ الموجب العام والأساس الذي يقع على عاتق المصارف هو موجب الحيطة والحذر، كون العمليات المصرفية تتطلب قدراً عالياً من الحيطة أثناء تنفيذها وذلك حفاظاً على مصالح أطراف العقد^١. وعلى الرغم من أنّ المستهلك يجب أن يبذل أيضاً جهداً في إتخاذ الحيطة أثناء تعامله مع المصرف غير أنّ الجهد الأكبر يقع على عاتق المصرف كونه الطرف الأقوى والأكثر إمتناناً في العملية المصرفية. فالمصرف يُعتبر محط ثقة المودعين الذين يأتمنونهم على أموالهم وهو مصدر تمويل أساس للمستثمرين. هذا فضلاً عن التقنية العالية التي يعتمدها أثناء ممارسته لمهامه، إذ أنّه يتمتّع بإمكانيات مالية وتقنية ومهنية تُميّزه وتزيد من مسؤوليته لدى ممارسة مهامه. أما من الناحية القانونية، يرتبط موجب الحيطة والحذر بقواعد حسن النية وفقاً للمادة ١٢٤ من ق.م.ع. اللبناية^٢ عند تنفيذ المصرف للمهام الملقاة على عاتقه. فإنّ تطوّر النشاط المهني فرض تطوّر مفهوم حسن النية وتوسّعاً في مجال تطبيقه، الأمر الذي أدى إلى خلق موجبات لم تكن ملحوظة سابقاً في العقود. والعقود المصرفية من أكثر العقود إنتشاراً وتطوراً، لذلك لا بدّ من أن تنطبق عليها قواعد حسن النية وما ينبثق عنها من موجبات أخرى. والعنوان العريض لهذه الموجبات يتجلى في موجب الحيطة والحذر، نظراً بأنّ العُرف المصرفي هو الذي يحدّد الموجبات التي تقع على عاتق الممتنّين. وبالتالي فإنّ موجب الحيطة جاء نتيجة العُرف المصرفي ومقتضيات حسن النية ويرافق المصرف في كافة مراحل

^١ ابنى مسقاوي: المسؤولية المصرفية في الإعتماد المالي، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٦، ص ١٥٨.

^٢ المادة ١٢٤ من ق.م.ع.: يُلزم أيضاً بالتعويض من يضر الغير بتجاوزه، في أثناء إستعمال حقه، حدود حسن النية أو الغرض الذي أجله منح هذا الحق.

التعاقد ويتمثل بجمع مُجمل المعلومات حول العملية المصرفية المتعلقة بالمستهلك وبالعقد نفسه. فيقوم المصرفي الممتن بإسداء النصيحة إلى المستهلك وتقديم أفضل السبل في الوصول إلى الغاية المرجوة من قبل الطرفين. ويُترجم هذا الموجب وينعكس عبر عدة موجبات تتفرع منه، أي أنّ كافة الموجبات المترتبة على الطرفين تدرج تحت عنوان واحد عريض ألا وهو موجب الحيطة والحذر. نفصل هذه الموجبات ونعدّها تباعاً.

النبذة الأولى: موجب الإستملاع Devoir de se renseigner

نظراً لأهمية ولدقة العمليات المصرفية، يلتزم المصرف بأن لا يُقدم على التعاقد مع المستهلك دون أن يكون قد جمع معلومات كافية عنه من كافة المصادر المتاحة لتكوين معطيات مُسبقة عنه تُوضح حقيقة وضعه المالي. يُعرف موجب الإستملاع بأنه عمل إيجابي يتمثل بجمع المعلومات من مصادرها المختلفة لتكوين صورة واضحة وكاملة عن المستهلك^١. فالإستملاع يحمي مصالح المصرف قبل أية إعتبرات أخرى. وفي هذا السياق خصّ المصرف المركزي في لبنان أهمية لموجب إستملاع المصرف عن المتعاملين معه من خلال إصدار التعميم الأساسي للمصارف رقم ٨٣ الصادر وفقاً للقرار رقم ٧٨١٨ بتاريخ ١٨/٥/٢٠٠١ والمتعلق بنظام مراقبة العمليات المالية والمصرفية لمكافحة تبييض الأموال وتمويل الإرهاب^٢، الذي نصّ على إلتزام المصرف بالتحقق من هوية المستهلك الذي يتعامل معه (سواء أكان شخصاً طبيعياً أو معنوياً). هذا فضلاً عن طلب كافة المستندات الثبوتية الشخصية وتلك المتعلقة بالعميلة المالية موضوع التعاقد. إذ يجب أن يتأكد المصرف من صحة المعلومات التي يفصح عنها العميل كمستهلك للحفاظ على أموال المصرف ولمكافحة تبييض الأموال وجرائم الإرهاب. ومن ثم ورد التعميم الوسيط^٣ رقم ٣٥ الصادر وفقاً للقرار رقم ٨٤٨٨ بتاريخ ١٧/٩/٢٠٠٣ الذي جاء تعديلاً للقرار السابق وإستبدالاً له. حيث فرض من خلاله المصرف المركزي على كل المصارف العاملة في لبنان التحقق من هوية المستهلكين المتعاملين معهم عبر ما يُعرف بـ نموذج معرفة العملاء (KYC FORM) كما ألزم هذا القرار المصارف بالإحتفاظ بالبيانات الشخصية للمستهلكين وبالإستملاع عن مصادر أموالهم وعن وجهتها.

وفي المقابل ينطبق موجب الإستملاع على المستهلك أيضاً الذي لا يجب أن يُهمل إلتزامه به، فالقانون لا يحمي من يغفل عن حماية مصالحه طالما أنه راشد ومتمتع بأهلية التصرف التي تخوّله التعاقد والإلتزام. وبالتالي لم يفرض القانون على المستهلك معيار المعرفة بل معيار الأهلية، وإنّ كل من يبرم العقود

^١ لبنى مسقاوي: المسؤولية المصرفية في الإعتقاد المالي، المرجع السابق، ص ١٦٤.

^٢ الموقع الرسمي لمصرف لبنان المركزي: <http://www.bdl.gov.lb/circulars/index/5/33/0>

^٣ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف لبنان المركزي:

<http://www.bdl.gov.lb/circulars/intermediary/5/37/0/Intermediate-Circulars.html>

ويلتزم بنتائجها يتوجب عليه أخذ الحيطة والحذر والإستعلام. تأخذ المحاكم بقرينة المعرفة التي يمتلكها الممتحن سواء أكان بائعاً أم شارباً، وبالتالي لا يمكن أن يتدرّج بعدم معرفة مواصفات أو مميزات أية خدمة أو سلعة طالما أنها تقع ضمن إختصاصه أو مهنته. وهذا ما إعتبرته محكمة التمييز الفرنسية في قرارها¹ بتاريخ ٤/١٠/١٩٩٥ عبر مساواتها لعنصر الإمتهان بين المحترف والمستهلك، وقضت بأنّه لا يحق للمستهلك الممتحن الإدلاء بأنّه إكتشف العيب متأخراً. لم يميّز القضاء الفرنسي بين مستهلك وبائع للخدمات المالية، بل إعتد معيار الإمتهان للتمييز بين محترف وغير محترف سواء أكان مستهلكاً أم بائعاً. في المبدأ لا يُلزم الممتحن بإعلام الطرف الآخر إلا بما يتيح له الوصول إلى المعلومات الضرورية حول موضوع التعاقد. وإنّ موجب الإعلام بين الممتحنين ليس إلزامياً بقدر إلزاميته بين الممتحن والمستهلك العادي الذي غالباً ما تكون معرفته ضئيلة وثقته بالممتحن كبيرة. وبالتالي يزيد موجب الإعلام أهمية لدى الممتحن عندما يكون المستهلك غير ممتحن، أما موجب الإستعلام يُعتبر مفروضاً على طرفي العقد. وهذا ما أخذ به القضاء اللبناي أيضاً الذي سار على خطى القضاء الفرنسي في هذا المجال. بحيث ميّز القرار² رقم ٢٠٠٢/١٤٩ الصادر عن محكمة الإستئناف المدنية في بيروت بتاريخ ١٩/١/٢٠٠٢ بين المستهلك الممتحن والمستهلك غير الممتحن، وإعتبر مفهوم موجب المتابعة والرقابة يبقى واحداً في مضمونه إنّما يختلف تطبيقه حسب العملية المصرفية المطلوبة وإمتهان المستهلكين. فإذا كان المستهلك متمرساً مهنيّاً، لا يؤدّي المصرف معه إلا دوراً ثانوياً طالما أنّه يُفترض بالمستهلك الممتحن التنبّه لكل مخاطر تصرفاته والإحاطة بكل ما يجب الإلمام به. وفي هذا السياق صدر القرار³ رقم ٢٨٨ عن محكمة الإستئناف المدنية في بيروت بتاريخ ٢٣/٢/٢٠٠٩ الذي أخذ بمقدار إمتهان الشخص ليؤخذ عليه عدم إستعلامه أو معرفته بالشيء. والمستهلك في هذه الدعوى رجل أعمال ما يعني أنّه ممتحن، وبالتالي لا يكون متسامحاً به أن يمتنع عن موجب الإستعلام تحت طائلة إعتبره مرتكباً خطأ جسيماً أو إهمالاً غير مبرّر. ولا يمكنه الإعتداد بوقوعه بالغلط لعدم معرفته بالشروط المفروضة عليه من قبل المصرف وبأنّه لو علم بها لما تعاقد. إضافةً إلى ذلك، يُشترط في الغلط المؤدّي إلى البطلان أن يكون الدافع إلى التعاقد وأن يكون مغتوراً، بمعنى أن يكون الطرف الذي وقع فيه معذوراً (erreur excusable) أي أن لا يكون قد صدر عنه خطأ أوصله إلى الغلط. فإن إمتنع عن واجب الإستعلام الذي يفرضه التعاقد، يكون هذا الطرف بإمتناعه قد إرتكب خطأ جسيماً أو غير مُغتفر وبالتالي لا تُقبل دعواه المسندة إلى الغلط. وأورد القرار نفسه أن الصفة المغترة تُقدّر بصورة شخصية وليس بالوجه

¹ Cass. civ., 4 oct. 1995, JCP, 1996, IV, 404.

² محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة الأولى/ القرار رقم ١٤٩ بتاريخ ١٩/١/٢٠٠٢ / العدل / العدد / ٢٠٠٤ / ص ٥٠ وما يليها.

³ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ٢٨٨ بتاريخ ٢٤/٢/٢٠٠٩ / العدل / العدد / ٢ / ص ٦٦٢ وما يليها.

الموضوعي أي أنها إستتسابية ويدخل في عناصر التقدير سن المدعي (الذي يدعي وقوعه بالغلط) وخبرته وتمرسه. وعلى العكس من ذلك، يكون للمصرف دور أكثر أهمية وفعالية بالنسبة للمستهلكين الذين لا يتمتعون بالمستوى الرفيع من المهنية أو الخبرة.

يتداخل كل من موجب الإستعلام وموجب الإعلام فيما بينهما ويتحققان في مرحلة المفاوضات التي تسبق التعاقد، غير أنّ العقد المصرفي بطبيعته لا تتخلله المفاوضات. إنّما هذا الواقع لا يعني عدم الإلتزام بموجبي الإعلام والإستعلام، فعقود الإذعان عبارة عن مشروع نظامي يتطلب الإلتزام بهذين الموجبين من قبل الطرفين قبل إبرام العقد.

النبة الثانية: موجب الإعلام Devoir d'information

نتيجة للتطور الحاصل في الصناعة والسوق المالية والإقتصادية والتجارية برزت العديد من التقنيات الحديثة التي لا تكون مفهومة من قبل الجمهور الممثل بالمستهلك العادي. والمقصود هنا بالمستهلك العادي هو ذلك الفرد الذي يلجأ إلى شراء الخدمات تسهيلاً لشؤونه اليومية دون أن يكون ملماً بالمعرفة اللازمة للتعامل معها. ونظراً لهذا التقدم التقني البارز نشأ على عاتق البائع بشكل عام موجب إعلام الشاري عن كيفية إستخدام أية سلعة أو خدمة وعن المنافع التي يتلقاها مقابل شرائها. وقد برزت فكرة موجب الإعلام مع تطور مجال العمل وتشعب العلاقات والمصالح بين الأفراد والشركات العالمية الكبرى. إذ أدى الإزدهار الإقتصادي إلى توسع العمليات المالية من عقود واتفاقيات بين أصحاب الرساميل والمستهلكين. لذلك كان لا بد من إيجاد نظام يرضى هذه العمليات المالية ويضمن حسن سيرها. وقد طرح Juglart في العام ١٩٤٥ مضمون الإلتزام الذي يقع على المتعاقد في مساعدة الطرف الآخر أثناء إتخاذ قراره بالتعاقد¹. وقد إعتبر أنّ عدم الإلتزام بموجب الإعلام يعكس عيباً من عيوب الرضى، أي يُعتبر القبول الصادر من قِبل الطرف الآخر غير تام. وإنطلاقاً من أنّ موجب الإعلام يشكل إلتزاماً على عاتق الممتن تجاه المستهلك نتيجة للتفاوت بالمعلومات بينهما، إعتبر Ripert أنّ القواعد الأخلاقية تتداخل مع القواعد القانونية لتفرض على موجب الإعلام طابعاً إلزامياً على عاتق المتعاقد¹. سوف نعرض تباعاً لهذه القواعد الأخلاقية والقانونية كأساس لموجب الإعلام، ومن ثمّ نتطرق إلى تعريف هذا الموجب الجوهري وإلى تداخله مع موجبات أخرى.

الفقرة الأولى: أساس موجب الإعلام

ينبثق موجب الإعلام من مبدأ حسن النية أثناء التعاقد ولدى تنفيذ الإلتزامات القانونية. غير أنّ حسن النية لا يظهر إلا من خلال الأفعال، لذلك يرتبط موجب الإعلام بأساس أخلاقي وقانوني على حدّ سواء.

¹ Ripert, Georges: La règle morale dans les obligations civiles en droit français, 1949 4^{ème} édition, p. 40.

أولاً: الأساس الأخلاقي لموجب الإعلام

ينعكس العنصر الأخلاقي من خلال مجموعة القيم الأخلاقية التي ينبغي على المتعاقدين إلتزامها والتقيّد بها قبل إبرام العقد وخلال فترة التعاقد. لذلك لا بد من أن يرتبط موجب الإعلام بالعامل الأخلاقي كونه يغلب الطابع الفردي بين المتعاقدين ويبثّ روح التعاون بينهم. وبالتالي لا بد من فرض موجب الإعلام والحفاظ على إستقلاليته. ويتجلّى العنصر الأخلاقي بين المتعاقدين عبر الإلتزام بالأمانة وبالشفرة وبالنزاهة وبحسن النية. يرتبط مبدأ حسن النية بالقيم الإجتماعية التي يكون المجتمع مصدرها أي أنّه يرتبط بالموجبات الطبيعية. لكن ما لبث أن أصبح هذا المبدأ جزءاً جوهرياً في القواعد القانونية الذي يضيف طابع الثقة على العلاقات التعاقدية لا سيّما المرحلة السابقة للتعاقد.

ثانياً: الأساس القانوني لموجب الإعلام وقواعد حسن النية

يرتبط موجب الإعلام بقواعد حسن النية، وفي ظل غياب نص قانوني خاص يرمي موجب الإعلام في لبنان، فإنّه يمكن الإستناد إلى النصوص العامة في كل من قانون حماية المستهلك وقانون الموجبات والعقود. حيث نصّت م ٣ من قانون حماية المستهلك على أنّه من حق المستهلك الإستصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلّق بثمن الخدمة وميزاتها وطرق إستعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الإستعمال. وقد نصّ في م ٤ منه على وجوب إعلام المحترف للمستهلك بمعلومات صحيحة ووافية لكافة البيانات الأساسية للخدمة وطرق إستخدامها. وبالتالي يكون هذا القانون قد أورد ذكر موجب الإعلام محدداً بأنّه يقع واجباً على الطرف الممتن. أما بالنسبة إلى قانون الموجبات والعقود اللبّاني فقد عيّن عيوب الرضى والمسؤولية التقصيرية وضمن العيوب الخفية كعناصر ثابتة من شأنها أن تضمن حماية حقوق المستهلك. إذ رتبّ هذا القانون نتائج قانونية على كل من يُهمل الإدلاء بمعلومات جوهريّة كالخطأ التقصيري والعيب الخفي وعيوب الرضى مثل الوقوع في الغلط أو إرتكاب ضرب من ضروب الإحتيال. وغالباً ما يؤدّي الإخلال بموجب الإعلام إلى الكتمان الخادع أي أن يكون الموقف سلبياً. وإنّ إمتناع البائع عن أداء هذا الموجب سواء قصداً أو بغير قصد، وإلحاق الضرر بالمستهلك نتيجةً لهذا السلوك السلبى يرتبّ المسؤولية على عاتق البائع. فإمّا أن يؤدّي إلى إبطال العقد بسبب الوقوع بالغلط حول الخصائص الجوهرية في العقد أو إلى التعويض عن الأضرار التي أصابت الشاري. هذا فضلاً عن أهمية عنصر الإمتهان الذي يؤثّر على إلزامية موجب الإعلام بين البائع الممتن والمشتري غير الممتن أو بين طرفين ممتنين. فنقوم المسؤولية بمجرد الإمتناع عن القيام بموجب الإعلام دون تأكيد سوء النية في ذلك أي بصرف النظر عن الإهمال أو توفر القصد. وهذا ما جاء في القرار رقم ١٥٨٦ الصادر عن محكمة الإستئناف المدنية في بيروت بتاريخ ٢٢/١٢/٢٠١٥ بأنّه لم يتمّ تناوّل موجب الإعلام في قانون حماية المستهلك فقط بل يرد أيضاً في أحكام المسؤولية^١. ما أشار إليه هذا القرار هو أنّ موجب الإعلام والنصح يشكّل قاعدة عامة لا يؤثّر فيه تعزيزاً أو سلباً إذا أُغفل ذكره. وإلغفال إن حصل، أو في حالة القاعدة العامة لا

^١ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ١٥٨٦ بتاريخ ٢٢/١٢/٢٠١٥ / العدل/ ٢٠١٦/٢ العدد ٢/ ص ٩٠٨ وما يليها.

يُعدّ إغواءً لأنّ النفي يحتاج إلى نص، أي لا يفي به عدم ذكره في العقد لأنّ موجب الإعلام موجب ملازم للعقد ويتعلّق بالإنّظام العام وهو يفترض خطأ وضرراً ورابطة سببية بينهما. ونحن نرى بأنّ هذا القرار يشكّل عاملاً مهماً في تحديد الأساس القانوني لموجب الإعلام كونه يبني الهيكلية التي يقوم عليها وينظّم كيفية الإلتزام به والنتائج المترتبة عن الإخلال به. كما أورد القرار نفسه بأنّه نظراً لإرتباط موجب الإعلام بالنظام العام وبأنّه إلتزام يقع على عاتق المحترف، "يتوجّب على كل جهة تعرف أنّ تُعلم الجهة التي لا تعرف عند التعاقد". وأضاف بأنّ موجب الإعلام يقع على عاتق المحترف الذي يساعد المستهلك في عملية مالية تصبّ في مصلحة المستهلك الذي يلجأ إليه لتحقيق هذا التعامل. وحدّد هذا القرار أنّ هذا الموجب هو "موجب مشدّد والتشديد مستمدّ من الإحتراف والثقة التي يضعها المستهلك في المصرف الذي يتعامل معه". وأفرد هذا القرار عناصر المسؤولية بإعتبار أنّ الرابطة السببية تتواجد عندما يترتّب ثبوت حاجة الطرف المتضرّر (المستهلك) إلى الإعلام وثبوت تخلّف المحترف عن القيام به. وبالتالي عند ثبوت توافر الرابطة السببية، يقع على عاتق المصرف المحترف التعويض للمستهلك عن الضرر الذي ألحق به. بات جلياً من خلال هذا التفصيل، أنّه يُعنى بموجب الإعلام تحذير الطرف الممتنّ الذي يكون في مركز أقوى من الطرف الآخر وإعلامه عن كل البيانات أو المعلومات التي يجب أن يعلم بها عند إبرام العقد والتي تساهم في تكوين الرضى التام أو الرفض التام لدى الطرف الآخر لكي يُقدّم على الموافقة على إبرام العقد أو عدم الموافقة على إتمامه^١. حيث يتجلى موجب الإعلام عبر التعاون بين طرفي العقد من أجل تنفيذ العقد بما يتفق مع مبادئ حسن النية والإنصاف. كما يميّز بأنّه موجب وسيلة كون الممتنّ يبذل العناية اللازمة في تقديم كل المعلومات وفي توضيح كافة الشروط التي ينبغي أن يكون المستهلك عالماً بها لكي يتخذ قراره بإرادة كاملة وبيّين تام. هذا فضلاً عن أنّ الممتنّ لا يمكن أن يُلزم المستهلك بإتباع نصائحه. فالهدف الأساس من موجب الإعلام يتمحور في إعادة التوازن العقدي إلى العقود التي لا تتسم بالمساواة بين أفرادها، فموجب الإعلام يقف رادعاً أمام الطرف الممتنّ في فرض شروطه أو في خداع المستهلك.

وإنطلاقاً من إرتكاز موجب الإعلام على مبادئ حسن النية والإستقامة في التعامل، فإنّ التكتّم عن الجوانب السلبية للخدمة موضوع التعاقد أو عن النتائج التي تترتّب عنها يُفسّر على أنّه خداع. يُعرّف الخداع بأنّه ممارسة أساليب التضليل ومناورات إحتيالية من شأنها أن تُحمّل الطرف الآخر على القبول بمندرجات العقد. قد تتعارض مصلحة المحترف في تحقيق الربح عند إفصاحه عن المخاطر التي تحيط بالخدمة المالية، لذلك يعتمد البعض إلى عدم الإفصاح الكليّ مقابل تحقيق الربح. ونظراً بأنّ تطوّر العمليات الإقتصادية والمالية جعلت أحد أطراف العقد ممتنّاً بدرجة عالية، أخذت فكرة الكتمان الخادع تبرز أكثر في المعاملات المالية كونها الأسهل في حمل المستهلك على الموافقة دون أن يكون قد تمّ إعلامه بكافة شروط العقد ومخاطر الإلتزام بها. ويمكن تعريف الكتمان الخادع في هذه الحالة بأنّه ذلك الموقف السلبي الذي يتّخذه الممتنّ أثناء التعاقد مع المستهلك عبر الإلتزام بالصمت بهدف تحقيق منفعة ذاتية وإيقاعه بالغلط. وفي هذا السياق نصّ المشرّع المصري في م ٢٥ من القانون المدني المصري على إعتبار الكتمان خداعاً إذا سكت المتكتم عن واقعة أو معلومة كانت تحول دون إبرام العقد. وقد عرّفت

^١ جيهان حمية: موجب الإعلام في العقود (في لبنان والقانون المقارن)، المرجع السابق، ص ٥١.

محكمة التمييز الفرنسية الكتمان الخادع بأنه صمت يصدر عن أحد الفرقاء يحول دون إطلاع المكتوم عنه على واقعة لو علم بها لما تعاقد¹. وبالتالي يؤثر موجب الإعلام على رضى المتعاقدين وعلى تنفيذ العقد، كونه يشكّل ضماناً لتنفيذ العقد على النحو المتفق عليه. وهذا ما يؤكد ضرورة تنفيذ العقد بشكل سليم وبحسن نية وفق الغاية المرجوة من قبل طرفي العقد عملاً بأحكام المادة ٢٢١ ق.م.ع. اللبناني التي نصّت على أنّ العقود يجب أن تُفهم وتُفسّر وتُنفَّذ وفقاً لقواعد حسن النية والإنصاف والعرف. لم يلحظ القانون اللبناني الإخلال بموجب الإعلام كسبب في بطلان العقد جزاء كتم المعلومات عن الطرف الآخر. لكن بالرجوع إلى المبادئ القانونية يُعتبر الكتمان خداعاً إذا إنجّحت نية الممتنّهن أو المحترف إلى إيقاع المستهلك بالغلط. فإذا أبرم المستهلك العقد مع المحترف على أساس هذه المعلومات المغلوطة، جاز بطلان العقد بسبب الأعمال الخداعية. وهذا ما قضى به القرار رقم ٢٠٠٩/٢٢٨٨ الذي عرّف الإحتيال بأنه إستعمال وسائل الحيلة أو الخدعة أو أساليب التضليل بقصد إيهام الشخص بغير الحقيقة والتأثير على إرادته وإيقاعه في غلط يحمله على التعاقد^٢. وأشار بأنّ الخداع يُعيب الرضى ويبطل العقد إذا كان العامل الدافع إلى إبرامه وإنشائه سناً للمادتين ٢٠٨ و ٢٠٩ من ق.م.ع. اللبناني^٣. ويقع على من يدّعي وقوعه ضحية الخداع أن يثبت صحة إدّعائه وفق المادتين ١٣٢ و ٢٥٧ أ.م.م^٤. وبالتالي فإنّ

¹ C. cass 3^{ème} ch, 15 janvier 1971, revue trimestrielle de droit civil, 1971, p.839.

^٢ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ٢٨٨ بتاريخ ٢٤/٢/٢٠٠٩ / العدل/ العدد ٢/ ص ٦٦٢ وما يليها.

^٣ م ٢٠٨ ق.م.ع. : إنّ الخداع لا ينفى على الإطلاق وجود الرضى لكنه يعيبه ويؤدي الى إبطال العقد إذا كان هو العامل الدافع إليه والحامل للمخدوع على التعاقد. أما الخداع العارض الذي أفضى الى تغيير بنود العقد ولم يكن هو العامل الدافع الى إنشائه فيجعل للمخدوع سبيلاً الى المطالبة ببدل العطل والضرر فقط.

م ٢٠٩ ق.م.ع. : إنّ الخداع الذي حمل على إنشاء العقد لا يؤدي الى إبطاله إلا إذا كان الفريق الذي ارتكبه قد أضرّ بمصلحة الفريق الآخر. أما الخداع الذي يرتكبه شخص ثالث فيكون هدماً للعقد أيضاً إذا كان الفريق الذي يستفيد منه عالمياً به عند إنشاء العقد. أما إذا كان غير عالم به فلا يحق للمخدوع إلا مداعاة الخادع ببدل العطل والضرر.

^٤ م ١٣٢ أ.م.م. : يقع عبء الإثبات على من يدّعي الواقعة أو العمل. ويجب أن يكون ما يُراد إثباته مُجدياً في النزاع وجائزاً إثباته.

م ٢٥٧ أ.م.م. : يجوز الإثبات بشهادة الشهود مهما كانت قيمة المدعى به في المواد والحالات الآتية:

١_ المواد التجارية.

٢_ الأعمال المادية. ويعتبر بمثابة عمل مادي التصرف القانوني بالنسبة لغير أطرافه وخلفائهم الذين يحتجّ عليهم به.

٣_ إذا وُجِدَتْ براءة بينة خطية أي كتابة ولو خالية من التوقيع صادرة عن الخصم المحتجّ بها عليه أو عمّن يمثّله تجعل وجود التصرف المدعى به قريب الإحتمال.

٤_ إذا إستحال على الدائن الحصول على بينة خطية. ويكتفي بمجرد الإستحالة المعنوية، وهي تنشأ خصوصاً عن العرف المتبع في بعض المهن أو عن علاقات القربى بين الأصول والفروع أو بين الحواشي حتى الدرجة الثالثة أو بين الزوجين أو بين أحد الزوجين ووالدي الزوج الآخر أو بين الخطيب وخطيبته.

٥_ إذا ثبت فقدان السند الخطي بسبب أجنبي لا يد للخصم فيه.

٦_ إذا ثبت وجود تحايل على القانون لإجراء عقد مخالف للنظام العام أو لنص الزامي.

إثبات المستهلك لسوء نية المحترف أثناء التسويق للخدمة المالية وإبرام العقد يتيح أمام المستهلك الفرصة في التعويض أمام القضاء عبر دعوى لإبطال العقد. إنما السؤال الذي يُثار في هذه النقطة، كيف يمكن إثبات سوء نية المحترف؟ فهو يقوم بمهامه بشكلٍ نظاميٍّ وفق شروطٍ مذكورة في العقد ويوقع عليها المستهلك بكامل إرادته حتى لو لم يعلم بها أو لم يقرأ المندرجات بالكامل.

يُفرض مبدأ حسن النية الإلتزام بموجب الإعلام والإستعلام من أجل التوصل إلى إبرام عقد صحيح وسليم من العيوب في الإرادة والرضى. يشكّل هذا المبدأ عنصراً جوهرياً في العلاقة ما بين المصرف والمستهلك. فبقدر ما يجب أن يلتزم المستهلك بشفافية الإفصاح عن حقيقة وضعه المالي، المحترف إنطلاقاً من مبدأ حسن النية، يلتزم بمصادقية عالية لدى الإفصاح عن كافة المعلومات التي تحيط بجوانب الخدمة المالية موضوع التعاقد. ينبثق مبدأ حسن النية وموجب الإعلام من التقدم العلمي والصناعي والتجاري على الصعيدين المالي والإقتصادي. يحكم مبدأ حسن النية كافة المراحل السابقة للتعاقد واللاحقة له، أما موجب الإعلام يُفرض في المرحلة السابقة لإبرام العقد من أجل إحاطة المستهلك بكل ما يجب أن يعرفه عن الخدمة المالية موضوع التعاقد. وبالتالي حتى لو لم يكن هنالك من مرحلة للمفاوضات قبيل إبرام العقد، كما هو الحال في العقد المصرفي، يبقى موجب الإعلام إجراءً لا بدّ من الإلتزام به. فالمستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد وبمدخوله المحدود وبضعف معرفته وخبرته بالخدمات المالية، يفترق إلى القدرة على إختيار الخدمة المالية الملائمة لوضعه المالي. وفي هذا السياق أولى القضاء الفرنسي إهتماماً خاصاً في فرض الإلتزام بموجب الإعلام الذي يقع على عاتق المحترف الذي يقدم الخدمة المالية أمام المستهلك. حيث فرض المشرع الفرنسي وجوب الإلتزام بإعلام المستهلك نظراً لإنتشار عقود الإذعان ولحماية حقوق المستهلك كطرف ضعيف، كون المحترف يتمتع بالكفاءة الكافية لإحاطة المستهلك علماً. يُعرّف موجب الإعلام بأنه الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالمعلومات والبيانات، وعلى الرغم من أنّه يقع في المرحلة السابقة للتعاقد غير أنّ القضاء الفرنسي أقرّ الإلتزام بهذا المبدأ في عقود الإستهلاك التي لا تسبقها المفاوضات أي التي تتّصف بالإذعان. ويات هذا الموجب مرتبطاً بكافة أنواع العقود نتيجةً لتطورها وتنوعها ونظراً لتطور موجب الإعلام بعد إزدياد التقدم الصناعي والتجاري. والإتجاه الحديث في فرنسا إستقرّ على إلزام المصارف بتوجيه وإرشاد المستهلكين إلى ما يصبّ في مصالحهم وبحمي حقوقهم وفق العقود المصرفية المبرمة بين الطرفين. لذلك إتجه التشريع في فرنسا إلى سنّ بعض القوانين الجديدة وتعديل بعضها الآخر لتكريس الإطار الكامل لموجب الإعلام في بعض العقود مثل عقود الإقراض والحسابات المدينة في المصارف. إذ يجب أن يكون المستهلك المقترض على دراية شاملة بالموجبات التي تقع على عاتقه نتيجة العقد الذي يبرمه مع المصرف. فالمستهلك الذي يُولي الثقة الكاملة إلى المحترف، لا بدّ من أن يُمنح في المقابل معلومات وافية تتجنّب من أية مخاطر مالية نتيجة الإلتزام العقدي. فإنّ الغاية من الإلتزام بموجب الإعلام تتجه إلى إعادة التوازن وتقويم الخلل في

العلاقة التعاقدية تحقيقاً للمساواة بين المصرف والمستهلك. وسوف نعرض في القسم الثاني من هذه الرسالة تفصيلاً لأهمية موجب الإعلام في فرنسا.

الفقرة الثانية: الموجبات المتداخلة مع موجب الإعلام

يتشابه موجب الإعلام مع موجبي المشورة والنصيحة اللذين يتداخلان معه أو ينبثقان عنه بإعتبارهما من الموجبات الخاصة التي تندرج تحت العنوان العريض لهذا الموجب الجوهرى. وللتمييز بين هذه الموجبات، سوف نبيّن بشكل مقتضب الفرق بين موجب الإعلام وبين كل من موجب المشورة وموجب النصيحة.

أولاً: موجب المشورة الفنية *Devoir de conseil*

يقع موجب الإعلام ضمن الإلتزامات العامة التي يتحملها الممتحن أو المحترف تجاه المستهلك العادي. أما موجب المشورة الفنية فهو إلتزام ينبثق عن تعاقّد بين الطرفين. وبالتالي فإنّ موجب الإعلام يكون إلزامياً في مرحلة التفاوض السابقة للتعاقّد، بينما موجب المشورة الفنية يقع بعد مرحلة التعاقّد. يلتزم البائع بموجبه أن يقدم إلى الشاري مشورة فنية تساعده على فهم نتائج الإلتزام وكيفية استخدام السلعة أو الخدمة موضوع التعاقّد. فإنّ موجب المشورة إلتزام يقع على كل صاحب إختصاص يمارس مهنة معينة مثل الكاتب بالعدل والمحامي والطبيب والمهندس والموظف المسؤول في المصرف عن فتح الإعتمادات أو الإقراض أو التسليف مقابل رهن أو تأمين¹. إرتبط موجب المشورة بالعقود المصرفية غير أنّ ذلك لا يعني عدم الإلتزام بموجب الإعلام قبل التعاقّد حتى لو كانت عقود إذعان. وللتمييز أكثر بين موجب الإعلام وموجب تقديم الإستشارات الفنية الذي يُعرف بموجب المشورة الفنية، فإنّ موجب الإعلام هو إلتزام عام يرتبط بكل العقود ويسبق المرحلة التعاقدية بهدف إحاطة المستهلك علماً بكل الشروط والإلتزامات العقدية، والمسؤولية التي تترتّب عن الإخلال به هي مسؤولية تقصيرية. أما موجب المشورة الفنية فإنّه إلتزام خاص ببعض العقود بتقديم الإستشارة والنصيحة الفنية من قبل المحترف صاحب الخبرة الفنية لإتمام العملية موضوع العقد، ويرتّب الإخلال بهذا الإلتزام المسؤولية العقدية على عاتق المحترف. يرتبط أساس موجب الإعلام وموجب المشورة الفنية بطبيعة العقد المبرم وبإلتزام البائع بأصول التعامل السليم. إذ يتوسع موجب الإعلام في جذوره لا لينبع من العقد وحسب، بل من القواعد التي يُملئها العرف وقواعد الإنصاف وحسن النية في التعامل مع الغير². يتبيّن من خلال هذا الشرح أنّ المصرفي يتحمل الإلتزامين معاً، أي موجب الإعلام وموجب المشورة الفنية. يتداخل موجب الإعلام مع موجب المشورة الفنية ويتقاربان لدقتهما، إنما تبقى عقود الإستهلاك من أكثر العقود التي تُظهر أهمية التمسك بهذين الموجبين لأنّ الإختلال التعاقدى ناجم عن التفاوت في الخبرات بين أطراف العقد المصرفي.

¹ مصطفى العوجي: القانون المدني - العقد، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت_لبنان، ٢٠٠٧، ص ١٧٩.

² Cass. civ., 17 janv. 1995.-JCP. 1995. IV. 661 et obs. Fabre-Magnan, JCP, Doc. 3843-4.

ثانياً: موجب النصيحة ولفت الانتباه

يُعتبر هذا الموجب الأقرب إلى مهام المحامي الذي يقدم الإستشارة القانونية لموكله، وكذلك الأمر بالنسبة إلى الطبيب والمهندس. إذ تُعتبر النصيحة متأنيّة من طرف ممتّهن تربطه بالطرف الآخر إعتبارات شخصية قائمة على الثقة أو التخصّص. فيقوم الممتّهن بكامل إرادته بعرض وقائع الإلتزام ونتاجه وتبيان ملامته بالنسبة إلى الغاية المرجوة من قبل الطرف الآخر. وبالتالي يتشابه موجب النصيحة مع موجب المشورة من جهة تقديم النصح الإرشاد، إنما يختلفان من ناحية العلاقة التي تربط الطرفين. ولقد صدر القرار رقم ٢٠١٣١٧ عن محكمة التمييز المدنية في بيروت بتاريخ ٢٠١٣/٢/١٢ مؤكّداً أنّ المهام في قسم إدارة المعاملات المصرفية تتركز على عنصري الثقة والإختصاص في إرشاد المستهلك إلى السبل المفيدة لإستثمار أمواله المودعة لدى المصرف^١. وقد أبطل القرار الصادر عن المحكمة الابتدائية ونقض قرار محكمة الإستئناف أيضاً إحقاقاً لمصالح المستهلك ولحقوقه ومقرراً أيضاً بإخلال المصرف لفروضه المهنية بعدم توقيعه على عقد إطار يحدّد أصول التعامل في موضوع التعاقد بينهما.

النبة الثالثة: موجب حسن التقدير والتبصّر Devoir de clairvoyance

إضافةً إلى موجب التيقّظ *devoir de vigilance*، يمارس المصرف مهامه ضمن إطار الحرص واليقظة ليحدّد ملاءمة الخدمة المالية مع الأوضاع المالية للمستهلك. بحيث يقوم بجمع المعلومات اللازمة حول المستهلك لإتخاذ القرار الصائب في التعاقد. لذلك يبرز هذا الموجب لدراسة وضع المستهلك وتحليل المعلومات عنه بدقّة من أجل التوصل إلى تحديد ملاءمتها مع مصلحة المصرف من جهة، ومع مصلحة المستهلك من جهة أخرى. هذا فضلاً عن إلتزام الممتّهن بموجب السرعة *devoir de célérité* لدى أدائه لموجباته كاملةً دون أن يتأخّر في تنفيذ ما يطلبه المستهلك منه.

النبة الرابعة: موجب المراقبة Devoir de contrôle

يلتزم الممتّهن بموجب المراقبة بعد إتمام العقد مع المستهلك، فيعمد إلى مراقبة كيفية تعامل المستهلك مع الخدمة موضوع العقد ليتأكد أو يضمن صحة إستخدامه لها وإنتفاعه منها. كما يتمثّل هذا الموجب بمراقبة الممتّهن لآلية تنفيذ العقد القائم بين الطرفين، إذ لا تكفي الموافقة على إبرام العقد بل لا بدّ من التأكد من صحة تنفيذه أيضاً. وبذلك يحافظ المصرف على حسن سير وتنفيذ العمليات المصرفية وفق م ١٦١ من قانون النقد والتسليف^٢. كما يترتّب على المصرف مراقبة العمليات الحاصلة لديه والتحقّق من صحتها

^١ محكمة التمييز المدنية في بيروت/ الغرفة الأولى/ القرار رقم ٧ بتاريخ ٢٠١٣/٢/١٢ / العدل/ ٢٠١٣/ العدد ٣/ ص ٢٠٢١ وما يليها.

^٢ المادة ١٦١ من قانون النقد والتسليف: على المصارف أن تتبع إستعمال الإعتمادات التي تمنحها لتتأكد على قدر المستطاع من أن الأموال التي سلّقتها لم تتحرف عن الغاية المصرّح بها.

ومطابقتها للواقع. وفي هذا المجال إعتبر القرار رقم ١٤٠٢ الصادر عن محكمة الإستئناف المدنية في بيروت بتاريخ ١٠/٩/٢٠١٢ أنّ الحاسوب الآلي لا يمكنه أن يحلّ محل الموظف العامل وتبقى من المهام الثابتة للمصرف التدقيق بشكل دوري^١. وقد ورد في هذا القرار بأنّه لا يجوز للمصرف التذرع بعدم تمتّع المستهلك "بالقليل من الحس والدراية" بالإنتباه إلى خطأ إرتكبه الحاسوب الآلي في حين يتوجّب على المسؤولين والممتهين العاملين في المصرف التنبّه إلى خطأ الحاسوب. وإنّ هذا القرار يأخذ بمسؤولية المصرف في التنبّه والتشدد بالأخطاء التي تحصل من قبلهم وليس على المستهلك التدقيق فيها والتنبّه لها. وفي قرار آخر أقرّ المصرف بمسؤولية مدير فرعه عن عمله المخالف لعنصر الحيطة والحذر لعدم التحقق والإتصال بالمستهلك للتأكد من صحة المعلومات الواردة أمامه. وإنّ هذا الإهمال قد ألحق ضرراً بمصالح المستهلك وربّب مسؤولية المصرف عن أخطاء متبوعيه^٢.

النبة الخامسة: موجب عدم التدخل Devoir de non-ingérence

على الرغم من مساهمة الممتهين في تقديم النصح والمعلومات اللازمة إلى المستهلك، غير أنّه يلتزم بموجب عدم التدخل أي يلتزم بالحدود المفروضة على علاقته بالمستهلك بأن لا يتدخّل بخصوصيته. يُعتبر هذا الموجب تقييداً لموجب الحيطة والحذر، إذ يبقى المصرف ملتزماً بعدم تجاوز حدوده في ممارسة عمله عبر إلزام المستهلك بالتعاقد أو بإتخاذ قرار مرتبط بالعقد. يضمن هذا المبدأ حرية المستهلك من جهة، ويحمي المصرف أيضاً من خلال التخفيف من المسؤوليات الملقاة على عاتقه من جهة أخرى. ويعود أساس هذا المبدأ إلى قرار محكمة التمييز الفرنسية في العام ١٩٣٠ حين أشارت لأول مرة إلى ضرورة عدم التدخل في قرارات المستهلك إلا ضمن نطاق عمل المصرف^٣. قد يتداخل موجب عدم التدخل مع موجب المراقبة والتقيظ في الحالة التي يكون موضوع الخدمة المالية متعلقاً بتقديم تسهيلات مصرفية للمستهلك. أمّا في الحالات الأخرى أي عند قيام المستهلك بالتبذير مثلاً فإنّه لا يحقّ للممتهين بأن يتدخّل بتصرفاته إلا ضمن ما تفرضه العلاقة التعاقدية. وفي هذا السياق قضت محكمة الإستئناف المدنية في بيروت في القرار رقم ٢٠٠٢/١١/٤٩ بأنّه إضافةً إلى موجب المصرف في تجنّب المداخلة في خيارات المستهلك وفي ترك الحرية له بإتخاذ القرارات التي يراها مناسبة لمصالحه، يقابله موجب آخر يتحمّله المصرف في علاقته مع المستهلك وهو الإستحصال على المعلومات اللازمة لهذا الأخير لإتخاذ القرار الضروري ولمتابعة حساباته ولرقابة تصرفاته^٤. حيث إعتبر القرار أنّ المصرف بصفته الوكيل

^١ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ١٤٠٢ بتاريخ ١٠/٩/٢٠١٢ / العدل/ ٢٠١٣/ العدد ٣/ ص ١٩٧٩ وما يليها.

^٢ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة الثالثة/ القرار رقم ٤١ بتاريخ ٢٧/٢/٢٠١٤ / العدل/ ٢٠١٤/ العدد ٣/ ص ١٥٠٩ وما يليها.

^٣ Cass. Civ. 28 janvier 1930, RTD civil, 1930, no. 363.

^٤ محكمة الإستئناف في بيروت/ الغرفة الأولى/ القرار رقم ١٤٩ بتاريخ ١٩/١/٢٠٠٢ / العدل/ ٢٠٠٤/ العدد ١/ ص ٥٠ وما يليها.

المهني للمستهلك يتوجب عليه الحفاظ على مصالح موكله. فإذا تبين له أنّ المستهلك لا يتصرف حسبما تقتضيه إعتبارات الحيطة والحذر، وجب عليه أن ينبّه للأمر والإمتناع عن مساعدته في إتمام العملية المشكوك في صوابها. وأضاف القرار أنّ التقيد بموجب الإستعلام يشكل أهمية خاصة لدى فتح الإعتمادات للمستهلكين أو لدى منحهم تسهيلات مصرفية. وبالتالي يلتزم المصرف بالإستحصال على كل المعلومات الضرورية لمساعدة المستهلك على إتخاذ القرار المناسب. كما أورد هذا القرار بأنّه إذا تبين للمصرف أنّ الهدف الذي يسعى إليه المستهلك محفوف بالمخاطر أو غير جدّي، وجب على الأول رفضها تحت طائلة مساءلته عن النتائج الضارة المترتبة على منحها بشكل غير مدروس. أكد هذا القرار أنّ المصرف يُعتبر وكيل المستهلك في التصرف بأمواله، الأمر الذي يربّب المسؤولية على عاتقه. وبالتالي يتبين أنّ ما يفصل موجب عدم التدخّل عن التدخّل الفعلي بقرار المستهلك هو موجب الحيطة والحذر الذي يلتزم به المصرف تجاه المستهلك بصفته وكيلاً عنه يتولّى الحفاظ على حقوقه وحمايتها. يشكل هذا القرار إضافةً مهمة في تحديد الدور الذي يلعبه المصرف في تعامله مع المستهلك حيث أشار إلى المصرف بأنّه وكيل أي أنّ المصرف لا يجب أن يسعى إلى حماية حقوقه الخاصة وحسب، بل يلتزم بأن يحمي حقوق المتعاملين معه أيضاً.

المبحث الثاني: ملامح الإلتزامات العامة للمتعاقدين لناحية التطبيق العملي

يتبين بعد هذا العرض أنّه على الرغم من إبرام المستهلك للعقد بكامل إرادته غير أنّه قد يشوبه عيب من عيوب الإرادة كالغلط والخداع. إذ تجاوزت ممارسات بعض المصارف الحدود المهنية التي يُفترض الإلتزام بها عند التعامل مع المستهلكين. ونظراً بأنّ محور دراستنا يتعلّق بالتعامل المصرفي تجاه المستهلك وبكيفية حمايته، وإنطلاقاً من هذه الإشكالية سوف نعرض في هذا المبحث أبرز ممارسات المصرف تجاه المستهلك ونفصّل المعايير الجوهرية التي ترعى هذا التعامل.

النبذة الأولى: ممارسات المصرف تجاه المستهلك المصرفي

تلجأ بعض المصارف إلى عدم إعلام المستهلك بكامل المخاطر الناجمة عن التعاقد بخدمة مالية معينة خصوصاً في حال التأخر عن الوفاء بالأقساط الشهرية المطلوبة أو حتى فيما يتعلّق بالطلبات الإضافية التي لا تظهر إلا خلال العلاقة التعاقدية. فيتفاجأ المستهلك بالقيمة المالية الإضافية التي تترتب عليه، وقد لا تسمح له ذمته المالية بأن يدفع ما يتوجب عليه. فيكون بذلك قد وقع بالغلط، ولو علم بهذه الأموال المطلوبة منه خلال العلاقة التعاقدية، لما أقدم على هذا التعاقد. وكذلك الأمر بالنسبة إلى الإعلانات التي تحمل في طياتها خداعاً يمارسه المصرف ويسوّق فيها لخدمة مالية معينة عبر الإعلان عن أسعار أقل من القيمة الفعلية لجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين.

