

## الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني Obligation to information before contracting to protect consumer in e-commerce contracts



الدكتورة/ زهية ربيع<sup>2,1</sup>

<sup>1</sup> جامعة البويرة، (الجزائر)

<sup>2</sup> المؤلف المراسل: zahiarabia10@gmail.com

تاريخ النشر: 2019/09/28

تاريخ القبول للنشر: 2018/11/26

تاريخ الاستلام: 2018/10/31



### ملخص:

كان للتطور التكنولوجي والمعلوماتي أثر كبير في انتشار الأنترنت وشيوع معاملات التجارة الإلكترونية، فأصبحت تتم عن طريق وسائل الاتصال الحديثة، ولنجاح هذه العقود الإلكترونية والتي ترتبط أساسا بالعملية الاستهلاكية، كان لابد من توفير الحماية القانونية للمستهلكين والمتعاملين بصفة عامة، خاصة أن العقود تبرم عن بعد، وفي كثير من الأحيان يجهل المستهلك نطاق التزامه وتعاقده، والأكثر من ذلك فهو يجهل حتى الشخص الذي يتعاقد معه، ولترسيخ الثقة بين أطراف هذه العقود فكان لابد من تنوير رضائه قبل التعاقد وذلك عبر إعلامه بكل الأوصاف والمعلومات من طرف البائع المهني الذي يفوقه خبرة وكل ذلك من أجل إرساء علاقة الثقة بالطرف الذي يتعاقد معه وما يتعلق بمحل التعاقد، فلا بد من معرفة معنى هذا الالتزام والآثار المترتبة عن الإخلال به.

الكلمات المفتاحية: الالتزام بالإعلام؛ حماية المستهلك؛ العقد الإلكتروني؛ الإنترنت؛ التجارة الإلكترونية.

### Abstract:

*The technological and information development has had a major impact on Internet spread of Electronics commerce transactions, then, it becomes done through modern communication means. For the success of those electronic contracts linked basically to the consumer process, it was obligatory to afford legal protection to consumers and dealers in general. Especially that the contracts are concluded from distance, and usually, the consumer is unaware of the scope of his commitments and contracts. Moreover, he refutes as well the person contracting with him. And to establish confidence between the parties to these contracts, it was necessary to enlighten consent before contracting, through informing him of all specifications and information via the professional seller, whose experience is unsurpassed. And all this, in order to provide a trust relationship via the part contracting with him, with regard to the contracting*

place. It is necessary to know the meaning of this obligation and the consequences of its breach.

**Keywords :** Obligation of information; Protection of consumer; Electronic contract; Internet; Electronic commerce.

## مقدّمة:

أدى الانتشار المتنامي لاستعمال الإنترنت كوسيلة للتعاقد إلى شيوع التجارة الإلكترونية التي ترتبط أساسا بالعملية الاستهلاكية، إذ أصبح المستهلك يتعاقد عبر فضاء افتراضي لا مادي يبحث عبره عن منتجات و سلع ذات جودة عالية يحاول اقتنائها من الأسواق الداخلية أو الدولية، وذلك عبر مواقع إلكترونية متخصصة، سواء في السلع المادية أم في برامج التكنولوجيا الحديثة، كالحاسوب ومختلف الخدمات، وقد أصبح المستهلك طرفا ضعيفا في العلاقة العقدية، وذلك في مواجهة البائع المحترف الذي يفوقه دراية، سواء من الناحية الاقتصادية أم المعرفية، لذلك كان لزاما إحاطته بضمانات لحماية رضائه عند إقدامه على التعاقد بالوسائل التكنولوجية الحديثة.

يعتبر الالتزام بإعلام المستهلك من بين أهم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع الإلكتروني عند تقديم السلعة أو الخدمة، فهو يرتبط بالدرجة الأولى بضمان الثقة والأمان في التعامل، وتجريم الدعاية الكاذبة أو المضللة، إذ يلتزم عن طريقه بإعلام المستهلك وتزويده بالمعلومات الخاصة بالمنتج وكذا طريقة استعماله، والاحتياطات الواجب اتخاذها عند استعماله أو تشغيله، فهو من أولويات الالتزامات الواجب الاعتماد عليها لتنوير المستهلك عن شخصية البائع وعن المبيع، وذلك في ظل التعاقد عبر الشبكة الرقمية والتي يتعذر فيها على المستهلك الإحاطة بأوصاف المنتج ومميزات الخدمة قبل إبرام العقد، وقد لا يعلم أيضا حتى الشخص الذي سوف يتعاقد معه، لذا فقد حرصت مختلف التشريعات على ترسيخ هذا الالتزام، الذي يقع على عاتق البائع وذلك عن طريق تنظيمه وتطبيقه في مختلف العقود، منها العقود الإلكترونية باعتباره أحد الضمانات الخاصة السابقة على التعاقد عن بعد. فنتساءل في هذا الصدد:

ما هي خصوصية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني؟

وسنجيب على هذا التساؤل في مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد.