الفقرة الأولى: واقع التعامل بين المصارف والمستهلكين

تؤكد جمعية المستهلك^١ أنّ قانون حماية المستهلك يرضى العمليات المصرفية عملاً بأحكام م ١٧ منه التي تنص على أنّ المصارف تخضع لقانون حماية المستهلك بكلّ ما لا يتعارض مع النصوص القانونية التي ترعى عمل المصارف. فتكون المصارف من حيث المبدأ خاضعة لقانون حماية المستهلك الذي يحمي المستهلك المصرفي. إنّما تكمن الإشكالية في كيفية تعامل القطاع المصرفي المتمثل بالمصرف المركزي مع حماية المستهلك المصرفي نظراً بأنّ مصرف لبنان المركزي كان لا يزال حتى نهاية عام ٢٠١٤ يفتقر إلى الهيكلية التي تطبق هذا القانون. وإنطلاقاً من غياب هذه الهيكلية، تُعتبر مديرية حماية المستهلك في وزارة التجارة والإقتصاد الهيئة المعنية والمسؤولة من الناحية القانونية عن حماية المستهلك كطرف ضعيف في العملية المصرفية. هذا فضلاً عن الدور المهم الذي يجب أن تقوم به لجنة الرقابة على المصارف بصفتها هيئة رقابية ضمن أجهزة المصرف المركزي. وفي هذا السياق تتابع جمعية حماية المستهلك موضوع حماية المستهلك المصرفي وتسعى إلى تحقيق الحماية له بالصلاحية المحدودة المتاحة لها علماً بأنّ المصرف المركزي هو من يتولّى الشؤون المتعلقة بالمصارف. وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ العديد من الشكاوى ترد إلى جمعية حماية المستهلك عن أداء القطاع المصرفي ويتمحور أغلبها حول الطلبات الإضافية في المدفوعات التي تطلبها المصارف من المستهلكين دون أن يكونوا على علم بها، وحول قيمة الفائدة المُعلّنة التي تكون دائماً أقل من القيمة الفعلية في العقد. هذا فضلاً عن إعتراض المستهلكين على غياب الشفافية في العمليات المصرفية لا سيّما فيما يتعلّق بتوطين فواتير الهاتف والكهرباء والمياه. إذ ترد بعض الشكاوى التي تأتي نتيجةً للبنود التعسفية التي يفرضها المصرف على المستهلك، نذكر منها تلك البنود الملزمة بوجود دفع كامل قيمة الفوائد على أساس المدة الممنوحة أصلاً لوفاء القرض حتى وإن سدد كامل قيمة القرض قبل المدة الممنوحة له. أي أنّ المصرف لا يقلل من قيمة الفوائد المتوقّ عليها أصلاً عند توفّر السيوّلة لدى المستهلك في وفاء القرض قبل إستحقاق أجله. ومثالاً آخر للبنود التعسفية يتجلّى بإدراج بعض المصارف لبند يمنع المستهلك من اللجوء إلى القضاء، مع العلم أنّ قانون حماية المستهلك ينصّ على لجوء المستهلك إلى القضاء. وفي هذا السياق يؤكد رئيس جمعية حماية المستهلك على أنّه حتى لو وقّع المستهلك على هذا البند، فإنّه يبقى متمتعاً بالحق في اللجوء إلى القضاء لحل النزاع نظراً بأنّ هذا البند يُعتبر من البنود التعسفية التي وردت في قانون حماية المستهلك والتي تكون قابلة للإبطال. يشير رئيس جمعية المستهلك بأنّ المصارف اللبانية تفتقر إلى وجود لوائح بالخدمات المصرفية وبأسعارها، حيث لا يوجد أي مصرف يقدّم هذه اللوائح والمعلومات. كما أنّ المصارف تعتمد على إرسال كشف حساب شهري إلى المستهلك دون طلب منه، بل بناءً على سياسة

^١ - زهير بزّو/ رئيس جمعية المستهلك في لبنان، (الإعلامية عادة عيد)/ برنامج "الفساد" قناة تلفزيون الجديد/ تاريخ

المصرف. ويكون هذا البند مُدرجاً في العقد الذي يوقع عليه المستهلك بالقبول دون أن يكون له الحق بالإعتراض على هذا البند أو سواه. فترسب المصارف كشف الحساب إلى المستهلك وتخصم قيمة هذا الإجراء من حسابه المصرفي. وإن هذا البند أيضاً يُعتبر من البنود التعسفية التي تُدرج في عقود الإذعان والذي يكون قابلاً للبطالان قضائياً. في الجهة المقابلة، وفي حال إدراج المصارف بنداً في عقودها يفيد اللجوء إلى القضاء عند النزاع، تقوم بتحديد ١٠% من الأموال عبارة عن أتعاب المحامين لدى المصارف^١. وعلى هذا النحو يصبح سلوك المستهلك لطريق القضاء صعباً ومكلفاً فيبتعد عن المطالبة بحقه. كما تتجه معظم المصارف في عقود القرض إلى الربط بين التأمين والقرض، أي أنه لا يمكن للمستهلك أن يرفض شروط التأمين المرفقة مع الخدمة المالية موضوع العقد. ويدخل هذا البند ضمن البنود التعسفية وفق قانون حماية المستهلك. معظم الشكاوى ضد المصارف التي ترد إلى جمعية حماية المستهلك تتعلق بعدم شفافية العمليات التي تقوم بها لدى تقديم الخدمات إلى المستهلكين. فالمصارف تستثمر أموال الجمهور وتأخذ أضعاف قيمة الخدمة التي تقدمها من جهة، والمستهلكون يجهلون ما تستحصل عليه المصارف لأنهم لا يلمون بتفاصيل الأعمال التي تتولاها المصارف من جهة أخرى.

تطرح جمعية المستهلك في المقابل بعض الحلول التي من شأنها أن تخفف من حدة الهوة بين الطرفين. ويرجع رئيس الجمعية إلى قانون حماية المستهلك اللبناني الذي نصّ على إنشاء لجنة حل النزاعات برئاسة قاضٍ وعضوية ممثلة بغرفة الصناعة والتجارة وجمعية حماية المستهلك، إلا أن هذه اللجنة لم تنشأ حتى اليوم. ونظراً لغياب هذه اللجنة، تطرح الجمعية تشكيل لجنة برئاسة حاكم مصرف لبنان المركزي وعضوية ممثلة بجمعية المصارف وجمعية حماية المستهلك (عضو من كل طرف) والتي تعمل بإدارة المصرف المركزي. تتولى إدارة هذه اللجنة إقتراح كل الأشكال القانونية لمعالجة هذه المشاكل بما يتلاءم مع مصلحة المستهلك في إطار القانون. إذ بات ضرورياً تشكيل هيئة تُعنى بحماية حقوق المستهلك وتأخذ بعين الإعتبار الإلتزام بالقانون وتسعى إلى التنسيق بين المصارف للحدّ من الإضرار بمصالح المستهلك ولزيادة الشفافية. وإنّ قيام المصارف بإعداد لوائح بالخدمات وبأسعارها يخفف من تلاعب المصارف في تحديد أسعار الخدمات أو تغييرها خلال فترة العلاقة التعاقدية. كما أنّ هذه اللوائح من شأنها أن تعزز الشفافية في التعامل لأنّ المستهلك عندما يدخل إلى المصرف سوف يكون على دراية بكل الخدمات الموجودة. هذا فضلاً عن إزدياد التزام الدعاوي بين المصارف بشكل ملفت في السنوات العشر الأخيرة، حيث باتت المخالفات واضحة وصريحة فيما يتعلّق بالإعلانات الدعائية غير الشفافة. وهذه المشكلة في عدم شفافية الإعلانات تكاد تكون مشتركة بين المستهلكين الأفراد والتجار والشركات والصناعات على حدّ سواء وتستوجب حماية المستهلك منها. وسوف تساهم تلك اللجنة إن وُجدت، في تطوير العلاقة بين المصرف والمستهلك بشكل فعّال.

^١ بيار الجميل/ محامٍ بالإستئناف: (الإعلامية عادة عيد)/ برنامج "الفساد" قناة تلفزيون الجديد/ تاريخ ٢٠١٤/٢/٥.

يُتَّضح تضارب الصلاحيات بين مهام مصرف لبنان المركزي من جهة، وبين مهام جمعية حماية المستهلك من جهة أخرى. وبات جلياً أنّ المصرف المركزي يفصل حماية المستهلك المصرفي عن مهام جمعية حماية المستهلك ومديرية حماية المستهلك. فالقطاع المصرفي يخضع لقانون النقد والتسليف ولا يخضع لقانون حماية المستهلك وفق ما قضت به إجتماعات جمعية الصناعيين^١ ووفق الواقع العملي الذي فرضه المصرف المركزي. وللتمعّن أكثر في أداء المصارف أثناء تعاملهم مع المستهلكين، عمدنا في هذه الفقرة إلى إسناد هذا الأداء إلى مقابلتين أجريناها مع مصرفين مهمّين عاملين في لبنان لنقل حقيقة التعامل بين الطرفين بشفافية كاملة ولتسليط الضوء على الثُغْر التي تنجم عن هذا التعامل. وسوف نشير إلى المصرف الأول بأنّه (أ) والمصرف الثاني (ب).

أولاً: العمولات والفوائد والرسوم

تتقاضى معظم المصارف في لبنان الرسوم لقاء كل عمل تقوم به لصالح المستهلكين المتعاملين معها بما فيه فتح الحساب المصرفي^٢. وكذلك الأمر بالنسبة إلى كشف الحساب الذي لا يتم دون مقابل في معظم المصارف وبخاصة إذا كان المستهلك يطلب العديد من كشوفات الحساب. إنّ كشف الحساب الذي يتمّ من قِبل المركز الرئيس للمصرف (أ) ويُرسَل إلى الفروع، لا يتم دون عمولة سواء أكان الكشف شهرياً على الحساب الجاري أو فصلياً في أنواع أخرى من الحسابات المصرفية. كما أنّ المصرف لا يُقدّم بتاتاً على إغلاق الحساب المصرفي مهما تأخّر المستهلك عن تفعيله أو إستخدامه، بل يتحوّل من حساب جارٍ إلى حساب راكد (inactive or dormant) أي يكون قابلاً بأن يُعاد تحريكه بناءً على طلب من المستهلك. وإنّ هذه الحماية يفرضها القضاء اللبناني أيضاً وفق قرار صادر عن محكمة الإستئناف المدنية في بيروت بتاريخ ٢٩/٥/٢٠١٢ الذي تناول إقدام أحد المصارف على إقفال حساب التوفير العائد إلى مستهلك قد غادر البلاد بدواعي السفر ولأسباب إستثنائية^٣. تدرّج هذا المصرف بالغياب الطويل للمستهلك وبأنّه (أي المستهلك) لم يكن بنية الحفاظ على الحساب. غير أنّ المستهلك كان لا يزال محتفظاً بدفتر التوفير لكنّه لم يحرك حسابه لفترة زمنية طويلة. قضت محكمة الإستئناف في هذا القرار بأنّ المصرف لدى إقفاله الحساب كان عليه أن يبلغ المستهلك بهذا العمل نظراً للنتائج الخطيرة والمهمة المترتبة عن هذا الإقفال، إلا إذا تبين بشكل واضح أنّ صاحب الحساب علّم بالإقفال ووافق عليه. وإضافةً إلى ذلك، لا يمكن للمصرف أن يتدرّج بأنّ للمستهلك نية مستترة بإقفال حساب التوفير. يتّضح في هذه الحالة بأنّ القضاء قد حمى المستهلك ولم يدعم المصرف في موقفه على الرغم من غياب المستهلك عن البلاد وعدم تحريكه لحساب التوفير لديه

^١ فادي عبّود/ وزير السياحة السابق: (الإعلامية عادة عيد)/ برنامج "الفساد" قناة تلفزيون الجديد/ تاريخ ٥/٢/٢٠١٤.

^٢ مسؤول عن العمليات التنفيذية في فرع مصرف لبناني (أ) يحتل المرتبة الثالثة من بين المصارف العاملة في لبنان/ مقابلة خاصة/ تاريخ ٧/٧/٢٠١٥. (لم نذكر إسم المسؤول حفاظاً على الشفافية والسرية)

^٣ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ رقم القرار غير مذكور صادر بتاريخ ٢٩/٥/٢٠١٢ / العدل/ ٢٠١٢/ العدد ٣/ ص ١٤٢٥ وما يليها.

لمدة طويلة. وبالتالي لا يأخذ القضاء بالنية المستترة بل يعتدّ بدلائل ملموسة حفاظاً على حقوق ومصالح الطرف الضعيف. وفي المقابل تعمد المحاكم في لبنان على اعتبار سكوت المستهلك وعدم إحتجابه على مضمون أي تغيير يطرأ على العقد بمثابة قبول، طبعاً إذا كان قد تمّ إعلامه بهذا التغيير. حيث قضت محكمة التمييز في القرار رقم ٢٥ الصادر بتاريخ ١٩٩٧/١٢/٣٠ بأنّه وفق التعامل الجاري بين المصارف وزبائنها، إذا إلتم المستهلك السكوت بعد تسليمه كشف حسابه من المصرف الذي يتعامل معه ولم يعترض أو يحتجّ على مضمون الكشف الذي يحوي معلومات واضحة من شأنها أن تثير إنباه المستهلك إلى التعديلات الطارئة التي إتبعها المصرف في تعامله معه عملياً، والتي تؤدّي إلى الخروج عن الميادين المعتمدة في الإتفاق الأساس بين الفريقين. وإنّ سكوت المستهلك في مثل هذه الظروف والحالات دون الإحتجاج على تلك التعديلات خلال مهلة زمنية معقولة أو محدّدة أساساً في العقد، يُفسّر بأنّه موافقة ضمنية من المستهلك على مضمون الكشف وإعترافاً بكل ما يترتب على ذلك من نتائج شرط أن لا تكون التعديلات الطارئة على العقد من قبل المصرف متعارضة مع أحكام القانون أو الإنتظام العام. وهذا هو حال معظم النزاعات القضائية والقرارات الصادرة عن محكمة التمييز التي تتمحور حول فكرة سكوت المستهلك وعدم إعتراضه ضمن مهلة زمنية معقولة بعد توقّف الدلائل بأنّ المصرف قد أعلمه بمضمون الموضوع، مع العلم بأنّ المستهلك قد يكون جاهلاً لهذه الفكرة أو مفتقراً للخبرة في مثل هذه الحالات. وفي قرار مماثل صدر عن محكمة التمييز بتاريخ ٢٠٠٨/١/١٧ التي أبرمت القرار الصادر عن محكمة الإستئناف، بحيث كانت قد إعتبرت محكمة الإستئناف في قرارها أنّ المميّزة (المستهلكة) تنازلت ضمناً كما يُستفاد من تصرفاتها عن الشرط الموضوع لمصلحتها في العقد لجهة إبلاغها تعديل الفائدة. كما إعتبرت محكمة الإستئناف أنّ المميّزة لم تبيّن الضرر الذي أصابها من جراء عدم تبليغها القرار برفع الفائدة، ولم تثبت أنّ الفائدة الجديدة إحتسبت بطريقة مخالفة للأعراف السائدة. هذا فضلاً عن أنّ المعطيات المتوقّرة في الملف لا تدلّ على أنّها (المستهلكة) كانت بصدد الإعتراض بشكل فعّال على الفائدة الجديدة^٢. وبالتالي لا تأخذ المحاكم بعلم المستهلك إلا بعد التثبت من الوقائع والدلائل المؤشرة إلى ذلك. ويؤخذ هنا على المحاكم في هذه الحالات عدم المراعاة لفكرة عدم إعتياد المستهلك على الإستعلام عن التغييرات الطارئة على حسابه المصرفي أو الخدمات موضوع التعاقد كونه لا يلمّ بثقافة التعامل مع هيئات مالية محترفة. لذلك حتى لو كان المستهلك عالماً بتغيير معين، وعلى فرض أنّه يُسأل عن عدم إستعلامه، إلا أنّه في المقابل يتوجّب أن يتمّ تحذيره وتنبهه إلى ضرورة الإستفسار والإستعلام عن كل تفصيل يتعلّق بتعامله مع المصرف. وبالتالي فإنّ المستهلك غير الممتن، وإن كان عالماً بأيّ تغييرات طارئة على الخدمة موضوع التعاقد، ليس بالضرورة أن يكون في موقع قوي يرشده بأن يستعلم عن هذا التغيير وعن آثاره. وهنا تبرز

^١ محكمة التمييز المدنية/ الغرفة الرابعة/ القرار رقم ٢٥ بتاريخ ١٩٩٧/١٢/٣٠ / كساندر/ ١٩٩٧/ العدد ٧-١٢ (الجزء ١٢)/ ص ٥١٢ ق وما يليها.

^٢ محكمة التمييز المدنية/ الغرفة الرابعة/ رقم القرار غير مذكور الصادر بتاريخ ٢٠٠٨/١/١٧ / العدل/ ٢٠٠٨/ العدد ٢/ ص ٦٣٦ وما يليها.

أهمية إمداد المستهلكين بالوعي المصرفي اللازم والضروري لكي يكونوا على إستعداد في مواجهة أي طارئ أثناء تعاملهم مع المصرف.

أما بالنسبة إلى موجبات المصرفي في ما يخص تقديم النصح إلى المستهلك، تُعتبر بعض المصارف بأنّ الموظفين يجب أن يكونوا بمثابة المستشار في تقديم النصح والإرشاد بشفافية تامة وفي إعلام المستهلك بكافة التفاصيل لدى فتح الحساب أو تقديم أي خدمة مالية أخرى. إذ يجب أن يقف المصرفي موقف الحَكم حفاظاً على مصلحة المصرف من جهة، وعلى مصلحة المستهلك من جهة أخرى. فالمصرف (أ) يعتبر أنه لا يمكن أن يظلّ قائماً دون العمولات والفوائد التي يتقاضاها جزاء الخدمات التي يعرضها أمام الجمهور التي تشكّل مصدر ربحيته وإستمراريته ومورداً للأجور. وفي هذا السياق يعترض هذا المصرف على نظرة الجمهور العامة تجاه المصارف بإعتبارها وكأنها جمعية خيرية يتوجّب عليها مساعدة الناس ويضيف بأنّ دور المصارف التجارية يختلف عن دور الدولة الذي يكمن في تأمين حاجات الشعب، في حين أنّ المصارف تبتغي تحقيق الربح كهدف أولي. إلا أنّ هذا المصرف بالتحديد لا يفرض عمولات وفوائد مرتفعة القيمة مقارنةً بغيره من المصارف. في المقابل يربط حاكم مصرف لبنان السبب في إرتفاع قيمة أرباح المصارف بإرتفاع ميزانياتها وبتكوين بيئة منظّمة قابلة للعمل. وينفي إرتباط إرتفاع قيمة هذه الأرباح بالنسب العالية للفوائد لأنّه أشار بأنّ النسب المئوية للفوائد إنخفضت عن تلك التي كانت مُعتمدة في السابق¹. مع العلم أنّ كل الأفراد الذين يتعاملون مع المصارف يشكون من إرتفاع نسب الفوائد المفروضة من قبل المصارف ويجهلون الأساس القانوني في تحديد معدّلاتها.

أما بالنسبة إلى العمولات على البطاقات الإئتمانية فإنّها تُحتسب شهرياً. فبطاقات الإئتمان تُعتبر تسليفية أي أنّها تقوم بتسليف المستهلك إمّا شهرياً على أن تُسدّد في نهاية الشهر، أو أن تكون من النوع المتجدّد (revolving) فتُعتبر بمثابة دين عادي، وتُحتسب العمولة والفوائد عند كل مرة يجري فيها السحب نقداً. وفي مقارنةٍ لوضع هذا المصرف مع غيره من المصارف فإنّ الفوائد على بطاقات الإئتمان فيه تبلغ ١,٥% في حين تبلغ في المصارف الأخرى نسبة ٢%. وبالتالي فإنّ كل مصرف يحدّد قيمة الفوائد لديه وفقاً لسياسته ولإستراتيجية التي يعتمدها. فالمصرف المركزي يحدّد الحد الأدنى للفوائد التي يجب على المصارف إعتماؤها، لكنّها لا تكون إلزامية. وبالنسبة إلى المصرف (أ) فإنّه يعتمد المعايير التي حدّدها المصرف المركزي إنّما بفارق إضافي بسيط في الزيادة. إلا أنّ الملفت في هذا الموضوع هو إعتقاد الفروع التابعة للمركز الرئيس نسباً متفاوتة للفوائد وللعمولات ما يدلّ بأنّ كل مصرف يتّخذ لنفسه منهجاً معيناً والمصارف، كفروعٍ فيما بينها، ليست موحّدة في معدّلات الفوائد التي تفرضها على المتعاملين معها. والسبب الذي يجعل هذا المصرف يعتمد نسباً منخفضة للفوائد وللعمولات، مقارنةً مع غيره، يرتبط بدراسة ما تقدّمه المصارف المجاورة له من أسعار، وبتخفيض قيمة العمولات والفوائد لديه بهدف المنافسة ولجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين. وهذا الواقع يؤكّد الحرية الواسعة الممنوحة للمصارف في

¹ رياض سلامة/ حاكم مصرف لبنان، (الإعلامية جيسي طراد) / مقابلة خاصة على تلفزيون MTV / تاريخ

ممارستها لمهامها. إضافةً إلى ذلك، فإنّ معدلات الفوائد والعمولات ليست ثابتة بل متغيّرة سنويّاً. ويعتمد هذا المصرف ضمن سياسته منح معدّلات فوائد مرتفعة للودائع الكبيرة ومعدّلات منخفضة للودائع الصغيرة كونه يتّبع في إستراتيجيته نظام الرأسمالية المنظّمة. وقد جاء في القرار رقم ٢٠١٢/٤٧ الصادر عن محكمة التمييز المدنية في بيروت^١ بتاريخ ٢٣/١٠/٢٠١٢ أنّ المصرف الذي يدّعي تزوير المستهلك لبطاقة الإئتمان يتوجّب عليه إثبات إدّعاءه. وبالتالي فإنّ غياب شكوى جزائية بالتزوير يشكّل دليلاً لإنتفائه بحيث لم يثبت تقدّم المصرف بإدّعاء تزوير طويلة فترة التعامل وحتى المحاكمة. أما بالنسبة إلى المصرف (ب)^٢ فقد أشار بأنّه لا يتقاضى العمولات مقابل بعض أنواع من الحسابات المصرفية التي يجري فتحها لديه. كما أنّه أشار بأنّ معدلات الفوائد والعمولات ثابتة لا تتغيّر، وبأنّه لا يتم إقفال الحساب المصرفي للمستهلك المتوقف عن دفع المستحقات عليه، إلا بعد إرسال الإنذارات إليه. وهناك بعض الخدمات التي يقدّمها دون أية عمولة مثل الحساب المخصّص للأطفال لإدّخار الأموال من أجل تأمين أقساط الجامعات لاحقاً.

ثانياً: حماية المستهلك

كان هذا الفرع للمصرف (أ) لا يزال حتى تاريخ ٢٠١٥/٧/٧ لم يطبّق القرار^٣ رقم ١٣٤ الصادر عن المصرف المركزي بتاريخ ٢٠١٥/٢/١٢، لا بل أنّه لم يكن على علم بصدوره لدى سؤالنا عن مدى الإلتزام بتطبيقه. وهذا القرار سوف نفضّله تباعاً في القسم الثاني من هذه الرسالة وهو عبارة عن لائحة بحقوق وواجبات المستهلك المصرفي. وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ المصرف (أ) قد بدأ بتطبيق هذا القرار بعد هذه المقابلة وتوزيع اللائحة الخاصة بحقوق وواجبات المستهلك التي عمّمها المصرف المركزي في قراره المذكور. وبالتالي كان المصرف (أ) يعتمد قبل الإلتزام بتطبيق هذا القرار صندوقاً صغيراً لتلقّي الشكاوى من قبل المستهلكين. وأشار إلى أنّ المستهلكين في المجمل يتدّمرون من التأخير أثناء إنتظارهم لدورهم في المصرف، إذ لم يكن يعتمد فرع هذا المصرف بعد نظام توزيع أرقام الإنتظار queuing system. أما بالنسبة إلى الإجراءات التي يعتمدها المصرف في حماية المستهلكين أثناء المعاملات المصرفية، فإنّه عندما يدفع المستهلك بالعملة الأجنبية أو يقوم بتحويل العملة وقطعها، يتطلّب هذا الإجراء طابعاً مالياً وموافقة المستهلك وتوقيعه وفقاً للقيمة التي تحدّدها البورصة بتاريخ التحويل. أما بالنسبة إلى إتاحة المصرف الفرصة أمام المستهلك بقراءة العقد، فالمصرف (أ) يعتبر أنّ قراءة المستهلك للعقد ليست ممنوعة بتاتاً. إنّما يُعطى المستهلك الوقت الكافي إذا إراد قراءته، لكنّه يعتبر أنّ المشكلة تكمن في المستهلكين الذين لا يطلبون قراءة مضمون العقود ولا يطّلعون عليه، ومن ثمّ في

^١ محكمة التمييز المدنية في بيروت/ الغرفة الرابعة/ القرار رقم ٤٧ بتاريخ ٢٣/١٠/٢٠١٢ / العدل/ ٢٠١٣/ العدد ٢ / ص ٧٧٣ وما يليها.

^٢ مدير الدائرة القانونية في فرع مصرف لبناني (ب) يحتل المرتبة السابعة من بين المصارف العاملة في لبنان/ مقابلة خاصة/ تاريخ ٢٠١٥/٨/١٢. (لم نذكر إسم المدير حفاظاً على الشفافية والسرية)

^٣ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف لبنان المركزي: <http://www.bdl.gov.lb/circulars/index/5/33/0/Basic-Circulars.html>

مرحلة لاحقة للتعاقد يتدمرون من عدم السماح لهم بالقراءة. أي أنه حمل المستهلك مسؤولية عدم قراءة العقد في حين يتجه عدد آخر من المستهلكين إلى قراءة العقد بتأنٍ ووعي، دون أن يشير إلى مسؤولية المصرفي في لفت إنتباه المستهلك إلى أهمية قراءته للعقد قبل التوقيع. ويُعزى هذا التبرير إلى أن العقود موحّدة في الدائرة القانونية ومنظمة بنماذج متكاملة وفقاً لمعايير قانونية ثابتة، وبأنّ العقود مقروءة وواضحة لا يشوبها أية عقبة في الفهم. وفي هذا المجال يتدرّج المستهلك بعامل الثقة في التعامل المصرفي الذي حمله إلى التوقيع على أسفل كل صفحة من العقد بطلب من المصرف دون قراءة تلك الصفحات¹، وقد صدر عن محكمة التمييز في العام ٢٠٠٢ القرار رقم ١٦ بتاريخ ١١/٤/٢٠٠٢ الذي حدّد بأنّ هذا العمل لم يرد ضمن الأسباب المقبولة للتمييز بمقتضى م ٧٠٨ أ.م.م. هذا القرار بتعليقه لا يحمي المستهلك غير الممتن من قوة المركز الإقتصادي الذي يتمتّع به المصرف. فإنّ أغلب المستهلكين يُقدّمون على التوقيع على المستندات دون أن يقرأوا محتواها، بل يوقعون بناءً على طلب من المصرف. وقد علّل حكمه بعدم تضمّن القوانين أحكاماً تمنح هذا العمل سبباً قانونياً للتمييز، الأمر الذي يؤكّد عدم تطور القوانين اللبنانية ومواكبتها لكل ما فرضه التقدم الإقتصادي والتقني والصناعي على مختلف القطاعات في لبنان. وفي سياق مراقبة أداء المصرفيين لناحية تعاملهم مع المستهلكين، يتعاقد المصرف (أ) مع شركة خاصة تُعرّف بالمستهلك المقنّع (mystery shopper) تتولّى مهمة مراقبة أداء الموظفين. "المستهلك المقنّع" عبارة عن شركة خاصة تعيّن المصارف لمراقبة أداء الموظفين فيها وسلوكهم مع المستهلكين. تتمثل عبر قيام إدارات المؤسسات المالية بإرسال مندوبين، من قبل هذه الشركة الخاصة، يدعون أمام المصرفيين بأنهم من المستهلكين الذين يريدون التعاقد مع هذه المؤسسة المالية. وبهذه الطريقة يقوم المصرف بدراسة ومراقبة أداء العاملين في المؤسسة لناحية الإرشاد والشفافية في التعامل مع المستهلك. تُعتبر هذه الشركة آلية عملية ناجعة تتيح مراقبة نوعية الخدمات المفروضة وقياس درجة النصح فيها وإنها الآلية الأكثر شيوعاً وإستخداماً في العالم.

وبالإنتقال إلى المصرف (ب)، ما يميّز هذا المصرف عن غيره من المصارف بأنّه يطبّق المعايير المعتمدة في كل من لبنان وفرنسا لأنّه تابع إلى سلسلة من المصارف الفرنسية. وعلى هذا الأساس يحرص على تلقّي إتصالات المستهلكين حول الشكاوى عن أي خدمة أو موظف، وتقوم الدائرة المعنية بإتخاذ التدابير الملائمة بشأن الموظف المشكو منه أو بشأن الشكاوى نفسها. وفي حال تطلّب موضوع الشكاوى إعتذاراً من المستهلك، يجري إرساله إليه. تتعدّد مواضيع الشكاوى أمامه، بحيث يرتبط بعضها بمطالب محقّة أما بعضها الآخر فلا يكون للحق أساس فيها. ولناحية سياسة المصرف (ب) في حماية المستهلك، وإنطلاقاً من فرض المصرف المركزي على المصارف ضرورة تفسير وعرض كافة تفاصيل الخدمة بواسطة كتيبات، يوزّع هذا المصرف تلك الكتيبات باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية عبر توضيح محتواها حفاظاً على الشفافية المطلوبة. كما يتيح هذا المصرف إستشارة المستهلك لمحاج في

¹ محكمة التمييز المدنية/ الغرفة الرابعة/ القرار رقم ١٦ بتاريخ ١١/٤/٢٠٠٢ / باز/ ٢٠٠٢ / ص ٣٣٨ وما يليها.

حال توفّر أي مستند قانوني يرتب التزامات قانونية على عاتق المستهلك. إذ يُعطى المستهلك نسخة عن هذا المستند ليطلع عليه المحامي قبل أن تصدر الموافقة من قبل المستهلك ويوقع عليه بالقبول. وإنّ هذا الإجراء المتمثّل بالإعتراف بحق المستهلك في إستشارة المحامي لا يشكّل إجراءً جديداً في سياسة هذا المصرف، بل يقرّ ويعترف بأنّ المستهلك لا يملك المعرفة الكافية في إنشاء علاقات والالتزامات القانونية مهما قام المصرفي بتوضيح بعض البنود. وعلى هذا الأساس يمنح المصرف (ب) الحق للمتعامل معه في الإستحصال على نسخة من مضمون الإلتزام ليحظى بإستشارة قانونية وليتفاوض محاميه الخاص مع المصرف بخصوص بعض البنود والإتفاق وفقاً لِم يتلاءم مع مصلحة المستهلك. وبالتالي ينفي المصرف (ب) عدم السماح للمستهلك بقراءة العقد قبل الموافقة على مندرجاته. أما بالنسبة إلى إلتزام المصرف بالقرار رقم ١٣٤ الصادر عن المصرف المركزي في مطلع عام ٢٠١٥، فإنّه سبق وإعتمد معظم ما ورد فيه قبل صدوره (وتحديداً منذ العام ٢٠٠٩) نظراً بأنّه يتّبع للمركز الأساس في فرنسا ويطبّق كل من القانونين اللّبناني والفرنسي في هذا المجال.

عمدنا من خلال هذه الفقرة إلى تسليط الضوء على أداء المصارف وأسلوبها مع المستهلكين لناحية كل ما يتعلّق بالمعاملات المالية التي تجمع هذين الطرفين. فالمصارف إنطلاقاً ممّا سبق عرضه ومن موقعها الإقتصادي القوي تعتمد أسلوباً خاصاً لدى إتمامها للعمليات المالية مع المستهلكين. بحيث يتبيّن بوضوح منح المصرف المركزي الحرية الواسعة للمصارف لدى ممارستها لمهامها.

الفقرة الثانية: مسؤولية المصارف عن سلوكهم تجاه المستهلك

إنطلاقاً من قوة السلطة التي تتمتع بها المصارف، يُطرح السؤال هنا عن مدى تراخي المصرف المركزي مع المصارف مقابل الأرباح التي تجنيها. يعتبر البروفسور غالب محمصاني أنّ المصرف المركزي لا يتراخي مع المصارف^١ بل يعمل ضمن صلاحياته، وخير دليل على ذلك أنّ المصرف المركزي يُعتبر سبّاقاً في قوة نظامه وثبات نجاحه. كما يشير بأنّ المصرف المركزي قد فُرِضت عليه قيود وواجبات عديدة من جهة، لكنّه من جهة أخرى يتلقّى الدعم بشكل واضح وأكيد. ويضيف في هذا المجال إلى أنّ القطاع المصرفي هو القطاع الوحيد الذي فُرِضت عليه القيود الرقابية كإنشاء دائرة الإمتثال Compliance ودائرة الرقابة الداخلية Internal Audit. وإعتبر أنّ هذه القيود تشكّل أدوات ضغط على المصرف المركزي. وأضاف بأنّ هذا النوع من الرقابة ليس موجوداً إلا في المصارف، نظراً بأنّ قانون التجارة يفتقر إلى أي بند متعلّق بهذه الإجراءات وكذلك الأمر بالنسبة إلى قانون النقد والتسليف. ويعتبر أنّ التعديلات في هذا القانون التي جرت عام ١٩٦٧ ليست كافية في ظل كل ما يستجدّ في المعاملات المالية. وبأنّه تمّ تشكيل العديد من اللجان النيابية منذ العام ١٩٩٦ لوضع مشاريع القوانين التي ترعى هذه التفاصيل، إلا أنّها لم تصل إلى مرحلة التشريع بعد. إذاً ما هو العائق الذي يحول دون تشريع هذه القوانين؟ يؤكّد البروفسور محمصاني أنّ هنالك غياب واضح لناحية تشريع القوانين وتعديل بعضها الآخر، بحيث يقع على عاتق الحكومة واجب ملاحقة هذه التعديلات والمشاريع القانونية. وأشار

^١ غالب محمصاني/ بروفسور ومحامٍ/ مقابلة خاصة/ تاريخ ٣٠/٩/٢٠١٥.

أيضاً إلى أنّ المصارف تعمل ضمن سياسة التملّص من المسؤولية، إذ في كل مرة تصدر فيها قوانين دولية تتعلّق بتنظيم شؤون القطاع المصرفي، تخلق المصارف لها بنداً يعفيها من المسؤولية. وهذه العقود النموذجية والمعدّة مسبقاً تتطوّر وتزيد بقعة إنتشارها بشكل مستمر، الأمر الذي يساهم في الإستمرار بإدراج تلك البنود التي تعفي من مسؤولية المصارف. من جهة أخرى إنتقد البروفسور محمّصاني إعتقاد المصارف، وفقاً لقانون النقد والتسليف، الدفتر الشخصي (دفتر التوفير) وحده كدليل لإثبات صحة الإلتزامات والقيود التي تقع على عاتق المستهلك. حيث أشار إلى أهمية أن يتواجد مع المستهلك محاميه الخاص كونه (أي المستهلك) يوقّع على الإلتزام ببنود قانونية تُنتج إلتزامات قانونية لا يُستهان بها.

أما بالنسبة إلى دفتر التوفير، نصّ قانون النقد والتسليف في م ١٦٨ منه بأنّ فتح حساب إِدْخار يؤدي إلى تسليم المصرف دفترًا شخصياً إلى صاحب الحساب ويكون بمثابة سند دين للمودع وهو غير قابل للإنتقال بالتفرغ ولا بالتظهير. كما أورد القانون في م ١٦٩ منه بأنّه "لا يمكن دفع المبالغ وسحبها إلا بعد إبراز الدفتر للدائرة التي أصدرت هذا المستند الذي يجب أن تُدوّن فيه العمليات المذكورة. ولا يُسمح بسحب المبالغ بواسطة الشكايات أو التحاويل". وعطفاً على مضمون هاتين المادتين، قضت محكمة الإستئناف المدنية في الشمال في القرار رقم ٦٧٧ الصادر بتاريخ ٢٧/١١/٢٠٠٨ أنّ دفاًتر وقيود المصرف مصدّقة وتشكّل حجة قاطعة وملزمة للمستهلك وليس له حق الطعن فيها أو الإعتراض عليها وهذه القوة الثبوتية التي تتمتع بها دفاًتر المصرف لا تخالف النظام العام^١. أصدر القضاء العديد من القرارات التي أنصفت الطرفين في هذا الشأن، إذ قضت المحكمة المصرفية الخاصة في قرارها الصادر بتاريخ ٧/٣/١٩٩٧ بأنّه لا وجود للحق كدين مترتّب بذمة المصرف دون الدفتر وبمعزل عنه^٢. يجد هذا المنحى تبريره أيضاً كون دفتر التوفير يصدر عن المصرف وبواسطة موظّفيه فيُسمي المصرف ملتزماً بنتائجه، وبخاصّةٍ متى علِمَ أنّه يشكّل بحد ذاته وسيلة إثبات مطلقة لا تُردّ. فيُستغنى به عن سائر وسائل الإثبات لأنّه الحجة القاطعة التي لا يحق للمصرف نقضها بالدليل المعاكس. وأشار القرار أيضاً إلى أنّ هذه القوة الثبوتية المطلقة لدفتر التوفير تحمل إستثناءً واحداً يتمثّل بحالة إرتكاب الغش من قبل المدّخر، عملاً بالقاعدة الكلية "الغش يُفسد كل شيء". أي أنّ هذا القرار حمى المصرف وقضى بأنّ الغش يدحض هذه القوة الثبوتية المطلقة التي يتمتع بها دفتر التوفير. أمّا القرار رقم ٢١ الصادر عن محكمة التمييز بتاريخ ٥/٣/١٩٩٨ فقد حمى المستهلك على خلاف القرار السابق^٣. إذ كان المستهلك قد حضر إلى المصرف ومعه دفتر حساب التوفير بالدولار لقبض حسابه، فوجئ بقول المصرفي بأنّ الحساب أُفْقِلَ

^١ محكمة الإستئناف المدنية في الشمال/ الغرفة الرابعة/ القرار رقم ٦٧٧ بتاريخ ٢٧/١١/٢٠٠٨ / العدل/ ٢٠١٠ / العدد ٧١٢ وما يليها.

^٢ المحكمة المصرفية الخاصة/ رقم القرار غير مذكور الصادر بتاريخ ٧/٣/١٩٩٧ / العدل/ ١٩٩٨ / ص ٢٩٣ وما يليها.

^٣ محكمة التمييز المدنية/ الغرفة الأولى/ القرار رقم ٢١ بتاريخ ٥/٣/١٩٩٨ / كساندر/ ١٩٩٨ / العدد ١-٤ (الجزء ٣) / ص ق ٢٧٦ وما يليها.

وبأنّ ذمة المصرف بريئة. والمصرف تدرّع بأنّه طلب شفهيّاً من المستهلك تحويل الرصيد من الدولار إلى العملة اللبّانية. إلا أنّ القرار الإستئنائي المصدّق للحكم الابتدائي إعتبر أنّ دفتر التوفير عملاً بالمادة ١٦٨ من قانون النقد والتسليف يُعدّ سند دين للمودع وغير قابل للانتقال بالتفرغ ولا بالتظهير. وأنّه عملاً بالمادة ١٦٩ أيضاً من القانون نفسه شرع دفتر التوفير لحماية المصرف والمستهلك معاً، فعلى المصرف أن يتدرّع بإبراز الدفتر كي يدفع، وللمودع أيضاً أن يتمسك به لحماية حسابه كي لا تتم أية عملية بغياب هذا الدفتر. ولا يُطلب من المودع أن يثبت إيداعاته في الدفتر إلا عن طريق ما دُوّن فيه من قيود بإعتبار أنّ القانون أعطاه قوة ثبوتية مطلقة. لم يستطع المصرف إثبات غش المستهلك لدحض القوة الثبوتية المطلقة للدفتر. وقد عمد هذا القرار إلى تمييز وتخصيص دفتر التوفير بإعتبار أنّه يختلف عن بقية الحسابات، بحيث لا يمكن دفع المبالغ الواردة فيه أو سحبها أو تحويلها إلا بعد إبراز الدفتر للدائرة التي أصدرته لكي تُدوّن فيه العمليات المذكورة، ولا يُسمح بسحب المبالغ عن أي طريق أخرى. وفي نحو مماثل، إعتبرت محكمة الدرجة الأولى في بيروت في القرار رقم ٥١ الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٤ بأنّ المصرف أصدر دفتر توفير لصالح المستهلك بمقتضى عقد فتح حساب إِدْخار وطالب المستهلك بالزام المصرف تسديد رصيد الحساب الموثق في دفتر التوفير مع فوائده. وبالفعل ألزم المصرف بأن يدفع للمستهلك المبلغ المطلوب مع الفائدة القانونية من تاريخ إستحقاقها وحتى تاريخ تنفيذ الحكم. فالمصرف مُلزم بنتائج دفتر التوفير الصادر عنه بواسطة موظفيه بإعتباره الحجة القاطعة التي لا يحق للمصرف نقضها إلا في حالة الغش. والقرار حمى المستهلك حتى عند إدلاء المصرف بأنّ الحساب موضوع الدعوى قد تمّ إقفاله لأنّ حيازة الدفتر خير دليل على عكس ما أدلى به المصرف في هذا الشأن^١.

وفي إطار تأخر المصرف عن أداء إلتزاماته تجاه المستهلك، قضت محكمة التمييز المدنية بقرارها رقم ١٦١ الصادر بتاريخ ٢٠٠٧/١٢/٢٤ حول تأخر المصرف عمداً عن تسليم مضمون حساب لديه إلى مستحقيه بعد وفاة صاحبه على الرغم من الإنذار الذي أرسلوه إليه، بأنّ المسؤولية تقع في هذه الحالة على الممتنع عن التسليم، فالورثة كانوا قد طالبوا بكشف حساب إلا أنّه لم يتضمّن حقيقة محتواه. لقد ألزم المصرف بموجب هذا القرار بدفع الفائدة المُطالب بها على إعتبار أنّها جزء من التعويض عن التأخير وجرى إحتسابها على أساس المعدل القانوني منذ تاريخ الإنذار وحتى تاريخ الدفع الفعلي^٢. فضلاً عن ذلك يُسأل المصرف عن فقدان دفتر الشيكات الخاص بالمستهلك داخل أحد فروعه نتيجة عدم إتخاذ الحيطة والحذر من قبل العاملين فيه. وهذا الفقدان يندرج في خانة الإهمال الذي يُحاسب عليه المصرف بإعتباره مسؤولاً عن أفعال العاملين لديه والذين يخضعون إلى سلطته الفعلية في المراقبة والإدارة^٣ عملاً بأحكام م ١٢٥ ق.م.ع. . أضيف إلى ذلك، إنّ فقدان

^١ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة الثالثة/ القرار رقم ٥١ بتاريخ ٢٠١٠/٣/٤ / العدل/ ٢٠١٠/ العدد ٢/ ص ٧٥٠ وما يليها.

^٢ محكمة التمييز المدنية/ الغرفة الخامسة/ القرار رقم ١٦١ بتاريخ ٢٠٠٧/١٢/٢٤ / العدل/ ٢٠٠٨/ العدد ٢/ ص ٦٣٩ وما يليها.

^٣ م ١٢٥ ق.م.ع. : إنّ المرء مسؤول حتماً عن الأضرار التي يُحدثها أشخاص آخرون هو مسؤول عنهم وعددهم محدود محصور.

دفتر الشيكات داخل المصرف يؤدي إلى زعزعة ثقة المستهلك به والمساس بحقوقه. وفي هذه الحالة يُلزم المصرف بالتعويض للمستهلك عن الخطأ الذي ارتكبه بغير قصد نتيجة إهماله^١. إنطلاقاً من هذه المسؤولية التي تقع على عاتق المصرف الممتن، لا بدّ من أن تُطرح طبيعة الموجب الذي يلتزم به الممتن أمام المستهلك، هل هو موجب غاية أم وسيلة؟ يختلف موجب المصرفي وفقاً للعمل الذي يقوم به، فيلتزم بموجب الغاية عندما يترتب عليه أن يدفع مبلغاً معيناً من المال إلى المستهلك بواسطة الشيك أو نتيجة بوليصة التأمين أو الفوائد على الحساب. أما موجب الوسيلة فيلتزم به المصرف عند استثمار وتوظيف أموال المستهلك والتداول بالأسهم. في هذه الحالة يتصرف المصرفي إنطلاقاً من خبرته الواسعة ومعرفته بالسوق المالية بهدف تحقيق الربح للمستهلك وللمصرف معاً. وإن موجب الإعلام، كما أوردنا سابقاً، هو موجب وسيلة كون الممتن من حيث المبدأ يلتزم قبل إبرام العقد بمنح المستهلك كافة المعلومات اللازمة والضرورية المرتبطة بالعقد وبتبنيه بالمخاطر وبالنتائج التي تترتب عن إبرامه. وبالتالي فإنّ العناية التي يبذلها الممتن لا تتجلى بعناية الرجل العادي لأنّه يمارس مهامه وفقاً لإمكانات مادية عالية وكفاءات علمية وخدماتية حصرية. في المبدأ تخضع المسؤولية المدنية للمصارف إلى القواعد العامة إلا أنّ إمتهان المصرف وإحترافه يضعان المسؤولية في خانة "مسؤولية المحترفين"، فالقضاء الفرنسي ينظر إلى نشاط المصرف بوصفه محترفاً^٢ professionnel. من شأن هذا الوصف تشديد الإلتزامات المترتبة على المصرف كونه محترفاً ومتخصصاً في مجال الخدمات المالية المصرفية التي لا تُقدّم إلا من قبل المصارف بصورة حصرية. لذلك يعمد القضاء الفرنسي في تحديد مسؤولية المصرف وفقاً لهذه المعايير ومراعاةً لمكانته الإقتصادية المهمة. فلا يُعَدّ بالخطأ البسيط بل يُؤخذ بالخطأ الفادح كونه يرتكز عمل المصارف على الآلات التي تتولّى القيام بمعظم المهام في ظل ضخامة حجم العمليات المصرفية والمالية. وقد نصّت م ١٣٨ ق.م.ع. اللبنياني بأنّه "ما من أحد يمكن أن يبرئ نفسه إبراءً كلياً أو جزئياً من نتائج إحتياله أو خطأه الفادح بوضعه بنداً ينفي عنه التبعة أو يخفف من وطأتها، وكل بند يُدرج لهذا الغرض في أي عقد كان، هو باطلٌ أصلاً". وبالتالي المشرّع اللبنياني إرتكز على الخداع le dol والخطأ الفادح la faute lourde ليرتب النتائج عليهما. فالخداع عبارة عن كل تصرف غير مستقيم يصدر عن سوء نية بهدف التملّص من الموجبات العقدية. أما الخطأ الفادح فهو تصرفٌ يصدر من قبل شخص يتمتّع بدرجة دنيا من الحرص والتبصر، بحيث لا يُقدّم عليه الشخص العادي المتمتّع بدرجة دنيا من التبصر في تصرفاته^٣. إذاً الخداع يصدر عن سوء نية بينما

^١ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة السادسة/ القرار رقم ٢٤٤ الصادر بتاريخ ٢٩/٦/٢٠٠٩ / العدل/ ٢٠٠٩/ العدد ٣/ ص ١٦٢٣ وما يليها.

^٢ علي جمال الدين عوض: عمليات البنوك من الوجهة القانونية، المرجع السابق، ص ٣٧.

^٣ مصطفى العوجي: القانون المدني - المسؤولية المدنية، الجزء الثالث، الطبعة الأولى، مؤسسة بحسون للنشر والتوزيع، بيروت_لبنان، ١٩٩٦، ص ٥٣.

الخطأ الفادح لا يفترض توفر سوء نية، إنما يكفي الخروج عن المألوف في التصرف وإحداث ضرر بالطرف الآخر. فيكون الخطأ الفادح متطلباً توفر عنصر القصد أو الإهمال، إضافةً إلى الضرر الذي كان بالإمكان تفاديه لو كان الشخص متبصراً. ونظراً بأن الإجتهد اعتبر المصرف وكيلاً عن المتعاملين معه، أي أنه تشدّد في محاسبته، فتكون العناية التي يبذلها المصرف عناية الأب الصالح في تنفيذ موجباته أمام المستهلك. وبناءً على ذلك، المسؤولية سواء تقصيرية أم عقدية تتحقّق عند إجتماع عناصرها الثلاثة ألا وهي الخطأ، الضرر والصلة السببية. وحدّد القرار رقم ٢٠١١٢٤٩ الصادر عن القاضي المنفرد المدني في بيروت بتاريخ ٢٠١١/٧/١٤ مسؤولية المصرف إنطلاقاً من موقعه بحيث اعتبر أنّ المصرف أخطأ في سماحه لشخص بأن يسحب مبلغاً مالياً من حساب مصرفي دون إبراز دفتر البنك بل فقط بإبرازه وكالة عامة شاملة مطلقة لمصلحته منظّمة لدى الكاتب بالعدل^١. ويؤخّذ عليه الإخلال بموجب الحيطة والحذر كونه أخطأ بإهماله لموجب التبصر والإحتراز الذي لا يفرضه القانون وحسب بل يفرضه طبيعة النشاط الذي يؤدّيه المصرف أيضاً. ويتمثّل الخطأ وفق القرار نفسه في هذه الحالة بإنحراف سلوك العامل في المصرف عن سلوك الأب الصالح وفق ما إعتده القانون المدني في هذا المجال، أي ما يسلكه الرجل العادي ذو الحيطة والحذر والتبصر. وأورد القرار بالخط العريض المعايير الواجب إتباعها والأخذ بها عبر تحديد "وضع الرجل العاقل في الظروف عينها التي رافقت الفعل المشكو منه وذلك للوقوف على طبيعة ردة فعله وعلى نوع التصرف الذي كان سيصدر عنه بالنظر لما هو مفترض فيه من مواصفات ومميزات بحيث إذا تصرف الشخص متوافقاً مع ما كان سيقوم به هذا الأب الصالح، إنتفى خطأه وإلا إعتبر مهملاً لموجبات الحيطة والحذر وبالتالي مخطئاً". ونحن نرى بأنّ هذا القرار عيّن كيفية تقويم السلوك على أنّه خطأ يضرّ بالغير عبر تحديد المعيار الذي على أساسه يُعتبر المصرف مرتكباً للخطأ ويرتّب عليه المسؤولية. وقد جاء في هذا القرار أنّ المصرف لا يلتزم فقط بالعقود التي يبرمها مع المستهلكين بالأنظمة والقوانين التي تحكم عمله. فالمسؤولية تكون عقدية إذا أخلّ في تنفيذ موجباته التعاقدية أو تقصيرية إذا أخلّ بالأنظمة والقوانين عبر إهماله لها. وقد حدّد القاضي المنفرد أيضاً في قراره أنّ سلوك المصرف محكوم بالمقارنة مع ما كان سيبتّعه مصرف آخر يحرص على الإلتزام بواجباته ولديه الحد الأدنى من المهنية والتخصّصية في عمله المصرفي. بحيث ترتكز المحاكم في تقويمها بدراسة مدى جدية الأسباب وخطورتها في كل قضية أو حالة على حدة. وبالتالي يتّضح بأنّ القضاء حدّد المسؤولية التي تقع على عاتق المصارف إنطلاقاً من درجة الإحتراز التي تتمتع بها وهذا ما يعكس أهمية الدور الذي تقوم به المصارف. وفي الجهة المقابلة إنّ كل هذا التخصّص من شأنه أن يحدّد المعايير التي يجب أن تلتزم بها المصارف وتراعيها أثناء تعاملها مع المستهلكين. إرتكزت الأسباب على بناء هذا الحق بإعتبار أنّ المصرف تاجر يتمتع بالحق في حرية التجارة والحرية في إختيار

^١ القاضي المنفرد المدني في بيروت/ القرار رقم ٢٤٩ بتاريخ ٢٠١١/٧/١٤ / العدل/ ٢٠١٢ / العدد ١/ ص ٣٧٦ وما يليها.

المتعاملين معه. هذا فضلاً عن إعتبار أنّ عملية فتح الحساب تشكّل بدءاً للعمليات المصرفية، فإذا كان وضع المستهلك الإحتماليّ مريباً يمكن للمصرف أن يتفادى مخاطر هذا التعامل. ترتبط هذه الحرية بالسلطة التقديرية الممنوحة للمصرف من قبل القضاء غير أنّ حدود هذه الحرية يحكمها تجاوز حدود حسن النية والإساءة في إستعمال الحق عبر تجاوز الغرض الذي من أجله مُنح هذا الحق. وتتجلى هذه المعايير بإلحاق الأذى إلى المستهلكين أو المتعاملين مع المصرف جزاء الإساءة في إستعمال المصرف لحقه في حرية التعاقد. هذا فضلاً عن أهمية السبب المُسند إلى رفض المصرف للتعاقد مع المستهلك، فالخروج عن ظروف العمل وأسبابه يجعل من إستعمال هذا الحق عملاً تعسفياً. وقد نصّت م ١٢٤ ق.م.ع. اللباني بما معناها بأنّه يُلزم بالتعويض من يضرّ الغير بتجاوزه أثناء إستعمال حقه حدود حسن النية أو الغرض الذي من أجله مُنح هذا الحق. وبالتالي لا بدّ من تأمين الحماية لكل طرف متضرر من أي عمل يرتكبه الغير أثناء ممارسته لحقوقه.

النبذة الثانية: المعايير الجوهرية في التعامل مع المستهلك المصرفي

تتداخل المعايير فيما بينها نظراً لإرتباط العديد من العوامل في تحقيق إطار متكامل لحماية المستهلك المالي بشكل عام والمستهلك المصرفي بوجه خاص. وقد توصلت معظم الهيئات الدولية في دراساتها وأبحاثها إلى توحيد معايير هذه الحماية، وأجمعت على العناصر التي من شأنها أن تخلق الوسيلة التي تضمن تعزيزاً لحماية حقوق المستهلك المصرفي. نذكر هذه المعايير فيما يلي:

الفقرة الأولى: الإفصاح والشفافية

عكست مؤخراً الإحتجاجات عالمياً في الأسواق المالية الحاجة إلى حماية كافية للمستهلك وإلى تأمين المعرفة المالية لأمّد طويل تحقيقاً لإستقرار القطاع المالي. كما إزداد النقاش والجدل في ضوء الأزمة المالية العالمية حول حماية المستهلك وتحديداً في الخدمات المالية. تدخل الحاجة إلى حماية المستهلك في صلب غياب التوازن للقوة وللمعلومات وللموارد بين المؤسسات المالية والمستهلكين، الأمر الذي يضع المستهلك في موقع سلبي. إذ تهدف حماية المستهلك إلى إبراز فشل السوق عبر ما يسمّى "بالمعلومات المنقوصة" أو عدم التوازن في تقديم المعلومات. فالمؤسسات المالية بحكم إمتنانها ضليعة في الخدمات المالية التي تقدّمها، نظراً بأنها تقوم بإبتكارها والتسويق لها.

وبما أنّ موضوع حماية المستهلك نال أهمية كبرى بعد الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨، أجرى البنك الدولي (World bank/Banque Mondiale)، في هذا السياق، دراسة إحصائية شاملة عام ٢٠١٠ بالتعاون مع CGAP بعنوان **Consumer Protection Laws and Regulations in**

Deposit and Loan Services: A Cross-Country Analysis by World Bank¹

قوانين وأنظمة حماية المستهلك في خدمات الإقراض والإيداع: دراسة دولية مقارنة من قبل البنك الدولي). تناولت الدراسة أنظمة حماية المستهلك في ١٤٢ دولة في العالم وقد صدرت في كانون الثاني عام ٢٠١١. ويُعنى بـ **CGAP (Consultative Group to Assist the Poor)** أي المجموعة الإستشارية لمساعدة الفقراء. وهي عبارة عن مجموعة دولية تضم العديد من الهيئات الدولية، تعمل على إتاحة الخدمات المالية أمام الجميع لتحسين أوضاعهم المالية. كما سبق وذكرنا في المقدمة، فإن هذه الدراسة تُعتبر الأولى من نوعها، تناولت تشريعات معظم الدول في العالم وأظهرت أنه على الرغم من وجود التشريعات في حماية المستهلك إلا أنها لا تتلاءم مع تفاصيل الخدمات المالية. فقد إنقسمت الدول موضوع الدراسة إلى ثلاث فئات وفقاً لقوانينها:

(أ) قانون عام لحماية المستهلك دون أية إشارة إلى الخدمات المالية

(ب) قانون حماية المستهلك مع إشارة صريحة إلى الخدمات المالية

(ج) قانون حماية المستهلك ضمن إطار تشريع القطاع المالي

يتبين وفقاً لهذه النتائج أنّ الإطار القانوني لحماية المستهلك يختلف تحديده بين دول وأخرى. إذ لا تزال دول عديدة لتاريخ اليوم لم تشرّع قانوناً يحمي حقوق المستهلك في القطاع المالي، على الرغم من إنتشار الخدمات المالية في كافة دول العالم. وقد حدّد البنك الدولي في هذه الدراسة العوامل الثلاثة التي يركز عليها إطار حماية المستهلك:

- القوانين والنظم التي ترعى العلاقة بين مقدّمي الخدمات المالية والمستهلكين والتي تضمن المعاملة العادلة والشفافية والحقوق

- التطبيق الجدي لآلية حل النزاع

- تحسين وتفعيل الثقافة المالية والقدرة على تقديم النصح والإرشاد إلى المتعاملين بالخدمات المالية ليتمكنوا من إكتساب المعرفة في إدارة شؤونهم المالية.

يعود سبب إنهيار سوق الرهونات العقارية في الولايات المتحدة الأميركية إلى غياب الشفافية في الإفصاح عن المعلومات وإنتشار الإعلانات المخادعة من جانب المحترف^٢ مقدّم الخدمات المالية (أي المؤسسات المالية)، هذا فضلاً عن فشل المستهلكين في فهم الخدمات المالية والإلمام بنتائجها المالية. فالأنظمة الفعالة لحماية المستهلك من شأنها أن تساهم في دعم القدرة المالية وتأمين ولوجاً أو وصولاً accès متساوياً إلى الخدمات عبر التخفيف من حدة التفاوت في المعرفة المالية بين المؤسسات المالية من جهة،

¹ Ardic, Oya; Ibrahim, Joyce and Mylenko, Nataliya: Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services; A Cross-Country Analysis by World Bank. January 2011. <https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Consumer-Protection-Laws-and-Regulations-in-Deposit-and-Loan-Services-Jan-2011.pdf>

² Ardic, Oya; Ibrahim, Joyce and Mylenko, Nataliya: Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services: ص ٢ المرجع السابق:

وبين المستهلكين من جهة أخرى. وبالتالي يؤدي ذلك إلى إرتفاع المنافسة وإلى زيادة الإبتكار في الخدمات الجديدة وإلى تفعيل مساهمة المستهلك في القطاع المالي. لقد أجريت العديد من الأبحاث لتسليط الضوء على أهمية الثقافة المالية والإفصاح الصريح للمعلومات وقدمت بعض الأبحاث إقتراحاً بأن الإفصاح عن بنود عقد القرض يساهم في التخفيف من كلفة القروض على المستهلكين¹. وعلى الرغم من أهمية الإفصاح عن تفاصيل التعاقد، إلا أنه لم يتم الإتفاق على إعداد آلية ثابتة تضم كافة متطلبات الإفصاح وشروطه. ومن جهة أخرى، إعتبرت بعض الدراسات أن الإفصاح عن كمية كبيرة من المعلومات يشكّل عبئاً على المستهلك ويقلل من أهميتها لأن العبرة تكمن في نوعية المعلومات المفصّح عنها وليس في كميتها². فلموجب الإعلام شروطاً لا بدّ من إحترامها وتحقيقها، إذ إركزت الدراسة التي قام بها البنك الدولي على عنصرين أساسيين هما المعاملة العادلة والإفصاح بشفافية. فإنّ معظم الإعلانات مخادعة، وممارسات المصارف تعكس تعسفاً بحقوق المستهلك لا سيما وأنّ عمليات البيع ليست عادلة في المجمل. فالغاية الأساس من حماية المستهلك تكمن في الممارسة العادلة بحيث تُعتبر الثقة وسرية المستهلك من ركائز إبرام العقد المصرفي التي رعتها القوانين المصرفية من خلال قوانين السرية المصرفية في الدول التي تطبق القانون المدني (Civil law) ومن خلال قانون العقود في الدول الأنغلوسكسونية التي تطبق القانون العام (Common law).

والملفت في قوانين حماية المستهلك المعاصرة أنّها تسمح للمستهلك بأن يقارن بين العروض لتفعيل المنافسة، وبالتالي فإنّها تساهم في تعزيز ثقة المستهلك ودعم موقعه كطرف ضعيف ليصبح طرفاً قوياً. ويتطلّب توافر موجب الإعلام في كافة مراحل التعاقد؛ أي عند الإعلان عن الخدمات وتسويقها، وعند إبرام العقد، وأثناء العلاقة التعاقدية. وقد أولوا موجب الإعلام أهمية بارزة بإعتباره يشكّل ضرورة وأولوية لدى المصارف أولاً من بين سائر المؤسسات المالية. وقد إسُتحدث في ألمانيا بروتوكول إلزامي في كانون الثاني من عام ٢٠١٠ يرتبط بتقديم النصح والإرشاد ضمن قطاع الخدمات المالية. كما نصّ قانون التأمينات التجارية في ألمانيا The German Securities Trading Act على حق المستهلك في وقف المعاملات التأمينية التي تتمّ عبر الهاتف خلال أسبوع واحد من تقديم النصح والإرشاد. وإنّ هذا البند القانوني قد دفع بالعديد من مقدّمي الخدمات المالية في ألمانيا إلى التوقف عن تقديم النصح في التأمينات عبر الهاتف تقادياً للمساءلة وللمحاسبة تحت سقف القانون. فالمعلومات التي يتلقاها المستهلكون عن الخدمات المالية موضوع التعاقد يجب أن تكون واضحة وكافية، وعند عدم توافر هذه المعايير، فإنّ العقد يكون قابلاً

¹ Brix, Laura and McKee, Katharine: Consumer Protection Regulation in Low-Access Environments: Opportunities to Promote Responsible Finance (CGAP), 2010. p: 8.

<http://www->

wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2010/09/17/000334955_20100917025550/Rendered/PDF/566260BRI0Box353729B01PUBLIC10FN60.pdf

² Ardic, Oya; Ibrahim, Joyce and Mylenko, Nataliya: Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services المرجع السابق ص ٤

للإبطال¹. فالعقود يجب أن تتضمن إعلاناً واضحاً للأسعار تتيح للمستهلكين إمكانية الموافقة على مندرجاتها بإرادة كاملة قبل أن يصبحوا ملزمين على الدفع. كما تقع المسؤولية على مقدمي الخدمات المالية للتأكد من وضوح المعلومات المفصّل عنها، حيث ترتبط المعلومات التي يجري الإفصاح عنها بنوع الخدمة المالية موضوع العقد. وعلى سبيل المثال، ينبغي لدى فتح حساب مصرفي أن تكون لغة العقد واضحة وباللغة الرسمية، بحيث يكون هنالك نموذجاً موحداً للمعلومات التي يجب أن يُحاط المستهلك علماً بها بما فيها حقوقه وواجباته طبعاً. أما بالنسبة للمعلومات المطلوبة لدى الإيداع، فتتخصر بتحديد القيمة السنوية لمقابل الوديعة والجزاءات وغيرها من الإلتزامات. أما القروض فلا بد من تحديد APR (Annual Percentage Rate)، أي ما يُعرف بنسبة معدل الكلفة، وطريقة إحتساب الفوائد وتفاصيل التأمين. كما هنالك خدمات تتطلب إعلاماً دورياً كبطاقات الإئتمان.

يعكس واقع الأسواق المالية خللاً في التوازن ما بين المركز القوي للمؤسسات المالية والمعلومات التي تمتلكها، مقارنةً بمركز المستهلك وموقعه. لذلك تأتي حماية المستهلك لتقوم هذا الإختلال عبر منح المستهلكين معلومات واضحة وكاملة تتيح أمامهم الفرصة في إتخاذ القرارات الصائبة من جهة، ولتمنع المؤسسات المالية من تطبيق ممارسات مخادعة وغير عادلة بهدف إتمام التعاقد معهم من جهة أخرى. وهذا ما يجب أن تتضمنه سياسة حماية المستهلك من تحسين للشفافية المعتمدة في العمليات المالية من أجل إنعاش السوق المالية وتقديم أفضل الحلول إلى المستهلك. فالمستهلك الذي يدرك حقوقه ويملك المعلومات الوافية ويوعي واجباته، بإستطاعته أن يساهم أكثر في تحفيز المؤسسات المالية على تقديم خدمات أوسع وأكثر شمولية. ذلك لأنّه يكون على دراية بنوعية الخدمات ومنافعها، وبالتالي يقوم بإستغلال هذه الخدمات بشكل أفضل وبالطريقة المناسبة. وكلّما كان تجاوب المؤسسات المالية مع المستهلك مثمراً، كلّما تحسّن أداءها وزادت المنافسة فيما بينها. فالمستهلك وحده ينعش الإقتصاد ويضمن ديمومته، وإنّ أبسط حقوقه تتجلّى في منحه الثقة والتعامل معه بشفافية. وفي دراسة أعدّها البنك الدولي عام ٢٠١٠ تحت عنوان Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides)² "حماية المستهلك والمعرفة المالية"؛ حدّدت فيها مبدأ وجوب منح القطاع المالي المستهلك أربعة عناصر أساس:

أ. الشفافية: في البنود والأسعار والفوائد والشروط

¹ TACD: Resolution on G20 Action on Financial Consumer Protection, June 2011. p: 2. <http://tacd.org/wp-content/uploads/2013/09/TACD-FINANCE-02-11-G20-Action-on-Financial-Consumer-Protection.pdf>

² Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides) المرجع السابق ص ١٣

- ب. الخيار: بين الخدمات وفي آلية الشراء والدفع
ج. التعويض: عبر تحديد آلية سريعة وغير مكلفة لتقديم شكاوى المستهلك
د. السرية: في الدخول إلى المعلومات المالية الشخصية

يرتكز البرلمان الأوروبي من جهة أخرى على كيفية إيصال المعلومات إلى المستهلك التي لا بد من أن تكون مقتضبة وغير ضاغطة. وبذلك يتلقّى المعلومات بوضوح ومسؤولية وبأسلوب مقارن ومباشر نحو الغاية المرجوة. ويشير البرلمان الأوروبي إلى خطة عمل إقترحها عام ٢٠١٣ تعزز إيصال النصح المالي إلى المستهلك بشكل مستقل يضمن إلزام الأسواق المالية بالشفافية والوضوح وبالمسؤولية في الإفصاح عن المعلومات بدقة وبمقاربة شاملة لتسهيل إيصالها. هذا فضلاً عن إلزام مقدّم الخدمات المالية بالمسؤولية القانونية بموجب عقد قانوني يرتب عليهم التعويض في حال وقوع أي عمل من شأنه أن يخلّ بحقوق المستهلك ويمسّ الحماية به.

تجدر الإشارة إلى أنّ بعض الخدمات المالية معقّدة بطبيعتها وتتطلّب إفصاحاً لمعلومات وافية ودقيقة. من هنا لا بدّ من أن تُلحظ قوانين حماية المستهلك نصوصاً تحرص على أن تكون اللّغة في العقود واضحة لا تتخلّلها معاملات حسابية معقّدة. فمعظم المستهلكين يفضلون أن يكون الثمن محدداً بوضوح مع إحتساب كامل للفوائد وللمهلة المعيّنة للإيفاء. ولما كانت الثقافة المالية ضعيفة في الدول المتقدمة، فإنها حتماً تزداد سوءاً في الدول النامية. وبالتالي يشكّل موضوع نشر الثقافة المالية أمراً ضرورياً وبخاصة في الدول النامية من أجل تحسين أوضاع شعوبها قدر الإمكان.

الفقرة الثانية: الثقافة والمعرفة المالية

يُعتبر صنّاع القرار^١ (policy-maker) الثقافة المالية بأنّها نشاط الحياة في القرن الحادي والعشرين، ومنتمّة للمفهوم المالي وسياسات حماية المستهلك الذي يؤدي إلى الإستقرار المالي^٢. وإنّ الضعف في الثقافة المالية يسود الدول المتقدمة ذات الأسواق المالية المتطورة كألمانيا وإيطاليا والسويد وهولندا في أوروبا، واليابان والولايات المتحدة الأميركية على حدّ سواء. يفرض هذا الضعف في الثقافة المالية حماية داعمة للمستهلك في الأسواق المالية، وإنّ هذا الدعم لا يتم إلا عبر الإفصاح عن المعلومات المطلوبة. فالثقافة المالية تبدو غير كافية لحماية المستهلك بالشكل اللازم خصوصاً وأنّ الدراسات الحديثة حول سلوك المستهلك تؤكد بأنّ قدرة المستهلك على إتخاذ القرار الملائم والإستعلام بجرأة تبدو محدودة جداً وضعيفة. يتداخل عنصر الإفصاح والثقافة المالية فيما بينهما؛ إذ أنّ عدم إلمام المستهلك بالمعرفة المالية تحدّ من جرائته في الإستعلام من جهة، وهذا الضعف الثقافي يرتبط مباشرةً بعدم إقدام المؤسسات المالية

^١ - أعضاء مجموعة العشرين و OECD.

^٢ Devnani, Shaan; Heys, Richard; Muller, Patrice and Suter, James: Consumer Protection Aspects of Financial Services- London, February 2014. p: 21.

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507463/IPOL-IMCO_ET\(2014\)507463_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507463/IPOL-IMCO_ET(2014)507463_EN.pdf)

على الإفصاح بشفافية عن تفاصيل خدماتها أمام المستهلك من جهة أخرى. فالمستهلك بشكل عام لا يملك معرفة وافية حول الخدمات التي ينوي شراءها من المؤسسة المالية، لذلك يعتمد في المبدأ إلى الإستفسار عن الخدمات قبل الإقدام على التعاقد. وفي المقابل هنالك المؤسسة المالية التي تتمحور مهمتها حول تقديم الخدمات للمستهلكين عبر موظفيها الذين يملكون المعرفة الكاملة بكل خدمة. وبالتالي من هنا تبرز الهوة وعدم التوازن في العلاقة ما بين المستهلك وبائع الخدمات المالية. ففي ظل هذا الكم الهائل من التطور لا بدّ من أن تزيد الأمور تعقيداً من جانب المستهلك، لا سيّما وأنه غير مهياً لإستقبال هذه الدرجة العالية من التقنية في الخدمات. فالمستهلك يتّجه في سلوكه نحو التردد دون الإستعلام عن الخدمات، وهذه الظاهرة باتت مشكلة عامة بسبب جهل الجمهور لكيفية التعامل مع الخدمات الحديثة والمعقدة نسبياً. وكلّما إزداد التطور في السوق المالية، تتدنّى الثقافة والمعرفة المالية حتى في الدول الصناعية المتقدمة. وفي هذا المجال، لا بدّ من تسهيل دخول المستهلك إلى برامج خاصة بالتوعية المالية لتتكوّن لديه القدرة المالية اللازمة في فهم الخدمات والمنتجات المالية، وممارسة حقوقه وأداء واجباته كمستهلك مالي.

إستحوذت حماية المستهلك إهتماماً واسعاً من قبل الإتحاد الأوروبي وبات تحسين حقوق المستهلك من بين أهدافه ومحور عمله. وإنّ بعض الحلول التي دعا البرلمان الأوروبي إلى تحقيقها من أجل ثقافة مالية أفضل قد ساهمت في تطوير المفاهيم ودعم المستهلك لناحية الإلتباس أو المعلومات الخاطئة أو حتى الخدمات المالية التي يمكن أن تكون مجحفة في حق المستهلك. وقد تمّ طرح هذه النقاط من قبل Consumer Program 2014-2020 وفقاً للمفوضية الأوروبية (Union européenne) ووفق الجو العام الذي يتم تداوله في البرلمان الأوروبي. وفي هذا السياق إعتُمدت العديد من الإجراءات وحُصّص البعض الآخر منها للمناقشة في البرلمان الأوروبي التي بدورها تعزّز حماية المستهلك في قطاعي الرهونات والإئتمان، وتدعم حقوقه في السوق المالية. يعتمد البرلمان الأوروبي عند إيجاد الحلول والإقتراحات المناسبة إلى إلحاقها بإقتراحات تشريعية من قبل المفوضية الأوروبية. فالوعي المالي والقدرة الشرائية كلها عوامل تشكّل تحدياً صعباً على الحكومات والسلطات. فالتطور البارز في السوق المالية يعاكسه نقص في الثقافة والمعرفة المالية حتى في الدول الصناعية المتقدمة. إذ أظهرت بعض الدراسات الإحصائية في إستطلاع أُجري من قبل OECD²/OCDE أنّ المعرفة المالية ليس لها علاقة بسلوك المستهلك الإيجابي، أي أنّ النسب المئوية للمستهلكين في أبرز البلدان الأوروبية ترتفع فيما يخص المعرفة المالية، لكنّها تنخفض عندما يتعلّق الأمر بالسلوك المالي³. إضافةً إلى ذلك، تبيّن أنّ أغلبية المستهلكين لا يقومون بأي بحث قبل إتخاذ الخيار في شراء خدمة مالية معينة، إنّما هنالك نسبة مئوية ضئيلة جداً من أولئك الذين يستفسرون بشكل معمّق ومفصّل

¹ Devnani, Shaan; Heys, Richard; Muller, Patrice and Suter, James Consumer Protection Aspects of Financial Services- London, ١٢، المرجع السابق ص

² OCDE: Organisation de coopération et de développement économiques/ OECD: Organization for Economic Co-operation and Development) ١٩٦١ عام تأسست دولية تأسست عام ١٩٦١ في فرنسا لتفعيل التطور الإقتصادي والتجارة العالمية.

³ Devnani, Shaan; Heys, Richard; Muller, Patrice and Suter, James: Consumer Protection Aspects of Financial Services- London, ٩٥، المرجع السابق ص

قبل عملية الشراء. وبالتالي، حتى المفهوم السلوكي تطوّر في العقد الأخير ولا يزال يتطوّر، الأمر الذي يشير إلى أنّ المستهلك لا يتصرّف دائماً على أساس ثابت من الوعي في تعامله المالي. تجدر الإشارة إلى أنّ OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) تعمل على كيفية تحسين وتطوير حماية المستهلك المالي بما يتطلّب ذلك من تحديد كل ما هو لازم في مساعدة المستهلكين على إكتساب الثقة والمعرفة وكافة الضمانات والمعلومات والخيارات التي يحتاجونها من أجل المساهمة في تنشيط السوق المالية.

وقد سجّل البرلمان الأوروبي في ١٧ أيار ٢٠١٣ تقريراً جديداً ضمن الجدول الخاص بسياسة المستهلك الأوروبي يشير فيها إلى قدرة المستهلك في ممارسة حقوقه بسهولة وفعالية في مختلف القطاعات بما فيها قطاع الخدمات المالية. كما يشدّد في تقريره على أهمية تثقيف المستهلك والمساهمة في توعيته من أجل التخفيف من مخاطر التعامل مع المؤسسات المالية، ذلك لأنّ النتائج المالية لبعض الخدمات المالية تخلق عبئاً على المستهلك لا سيما وأنّ مخاطر الإلتزام ببعض منها يؤدي إلى ترتّب ديناً مالياً عليه. ويأخذ البرلمان الأوروبي بعين الإعتبار أنّ تثقيف المستهلك يجب أن يكون طويل الأمد أي على نمط مستمر ومتتالي يبدأ منذ المرحلة التعليمية في المدارس. وما يميّز إقتراحات البرلمان الأوروبي في تقريره أنه سلّط الضوء على الحاجة إلى حماية مكثّفة لمجموعة معينة من المستهلكين تكون أكثر عرضة إلى الأضرار مقارنةً بغيرها؛ كأصحاب القروض القصيرة الأمد الذين يُعتبرون في موقع دقيق غير مدركين للواجبات الملقاة على عاتقهم وللمخاطر الإئتمانية التي يمكن أن تواجههم. وفي هذا السياق إقترحت المفوضية الأوروبية مجموعة من التعليمات التي تخصّ العقود الإئتمانية المتعلقة بالعقارات السكنية. ومن أبرز التعليمات التي وردت:

أ. موجب الإعلام في الإعلانات وعند التسويق

ب. القدرة الإئتمانية وتقويم مدى ملاءمتها

ج. المعلومات السابقة للتعاقد للمؤسسات الإئتمانية والوسطاء الإئتمانيين

د. الشرح الوافي ومعايير المشورة

هـ. حساب متكامل لمعدل نسبة الكلفة السنوية (Annual Percentage Rate of Charge (APRC))

جاءت هذه التعليمات نتيجةً لإستخدام مؤسسات الإئتمان نسبة فوائد أقل في إعلاناتها لأنّ ذلك يتلاءم مع الإمتثال للموجبات المفروضة لدى إفصاح المعلومات. فالإعلانات الكاذبة تحتوي على معلومات مغلوبة ومنقوصة لحمل المستهلكين على التعاقد. تمتلك المفوضية الأوروبية أفكاراً عديدة لتطوير القطاع المصرفي لا سيما فيما يتعلّق بالإصطلاح الأوروبي الموحد للرسوم المصرفية Uniform European Terminology for Banks and Fees. وفقاً لهذا العنوان يتطلّب من المؤسسات المالية، بما فيها المصارف طبعاً، عرض قائمة تشمل كافة الرسوم، وإصدار كتيّبات موحدة (leaflets) تضم معلومات عن الحسابات المصرفية. إنّما السؤال الذي يُطرح هنا يتعلّق بجديّة المستهلك في إستخدام هذه اللوائح في الوقت الذي يلجأ فيه معظم المستهلكين إلى مقارنة العروضات بين مصرف وآخر. وفي ألمانيا نظّم المشرّع (Product Information Sheet) PIB، ابتداءً من ٢٠١١/٦/١، يُعنى بها اللائحة بمعلومات

الخدمة. إذ تتضمن كل خدمة مالية بموجبها لائحة بأهم الميزات والمعلومات المتعلقة بها مثل الكلفة والمخاطر، ودور الخدمة ومزاياها. بالإضافة إلى ضرورة الإفصاح عن مجمل التكاليف والمصاريف المطلوبة لقاء أية خدمة مالية وتقديم قيمتها السنوية إلى المستهلك. وبهذه الوسيلة يكون المستهلك على معرفة شاملة بكل الإلتزامات المالية التي تقع على عاتقه لكي يكون قادراً على تنظيم آلية الدفع وفقاً للمبلغ السنوي المحدد (APRC) Annual Percentage Rate of Charge). كما تجدر الإشارة إلى الوجه السلبي الذي تحمله اللوائح الموحدة بأنها تحدّ من تنوّع العروض والخدمات أمام المستهلك، إلاّ أنّها قد تقي بالعرض تحت شروط معينة. والواقع يشير إلى عدد قليل من المستهلكين الذين يهتمون بالإطلاع على تلك الكتيبات الصغيرة الموحّدة للرسوم والخدمات، هذا فضلاً عن المواقع الإلكترونية التي تعدّها بعض الدول وتهياًها لتتال رضى المستهلك وتكسيبه المعرفة الوافية في الخدمات المصرفية. إنّ نشر الثقافة المالية من حيث المبدأ يضيف إلى حماية المستهلك، غير أنّه لا يكفي بأن يكون بديلاً عن التشريع¹. وإنّ تطوير الثقافة أو المعرفة المالية يُعتبر مشروعاً طويل الأمد لا بدّ من أخذه بعين الاعتبار والتعامل مع نتائجه بدقة وحذر. وبرامج التوعية المالية يجب أن تُعتمد في كافة القطاعات مثل المدارس والجامعات وغيرها من الوسائل التعليمية التي من شأنها أن تؤثر على وعي وإدراك المستهلك. وقد اقترحت الدراسة التي قام بها البنك الدولي عام ٢٠١٠ على الدول ذات الدخل المتوسط والمرتفع بأن تنظّم إستراتيجيات محلية للثقافة المالية، بدءاً من اعتماد الإستثمارات. تُعنى هذه الإستثمارات بمعرفة قدرة المستهلكين في تقويم مختلف المنتجات المالية وتحديد آلية إنفاقهم لأموالهم على تلك الخدمات، أي أنّ هذه الإستثمارات تسهّل التعرّف على سلوك المستهلك وفهم تعامله مع الخدمات المالية. طُرحت هذه الآلية كوسيلة تُعمّم على كافة الهيئات المالية في العالم، نظراً بأنها تكوّن فكرة عامة عن الوعي المالي لدى المستهلك في دول العالم.

¹ Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides) المرجع السابق ص ٢

القسم الثاني: حماية المستهلك في إطار القوانين الخاصة والمقارنة

بعد تفصيل العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك لناحية الأطراف وطبيعة العقد بينهما والالتزامات المنبثقة عنه، لا بد من تسليط الضوء على تنظيم هذه العلاقة التعاقدية من خلال تكريس الحماية لها. وهذه الحماية لا يمكن تخصيصها إلا بوجود القانون الذي يرمى هذه العلاقة التعاقدية بكافة جوانبها ويقوم الخلل فيها عبر إيجاد حلول ناجعة. سنتوسّع في هذه المواضيع في القسم الثاني من هذه الرسالة ونحدّد القوانين اللبنانية المعنية في حماية المستهلك المصرفي في الفصل الأول والتي تتحصر في كل من قانون حماية المستهلك (المبحث الأول) وقانون النقد والتسليف (المبحث الثاني). أما في الفصل الثاني سوف نعرض القوانين الأجنبية والعربية في حماية المستهلك التي إعتمدت الخصوصية في تحديد الحقوق والواجبات الملقاة على عاتق الطرفين (المبحث الأول) وعمدت إلى إنشاء هيئة مختصة في حماية المستهلك (المبحث الثاني).

الفصل الأول: القوانين اللبنانية المعنية في حماية المستهلك المالي

تتميّز المعاملات المصرفية بأنّها من نوع خاص لا تخضع إلى التشريعات المدنية أو التجارية بشكل حصري. إذ لا يوجد قانون موحد يرمي عمل المصارف في التشريع اللبناني بل يُطبّق على العمليات المصرفية في لبنان مجموعة من القوانين^١. نذكر منها قانون الموجبات والعقود، وقانون التجارة البرية، وقانون النقد والتسليف، وقانون سرية المصارف^٢، وقانون إجازة فتح حساب مشترك^٣، وقانون مكافحة تبييض الأموال^٤ بحيث يُستعان بنصوص هذه القوانين لتطبيقها على الأعمال المصرفية. حدّدت م ٦ من قانون التجارة البرية في الفقرة الرابعة منها أنّ أعمال الصرافة والبنكا تُعدّ من الأعمال التجارية التي تخضع إلى قانون التجارة. كما ورد في هذا القانون عنوان خاص لعمليات المصارف (من م ٣٠٧ حتى م ٣١٤)، تضمّن تنظيمًا للعمليات المصرفية كالإيداع وعقود فتح الإعتماد المالي لكنّه لم يتطرّق إلى أي تنظيم للحقوق وللواجبات التي تحدّد الإطار العام لعلاقة المصرف بالمستهلك. غير أنّ م ٣١٤ من هذا القانون قد أوردت بأنّ العمليات المصرفية غير المذكورة ضمن هذا العنوان تخضع إلى قانون الموجبات والعقود اللبناني. وبالتالي يكون هذا القانون مفتقراً إلى أي تنظيم للعمليات المصرفية مُكتفياً بالإحالة إلى أحكام النص العام. هذا فضلاً عن الإجهادات التي يُعمل بها كحلول تُتخذ وفقاً للعادة المصرفية وبناءً

^١ بول مرقص: المرجع السابق، ص ١٢٣.

^٢ الصادر بتاريخ ١٩٥٦/٩/٣.

^٣ الصادر بتاريخ ١٩٦١/١٢/١٩.

^٤ القانون رقم ٣١٨ الصادر بتاريخ ٢٠٠١/٤/٢٠.

على الأعراف المحلية والدولية. وفي هذا السياق نصّت م ٤ من قانون التجارة البرية بأنّ القاضي يلتزم، عند تحديد مفاعيل العمل التجاري، بأن يطبّق العرف المتوطّد إلا إذا تبيّن أنّ المتعاقدين قصدوا مخالفة أحكام العرف أو إذا كان العرف متعارضاً مع النصوص الإلزامية. وأوردت المادة نفسها أيضاً بأنّه يُرجّح كل من العرف الخاص والعرف المحلي على العرف العام. ويتمتّع العرف في العمليات المصرفية بأهمية كبرى لا سيّما وأنّه يُعتبَر بمثابة نظام موحد مُعتمَد من قِبَل المصارف. فالمصرفيون منذ نشوء المصارف قد إعتدوا قواعد وأسس معينة، وحدّوا تقاليد وعادات حصرية بالنشاط المصرفي، أدّت إلى تكوين عرف قائم بذاته في هذا المجال^١. والعرف بشكل عام عبارة عن مجموعة من قواعد وُجِدَت تدريجياً نتيجة عادات قديمة تساهم في تنظيم العلاقات الفردية وتشعباتها، وتكون متلائمة مع القوانين وغير مخالفة للنظام العام. ويتميّز العرف بأنّه وليد التعامل العام الثابت والمستقرّ وبأنّه ينشأ من الواقع نتيجة لحاجات إجتماعية ويرتبط ارتباطاً وثيقاً به^٢. إضافةً إلى الدور البارز للعرف يُؤخَذ بعين الإعتبار أيضاً التعاميم التي تصدر عن مصرف لبنان بخصوص التعامل مع المستهلك المصرفي. إنّما في المقابل وعلى الرغم من التطور الإقتصادي العالمي وإنفتاح الأسواق المالية بين دول العالم، لم يُتخذ في لبنان أي تعديل على قانون الموجبات والعقود أو على قانون النقد والتسليف وحتى القانون التجاري بهدف حماية التعامل مع المستهلك المالي بشكل عام، إلى أن صدر قانون حماية المستهلك عام ٢٠٠٥ الذي أطر وحدّد علاقة المستهلك بالمحترف بصورة عامة.

سنتناول في هذا الفصل تفاصيل حماية المستهلك المصرفي وفقاً لقانون حماية المستهلك في ظل قصور التشريع في لبنان لجهة عدم معالجة موضوع حماية المستهلك المالي أو المصرفي على الرغم من هذا التطور البارز في العمليات المالية عامةً، وفي العمليات والعقود المصرفية خاصةً. هذا فضلاً عن الدور الذي يؤديه المصرف المركزي في لبنان في تأمين حماية المصارف من جهة، وفي الحفاظ على حقوق المستهلك المصرفي من جهة أخرى. والمصرف المركزي في طبيعة الحال يمارس مهامه وينظّم أعمال المصارف وفقاً لقانون النقد والتسليف. لذلك سوف نعرض فيما يلي القوانين الخاصة التي يتّم الإستناد إليها في تأمين الحماية اللازمة لأطراف العقد المصرفي والتي تنحصر في قانون حماية المستهلك وقانون النقد والتسليف.

المبحث الأول: قانون حماية المستهلك

صدر القانون رقم ٦٥٩ بتاريخ ٢٠٠٥/٢/٤ المتعلق بحماية المستهلك وقد بيّن في المادة الأولى منه الهدف من وضع هذا القانون والتي نصّت في مضمونها على تحديد القواعد التي ترعى حماية المستهلك

^١ لبنى مسقاوي: المسؤولية المصرفية في الإعتماد المالي، المرجع السابق، ص ٢٣ و ٢٤.

^٢ يقتضي توافر الركن المادي والمعنوي ليشكّل العرف قاعدة عامة وملزمة.

يتمثّل الركن المادي بالتعامل الثابت الإعتيادي والعمومي، أي أن يتّصف بالإستقرار لا أن يكون تعاملاً عرضياً أو طارئاً. أما الركن المادي فيتمثّل بالإعتقاد العام بالقوة الملزمة وبنفاذ هذا العرف بنفس القوة الملزمة التي يتمتّع بها القانون الوضعي.

وصحة سلامة السلع والخدمات وجودتها. هذا فضلاً عن صون حقوق المستهلك وتأمين الشفافية في التعامل الإقتصادي مع المستهلك، لا سيّما حمايته من الغش والإعلان الخادع. كرّس هذا القانون حماية شاملة وواسعة لحقوق المستهلك في كافة موارده، وعكس تقدماً بارزاً في هذا المجال.

النبة الأولى: حماية المستهلك في العلاقة التعاقدية

لقد سبق وذكرنا في متن هذه الرسالة أنّ قانون حماية المستهلك تناول موجب إعلام المستهلك بكافة المعلومات التي يجب أن يكون على دراية بها قبل أن يُقدم على التعاقد مع الطرف الممتن. وهذا ما نصّت عليه م ٣ من القانون نفسه فيما يخصّ الحقوق التي يتمتّع بها المستهلك كالحق بالإستحصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلّق بثمن الخدمة وميزاتها وطرق إستعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الإستعمال. إضافةً إلى الحق في إسترداد المبالغ التي سبق وسدّدها لقاء الخدمة في حال عدم مطابقتها للغرض الذي من أجله إستحصل عليها، أو للمواصفات المتفقّ عليها. وقد نصّ في م ٤ منه على وجوب إعلام المحترف للمستهلك بمعلومات صحيحة ووافية لكافة البيانات الأساسية للخدمة وطرق إستخدامها. تناول هذا القانون في م ١٨ منه حماية المستهلك أثناء إبرام العقد مع المحترف عبر وجوب تفسير العقود لمصلحة المستهلك توفيراً لرضاه، مع ضرورة الأخذ بعين الإعتبار ظروف العقد والمنافع الناشئة عنه والتوازن بين حقوق وموجبات العقد. ثمّ بيّن في المادتين ١٩ و ٢١ منه الشروط التي تحمي المستهلك عند إبرام العقد في ظل حالات ثلاث معينة، أي أنّ هذه الشروط لا تُطبّق إلا إذا قام المحترف بإعداد العقد أو إذا وافقت الإدارات الرسمية على إعتماده أو إذا كان لا يُسمح للمستهلك بتعديل أحكامه. أما بالنسبة إلى الشروط التي يجب أن تتوفّر في العقد فهي كالآتي:

- أ. صياغة العقد باللّغة العربية وبعبارات واضحة ومفهومة مع إمكانية إبرامه بلغة أجنبية عند موافقة المتعاقدين على ذلك.
 - ب. عدم الإشارة إلى نصوص أو وثائق لم تكن بمتناول المستهلك أو بتصرفه قبل التوقيع.
 - ج. تحديد الثمن بشكل صريح وكيفية تسديده.
 - د. تحديد الفائدة السنوية المعتمدة وكيفية إحتسابها، والمبلغ الإجمالي الذي يمثّل مجموع الفوائد المطلوبة.
 - هـ. تحديد عدد الدفعات وقيمة وتاريخ إستحقاق كل منها.
 - و. حقوق وواجبات كل من الطرفين عند إخلال أيّ منهما بشروط الإتفاق.
 - ز. وجوب تضمين المحترف لكافة الشروط المذكورة.
- كما أوردت م ٢٠ وجوب تسليم المحترف للمستهلك نسخة عن العقد ليطلع على مضمونه قبل التوقيع. يعكس مضمون هذه المادة التطور لدى إعداد هذا القانون نظراً للأهمية البالغة في السماح للمستهلك بالإستحصال على نسخة من العقد ليقراه ويتمعّن في تفاصيل مندرجاته قبل التوقيع عليه بالقبول.

شدّد القانون على الإمتناع عن خداع المستهلك في م ٤٨ أيّاً كانت الوسيلة المعتمدة من إغفال أو كتم معلومات أو تزويده بمعلومات خاطئة تتناول طبيعة أو نوع أو مصدر الخدمة أو صفاتها الجوهرية أو كيفية إستعمالها.

النبة الثانية: حماية المستهلك من الخداع الإعلاني

تلعب الإعلانات دوراً فعالاً وهاماً في لفت إنتباه المستهلكين إلى السلع والخدمات التي تعوّل عليها المصارف، فتسعى إلى تسويقها لتحقيق نسبة الأرباح المتوقعة منها. فالإعلان عنصر جوهري في السوق التجارية يعمل على توسيعها وتفعيل المنافسة بين أدواتها. والمنافسة اليوم بين المصارف تجاوزت السلع والخدمات وأصبحت تتخذ مساحة لها في الإعلانات أيضاً. جاءت الإعلانات لتمثّل أفضل وسيلة في تعريف المستهلك على أبرز مزايا الخدمات المعروضة لإشباع حاجاته الأساس. ويُعتبر الإعلان أهم عوامل التسويق كونه الوسيلة التي تعرض من خلالها المؤسسات المالية خدماتها أمام المستهلكين، لا سيّما وأنّ السنوات العشر الأخيرة في لبنان تميّزت بإزدحام الإعلانات المصرفية وتدقّقها أمام المستهلك. فالمنافسة باتت واضحة في هذا المجال وبخاصة تلك العروض التي تجذب المستهلك، كالفوائد المنخفضة والوفاء بالأقساط والقروض ذات الشروط السهلة. غالباً ما تكون هذه العروض غير دقيقة ومشوبة بالتضليل كي يتّجه المستهلك إلى المصرف المعني ويتعاقد معه للإستحصال على إحدى هذه التسهيلات. فيتفاجأ بالشروط ذات الطابع التعسفي أو بفوائد إضافية وتفاصيل عقدية غير مُعلّنة تنقل عبء الإلتزام على المستهلك. وقد عرّف قانون حماية المستهلك اللبناني رقم ٢٠٠٥/٦٥٩ الإعلان الخادع في م ١١ منه بأنّه الإعلان الذي يتم بأية وسيلة كانت ويتناول سلعة أو خدمة، ويتضمّن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً. وبأنّه يُصاغ بعبارات من شأنها أن تؤدّي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خداع أو تضليل المستهلك. وأوردت م ١٢ من قانون حماية المستهلك وجوب إثبات صاحب الإعلان صحة المعلومات الواردة في إعلانه وتزويد كل من مديرية حماية المستهلك أو المحكمة المختصة الناطرة في القضية بالمستندات المطلوبة. بحيث يحق لوزارة الإقتصاد والتجارة بموجب الفقرة الأولى من م ١٣ من هذا القانون أن تطلب من المعلن تصحيح أو تعديل إعلانه وإعادة نشر التصحيح أو التعديل أو بثه عبر الوسائل التي إستعملت لبث أو نشر الإعلان الخادع. وأضافت الفقرة الثانية من م ١٣ بأنّه للمحكمة العالقة أمامها القضية أن تقرّر وقف بث الإعلان الكاذب عفواً وفق قرار معجل التنفيذ. وحدّدت م ١١ من القانون نفسه على سبيل المثال لا الحصر الحالات التي يكون فيها الإعلان خادعاً ومن بينها شروط التعاقد ومقدار الثمن الإجمالي وكيفية تسديده، والموجبات التي يلتزم بها صاحب الإعلان. ثم نصّت م ١٠٥ من القانون نفسه بالمعاقبة بالحبس (من شهر إلى ثلاثة أشهر) وبالغرامة أو بإحداهما كل من يرتكب أيّاً من الأفعال المنصوص عنها في م ١١ على أن يُعدّ فاعلاً كل من بثّ أو نشر الإعلان

الخادع. من جهة أخرى يجرم قانون العقوبات اللبناني الإعلانات الكاذبة في م ٦٨٥ التي قضت بالمعاقبة بالحبس مع الشغل من ستة أشهر إلى سنتين وبالغرامة، كل من توصل بالغش لرفع أو تخفيض أسعار البضائع أو الأسهم التجارية العامة أو الخاصة المتداولة في البورصة، ولا سيما بإعلان وقائع مختلفة أو إدعاءات كاذبة أو بتقديم عروض للبيع أو للشراء قصد بليلة الأسعار. وقد أورد النص القانوني عبارات مثل الإدعاءات الكاذبة والوقائع المختلفة التي تساهم في إيهام الجمهور وفي التأثير على السلوك الإنفاقي. فالكذب قد يأخذ صورة السلوك الإيجابي أو السلبي، وبالتالي السكوت عن الواقعة أو تمويهها من شأنه أن يضع المستهلك في وضع لو علم بالحقيقة لما تعاقد. كما نصت م ١٢١ من قانون المستهلك الفرنسي رقم ٩٣١٩٤٩ بأن هنالك عقوبات تكميلية تقضي بنشر إعلان تصحيحي ووقف الإعلان الكاذب بحيث يحدّد القاضي مضمون هذا الإعلان التصحيحي، والمدة التي يجب أن يصدر من خلالها. وإذا لم يتم الإلتزام بإصداره ضمن المهلة المحددة، يحكم القاضي وفق سلطته التقديرية بنفقة الإعلان، وللمحكمة الحق في وقف الإعلان الكاذب قبل صدور الحكم في الدعوى وذلك تحقيقاً لحماية الجمهور من الإعلانات الكاذبة كإجراء وقائي. وبالتالي لا بدّ من أن يتمّ تشريع القوانين التي تجرم الإعلانات الكاذبة في كافة الدول كوسيلة لحماية حقوق المستهلكين. وتجدر الإشارة إلى أنه لم يرد ما يحمي المستهلك المصرفي في هذه النصوص، إلا أنها تبقى نصوصاً عامة يجري تطبيقها عند إنتفاء النص الخاص. ولا يزال النقص موجوداً في القوانين الخاصة التي ترعى حماية المستهلك المالي بشكل عام من الإعلانات الكاذبة والشروط التعسفية.

النبة الثالثة: الهيئات المحلية المعنية بحماية المستهلك

نصّ قانون حماية المستهلك على تشكيل عدة هيئات تُعنى في تأمين الحماية إلى المستهلك. فإنّ تكريس الحماية القانونية للمستهلك تتطلب تعاوناً وتضافراً لعدة هيئات ومؤسسات من أجل تحقيق حماية حقيقية ذات فعالية.

الفقرة الأولى: المجلس الوطني لحماية المستهلك

نصّ قانون حماية المستهلك^١ على إنشاء هيئة لدى وزارة الإقتصاد والتجارة تُعرف بـ "المجلس الوطني لحماية المستهلك". ينظّم عمل هذا المجلس بمرسوم يتّخذ في مجلس الوزراء بناءً على إقتراح وزير الإقتصاد والتجارة. يتمتع المجلس وفق هذا القانون بصفة إستشارية ويتولّى تقديم الإقتراحات التي تهدف إلى:

- دعم المستهلك في الإقتصاد الوطني.
- الحفاظ على صحة المستهلك وسلامته وحقوقه.

^١ في المواد ٦٠، ٦١، و٦٢ من قانون حماية المستهلك.

- تأمين سلامة السلع والخدمات وتحسين جودتها.
- توعية المستهلك وإعلامه وإرشاده وحثه على إستعمال أنماط الإستهلاك المستدامة، وإعتماد السلع والخدمات التي تحافظ على البيئة.

الفقرة الثانية: مديرية حماية المستهلك

نصّت م ٦٣ من قانون حماية المستهلك على إلغاء مصلحة حماية المستهلك، وإنشاء مديرية حماية المستهلك لدى المديرية العامة للإقتصاد والتجارة. تتولّى هذه المديرية مهام التثبت من نوعية وسلامة الخدمات والسلع لا سيّما الغذائية منها، مراقبة الأسعار وحركتها، وإعداد الوثائق والنشرات الخاصة بتوعية المستهلك وإرشاده. كما تتألّف مديرية حماية المستهلك من مصلحة الدراسات والتوعية التي تتولّى إعطاء المعلومات المتعلقة بالقوانين والأنظمة التي ترعى حماية المستهلك. هذا فضلاً عن إعداد الدراسات وتقديم الإقتراحات والقيام بحملات توعية للتنسيق مع الجهات الرسمية والخاصة. وتضم مديرية المستهلك أيضاً مصلحة الرقابة التي تتولّى إسّلام الشكاوى والتحقيق فيها وتطبيق القوانين والأنظمة المتعلقة بحماية المستهلك.

الفقرة الثالثة: جمعيات المستهلك

- نصّت م ٦٧ من قانون حماية المستهلك على الهدف من جمعيات المستهلك، نذكر منها ما يلي:
- الدفاع عن مصالح المستهلك وحقوقه.
 - تمثيل المستهلكين جماعياً ومجاناً (class action) أمام الهيئات والإدارات الرسمية والمحترفين والتقاضي بهدف الحفاظ على حقوقهم، وتقديم الإستشارات للمستهلكين عند الحاجة.
 - جمع ونشر المعلومات والتحليل والإختبارات والمقارنات المتعلقة بالسلع والخدمات وكيفية إستعمالها. والقيام بحملات لتوعية وإرشاد المستهلكين، وإصدار مجلات ونشرات ومطبوعات، وإعداد برامج إعلانية وإذاعية معدّة للبحث أو النشر عبر وسائل الإعلام.