المبحث الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد.

## المبحث الأول

### مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

نص المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>(1)</sup>، على ما يلي "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة". ومنه يتبين أن التزام المتدخل بإعلام المستهلك قبل التعاقد ضروري لتنويره، غير أن المشرع لم يشر إلى العقود الإلكترونية، على عكس بعض

التشريعات المقارنة كالتشريع الفرنسي مثلا<sup>(2)</sup>، لذا يمكن القول أن البائع ملزم بإعلام المستهلك قبل إبرام العقد بأن يدلي له بعدة معلومات، المتعلقة بالشيء المبيع، حيث يجب عليه أن يصف له المنتج ويخبره عن كيفية استعماله ويعلمه بما يجب أن يقوم به من احتياطات لتفادي المخاطر التي قد يتعرض لها عند استعمال المنتج محل التعاقد وتزويده بكل الاحتياطات الواجب اتخاذها عند استعماله، فلا بد من معرفة المقصود بهذا الالتزام وكذا شروط نشوئه.

### المطلب الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

غالبا ما يتمثل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في ذلك الالتزام الذي يباشره البائع أو المتدخل والمتعلق أصلا بتزويد المستهلك بكافة المعلومات والبيانات التي تمكنه من حسن الانتفاع بالمنتج وتجنب أضراره وكل ذلك من أجل تسويق منتجاته وتقوية الطلب عليها، ويعتبر أيضا عاملا ضروريا من عوامل التأثير على اختيار المستهلك، ووسيلة لتكوين رضاء مستنير عند إقدامه على اقتناء المنتجات أو الخدمات المطروحة عبر الشاشات الإلكترونية، فلا بد من حصوله على معلومات لمقارنتها مع ما يعرض عليه، ونظرا لأهمية هذا الالتزام فقد ظهرت عدة تعاريف له، وكذلك ولأجل عدم الخلط بينه وبين بعض الأنظمة المشابهة له، فلا بد من التمييز بينهما، أضف إلى ذلك فإن مضمون الالتزام بالإعلام قد ينصب سواء على شخصية البائع أو المنتجات التي يعرضها، ومن هنا تتعدد الطبيعة القانونية لهذا الالتزام.

### الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد وتمييزه عن الأنظمة

#### المشابهة له

تعددت التعاريف التي أعطيت للالتزام بالإعلام وتنوعت التسميات التي أطلقت عليه، لنجد منها الفقهية التي رجحت تسمية الإفضاء<sup>(3)</sup>، أما بالنسبة للألفاظ التي استعملها فقهاء القانون فقد تعددت أيضا، فهناك من يرى أنه التزام بالإعلام<sup>(4)</sup>، بينما يرى رأي آخر أنه التزام بالتبصير<sup>(5)</sup>. أما البعض الآخر يرى أنه التزام بالإفضاء بالبيانات أو المعلومات<sup>(6)</sup>، وبغض النظر عن التسمية التي تطلق عليه، فقد ظهرت عدة تعاريف بخصوصه.

### أولاً- تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد:

هناك من عرّف الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد بأنه "التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"<sup>(7)</sup>.

كما عرّفه البعض الآخر بأنه "التزام أحد المتعاقدين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه، بل تحذيره للفت انتباهه ونظره إذا استدعى الأمر ذلك"<sup>(8)</sup>.

كما يعني الالتزام بالإعلام لدى الفقيه الفرنسي ريبير Ripért "إدخال القواعد الأخلاقية في نطاق الالتزامات القانونية"<sup>(9)</sup>، وكان يقصد بالقواعد الأخلاقية التحلي بالصدق والأمانة وعدم ارتكاب الغش والخداع والتضليل إزاء المتعاقد الآخر<sup>(10)</sup>.

اعترف الفقه والقضاء الفرنسي بهذا الالتزام كأصل عام<sup>(11)</sup>، غير أن الفقه والتشريع الجزائري قد أكدا على وجود هذا الالتزام في التطبيقات المختلفة، منها ميدان المسؤولية المدنية، وأحكام ضمان العيوب الخفية، فأصبح هذا الالتزام مبدأ عاما مرتبطا بنظرية العقد بصفة عامة، وبعقود الاستهلاك بصفة خاصة<sup>(12)</sup>.