يتّضح من خلال عرض مهام مديرية حماية المستهلك أنّها تركز على حماية المستهلك في مجال السلامة الغذائية. إنّما تبقى مهام كل من المجلس الوطني لحماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلك واسعة وعامة لتشمل جميع فئات المستهلكين. كما نصّ قانون حماية المستهلك على لجوء الأطراف المتنازعة إلى الوساطة بهدف تحقيق الوفاق، غير أنّ النزاعات بين المصرف والمستهلك تُحلّ بواسطة القضاء لا الوساطة. إستثنى هذا القانون في الفصل العاشر منه العمليات المالية والمصرفية في خضوعها لأحكامه والمتعلّق بالعمليات التي يجريها المحترف عن بُعد أو عبر الهاتف أو الإنترنت. هذا فضلاً عن نص م ١٧ الذي حدّد خضوع العقود التي تربط المحترف بالمستهلك في كل ما لا يتعارض

مع النصوص القانونية التي ترعى عمل المهن الحرة والمصارف وشركات التأمين. وبالتالي يتبين من هذه المادة أنّ المستهلك المصرفي من حيث المبدأ يخضع إلى قانون النقد والتسليف الذي بدوره لم يتناول المستهلكين في نصوصه القانونية لناحية حماية حقوقهم. وفي المقابل نظّم قانون حماية المستهلك الإطار العام لحماية المستهلك، غير أنّه (أي المستهلك) لا يخضع من الناحية العملية لأحكام هذا القانون أثناء تعامله مع المصرف. وإنّ قانون النقد والتسليف، من جهة أخرى، هو القانون الذي ينظّم عمل المصارف في لبنان لكنّه لم ينظّم شؤون المستهلك الذي يحرك عجلة عمل هذه المصارف. وأبرز تعليق يعبر عنه البروفسور محمصاني في هذا السياق يكمن في تحييد المصارف في المادة ١٧ عن تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك. بحيث يعتبر أنّه تمّ إستغلال هذا البند الذي وصفه بالتعسفي في إستثناء وتحييد المصارف من خضوعها إلى أحكام هذا القانون. أورد قانون النقد والتسليف في مواد وجوب مراقبة أعمال المصرف من قبل لجنة حصرية تُعرّف بـ لجنة الرقابة على المصارف، وهذه الأعمال التي تخضع للرقابة تكاد لا تتجاوز الأعمال الإدارية والتقارير السنوية عن وضع المصارف المالي والإقتصادي. فالعلاقة بين المصارف التجارية والمصرف المركزي هي عبارة عن علاقة يومية ورقابية على حسن سير العمل. بحيث تقوم لجنة الرقابة على المصارف بمراقبة عمل المصرف الذي بدوره يترتّب عليه واجب الإلتزام بما يفرضه عليه المصرف المركزي^١. وتقوم لجنة الرقابة على المصارف سنوياً بمراقبة الأعمال والحسابات كافةً من جهة، ويقوم المصرف بإرسال تقارير شهرية وفصلية وسنوية عن كافة التفاصيل والجدول المطلوبة منه من قبل المصرف المركزي ولجنة الرقابة على المصارف من جهة أخرى. ونتيجةً لهذه الأعمال الرقابية تُرسَل اللجنة، عند وقوع أي خلل، كتاباً إلى رئيس مجلس الإدارة في المصرف المعني وإلى المدير العام لإصلاح مكامن الخلل.

تناول قانون حماية المستهلك شؤون المستهلك من كافة الجوانب، وإهتمّ برعاية حقوقه بشكل عام وفصّل سبل حمايته كطرف ضعيف في عقده مع المحترف. وما من رادع يقف في عدم إخضاع المستهلك إلى أحكام هذا القانون في كل المواد القانونية التي تتطابق مع وضع المستهلك المصرفي وظروف التعاقد ككل. إنّما الواقع القانوني مغاير للواقع العملي لناحية تطبيق حماية المستهلك المصرفي، ذلك لأنّ حمايته تستقلّ عن مهام جمعية حماية المستهلك وينفرد بها القطاع المصرفي بشكل حصري. والمستهلك المصرفي في الواقع لا يخضع لأية حماية، فمن الناحية القانونية لم يتطرّق قانون النقد والتسليف إلى تأمين الحماية للمتعاملين مع القطاع المصرفي بل نظّم العمل الإداري والمالي للمصارف وكيفية الرقابة عليه إدارياً ومالياً. ومن الناحية العملية لا تخضع المصارف ولا تطبّق المحاكم قانون حماية المستهلك في أي نزاع يقع بين المستهلك والمصرف، بل تعتمد المحاكم إلى تطبيق الأحكام العامة المتمثلة بقانون الموجبات والعقود.

^١ مسؤول عن العمليات التنفيذية في فرع مصرف لبناني (أ) ومدير الدائرة القانونية في فرع مصرف لبناني (ب) // مقابلة خاصة/ تاريخ ٢٠١٥/٧/٧. (لم نذكر إسم هذين المسؤولين حفاظاً على السرية)

إنطلاقاً من هذه الحصرية نرى بأنّ جهاز حماية المستهلك المصرفي في لبنان لم يبصر النور بعد. ونظراً بأنّ عقود المستهلكين بأغلبها تتسم بالإذعان، فإنّ القوانين اللبنانية المعنية لا تزال حتى اليوم غير معدّلة لتتلاءم مع أنواع العقود الجديدة أو المتطورة تأميناً لحماية العلاقة ما بين المصرف والمستهلك. بحيث لا بدّ من تحديد موقع المستهلك المصرفي في ظل القوانين والتعاميم السنوية التي تصدر عن المصرف المركزي. فأين هي هذه القوانين أو التعاميم التي ترعى حقوق المستهلك المصرفي وتحدّد وضعيته في هذه المؤسسة المالية المحترفة؟

المبحث الثاني: قانون النقد والتسليف

صدر قانون النقد والتسليف وفقاً للمرسوم ١٣٥١٣ بتاريخ ١٩٦٣/٨/١ وتناول في مواده تعريفاً للمصرف المركزي ولعمله. كما تضمّن تنظيمياً شاملاً للمصارف العاملة في لبنان ولأعمال المصرفية إضافةً إلى الجهاز الرقابي على حسن سير هذه الأعمال. هذا فضلاً عن العقوبات الإدارية^١ والجزائية^٢ التي تطال المصارف التي تخالف أنظمتها الداخلية أو أحكام قانون النقد والتسليف وحتى أحكام قانون العقوبات اللبناني. لم يتناول قانون النقد والتسليف في مواده موضوع حماية المستهلك المصرفي بل نظّم عمل المصارف، الأمر الذي من شأنه أن يعكس غياباً واضحاً للقوانين الخاصة المعنية في تكريس حماية المستهلك المصرفي بشكل خاص والمستهلك المالي بشكل عام. ولو حاولنا أن نبرّر هذا القصور في التشريع عبر ربط تاريخ صدور قانون النقد والتسليف بفترة زمنية لم يكن فيها مستوى التطور المالي والمصرفي على ما هو الوضع الحالي اليوم، فإننا نزيد من حدّة هذا القصور كون القوانين تخضع للتعديل كلّما اقتضى الأمر ذلك. ونحن نرى بأنّ الوضع الحالي للمستهلك المالي ككل يستدعي إلى ضرورة تشريع قانون خاص به يحدّد حقوقه وواجباته وكل ما يتعلّق بمعاملته مع المؤسسات المالية. وفي ظل غياب التعديلات القانونية على التشريعات المعنية في حماية المستهلك المصرفي وعدم قيام المشرّع حتى بإضافة قسم جديد إلى قانون النقد والتسليف يُعنى بحماية المتعاملين معه، تولّى المصرف المركزي مهمّة إصدار التعميمات في كل ما يتعلّق بتنظيم أعمال المؤسسات المالية في لبنان وذلك منذ العام ١٩٦٧. أثبتّ مصرف لبنان المركزي قوة إدارته خلال كل الحروب والأزمات التي مرّ بها لبنان حتى عامنا هذا. فقد حافظ على إستقرار قيمة العملة الوطنية في أصعب الظروف السياسية وفي ظل الأزمات المالية الإقتصادية المحلية والعالمية. كما ساهم في دعم الإقتصاد الوطني وتفعيل دور لبنان الإقتصادي في السوق العالمية. وقد صدر عن المصرف المركزي العديد من التعاميم التي نظّمت العمل المصرفي لمواكبة التطور الإقتصادي والتقني من جهة ولحماية مصالح المصارف ومركزها من جهة أخرى. يفرض المصرف المركزي على المصارف العاملة في لبنان وسائر المؤسسات المالية فيه الإلتزام بتطبيق هذه التعاميم على الرغم من عدم إندراج التعاميم كمصدر من مصادر مبدأ المشروعية. فالتعاميم الصادرة عن المصرف المركزي تتّصف

^١ مراجعة المواد ٢٠٨ - ٢١٠ من قانون النقد والتسليف.

^٢ مراجعة المواد ١٩٢ - ٢٠٦ من قانون النقد والتسليف.

بالإلزامية كون القطاع المالي في لبنان يخضع عملياً إلى أحكام مصرف لبنان المركزي. وفي هذا السياق صدر عن المصرف المركزي تعميمان لا ثالث لهما نظماً أصول التعامل المصرفي مع المستهلك وحماية حقوقه. سوف نعود إلى تفصيل هذين التعميمين كونهما يتناولان إطار حماية المستهلك المصرفي بصورة خاصة وحصرياً بعد أن عرضنا أحكام قانون حماية المستهلك وقانون النقد والتسليف.

النبذة الأولى: التعميم رقم ١٢٤ المتعلق بشفافية وأصول وشروط التسليف

صدر التعميم الأساسي للمصارف رقم ١٢٤ بتاريخ ٢٠١٠/٥/١٧ وفق قرار أساسي رقم ١٠٤٣٩ بعنوان "شفافية أصول وشروط التسليف"، وهو موجّه أيضاً للمؤسسات المالية ولشركات الإيجار التمويلي^١. ويُعنى بعبارة التسليف وفق م ١ من هذا القرار بأنها تشمل قروض التجزئة والقروض السكنية والتسهيلات المتوفرة بواسطة الإئتمان. وتجدر الإشارة قبل التوسّع في تفصيل هذا القرار إلى أنّنا سوف نحصر إستعمال المصطلحات بعبارة المصرف دون سائر المؤسسات المالية التي تخضع إلى هذا القرار، كون محور دراستنا يدور حول علاقة المصارف بالمستهلكين بشكل خاص.

الفقرة الأولى: الإعلانات المضلّة

تضمّن هذا القرار أهمية التعامل بشفافية مع المستهلك لا سيّما في الإعلانات التي تعدّها المصارف لجذب الجمهور إلى التعامل معها. إستهلّ القرار نصوصه بالمادة ٢ منه التي نصّت على وجوب أن تكون الإعلانات المباشرة وغير المباشرة واضحة وشاملة وغير مضلّة. وفي هذا السياق عرّف القرار الإعلان المباشر في م ١ بأنه أي ترويج لتسليف ينشأ بالإتصال المباشر مع موظفي المصارف، إمّا عبر الهاتف أو في المصرف. وميّزه عن الإعلان غير المباشر الذي يتم عبر أي مطبوعة أو كتيّب أو بث عبر مختلف وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب أو بواسطة الرسائل الهاتفية القصيرة أو ما يُعرض على الشبائيك المصرفية. وأضاف القرار في م ٢ بأنه يجب أن يُصاغ ويُعدّ بلغة سهلة وواضحة متضمّناً إسم الجهة التي أعدت الإعلان وكيفية الإتصال بهذه الجهة. كما ورد في م ٣ منه أنّه إذا تضمّن الإعلان المباشر أو غير المباشر نسبة مئوية متغيرة أو فائدة متغيرة خلال الفترة التعاقدية، يجب أن يشير المصرف بشكل واضح إلى عبارة "متغيرة" أو variable. وحظّر القرار في م ٤ العبارات التي تستخدمها المصارف في إعلاناتها بغية تسهيل تقديم خدمة غير متوفرة فعلياً في المنتج. والملفت أنّه منع المصارف عن إستخدام هذه العبارات التي تعتمد في إعلاناتها وعدّها على سبيل المثال لا الحصر. نذكر بعضها فيما يلي:

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف لبنان المركزي:

<http://www.bdl.gov.lb/circulars/index/5/33/0/Basic-Circulars.html>

١. "تسهيلات في الحساب الجاري": ما لم يكن العقد يمنح المستهلك الحق في سحب مبلغ إضافي من حسابه الجاري.
 ٢. "دون فائدة" أو "فائدة صفر بالمئة": إلا عندما يكون مجموع ما يسدده المستهلك المقترض لا يتجاوز القيمة التي إقترضها.
 ٣. "لا دفعات مُقدّمة" أو "دون دفعة أولى" no down-payment : إلا عند عدم توجّب الدفعة الأولى.
 ٤. "القرض الأكيد" أو "دون موافقة مسبقة": إلا إذا كان الشرط صحيحاً؛ وغيرها من العبارات التي تدلّ على سهولة ومرونة وفاء الأقساط.
- وأضاف القرار في م ٢٣ منه أنّه على المصارف استخدام العبارات نفسها التي ترد في الإعلان المباشر والإعلان غير المباشر، وفي العقود، وفي نماذج العروض، وفي كشوفات الحساب، وكافة التقارير، وفي كل وسيلة يتعامل المصرف من خلالها مع المستهلك. وبالتالي يتبيّن أنّ المصرف المركزي شدّد على أهمية إنزّام المصارف بالشفافية في تعاملهم مع المستهلكين لا سيما فيما يخصّ إعلاناتهم الدعائية التي غالباً ما يلجأون من خلالها إلى جذب المستهلك بعروض قد لا تكون بمجملها دقيقة لناحية التطبيق.

الفقرة الثانية: نماذج العقود وشروطها

تتاول هذا القرار أيضاً الإلتزامات التي يتحمّلها المصرف تجاه المستهلك أثناء عرض العقد عليه. وسلّط الضوء على الشروط التي تتضمنها العقود عندما تتعلّق بالفائدة وبالنسبة المئوية السنوية ' Annual Percentage Rate وبيطاقات الإئتمان.

إذ نصّ في م ٥ على أنّ نموذج العقد أو المنتج يجب أن يكون واضحاً وشاملاً غير مضللّ، وبأنّ المصرف يلتزم وفق م ٦ بالتأكّد قبل أن يوقّع المستهلك العقد من أنّ الأخير قام بمراجعة كافة البنود بدقة وضمن مهلة كافية لتحقيق ذلك. على أن يتأكّد المصرف أيضاً من أنّ المستهلك إطلع على نسبة الفائدة المطلوبة. كما أورد في م ٧ وجوب تخصيص المصرف عقداً مستقلاً وخاصاً بكل منتج وأن يجري إطلاع المستهلك على كافة الوثائق المرتبطة بإتمام العقد موضوع المنتج قبل إبرامه. وحدّدت م ٨ وجوب ذكر عبارة "الفائدة المتغيرة" أو "النسبة المئوية السنوية" ضمن العقد، على أن ترد العبارة variable بوضوح كامل في العقد. وتضمّن القرار العناصر التي يجب أن ترد في نموذج العرض الخاص بالمنتج كحد أدنى^٢:

- قيمة التسليف أو الحد الأقصى له
- عملة التسليف ومدته

^١ عرّف هذا القرار في م ١ النسبة المئوية السنوية بأنّها وحدة قياس تمثّل الفوائد وأية كلفة أخرى تتوجّب نتيجة لعقد منتج يُلزم المستهلك بها من خلال المصرف وتحتسب وفقاً للطريقة الواردة في الملحق المرفق بالقرار ويرد في ص ١١٨ من هذه الرسالة.

^٢ حدّدت م ٩ من هذا القرار العناصر كاملةً، إلا أنّنا أوردنا أهم ما يتعلّق بموضوع الدراسة.

- النسبة المئوية السنوية بالأرقام
- المستندات والوثائق المطلوبة
- قيمة كلفة بوليصة التأمين إذا كانت إلزامية
- تواريخ إستحقاق الأقساط والمهلة وكيفية التسديد
- إشارة صريحة إلى أي تعديل في نسبة الفائدة المتغيرة (الذي سوف يغير بطبيعة الحال من قيمة النسبة المئوية السنوية)

ومن ثم حدّدت م ١٠ من القرار المعلومات التي يجب أن تتوفر في العقد لناحية ثلاثة عناصر:

أولاً: التسليف

- قيمة التسليف أو الحد الأقصى له ونوع العملة.
- مدة التسليف.
- طريقة تسديد قيمة التسليف من قبل المصرف وتاريخ الدفعات إذا كانت متعددة.
- ذكر شروط التسديد المبكر والإشارة في حال عدم توفر إمكانية التسديد المبكر.
- المهلة القصوى لبدء إستعمال التسليف من قبل المستهلك مع تحديد ما يترتب عليه من فائدة وكلفة خلال المهلة المحددة، وطريقة تسديدها، وتواريخ إستحقاقها.

ثانياً: الفائدة

- نسبة الفائدة وكيفية إحتسابها وتحديد ما إذا كانت متغيرة أم ثابتة.
- فترة إحتساب الفائدة (تحديد ما إذا كانت شهرية، فصلية أم سنوية).
- كيفية تسديد الفائدة مع تحديد للمهل لفوائد التأخير.
- تحديد فترة السماح إن وُجدت.
- تحديد القيمة الإجمالية للفائدة.
- شروط تعديل الفائدة المتغيرة.
- تحديد وتيرة إحتساب الفائدة إذا كانت مرتبطة بمؤشر.
- ذكر الحد الأدنى أو الأقصى للفائدة المتغيرة.

ثالثاً: النسبة المئوية السنوية

- تحديد النسبة المئوية السنوية رقمياً، وإذا كانت متغيرة فإنها تُحتسب منذ تاريخ توقيع العقد.

- الإشارة الصريحة إلى أنّ الفائدة المتغيرة تؤثر على النسبة المئوية السنوية، مما يؤدي إلى تعديل الأقساط الدورية المتوجبة.

كما أوردت المادة نفسها في فقرتها الأخيرة وجوب تضمين العقد معلومات إضافية لناحية الضرائب والرسوم المطلوبة، والأقساط المستحقة على المستهلك وتواريخ إستحقاق الأقساط والمهلة وطريقة التسديد. هذا فضلاً عن الإشارة الصريحة في العقد إلى أنّ المصرف لا ينهي هذا العقد إلا إذا أخلّ المستهلك بتنفيذ إلتزاماته التعاقدية على الرغم من إنذاره. وبالتالي يكون القرار قد أشار إلى الحالة التي يحق فيها للمصرف إنهاء العقد دون أن يشير إلى حق المستهلك في إنهائه أيضاً. وأوردت أحكام هذه الفقرة وجوب الإشارة في العقد ما إذا كان المصرف يتمتع بحق تعديل العقد وفق حالات معينة تُذكر في متنته، على أن لا يكون في هذا التعديل إجحاف أو ظلم للمستهلك. وفي هذه الحالة يُمهّل المستهلك شهراً واحداً لتنفيذ التعديل من تاريخ إطلّاعه عليه. تحمل هذه الفقرة الحق في تعديل العقد بإرادة منفردة، والمهلة التي تُمنح للمستهلك يكون ملزماً فيها بتنفيذ مضمون التعديل دون خيار. ومن ضمن المعلومات التي يجب أن تُحدّد في العقد أيضاً العملة المعتمدة في تسديد أقساط التسليف والإشارة إلى إمكانية أو عدم إمكانية التسديد بعملة مختلفة عن تلك المحددة في العقد. بالإضافة إلى تحديد المبلغ الإجمالي المستحق أي مجموع الأقساط المستحقة، وحدود الضمانات بالنسبة إلى التسليف مع إحتساب سعر الصرف إذا كان التسديد بغير العملة المحددة. كما حدّدت هذه الفقرة في م ١٠ شروط تجديد العقد إذا كان هناك إمكانية في تجديده، وأن يرد بشكل صريح في العقد إمكانية المستهلك في الرجوع عن العقد (أي الحق بالرجوع) أو عن أحد بنوده خلال ٣ أيام من تاريخ توقيعه دون أن يتحمّل أية غرامات بشرط أن لا يكون المصرف قد صرف للمستهلك المبلغ موضوع التسليف. تُعتبر هذه المهلة المحددة في الفقرة الأخيرة من م ١٠ غير كافية ليمارس المستهلك حقه بالرجوع عن العقد أو عن إحدى بنوده، ما لم يكن المصرف قد صرف للمستهلك المبلغ. كيف يمكن للمستهلك أن يتخذ قراره ضمن ٣ أيام مع الأخذ بعين الإعتبار الطابع التعسفي لهذا البند لأنّ المدة غير كافية وعلى فرض أنّ المستهلك إستفاد من هذه المدة واتخذ قراره بالرجوع عن العقد، فإنّ المصرف يمنعه من ممارسة هذا الحق في حال صرف له المبلغ موضوع العقد. يشكّل هذا البند تعسفاً في حق المستهلك بالرجوع عن العقد وكأنّه لم يرد أصلاً فيه، كون المصرف لا يتكبّد الخسائر إذا أعاد المبلغ المسحوب. ويمكن إعتبار هذا البند بأنّه صوري وُضِع ليعكس فقط حالة توجي بتعديل وتحسين الحقوق التي يتمتع بها المستهلك المصرفي لناحية تعامله مع المصرف. كما أوردت م ١١ التحذيرات التي يمكن أن يتضمّنها العقد وأولت إهتماماً للشكل الذي يجب أن ترد فيه ضمن العقد. إذ يجب أن تُدرج التحذيرات بشكل بارز وواضح تتميز من خلاله عن سائر مندرجات العقد. تتعلّق هذه التحذيرات بتقلّبات سعر الصرف التي من شأنها أن تؤثر على كلفة التسليف، وترتبط بإحتمال فقدان الملكية العقارية المقدّمة كتأمين للقرض في حال عدم التسديد بإنتظام. كما لا بد من الإشارة بوضوح إلى الكفالة التي تترتّب على المستهلك في حال الإخلال ببنود العقد. هذا فضلاً عن إبراز الفائدة والنسبة المئوية السنوية بخط عريض (bold type) ويخط أكبر من سائر المعلومات الواردة في العقد.

رابعاً: بطاقات الائتمان

أما بالنسبة إلى بطاقات الائتمان فإنها تخضع لشروط الإفصاح العامة للمعلومات وللعناصر المنصوص عليها في م ٩ من هذا القرار بالإضافة إلى النقاط التالية التي حدّتها م ١٣:

- كلفة البطاقة عند الإصدار.
- الكلفة المفروضة عند التسديد المتأخر أو عند تجاوز الحد الأقصى للائتمان المسموح.
- الحد الأدنى للمبلغ المستحق خلال دورة الفوترة^١ أو النسبة المئوية من الرصيد.
- طريقة تحديد وإحتساب الرصيد.
- ملخّص بأهم مواصفات البطاقة^٢ وجدول توضيحي^٣ يعطي مثالاً للكلفة المطلوبة وفقاً لمبلغ مالي معين.

يرتكز هذا القرار وفق م ١٤ منه على وجوب التزام المصرف بأن يُطلع المستهلك على كل كلفة يمكن أن يتكبّدها قبل إبرام العقد. وقد توسّع في تفاصيل أبرز الخدمات المطلوبة من المستهلكين محدداً كيفية إستخدامها والإلتزامات الناشئة عنها.

الفقرة الثالثة: شروط عقد القرض

يلتزم المصرف بموجب م ١٥ من هذا القرار بتزويد المستهلك، عند إبرام عقد القرض لأجل، مستنداً يتضمّن العناصر التالية:

- قيمة النسبة المئوية السنوية وقيمة التسليف ومدته والقيمة الإجمالية (الأصل، الفائدة والكلفة) التي تستحق في نهاية مدة العقد.
- جدول مفصّل للأقساط الدورية المستحقة أصلاً وفائدةً مع تبيان تواريخ الإستحقاق ومهل التسديد. وإذا كانت الفائدة متغيرة يزوّد المصرف المستهلك بجدول يتناسب مع هذه المتغيرات ويترجمها بوضوح.
- طريقة تسديد الأقساط من قبل المستهلك.
- طريقة تسديد كلفة بوليصة التأمين إن وُجدت.
- الإشارة إلى إمكانية أو عدم إمكانية التسديد المبكر لقيمة التسليف بأكملها أو لجزء منها.
- كما وتطرّق القرار إلى مضمون كشف الحساب سواء أكان سنوياً أو مع نهاية كل دورة فوترة، بحيث حدّدت م ١٦ وجوب أن يتضمّن كل التفاصيل المتعلقة فيه بما فيها قيمة التسليف الإجمالية (الأصل، الفائدة والكلفة)، وأي تغيير قد يطرأ على نسبة الفائدة المطبّقة مع تاريخ تغييرها، والأقساط التي تمّ تسديدها والمتبقية للتسديد مع تبيان تاريخ التسديد والإستحقاق، إضافةً إلى مهلة الاعتراض على مضمون الكشف.

^١ عرّف هذا القرار في م ١ منه "دورة الفوترة" بأنها الفترة التي يتم على أساسها إحتساب المبالغ المستحقة على المستهلك دورياً. (billing cycle)

^٢ مراجعة الملحق رقم ١ في هذه الرسالة ص ١١٨.

^٣ مراجعة الملحق رقم ٢ في هذه الرسالة ص ١١٩.

أظهر هذا القرار في أغلب موادّه تركيز المصرف المركزي على ضرورة الإفصاح والشفافية في كل المعاملات التي يبرمها المستهلك مع المصرف. لذلك أشار في م ١٩ بأنّه عندما يعمد المصرف إلى ذكر معلومات على ظهر كشوفات الحسابات أو في التقارير يجب أن يلفت إنتباه المستهلك إلى مراجعة المعلومات في الجهة الخلفية. كما أورد أنّ المصطلحات المستخدمة في كشوفات الحسابات وغيرها من التقارير الدورية يجب أن تُقدّم أمام المستهلك باللّغة العربية وفق م ٢١، إضافةً إلى ذكر مرادفاتها باللّغة الأجنبية عند الإقتضاء. كما أشار في م ٢٦ منه إلى أنّ لجنة الرقابة على المصارف تتولّى التحقق من صحة إلتزام المصرف بمضمون هذا القرار، وحدّد العقوبات المفروضة في حال الإخلال بهذه النصوص وفق ما نصّت عليه م ٢٠٨ من قانون النقد والتسليف^١.

النبة الثانية: التعميم رقم ١٣٤ المتعلّق بأصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء

صدر التعميم الأساسي رقم ١٣٤ بتاريخ ٢٠١٥/٢/١٢ وفق قرار أساسي رقم ١١٩٤٧ بعنوان "أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء" الخاص بالمصارف والمؤسسات المالية^٢. تمحور هذا القرار حول أهمية تقديم الثقافة والتوعية اللّازمتين للمستهلك في إطار المعاملات المصرفية التي يتم التعاقد عليها. هذا فضلاً عن تحديد الإجراءات التي تضمن حقوق المستهلك بما فيها وجوب إنشاء الوحدة أو الدائرة التي تُعنى بتطبيق هذه الأصول. ويُعتبر هذا القرار الأول من نوعه في لبنان كونه يحدّد تنظيمياً لآلية حماية المستهلك المالي ككل بعد أن تفاقمت أزمة الهوة الناشئة بين المستهلك المالي والممتهن.

الفقرة الأولى: حماية حقوق المستهلك

نصّت م ١ من هذا القرار بإلتزام كافة المصارف والمؤسسات المالية العاملة في لبنان بالحرص، في إطار تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية، على تثقيف المستهلكين وتوعيتهم وتوضيح حقوقهم عبر

^١ نصّت م ٢٠٨ على أنه سواء خالف مصرف أحكام نظامه الأساسي أو أحكام هذا القانون أو التدابير التي يفرضها المصرف المركزي بمقتضى الصلاحيات المستمدة من هذا القانون أو قدّم يانات أو معلومات ناقصة أو غير مطابقة للحقيقة، يحق للمصرف المركزي أن يُنزل بالمصرف المخالف العقوبات الإدارية التالية:

- التنبيه
- تخفيض تسهيلات التسليف المعطاة له أو تعليقها
- منعه من القيام ببعض العمليات أو فرض أية تحديدات أخرى في ممارسته المهنة
- تعيين مراقب أو مدير مؤقت
- شطبه من لائحة المصارف

ولا يحول ذلك دون تطبيق الغرامات والعقوبات الجزائية التي تعرّض لها المصرف المخالف.

^٢ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف لبنان المركزي:

<http://www.bdl.gov.lb/circulars/index/5/33/0/Basic-Circulars.html>

إعداد برامج التوعية والتثقيف في مراكزها، وكافة فروعها ومواقعها الإلكترونية. وفرض القرار في م ٢ منه على جميع المصارف والمؤسسات المالية العاملة في لبنان بإعداد لائحة بحقوق وواجبات المستهلكين تتضمن على الأقل المعلومات الواردة في الملحق المرفق بالقرار^١. وعلى المصرف إعداد هذه اللائحة باللغة العربية إضافة إلى لغة أجنبية يحددها المصرف. تُوضَع هذه اللائحة بتصرف المستهلكين في المركز الرئيس وفروعه على أن تُصاغ بوضوح لتكون مفهومة من الجميع. يُزوّد كل مستهلك نسخة عن هذه اللائحة على أن يشرح المصرفي محتواها وأهمية مضامينها أمام المستهلك، هذا فضلاً عن وجوب إستحصال المصرف على توقيع خطي للمستهلك يفيد بأنّه إستلم اللائحة وفهم محتواها. على أن ينشر المصرف هذه اللائحة في موقعه الإلكتروني وعبر وسائل التواصل الأخرى. أولى المصرف المركزي أهمية كبرى وإهتماماً واضحاً لضمان حماية حقوق المستهلك، ونحن كمستهلكين نعلم بأنّ المصارف إلترمت بتطبيق أحكام هذه الفقرة من م ٢. فالمصارف على الرغم من إلترامها بتسليم هذه اللائحة، غير أنّها لم تشرح مضامينها أمام المستهلك، في حين إلترم بعض منها (أي المصارف) بالإستحصال على توقيعه الخطي. والمصارف كانت في السابق توزّع نسخاً من هذه اللوائح إلى المتعاملين معها، لكنّها اليوم باتت تسأل المستهلك عن توقيعه عليها دون الإستحصال على نسخة منها. فرض المصرف المركزي في هذا القرار على جميع المصارف والمؤسسات المالية العاملة في لبنان إعداد سياسة "أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء" وبموافقة مجلس الإدارة. إذ حدّد بموجب م ٣ الإجراءات التي يجب أن تتضمنها هذه الأصول:

- التعامل بشكل عادل ومنصف ومهني مع المستهلكين في جميع مراحل العلاقة مع مراعاة خلفية المستهلك العلمية ومقدرته على فهم العمليات وإستيعاب مخاطرها ومنافعها (كذوي الدخل والتعليم المحدودين، وكبار السن وذوي الإحتياجات الخاصة).
 - نشر ثقافة التعامل بشفافية وعدالة مع المستهلكين بين الموظفين لا سيّما الذين يتعاملون مباشرة مع المستهلكين، عبر توفير التدريب اللازم لهم وتعزيز خبراتهم المهنية.
 - تزويد المستهلكين بالمعلومات الدقيقة والواضحة والوافية key info حول شروط الخدمات والمنتجات بما فيها المنافع والمخاطر المتأنتية عنها، وإعلامهم بأي تغيير يطرأ على هذه الشروط. بالإضافة إلى إلترام الموظفين بالرد على إستفسارات المستهلكين بمهنية عالية وبدقة وبسرعة معقولة.
- كما يجب أن تتضمن هذه المعلومات المفصّل عنها، على سبيل المثال لا الحصر:
- طريقة إحتساب الكلفة الفعلية لكل منتج أو خدمة (كالنفقات، والعمولات، والمصاريف والأعباء وغيرها).
 - طريقة إحتساب الفائدة الدائنة والمدينة لكل منتج أو خدمة.
 - الشروط اللازمة للإستفادة من الميزات المرتبطة بكل خدمة أو منتج.
 - وضوح وشفافية الإعلانات وشموليتها وعدم تضليلها لحقيقة الخصائص التي يتمتّع بها المنتج أو الخدمة.
 - التأكد من ملاءمة الخدمة أو المنتج مع وضع المستهلك وحاجته (suitability).

^١ راجع الملحق رقم ٣ في هذه الرسالة ص ١٢٠ - ١٢١.

- حماية المعلومات المالية الشخصية للمستهلكين بما لا يتعارض مع قانون سرية المصارف وقانون مكافحة تبييض الأموال.
- تزويد المستهلكين دورياً بكشف لكل حساب مرتبط بخدمة متضمناً كافة البيانات اللازمة.
- وضع آلية واضحة وفاعلة تتيح للمستهلكين المجال في تقديم مراجعاتهم دون كلفة ومتابعة المراجعة ومعالجتها دون تأخير.

الفقرة الثانية: الوحدة المعنية في تفعيل حماية المستهلك

نصت م ٥ من القرار على وجوب إنشاء المصارف وحدة تُعنى بتطبيق سياسة "أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء"، على أن ترتبط هذه الوحدة بالمدير العام إنمّا تستقل فيما يتعلق بتنفيذ العمليات. وإضافةً بأنّها تتولّى وضع هذه السياسة المذكورة، تقوم الوحدة بالإطلاع مسبقاً على الإعلانات والكتيّبات (brochures)، ونماذج العقود وكشوفات الحسابات وغيرها من المستندات المقدّمة للمستهلكين. تتولّى الوحدة مراجعتها وتقديم الاقتراحات اللازمة بشأنها بهدف تأمين الشفافية والوضوح وفق ما ينصّ عليه هذا القرار. كما تقوم بإعداد ملخصاً واضحاً وشفافاً وسهلاً عن أهم خصائص الخدمات والمنتجات يُعطى للمستهلك ويوقع بإستلامه، ويُعرف بـ Key Facts Statements. تساهم الوحدة أيضاً في إعداد برامج التوعية والتنقيف للمستهلكين، وإقتراح برامج لتدريب الموظفين وتنقيفهم حول كيفية التعامل مع المستهلكين بكل ما يتعلّق بخصائص الخدمات والمنتجات وبمخاطر التعاقد بها وبملاءمتها للوضع المالي للمستهلك. أما بالنسبة إلى إعتراضات المستهلكين، تتلقّى الوحدة "المراجعات" من المستهلكين وتقوم بدراستها وبإبداء الرأي بها، ومن ثمّ تُبلّغ المستهلك بنتيجة المراجعة. والسؤال الذي يُطرح هنا، عن الرأي الذي تُبديه الوحدة، هل يُعتبر إلزامياً أم أنه غير إلزامي؟ بالعودة إلى مهام هذه الوحدة فإنّها ترفع تقارير دورية إلى المدير العام حول مراجعات المستهلكين من حيث طبيعتها، وسبل معالجتها، ونتيجتها والإقتراحات المتعلقة بتطوير سياسة هذه الوحدة. كما تضمّنت هذه المادة شرطاً في فقرتها الأخيرة وقد ورد على شكل مميز لإبراز أهميته، مفاده إبلاغ المدير العام بشكل فوري بالمراجعات "الحساسة" التي يمكن أن تهدّد سمعة المصرف أو تعرّضه إلى تكبّد خسائر مالية. وبالتالي حدّد المصرف المركزي معيار الخطر في مضمون هذه المراجعات، الذي تمحور حول مصلحة المصرف دون أن يذكر المخاطر التي يمكن أن تصيب وضع المستهلك. فالحماية دائماً تتّجه نحو المصرف أولاً دون إبداء أي إعتبار لمصالح المستهلك التي يمكن أن تكون بخطر أيضاً. وفي هذا السياق أوجب المصرف المركزي في م ٧ من هذا القرار على جميع المصارف والمؤسسات المالية إعداد آلية واضحة للمراجعات تؤمّن معالجتها والبت بها خلال ١٥ يوماً كحد أقصى، على أن تلتزم ما يلي:

- تخصيص مكان واضح داخل المركز الرئيس وفروعه، وضمن الموقع الإلكتروني للمصرف تُقدّم من خلالها مراجعات المستهلكين.

• إعلام المستهلك بكيفية تقديم المراجعات (سواء شخصياً، أو عبر صندوق المراجعات، أو البريد العادي، أو الهاتف أو إلكترونياً). وإحاطته علماً بأنّ المراجعة تتحوّل مباشرةً إلى المركز الرئيس للمصرف دون أن تكون إدارة الفرع وموظفوها قد إطلّعوا على مضمونها. مع الإشارة إلى ضرورة إعلام المستهلك بحقه في تقديم "شكوى" إلى المراجع الإدارية أو القضائية اللبنانية المختصة دون المرور بالوحدة. ويكون القرار هنا قد ميّز بين مفهوم كل من المراجعة والشكوى لناحية الجهة التي تُقدّم أمامها كل منهما. وبالتالي فإنّ المستهلك يتقدّم بمراجعة إدارية أمام المصرف التي قد تتطوّر إلى شكوى أمام القضاء. الأمر الذي يعكس أنّ الإجراء لا يزال على حاله باللجوء إلى القضاء ما لم يتمّ حل النزاع من قِبَل المصرف، غير أنّ التغيير الوحيد يبرز في تأسيس دائرة تختصّ في تلقي المراجعات. أما بالنسبة إلى الرقابة التي تُمارس على هذه الوحدة، فنتولّى لجنة الرقابة على المصارف إصدار التعليمات التطبيقية لهذا القرار وتحقّق من مدى إلتزام المصارف والمؤسسات المالية بأحكامه. ويتعرّض المصرف أو المؤسسة المالية عند مخالفة أحكام هذا القرار إلى العقوبات الإدارية المنصوص عليها في م ٢٠٨ من قانون النقد والتسليف. وفي م ١٠ منح القرار المصارف مهلة لتطبيق أحكام هذا القرار وحددها في ٣٠/٩/٢٠١٥ كحدّ أقصى، مع الإشارة إلى أنّ القرار قد صدر بتاريخ ١٢/٢/٢٠١٥. تُعتبر هذه المهلة طويلة نسبياً وتعكس عدم إظهار العجلة في تنفيذ أحكام هذا القرار، مع العلم أنّ لبنان قد تأخّر في أخذ هذه الخطوة تجاه حماية المستهلك المصرفي. وإنّ هذه المهلة في تنفيذ القرار المذكور لا تعكس ضرورة التنفيذ بل تُبدي تراخياً إضافياً في فرض الإلتزامات على المصارف وفي تنفيذها. وفي هذا السياق أيضاً ولناحية درجة الإلزامية التي يتمتع بها هذا التعميم، فإنّه من وجهة نظر البروفسور محمصاني يتّصف بالقوة الإلزامية فيما يتعلّق بعلاقة المصرف المركزي مع المصارف، لكنّه عاجز من موقعه عن حلّ الشكوى التي تصل إليه لذلك تبقى النتيجة واحدة في اللجوء إلى القضاء^١. إنّما من جهة أخرى يضيف البروفسور بأنّه للمصرف المركزي الحق في تولّي الرقابة الفعلية للتأكد من إلتزام المصارف في تطبيق هذا التعميم، وفي فرض موافقته على نماذج العقود التي تفرضها المصارف على المستهلكين لكنّه في الواقع لا يتدخّل في هذه الإجراءات.

الفصل الثاني: القوانين الأجنبية والعربية في حماية المستهلك

على خلاف القصور في تشريع قانون حماية المستهلك المصرفي في لبنان، كرّست الدول الكبرى ومعظم الدول العربية جزءاً هاماً في تشريعاتها لحماية حقوق المستهلك المصرفي ولتحسين تعامل المصارف مع مستهلكيها. عمدنا في هذا الفصل إلى تحديد الحقوق والواجبات الملقاة على عاتق الطرفين من خلال القوانين العربية والأجنبية التي تناولت موضوع حماية المستهلك المصرفي لأنّ الثغرة الأولى والأهم في هذا الموضوع تبدأ من غياب التشريعات التي ترعى أساس التعامل بين المصرف والمستهلك. كما إهتمت بعض الهيئات الدولية والعربية بتطوير الوعي المصرفي والحفاظ على حقوق المستهلك المصرفي عبر

^١ غالب محمصاني/ بروفسور ومحامٍ/ مقابلة خاصة/ تاريخ ٣٠/٩/٢٠١٥.

حماية موقعه نظراً لأهمية المستهلك في إستقرار عمل المصارف وتطورها وذلك من خلال إنشاء هيئة مختصة في حماية المستهلك.

المبحث الأول: الخصوصية في تحديد الحقوق والواجبات الملقة على عاتق الطرفين

حققت الدول الأجنبية تقدماً كبيراً في مجال حماية المستهلك المالي عامةً والمستهلك المصرفي خاصةً لا سيما بعد الأزمة المالية العالمية التي أعادت تنظيم وهيكل آليات العمل لديها لتتلاءم مع حاجات ومصالح المتعاملين معها. وهذا التقدم لم يتم إنجازه دون إجراء التعديلات اللازمة على تشريعات أبرز الدول الأجنبية. نال موضوع حماية المستهلك إهتماماً ملحوظاً من قبل المصارف المركزية والمؤسسات المالية الدولية منذ سنوات عديدة. فقد كان التشريع الأميركي سابقاً في موضوع الشفافية في التعامل عبر إصدار قانون الإفصاح في عمليات التمويل عام ١٩٦٨ **Truth in Lending Act**. عالج فيه مسألة الإفصاح في كل ما يتعلّق بتعامل المستهلكين مع المصارف والمؤسسات المالية لا سيما في عمليات الإقراض. أما في بريطانيا، أصدر البرلمان في العام ١٩٧٤ قانون التمويل الإستهلاكي **The Consumer Credit Act** شبيهاً بمضمون القانون الأميركي المذكور.

أما بالنسبة إلى الدول العربية، لم تتناول كافة هذه الدول في تشريعاتها موضوع حماية المستهلك المصرفي على النحو الذي إعتمدته الدول الأجنبية، إنما تميّز بعض منها في التشريعات أو الأنظمة التي رعت حماية المستهلك المصرفي. لذلك سوف نذكر أبرز الدول العربية التي سجّلت تطوراً ملفتاً في تشريعاتها في هذا المجال ونعرض لبعض القوانين فيها التي تناولت حماية المستهلك المصرفي.

النبذة الأولى: تشريع حماية المستهلك المالي في الدول الأجنبية

لا يُعتبر موضوع حماية شؤون المستهلك حديثاً في طرحه لدى الدول الكبرى. لكن مع تقدّم الخدمات التقنية وإزدياد النمو الإقتصادي في العالم، شهدت أوروبا وأميركا نمواً متسارعاً في مجال الإقراض منذ عام ٢٠٠٠. وقد قابل هذا النمو صعوبة في فهم المخاطر والواجبات المترتبة عن هذه الإلتزامات، وبالتالي برزت أهمية تطوير حماية المستهلك بهدف التقليل من فشل المؤسسات المالية في الإفصاح عن المعلومات الكافية إلى المتعاملين معها. وتُعتبر الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ العامل الأساس في إسراع الدول الكبرى إلى تحسين تشريعاتها وإحاطة المستهلك المصرفي بحماية إضافية في ظل التقدم الإقتصادي والتقني الواسعين. بناءً على ما سبق ذكره، سوف نبين التطور الراهن في هذا الشأن من خلال تسليط الضوء على أبرز ما تناوله التشريع في كل من الولايات المتحدة الأميركية وفرنسا.

الفقرة الأولى: الولايات المتحدة الأميركية

تطوّرت التشريعات المتعلقة بحماية حقوق المستهلك في أميركا بين الأعوام ١٩٦٠ و ١٩٧٠ لتصبح قضية مسؤولية إلا أنها لم تعكس نتائج إيجابية على المستهلك. فالحماية غير الكافية للمستهلك وبخاصة تلك المتعلقة بتسويق الرهونات، لم تؤدّ إلى خسارة بعض المستهلكين وحسب، بل ساهمت في وقوع الأزمة

المالية العالمية في العام ٢٠٠٨. فقد بدأت الأوضاع المالية في الولايات المتحدة الأمريكية بالتراجع منذ العام ٢٠٠٧، مما أدى إلى تدهور النظام المالي في أيلول عام ٢٠٠٨ وحصول هذه الأزمة. يشكّل الرهن العقاري وسوء التداول به أحد أسباب هذه الأزمة لا سيّما وأنّ التأمينات عليها أيضاً قد ساهمت في إنتشار أزمة الرهن العقاري بين أرجاء العالم. وقد أظهرت الأزمة بوضوح أنّ حماية المستهلك في بعض الأسواق المالية تشوبها نواقص عدة.

بذلّ الكونغرس الأمريكي جهداً حثيثاً في معالجة هذه الأزمة عبر تشريع قانون مالي إصلاحي **The Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act** وقّع عليه الرئيس الأمريكي باراك أوباما في ٢١ تموز ٢٠١٠. يُعتبر هذا القانون الأكثر شمولية منذ العام ١٩٣٠، فقد شكّل نظاماً مالياً متكاملًا بحيث تناول الشؤون المالية من كل الجوانب ودور السلطة والإدارة في تحقيق الإستقرار المالي. كما أعاد هيكلية السوق المالية وكافة أدواتها بما فيها جميع المؤسسات المالية التمويلية. ومن بين عناوين هذا القانون، ورد العنوان العاشر تحت اسم "مكتب الحماية المالية للمستهلك" **Bureau of Consumer Financial Protection**. ونصّ قانون **Dodd-Frank Wall Street Financial Act of 2010** على أنّ هذا العنوان يشكّل قانون الحماية المالية للمستهلك عام ٢٠١٠ (Consumer Financial Act of 2010). نصّت المادة **Section 1011** على أن ينشأ ضمن النظام الفدرالي الإحتياطي (Federal Reserve System) مكتب الحماية المالية للمستهلك (Bureau of Consumer Financial Protection) وهو مكتب مستقل يُعنى بضبط أو تنظيم الإقتراحات والشروط حول الخدمات المالية للمستهلك ضمن القوانين المالية الفدرالية للمستهلك **The Federal Consumer Financial Laws**. يُعتبر هذا المكتب بمثابة وكالة تنفيذية **Executive Agency**، يرأسها مدير مستقل يعيّنه رئيس الولايات المتحدة الأمريكية بإستشارة مجلس الشيوخ وموافقته. يتميز هذا المكتب بإستقلاليته في تحديد المبادئ التي من شأنها أن تضمن حماية المستهلكين في كافة المؤسسات المالية المصرفية وغير المصرفية.

أولاً: مهام مكتب الحماية المالية للمستهلك

- نصّ القانون على أن يشكّل مدير المكتب هيئة مهمتها تقديم الأبحاث والتحليل والتقارير في الأمور التالية:
- التطورات في أسواق الخدمات أو المنتجات المالية للمستهلك بما فيها الخدمات المالية ذات معدلات النمو المرتفع التي يمكن أن تشكّل خطراً على المستهلكين.
 - وعي المستهلك وإدراكه وحسن إستخدامه للشروط والإتفاقات المعنية بالخدمات المالية.

¹ Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act:

<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-111publ203/pdf/PLAW-111publ203.pdf>

- إدراك المستهلك وفهمه لأسعار الخدمات المالية والمنفعة المرتقبة والمخاطر الناجمة عنها.
 - سلوك المستهلك وتعامله مع الخدمات المالية بما فيها قروض الرهن.
 - خبرة المستهلكين الماليين عموماً، سواء أكانوا من المتعاملين مع المصارف أو مع غيرها من المؤسسات المالية.
- كما ينص القانون على وجوب تشكيل مدير المكتب وحدة تُعنى في منح المعلومات والإرشاد والمساعدة التقنية في الإقتراحات والنصوص المتعلقة بالخدمات المالية المتاحة أمام المستهلك.

١. جمع الشكاوى وملاحقتها:

تضمنت المادة **Section 1013-(b)(3)** أن يؤسس المدير وحدة من مهامها تخصيص خط ساخن مجاني لتلقي شكاوى المستهلكين الماليين، وإنشاء موقعاً إلكترونياً وقاعدة بيانات (database) لتسهيل آلية جمع الشكاوى، ومراقبتها والرد عليها في كل ما يتعلّق بالخدمات المالية للمستهلك. على أن يُجري المدير التنسيق المطلوب مع مفوضية التجارة الفدرالية Federal Trade Commission أو مع وكالات فدرالية أخرى لإرسال الشكاوى إلى الجهات المعنية عند الإقتضاء. هذا فضلاً عن قيام المدير برفع تقرير سنوي إلى الكونغرس قبل ٣١ آذار من كل سنة يتناول فيه الشكاوى الواردة إلى المكتب. يضم التقرير المعلومات والتحليل حول عدد الشكاوى وأنواعها والحلول المقترحة لكلّ منها.

٢. إنشاء مكتب الثقافة المالية:

نصت المادة **Section 1013-(d)(1)** في مضمونها على أن يشكّل المدير مكتباً للثقافة المالية Office of Financial Education مسؤولاً عن تطوير وتطبيق المبادرات الهادفة إلى تثقيف ودعم المستهلكين من أجل إتخاذ أفضل القرارات المالية. يندرج من بين مهام هذا المكتب، العمل على وضع وتطبيق إستراتيجية تحسّن المعرفة المالية لدى المستهلك، على أن تتضمن هذه الإستراتيجية أهدافاً ثابتة. بحيث تتمّ إستشارة مفوضية المعرفة والثقافة المالية Financial Literacy and Education Commission بما يتلاءم مع الإستراتيجية الوطنية للمعرفة المالية من خلال بعض الخطوات التي تتيح الفرص أمام المستهلكين في الإستحصال على الإستشارة المالية، وتخفيض ديونهم وتحسين أوضاعهم المالية.

٣. إنشاء المجلس الإستشاري للمستهلك:

يتولّى المدير وفق المادة **Section 1014(a)** مهمّة إنشاء المجلس الإستشاري للمستهلك Consumer Advisory Board تتحصر مهامّه في متابعة الممارسات المالية مع المستهلك وتقديم المعلومات حول أحدث الخدمات المالية المطروحة في السوق. كما يقوم المجلس بتقديم النصح وبإستشارة المكتب لدى ممارسته (أي المجلس) لمهامه وفق القوانين الفدرالية للمستهلك.

هذا فضلاً عن قيام مدير المكتب وفقاً للمادة **Section 1015** بالتنسيق مع سائر الهيئات الفدرالية التجارية المعنية من أجل تعزيز السبل التنظيمية الداعمة للخدمات المالية والإستثمارية للمستهلك.

ثانياً: الصلاحيات الخاصة بمكتب الحماية المالية للمستهلك

تتفرّع صلاحيات مكتب حماية المستهلك المالي بين منع الأعمال التعسفية وبين الرد على شكاوى المستهلكين وإستفساراتهم، ونفصلها كالاتي:

١. منع الأعمال التعسفية:

يتمتع المكتب وفق أحكام المادة **Section 1031** من هذا القانون بالصلاحية في إتخاذ أي إجراء يراه مناسباً من أجل منع موظفي المؤسسات المالية من ممارسة أي عمل غير منصف يعكس تعسفاً أو خداعاً بالمستهلك ضمن القانون الفدرالي فيما خصّ التعامل بالخدمات المالية. وبالتالي للمكتب الصلاحية في تطبيق القوانين المختصة التي تصنّف هذه الأعمال بأنها غير منصفة وتعسفية يشوبها الخداع. غير أنّ المكتب لا يتمتع بهذه الصلاحية إلا إذا توفّرت عوامل أو أسباب معينة تسمح له بممارسة تلك الإجراءات. ونبيّن العوامل فيما يلي:

• **حالة عدم الإنصاف Unfairness :**

- _ أي عمل يتسبب بضرر مادي بالمستهلك ولا يمكن للمستهلك نفسه أن يتجنّبهُ.
- الضرر المادي الذي يفوق حجم المنافع للمستهلك أو قيمة التعويض.

• **حالة التعسف Abusive :**

- _ أي عمل من شأنه أن يؤثّر على قدرة المستهلك في فهم أي تفصيل يتعلّق بالخدمات المالية.
- _ أي عمل يستغلّ عدم فهم المستهلك، وعدم إدراكه للمخاطر، وللكلفة أو للشروط المتعلقة بالخدمة المالية.

- _ أي عمل يستغلّ ثقة المستهلك بالمحترف تحقيقاً لمصلحة الأخير الشخصية.

يقوم المكتب لدى توفر إحدى هذه الحالات المذكورة بإستشارة الوكالات المصرفية الفدرالية Federal Banking Agencies أو غيرها من الوكالات الفدرالية المعنية من أجل ملاءمة العمل التعسفي المذكور مع القانون. وقد حدّدت المادة **Section 1032** دور المكتب في إقتراح القانون الأكثر ملاءمة والذي يضمن وضوح التعامل مع المستهلك بقدر الإمكان. ينعكس هذا التعامل من خلال الحرص على إحاطته علماً بالكلفة والمنافع والمخاطر لكل خدمة مالية وفقاً للظروف والمعطيات الراهنة. وإنّ القوانين التي يقدّمها المكتب إلى المستهلك لا بد من أن تحتوي على نماذج محدّدة عن كل خدمة مالية. هذه النماذج تحوي معلومات يجب أن تكون لغتها سهلة ومقروءة من قِبل المستهلك، ذات تصميم واضح

وبأحرف مقروءة أيضاً. كما يجب أن تتضمن شرحاً مقتضياً وكافياً للمعلومات المرتبطة بالخدمة المالية موضوع التعاقد. والملفت في هذا القانون أنه طرح عرض هذه النماذج على فئة من المستهلكين لإخضاعهم إلى "فحص مبدئي" (consumer testing) ولدراسة حجم التجاوب مع مضامينها كإجراء تجريبي من أجل تحديد الشوائب التي من شأنها أن تقف عائقاً أمام فهم المستهلك، على أن يتم من بعدها إصدار هذه النماذج نهائياً كنماذج موحدة تنفرد بكل خدمة على حدة. فالشرط الجوهرى الذي يقضى بتحقيق حماية المستهلك وضمن المكتب لحقوقه ومصالحه، يتجلى بوضوح عبر إستصال المكتب على دليل يؤكد فهم المستهلك للخدمات المالية وإدراكه لمندرجات هذه النماذج من خلال معرفة كلفة كل خدمة مالية والمنفعة الناتجة عنها، إضافةً إلى المخاطر التي يمكن أن تبتثق عنها.

٢. آلية الرد على شكاوى المستهلكين وإستفساراتهم:

إضافةً إلى التعامل المباشر بين المحترف والمستهلك لدى تقديم الشكاوى، عمد القانون إلى إنشاء آلية تسمح بإحاطة المستهلك علماً حول كيفية الرد على الشكاوى التي يقدمها من جهة، وبفرض الرقابة على الردود التي يقدمها المحترف إلى المستهلك من جهة أخرى. نبيّن الآلية وفقاً للآتي:

أ. رد السلطة على شكاوى المستهلك ضمن مهلة محددة:

يلتزم المكتب وفقاً لأحكام المادة **Section 1034**، وبعد إستشارة الوكالات التنظيمية الفدرالية المعنية Federal Regulatory Agencies، بتعيين الإجراءات التي تؤمّن الرد على الشكاوى ضمن مهلة زمنية قصيرة. والجواب يمكن أن يكون خطياً عند الإقتضاء وفي إحدى الحالات التالية:

- إتخاذ السلطة إجراءات معينة للإجابة على شكاوى المستهلك أو إستفساراته.
- متابعة السلطة الرد دورياً على شكاوى المستهلك أو إستفساراته.
- الردود المرسلة من قبل السلطة إلى المحترف.

ب. رد المحترف على السلطة ضمن مهلة محددة:

على المحترف تقديم الجواب خطياً ضمن المهلة المحددة سواء إلى المكتب أو السلطة أو أية هيئة تتمتع بصلاحيّة التعامل مع المحترف، على أن يتضمّن الجواب العناصر التالية:

- الخطوات التي إتخذها المحترف لدى تعامله مع شكاوى المستهلك.
- الردود المرسلة من قبل المستهلك إلى المحترف.
- متابعة المحترف الرد دورياً على شكاوى المستهلك أو إستفساراته.

أدى هذا القانون الشامل إلى وضع حجر الأساس للإقتصاد الأميركي عبر خلق فرص للعمل وحماية المستهلكين الماليين وتجنّب الوقوع في أزمة مالية أخرى. فقد حقّق إنجازاً إقتصاديّاً بارزاً نظراً لشموليته ولدقته

في علاج كافة الشؤون المالية، لا سيما حماية المستهلك المالي. والملفت أيضاً أنّ المشرّع في ولاية ميشيغان الأميركية أعدّ دليلاً حول كيفية حماية المستهلك¹ Consumer Protection Guide. ففي ظل نمو عدد المستهلكين، إزداد طلب المواطنين في الإستحصال على معلومات عن حقوق المستهلك وفقاً لقانون ميشيغان. لذلك أنشأ المشرّع ما يسمّى بـ² Consumer Protection Resource Guide وهو دليل موارد حماية المستهلك الذي يشرح بعض عمليات الإحتيال وكيفية تجنبها. إضافةً إلى السبل التي يمكن اللجوء إليها في حال التعرّض إلى أي ضرب من ضروب الإحتيال. والهدف الأساس من إصدار الدليل المذكور يرتكز في تأمين توزيعه على أوسع نطاق ممكن إلى أيدي المستهلكين ليكونوا على إطلاع وافٍ بكل ما يمكن أن يواجههم في عملياتهم المالية. يتضمّن هذا الدليل آلية تقديم الشكوى بإعتبار أنّ هذا الإجراء هو حق من حقوق المستهلك ويقع ضمن مسؤولياته أيضاً. كما أورد نموذجاً عن تقديم الشكوى إلى المؤسسة المالية المشكو منها؛ وفي حال عدم الرد، يلجأ المستهلك الشاكي إلى مكاتب محلية متخصصة أو إلى أقرب وكالة محلية لحماية المستهلك. يتضمّن هذا الدليل توعية شاملة للمستهلك وتحفيزاً له على قدرته في حماية نفسه من العروض العديمة الجدوى التي تضغط عليه ليوقع بالقبول على إتفاق معين. فقد حدّر المستهلك من العروض الكاذبة ومن بعض الممارسات التي يمارسها دون وعي كامل كالتوقيع قبل قراءة العقد أو دون الإستفسار عن كافة تفاصيل الخدمة موضوع التعاقد. وحرص أيضاً على ضرورة قراءة العقد وفهمه جيداً قبل التوقيع، والموافقة على إبرام العقد بإرادة صريحة وإدراك تام، والإستعانة بمحامٍ عند غموض مندرجات العقد أو في حال تضمّنه مسائل قانونية. وبالتالي تنعكس أهمية حماية المستهلك في التدابير التي إتخذها المشرّع في هذا الدليل، وبخاصةً التشديد على أنّ تقديم المستهلك للشكوى ضد أي مؤسسة مالية لا يشكّل حقاً من حقوق المستهلك وحسب، بل جزءاً من المسؤوليات التي تقع على عاتقه أيضاً.

الفقرة الثانية: فرنسا

عرّف المشرّع الفرنسي تطوراً كبيراً على صعيد حماية المستهلك المصرفي عبر إيجاد قواعد قانونية خاصة تحت عنوان الإئتمان الإستهلاكي Le crédit à la consommation الوارد في قانون حماية المستهلك رقم ٧٨١٢٣ الصادر بتاريخ ١٠/١٠/١٩٧٨ code de la consommation. وقد جرى تعديل هذا القانون وفقاً للقانون رقم ٧٣٧ الصادر بتاريخ ١/٧/٢٠١٠ Loi n° 2010-737 du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation³ رقم ٧٨١٢٣.

¹ Consumer Protection Guide, prepared by Michigan legislature:
<http://www.legislature.mi.gov/Publications/ConsumerProtection.pdf>

² Consumer Protection Guide, prepared by Michigan legislature: p: 2
<http://www.legislature.mi.gov/Publications/ConsumerProtection.pdf>

³ Le service public de la diffusion du droit: legifrance.gouv.fr
<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000022419094&categorieLien=id>

جاءت هذه الخطوة من أجل منح المستهلك موقِعاً أفضل وبخاصةً أثناء منحه القروض أو عند عدم ملاءته مالياً، على أن يُطبَّق هذا القانون بالتساوي على المستهلكين الفرنسيين والأجانب. تميَّز القانون رقم ٢٠١٠١٧٣٧ بوجوب زيادة المعلومات الإلزامية التي يجب إعلام المستهلك بها قبل موافقة المصرف على منح القرض، وبتحديد قيمة القرض النهائية وإعلانها بوضوح تام. كما أنه بات إجراءً إلزامياً على المصارف والشركات المالية بتقويم الوضع المالي للمستهلك قبل منحه القرض. والأهم من ذلك أن المستهلكين بعد هذا التعديل يُمنحون مدة ١٤ يوماً للتراجع دون أي مبرر عن قبولهم بالقرض، مع الإشارة إلى أن هذه المدة كانت في السابق ٧ أيام فقط. كما وقد منح التشريع الجديد إجراءات سريعة في تحقيق إستقرار المستهلك المالي ومنحه السيولة المالية. تعيَّن هذه الإجراءات هيئة من واجباتها دعم المستهلكين الذين يرزحون تحت وطأة الدين دون اللجوء إلى القضاء. وبالتالي يقوم المستهلك بإرسال ملف خاص إلى هذه الهيئة والتي تقرّر بموجبه الموافقة على منحه المساعدة اللازمة، على أن تتخذ قرارها ضمن مهلة ٣ أشهر بعد أن كانت ٦ أشهر في السابق. ساهم هذا القانون في تسهيل شؤون المستهلكين وتقديم التسهيلات لمشاكلهم مهما إزدادت تعقيداً. وإنّ بعض هذه الإجراءات تشكّل جزءاً لا يتجزأ من المفهوم العام للإلتزام بموجب الإعلام الذي يقع على عاتق مقدّم الخدمات المالية.

أولاً: الإلتزام المقرض في عملية الإئتمان

نظّم المشرع الفرنسي عقوداً تمهيدية وأهمّها عقد القرض الذي يتضمّن مجموعة من الشروط والإلتزامات لدى إبرام العقد. عرّفت المادة **L.311-1-4** من قانون حماية المستهلك رقم ٢٠١٠١٧٣٧ عقد الإئتمان بأنّه "العملية أو العقد الذي يلتزم بمقتضاها المقرض *le prêteur* بمنح المقرض *l'emprunteur ou consommateur* إئتمناً على شكل أجل للوفاء بالقرض. وقد عرّفت المادة **L.311-1-1** من قانون حماية المستهلك المقرض بأنّه "كل شخص يمنح الإئتمان المطلوب في إطار ممارسة نشاطه التجاري والمهني". أما المقرض فقد عرّفته المادة **L.311-1-2** بأنّه "الشخص الطبيعي الذي يرغب في الحصول على الإئتمان المطلوب لهدف غير متعلّق بنشاطه التجاري أو المهني". وقد أوجب المشرع الفرنسي على المقرض في عملية الإئتمان تنفيذ بعض الإلتزامات توافقاً مع طبيعة العملية الإئتمانية حيث جاء في المادة **L.311-1-6** من قانون حماية المستهلك بأنّه على المقرض إعطاء المقرض أو المستهلك المعلومات والبيانات الضرورية للمفاضلة ما بين عروض الإئتمان ولمعرفة نطاق الإلتزامه الإئتماني. وإنّ حصول المقرض على تلك المعلومات يكون على شكل ما يُسمّى بسجل المعلومات قبل إبرام عقد الإئتمان *Fiche d'information précontractuelle*. ويتضمّن السجل العناصر الأساس للإئتمان (المبلغ، المدة، سقوط الأجل، طريقة الإستخدام والفوائد) وبعض المعلومات القانونية كحق العدول والسداد المبكر. كما ألزم المشرع المقرض في المادة **L.331-8** من قانون حماية المستهلك تزويد المستهلك بكافة التفاصيل التي تسمح له بتحديد ما إذا كان العقد مناسباً لحاجاته ولوضعه المالي، مع ضرورة إعلام المقرض بالعناصر الأساس للإئتمان المطروح عليه وتبنيه إلى النتائج التي قد تترتب عليه وفقاً لوضعه

المالي أيضاً. وهذا ما يُسمّى بموجب الإيضاح obligation d'explication الذي يلتزم به المقرض في تعامله مع المستهلك المقترض. وقد جاء في قرار محكمة النقض الفرنسية على أنّ إلتزام المصرف بتحذير المقترض عن مخاطر منح القرض يُعتبر معياراً شخصياً، أي بالرجوع إلى تقدير ملاءمة القرض الممنوح مع القدرة المالية لكل مستهلك على حدة¹. فإذا كان القرض مرهقاً على المستهلك، يتحمّل المصرف المسؤولية في هذه الحالة. وفي هذا السياق يُعتبر القضاء الفرنسي أنّ القرض يكون مرهقاً عندما تتجاوز إلتزامات المقرض الشهرية نسبة ٥٠% من دخله.

من هنا يتّضح الدور الهام الذي قام به المشرّع الفرنسي في إلزام المقرض بوجوب إعلام المستهلك بسجل المعلومات للإئتمان المذكور أعلاه، إضافةً إلى إيضاح تلك المعلومات والبيانات للمستهلك بما يسمح له بتقدير ملاءمة الإئتمان لحاجاته ووضعها المالي. وقد شهد القضاء الفرنسي تطوراً كبيراً خلال السنوات الخمسة عشر الماضية في خصوص موضوع حماية المستهلك المصرفي ومسؤولية المصرف تجاه المستهلك. فقد أصدرت الغرفة المدنية التمييزية في العام ٢٠٠٥ عدة أحكام قضائية أوجدت من خلالها أساس مسؤولية المصرف تجاه المقترض، إستخلاصاً من عملية التمييز بين المهني والمستهلك التي أخذ بها المشرع الفرنسي. إرتكزت الأحكام الصادرة عن الغرفة المدنية لدى محكمة التمييز بتاريخ ٢٠٠٥/٧/١٢ إلى تحديد الإلتزامات التي تقع على عاتق المصرف عند منح القرض للمستهلك (Le devoir du banquier dispensateur de credit au consommateur)، كموجب التبصر

(devoir de discernement) وموجب الإعلام (devoir d'information) وموجب التحذير (devoir de mise en garde) وموجب النصح^٢ (devoir de conseil). وفي حالة المستهلكين ذوي الوضع المالي الدقيق، قضت محكمة الإستئناف Lyon في حُكمها أنّ المصرف ملتزم تجاه الكفيل بإلمامه حول كافة مخاطر الإقتراض والنتائج القانونية لعدم سداده، لا سيما إن كان المكفول صغير السن أو عديم الخبرة أو أنّ مصادر دخله ضئيلة أو محدودة^٣. وقد لحظ المشرّع الفرنسي في المادة L.333-4 من قانون حماية المستهلك الدور الذي يتوجّب على المقرض من خلاله أن يقوم بتقديم المعلومات والبيانات المتعلقة بالإئتمان وإيضاحها أمام المستهلك. وقد أضافت المادة L.331-9 من القانون نفسه وجوب المقرض في التحقق من ملاءة المستهلك قبل التعاقد وذلك من خلال الرجوع والإطّلاع على سجل البيانات المتعلقة بعدم الوفاء والإئتمان الممنوح إلى الأشخاص الطبيعيين لحاجاتهم غير المهنية، ويُسمّى «fichier national recensant les informations sur les incidents de paiement». يقتصر هذا السجل على بيان حالات التأخر في الوفاء أو عدم الوفاء بما هو مستحق من أقساط مقابل الإئتمان الممنوح، ويشرف مصرف فرنسا على إدارته (Banque de France). وفي هذا السياق أنشأت FICP (le fichier national des incidents de remboursement des crédits aux

¹ Cassation première, chambre civile, 18 février 2009, n° 08-11.221, D. 2009.

² Cour cassation, première chambre civile, JCP 2005, II, 10140, note A. Gourio, Banque et droit, 2005, arrêt du 12 Juillet 2005, n°104.

³ Cour d'appel de Lyon, troisième chambre, civile section A, arrêt du 25 Juin 2009, n°08/06271.

(particuliers) بموجب قانون منع ومعالجة مشاكل الديون الشخصية رقم 89- ٨٩١١٠١٠ « Loi no° 1010 du 31 décembre 1989 relative à la prévention et au règlement des difficultés des particuliers et des familles ». إن الـ FICP عبارة عن قاعدة بيانات حول حالات وفاء القروض للأفراد، تشكّل جهازاً وقائياً أو إحترازياً في النظام الفرنسي لدى التعامل مع المديونية المفرطة (surendettement). تعمل الهيئات ضمن FICP على مساعدة المدينين في التعاون مع لجان المديونية (commissions de surendettement) للتوصّل إلى الحلول المناسبة دون اللّجوء إلى القضاء. وفي حال فشل لجان المديونية في التوصل إلى تسوية، فإنّها تتمتع بالسلطة (التي مُنحت لها في العام ١٩٩٥) في طرح إجراءات معيّنة ملزمة للفرقاء يتبعها موافقة القاضي الذي يُمسك بالقضيّة. وفي الجهة الأخرى تعمد FICP بصورة أوليّة إلى منح المؤسسات المالية أو تزويدها بالمعلومات التي من شأنها تقويم الصعوبات الناجمة عن توقّف المدينين عن الدفع. وقد تطوّرت الأنظمة المتّبعة في هذا المجال منذ العام ٢٠١٠ نتيجةً لتكثيف التنسيق بين مصرف فرنسا والمصارف الأخرى بموجب القرار الصادر بتاريخ ٢٦/١٠/٢٠١٠ عن وزارة الإقتصاد والعمل.

ثانياً: توجّه المصارف إلى حماية حقوق المستهلك

تعمل المصارف في فرنسا منذ سنوات على تطبيق إجراءات من شأنها تسهيل عمليات المستهلكين عند فتح الحساب وتسديد مدفوعاتهم، لا سيّما المستهلكين ذوي الأوضاع المالية المتعثرة. إقترحت المصارف منذ ١/١٠/٢٠١٤ عرضاً تجارياً مخصّصاً للمستهلكين أصحاب الأوضاع المتعثرة، عملاً بالقانون المصرفي رقم ٢٠١٣٦٧٢ الصادر بتاريخ ٢٦/٧/٢٠١٣ «Loi n° 2013-672 du 26 juillet 2013 de séparation et de régulation des activités bancaires». وإنه وفقاً للدرالية المصرفية الفرنسية «^١ FBF: Fédération bancaire française» إنّ القطاع المصرفي في هذا الخصوص بعض الخطوات التي تهدف إلى تجنّب الديون الإضافية التي يتحمّلها المستهلك. ومن هذه الخطوات إرسال عدة إنذارات مبكرة إلى المستهلكين الذين يعانون من أوضاع متعثرة، وتقديم المساعدة إليهم عبر طرح حلول ترشدهم إلى إعادة هيكلة إدارتهم المالية وذلك كي لا يزداد وضعهم المالي سوءاً. وفي هذا السياق لا بدّ من التنويه بأنّ FBF عبارة عن هيئة تمثّل كافة المؤسسات التجارية والمصرفيّة العاملة في فرنسا سواء كانت فرنسية أم أجنبية. والإتجاه في فرنسا اليوم يتمحور حول إعداد برامج لزيادة التوعية المالية أو الثقافة المالية، وتتولّى FBF إدارة حملة «Les clés de la banque» المرتبطة بهذه البرامج. وقد لاقت هذه السياسة نجاحاً ونتائج إيجابية، إذ أُقيمت حملات تثقيفيّة توجّهت إلى فئة الشباب التي ساعدتهم على فهم العملية الإقتصاديّة القائمة على العلاقة بين المصرف والمستهلك. فالقطاع المصرفي يعمل مع كافة الهيئات المعنية على تنمية إستراتيجية محلية لدعم الثقافة المالية.

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي لـ FBF : <http://www.fbf.fr/en/home>

<http://www.fbf.fr/en/retail-banking/customers/consumer-protection/banks-are-committed-to-inclusion-and-financial-education>

ثالثاً: الدور الرقابي للسلطة الفرنسية

تلتزم المؤسسات المالية في فرنسا بتعيين أمين شكاوى داخلي يطبق آلية التعويض ويعزز مسك الشكاوى والتعامل معها. كما يتولى مراقبة الأداء المعتمد في حماية المستهلك وإرسال تقارير سنوية إلى لجنة محلية مسؤولة عن تقويم فعالية نظام التدقيق والإمتثال. يرأس هذه اللجنة حاكم مصرف فرنسا (المصرف المركزي) وتضم بين أعضائها ممثلين عن السوق المالية وخبيراً قانونياً وممثلي مؤسسات خاصة بالمستهلك. يتولى مصرف فرنسا مهمة مراقبة حماية حقوق المستهلك من خلال *Autorité de contrôle prudentiel et de résolution* (ACPR) أيضاً فضلاً عن قيام *Autorité des marchés financiers* (AMF) أيضاً بمراجعة الرقابة على حماية المستهلك. وإن كل خدمة يجري بيعها من قبل المؤسسات المالية لا بدّ من أن تستحصل على ترخيص من قبل السلطة الفرنسية وتحديدًا من خلال *Autorité des marchés financiers* (سلطة الأسواق المالية). يضمن هذه الجهاز بأن تكون المخاطر الناجمة عن أية خدمة محدودة ومقبولة، وبأن تكون تفاصيل التعاقد واضحة ومفهومة من قبل المستهلك. وفي حال إقدام أية مؤسسة مالية بتغيير مواصفات الخدمة المالية لديها دون إعلام السلطات المعنية بذلك، تتمتع "سلطة الأسواق المالية" بصلاحيّة إلغاء الترخيص المعطى لها في مزاولة عملها وبخاصة إذا كان هذا التغيير من شأنه أن يزيد من حدة المخاطر الناجمة عن هذه الخدمة المالية. يتبين وفقاً لم سبق عرضه أنه لم يُخصّص جهاز موحد لحماية المستهلك المالي في فرنسا، بل تعددت الأجهزة التي تتولى الرقابة على حماية المستهلك وتتعاون عدة هيئات في تحقيق الحماية اللازمة إلى المستهلكين. والملفت أيضاً في فرنسا قيام المصرف المركزي بالدور الرقابي على سلوك المؤسسات المالية في حماية حقوق المستهلك.

النبذة الثانية: تشريع حماية المستهلك المالي في الدول العربية

أبدت بعض الدول العربية إهتمامها بموضوع حماية المستهلك المصرفي وقد أثبتت حرصها على صيانة حقوقه عبر سن القوانين أو إصدار التعاميم التي ترعى مصالح المستهلك. وإنّ أبرز هذه الدول تتمثل في قطر، الإمارات المتحدة العربية والمملكة العربية السعودية. أما بالنسبة إلى مصر فإنّها لم تتميز كهذه الدول، إنّما لا بدّ من إلقاء الضوء على تشريعها في هذا المجال. على الرغم من أنّ أغلب الدراسات المقارنة لا تتضمن الرجوع إلى تشريعات هذه الدول، غير أنّ هذا الطرح الجديد لموضوع حماية المستهلك المصرفي يفرض الإستناد إلى تشريعات الدول العربية التي سعت إلى تحقيق حماية المستهلك. هذا فضلاً عن تفصيل بعض النصوص القانونية التي عالجت موضوع حماية المستهلك عبر تحديد حقوقه وتأطير واجبات المصرف. فإنّ علاقة المصرف بالمستهلك والآثار السلبية الناجمة عنها تفرض علينا الإطّلاع على

¹ *Autorité de contrôle prudentiel et de résolution* (ACPR): "السلطة الرقابية الإحتياطية" جهاز إداري مستقل يعمل ضمن بنك فرنسا، يتولى مراقبة أعمال المصارف وشركات التأمين.

² *Autorité des marchés financiers* (AMF): "سلطة الأسواق المالية" جهاز مستقل يضمن حماية الإستثمار ودعمه في العمليات المالية والحفاظ على إستقرار الأسواق المالية.

أهم الإنجازات في هذا الموضوع للتوصل إلى تحديد مستوى تطوّر هذه العلاقة القانونية ومن ثمّ التوصل إلى سبل معالجتها.

الفقرة الأولى: دولة قطر

لا يُعتبر موضوع حماية المستهلك المالي بشكل عام طرحاً جديداً في تشريع دولة قطر. فقد صدر القانون رقم ١ عام ١٩٦٦ المتعلّق بالإشراف والرقابة على شركات ووكلاء التأمين، كما صدر القانون رقم ٨ عام ٢٠٠٨ بشأن حماية المستهلك والمُعَدّل عام ٢٠١١^١. ومن ثمّ صدر قانون مصرف قطر المركزي وتنظيم المؤسسات المالية رقم ١٣ بتاريخ ٢٠١٢/١٢/٢ لينظّم العمليات المالية كافةً وليوجّد التشريعات بشأنها بما فيه حماية المستهلك المالي. يتمتّع هذا القانون بأهمية كبرى لا سيّما وأنّ المشرع قد ألغى كل حكم يتعارض مع هذا القانون لتكوين هذا القانون المالي المتكامل.

العنوان الأبرز في هذا القانون والذي يزيده أهميةً هو الباب السادس الذي تناول "حماية عملاء المؤسسات المالية". إذ خصّص إطاراً حمائياً للمستهلك وأورد في المواد ١٤١ إلى ١٤٤ منه بأنّ المستهلك الذي يتلقّى خدمات مالية، يجب أن يتمتّع بكافة الحقوق التي تضمن له الحصول على أفضل خدمة لناحية الجودة والشفافية في التعامل. كما أورد بأنّ المسؤولية تقع على عاتق المصرف المركزي الذي يجب أن يحدّد الأحكام التفصيلية والضوابط المتعلقة بحماية المتعاملين مع المؤسسات المالية. يتّضح من نص هذا القانون أنّ المستهلك بات يُخصّص له الحماية اللازمة والمنشودة في علاقته مع المصرف. لا بدّ من الإشارة إلى أنّه لم يكن هنالك من أي نص قانوني قبل صدور هذا القانون عام ٢٠١٢ من شأنه أن يشير إلى أهمية حماية المستهلك المصرفي أو المالي، وهذه الحماية غير مألوفة في القوانين العربية السابقة. وأشار القانون إلى المعايير التي يجب الإعتماد عليها في العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك والمتمثلة بالشفافية والمعاملة العادلة. كما حدّد أنّ المصرف المركزي هو الجهة المسؤولة عن وضع المعايير وكافة الضوابط والأحكام التي ترعى حماية المستهلكين للخدمات المالية. وبالتالي فإنّ المصرف المركزي وحده من يحدّد النظام القانوني لعلاقة المصارف بالمستهلكين، ذلك لأنّه رأس القطاع المصرفي وأساسه. كما فرض القانون قيوداً تلتزم بها المؤسسات المالية في إعلاناتها الترويجية للخدمات المالية، وحظّر على المؤسسات المالية في م ١٤٢ من أن تعرض أو تقدّم أو تروّج في إعلاناتها لأية خدمة مالية من شأنها أن تضلّل المستهلك. وفي هذا المجال فرض القانون في المادة نفسها على المؤسسات المالية أن تلتزم لدى عرض خدماتها أو عند الترويج لها بالإعلانات الواضحة والصحيحة غير المضلّلة. هذا فضلاً على أن يكون الإعلان واضحاً ومُعَدّاً بلغة سهلة غير خادعة ومشتماً على كافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالخدمة المالية، لناحية مميزاتها وخصائصها وأسعارها. وقد حرص القانون على وضوح الشروط والأحكام المتعلقة بالحصول على هذه الخدمة المالية وعلى

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف قطر المركزي: المرجع السابق.

توعية المستهلك بمخاطر التعاقد على هذه الخدمة المالية. كما أدرج شروطاً إلزامية تلتزم بها المؤسسة المالية في تنظيم عقودها أمام المستهلكين وفقاً للمادة ١٤٣ التي أوجبت على المؤسسات المالية تخصيص نموذجاً مستقلاً و متميزاً لكل عقد يتعلّق بخدمة مالية أو بمنتج مالي معين. وحدّد بأنّ هذا العقد يجب أن يكون واضحاً يشتمل على كافة البيانات المتعلقة بالخدمة المالية وتحديدًا بيان تاريخ العقد، ومدته، ونوع الخدمة المالية، وطبيعتها، وميزاتها، وخصائصها وأسعارها وشروط الإستحصال عليها، وحالات تعديل العقد وإنهائه (إن وُجِدَت). كما تطرّق القانون إلى محتوى العقد وأوجب بأن لا يُشار في العقود إلى وثائق لم يطلّع المستهلك عليها أو لم يكن على علم بها قبل توقيع العقد. وعطفاً على ما ورد سابقاً فيما يتعلّق بمسؤولية المصرف المركزي، يتولّى أيضاً مراجعة العقود التي تقدّمها المصارف إلى المستهلكين ويصدر التعليمات التي ترضى أحكام العقود ومحتواها. والملفت في التشريع القطري قيام المصرف المركزي ببسط رقابته على كافة المعاملات المالية مع المستهلك وتمنّعه (أي المصرف المركزي) بحق تعديل العقود في حالات محدّدة. وضمن الإطار الرقابي للمصرف المركزي وبوصفه الجهة العليا المختصة بالإشراف والرقابة على الخدمات المالية كافة، حدّدت م ١٤٤ من هذا القانون الضوابط الّلازمة لحماية مستهلكي المؤسسات المالية وفقاً لممارسات دولية. وإنّ هذه الضوابط هي عبارة عن إجراءات شاملة يتّخذها المصرف المركزي بوجه خاص نذكرها في الآتي وفقاً لنص المادة ١٤٤:

- الإشراف العام والرقابة على كيفية تقديم الخدمات المالية للجمهور والعمل على تطوير هذه الخدمات والإرتقاء بممارسات المؤسسات المالية المعنية بتقديمها.
- وضع الأسس والضوابط والمعايير الّلازمة لحماية مستهلكي المؤسسات المالية من الغش والإستغلال، وضمان جودة الخدمات المالية المقدّمة.
- تلقي شكاوى المستهلكين وفحصها وإتخاذ الإجراءات والتدابير المناسبة بشأنها أو إحالتها إلى الجهات المختصة.
- وضع وتنظيم الآليات المناسبة لتسوية المنازعات بين المؤسسات المالية ومستهلكيها، بما في ذلك التوفيق بين الوساطة والتحكيم.
- إتخاذ الإجراءات والتدابير المناسبة في مواجهة المؤسسات المالية الخاضعة لإشراف ورقابة المصرف المركزي، لضمان إلّلتزامها وتقيدها بأحكام هذا القانون واللوائح والقرارات والتعليمات الصادرة تنفيذاً له وكافة التشريعات النافذة ذات الصلة.

أما فيما يخصّ العقوبات المقرّرة لكل المصارف المخلّّة بأحكام هذا القانون، فقد فرض عقوبات وجزاءات مالية. بحيث نصّت م ٢٠٨ منه في مضمونها على المعاقبة بالحبس مدة لا تتجاوز السنة وبالغرامة أو بإحدى العقوبتين كل من عرّض أو قدّم أو روجّج أو أعلن عن أية خدمة مالية مضلّلة أو غير صحيحة وكل من لم يُرفّق في نماذج عقود الخدمات المالية والبيانات والمعلومات المنصوص عليها في هذا القانون أو القرارات الصادرة تنفيذاً له. وتجدر الإشارة إلى أنّ مصرف قطر المركزي يُصدر كتاب التعليمات

للبنوك سنويًا^١، لتسهيل مهمة العاملين في الجهاز المصرفي لناحية الإلتزام بالقواعد الإشرافية التي يصدرها المصرف المركزي بما فيها التعليمات المفسرة أو المعدلة لأحكام القوانين.

في الجهة المقابلة أولى مصرف قطر المركزي عناية بارزة للموقع الإلكتروني الرسمي لديه ليصبح مرجعاً رسمياً يتضمّن كافة القوانين والتعاميم وغيرها من العناوين التي يهتم بتفاصيلها كل من يتعامل مع المصارف. كما وجّه إهتماماً واضحاً بالمتعاملين معه ذوي الإحتياجات الخاصة وأبدى تركيزه على المعاملات التي تستوجب إجراءات معينة. ونذكر أبرز التعاميم الصادرة عن المصرف المركزي في ما يلي:

- التعميم رقم ٢٠٠٩/١٦ بشأن إدارة حماية مستخدمي الخدمات المصرفية^٢
تتاول هذا التعميم إنشاء إدارة جديدة بهدف حماية المستهلك ونشر الوعي المالي والمصرفي. حدّد هذا المرسوم مهام هذه الإدارة بأنّها تختصّ بحماية المتعاملين مع المؤسسات المالية كافة (مصارف، شركات الإستثمار، شركات التمويل ومحال الصيرفة). كما أنّها تعمل على نشر الوعي المصرفي في الدولة وتلقّي شكاوى المستهلكين وحلّها ضمن مهلة لا تتعدّى الأسبوع.
- التعميم رقم ٢٠٠٩/٧٣ بشأن المكفوفين^٣
يُعتبر هذا التعميم سباقاً في حماية كافة فئات المستهلكين ومن بينها ذوي الإحتياجات الخاصة عبر تخصيص منافذ خدمات خاصة لهم، وإستخدام نماذج خاصة لعقودهم، إضافةً إلى حضور وكيل عن المستهلكين ذوي الإحتياجات الخاصة وشهود تأكيداً لقانونية الإجراءات المصرفية والإلتزامات الناجمة عنها^٤.
- التعميم رقم ٢٠١٠/١٦ بشأن الحدود القصوى للعمولات والرسوم^٥ والملحق^٦ رقم ١٤١
حدّد هذا المرسوم الحد الأعلى لأسعار العمولات والرسوم التي تستوفيه المصارف من المستهلكين على كافة الخدمات المالية التي تقدّمها لهم وفقاً للجدول المقرّرة في الملحق رقم ١٤١. كما ألزم المصارف على الإفصاح بشفافية إلى المستهلكين عن هذه الأسعار، إضافةً إلى إعلام المصرف المركزي بأي أسعار مغايرة عمّا هو محدّد في الملحق^٧ رقم ١٤١ خلال أسبوعين من تاريخ صدوره.

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف قطر المركزي:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/Legislation/Instructions/Pages/BankInstructions.aspx>

^٢ التعاميم ضمن موقع مصرف قطر المركزي:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/CustomerProtection/Documents/Pages423-437.pdf>

^٣ المرجع السابق: -<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/CustomerProtection/Documents/Pages298-299.pdf>

^٤ راجع التعميم رقم ٢٠٠٩/٧٣ في الملحق رقم ٤ من هذه الرسالة ص ١٢٢.

^٥ المرجع السابق: -<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/CustomerProtection/Documents/Pages300-301.pdf>

^٦ المرجع السابق: -<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/Legislation/Instructions/2010Instructions/13-897-898.pdf>

^٧ راجع جدول أسعار العمولات والرسوم المحددة في الملحق رقم ١٤١ المذكور أعلاه في الملحق رقم ٥ من هذه الرسالة ص ١٢٣ و١٢٤.

• التعميم رقم ٢٠١٣/١٠٣ بشأن تزويد العملاء بكشوف الحسابات إلكترونياً^١ يفيد هذا التعميم بإرسال كشوفات حسابية إلكترونياً بدلاً من الكشوفات الورقية لكل من يرغب بذلك. والجدير في الذكر أيضاً أنّ هذا التعميم أوجب أن يكون كشف الحساب الورقي الذي يقوم به المصرف بشكل دوري دون رسوم. أما بالنسبة إلى الكشوفات التي تكون بناءً على طلب من المستهلكين، فقد حدّد هذا التعميم الحد الأقصى لكلفتها.

• التعميم رقم ٢٠١٤/٥٦ بشأن الإعلان عن أسعار الفائدة/العائد على القروض وعمليات التمويل^٢ جاء هذا التعميم ليسلّط الضوء على المصارف التي لا تلتزم بمبادئ الشفافية في الإفصاح عن أسعار الفوائد على القروض وعمليات التمويل بشكل خاص. كما ألزم كل المصارف الإلتزام بالمصادقية في إعلاناتها وتضمنها السعر الحقيقي لمعدّل الفائدة أو العائد السنوي على الرصيد اليومي للقروض. وألزم المصارف تصحيح وضعها خلال ثلاثة أيام من تاريخ صدور هذا التعميم تحت طائلة تطبيق العقوبات وفقاً للمادة ٢٠٨ من هذا القانون (والمفصّلة سابقاً).

يتميّز القانون في قطر بحدائته وبشموليته لأنّه تضمّن أبرز ما يجب أن يتمّ تناوله في ظل تفوّق المصارف التقني والإقتصادي على الوعي المصرفي لدى المستهلكين، لا سيّما وأنّه شدّد على أهمية الوضوح والشفافية في التعامل ولدى الترويج لأي إعلان أو خدمة مالية. والملفت هنا خضوع المصرف المركزي إلى أحكام هذا القانون والذي فرض بدوره (أي المصرف المركزي) على المصارف التي لم تلتزم بالشفافية اللازمة خلال تعاملها مع المستهلكين، بما فيها معدلات فوائد غير عادلة، بأن تقوم بتصحيح وضعها خلال ثلاثة أيام تحت طائلة فرض العقوبات عليها. وهذه المهلة القصيرة خير دليل على جدية المصرف المركزي وإلتزامه بالقانون رقم ٢٠١٢/١١٣ الخاص بمصرف قطر المركزي. هذا فضلاً على أنّه خصّص تعميماً لذوي الإحتياجات الخاصة من أجل صون حقوقهم كونهم يعكسون أكبر مثالٍ للطرف الضعيف. فإذا كان المستهلك العادي يفتقر إلى الوعي المصرفي الكافي ويشكّل طرفاً ضعيفاً في عقده مع المصرف، فإنّ المستهلك ذو الإحتياجات الخاصة يمثّل الحلقة الأضعف في العقد الذي يبرمه مع المصرف.

الفقرة الثانية: الإمارات العربية المتحدة

يرعى القانون الإتحادي رقم ١٠ في شأن المصرف المركزي والنظام النقدي وتنظيم المهنة المصرفية الصادر عام ١٩٨٠ كل ما يتعلّق بالقطاع المصرفي ومصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي^٣. لم

^١ المرجع السابق:

http://www.qcb.gov.qa/sitelists/CircularsToBanks/Lists/Circulars/Attachments/34/Circular10_3_2013.pdf

^٢ المرجع السابق:

<http://www.qcb.gov.qa/sitelists/CircularsToBanks/Lists/Circulars/Attachments/59/Circular56-2014.pdf>

^٣ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي:

<http://www.cbk.gov.kw/ar/legislation-and-regulation/cbk-law/Law-intro.jsp>

يتضمن هذا القانون أي تخصيص لحماية المستهلك المصرفي. كما أنّ القانون الإتحادي رقم ٢٤ الصادر عام ٢٠٠٦ في شأن حماية المستهلك لم يتضمن في مواده حماية المستهلك المالي بل إنه رعى مستهلك الخدمات والسلع الغذائية والإستهلاكية. غير أنّ المصرف المركزي أصدر نظاماً عُرف بنظام القروض المصرفية والخدمات الأخرى المقدّمة للعملاء الأفراد^١ رقم ٢٠١١٢٩ بتاريخ ٢٣/٢/٢٠١١. حدّد هذا النظام العلاقة بين المصارف وشركات التمويل من جهة، وبين المستهلكين الأفراد المتعاملين معهم من جهة أخرى. حدّد النظام في م ٢ منه الحد الأعلى للقرض الشخصي إذ لا يجب أن يزيد عن عشرين ضعف الراتب أو الدخل الإجمالي للمقترض الفرد. كما أوجب على المصارف وشركات التمويل التأكيد بإستمرار من قيمة القرض الممنوح. أما م ٥ من هذا النظام تناولت التسهيلات الممنوحة لحاملي بطاقات الإئتمان، والشروط المتوجبة في منحها، أي أنّها لا تُمنح عشوائياً لجميع المستهلكين. بحيث يقتضي لمنح بطاقة الإئتمان أن يبلغ الدخل السنوي للمستهلك الفرد ٦٠ ألف درهم أو أكثر (أي ما يعادل ١٦ ألف دولار). ونحن نرى أنّ هذا الشرط عنصر جوهري وضروري لأنّه يشكّل حماية للأوضاع المالية للمستهلكين ويجنبهم من تراكم الديون. فرض هذا النظام على المصارف أن تزود حاملي بطاقات الإئتمان بكشف شهري مسجل فيه قيمة المشتريات والسحوبات النقدية، وأوجب التحقق الفوري من أي إحتجاج يرسله المستهلك فيما يخص أي بند في الكشف. والملفت في هذا النظام أنه فصل في م ٦ كيفية إحتساب الفائدة على القروض وبطاقات الإئتمان على حد سواء، بواسطة معادلة حسابية بسيطة يعتمدها للمستهلك منعاً لأي خطأ حسابي. وبالتالي يساهم هذا النظام في تعزيز الشفافية في التعامل وفي دعم الثقة المصرفية والمصدقية، إذ أورد في المادة نفسها وجوب إعلان المصارف عن أسعار الفائدة على القروض والأرصدة المستحقة لبطاقات الإئتمان ضمن جدول خاص. كما تناولت م ١١ من النظام المذكور الفائدة وعمولات ورسوم الخدمات المصرفية؛ بحيث يحق لكل مصرف أن يحدّد أسعار الفائدة المتعلقة بالقروض الشخصية وقروض السيارة وأرصدة بطاقات الإئتمان غير المسددة. إلا أنّ هذه الحرية الممنوحة للمصارف ليست مطلقة، بل يحدّها الجدول المرفق ضمن النظام الذي يحدد القيمة التي يجب أن تتراوح بينها هذه المبالغ. تلتزم المصارف بمضمون هذا الجدول على أن ترسل نسخة عنه إلى المصرف المركزي، مع إرفاقها بأسعار الفوائد والعمولات والرسوم التي يحددها كل مصرف من جانبه ليتم نشره. وفي المقابل فرضت م ١٥ على المصارف أن لا تعدّل أو تغير من بنود منح القرض أو التسهيل المصرفي خلال مدة التعاقد على القرض أو التسهيل إلا بعد موافقة المستهلك الخطية. كذلك الأمر عند تغيير أسعار العمولات والرسوم، على أن يجري إعلام المستهلك بها قبل تطبيقها بمدة شهرين على الأقل. تتمتع هذه المادة بأهمية كبرى نظراً بأنّ أبرز المشاكل التي يعانيها المستهلك هي الزيادة في أسعار الفوائد والعمولات دون أي أساس قانوني أو

^١ ضمن الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي:

http://www.centralbank.ae/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=96

نظام القروض المصرفية والخدمات الأخرى المقدمة للعملاء الأفراد:

<http://www.centralbank.ae/pdf/notices/RegulationsRegardingBankLoans.pdf>

ميرر. أما بالنسبة إلى مخالفة أحكام هذا النظام، حدّدت م ١٤ أنّ وحدة تطوير القوانين والأنظمة بالمصرف المركزي تُعتبر الجهة المعنية في التحقق من أي عمل مخالف يرتكبه أحد المصارف. وتُطبّق عند المخالفة أحكام المادتين ١٠٧ و ١١٢ من القانون الإتحادي رقم ١٠ في شأن المصرف المركزي والنظام النقدي وتنظيم المهنة المصرفية الصادر عام ١٩٨٠. كما حدّدت م ١٠٧ قيمة الغرامة التأخيرية، أما م ١١٢ فقد نصّت الفقرة الأولى منها في مضمونها أنّه إذا خالف أحد المصارف أحكام هذا القانون أو أي تدبير فرضه المصرف المركزي، جاز للمصرف المركزي بالإضافة إلى غرامات التأخير المنصوص عليها في م ١٠٧ من هذا القانون أن يمارس على المصرف المخالف إحدى الجزاءات الآتية:

- التنبيه.

- تخفيض تسهيلات التسليف الممنوحة له أو تعليقها.

- منعه من القيام ببعض العمليات أو فرض أية تحديدات أخرى في ممارسة أعماله.

- شطبه من سجل المصارف

كما ورثت م ١٧ من النظام المذكور المسؤولية على دائرة الرقابة والتفتيش على المصارف في أن تتظّم دليلاً توضح فيه الخطوات التي تلتزم بها المصارف وشركات التمويل بموجب هذا النظام. على أن تعيّن الدائرة أيضاً دليلاً آخر لمفتشيها يوضح الإجراءات الرقابية الخاصة بهذا النظام. وبالتالي يتبيّن بأنّ التشريع في الإمارات العربية المتحدة يشوبه القصور في تأمين الحماية القانونية إلى المستهلك المالي ضمن العقد الذي يبرمه مع المؤسسات المالية، غير أنّ المصرف المركزي يلعب دوراً مهماً في تنظيم العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك غير وضعه لنظام مصرفي متكامل يرقى كافة الخدمات المصرفية المقدّمة إلى المستهلكين بما فيها القروض. وبذلك يكون المصرف المركزي في الإمارات قد عالج إحدى أبرز المشكلات التي غالباً ما تواجه المستهلك لدى تعامله مع المصرف.

الفقرة الثالثة: المملكة العربية السعودية

تُعنى مؤسسة النقد العربي السعودي^١ بالمراقبة والإشراف على المؤسسات المالية التي تمنحها ترخيصاً في مزاولة أعمالها كالمصارف وشركات التمويل وغيرها من شركات التأمين وشركات الصرافة. تُعرف وتسمّى "بالمؤسسة" وأُنشأت بموجب نظام المؤسسة الأساسي عام ١٩٥٢، ومهمتها العمل على حماية مصالح المستهلك ومراقبة أداء المؤسسات المالية على درجة عالية من المهنية العادلة. يركّز التوجه الحديث في العديد من الدول نحو تطوير آلية إنتاج الخدمات المالية وبيعها إلى المستهلكين وإحاطتهم بالقدر الكافي من النصح والإرشاد. وقد أكّدت كافة الدراسات في هذا المجال أنّ معاملة المستهلك العادلة من شأنها أن تزيد من ربحية المؤسسات المالية ونموها. وقد سجّلت المملكة العربية السعودية تطوراً ملحوظاً في القطاع

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي لمؤسسة النقد العربي: <http://www.sama.gov.sa/ar/>

sa/Laws/Pages/ConsumerRulesAndRegulations.aspx / مبادئ حماية عملاء المصارف:

https://www.anb.com.sa/pdf/banking/Banking_Consumer_Protection_Code_SAMA_arabic.pdf

المالي، بما فيه إطار حماية المستهلك. إذ عملت على تطوير مبادئ حماية المستهلك وحرصت على التعامل معه بشفافية، وعدل، وصدق وعلى تقديم التسهيلات الملائمة لدى حصوله على الخدمات والمنتجات المالية. لذلك أنشأت المؤسسة "إدارة حماية العملاء" بهدف الحفاظ على موقع المستهلك المالي ضمن إطار حماية المستهلك، والعمل على تثقيف المستهلك مالياً، والتأكد من إلزام المصارف "بمبادئ حماية العميل" ومن تلقي الشكاوى عن أداء المصارف. وبالتالي وضعت المؤسسة المبادئ لحماية المستهلك في حزيران عام ٢٠١٣ كعنوان عريض تلتزم به المصارف وتطبق مندرجاته. وعلى الرغم من أهمية هذه المبادئ إلا أنه لم يصدر أي قانون يربط العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك.

أولاً: معايير حماية المستهلك المصرفي

عملت مجموعة العشرين G20^١ عام ٢٠١١ على رفع مستوى حماية المستهلك المالية، وحددت مبادئ متطورة في حماية المستهلك يُستعان بها من قِبل الهيئات المالية في أنحاء العالم لتحقيق التقدم الضروري في هذا المجال. لذلك تبنت المؤسسة المبادئ العامة التي وضعتها مجموعة العشرين تلتزم بها المصارف في تعاملها مع المستهلك. نذكر البعض من هذه المبادئ فيما يلي:

أ. المعاملة بعدل وإنصاف:

يُعتبر هذا البند جوهرياً يلتزم كل مصرف بموجبه بالتعامل بعدل وإنصاف وأمانة مع كافة المستهلكين خلال فترة التعاقد الكاملة. كما يتوجب على المصارف أن تبذل عناية خاصة مع المستهلكين أصحاب الدخل المحدود، والتحصيل العلمي المحدود، وكبار السن وذوي الإحتياجات الخاصة.

ب. الإفصاح والشفافية:

على المصارف أن تقدم معلومات واضحة إلى المستهلك حول الخدمات والمنتجات المالية التي يجب أن تكون سهلة الفهم وغير مضللة تصل إلى المستهلك بسهولة دون عناء. كما يتضمن الشرح المقدم من المصارف توضيحاً لحقوق وواجبات كل من الطرفين وتفصيلاً للأسعار والعمولات المحددة من قِبل المصارف. وتشمل كل المعلومات التي يجب أن يُحاط المستهلك علماً بها منذ بدء العلاقة التعاقدية وصولاً إلى آلية إنهائها.

ج. التثقيف والتوعية المالية:

يقع على عاتق المصارف وضع برامج لنشر الثقافة المالية التي من شأنها أن تطوّر المعرفة المالية لدى المستهلكين وترفع من مستوى الوعي المصرفي لديهم. وإنّ هذه البرامج تساهم في تجنيب المستهلكين المخاطر التي يمكن مواجهتها أثناء التعامل وفي إعدادهم على إتخاذ قرارات مدروسة.

^١ مجموعة العشرين G20: مجموعة دولية أو منتدى تأسس عام ١٩٩٩ بسبب الأزمات المالية في التسعينات. الغرض منها تعزيز الاستقرار المالي الدولي وخلق فرص للحوار بين البلدان الصناعية والبلدان النامية. تضم الصين- الهند- إندونيسيا- كوريا الجنوبية- المملكة العربية السعودية- تركيا- روسيا- وجنوب أفريقيا- الأرجنتين- البرازيل- أميركا- كندا- المكسيك- المملكة المتحدة- فرنسا- بريطانيا- ألمانيا- إيطاليا- الإتحاد الأوروبي- أستراليا.

د. سلوكيات وأخلاق المستهلك:

يُعتبر المصرف مسؤولاً بشكل مباشر عن حماية المستهلك المالية، لذلك لا بدّ من أن يلتزم بأداء عمله بمهنية وبموضوعية خدمةً لمصالح المستهلك.

هـ. معالجة الشكاوى:

على المصارف إنشاء آلية لتقديم شكاوى المستهلكين ومتابعتها ومن ثم معالجتها بأسرع وقت ممكن. وقد حدّدت المؤسسة ضمن المبادئ أنّه من حق المصرف استخدام قنوات الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة عبر التسويق لخدماته المالية. إنّما لا بدّ من الإلتزام بشفافية المضمون الدعائي ومصادقته عبر تقادي التضليل في التسويق وتضخيم ميزات الخدمة المالية المعلن عنها. حيث ينبغي أن يلتزم المصرف بالمعدلات المعلنة دون أن تختلف عن تلك المدرجة في بنود العقد، نذكر على سبيل المثال الإعلان عن خدمة معينة بأنّها مجانية ويتّضح في الواقع بأنّها على خلاف ذلك. ويُحظر ممارسة الخداع أو التضليل أثناء الإعلان عن هذه الخدمات بل يجب الإلتزام بالوضوح والشفافية. كما للمؤسسة أن تُلزم المصارف التي لا تتقيّد بهذه الشروط سحب الإعلان خلال يوم واحد بعد إخطار المؤسسة المصرف المعني. وفي هذا السياق ألزمت المؤسسة كل مصرف يرتكب خطأً بالتعويض على المستهلك أو المستهلكين الذين تعرّضوا للخطأ نفسه في حال كان الخطأ عاماً، بحيث يجري التصحيح اللازم خلال ٦٠ يوماً من تاريخ إكتشاف الخطأ وإبلاغ المستهلكين بهذه الإجراءات.

ثانياً: مسؤوليات المصارف والمستهلكين

حدّدت المؤسسة المسؤوليات أو الواجبات التي تقع على عاتق كل من المصرف والمستهلك خلال مرحلة التعاقد. فأعدت لائحة يلتزم بها الطرفان لتأمين حماية العلاقة التعاقدية.

١ _ مسؤوليات المستهلك

- إلتزام الصديق لدى تقديم المعلومات.
- قراءة المعلومات المقدّمة من المصرف بدقة تامة.
- طرح الأسئلة والإستفسارات (موجب الإستعلام).
- معرفة كيفية تقديم الشكوى.
- إستخدام الخدمة المالية وفقاً للغاية المخصصة لها أي وفق الأحكام والشروط.
- عدم التعاقد على الخدمات المالية التي تنطوي على مخاطر محتملة.
- التعاقد على خدمات مالية تتلاءم مع ملاءة المستهلك وقدرته المالية.
- إبلاغ المصرف بأية عمليات غير نظامية أو مجهولة على الحساب المصرفي.

- إستشارة المصرف عند مواجهة صعوبات مالية والتفاوض على الخيارات المتاحة في تخطي أي تعثر مالي.
- الإمتناع عن توقيع النماذج غير المكتملة أو المنقوصة من بعض المعلومات أو الأرقام.
- إستعراض كافة المعلومات الموقع عليها تأكيداً على الموافقة الكاملة لمحتواها.
- الحق في الإستحصال على نسخة من العقود والمستندات الموقع عليها.
- وإنّ البند الأخير يشكّل خطوة مهمّة لا تسمح بها معظم المصارف نظراً بأنّ إنتشار العقود يخلق منافسة غير مشروعة بين المصارف. هذا فضلاً عن أنّ إحتفاظ المستهلك بكل المستندات الموقّعة يشكّل حماية مباشرة وواضحة له.

٢ _ مسؤوليات المصرف

- إبلاغ المستهلك بأي تغيير في الأحكام والشروط بما فيها معدلات الرسوم والعمولات خلال ٣٠ يوم عمل على الأقل قبل إجراء التغيير.
- التقيد بالرسوم والعمولات التي يحددها وفقاً للائحة التعرفة المصرفية التي تصدر عن مؤسسة النقد السعودي.
- الإستحصال على موافقة المؤسسة عند فرض أي رسوم أو عمولات جديدة.
- تسليم المستهلكين نسخة خطية عن جدول الرسوم والعمولات المرتبطة بالخدمات موضوع العقد.
- تفصيل كيفية إحتساب الرسوم والعمولات التي يتقاضاها المصرف والربح الذي يحققه المستهلك.
- إبلاغ المستهلك بتفاصيل الخصم من رصيد حسابه المصرفي عند إقفاله وذلك خلال ٥ أيام عمل من تاريخ الإقفال.
- إعادة المصرف للرسوم وللعمولات المستوفاة من المستهلك في حال تراجع الأخير عن الإلتزام بالخدمة المالية أو عدم إفادته منها خلال ١٠ أيام عمل.
- عدم فرض المصرف أية رسوم على التحويل بين حسابات المستهلك المتعددة داخل المصرف الواحد.
- إبلاغ المستهلك بإقفال حسابه المصرفي وإيضاح الأسباب قبل ٦٠ يوماً من تاريخ إقفاله.
- عدم الإشتراط على المستهلك بإيداع مبلغ مالي عند فتح الحساب المصرفي على أن لا يبقى الحساب فارغاً لمهلة تتجاوز ٩٠ يوماً تحت طائلة إقفاله.
- إنّ ما نلاحظه من تغيير في الأنظمة المصرفية العربية هي إمكانية المستهلك بالتراجع عن إلتزامه بالعقد. فقد كان هذا الإحتمال غير وارد في السابق تحت طائلة المقاضاة. تتفاوت المهلة التي يحق للمستهلك من خلالها التراجع عن إلتزامه - حدّتها فرنسا بـ ١٤ يوماً، وحدّتها لبنان بـ ٣ أيام، أما السعودية فقد

حدّتها بـ ١٠ أيام. بالطبع تبقى المهلة المحددة من قبل مصرف لبنان غير كافية وغير معقولة، لكنّ الطابع العام يعكس نوعاً من التطور الإيجابي نحو حماية المستهلك.

تميّزت المملكة العربية السعودية بتبنيها المعايير الدولية في حماية المستهلك المالي وتحديدًا في علاقة المستهلك مع المصرف. كما أنّها حدّدت من خلال مؤسسة النقد العربي الواجبات الملقاة على عاتق كل من هذين الطرفين. وبالتالي إشتكت السعودية مع الإمارات في عدم وجود قانون خاص يرمي علاقة المصرف مع المستهلك، وتركت أمر رعاية هذه العلاقة التعاقدية إلى مؤسسة النقد العربي التي هي بمثابة المصرف المركزي إسوةً بالوضع القائم في معظم الدول التي لم تشرّع قانوناً خاصاً بحماية المستهلك المصرفي خصوصاً والمستهلك المالي عموماً.

الفقرة الرابعة: دولة مصر

صدر القانون^١ رقم ٨٨ في مصر المتعلق بالبنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد بتاريخ ٢٠٠٣/٦/١٥. كما صدر القانون رقم ٦٧ عام ٢٠٠٦ في حماية المستهلك، لكنّه لم يتضمّن في مواده حماية المستهلك المالي بل إنّ كرس رعاية حماية حقوق مستهلك الخدمات والسلع الغذائية والإستهلاكية. وبالعودة إلى القانون رقم ٨٨ فقد جرى تعديله بموجب القانون رقم ١٦٢ عام ٢٠٠٤ والقانون رقم ٩٣ عام ٢٠٠٥. ويتميّز عن غيره من القوانين المتعلقة بالمصارف المركزية نظراً بأنّه يتضمّن بعض المواد القانونية التي رعت حماية حقوق المستهلك المالي وفرضت بعض الشروط على المصارف. فنصّت م ٤٠ من القانون رقم ٢٠٠٣/٨٨ على أنّ المصارف تتمتع بسلطة واسعة في تحديد معدلات الأرباح أو العائد عن العمليات المصرفية التي تقدّمها إلى المستهلكين دون أن تلتزم بأحكام أو قيود قانونية. وفي المقابل يلتزم المصرف بالإفصاح إلى المستهلك عن هذه المعدلات والأسعار التي يضعها المصرف. وبالتالي أعطى القانون الحرية للمصارف في فرض الأسعار والعمولات والفوائد، لكن في المقابل قيّد تلك الحرية بالإفصاح عن هذه المعدلات إلى المستهلك وفقاً لللائحة التنفيذية^٢ للقانون رقم ٨٨. تصدر اللائحة التنفيذية وفقاً لقرار رئيس الجمهورية المصرية. وقد صدرت هذه اللائحة بناءً على قرار رقم ١٠١ عام ٢٠٠٣ لقانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد رقم ٢٠٠٣/٨٨. وقد نصّت م ١٧ من اللائحة التنفيذية على شروط الإفصاح التي يلتزم بها كل مصرف لناحية معدلات العائد وأسعار الخدمات المصرفية التي تقدّمها وفقاً لم يلي:

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي للبنك المركزي المصري: <http://www.cbe.org.eg/ar/Pages/default.aspx>

القانون رقم ٢٠٠٣/٨٨: <http://www.cbe.org.eg/ar/AboutCBE/Pages/BankingLaws.aspx>

^٢ اللائحة التنفيذية ضمن الموقع الإلكتروني الرسمي للبنك المركزي المصري:

<http://www.cbe.org.eg/ar/AboutCBE/Pages/BankingLaws.aspx>

- الإفصاح عن مندرجات العقد وعند التعاقد مع المستهلك وبإخطار من قبل المصرف، سواء عند تجديد العقد أو تعديل قيمة الأسعار.

- الإفصاح عن الخدمات المالية في صالات إستقبال المستهلكين وعبر كافة وسائل الإعلام.

- الإفصاح عن معدلات العائد السنوية وفقاً للأعراف المصرفية.

يتّضح من نص هذه المادة أنّ الإفصاح لا بدّ من أن يكون عاماً وعلنياً ضمن لوائح تُعرض في قاعة المصارف أمام المستهلكين، فضلاً عن تضمينه في بنود العقد. كما يجب أن يكون الإفصاح واضحاً لا يشوبه الإلتباس. وحدّدت م ١٩ من اللائحة الشروط التي يلتزم بها المصرف عند منحه التمويل للمستهلك. إذ ينبغي على المصرف أن يتأكّد من الجدارة الإئتمانية للمستهلك وقدرته المالية في إدارة نشاطه. هذا فضلاً عن التحقق من الوضع المالي للمستهلك وإستيفاء معلومات صحيحة عنه من مصادر موثوقة.

أما م ٧٨ من القانون رقم ٢٠٠٣/١٨٨ فتضمّنت كيفية تعامل المصرف مع المستهلك فيما يخصّ كشف الحسابات، وأوجبت أن يبلغ المصرف كل مستهلك بكشف عن رصيد حسابه كل ثلاثة أشهر على الأكثر. وعلى المستهلك أن يردّ بالموافقة أو بالإعتراض على مضمون كشف الحساب خلال خمسة عشرة يوماً من تاريخ إبلاغه، وذلك بواسطة كتاب مع إشعار بالإستلام. فإذا لم يردّ المستهلك خلال هذه المدة ما يفيد بإعتراضه، يُعتبر سكوته موافقةً على صحة مضمون كشف الحساب ما لم يثبت العكس. هذا فضلاً عن إمكانية المستهلك في التقدّم برفع دعوى ضد المصرف بهدف تحديد مقدار المبالغ المدّين بها المصرف بصورة واضحة دون غش أو تلاعب. تتمتع هذه المادة القانونية بأهمية بارزة لأنّها وضعت إطاراً شاملاً لحل مسألة كشف الحسابات. إذ أنّ معظم شكاوى المستهلكين تتمحور حول الكشوفات الحسابية المتكررة دون ضرورة والتي لا تتم إلا بمقابل مالي يُخصّم تلقائياً من حساب المستهلك ودون علمه أيضاً. كما يُستنتج من أحكام الفقرة الأخيرة لهذه المادة بأنّ المستهلك يلجأ إلى القضاء في حال أراد التقدّم بشكوى ضد أي مصرف مشكو منه. وبالتالي لم ينصّ القانون على تشكيل وحدة خاصة لتلقي شكاوى المستهلكين، بل لا زال القضاء الجهة المختصة في هذا الشأن. وبالنسبة إلى فرض العقوبات على المصارف المخلّة بأحكام القانون رقم ٢٠٠٣/١٨٨، فقد نصّت الفقرة الثانية من م ١٢٣ من هذا القانون بأنّه يُعاقب بالغرامة كل من ارتكب غشاً أو تدليساً في تقديم خدمات الإستعلام أو التصنيف الإئتماني بقصد تيسير الحصول على الإئتمان بمبلغ يعادل قيمة ما لم يتم الوفاء به من الإئتمان الممنوح بناءً على ما أصاب مانح الإئتمان من ضرر بسبب ما ارتكبه من غش أو تدليس.

أثبت التشريع المصري تطوره في حماية المستهلك المصرفي إذ لا بد من التنويه بأنّ القانون رقم ٢٠٠٣/١٨٨ قد صدر في العام ٢٠٠٣ متضمناً بعض المواد القانونية التي تهدف إلى حماية حقوق المستهلك المصرفي لناحية موجب الإفصاح عن المعلومات والشفافية في التعامل. الأمر الذي يدلّ على أنّه يتشارك مع القانون القطري (بين القوانين العربية) في حماية المستهلك المصرفي ضمن نصوصه.

وفي الجهة المقابلة يفنقر التشريع في مصر إلى إصدار أي قانون يرفع حقوق المستهلك المالي ضمن إطار متكامل أو حتى النص في مواده على أن يتولّى المصرف المركزي مهمة إصدار نظام جديد يرفع العمليات المصرفية إسهوة بسائر التشريعات العربية.

المبحث الثاني: إنشاء هيئة مختصة في حماية المستهلك

يعرض هذا المبحث لأبرز المعايير والمبادئ الدولية والإقليمية التي يجب أن يلتزم بها القطاع المالي عامةً، والقطاع المصرفي خصوصاً لدى تعامله مع المستهلك. وإنّ هذه المبادئ من شأنها أن تشكل حلاً لهذه الإشكالية الناتجة عن الخلل في العلاقة بين القطاع المالي والمتعاملين معه. وهذا الحل يتمثل عبر إنشاء وحدة أو هيئة خاصة ضمن المصارف تهتم بحماية حقوق المستهلك وتتلقى كافة الشكاوى المقدّمة منهم.

النبذة الأولى: المعايير الدولية الداعمة لحقوق المستهلك المالي

تضافرت جهود الهيئات الدولية عبر الأبحاث والدراسات التي قامت بإعدادها. عرضت من خلالها أبرز ما يواجهه المستهلكون من صعوبات لدى تعاملهم مع المصارف وطرحت الحلول التي من شأنها أن تساهم في تسهيل هذا التعامل بين الطرفين وتخفّف من حدة التفاوت بينهما لناحية المهنية العالية والمعلومات الوفيرة. تُعتبر حماية المستهلك المالي في العالم العربي موضوعاً حديثاً لذلك لم تنشأ حتى اليوم هيئة عربية تختصّ مباشرةً في حماية حقوق المستهلك المالي بالمقارنة مع الهيئات الدولية. وسنذكر فيما يلي الهيئة العربية التي إعتمدت النهج الدولي في تفعيل حماية المستهلك المالي. إنّما لا بدّ من أن نلقي الضوء على إتحاد المصارف العربية كهيئة معنية في هذا المجال.

الفقرة الأولى: إتحاد المصارف العربية (UAB/UBA) Union of Arab Banks

تأسّس إتحاد المصارف العربية¹ بتاريخ ١٣ آذار ١٩٧٤ إثر إجتماع نخبة من قيادات المصارف والإدارة العرب في صدد إنشاء هيئة أو منظمة عربية إقليمية تعمل في نطاق الإتحادات المنبثقة عن جامعة الدول العربية. الهدف من هذا الإتحاد تعزيز التعاون المصرفي العربي وتطوير العمل المالي العربي وزيادة دور المصارف العربية التمويلي على صعيد المنطقة العربية. وتألّفت من عضوية الدول التالية: الجزائر - ليبيا - مصر - موريتانيا - المغرب - السودان - تونس - العراق - الأردن - البحرين - الكويت - لبنان - عُمان - فلسطين - قطر - السعودية - سوريا - الإمارات - اليمن.

يهدف إتحاد المصارف إلى تطوير العمل المصرفي والتمويلي في الدول العربية وزيادة فعالية الدور الذي تقوم به المصارف ومؤسسات التمويل. كما يسعى إلى تعزيز عملية بناء التعاون المصرفي لتحقيق التنمية المصرفية والمالية والإقتصادية على صعيد العالم العربي. تمحور عمل إتحاد المصارف حول تفعيل العمل المصرفي دون التطرق إلى موضوع حماية المستهلك كعنصر أساس في هذا القطاع.

¹ مقر الإتحاد مدينة بيروت بالإضافة إلى مكاتب خارجية تابعة في عدد من الدول العربية.

الفقرة الثانية: اللجنة العربية للرقابة المصرفية

نشأت اللجنة العربية للرقابة المصرفية بقرار من مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية عام ١٩٩١. تتكوّن اللجنة العربية من مدراء الرقابة على المصارف لدى المصارف المركزية العربية. وتتألف من عضوية الدول التالية: الأردن - الإمارات - البحرين - السعودية - سوريا - العراق - عُمان - فلسطين - قطر - الكويت - لبنان - اليمن - تونس - الجزائر - جيبوتي - السودان - الصومال - ليبيا - مصر - المغرب - موريتانيا. من أهم أهداف هذه اللجنة العربية متابعة متطلبات الإلتزام بمعايير لجنة بازل لكفاية رأس المال، ودراسة قضايا تطوير أساليب الرقابة المصرفية المتبّعة في الدول العربية بما يتماشى مع الممارسات الدولية، والسعي إلى تطوير التشريعات المصرفية وتوحيدها بين الدول العربية، إضافةً إلى توفير التدريب الفنيّ للدول الأعضاء في تطوير قدراتها الرقابية^١. تقوم اللجنة بدور فعال في التعاون مع الدول العربية حول القضايا المتعلقة بالرقابة على المصارف، وقد حدّدت آلية تؤمّن تبادل الخبرات والمعلومات بين السلطات الرقابية العربية. وقد بحثت اللجنة العربية في أبوظبي في إجتماعها السنوي عام ٢٠١٢ في سبيل تعزيز مبادئ الحوكمة في القطاع المصرفي (أي الرقابة على القطاع المصرفي) وحماية المستهلك. لقد طغى موضوع حماية المستهلك على كافة المواضيع المطروحة في إجتماع اللجنة السنوي في ذلك العام نظراً لأهمية تحقيق التوازن في العلاقة بين المستهلك والمؤسسة المالية حفاظاً على حقوق الطرفين. ومن جملة الأبحاث السنوية والإصدارات التي تعدّها اللجنة العربية، أعدت أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية للرقابة المصرفية ورقة قُدمت في الإجتماع السنوي الثاني والعشرين للجنة الذي عُقد في أبو ظبي يومي ٢٥ و ٢٦ من تشرين الثاني عام ٢٠١٢. حمل عنوان الورقة إسم "حماية المستهلك (العميل) في الخدمات المصرفية"^٢؛ تُعتبر هذه الورقة أولى الدراسات التي قامت بها اللجنة العربية للرقابة المصرفية كهيئة عربية تناولت حماية المستهلك في القطاع المصرفي. أوّلت اللجنة العربية للرقابة المصرفية إهتماماً كبيراً بموضوع حماية المستهلك في الخدمات المالية والمصرفية لإرتباطه الوثيق بالإستقرار المالي، وإرتكزت على المبادئ الدولية الصادرة عن مجموعة العشرين^٣. توصلت مجموعة العشرين في تشرين الأول عام ٢٠١١ إلى تحديد عشرة مبادئ حول كيفية حماية المستهلك في مجال الخدمات المالية. نذكر المبادئ العشرة بإقتضاب فيما يلي:

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي للجنة العربية للرقابة المصرفية:

<http://www.amf.org.ae/ar/content/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-2>

^٢ الموقع الإلكتروني الرسمي للجنة العربية للرقابة المصرفية قسم الإصدارات: "حماية المستهلك في الخدمات المصرفية"
<http://www.amf.org.ae/ar/acbspubs?page=2>

^٣ مجموعة العشرين G20: منتدى تأسّس عام ١٩٩٩ بسبب الأزمات المالية في التسعينات. الغرض منها تعزيز الإستقرار المالي الدولي وخلق فرص للحوار بين البلدان الصناعية والبلدان النامية. تضم الصين - الهند - إندونيسيا - كوريا الجنوبية - المملكة العربية السعودية - تركيا - روسيا - وجنوب أفريقيا - الأرجنتين - البرازيل - أميركا - كندا - المكسيك - المملكة المتحدة - فرنسا - بريطانيا - ألمانيا - إيطاليا - الإتحاد الأوروبي - أستراليا.

المبدأ الأول: الهيكل القانوني والتنظيمي الرقابي

تشكّل حماية المستهلك موضوعاً أساساً ضمن الهيكل القانوني والتنظيمي الرقابي كونه يمثل محور الأعمال الرقابية. لا بدّ من أن تكون التشريعات الرقابية متلائمة مع طبيعة الخدمات المالية وأنواعها وبالنحو الذي يضمن حقوق المستهلك. وفي هذا الإطار تترتّب ضرورة توافر آليات رقابية فعالة لحماية المستهلك من الإحتيال والإنتهاكات والأخطاء التي يمكن أن تقع أثناء التعامل مع المصارف. ويبقى التنسيق والتعاون مع الهيئات الحكومية عنصرين ضروريين في سبيل تحقيق أداء رقابي متكامل وتطبيق العقوبات الملائمة عند إرتكاب أي عمل من شأنه أن يسبّب ضرراً بمصالح المستهلكين.

المبدأ الثاني: دور الهيئات الرقابية والإشرافية

ضرورة وجود هيئات رقابية تتمتع بإستقلالية تامّة وتلتزم أعلى معايير الموضوعية والمسؤولية والمهنية لدى أداء مهامها. كما يجب أن يتوفر لهذه الهيئات الرقابية صلاحيات واسعة التي من شأنها أن تمنحها السلطة في إصدار التعليمات وتنفيذها ضمن إطار تشريعي شامل.

المبدأ الثالث: المعاملة المنصفة والعادلة للمستهلكين

التعامل مع المستهلك بإنصاف وعدالة بات من الركائز التي تقع واجباً على عاتق مقدّمي الخدمات المالية. كما تُخصّص معاملة معينة لتلبية إحتياجات فئات ضعيفة من المستهلكين، كذوي الإحتياجات الخاصة والعاطلين عن العمل وغيرهم من حالات إستثنائية.

المبدأ الرابع: الإفصاح والشفافية

تتمثّل الشفافية كما سبق وذكرنا في متن الرسالة بوجود تزويد مقدّمي الخدمات المالية المستهلك بكافة المعلومات والمخاطر الناجمة عن التعاقد. كما تتطلّب الشفافية في التعامل إلتزام المصدّقية في الترويج للخدمة المالية بصدق ودقة بعيداً عن أي إلتباس. ويتوجّب الإلتزام بمعايير الشفافية بكافة مراحل التعاقد لا سيّما المرحلة السابقة للتعاقد.

المبدأ الخامس: الشفافية والوعي المالي

يترتّب على جميع الهيئات المالية المعنية تعزيز التثقيف والوعي المالي لكي يتمكّن المستهلك من فهم حقوقه وواجباته وسبل حمايته. وبالتالي لا بدّ من وضع الآليات التي من شأنها أن تساعد المستهلك في تطوير ثقافته ومهاراته في تقدير المخاطر وإتخاذ القرارات السليمة.

المبدأ السادس: مسؤولية السلوك المهني لمقدّمي الخدمات المالية والوكلاء المعتمدين

الهدف الرئيس لدى مقدّمي الخدمات المالية يجب أن يتمحور حول خدمة المستهلك وتحقيق مصلحته. إذ يجري تقديم النصح والإرشاد إلى المستهلك وفقاً للمعطيات التي يقدّمها عن وضعه المالي ليختار الخدمة الملائمة لحاجاته.

المبدأ السابع: حماية أصول المستهلك من الإحتيال أو الإستغلال

على المؤسسات المالية أن تتمتع بالمسؤولية والوعي الكافيين لتتمكن من حماية ودائع المستهلكين ومدّخراتهم ضد الإحتيال وإساءة الإستخدام.

المبدأ الثامن: حماية بيانات وخصوصية المستهلك

تُخصّص آليات رقابية من أجل ضبط أي خرق للبيانات الشخصية للمستهلك، على أن تضمن حق المستهلك في الحصول على كشف حول تبادل البيانات والدخول إليها.

المبدأ التاسع: إدارة ومعالجة الشكاوى

على السلطات القضائية أن توفّر للمستهلكين الوسيلة التي تسمح بمعالجة الشكاوى وتسويتها بكلفة معقولة وعادلة. كما يجري إلحاق هذه الآلية بالمؤسسات المالية وتعميمها عليها لضمان حقوق المستهلك.

المبدأ العاشر: المنافسة

إنّ تشجيع الأسواق المالية المحلية والدولية على عنصر المنافسة المشروعة من شأنه أن يعدّد الخيارات أمام المستهلك وينوّعها ليتسنى أمامه المجال في تحديد خياراته على أساس المفاضلة، نظراً بأنّ المنافسة تكثّف العروض وتحفّز على الإبتكار.

بعد هذا العرض للمبادئ التي حدّتها مجموعة العشرين يتبيّن بوضوح أنّ المعايير الدولية باتت موحّدة، والملفت أيضاً إلّتزام بعض الدول العربية بهذه المبادئ في تشريعاتها وأنظمتها. كدولة قطر التي خصّصت من بين تعميماتها ما يحمي ذوي الإحتياجات الخاصة، والسعودية أيضاً تبنت هذه المبادئ كنظام يحمي المستهلك المصرفي. هذا فضلاً عن إجماع تشريع الدول العربية المعنية على الإلتزام بمعايير الشفافية والإنصاف في التعامل مع المستهلك.

النبة الثانية: التدابير الإجرائية في حماية حقوق المستهلك المالي

إنّ كل المعايير والمبادئ التي يجب أن تلتزم بها المؤسسات المالية في تعاملها مع الجمهور لا يمكن أن تتحقّق دون أن تلعب السلطة دوراً جوهرياً في فرض سياسة موحّدة أو نظام شامل يرضى كافة المعاملات والإلتزامات بينهما. لذلك لا بد من طرح الدور الذي تقوم به السلطة في تأمين الحماية اللازمة والمنشودة لهذه العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك.

الفقرة الأولى: دور السلطة والهيئات الرقابية

تُمثّل الحكومات الطرف الأول والأهم في تطوير القوانين المالية عبر التنسيق مع أجهزتها الرقابية، تأميناً للحماية اللازمة إلى حقوق المستهلك المالي إسوةً بالفئات الأخرى من المستهلكين.

أولاً: دور السلطة

إنّ حماية المستهلك المالي يجب أن تكون جزءاً من خطة عمل قانونية ورقابية تتضمن حلولاً تتناسب مع السوق العالمية والتطورات القانونية ضمن القطاع المالي. للسلطة دور جوهري في دخول الأسواق المالية والبحث في الآليات التي لا جدوى منها أو التي لا تعمل بالشكل المطلوب. فالقطاع العام يتحمّل الواجبات التي يعجز الأفراد عن تولّيها بأنفسهم. ومن أهم الأمثلة عن الواجبات التي تقع على عاتق السلطات هي حماية المستهلك، كونها الطرف الوحيد الذي يمكن أن يحدث التغيير الأكثر شمولية في حماية مصالح المستهلك عبر إشراك خبراء قانونيين وإقتصاديّين في هذا المجال عند إعداد القوانين المعنية. تساهم السلطة في التأثير على سلوك كل من المستهلك ومقدمي الخدمات المالية عبر كل إجراء يحظّر المساس بحقوق المستهلكين. باستطاعة السلطة تغيير إطار العمل الخاص بالمؤسسات عن طريق نشر التوعية والثقافة المالية وفرض الغرامات عند المخالفات. والنقاش اليوم يتمحور حول مجموعة من الإقتراحات والإجراءات في ألمانيا، وفي الإتحاد الأوروبي وعلى صعيد العالم عبر مجموعة الدول العشرين G20 بأنّ حماية المستهلك من الخدمات المالية تشكّل ركيزة أساس في إستقرار السوق المالية. وهذه الحماية لا تتحقّق إلا عبر إستخدام عنصر القوة والسلطة. والسؤال الذي يُطرح هنا عمّا إذا كانت القوانين الأوروبية ذات فائدة وأثر في تحقيق هذه الغاية. هل تقوم هذه القوانين بمواجهة التقصيرات الناجمة عن الأزمة المالية عبر إجراءات ناجعة وملائمة؟ في هذا السياق ورد في الخطاب الملقى من قبل رؤساء مجموعة العشرين بتاريخ ٢٠٠٨/١١/١٥ أنّهم ملتزمون في حماية وحدة الأسواق المالية العالمية عبر تعزيز حماية المستثمر والمستهلك معاً^١. وفي إجتماعها بتاريخ ٢٠١٠/١٠/١٢ أيضاً، صرّح حاضروها فيما يخصّ تعزيز حماية المستهلك بأنّ G20 يقومون بالتنسيق مع FSB^٢ للعمل مع OCDE والمنظّمات الدولية الأخرى للتوصل إلى خيارات جديدة في تطوير الحماية المالية للمستهلك ضمن قواعد الشفافية والثقافة عند الإفصاح عن المعلومات والتعامل مع المستهلكين وعلى قدرٍ واسع من النصح والإرشاد، بما فيها إنشاء قانون مختص بهذا الموضوع. فالمشرّع وحده من يتمتّع بالقدرة الكبرى

^١ المرجع السابق ص ٢ Ahlswede, Sophie: Consumer protection in financial services

https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-

<PROD/PROD000000000273424/Consumer+protection+in+financial+services.pdf>

^٢ FSB: Financial Stability Board; "مجلس الإستقرار المالي"

هيئة دولية تتولى مراقبة النظام المالي العالمي وتقديم التوصيات بشأنه، تأسست في نيسان عام ٢٠٠٩ ومقرها سويسرا. يضم الدول الأعضاء ممثلة بمصارفها المركزية أو بالمؤسسة المالية المركزية التابعة لها، إضافةً إلى بعض الهيئات المالية الدولية.

على التغيير والمحاسبة. وقد أوردت الدراسة التي قام بها خبراء إقتصاديّون في لندن¹ أنّ القانون المختص أو التنظيم يجب أن يشمل، بالإضافة إلى حقوق وواجبات المستهلك، على الأنواع والأوصاف ومزايا الخدمات المالية. وإقترحت أيضاً وجوب تعديل هذا القانون بإستمرار في حال ظهور خدمات جديدة وتقنية حديثة لإيصالها إلى المستهلك وإحاطته بكافة تفاصيلها. هذا فضلاً عن إيجاد قواعد قانونية رقابية من أجل حماية المستهلك والمعاقبة عند ارتكاب إحتيال مالي أو الخطأ أو أي إستغلال من هذا النوع. وعند وضع السياسات الراعية لحماية حقوق المستهلكين لا بدّ من إستشارة هيئات حماية المستهلك ومراكز الأبحاث الإقتصادية وأية مؤسسة معنية بهذا الموضوع. فالقوانين يجب أن تكفل حصول المستهلك على ما يضمن حقوقه من الشكاوى التي يتقدّم بها وعلى سبل التعويض عن الأضرار التي قد تطرأ بمصالحه، شرط أن تكون قيمة التعويض عادلة تتناسب مع حجم الضرر.

تتسم بعض الخدمات المالية بتعقيدات بات كل من المستهلك والمشرّع وحتى مقدّمي الخدمات المالية يجهلون تفاصيلها ويجدون صعوبة في فهمها. لذلك لا بدّ من التعامل مع هذه التعقيدات التي تشوب الخدمات المالية والتي هي تحديداً من مسؤولية الدولة عبر قيامها بإعداد آلية تضمن فهم المستهلكين لتفاصيل الخدمات المالية ومنع تداول أية خدمة معقدة. أما بالنسبة إلى العملات وأية تكلفة أخرى، فإنّ قيمتها لا بدّ من أن تكون عادلة والإعلان عنها يجب أن يكون بمنتهى الشفافية في كافة مراحل التعاقد. وإنّ النصح الذي يقوم به موظفو المصارف يجب أن يخدم مصالح المستهلك ضمن إطار الموجبات التي يؤتمن عليها مقدّم الخدمات. إضافةً إلى ذلك، لا بدّ من إتخاذ تدابير إجرائية ضد الممارسات غير اللائقة في التسويق. وإتّاه وفقاً للدراسة التي قامت بها TACD² (The Transatlantic Consumer Dialogue) فقد فُرِضت بعض العقوبات على هذا النوع من الممارسات تصل أقصاها إلى إبطال العقد. وأدرجنا فيما يلي بعض من هذه الممارسات:

- عدم الإستحصال على رضی وقبول المستهلك.
 - التكاليف غير العادلة المفروضة على المستهلكين والمُدرجة في العقود.
 - البنود التي تنضوي على تنازل المستهلك عن الحقوق الجوهرية في حمايته.
 - بيع الخدمات المالية التي لا تكون ملائمة للمستهلك.
- تدعو TACD الحكومات في الولايات المتحدة الأميركية وأوروبا إلى التعاون مع FSB و OCDE لتطبيق الإلتزام الذي أقرّته G20 ضمن خطة العمل التي طرحت الإحتمالات التي من شأنها أن تؤمّن حماية المستهلك في الخدمات المالية. يركز الإتحاد الأوروبي من جهة أخرى على وحدة السوق المالية لديه من

¹ Devnani, Shaan; Heys, Richard; Muller, Patrice and Suter, James: Consumer Protection Aspects of Financial Services- London ١١١ ص المرجع السابق

² TACD: منتدى تأسّس عام ١٩٩٨، يضم المؤسسات الراعية للمستهلك في كل من الولايات المتحدة الأميركية والإتحاد الأوروبي. والمقصود بهذه المؤسسات هي تلك التي تعمل على تطوير والموافقة على التوصيات الخاصة بسياسة المستهلك التابعة للحكومات الأميركية والأوروبية بهدف تعزيز مصالح المستهلك.

أجل زيادة النمو الإقتصادي، وهو في صدّد تشريع العديد من القوانين حول الخدمات المالية وحماية المستهلك في أوروبا. ويُعتبر الإتجاه اليوم من خلال التشريعات الصادرة أنّ التركيز يكمن في تفعيل الأسواق المالية الأوروبية وتحسينها. وإنّ الإختلاف في التشريعات المحلية بين دول الإتحاد الأوروبي والصعوبات في حماية الحقوق يفرض العقبة الأكبر أمام التجارة العابرة للحدود. والحل لهذا الإختلاف يتمثل في إعداد "قانون عقود" موحد contract law في أوروبا يضمن العلاقة بين المستهلكين والشركات، وإنّ غياب هذا القانون الموحد يخلق صعوبة في تأطير حقوق المستهلك. وبالعودة إلى عام ١٩٩٩ كانت المفوضية الأوروبية قد أطلقت في أول مقارنة لها خطة عمل حول تنظيم السوق المالية الأوروبية The Financial Services Action Plan (FSAP) تهدف إلى تفعيل الخدمات المالية لمقاربة تدابير تنظيمية تتماشى مع فكرة الأسواق المفتوحة والأمنة في الوقت ذاته. وقد جرى إعتقاد هذه الخطة كقانون محليّ تطبقه دول الإتحاد الأوروبي. ونظراً بأنّ هنالك عوامل داخلية تشكّل عدة عوائق بين دول الإتحاد الأوروبي في ممارسة مهامها، لا بدّ من العمل على قانون موحد يضمن كل من إستمرارية عمل المؤسسات المالية وحقوق المستهلكين.

ثانياً: دور الهيئات الرقابية

توظّف الدولة عدة وسائل لتأمين الخدمات اللّازمة إلى المستهلك عبر مؤسسات مستقلة قضائية ورقابية وتنظيمية. إضافةً إلى وكالات ومكاتب إدارية متخصصة تتعامل مع شؤون حماية المستهلك في الخدمات المالية. وإنّ أكثر ما دعت إليه CGAP¹ في دراستها عام ٢٠١٣ هو تعزيز الرقابة على القطاع المصرفي نظراً لأهمية العمل الذي تقوم به المصارف. على المراقب المصرفي وفق هذه الدراسة أن يضيف إلى مهامه مهمّة تعزيز حماية المستهلك، فيوظّف السلطة التي يتمتّع بها بإتخاذ التدابير التي من شأنها أن تحسّن الأداء الرقابي في مجال حماية المستهلك. ولا بدّ من أن يتم التنسيق في هذا المجال بين الأجهزة الحكومية وغير الحكومية المختصة من أجل رسم آلية عمل متكاملة من حيث الرقابة والتعامل مع المستهلك. وإنّ الأجهزة التي تتولّى الرقابة والإشراف على الأداء المصرفي تتفاوت بشكل واضح بين الدول. بحيث تعتمد معظم الدول جهازاً رقابياً واحداً يتولّى أغلب الأعمال الرقابية. إنّما الدول المتقدمة إقتصادياً تتميز عن غيرها من الدول عبر إستحداث جهاز رقابي مستقل يختصّ بحماية المستهلك فقط^٢. وتُعتبر أميركا أبرز مثال، في هذا المجال، التي أنشأت مكتب حماية المستهلك عام ٢٠١٠، وكذلك الأمر بالنسبة إلى المملكة المتّحدة التي أنشأت Financial Conduct Authority أي "سلطة الإدارة المالية" عام ٢٠١٣. كما وأنشأت بلجيكا في السياق نفسه عام ٢٠١١ The Financial Services and Markets

¹ تأسست عام ١٩٩٥، تعمل على إتاحة الخدمات CGAP; the Consultative Group to Assist the Poor: المالية أمام الجميع لتحسين أوضاعهم المالية وتسهيل حياتهم.

² Dias, Denise: Implementing Consumer Protection in Emerging Markets and Developing Economics. (CGAP) August 16, 2013. p: 2. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Technical-Guide-Implementing-Consumer-Protection-August-2013.pdf>

Authority أي "سلطة الأسواق والخدمات المالية". فالدول التي إعتمدت إدارة مستقلة في الرقابة على الأعمال المالية لا تزال معدودة حتى اليوم. وإنّ العقبة التي تقف حاجزاً أمام تطور حماية المستهلك تقع في عدم التوصل إلى تعميم مبدأ الإستقلالية في حماية المستهلك المالي كقطاع مستقل قائم بحد ذاته. أما بالنسبة إلى الدول العربية فإنّه على الرغم من تنوّع الآراء في تحديد المرجع المختص في تولّي الرقابة، إلا أنّ الدراسة التي أعدّتها اللّجنة العربية للرقابة المصرفية حدّدت بأنّ المستهلك يشكّل نبض القطاع المصرفي، وبالتالي فإنّه من واجب المصارف المركزية بصفتها الجهة الرقابية المباشرة أن توفر الحماية إلى المستهلكين. أي إعتبر القائمون على هذه الدراسة بأنّ حماية المستهلك تدخل في صلب مهام المصارف المركزية لتداخل المصالح وإرتباط الطرفين ببعضهما البعض. وبناءً على هذا الطرح وإنطلاقاً من المعايير الدولية حدّدت الدراسة بعض التدابير التي يمكن أن تتبّعها المصارف المركزية العربية لتأمين الحماية إلى المستهلك المالي. يجري عرضها كالآتي:

١. الإستعانة بالمبادئ والإرشادات الدولية وأخذها بعين الإعتبار لدى تطبيق النظام الرقابي.
٢. تفعيل التعاون بين كافة الجهات الرقابية المتعلقة بحماية المستهلك عبر إشراك ممثلي هذه الهيئات بالبحوث والمؤتمرات المعنية بهذا الموضوع.
٣. تدريب وإعداد القائمين على هيئات الرقابة لمواكبة كل مستجدات السوق المالية والتطور التقني فيه لا سيّما الخدمات الإلكترونية.
٤. الإشراف على كافة الخدمات المالية وإخضاعها إلى الرقابة قبل عرضها أمام المستهلك، للتأكد من جودتها ومنافعها.
٥. التأكيد من إلتزام مقدّمي الخدمات المالية بقواعد الإفصاح والشفافية أمام المستهلك وبخاصة فيما يتعلّق بالكلفة الحقيقية للخدمة وتحديد الفائدة والعمولة.
٦. ممارسة الرقابة على الإعلانات الترويجية التي تقوم بها المصارف التجارية للتأكد من صحة ممارسة موجب الإعلام بشفافية.
٧. العمل على تحقيق التوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد (أي المستهلك والمصرف) منعاً من إدراج بعض الشروط التعسفية كتلك التي ترد في عقود الإذعان، أي الدعوة إلى تفعيل الشروط التي تحقق تفاوضاً ومناقشات.
٨. الحرص على إنشاء آليات للتقدم بالشكاوى كضمانة في حماية حقوق المستهلكين، على أن تكون كلفة هذه الإجراءات مقبولة. إضافةً إلى التشديد في فرض العقوبات بحق كل طرف يخلّ بالإلتزام بهذه الإجراءات.
٩. الإهتمام بأصحاب المداخل المحدودة وبأصحاب المشاريع الصغيرة لحماية كافة فئات المستهلكين.

إنّ إستحداث هيئات رقابية بات أمراً واقعاً وضرورياً. من شأن تلك الهيئات أن تولي حماية موضوعية واضحة وسليمة، وتعمل بشكل مستقل ومسؤول ضمن صلاحيات كافية وقدرات حثيثة بحيث تطبّق الهيئة

الرقابية خطط العمل التي تضعها تحت سقف القانون وضمن معايير قانونية منظمة ومدروسة. وبالتالي تؤدي مهامها وواجباتها الرقابية بناءً على أسس مهنية عالية وعلى قدر كبير من السرية للمستهلك وبعيداً عن تضارب المصالح. لذلك لا بد من تحقيق التعاون مع الهيئات الرقابية الأخرى التي تُعنى بعملها مع الهيئة الرقابية الخاصة بهذا القطاع. وإنّ هذا التعاون يتطلب تنسيقاً دولياً لأنّ بعض العمليات التي يجريها المستهلك تكون عابرة للقارات وذات طابع دولي. فالممارسات التعسفية من قبل المؤسسات المالية يجب أن يُوضع لها حد، وكل مؤسسة مالية تتعامل مع الجمهور يجب أن تتسجّل مع هيئة رقابية مالية وتخضع لها. أما في القطاع الخاص، تتنبّى العديد من المؤسسات المالية في أوروبا التسوق المقنّع **Mystery shopping** بإعتباره الأكثر دقةً وفعاليةً وأفضل الأساليب رقابةً في العالم.

الفقرة الثانية: هيئة موحدة للمستهلك المالي

نصّت الأمم المتحدة (United Nations) في شريعتها ضمن حماية المستهلك على مسؤولية السلطة في حماية المستهلك وتعزيز حقوقه. والمستهلك في جميع المجالات يخضع إلى شريعة الأمم المتحدة دون إستثناء فئة معينة. وبالتالي تتحمّل السلطات مسؤولية تأسيس هيئة محلية مهمتها في الدرجة الأولى حماية المستهلك المالي، وتمتّع بالصلاحيّة الكاملة في التحقيق بأيّ تعدّد يمسّ مصالح المستهلكين من ممارسات خادعة أو غير عادلة أو غير قانونية.

أولاً: هيكلية الهيئة المعنية في حماية المستهلك

إنّ أكثر المواضيع صعوبةً كانت في تحديد هيكلية المؤسسة المعنية في حماية المستهلك المالي. فبعض الدول تعتبر موضوع حماية المستهلك جزءاً من مهام الهيئات الرقابية المالية في تحقيق الإستقرار المالي. أما الدول الأخرى عملت على تشكيل هيئة عامة في حماية المستهلك التي تتمحور مسؤولياتها حول الخدمات المالية. وأساس هذا الإختلاف يبرز من قوانين حماية المستهلك التي يجب أن ترد من حيث موضوعها، ضمن قانون القطاع المالي وقانون حماية مستهلك السلع والخدمات. لذلك إختلفت الدول في تنبّي المقاربات التي تحدّد هيكلية الهيئة التي من شأنها أن تتولّى حماية المستهلك المالي وبرز رأيان في تشكيل الهيئة الموحدة في حماية المستهلك. المقاربة الأولى إعتمدت أنّ الهيئات الرقابية المصرفية، من خلال دورها في الحفاظ على قوة وإستقرار القطاع المصرفي، تُعتبر مسؤولة عن حماية المستهلك كجزء إضافي من مسؤولياتها. المقاربة الثانية تعتمد بأنّ ترتكز المصارف على موجب الرقابة من باب الحيطة لا غير، بإعتبار أنّ حماية المستهلك المصرفي تدخل ضمن مسؤولية السلطات المعنية بحماية المستهلك بوجه عام. إلا أنّ الدراسة التي قام بها البنك الدولي¹ تقترح بأنّه مهما إختلف شكل أو بنية هذه المؤسسة أو الهيئة المعنية في

¹ Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides). المرجع السابق ص ٣.

حماية المستهلك، يجب أن تكون هيئة واحدة تستقلّ بالنظر في الشكاوى والإستفسارات. وإنّ مركزية هذه الهيئة من شأنها أن تقدّم تسهيلات في الخدمات المالية لأنّ إنتقال المستهلكين من مؤسسة إلى أخرى لتقديم الشكاوى لا يشكّل إجراءً ناجعاً. وبالتالي لا بدّ من تخصيص هيئة واحدة تتمحور مسؤولياتها حول تلقّي شكاوى المستهلك المالي، والنظر بها وضمان إتخاذ القرار بشأنها. تبنت العديد من الدول هذا الإقتراح، كجمهورية التشيك، وأنشأت دائرة لحماية المستهلك في الرقابة على أعمال المؤسسات المالية. فالمستهلك بثقافته المالية المتواضعة ليس ملزماً بتحديد نوع الخدمة المالية التي قام بشرائها ليحدّد الهيئة المعنية في حل النزاع. فمن الصعب جداً أن يلاحق الشكاوى ويتابع مسلكها، لذلك يقتضي توحيد الهيئة من حيث بنيتها ومركزها أيضاً. تتجنّب بعض الحكومات تشكيل هيئات جديدة، بينما قد بدأ بعضها الآخر في تشكيلها. كما تعتبر العديد من الحكومات أنّه يُصعب تحديد طبيعة المستهلك المصرفي، لذلك تأخّرت في الإهتمام بوضعه. وعند وضع حماية المستهلك ضمن فئة القوانين المالية، تصبح مصلحة المستهلك مرتبطة بالإستقرار المالي. وهذا الأمر إنعكس في الولايات المتحدة الأمريكية عندما عجزت السلطة عن وضع المستهلك المالي في موقعه الصحيح إلى حين وقوع الأزمة المالية. فالأزمة المالية هي التي سلّطت الضوء بشكل مباشر على حماية المستهلك المالي بشكل مستقل. أما فيما يخصّ صلاحيات هذه الهيئة، فلا بدّ من أن تتمتع بسلطة فعّالة تفرضها على كل مؤسسة مالية. وفي حال عدم التزام المؤسسات أو مقدّمي الخدمات بأنظمة حماية المستهلك، يكون لهذه الهيئة الحق في فرض العقوبات الملائمة وسحب رخصة العمل كإجراء عقابي يُتخذ في أقصى درجات المخالفة. يُشكّل هذا الإجراء ضيقاً للممارسات التعسفية التي تضر بمصلحة المستهلك، كما أنّ تطبيقها يضمن عدم تكرار مثل هذه الممارسات. وعند الحديث عن تشكيل هيئة مستقلة، لا بدّ من تخصيص لها فريق من أصحاب الإختصاص والخبراء الإختصاصيين الذين يجب أن يتولّوا إدارتها والإشراف على تفاصيلها، لأنّ الموظفين دون إختصاص لن يتمتعوا بالخبرة اللازمة لا سيّما وأنهم لم يخضعوا للتدريب المناسب لهذه المهمة. وإنّ التشدد في تعيين أعضاء متخصصين ذي خبرة واسعة في هذا المجال يضمن قوة هذه الهيئة وتماسكها، ويحقّق حماية جدية للمستهلك المالي. وفي هذا المجال تجدر الإشارة إلى ضرورة تفعيل دور المستهلك في مساهمته بإنجاح هذه الهيئة عبر إشراكه بشكل دوري في إبداء رأيه حول أدائها لناحية الجودة والمصداقية من جهة، والإستعانة ببعض الإقتراحات التي يمكن أن يطرحها كونه أداةً جوهرية ضمن هذا النظام القائم من جهة أخرى. وفي ضوء صعوبة العثور على الهيئة المناسبة في تولّيها حماية المستهلك المالي، أنشأت الحكومة في كندا عام ٢٠٠١ هيئة خاصة مسؤولة عن تعزيز حماية المستهلك والتوسع في تثقيف المستهلك. إقترحت السلطة في أميركا مقارنة شبيهة لتلك المطروحة في كندا، إنّما إقتصرت الهيئة الخاصة بحماية المستهلك المالي في أميركا على بطاقات الإئتمان (الدائنة والمدينة) ورهونات العقارات السكنية فقط. وكذلك الأمر في المملكة المتحدة وإيرلندا حيث إتخذت أمانة الشكاوى المالية على عاتقها تقديم إستراتيجيات في حماية المستهلك ونشر الثقافة المالية. وإنّ تجربة الهيئة لحماية المستهلك المالي في كندا The Financial Consumer Agency of Canada (FCAP) أظهرت أنّ خلق هيئة موحدة خاصة في حماية المستهلك

قد ساهم في توحيد قوانين المستهلك المالي، هذا فضلاً عن تعزيز وحدة عملها وأدائها لناحية الفعالية. وفي هذا السياق نشأت **The International Financial Consumer Protection Network** ^١ (FinCoNet) عام ٢٠٠٣ بمبادرة من FCAP التي تسعى بأن تصبح الجهاز المسؤول عن شؤون حماية المستهلك المالي وعن الأنظمة المتعلقة بأسواق المؤسسات المالية. تهدف FinCoNet^٢ إلى تفعيل ثقة المستهلك بالعمليات المصرفية عبر تخفيض مخاطر هذا القطاع. فالقطاع المصرفي بات يشكل جزءاً هاماً في حياة العديد من المستهلكين، لذلك لا بدّ من أن تتظافر جهود الهيئات الرقابية في تحديد إطار عمل متكامل يؤمّن حماية مُحكّمة للمستهلك. ومن أبرز المواضيع التي يلحظها أعضاء هذا المنظمة ويعملون على تطويرها هي التسوق المقنّع (mystery shopping)، منح الرهونات العقارية في الإتحاد الأوروبي، وحماية المقترض. فمشاركة السلطات المعنية في FinCoNet في حماية المستهلك من شأنها أن تساهم في تبادل الخبرات والمعلومات بين الدول إضافةً إلى الأسس الرقابية وتطوير السوق.

ثانياً: الشكاوى وطرق حل النزاع

يتم تقديم الشكاوى وفق آلية يجب أن تكون منظّمة وتسعى إلى حماية حق المستهلك من أي ضرر قد يصيبه نتيجة تعامله مع المصرف أو مع أي مؤسسة مالية.

١- آلية تلقي الشكاوى:

تشكّل شكاوى المستهلكين مصدراً مهماً للمعلومات، كونها تعكس نوعية المعلومات التي جرى الإفصاح عنها فيما يخصّ الخدمات المالية، وتعكس أيضاً حجم إستيعاب المستهلكين لهذا الشرح. تجدر الإشارة في هذا السياق بأنّ مضامين هذه الشكاوى من شأنها أن تصب في مصلحة كل من المستهلكين، ومدراء المصارف، والمؤسسات المالية والمراقبين. فالإطلاع على هذه الشكاوى يسلّط الضوء على أداء مقدّمي الخدمات المالية، وعلى تجاوب المستهلكين مع تلك الخدمات. كما يتوجّب أن تُمنح الشكاوى وآلية التقدم بها إهتماماً خاصاً، فإذا لم تتوافر آلية واضحة في تقديم المستهلك للشكاوى لسوف يتردّد ويفقد ثقته لدى استخدام الخدمات المالية. وبالتالي يترتّب على كل مؤسسة مالية أن تنشأ لديها دائرة خاصة بشكاوى

^١ بعضوية ١٧ دولة: أستراليا- برازيل- كندا- الصين- فرنسا- إندونيسيا- إيرلندا- اليابان- كوريا- لوكسبورغ- هولندا- النرويج- البرتغال- السعودية- جنوب أفريقيا- إسبانيا- المملكة المتحدة. ممثلة برؤساء المصارف المركزية لهذه الدول أو برؤساء هيئاتها المالية المركزية.

^٢ منظمة دولية لحماية المستهلك المالي نشأت عام ٢٠٠٣ كشبكة من المراقبين والمنظمين في حماية المستهلك المالي لمناقشة شؤونه. وفي ١٤/١١/٢٠١٣ جرى إعداد FinCoNet لتصبح منظمة دولية جديدة لسلطات الإشراف على حماية المستهلك المالي. تعمل هذه المنظمة على تحديد مكامن الضعف في المؤسسات المالية من أجل التوصل إلى آليات فعالة تضمن نتائج إيجابية. والهدف الأساس يتّجه نحو رفع المعايير الدولية في هذا المجال.

المستهلك، بحيث يتم جمع هذه الشكاوى في مركز واحد يجري فيه إحصاؤها وفرزها وفقاً لنوعها. تُقسّم بين الإستفسارات (التي تمنح المستهلك في المقابل المعرفة والثقافة المالية الملائمتين) والنزاعات (التي تتطلب إجراءات قضائية، الوساطة أو التحكيم من أجل التوصل إلى الحل). إلا أنّ الحل الأمثل يقضي في الإبتعاد عن القضاء لتسهيل شؤون المستهلك وإختصار الوقت والكلفة المالية عليه أيضاً.

٢_ أمين الشكاوى في الخدمات المالية:

يتمثل هذا الحل في إنشاء أمانة للشكاوى المالية financial ombudsman لحل النزاعات القانونية حول الخدمات المالية للمستهلك، حيث يقوم خبراء ماليون بالإطلاع على هذه الشكاوى. وتجدر الإشارة إلى أنّ آلية التقدم بالشكاوى يجب أن تكون متاحة بكافة الوسائل سواء إدارياً أو بواسطة البريد الإلكتروني أو البريد العادي. وإذا لم يتم التعامل مع الشكاوى بشكل يُرضي المستهلك، فإنّ ذلك سوف يخلق حتماً ثغرة في ثقة الجمهور بالقطاع المالي. تأكيداً على ذلك جرى توزيع إستمارة في روسيا حول المعرفة المالية عام ٢٠٠٨، تبين من خلالها أنّ أكثر من ٥٠% من المستهلكين لا يتقون بأنّ المصرف في حال وقوع النزاع، يمكن أن يتوصل إلى الحل المناسب بسرعة وسهولة^١. والمطلوب كحدّ أدنى تشكيل دائرة مسؤولة عن تلقي الشكاوى، وفي حال تعذّر تشكيلها، يمكن تعيين أميناً يشغل هذه المهمة. وقد طبقت بعض الدول ذات الدخل المتوسط في أوروبا وآسيا الوسطى هذا الإجراء وأنشأت دائرة لتلقي شكاوى المستهلكين^٢، كما عينت كل من ألمانيا والمملكة المتحدة وإيرلندا أميناً لتلقي الشكاوى وحلها. تتولى^٣ BaFin (Federal Financial Supervisory Authority) في ألمانيا الرد على الشكاوى عبر إقتراح تسوية للنزاع خارج القضاء، إذ تعتبر أنّ النزاع ليس بالضرورة أن ينتهي أمام القضاء. وقد إختارت العديد من المؤسسات المالية في ألمانيا، بما فيها المصارف، اللجوء إلى هذا النوع من طرق حل النزاع. وإنّ إستقلالية هذه الهيئة تمنح المستهلكين ولوجاً إلى طرق سهلة ومبسّطة لحل النزاع، ناهيك عن الكلفة الأقل لهذه الإجراءات^٤. يترتّب على جميع المؤسسات المالية، من حيث المبدأ، سواء أكانت صغيرة أم

^١ Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides) المرجع السابق ص ٢٧.

^٢ الدول التسع موضوع الدراسة إلتمت بهذا الإجراء: أذربيجان - بلغاريا - كرواتيا - جمهورية التشيك - لاتفيا - ليتوانيا - رومانيا - سلوفاكيا - إتحاد روسيا.

^٣ BaFin: Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. "السلطة الرقابية المالية الفدرالية".

جهاز مستقل من أجهزة الدولة الألمانية، يخضع إلى الرقابة القانونية لوزارة المالية الفدرالية. تتولى مهمة مراقبة المصارف ومقدّمي الخدمات المالية ومعاملات التأمين.

^٤ الموقع الإلكتروني الرسمي لـ BaFin :

http://www.bafin.de/EN/Homepage/homepage_node.html;jsessionid=03824D5F9A479B96F517077A1425DC1A.1_cid298

كبيرة أن تخصص بين أقسامها الإدارية قسماً خاصاً بهذه الدائرة التي تُعنى بحماية المستهلك المالي أو أن تنشئ على الأقل مكتباً مسؤولاً عن هذا الإجراء. ويترتب أيضاً عليها إعلام المستهلك خطياً عن كيفية التقدم بالشكوى أو الإستعلام عند وقوع النزاع، على أن تتم هذه العملية لدى شرائه للخدمة المالية أو عند فتح حساب جديد. كما يتولى المراقبون، بعد أن يتقدم المستهلك بشكوى أمام الدائرة المعنية، مهمّة الإطلاع على مضامين هذه الشكاوى عبر كشوفات رقابية دورية على المؤسسات المالية كالمصارف التجارية وغيرها. إذ لا بدّ من أن يكون المراقبون على دراية بحقيقة تعامل المصارف مع مستهلكيها ومنتفعين بالحرية في فرض تطبيق القانون عند اللزوم.

تناولت الشكاوى - في الدول التي اعتمدت هذا الإجراء- المطالبة بمعلومات إضافية تؤمّن للمستهلكين شرحاً وافياً لفهم الخدمات المالية التي يقومون بشرائها. فأغلب الشكاوى تمحورت حول عدم تبرير المصارف لرفضها في منح القروض للمستهلكين. أما في كرواتيا إرتكزت معظم شكاوى المستهلكين على أنهم لا يفهمون محتوى العقود التي يوقعون عليها. والخلاصة من تلك الشكاوى¹ أنّ المستهلكين يرتكبون من شروط وبنود العقود المصرفية وبأنّ معظمهم لا يدركون المخاطر الحقيقية الناجمة عن التعاقد ببعض الخدمات المالية. كما أنّ الكثير من الشكاوى إرتكزت على زيادة المصارف لمعدّل الفوائد على قروض الرهن العقاري. لذلك قدّم The EU Consumer Credit Directive المركز الخاص بتوجيه المستهلك الأوروبي توضيحاً شاملاً لكيفية إحتساب (APR) annual percentage rate معدل الفائدة السنوي لأنّ معظم المستهلكين لا يعرفون كيفية إحتسابها². وإنّ الغاية الجوهرية من هذه الإحصاءات والإستمارات تتّجه نحو تحليل الشكاوى وفرزها حسب النوع من أجل تعزيز حماية المستهلك وتأمين التعويض اللازم إليه. فإنّ حق المستهلك بالتعويض وبالوصول إلى طرق حل النزاعات ضروري لا يمكن إهماله أو التعتيم على أهميته. فالتقصير اليوم يكمن في غياب أنظمة حل النزاعات عن العديد من التشريعات من جهة، وفي وجودها ببعض التشريعات الأخرى إنّما بصورة غير مستقلة وبأعداد طائلة من الشكاوى المهملة من جهة أخرى. وبالتالي فإنّ هذا النظام إن وُجد، لا يعمل ضمن إطار متكامل وبالفعالية المرجوة. وفي الحالة التي لم يتم فيها إستحداث مثل هذا النظام فإنّ ذلك يعكس قصوراً من جانب السلطة وإهمالاً منها لمصالح المستهلكين. على السلطات أن تحرص على الضرورة في أن يُتاح أمام المستهلكين آلية متكاملة تسمح له الحصول على التعويض الملائم للضرر الذي لحق به. إذ لا بدّ من أن تكون السبل في تطبيق آلية التعويض ذات إجراءات عادلة، غير مكلفة ومتاحة أمام الجميع. ولا يكفي وضع هذه الإجراءات وحسب، بل يتوجّب أيضاً إعلام المستهلكين بحقوقهم في إعتقادها وتطبيقها عند وقوع أي نزاع.

¹ Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides) المرجع السابق ص ٢٨.

² Rutledge, Susan: Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides) المرجع السابق ص ٢٨.

ثالثاً: الدول المعتمدة للهيئة الموحدة

تميّزت الولايات المتحدة الأمريكية بإنشاء هيئة موحدة في حماية المستهلك من خلال مكتب الحماية المالية للمستهلك الذي أشرنا إليه ضمن هذه الدراسة الذي يتولّى مهمّة تقديم المعلومات حول الخدمات المالية إلى المستهلك إضافةً إلى النصح والإرشاد. كما أنّه يمنع الأعمال التعسفية بحق المستهلكين ويتلقّى الشكاوى التي يتقدّمون بها. وإنّ هذا المكتب مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالسلطة، إنّما يعمل باستقلالية تامة ضمن القوانين المالية للمستهلك. ويبقى التعامل مع الشكاوى مرتبطاً بالسلطات المعنية وفق موضوع كل شكوى على حدة. أما في لبنان فقد سبق وبيّنا في متن هذه الدراسة أنّ مصرف لبنان المركزي قد نصّ في م ٥ من التعميم رقم ١٣٤ في العام ٢٠١٥ (قرار أساسي رقم ١١٩٤٧) بإنشاء وحدة تُعنى بتطبيق مضمونه في حماية المستهلك المصرفي. ترتبط هذه الوحدة بعلاقتها مع المدير العام للمصرف إنّما تعمل باستقلالية في تنفيذ عملياتها، على أن يتقدّم المستهلك بمراجعة إدارية أمامها التي يمكن أن تتطوّر إلى شكوى أمام القضاء في حال تجاوزها لحدود صلاحية الوحدة في حل مضمون النزاع. أما في قطر نصّ التعميم الصادر عن مصرف قطر المركزي^١ على إنشاء إدارة لحماية المتعاملين مع المصارف من شأنها أن تنشر الوعي المصرفي من أجل تثقيفهم في هذا المجال. وتقوم الإدارة بتلقّي شكاوهم وحلّها ضمن مهلة لا تتعدّى الأسبوع، لكنّه لم يحدّد كيفية حل هذه الشكاوى (إدارياً أم قضائياً). أما في السعودية فقد فرضت مؤسسة النقد العربي على المصارف ضوابط في معالجة الشكاوى، بحيث يقع على عاتق المصرف تزويد المستهلك بنسخة عن آلية التقدم بالشكاوى^٢. تتضمن آلية تقديم الشكاوى:

- الإجراءات المتّبعة في تقديم الشكاوى إلى الفرع المعني مباشرةً أو عبر وسائل الإتصال (الهاتف، الفاكس وغيرها).
- الإدارة المعنية في المصرف للإطّلاع على الشكاوى.
- إسم المسؤول عن الشكاوى ورقم الهاتف الخاص به لتمكّن المستهلك من الإستعلام عن مصيرها.
- المهلة المحددة لتقديم الحل على أن لا تتجاوز ١٠ أيام من تاريخ تقديم الشكاوى.
- التواصل مع المستهلك خلال مهلة أسبوع من تاريخ إستلام الشكاوى وتزويده بالحل في مهلة أقصاها ١٠ أيام إضافية عن مهلة الأسبوع.
- إحتفاظ المصرف بسجل خاص للشكاوى.
- عند عدم رضى المستهلك عن نتيجة الحل المقدم، يقوم المصرف بإطلاع المستهلك بالجهة المعنية للنظر بالشكاوى سواء أكانت سلطة أعلى ضمن المصرف أو سلطة مستقلة خارج المصرف.
- وبذلك تكون المملكة العربية السعودية أيضاً قد حدّدت آلية الهيئة التي ترتبط بالمصرف المركزي المختصة بتلقّي شكاوى المستهلكين والتي تُحال أيضاً إلى الجهة المعنية في حال لم يُبدد المستهلك رضى تاماً بنتيجة الحل.

^١ راجع ص ٨٩.

^٢ مبادئ حماية عملاء المصارف: المرجع السابق، ص ٢٥.

والملفت أيضاً تقدّم دولة الكويت لناحية تشريع القانون رقم ٣٢ في شأن النقد وبنك الكويت المركزي وتنظيم المهنة المصرفية الصادر عام ١٩٦٨ الذي يرمى كل ما يتعلّق بالقطاع المصرفي ومصرف الكويت المركزي^١. على الرغم من أنّه لم يتضمّن أي تخصيص لحماية المستهلك المصرفي ولم يعدّل مواده لتتماشى مع هذه الحماية في الأعوام العشر الأخيرة، إلّا أنّ مصرف الكويت المركزي كرّس إهتمامه في مجال حماية حقوق المستهلكين الأفراد وبخاصةً مستهلكي القروض الإستهلاكية والقروض المقسّطة^٢. فأصدر تعميماً بتاريخ ٢٠١١/١/١٩ إلى كافة المصارف وشركات الإستثمار العاملة في الكويت يلزمها بإنشاء وحدة لديها لتلقّي شكاوى المستهلكين ومعالجتها. وقد بدأ عمل هذه الوحدات بتاريخ ٢٠١١/٧/١ بعد إنشاء وحدات الشكاوى لدى كافة المصارف وشركات الإستثمار. تعامل مصرف الكويت المركزي مع شكاوى المستهلكين على أنّها مسألة مشتركة بينه وبين الجهات المعنية. إذ تجري عملية معالجة الشكاوى على مرحلتين؛ يقوم المستهلك كفرد في المرحلة الأولى بتقديم الشكاوى أمام المصرف أو شركة الإستثمار التي تطلّع على الشكاوى وتُعلم المستهلك بمضمون الحل. أما المستهلك كمؤسسة، فقد حدّد مصرف الكويت المركزي له في هذا الإطار نموذجاً موحداً للشكاوى التي قد تتقدّم بها المؤسسات أو الشركات أمام المؤسسات المالية^٣. والمرحلة الثانية تقتصر على الحالة التي لا يتم التوصل فيها إلى حل أو تسوية مع الجهة المشكو منها (المصرف أو شركة الإستثمار). فيكون أمام المستهلك الفرد أن يتقدّم بطلب تظلم وفقاً للنموذج الموحد المحدد من قبل المصرف المركزي إلى وحدة حماية المستهلكين لدى مصرف الكويت المركزي، يرفق فيه الحل المقدم من قبل الجهة المشكو منها^٤. تجدر الإشارة إلى أنّ مصرف الكويت المركزي يرفض الطلبات التي سبق وقُدّمت أمام القضاء أو تلك التي لا تكون موجّهة ضد المصرف أو شركة الإستثمار. كما إستحدث المصرف المركزي، من باب الحرص على حقوق المستهلك، خدمة هاتفية للرد على أي إستفسار يمكن أن يتقدّم به المستهلك في المؤسسات المالية بما فيها المصارف طبعاً. وقد خصّص رقماً معيناً لتلقّي إتصالات المستهلكين عليه لشرح وتوضيح كيفية تطبيق التعليمات الصادرة عن المصرف المركزي في كل ما يصدر عن المؤسسات المالية من خدمات (كالقروض الإستهلاكية والمقسّطة وبطاقات الإئتمان والرسوم والعمولات). إذ يتولّى العاملون على تلقّي هذه الإتصالات مهمّة تفصيل حقوق وواجبات المستهلكين ليتمكّنوا من إتخاذ قراراتهم بالموافقة أو الرفض وفقاً لقناعة تامة وإرادة واضحة. بناءً على ما سبق، يتّضح أنّ القانون في الكويت لم ينصّ في مواده القانونية على وضع إطار

^١ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الكويت المركزي: <http://www.cbk.gov.kw/ar/legislation-and-regulation/cbk-law/Law-intro.jsp>

^٢ المرجع السابق:

http://www.cbk.gov.kw/ar/supervision/customer_protection_unit/introduction.jsp

^٣ راجع نموذج الشكاوى في الملحق رقم ٦ من هذه الرسالة ص ١٢٥ و ١٢٦.

^٤ المرجع السابق: http://www.cbk.gov.kw/ar/supervision/customer_protection_unit/customer-complaints.jsp

^٥ راجع نموذج التظلم في الملحق رقم ٧ من هذه الرسالة ص ١٢٧ و ١٢٨.

^٦ المرجع السابق: http://www.cbk.gov.kw/ar/supervision/customer_protection_unit/customer-appeal.jsp

لحماية المستهلك المالي. إنّما يتولّى مصرف الكويت المركزي مهمّة إصدار تعميم متعلّق بإنشاء وحدة متخصصة لتلقّي شكاوى المستهلكين، وأصدر في هذا المجال نماذج موحدة للتقدّم بشكوى أو بتظلم أمام الجهة المعنية. وبالتالي حتى لو لم يعكس التشريع في الكويت تطوراً قانونياً بارزاً فيما يتعلّق بحماية المستهلك المالي، إلا أنّه يتميّز بوضع آلية متكاملة للتقدّم بشكوى ضد أي مصرف. وإنّ هذا الإجراء يعكس خطوةً مهمة، إنّما غير كافية نحو حماية حقوق المستهلك المالي في دولة الكويت لا سيما وأنّ أسس الحماية إنحصرت في مهام المصرف المركزي دون أن يصل إلى مرحلة التشريع .

وهذا واقع الحال لدى معظم الدول العربية التي لحظت ضرورة حماية المستهلك عبر إنشاء هيئة إدارية ضمن المصرف المركزي تُعنى في تلقي شكاوى المستهلكين وفي تثقيفهم. لم تتميّز في هذا المجال سوى الدول المتطورة والمتقدمة في أوروبا وأميركا التي أنشأت إدارات مستقلة عن المصرف المركزي ومرتبطة بالسلطة إنّما تعمل باستقلالية تامة عنها. قد تودّي بعض الشكاوى إلى إحالتها إلى المرجع المختص بما فيها القضاء طبعاً، وهذا ما يدلّ على أهمية القضاء في حل أي نزاع قانوني قد ينشأ عن العلاقة التعاقدية التي تربط المصرف بالمستهلك. إنّما الفارق الوحيد يبقى في لجوء القاضي إلى قانون خاص بحماية المستهلك في بعض الدول التي إتجهت إلى تشريع هذا القانون أو في لجوئه إلى قانون عام يرقى مصالح الفرقاء لغياب نص قانوني خاص في أغلب الدول الأخرى.

الخاتمة:

يُعتبر موضوع حماية المستهلك المصرفي من المواضيع الصعبة الذي يضمّ الكثير من الإشكاليات نظراً لتطوره المستمر. إذ بات معلوماً وواضحاً دور القطاع المصرفي الجوهري في تطوير الإقتصاد الوطني، وبأنه لا يمكن تحقيق أي نشاط أو مشروع استثماري دون الإستعانة برؤوس الأموال اللازمة عبر القطاع المصرفي الذي يمدّ أصحاب المشاريع بالسيولة. فالمستهلك طرف ضعيف يفتقر إلى المعرفة ويتعرّض إلى الإستغلال، وأغلب القوانين التي تناولت حقوق المستهلك من كافة الجوانب لا تُعتبر حديثة. وقد ذكرنا في هذه الرسالة الدول التي إستحدثت ضمن قوانينها قسماً لحماية المستهلك المالي عامةً والمستهلك المصرفي خاصةً. ويبقى لبنان ضمن الدول العربية التي لم تشرّع قانوناً خاصاً وموحّداً لحماية المستهلك في المعاملات المصرفية بشكل خاص والمعاملات المالية بشكل عام. إذ تخلو القوانين اللبنانية من أي نظام قانوني متكامل لموجبات المصرف في إطار عمليات التمويل المصرفي، لذلك لا تزال الأحكام القانونية العامة في القانون المدني هي التي تُطبّق في حال نشوب أي نزاع بين المستهلك والمصرف. كما أوضحنا سابقاً فإنّ التشريع اللبناني، سواء في قانون التجارة البرية أو في قانون النقد والتسليف، يفتقر إلى النصوص التي ترعى العمليات المصرفية وتحدّد مسؤولية المصرف وحقوق المستهلك. فالمصرف كونه وكيل المستهلك والمؤتمّن على أمواله، لا بدّ من أن يلتزم بواجبات معينة ومحدّدة، وفي المقابل لا بدّ من أن يتمتّع المستهلك بالحقوق العادلة والتي يكون على علم بها. من جهة أخرى إزدادت أهمية الدور الذي يؤديه القطاع المصرفي في لبنان، لا سيّما في ظل غياب المؤسسات المالية المتخصصة وغياب تدخّل الدولة في تمويل القطاعات الإقتصادية. فالقطاع المصرفي في لبنان هو الأقوى من بين سائر القطاعات، ولا يزال يحقق نجاحاً في صمود النظام المالي عبر الحفاظ على ثبات قيمة العملة الوطنية في ظل الأزمات المالية التي توالى على لبنان مروراً بالأزمة المالية العالمية الأخيرة عام ٢٠٠٨، وصولاً إلى الركود الإقتصادي الذي نشهده اليوم. يتميّز الجهاز المصرفي في لبنان بتعدّد المصارف لديه لناحية الإختصاص والدور الذي تقوم به. وإنطلاقاً من هذا الواقع، تضاعفت سلطة المصارف وإستقلت في مهامها وأصبح لديها نظاماً خاصاً بعملياتها ومكانة متميّزة. هذا فضلاً عن غياب القانون الذي يرعى العمليات المصرفية وينظّمها، الأمر الذي يعزّز من قوة القطاع المصرفي لا سيّما وأنّ المشرّع اللبناني يحمي النظام المصرفي كونه الحلقة الأقوى والركيزة الأساس في دعم الإقتصاد الوطني. إنّما لا بدّ من التركيز على دور القانون في تطوير وإنماء هذا القطاع من خلال سلسلة القوانين والمراسيم الإشتراعية والتعديلات التي طالت بعض أحكام قانون النقد والتسليف في كل ما يتعلّق بممارسة المهنة المصرفية وتفصيلها الدقيقة التي رعت الهيكلية الإدارية والرقابية والتجارية لها. هذا فضلاً عن المعايير الإحترازية التي يعتمدها النظام المصرفي في لبنان سواء أكانت داخلية أو خارجية. وعلى الرغم من وجود قانون النقد والتسليف إلا أنّه لم يتناول تنظيمياً مفصلاً للعمليات المصرفية القائمة بين المصرف والمستهلك، بل

نظّم مهام المصرف المركزي والمصارف العاملة في لبنان وكرس الرقابة العامة على أداء المصارف وسلامة الوضع المصرفي. وبالتالي أدّى الواقع الإقتصادي والواقع القانوني إلى إفساح المجال أمام القطاع المصرفي بالتمتّع بحرية واسعة لدى ممارسته لمهامه وفي تعامله مع المستهلكين. ولم يبقَ سوى العُرف المصرفي كوسيلة في أيدي المصارف التي تعتمد على كُنظام موحد أثناء تعاملها مع المستهلكين. ونظراً بأنّ العُرف يُعتبر من صنع أرباب العمل أنفسهم، كونه يُولد نتيجة العادة، فإنّه بات أمراً بديهياً أن لا يتضمّن أي تحديد لموجبات المصارف تجاه المتعاملين معها. فالجمهور الذين يشكّلون السبب في وجود المصارف باتوا وسيلةً في يد القطاع المصرفي بهدف تحقيق أكبر نسبة للأرباح. والمصارف في ظل تنافسها فيما بينها على تقديم العروض والحملات الإعلانية لجذب أكبر عدد ممكن من المتعاملين معها، أفقدت المستهلك المصرفي لحقوقه التي يجهلها كجهله لطبيعة عمل هذه المصارف. وعلى الرغم من هذا النفوذ القوي الذي عكس تقدماً مستمراً في القطاع المصرفي اللبناني إلا أنّه لا يمكن إستغلال نجاح هذا القطاع وتحويله إلى حصانة رادعة لا تعترف بحقوق المستهلك والمعاملة العادلة. من جهة أخرى لا يزال التشريع غائباً عن سن القانون الذي يحمي حقوق المستهلكين المصرفيين أو الماليين، وهذا الغياب من شأنه أن يزيد من حدّة الهوة بين القطاع المصرفي والمتعاملين معه. إذ ما من إجراء قد يساهم في تنظيم هذا التفاوت بين الطرفين إلا عبر تشريع القانون المعني في حماية العلاقة التعاقدية بينهما. في المقابل وعلى الرغم من أنّ قانون حماية المستهلك قد تناول جوانب حماية المستهلك لجهة تفسير العقود لمصلحته وتحقيق التوازن بين الحقوق والواجبات، وتطرّق إلى البنود التعسفية والخداع والغش، إلا أنّ القطاع المصرفي لم يخضع لأحكامه بتاتاً. ونظراً لتميُّز وإستقلالية هذا القطاع يمكن الإعتزاف جزئياً بأحقّيته في عدم الخضوع إلى أحكام قانون يحمي المستهلك العادي. إنّما في المقابل لا يمكن تأييد عدم إخضاع هذا القطاع بالمطلق إلى أي قانون يرضى العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك من جهة، ولا يُعقل أن نشهد على تمادي وإستئثار هذا القطاع بمصالح وحقوق المستهلكين دون أي رقيب من جهة أخرى. ونحن نرى بأنّ غياب القانون الذي ينظّم عمل المصارف يرتبط بالدرجة الأولى بإعتبرات إقتصادية رافقت النمو الإقتصادي وتطوّر القطاع المصرفي في لبنان. هذه العوامل جعلت القطاع المصرفي من أهمّ القطاعات على الصعيد الإقتصادي، لا سيما وأنّ النظام الإقتصادي الحر في لبنان يقوم على المبادرة الفردية، وبالتالي يساهم في تعزيز حرية المصارف وفي بسط سلطتها أكثر. لذلك بات من الصعب وضع تنظيم قانوني يحدّ من حرية المصارف ويفرض عليها المسؤوليات. فالمشرّع قد تعمّد تأمين حماية المصارف في عدم تقييدها بأية شروط أو موجبات خدمةً لإعتبرات إقتصادية^١. ولا ننكر وجود التعميم الصادر عن المصرف المركزي المتعلّق بـ "أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع

^١ لبنى مسقاوي: المسؤولية المصرفية في الإعتدال المالي، المرجع السابق، ص ٢٢.

العملاء"، غير أنه لا يشكّل قانوناً إلزامياً وإنّ الرقابة على تطبيقه ليست فعالة بل شكلية. فمعظم المصارف العاملة في لبنان لا تزال غير ملتزمة بتطبيق كافة أحكام هذا التعميم، بل إعتدت توزيع لائحة الحقوق والواجبات¹ التي نصّ على إلزامية التقيد بها. في حين عمدت بعض المصارف الأخرى إلى توزيع نماذج للشكوى²، ولوائح بالشروط وبالأحكام لديها³ والتي تكون في الواقع قابلة للتغيير. إذ لا تزال المصارف اللبنانية حتى اليوم تحتفظ بالعقود التي يبرمها المستهلكون معها ولا تسمح لهم بالإستحصال على نسخة من تلك العقود. والعناصر الجوهرية التي يجب أن تلتزم المصارف بتطبيقها تقضي بضرورة فرض المصارف على المستهلكين قراءة العقد قبل التوقيع، وإستحصالهم على نسخة من العقد للتعمّن فيه مطوّلاً. ولا بدّ من أن يُمنح المستهلك فترة سماح يقرّر من خلالها عن دراية ووعي ما إذا كان هذا الإلتزام يحقّق له المنفعة المرتقبة أم لا. كرّست بعض الدول العربية في تشريعاتها هذه الحماية إلى المستهلك المصرفي وأثبتت إلتزامها بالمعايير الدولية وتطبيقها لها إمّا في قوانينها أو ضمن سياسات المصارف المركزية. ولا تتحقّق الغاية الأساس من وضع هذه القوانين أو السياسات إلا عبر الإلتزام بتطبيقها بشفافية وعدالة. ينتشعب موضوع حماية المستهلك ويتنوّع نظراً لتعدّد التشريعات التي تحمي المستهلك، بحيث لا بد من حماية المستهلك تجاه من يتعامل معهم كضمانة لحقوقه.

يتميّز هذا الموضوع بأنّه متحرك ومتطور وبأنّه يتناول مبادئ ثابتة لا يمكن تجاوزها تأميناً لحماية المستهلك. أما بالنسبة إلى الدول الأجنبية فقد تعاملت مع هذا الموضوع بإطار متكامل لا سيّما الولايات المتحدة الأميركية التي تُعتبر من أبرز الدول المعنية في تطبيق سياسة حماية المستهلك المالي وفرضها على سائر المصارف المركزية للدول التي تتعامل معها. ولا بدّ من التذكير والتشديد على أنّ ثقة المستهلك بالقطاع المالي من شأنها أن تساهم في تحفيز الإستقرار والنمو الماليين على أمد طويل. والسبيل الأمثل لتأمين هذه الحماية للمستهلك يكمن في الدور الجوهري الذي تقوم به السياسات التنظيمية والرقابية المعدة من قِبَل الهيئات الرقابية في حماية المستهلكين. إذ يجب أن تُفرض حماية المستهلك المالي عبر وضع السياسات التثقيفية في مختلف دول العالم كون إمتهان المؤسسات المالية لا يرتبط بضرورة إمتهان المتعاملين معها، أي أنّ عدم إمام المستهلك بالعمليات المصرفية مسألة لا ترتبط بفئة معينة من الدول. ومن الضروري جداً أن يتم تأمين الحماية اللازمة لحقوق المستهلكين التي تُعتبر من مسؤولية المشرّع أولاً. ولتأمين هذه الحماية لا بد من التعامل معها من الجانب القانوني، نظراً للطابع الإلزامي العام الذي يفرضه التشريع.

يرتبط موضوع حماية المستهلك المالي بعوامل إقتصادية وسياسية متعددة لأنّ القطاع المصرفي والمؤسسات المالية تشكّل المصدر الأساس في تدفق الأموال على القطاعين العام والخاص على حدّ

¹ راجع الملحق رقم ٨ ص ١٢٩ و ١٣٠ من هذه الرسالة.

² راجع الملحق رقم ٩ ص ١٣١ من هذه الرسالة.

³ راجع الملحق رقم ١٠ ص ١٣٢ و ١٣٣ من هذه الرسالة.

سواء. وهذا الواقع يفسر الحصانة التي تتمتع بها المصارف من خلال إستئثارها بالسلطة الممنوحة لها وتماديها في القوة التي إستحوذتها. فالإساءة في إستعمال المصارف لحقها ولقوتها وتجاوزها لحدود حسن النية في التعامل مع المستهلكين، يشكّل المعضلة الأساس في موضوع حماية المستهلك.

وقد تناولت الرسالة هذا الموضوع من كافة الجوانب بإعتبارها مدخلاً ومقدّمة لموضوع حماية المستهلك المصرفي في ظل التقصير الواضح في التعاطي مع تفاصيله من قبل الفقه والقانون. وقد عرضنا أبرز ما حقّقه التشريع العربي في هذا الشأن إنطلاقاً من ضرورة عرضه ومقارنته مع ما إعتده تشريع أبرز الدول الأجنبية تسهيلاً لبناء هيكلية شاملة. وكان الحرص من خلال هذه البحث أن يُسلط الضوء على الثُغْر التي تحدّد مكامن الضعف وعدم الإِتزان في العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك، بإنتظار أن يجري تناوله بشكل موسّع ومفصّل للتوصّل إلى تطبيق الحلول الجدية والقانونية التي من شأنها أن تسهم في تقليص تضخّم الأزمة بين الطرفين في لبنان بشكل خاص وفي سائر الدول بشكل عام. ولا بد من التنكير بأنّ المراجع القانونية التي تناولت موضوع حماية المستهلك المصرفي نادرة جداً وقد واجهنا صعوبة في التوصل إليها لأنّ طرح هذا الموضوع ليس شائعاً كسائر المواضيع التي تمّت مناقشتها على نحو متكرّر على الرّغم من أهميته الكبرى. وقد سعينا من خلال هذه الرسالة إلى تحصيل المراجع القانونية والعلمية العربية والأجنبية من مؤلفات وغيرها من منشورات ودراسات إلكترونية لفتح الباب أمام هذا الموضوع الشائك بإنتظار القوانين المعنية أن تبصر النور وتؤمّن الحماية المرجوة لعلاقة المصرف بالمستهلك.

الملحق رقم ١:

جدول ملخص بأهم مواصفات بطاقة الائتمان

لا تمثل المعلومات أعلاه بديلاً عن أي عقد أو بنود عقد بين [المؤسسة] والعميل	
النسبة المئوية السنوية (ن.م.س)	
النسبة المئوية السنوية الفائدة السنوية المبسطة (Annual Simple Interest Rate)	نوع العملية مشتريك سحب نقدي تحويل الرصيد الجاري
	فترة السماح
	تفاصيل تطبيق الفائدة [تواريخ تطبيق الفائدة (من - إلى)، حسب نوع العملية]
	تراتبية توزيع القسط المسدد [الأولوية في توزيع القسط المسدد]
	الحد الأدنى للقسط الشهري
	مبلغ التسليف [حدود التسليف]
	تكلفة إصدار / تجديد البطاقة
	تكلفة إجراء عملية سحب نقدي تحويل الرصيد الجاري عملية قطع
	غرامات التسديد المتأخر تجاوز حد الائتمان مدفوعات مرتجعة

الملحق رقم ٢:

التعميم رقم ١٢٤ الصادر عن مصرف لبنان المركزي في ١٧/٥/٢٠١٠

جدول توضيحي

يفترض هذا الجدول عملية شراء، بواسطة البطاقة، بقيمة مليون ليرة أو ألف وحدة نقدية أجنبية حسب عملة البطاقة. كما يحدد "النسبة المئوية السنوية" والحد الأدنى للقسط الشهري. يفترض المثال ان العميل قام بعملية واحدة في تاريخ محدد، وأنه سيسدد الأقساط شهرياً في التاريخ المحدد لذلك. كما يفترض أن العميل لم يتجاوز سقف التسليف.

عملية شراء بقيمة [مليون ليرة أو ألف وحدة نقدية أجنبية] بواسطة بطاقة الإئتمان		جدول توضيحي
الحالة	تسديد الحد الأدنى للقسط الشهري	التسديد خلال ١٢ شهراً
القسط الشهري		حالة أخرى
الفائدة المستحقة في السنة الأولى		
الفائدة المستحقة في السنة الثانية		
الفترة اللازمة لتسديد كامل الرصيد		١٢ شهراً

الملحق رقم ٣:

التعميم رقم ١٣٤ الصادر عن مصرف لبنان المركزي في ٢٠١٥/٢/١٢

(لائحة حقوق وواجبات العميل)

على المصارف والمؤسسات الماليّة العاملة في لبنان إعداد لائحة بحقوق وواجبات العملاء يتم فيها لفت نظر العميل، على الأقل، إلى ما يلي:

أولاً: حقوق العميل

١. الإطلاع على أحكام وشروط وتفاصيل المنتج أو الخدمة وطلب الإيضاحات الوافية عنها للتأكد من فهمها والقدرة على الإلتزام بها.
٢. الحصول على شرح واضح ووافٍ ومبسط من قبل الموظف المعني عن الخدمات والمنتجات الماليّة التي تحتوي على مستويات مختلفة من المخاطر.
٣. الحصول على إجابة عن أية أسئلة بشأن أي بند أو شرط غير واضح من قبل الموظف المعني وذلك بطريقة مهنيّة وواضحة.
٤. الطلب بأن تكون اللغة العربيّة معتمدة في أي مستند أو مراسلة أو معاملة مع المصرف أو المؤسسة الماليّة.
٥. طلب الإطلاع والإستحصال مسبقاً على نسخة من كل مستند ووثيقة ونص مشار إليها في أي عقد منوي توقيعه مع المصرف أو المؤسسة الماليّة.
٦. الحصول على نسخة من العقود والمستندات الموقّعة منه والإحتفاظ بها دون تحميله أي كلفة إضافية.
٧. الطلب من المصرف أو المؤسسة الماليّة تحديد الكلفة الفعلية للمنتج أو للخدمة بما فيها الكلفة الفعلية للتأمين وطريقة إحتساب الفائدة الدائنة أو المدينة.
٨. حرية إختيار شركة التأمين من بين خمس شركات، على الأقل، مقبولة من المصرف أو المؤسسة الماليّة ومبينة في لائحة خطية وذلك إذا كان الحصول الحصول على المنتج أو الخدمة مشروطاً بتقديم بوليصة تأمين إلى المصرف أو المؤسسة الماليّة.
٩. حرية إختيار شركة التأمين من بين خمس شركات، على الأقل، مقبولة من المصرف أو المؤسسة الماليّة ومبينة في لائحة خطية وذلك إذا كان الحصول الحصول على المنتج أو الخدمة مشروطاً بتقديم بوليصة تأمين إلى المصرف أو المؤسسة الماليّة.
١٠. حرية إختيار شركة التأمين من بين خمس شركات، على الأقل، مقبولة من المصرف أو المؤسسة الماليّة ومبينة في لائحة خطية وذلك إذا كان الحصول الحصول على المنتج أو الخدمة مشروطاً بتقديم بوليصة تأمين إلى المصرف أو المؤسسة الماليّة.

١١. الحصول على أي منتج أو أي خدمة إذا كان ذلك يتلاءم مع طلبه وخلفيته ومقدرته على إستيعاب المخاطر المالية المحتملة لهذا المنتج أو الخدمة.
١٢. الحصول دورياً على كشف مفصّل لكل حساب مرتبط بمنتج أو بخدمة.
١٣. عدم التوقيع على نماذج فارغة أو غير مكتملة والتأكد من أنّ جميع الحقول المطلوبة والأرقام في النماذج التي قدّمت له للتوقيع صحيحة ومكتملة.
١٤. إمكانية تقديم مراجعة بخصوص أي خدمة أو منتج والطلب من المصرف أو المؤسسة المالية شرح كيفية تقديم المراجعة والمهلة الزمنية لإبلاغه بالنتيجة وآلية رفع هذه المراجعة إلى مراجع أخرى في حال عدم الاقتناع بالمعالجة المعروضة عليه.

ثانياً: واجبات العميل

١. تقديم معلومات صادقة وكاملة ودقيقة عند تعبئة أي نماذج خاصّة بالمصرف أو بالمؤسسة المالية والإمتناع عن تقديم أي معلومات خاطئة.
٢. الإفصاح عن التزاماته المالية كافّة عند تقديم طلب للحصول على منتج أو خدمة مع حفظ الحقوق التي يمنحه إياها قانون سرية المصارف.
٣. تحديث المعلومات الشخصية المقدّمة إلى المصرف أو المؤسسة المالية بشكل مستمرّ وكلما طلب منه ذلك.
٤. التقيّد بالشروط والأحكام التي ترعى الخدمة أو المنتج الذي يستفيد منه.
٥. في حال إكتشافه عمليّات مجهولة على حسابه، إبلاغ المصرف أو المؤسسة المالية بذلك على الفور.
٦. تزويد المصرف أو المؤسسة المالية بعنوان سكنه وعمله وعنوان بريده الإلكتروني والعادي ورقم هاتفه والابلاغ عن أي تعديل لهذه المعلومات مما يمكّن المصرف أو المؤسسة المالية من الإتصال بالعميل المعني بشكل يؤمن خصوصية المعلومات الخاصة به.

ثالثاً: إرشادات للعميل

١. عدم تقديم أية تفاصيل بشأن حسابه المصرفي أو أية معلومات مصرفية أخرى أو شخصية دقيقة، تحت أي ظرف، إلى طرف آخر.
٢. عند مواجهة صعوبات مالية تمنعه من الإيفاء بالتزاماته أو تسديد أقساطه في الوقت المحدّد، مراجعة المصرف أو المؤسسة المالية بهدف إيجاد الخيارات الأنسب ومنها إعادة جدولة التزاماته.
٣. التنبه عند منح وكالات رسمية للغير لإنجاز معاملاته المصرفية والمالية بحيث يحدّد بدقّة الصلاحيات الممنوحة بموجب هذه الوكالات.

نظراً للحاجة الإنسانية وتغطية الخدمات المصرفية لكافة أفراد المجتمع، على جميع البنوك ضرورة تهيئة منافذ خدمات (كونترات) لذوي الاحتياجات الخاصة وان يوضع شعار خاص بها في الأماكن المخصصة لذلك في البنك، وكذلك ضرورة توفير مواقف خاصة لسياراتهم والمداخل ايضاً.

*يجب على البنوك عند تقديم الخدمات والمعاملات المصرفية للعملاء المكفوفين، وضع أنظمة وإجراءات خاصة للتعامل مع هذه الفئة من العملاء مراعاة لحقوقهم ولتوفير عوامل الوقاية والأمن والسلامة في تعاملات البنك معهم، ويجب أن تتضمن هذه الاجراءات كحد أدنى مايلي:-

١- استخدام نسخ خاصة من نماذج فتح الحساب وعقود التسهيلات والاستثمارات والمعاملات، وكشوف الحساب والإشعارات المرسله لهذه الفئة من العملاء مطبوعة وفقاً لطريقة (Braille) .

٢- توفير تسجيلات صوتية تشرح أهم الشروط والقواعد والتعليمات التي تتضمنها العقود والنماذج والمستندات التي يوقع عليها العميل المكفوف والتي تحكم تعاملاته مع البنك.

٣- التحقق من استكمال الأمور والأركان القانونية للمعاملات فيما يتعلق بوجود وكيل ممثل للعميل ووجود شهود عند إبرام الاتفاقيات وإجراء المعاملات، وخاصة فيما يتعلق بالتعامل مع العملاء المكفوفين غير القادرين على السمع.

٤- مراعاة استيفاء كافة الإجراءات والمستندات القانونية اللازمة الأخرى.

يعمل بهذه التعليمات اعتباراً من تاريخه ٢٠٠٩/٩/١٣، وعلى البنوك استكمال أي نواقص لديها للعمل بمقتضى هذا التعميم في غضون ثلاثة أشهر من تاريخه.

الملحق رقم ٥:

(دولة قطر)

الملحق رقم ١٤١ للتعميم رقم ٢٠١٠١١٦ الصادر عن مصرف قطر المركزي

الحدود القصوى للعمولات والرسوم
على الحسابات والخدمات المصرفية الشخصية

الحدود القصوى للعمولات والرسوم	نوع العملة أو الرسوم
	<u>أولاً: القروض الشخصية:</u>
١% ١% من الرصيد المتبقي ١% من قيمة المبلغ المضاف ٢٥٠ ر.ق ٥٠ ر.ق لكل تأجيل	١. رسوم إعداد / إدارية ٢. عمولة سداد مبكر ٣. عمولة زيادة القرض الحالي ٤. عمولة إعادة جدولة القرض ٥. عمولة تأجيل سداد قسط
	<u>ثانياً: حسابات العملاء:</u>
لا شيء ١٠ ر.ق للرصيد الذي يقل عن ٥٠٠ ر.ق أو ما يعادله بالعملات الأخرى.	٦. العمولات على الحد الأدنى لرصيد الحساب الجاري والتوفير: أ- حسابات متحركة ب- حسابات جامدة
لا شيء ٥٠٠ ر.ق	رسوم إقفال حسابات الجاري والتوفير: أ- مضى على فتحها أكثر من عام ب- مضى على فتحها أقل من عام
لا شيء ١٠ ر.ق لكل كشف ١٠ ر.ق لكل كشف ٢٠ ر.ق لكل كشف ١٠ ر.ق للمبلغ الذي يقل عن ١٠٠٠ ر.ق ٥٠ ر.ق خلال الشهر ٥ ر.ق	٨. كشوف الحسابات: أ- الكشوف الدورية المرسلة للعملاء ب- الكشوف المصدق عليها بخلاف الدورية ج- كشوف الحساب للحركة من سنة حتى ٥ سنوات د- كشوف الحساب للحركة لأكثر من ٥ سنوات
لا شيء ١٠ ر.ق لكل تحويل ١٥ ر.ق لكل تحويل	٩. سحب نقدي من الشباك (كونتر شيك) ١٠. عمولة السحب على المكشوف ١١. رسوم تسديد فواتير الخدمات ١٢. تعليمات التحويل من الحسابات: أ- التحويل من حساب لآخر داخل البنك ب- التحويل الى بنك داخل قطر ج- التحويل الى بنك خارج قطر
لا شيء ١٠ ر.ق التكلفة الفعلية + ٢٠ ر.ق	١٣. إصدار دفاتر شيكات: أ- دفاتر شيكات عادية: - أول دفتر عند فتح الحساب - كل دفتر لاحق ب- دفاتر ذات تصميم خاص حسب رغبة العميل
١٠ ر.ق لكل شيك ٢٠ ر.ق لكل شيك	١٤. طلب نسخ من شيكات سبق دفعها: أ- مدة تقل عن عام واحد ب- مدة تزيد عن عام واحد

الباب الثالث عشر- الجداول والنماذج وتعليمات تعبئتها

تابع ملحق رقم (١٤١)

١٠٠ ر.ق ١٥٠ ر.ق ٣٠٠ ر.ق لا شيء	١٥. عمولة أرجاع الشيك: أ- لعدم كفاية الرصيد: للمرة الأولى للمرة الثانية للمرة الثالثة فأكثر ب- لأسباب أخرى مقبولة قانوناً ١٦. عمولة إيقاف دفع شيكات مفقودة أ- لكل شيك ب- لكل دفتر شيكات ج- شيك مصرفي ١٧- عمولة إصدار شيك مصرفي
٢٥ ر.ق ١٠٠ ر.ق ٥٠ ر.ق ٢٥ ر.ق	ثالثاً: خدمات الصراف الآلي ATM: ١٨. إصدار بطاقة صراف آلي ATM ١٩. إصدار بطاقة صراف آلي إضافية ٢٠. بدل فاقد للرقم السري ٢١. إصدار بدل فاقد أو تالف لبطاقة الصراف الآلي ٢٢. السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة للبنك أو لبنوك أخرى داخل قطر NAPS ٢٣. السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة لدول مجلس التعاون الخليجي ٢٤. السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة لبنوك أخرى خارج قطر ودول مجلس التعاون ٢٥. الاستفسار عن الرصيد من الخارج
لا شيء ٥٠ ر.ق ١٠ ر.ق ٥٠ ر.ق لا شيء	رابعاً: بطاقات الائتمان: ٢٦. عمولة السداد المتأخر
حسب تعليمات مصرف قطر المركزي ١٥ ر.ق لكل معاملة سحب لا شيء	خامساً: خدمات أخرى: ٢٧. خدمات الهاتف المصرفي ٢٨. خدمات الدخول على الحساب بالانترنت ٢٩. رسوم إصدار شهادات إخلاء طرف أو شهادات بالرصيد أو شهادات أخرى يطلبها العميل ٣٠. مطابقة التوقيع
٥٠ ر.ق لكل شهر تأخير	
لا شيء لا شيء ٢٥ ر.ق لكل شهادة ١٠ ر.ق	

* تعميم ٢٠١٠/١٦ تاريخ ٢٠١٠/٢/١٤

قطاع الرقابة
إدارة الرقابة الميدانية
وحدة حماية العملاء



بنك الكويت المركزي

نموذج شكوى

التاريخ : / /

				اسم الشاكي :
				رقم الهاتف النقال :
				رقم هاتف المنزل / العمل :
				الرقم المدني :
		بنك :	شركة :	المشكوي حقه :
				(اسم الجهة الخاضعة لرقابة بنك الكويت المركزي)

موضوع الشكوى (بشكل مختصر) :

ملاحظة هامة :

يقر صاحب الشكوى بما يلي :

- 1- أن هذه الشكوى قد تم كتابتها بعد اطلاعه على الإرشادات المتعلقة بشكاوى العملاء التي تقدم لبنك الكويت المركزي (المدرجة خلف هذا النموذج) .
- 2- أن كافة البيانات والمعلومات التي تضمنتها هذه الشكوى صحيحة .
- 3- أن موضوع هذه الشكوى غير متطور أمام القضاء .
- 4- أنه سيقوم بإخطار بنك الكويت المركزي في حالة رفع موضوع هذه الشكوى للقضاء لاحقاً طالما لم يتم إبلاغه بنتيجة بحث هذه الشكوى . وإذا ثبت بنك الكويت المركزي خلاف ما تقدم يكون لبنك الكويت المركزي الحق في حفظ هذه الشكوى .

توقيع صاحب الشكوى

- مرفق المستندات الدالة على الشكوى .
 - صورة من البطاقة المدنية (إثبات الشخصية) .
 - سوف يتم استبعاد النماذج التي لا تستوفي كافة البيانات المطلوبة .
- أنظر الإرشادات في الخلف

الإرشادات بشأن شكاوى العملاء (تابع)

١- يتم استخدام هذا النموذج في الحالات التالية :

- الشكاوى المقدمة من المؤسسات أو الشركات ضد الوحدات الخاضعة (فيما يتعلق بشكاوى العملاء الأفراد يتم اتباع الآلية الخاصة بموجب تعميم بنك الكويت المركزي المؤرخ ٢٠١١/١/١٩ بشأن إنشاء وحدات لتلقي شكاوى العملاء لدى البنوك وشركات الاستثمار) .
- الشكاوى المقدمة ضد شركات الصرافة .
- الشكاوى الخاصة بعدم قيام الجهات الخاضعة بالرد على شكاوى عملائها الأفراد خلال المهلة المحددة أو تلك المتعلقة بعدم قيام الجهات الخاضعة بالسماح للعملاء الأفراد بتقديم شكاوى إليها .

٢- لن يتم النظر في الشكاوى التي يكون اتخاذ قرار بشأنها يرجع إلى السياسة أو النظم الداخلية للوحدات الخاضعة لرقابة البنك المركزي (بنوك ، شركات الاستثمار. شركات التمويل أو صرافة) مثال طلب الحصول على قرض / إعادة جدولة / طلب تخفيف قيمة القرض / عدم القدرة على سداد القروض وغيرها .

٣- سيتم استبعاد الشكاوى التي تأتي في إطار الجوانب التالية :-

- الشكاوى المعروضة أمام القضاء أو التي تم تحويلها إلى النيابة .
- الشكاوى ضد الوحدات غير الخاضعة لرقابة بنك الكويت المركزي .
- الشكاوى التي ليس لها مضمون محدد أو الشكاوى الكيدية .
- شكاوى موظفي الوحدات الخاضعة لرقابة بنك الكويت المركزي ضد رؤسائهم .
- الشكاوى التي سبق للشاكي تقديمها ما لم تتضمن أمور جديدة يمكن بحثها .

٤- لن يعتد بالشكاوى التي لا تذيل بإسم صاحبها بصفة شخصية ، أو من ينوب عنه . وفي هذه الحالة فإن الأمر يتطلب وجود توكيل رسمي موثق - على أن يتم إرفاق صورة عن البطاقة المدنية للشاكي ومن ينوب عنه ، وأرقام الهواتف . ويتعين إرفاق كافة المستندات الدالة على الشكاوى .

٥- سيتم الاتصال هاتفياً بصاحب الشكاوى لإبلاغه عما تم بشأن شكواه ولا يستوجب الأمر قيام الشاكي بمراجعة بنك الكويت المركزي بهذا الخصوص .

إقرار

- إقرار صاحب الشكاوى بالاطلاع على الإرشادات الخاصة بشأن شكاوى العملاء وعلمه التام بها ، علماً بأنه سيتم حفظ موضوع الشكاوى الذي يأتي ضمن الجوانب المشار إليها في البند (٣) أعلاه .

اسم صاحب الشكاوى :

التوقيع :

الإرشادات بشأن تظلم العملاء (تابع)

- ١- لن يتم النظر في أية تظلمات إلا بعد قيام صاحب التظلم بالتقدم إلى الجهة المشكو في حقها بشكواه عندها وتلقيه الرد المكتوب من جانبها ، كما يتعين عليه إرفاق نسخة من هذا الرد وبيان أسباب تقديم التظلم مؤيداً بالمستندات .
- ٢- سيتم استبعاد وعدم إبداء الرأي من جانب بنك الكويت المركزي في التظلمات التي تأتي في إطار الجوانب التالية :
 - التظلمات المعروضة أمام القضاء أو التي تم تحويلها إلى النيابة العامة .
 - التظلمات ضد الوحدات غير الخاضعة لرقابة بنك الكويت المركزي .
 - التظلمات بشأن شكاوى العملاء ضد شركات الاستثمار باستثناء الشكاوى المتعلقة بنشاط القروض/التمويل .
 - التظلمات بشأن شكاوى العملاء ضد صناديق الاستثمار .
 - التظلمات التي ليس لها مضمون محدد أو الكيدية .
 - التظلمات التي سبق للمتظلم تقديمها .
- ٣- لن يعتد بالتظلمات التي لا تذييل بإسم صاحبها وتوقيعه بصفة شخصية . أو من ينوب عنه . وفي هذه الحالة فإن الأمر يتطلب وجود توكيل رسمي موثق . على أن يتم إرفاق صورة عن البطاقة المدنية للمتظلم ومن ينوب عنه .
- ٤- سيتم الاتصال هاتفياً بصاحب التظلم لإبلاغه عما تم بشأن تظلمه . ولا يستوجب الأمر قيام المتظلم بمراجعة بنك الكويت المركزي بهذا الخصوص .

إقرار

- إقرار صاحب التظلم بالاطلاع على الإرشادات الخاصة بشأن تظلم العملاء وعلمه التام بها : علماً بأنه سيتم حفظ موضوع التظلم الذي يأتي ضمن الجوانب المشار إليها في البند (٢) أعلاه .

اسم صاحب التظلم :

التوقيع :

Bank Audi

Inquiry and Complaint Form

استمارة الاستعلام والشكوى

Date	التاريخ
Customer Full Name	الاسم الثلاثي للعميل
Account Number	رقم الحساب
Branch	الفرع
Customer Address	عنوان العميل
Preferred Method of Contact:	الطريقة المفضلة للاتصال:
<input type="checkbox"/> Email	<input type="checkbox"/> بريد إلكتروني
<input type="checkbox"/> Phone Number	<input type="checkbox"/> رقم الهاتف
<input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> غيره
Preferred Contact Time <input type="checkbox"/> 9am-12pm <input type="checkbox"/> 12pm-3pm	الوقت الأفضل للاتصال <input type="checkbox"/> ٩-١٢ ظ. <input type="checkbox"/> ١٢-٣ ب.ظ.
Type of Complaint/Inquiry:	نوع الشكوى/الاستعلام:
<input type="checkbox"/> Staff Performance	<input type="checkbox"/> أداء الموظفين
<input type="checkbox"/> Quality of Service	<input type="checkbox"/> جودة الخدمة
<input type="checkbox"/> Timeliness of Service	<input type="checkbox"/> توقيت الخدمة
<input type="checkbox"/> Transparency	<input type="checkbox"/> الشفافية
<input type="checkbox"/> Products and Channels	<input type="checkbox"/> المنتجات وقنوات الصيرفة
Product/Service Type:	نوع المنتج/الخدمة:
<input type="checkbox"/> Consumer Loan	<input type="checkbox"/> قرض استهلاكي
<input type="checkbox"/> Home Loan	<input type="checkbox"/> قرض سكني
<input type="checkbox"/> Debit/Credit Card	<input type="checkbox"/> بطاقة دمج/ائتمان
<input type="checkbox"/> Investment Product	<input type="checkbox"/> منتج استثماري
<input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> غيره
Complaint/Inquiry Details	تفاصيل الشكوى/الاستعلام
<p>NB. This complaint will be treated in full confidentiality</p> <p>ملاحظة: سيتم التعامل مع هذه الشكوى بمنتهى السرية</p>	
<p>Dear Customers,</p> <p>Please note that we will contact you within 3 days of registering this inquiry/complaint. The duration of the reply shall not exceed 15 days unless exceptional or client-related delays occur.</p> <p>إلى العملاء الكرام، سيتم الاتصال بكم خلال 3 أيام من تاريخ استلام هذا الاستعلام/الشكوى. لن تتعدى مهلة الإجابة 15 يوماً ما لم ينجم أي تأخير عن أسباب استثنائية أو على صله بالعمل.</p>	

1570

www.bankaudi.com.lb

الملحق رقم ١٠:

(الشروط وأحكام العمليات)

بنك عوده	
www.bankaudi.com.lb	
الشروط و أحكام العمليات	
الموضوع	الشروط
الشيكات المصرفية والشيكات المصنفة	
إصدار شيك مصرفي باليرة اللبنانية	7500 ل.ل.
إصدار شيك مصرفي بالعملة الأجنبية	5 د.أ. أو ما يعادله
تصديق شيك باليرة اللبنانية	7500 ل.ل.
تصديق شيك بالعملة الأجنبية	5 د.أ. أو ما يعادله
إيقاف شيك مصرفي سحب مصرف لبنان أو بنك عوده	10 د.أ. أو ما يعادله
إيقاف شيك مصرفي سحب مراسل خارج لبنان	25 د.أ. أو ما يعادله
شيكات شخصية مسحوبة على زبائن بنك عوده	
دفع شيك بواسطة غرفة المقاصة باليرة اللبنانية	لا يوجد
دفع شيك بواسطة غرفة المقاصة بالعملة الأجنبية	لا يوجد
دفع شيك نقداً لغير عميل	\$1, €1, £1....
دفع شيك/جدول	1% + 15 د.أ. رسوم SWIFT أو ما يعادله
إرجاع شيكات شخصية مسحوبة على زبائن بنك عوده	10 د.أ. أو ما يعادله
إتقاء موونة - اعتراض الساحب على الدفع	
إختلاف بين التوقيط والمبلغ	
إختلاف في التوقيع	
نقص توقيع الساحب	5 د.أ. أو ما يعادله
توقيع الساحب غير مكتمل	
نقص ختم الساحب	
اسم المستفيد غير مكتمل	
مختلف	مجثا
إيقاف دفع شيك/شيكات شخصية مسحوبة على زبائن بنك عوده	10 د.أ. أو ما يعادله
شيك واحد مفقود	10 د.أ. أو ما يعادله
نقتر شيكات مفقود	
تسوية شيك لدى مصلحة المتخلفين عن الإيفاء في مصرف لبنان	10 د.أ. أو ما يعادله
تسوية شيك في مهلة الـ 15 يوماً قبل إيلاغ المصلحة	15 د.أ. أو ما يعادله
بعد إيلاغ المصلحة	25 د.أ. أو ما يعادله
بعد إيلاغ المصلحة (حساب مقفل)	
الشيكات المشتراة	
الشيكات المشتراة المحلية (مسحوبة على مصارف محلية)	
إيداع شيكات مشتراة باليرة اللبنانية - مقاصة	1000 ل.ل.
إيداع شيكات مشتراة بالعملة الأجنبية - مقاصة	\$1, €1, £1
إيداع شيكات مشتراة - كتاب تحصيل	3 د.أ. أو ما يعادله + عمولة البنك المراسل
إرجاع شيكات مشتراة باليرة اللبنانية	7500 ل.ل.
إرجاع شيكات مشتراة بالعملة الأجنبية	5 د.أ. أو ما يعادله
الشيكات المشتراة (مسحوبة على مصارف أجنبية)	
شراء الشيكات	50 د.أ. أو ما يعادله لكل شيك
شيكات مشتراة قيد التحصيل على بلد العملة	50 د.أ. أو ما يعادله + عمولة البنك المراسل
شيكات مشتراة قيد التحصيل على بلد غير عملته	50 د.أ. أو ما يعادله + عمولة البنك المراسل
إرجاع شيكات	25 د.أ. أو ما يعادله
عمليات الصندوق	
عمليات نقدية	
سحوبات نقدية بجمع العملات	لا يوجد
إيداعات نقدية باليرة اللبنانية	لا يوجد
إيداعات نقدية باليرة اللبنانية مقابل عملات أجنبية	لا يوجد
إيداعات نقدية بجمع العملات الأجنبية	لا يوجد
للمبالغ التي تساوي أو هي دون الـ 1000 دولار أميركي أو ما يعادله	لا يوجد
للمبالغ التي تفوق الـ 1000 دولار أميركي أو ما يعادله	2%
إيداعات نقدية بعملة تختلف عن عملة الحساب (مع عملية قطع)	1% > 1000 د.أ. أو ما يعادله
تداول بين الحسابات	
تداول بين حسابات العميل	لا يوجد
تداول بين حسابات عميلين	لا يوجد
تداول بين الحسابات مع عمليات قطع	لا يوجد
الحوالات	
الحوالات الصادرة	
الحوالات الصادرة داخل لبنان باليرة اللبنانية	15000 ل.ل.
الحوالات الصادرة خارج لبنان باليرة اللبنانية	زائد يومين

الحالات الصادرة داخل لبنان بالعملة الأجنبية	15 د.أ. أو ما يعادله	زائد يومين
الحالات الصادرة خارج لبنان بالعملة الأجنبية	25 د.أ.	زائد يومين
للمبالغ التي تساوي أو هي دون ل.د. 1000 دولار أميركي أو ما يعادله	35 د.أ.	زائد يومين
للمبالغ التي تفوق ل.د. 1000 دولار أميركي أو ما يعادله		
الحالات الواردة بالليرة اللبنانية	15000 ل.د. (إدارة عملة)	الحق كما هو وارد في الحوالة
الحالات الواردة بالعملة الأجنبية	10 د.أ. أو ما يعادله (إدارة عملة)	الحق كما هو وارد في الحوالة
حسابات الزبائن - مصاريف مختلفة		
كثف حساب	17500 ل.د. للصفحة الأولى	
	10500 ل.د. لكل صفحة إضافية أو ما يعادله	
طلب كثف حساب استثنائي	15 د.أ. + 5 د.أ. لكل صفحة إضافية أو ما يعادله	
مصاريف خبراء	كل حلة على حدى	
مصاريف قضائية	كل حلة على حدى	
توطين فواتير	3 د.أ. أو 5000 ل.د. لكل فتورة	نقص يوم واحد
توطين فواتير مؤسسة كهرباء لبنان	1500 ل.د. (فتورة أقل من 15000 ل.د.) 3000 ل.د. (فتورة أكثر من 15000 ل.د.)	نقص يوم واحد
توطين فواتير الهاتف الثابت (أوجيرو)	1500 ل.د. (فتورة أقل من 15000 ل.د.) 2000 ل.د. (فتورة أكثر من 15000 ل.د.)	نقص يوم واحد
عمولة مستوفاة على شركة قيد التأسيس	150000 ل.د.	
طلب تثبيت رصيد لمنقحي الحسابات	10 د.أ. أو ما يعادله	
تصوير مستندات من الأرشيف	5000 ل.د. لكل صفحة	
حسابات مختلفة		
أسهم		
عمولة حفظ سندات	0,6% سنويًا (تفقد فصليًا أقلها 7 د.أ.)	
عمولة تحصيل سندات	أنظمة البورصة	
عمولة اكتتاب بسندات الخزينة		
استحقاق 3 أشهر	1%	
استحقاق 6 أشهر	2%	
استحقاق سنة	3%	
استحقاق سنتين	5%	
لصناديق الحديدية		
بدل المؤونة	200 د.أ.	
بدل الإجارة السنوية	150 د.أ.	
	175 د.أ.	
	225 د.أ.	
	250 د.أ.	
	275 د.أ.	
	325 د.أ.	
	425 د.أ.	
	500 د.أ.	
	800 د.أ.	
	1500 د.أ.	
الخدمات مصرفية	10000 ل.د. + (طابع)	
دفاتر التوفير		
عمولة استبدال دفتر	10000 ل.د. أو ما يعادله	
عمولة مخالصة دفتر مفقود	10 د.أ. أو ما يعادله	
دفاتر الشيكات		
رسم دفتر الشيكات	شيكًا 0.35 د.أ. سلف عن كل شيك 0.20 د.أ. عن كل شيك لحساب Net Account (أول دفتر شيكات مجاني)	
مصاريف الحسابات		
حسابات لأجل		
استحقاق شهري	4 د.أ. أو ما يعادله	
استحقاقات أخرى	7 د.أ. أو ما يعادله	
حسابات جارية دائنة من فئة 461	1 د.أ. أو ما يعادله شهريًا	
حسابات جارية دائنة من فئات أخرى	بين 2 د.أ. و 6 د.أ. أو ما يعادله	
حسابات جارية مدينة	بين 4 د.أ. و 7 د.أ. أو ما يعادله	
مصاريف أخلاقي حساب		
بالليرة اللبنانية	مجاني	
بالعملة الأجنبية	مجاني	
طوائع مالية	وفقًا لأنظمة (الرجاء مراجعة المبرس - فصل 53 الطوائع المالية)	

قائمة المراجع:

أولاً. المراجع باللّغة العربية:

١. المؤلفات:

- ١_ (إبراهيم، عبد المنعم موسى): حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة غير مذكورة، منشورات الحلبي الحقوقية، مكان النشر غير مذكور، ٢٠٠٧.
- ٢_ (أبو عيد، إلياس): عمليات المصارف، الطبعة الثانية، إسم دار النشر غير مذكور، لبنان، ١٩٩٧.
- ٣_ (الدبيسي، وائل): العمل المصرفي في لبنان من الوجهة القانونية، الطبعة جديدة، إدارة البحوث - إتحاد المصارف العربية، بيروت، ٢٠١٥.
- ٤_ (السنهوري، عبد الرزاق): الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (الجزء الأول)، نظرية الإلتزام بوجه عام - مصادر الإلتزام (المجلد الأول)، الطبعة الثالثة الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت_لبنان، ٢٠٠٠.
- ٥_ (السنهوري، عبد الرزاق): نظرية العقد، الجزء الأول، الطبعة الثانية الجديدة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت_لبنان، ١٩٩٨.
- ٦_ (الصدّة، عبد المنعم فرج): مصادر الإلتزام، الطبعة غير مذكورة، مطبعة مصطفى الحلبي وأولاده، مصر، ١٩٦٠.
- ٧_ (النقيب، عاطف): نظرية العقد، الطبعة الأولى ١٩٨٨_ الطباعة الثانية ١٩٩٨، المنشورات الحقوقية صادر، بيروت_لبنان.
- ٨_ (عبد الباقي، عمر محمد): الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة غير مذكورة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤.
- ٩_ (عبلا، مالك): النظام القانوني للمصارف والمهن التابعة للمهن المصرفية في لبنان، الطبعة الثانية مع تعديلات، دار النشر غير مذكور، بيروت، كانون الثاني ٢٠٠٠.
- ١٠_ (عمران، السيد محمد): حماية المستهلك أثناء تكوين العقد-دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك، الطبعة غير مذكورة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦.
- ١١_ (العوجي، مصطفى): القانون المدني- العقد، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت_لبنان، ٢٠٠٧.
- ١٢_ (العوجي، مصطفى): القانون المدني- المسؤولية المدنية، الجزء الثالث، الطبعة الأولى، مؤسسة بحسون للنشر والتوزيع، بيروت_لبنان، ١٩٩٦.

- ١٣ _ (عوض، علي جمال الدين): **عمليات البنوك من وجهة القانونية**، طبعة مكبرة، إسم ومكان دار النشر غير مذكورين، ١٩٩٣.
- ١٤ _ (عستان، جاك): **المطوّل في القانون المدني**، ترجمة: منصور القاضي، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت_لبنان، ٢٠٠٨.
- ١٥ _ (مسقاوي، لبنى): **المسؤولية المصرفية في الإعتماد المالي**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٦.
- ١٦ _ (مغزل، صفاء): **القانون التجاري اللّبناني-الأعمال التجارية والتجار-المؤسسة التجارية**، الجزء الأول، الطبعة غير مذكورة، إسم دار النشر غير مذكور، بيروت، ٢٠٠٤.
- ١٧ _ (مغزل، صفاء): **القانون التجاري اللّبناني- الشركات التجارية**، الجزء الثاني، الطبعة غير مذكورة، إسم دار النشر غير مذكور، بيروت، ٢٠٠٤.
- ١٨ _ (ناصيف، إلياس): **الموسوعة التجارية الشاملة عمليات المصارف**، الجزء الثالث، عويدات للنشر والطباعة، بيروت_لبنان، الطبعة ١٩٩٩.

٢. الدراسة في كتاب يحتوي على مجموعة دراسات:

- ١ _ رباح، غسان/ "تطور وسائل حماية المستهلك وطبيعتها القانونية"/ **مجلة العدل**/ العدد ١ / ٢٠١١ / ص ٥١٩-٥٥٤.
- ٢ _ شندب، ربيع/ "سلطة القاضي في تقدير الطابع التعسفي في عقود الإستهلاك في القانون اللّبناني والمصري والفرنسي"/ **مجلة العدل**/ العدد ١ / ٢٠١٤ / ص ١٨١٩-١٨٣٨.
- ٣ _ مرقص، بول/ "العمليات المصرفية الحديثة من وجهة القانونية"/ **مجلة العدل**/ عدد خاص (محاضرات التدرج ٢٠٠٥-٢٠٠٦)/ ٢٠٠٧ / ص ١٢٣-١٣٨.

٣. الرسائل:

- ١ _ (حمية، جيهان): **موجب الإعلام في العقود (في لبنان والقانون المقارن)**، رسالة ماجستير، الجامعة اللّبنانية، ٢٠١١.
- ٢ _ (الكيك، سابين): **المخاطر المصرفية وحماية حقوق المودعين في النظام المصرفي اللّبناني (بين بازل ١ وبازل ٢)**، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في الحقوق، ٢٠٠٩.
- ٣ _ (محفوظ بن حامد، عشب): **عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد الحقوق، ١٩٨٤.

٤. المقابلات الخاصة:

- ١_ بزّو، زهير/ رئيس جمعية المستهلك في لبنان؛ الجميل، بيار/ محامٍ بالإستئناف؛ عبود، فادي/ وزير السياحة، (الإعلامية عادة عيد)/ برنامج "الفساد" قناة تلفزيون الجديد/ تاريخ ٥/٢/٢٠١٤.
- ٢_ سلامة، رياض/ حاكم مصرف لبنان، (الإعلامية جيسي طراد)/ مقابلة خاصة على تلفزيون MTV / تاريخ ٨/١١/٢٠١٤.
- ٣_ محمصاني، غالب/ بروفيسور ومحامٍ/ مقابلة خاصة/ تاريخ ٣٠/٩/٢٠١٥.
- ٤_ مدير الدائرة القانونية في فرع مصرف لبناني (ب) يحتل المرتبة السابعة من بين المصارف العاملة في لبنان/مقابلة خاصة/ تاريخ ١٢/٨/٢٠١٥.
- ٥_ مسؤول عن العمليات التنفيذية في فرع مصرف لبناني (أ) يحتل المرتبة الثالثة من بين المصارف العاملة في لبنان/مقابلة خاصة/ تاريخ ٧/٧/٢٠١٥.

٥. الأحكام والقرارات القضائية:

- ١_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الأولى/ القرار رقم ٧ تاريخ ١٢/٢/٢٠١٣ / العدل / ٢٠١٣ / العدد ٣/ ص ٢٠٢١.
- ٢_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الرابعة/ القرار رقم ٤٧ تاريخ ٢٣/١٠/٢٠١٢ / العدل / ٢٠١٣ / العدد ٢/ ص ٧٧٣.
- ٣_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الخامسة/ القرار رقم ١٦١ تاريخ ٢٤/١٢/٢٠٠٧ / العدل / ٢٠٠٨ / العدد ٢/ ص ٦٣٩.
- ٤_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الرابعة/ رقم القرار غير مذكور الصادر بتاريخ ١٧/١/٢٠٠٨ / العدل / ٢٠٠٨ / العدد ٢/ ص ٦٣٦.
- ٥_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الرابعة/ القرار رقم ١٦ تاريخ ١١/٤/٢٠٠٢ / باز / ٢٠٠٢ / ص ٣٣٨.
- ٦_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الرابعة/ القرار رقم ٢٥ تاريخ ٣٠/١٢/١٩٩٧ / كساندر / ١٩٩٧ / العدد ٧-١٢ (الجزء ١٢) / ص ٥١٢ ق.
- ٧_ محكمة التمييز المدنية / الغرفة الأولى/ القرار رقم ٢١ تاريخ ٥/٣/١٩٩٨ / كساندر / ١٩٩٨ / العدد ٤-١ (الجزء ٣) / ص ق ٢٧٦.
- ٨_ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ١٥٨٦ تاريخ ٢٢/١٢/٢٠١٥ / العدل / ٢٠١٦ / العدد ٢/ ص ٩٠٨.

- ٩_ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ١٤٠٢ تاريخ ١٠/٩/٢٠١٢ /
العدل/ ٢٠١٣/ العدد ٣/ ص ١٩٧٩.
- ١٠_ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ رقم القرار غير مذكور تاريخ ٢٩/٥/٢٠١٢ /
العدل/ ٢٠١٢/ العدد ٣/ ص ١٤٢٥.
- ١١_ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة التاسعة/ القرار رقم ٢٨٨ تاريخ ٢٤/٢/٢٠٠٩ /
العدل/ العدد ٢/ ص ٦٦٢.
- ١٢_ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ رقم الغرفة غير مذكور/ القرار رقم ١٥٦ تاريخ
٣٠/١/٢٠٠٨ / كساندر/ ٢٠٠٨/ العدد ١-٤ (الجزء ١)/ ص ٢٣١.
- ١٣_ محكمة الإستئناف المدنية في الشمال/ الغرفة الرابعة/ القرار رقم ٦٧٧ تاريخ ٢٧/١١/٢٠٠٨ /
العدل/ ٢٠١٠/ العدد ٢/ ص ٧١٢.
- ١٤_ محكمة الإستئناف المدنية في بيروت/ الغرفة الأولى/ القرار رقم ١٤٩ تاريخ ١٩/١/٢٠٠٢ /
العدل/ ٢٠٠٤/ العدد ١/ ص ٥٠.
- ١٥_ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة الثالثة/ القرار رقم ٤١ تاريخ ٢٧/٢/٢٠١٤ / العدل/
٢٠١٤/ العدد ٣/ ص ١٥٠٩.
- ١٦_ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة الثالثة/ القرار رقم ٥١ تاريخ ٤/٣/٢٠١٠ / العدل/
٢٠١٠/ العدد ٢/ ص ٧٥٠.
- ١٧_ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة السادسة/ القرار رقم ٢٤٧ تاريخ ٢٩/٦/٢٠٠٩ / العدل/
٢٠٠٩/ العدد ٣/ ص ١٦٢٧.
- ١٨_ محكمة الدرجة الأولى في بيروت/ الغرفة السادسة/ القرار رقم ٢٤٤ تاريخ ٢٩/٦/٢٠٠٩ / العدل/
٢٠٠٩/ العدد ٣/ ص ١٦٢٣.
- ١٩_ المحكمة الابتدائية المدنية في بيروت/ الغرفة غير مذكورة/ القرار رقم ٩٣٦ تاريخ ٩/٥/١٩٦٠/
مجموعة إجتهاادات حاتم/ ١٩٦٨/ الجزء ٤٢/ ص ٢٥.
- ٢٠_ القاضي المنفرد المدني في بيروت/ القرار رقم ٢٤٩ تاريخ ١٤/٧/٢٠١١ / العدل/ ٢٠١٢ / العدد
١/ ص ٣٧٦.
- ٢١_ المحكمة المصرفية الخاصة في بيروت/ رقم القرار غير مذكور صادر بتاريخ ٧/٣/١٩٩٧/ العدل/
١٩٩٨/ ص ٢٩٣.

٦. النصوص القانونية:

- ١_ قانون الموجبات والعقود اللبناني الصادر بتاريخ ٩/٣/١٩٣٢.
- ٢_ قانون التجارة البرية اللبناني الصادر بموجب المرسوم الإشتراعي رقم ٣٠٤ بتاريخ ٢٤/١٢/١٩٤٢.

٣_ قانون النقد والتسليف الصادر بموجب المرسوم رقم ١٣٥١٣ تاريخ ١/٨/١٩٦٣.

٤_ قانون حماية المستهلك اللبناني قانون رقم ٦٥٩ تاريخ ٤/٢/٢٠٠٥.

٧. المواقع الإلكترونية:

١_ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف لبنان المركزي:

<http://www.bdl.gov.lb/circulars/index/5/33/0/Basic-Circulars.html>

٢_ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف قطر المركزي:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/Legislation/Law/Pages/QCBLaw.aspx>

- قانون مصرف قطر المركزي:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/Legislation/Law/Documents/13-2012.pdf>

أ. التعميم رقم ٢٠٠٩/١٩٦ بشأن إدارة حماية مستخدمي الخدمات المصرفية:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/CustomerProtection/Documents/Pages423-437.pdf>

ب. التعميم رقم ٢٠٠٩/١٧٣ بشأن المكفوفين:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/CustomerProtection/Documents/Pages298-299.pdf>

ج. التعميم رقم ٢٠١٠/١١٦ بشأن الحدود القصوى للعمولات والرسوم:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/CustomerProtection/Documents/Pages300-301.pdf>

د. الملحق رقم ١٤١:

<http://www.qcb.gov.qa/Arabic/Legislation/Instructions/2010Instructions/13-897-898.pdf>

هـ. التعميم رقم ٢٠١٣/١٠٣ بشأن تزويد العملاء بكشوف الحسابات إلكترونياً:

http://www.qcb.gov.qa/sitelists/CircularsToBanks/Lists/Circulars/Attachments/34/Circular103_2013.pdf

و. التعميم رقم ٢٠١٤/٥٦ بشأن الإعلان عن أسعار الفائدة/العائد على القروض وعمليات التمويل:

<http://www.qcb.gov.qa/sitelists/CircularsToBanks/Lists/Circulars/Attachments/59/Circular56-2014.pdf>

٣_ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الكويت المركزي:

<http://www.cbk.gov.kw/ar/legislation-and-regulation/cbk-law/Law-intro.jsp>

_ نماذج الشكاوى والتظلم ضمن الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الكويت المركزي:

http://www.cbk.gov.kw/ar/supervision/customer_protection_unit/introduction.jsp

• نموذج الشكاوى:

http://www.cbk.gov.kw/ar/supervision/customer_protection_unit/customer-complaints.jsp

• نموذج التظلم:

http://www.cbk.gov.kw/ar/supervision/customer_protection_unit/customer-appeal.jsp

٤_ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي:

<http://www.cbk.gov.kw/ar/legislation-and-regulation/cbk-law/Law-intro.jsp>

• نظام القروض المصرفية ضمن الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي:
http://www.centralbank.ae/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=96

• لائحة نظام القروض المصرفية والخدمات الأخرى المقدمة للعملاء الأفراد:

<http://www.centralbank.ae/pdf/notices/RegulationsRegardingBankLoans.pdf>

٥_ الموقع الإلكتروني الرسمي لمؤسسة النقد العربي في السعودية:

<http://www.sama.gov.sa/ar-sa/Laws/Pages/ConsumerRulesAndRegulations.aspx>

• مبادئ حماية عملاء المصارف:

https://www.anb.com.sa/pdf/banking/Banking_Consumer_Protection_Code_SA_MA_arabic.pdf

٦_ الموقع الإلكتروني الرسمي للبنك المركزي المصري:

<http://www.cbe.org.eg/ar/Pages/default.aspx>

أ. قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد المصري رقم ٢٠٠٣/٨٨:

<http://www.cbe.org.eg/ar/AboutCBE/Pages/BankingLaws.aspx>

ب. اللائحة التنفيذية ضمن الموقع الإلكتروني الرسمي للبنك المركزي المصري:

<http://www.cbe.org.eg/NR/ronlyres/2014E357-4DC9-4E05-90FC-D52DB8724BE8/2639/ExLAW.pdf>

٧_ الموقع الإلكتروني الرسمي لـ اللجنة العربية للرقابة المصرفية:

<http://www.amf.org.ae/ar/content/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-2>

• الموقع الإلكتروني الرسمي لـ اللجنة العربية للرقابة المصرفية قسم الإصدارات:

<http://www.amf.org.ae/ar/acbspubs?page=2>

٨_ الموقع الإلكتروني الرسمي لـ إتحاد المصارف العربية:

<http://www.uabonline.org/ar/about>

ثانياً. المراجع باللّغة الأجنبيّة:

١_ اللّغة الفرنسيّة:

أ. المؤلفات:

1_ Bonneau, Thierry: **Droit bancaire**, 10^{ème} édition, L.G.D.J. (Lextenso éditions) Paris, 2013.

2_ Crépeau, Paul-André: **Contrat d'adhésion et contrat-type**, rapport général au l'IXe Congrès international de droit comparé, lieu de publication non mentionné, Uppsala, 1974.

3_ Decocq, Georges; Gérard, Yves et Morel-Maroger, Juliette: **Droit bancaire**, 2^{ème} édition, Revue banque édition (Collection Master Banque), lieu de publication non mentionné, 2010.

4_ Dekeuwer-Défossez, Françoise et Moreil, Sophie: **Droit bancaire**, 11^{ème} édition, Dalloz (les mémentos dalloz, série droit privé), Paris, 2017.

5_ Karimi, Abbas: **Les clauses abusives et la théorie de l'abus de droit**, le numéro d'édition n'est pas mentionné, L.G.D.J., Paris, 2001.

6_ Ripert, Georges: **La règle morale dans les obligations civiles en droit français**, 4^{ème} édition, L.G.D.J., Paris, 1949.

7_ Routier, Richard : **Obligations et responsabilités du banquier**, 4^{ème} édition, dalloz (dallos action), Paris, 2018-2019.

8_ Saleilles, Raymond: **De la déclaration de volonté: contribution à l'étude de l'acte juridique dans le code civil allemand**, le numéro d'édition n'est pas mentionné, F. Pichon, Paris, 1901.

ب. المواقع الإلكترونية:

1_ Banque de France:

<https://www.banque-france.fr/accueil.html>

2_ Dalloz:

www.dalloz.fr/

3_ Dictionnaire du droit privé de serge braudo:

<http://www.dictionnaire-juridique.com/abreviations.php>

4_ FBF; Fédération Bancaire Française:

<http://www.fbf.fr/en/home>

5_ Fédération Bancaire Française:

<http://www.fbf.fr/en/retail-banking/customers/consumer-protection/banks-are-committed-to-inclusion-and-financial-education>

6_ FICP; Fichier national des incidents de remboursement des crédits aux particuliers:

<https://www.banque-france.fr/en/banque-de-france/missions/protection-du-consommateur/fichiers-dincident-bancaire/national-database-on-household-credit-repayment-incidents-ficp.html>

7_ Le service public de la diffusion du droit en France:

www.legifrance.gouv.fr

٢ _ اللغة الإنجليزية:

أ. المؤلفات:

1_ Cartwright, Peter: **Consumer Protection in Financial Services (International Banking, Finance and Economic Law Series Set)**, 1st edition,

published by Kluwer Law International, place of publication not mentioned, 1999.

2_ Chen, Tsai-Jyh: **An International Comparison of Financial Consumer Protection**, edition not mentioned, published by Springer Singapore, place of publication not mentioned, 2018.

3_ Muralidharan, Y.G.: **Banking and Consumer Protection (Citizen's Guide Series)**, 1st edition, published by Navakarnataka Publications Private Limited, place of publication not mentioned, 2009.

4_ Shenoy, P.D. and Yashwanth Prabhu, Tekkar: **Banking Services and Consumer Protection**, reprinted edition, published by Sterling Publishers Private Limited, place of publication not mentioned, 2014.

ب. القوانين:

1_ Consumer Rights Act 2015 in the United Kingdom:
<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15>

2_ Consumer Protection: The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013 in the United Kingdom:
<http://www.legislation.gov.uk/uksi/2013/3134/contents/made>

3_ Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act in the USA:
<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-111publ203/pdf/PLAW-111publ203.pdf>

4_ German Civil Law:
http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/german_civil_code.pdf

ج. الدراسات:

• [الدراسات غير الإلكترونية:](#)

1_ National Consumer Council: “**Banking Services and the Consumer (RLE Banking and Finance)**”, 1st edition, published by Routledge Library Editions: Banking and Finance, (place of publication not mentioned), 2012.

2_ United States, Congress, Senate, Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs: “**Creating a Consumer Financial Protection Agency: A Cornerstone of America's New Economic Foundation**”, (edition not mentioned), U.S. Government Printing Office (G.P.O.), Washington, 2010.

• الدراسات الإلكترونية:

1_ Ahlswede, Sophie: **Consumer protection in financial services**, A Deutsche Bank Research; May 24, 2011:

https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD000000000273424/Consumer+protection+in+financial+services.pdf

2_ Ardic, Oya; Ibrahim, Joyce and Mylenko, Nataliya: **Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services**. A Cross-Country Analysis by World Bank January 2011.

<https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Consumer-Protection-Laws-and-Regulations-in-Deposit-and-Loan-Services-Jan-2011.pdf>

3_ Brix, Laura and McKee, Katharine: **Consumer Protection Regulation in Low-Access Environments: Opportunities to Promote Responsible Finance (CGAP)**, 2010:

http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2010/09/17/000334955_20100917025550/Rendered/PDF/566260BRI0Box353729B01PUBLIC10FN60.pdf

4_ Consumers International: **In search of good practices in financial consumer protection**, February 2013:

<http://www.consumersinternational.org/media/1135359/in%20search%20of%20good%20practices%20in%20financial%20consumer%20protection.pdf>

5_ Devnani, Shaan; Heys, Richard; Muller, Patrice and Suter, James: **Consumer Protection Aspects of Financial Services- London**, February 2014.

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507463/IPOL-IMCO_ET\(2014\)507463_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507463/IPOL-IMCO_ET(2014)507463_EN.pdf)

6_ Dias, Denise: **Implementing Consumer Protection in Emerging Markets and Developing Economics**, (CGAP), August 16, 2013.

<http://www.cgap.org/sites/default/files/Technical-Guide-Implementing-Consumer-Protection-August-2013.pdf>

7_ FinCoNet: **FinCoNet report on responsible lending; Review of supervisory tools for suitable consumer lending practices**, July 2014.
<http://www.finconet.org/FinCoNet-Responsible-Lending-2014.pdf>

8_ OECD: **G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection**. October 2011:
<https://www.oecd.org/g20/topics/financial-sector-reform/48892010.pdf>

9_ Manko, Rafal: **The Notion of “consumer” in EU Law**, Library of the European Parliament; May 6, 2013.
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2013/130477/LDM_BRI\(2013\)130477_REV1_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2013/130477/LDM_BRI(2013)130477_REV1_EN.pdf)

10_ Michigan legislature: **Consumer Protection Guide**.
<http://www.legislature.mi.gov/Publications/ConsumerProtection.pdf>

11_ Rutledge, Susan: **Consumer Protection and Financial Literacy (Lessons from Nine Country sides)**, The World Bank- Europe and Central Asia Region, Finance and Private Sector; June 2010:
https://www.bou.or.ug/bou/bou-downloads/Financial_Literacy/Guidelines/2011/Jun/Consumer_Protection_Guidelines_June_2011.pdf

12_ TACD: **Resolution on G20 Action on Financial Consumer Protection**, June 2011:
<http://tacd.org/wp-content/uploads/2013/09/TACD-FINANCE-02-11-G20-Action-on-Financial-Consumer-Protection.pdf>

13_ Wallenbrock, Eric: **The 2014 French law on consumer protection**, October 28, 2014:
<http://www.twobirds.com/en/news/articles/2014/france/the-2014-french-law-on-consumer-protection>

14_ Webel, Baird: **The Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act: Issues and Summary**, Congressional Research Service, July 29, 2010.
<http://www.llsdc.org/assets/DoddFrankdocs/crs-r41350.pdf>

15_ Writer, Staff: **Consumer Protection in France**, July 23, 2010.
<https://www.frenchentree.com/french-property/law/consumer-protection-in-france/>

د. المواقع الإلكترونية:

1_ BaFin; Federal Financial Supervisory Authority in Germany:
http://www.bafin.de/EN/Homepage/homepage_node.html;jsessionid=03824D5F9A479B96F517077A1425DC1A.1_cid298

2_ EBA; European Banking Authority:
<http://www.eba.europa.eu/consumer-corner/national-competent-authorities-for-consumer-protection>

3_ European Parliamentary Research Service Blog:
<http://epthinktank.eu/>

4_ FinCoNet; The International Financial Consumer Protection Organisation:
www.finconet.org

5_ LawTeacher; law essays written by leading law professionals in the United Kingdom:
<http://www.lawteacher.net/free-law-essays/commercial-law/what-is-the-legal-nature-law-essays.php>

6_ New Zealand of Law Reporting:
<http://www.lawreports.nz/>

7_ OECD; Organisation for Economic Co-operation and Development:
www.oecd.org

8_ TACD; The Transatlantic Consumer Dialogue:
www.tacd.org

9_ The World Bank Documents and reports:
<http://documents.worldbank.org/curated/en/docsearch/author/m941178>

الفهرس:

المقدمة.....	١
تصميم الموضوع.....	٧
القسم الأول: حماية المستهلك في إطار القانون العام للعقود.....	٨
الفصل الأول: ملامح العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك.....	٨
المبحث الأول: أطراف العلاقة التعاقدية.....	٨
النبذة الأولى: المستهلك.....	٨
النبذة الثانية: المصرف.....	١٢
المبحث الثاني: طبيعة العقد.....	١٤
النبذة الأولى: عقد الإذعان.....	١٥
النبذة الثانية: خصائص عقد الإذعان.....	١٩
النبذة الثالثة: آثار عقد الإذعان.....	٢١
الفقرة الأولى: البنود التعسفية.....	٢٢
الفقرة الثانية: حماية الطرف الضعيف في عقد الإذعان.....	٢٦
الفصل الثاني: آثار العلاقة التعاقدية بين المصرف والمستهلك.....	٢٨
المبحث الأول: الإلتزامات العامة المتوجبة على المتعاقدين عامةً.....	٢٨
النبذة الأولى: موجب الإستهلام.....	٢٩
النبذة الثانية: موجب الإعلام.....	٣١
الفقرة الأولى: أساس موجب الإعلام.....	٣١
أولاً: الأساس الأخلاقي لموجب الإعلام.....	٣٢
ثانياً: الأساس القانوني لموجب الإعلام وقواعد حسن النية.....	٣٢

٣٦	الفقرة الثانية: الموجبات المتداخلة مع موجب الإعلام
٣٦	أولاً: موجب المشورة الفنية
٣٧	ثانياً: موجب النصيحة ولفت الإنتباه
٣٧	النبذة الثالثة: موجب حسن التقدير والتبصّر
٣٧	النبذة الرابعة: موجب المراقبة
٣٨	النبذة الخامسة: موجب عدم التدخل
٣٩	المبحث الثاني: ملامح الإلتزامات العامة للمتعاقدین لناحية التطبيق العملي
٣٩	النبذة الأولى: ممارسات المصرف تجاه المستهلك المصرفي
٤٠	الفقرة الأولى: واقع التعامل بين المصارف والمستهلكين
٤٢	أولاً: العمولات والفوائد والرسوم
٤٥	ثانياً: حماية المستهلك
٤٧	الفقرة الثانية: مسؤولية المصارف عن سلوكهم تجاه المستهلك
٥٢	النبذة الثانية: المعايير الجوهرية في التعامل مع المستهلك المصرفي
٥٢	الفقرة الأولى: الإفصاح والشفافية
٥٦	الفقرة الثانية: الثقافة والمعرفة المالية
٦٠	القسم الثاني: حماية المستهلك في إطار القوانين الخاصة والمقارنة
٦٠	الفصل الأول: القوانين اللبنانية المعنية في حماية المستهلك المالي
٦١	المبحث الأول: قانون حماية المستهلك
٦٢	النبذة الأولى: حماية المستهلك في العلاقة التعاقدية
٦٣	النبذة الثانية: حماية المستهلك من الخداع الإعلاني
٦٤	النبذة الثالثة: الهيئات المحلية المعنية بحماية المستهلك
٦٤	الفقرة الأولى: المجلس الوطني لحماية المستهلك

٦٥	الفقرة الثانية: مديرية حماية المستهلك
٦٥	الفقرة الثالثة: جمعيات المستهلك
٦٧	المبحث الثاني: قانون النقد والتسليف
٦٨	النبذة الأولى: التعميم رقم ١٢٤ المتعلق بشفافية وأصول وشروط التسليف
٦٨	الفقرة الأولى: الإعلانات المضللة
٦٩	الفقرة الثانية: نماذج العقود وشروطها
٧٠	أولاً: التسليف
٧٠	ثانياً: الفائدة
٧٠	ثالثاً: النسبة المئوية السنوية
٧٢	رابعاً: بطاقات الإئتمان
٧٢	الفقرة الثالثة: شروط عقد القرض
٧٣	النبذة الثانية: التعميم رقم ١٣٤ المتعلق بأصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء
٧٣	الفقرة الأولى: حماية حقوق المستهلك
٧٥	الفقرة الثانية: الوحدة المعنية في تفعيل حماية المستهلك
٧٦	الفصل الثاني: القوانين الأجنبية والعربية في حماية المستهلك
٧٧	المبحث الأول: الخصوصية في تحديد الحقوق والواجبات الملقاة على عاتق الطرفين
٧٧	النبذة الأولى: تشريع حماية المستهلك المالي في الدول الأجنبية
٧٧	الفقرة الأولى: الولايات المتحدة الأمريكية
٧٨	أولاً: مهام مكتب الحماية المالية للمستهلك
٧٩	١. جمع الشكاوى وملاحقتها
٧٩	٢. إنشاء مكتب الثقافة المالية
٧٩	٣. إنشاء المجلس الاستشاري للمستهلك

٨٠	ثانياً: الصلاحيات الخاصة بمكتب الحماية المالية للمستهلك
٨٠	١. منع الأعمال التعسفية
٨١	٢. آلية الرد على شكاوى المستهلكين وإستفساراتهم
٨٢	الفقرة الثانية: فرنسا
٨٣	أولاً: إلتزامات المقرض في عملية الإئتمان
٨٥	ثانياً: توجه المصارف إلى حماية حقوق المستهلك
٨٦	ثالثاً: الدور الرقابي للسلطة الفرنسية
٨٦	النبذة الثانية: تشريع حماية المستهلك المالي في الدول العربية
٨٧	الفقرة الأولى: دولة قطر
٩٠	الفقرة الثانية: الإمارات العربية المتحدة
٩٢	الفقرة الثالثة: المملكة العربية السعودية
٩٣	أولاً: معايير حماية المستهلك المصرفي
٩٤	ثانياً: مسؤوليات المصارف والمستهلكين
٩٤	١_ مسؤوليات المستهلك
٩٥	٢_ مسؤوليات المصرف
٩٦	الفقرة الرابعة: دولة مصر
٩٨	المبحث الثاني: إنشاء هيئة مختصة في حماية المستهلك
٩٨	النبذة الأولى: المعايير الدولية الداعمة لحقوق المستهلك المالي
٩٨	الفقرة الأولى: إتحاد المصارف العربية
٩٩	الفقرة الثانية: اللجنة العربية للرقابة المصرفية
١٠١	النبذة الثانية: التدابير الإجرائية في حماية حقوق المستهلك المالي
١٠٢	الفقرة الأولى: دور السلطة والهيئات الرقابية

أولاً: دور السلطة	١٠٢
ثانياً: دور الهيئات الرقابية	١٠٤
الفقرة الثانية: هيئة موحدة للمستهلك المالي	١٠٦
أولاً: هيكلية الهيئة المعنية في حماية المستهلك	١٠٦
ثانياً: الشكاوى وطرق حل النزاع	١٠٨
١_ آلية تلقي الشكاوى	١٠٨
٢_ أمين الشكاوى في الخدمات المالية	١٠٩
ثالثاً: الدول المعتمدة للهيئة الموحدة	١١١
الخاتمة	١١٤
قائمة المراجع	١٣٤