كما يلاحظ أنه إذا كان الإعلان بشكل عام يتم بالطرق التقليدية في العقود المألوفة، ففي عقود التجارة الإلكترونية فهو يتم من خلال الأشرطة الإعلامية في المواقع، باستخدام خدمة البريد الإلكتروني وغيرها، ويعبر عنه بالإعلام الإلكتروني، الذي بموجبه يلتزم المحترف بتقديم المعلومات والإرشادات اللازمة لتسمح للمستهلك بتكوين فكرة واضحة عن العقد ومحلّه، وتبصيره بكل أمر يمكن أن يؤثر على قراره في إبرام العقد الإلكتروني، فهو التزام قانوني يقع على عاتق المهني قبل إبرام العقد<sup>(13)</sup>.

يلتزم البائع المهني سواء فيما يتعلق بعقد البيع العادي أم الإلكتروني بإعلام المستهلك ليس فقط فيما يتعلق بالشيء المبّيع، بل كذلك بتحديد شخصيته القانونية كمركزه القانوني، ومكان تواجده وكذلك التزاماته، كون أن الهدف من هذا الالتزام هو تجسيد عنصر الثقة والأمان للمتعاقد، خاصة بالنسبة للمستهلك الإلكتروني الذي تعاقد عن بعد<sup>(14)</sup>، فلا بد من تمكينه من التعرف على خصائص السلعة أو الخدمة والثمن بما يشمل من الضرائب والرسوم، وكذا ما يتضمنه البيع من شروط خاصة بأداء الخدمة، بالإضافة إلى مصاريف التسليم إن وجدت وطرق الوفاء، والمعلومات الخاصة بحق المستهلك في العدول عن العقد، ومدة صلاحية العرض، وتكلفة استخدام وسيلة الاتصال<sup>(15)</sup>.

اهتمت جل القوانين بهذا الالتزام، إذ أكد عليه المشرع الفرنسي سواء في القانون المدني إذ كرسه ضمينا في نص المادة 1602 منه<sup>(16)</sup>، أم في قوانين حماية المستهلك، حيث نص في المادة 18-121 L منه على أنه "يجب إعلام المستهلك بهذه البيانات دون لبس، ويقدم له بطريقة مفهومة وواضحة، كما يجوز للبائع من أجل ذلك استعمال كل وسائل الاتصال الإلكترونية عن بعد"، ومن خلال هذا النص نلاحظ أنه يقع على عاتق البائع التزام بضرورة تقديم المستهلك كل البيانات المتعلقة بالمنتج في الوقت المناسب، وذلك قبل تسليمه له، أو على الأقل اللحظة التي يتم فيها التسليم<sup>(17)</sup>، وهذا ما نصت عليه المادة 19-121 L من نفس القانون. كما نصت التشريعات العربية أيضا على هذا الالتزام، نذكر منها على سبيل المثال قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي لسنة 2000<sup>(18)</sup>، والقانون الأردني للمعاملات الإلكترونية رقم 85 لسنة 2001<sup>(19)</sup>.

أما بالنسبة للقانون الجزائري فإنه وإن لم يكن ينص صراحة على هذا الالتزام في القانون المدني<sup>(20)</sup> إلا أنه نجد أن المادة 1/352 منه تلزم البائع بضرورة أن يعلم المشتري علما كافيا بالشيء المبّيع، إذ جاء فيها ما يلي "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على

بيان المبيع وأوصافه الأساسية، بحيث يمكن التعرف عليه". كما تناول المشرع هذا الالتزام أيضا في قوانين حماية المستهلك إذ تضمن الفصل الخامس من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك قبل التعاقد عن طريق الوسم وذلك في نص المادة 17 منه والتي جاء فيها "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات...".

كما حرص التشريع المقارن من جهة أخرى على تأكيد تنفيذ البائع المحترف لالتزامه بالإعلام نحو المستهلك في جميع مراحل العملية التعاقدية كتابة<sup>(21)</sup>، وعدم الاعتداد بالإعلام شفاهة، لتمكين المستهلك من التعاقد على بينة من جهة، واستعماله كدليل إثبات عند وقوع النزاع من جهة أخرى.

ثانياً- تمييز الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عن بعض الأنظمة المشابهة له:

قد يتفق الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في مجال عقود البيع الإلكترونية مع بعض الالتزامات المشابهة له وذلك في مجالات عديدة ومتنوعة منها: وقت استلزامه، وكذلك الغرض المعد من أجله وآلياته، إلا أنه يظل مستقلا عنهم سواء من حيث سماته أو أحكامه، ولعل أهم هذه الالتزامات المرتبطة بالالتزام بالإعلام هناك الالتزام بالتحذير، والالتزام بالاستعلام.

#### 1- الالتزام بالإعلام والالتزام بالتحذير:

إن نشوء الالتزام بالتحذير جاء نتيجة لظهور منتوجات وسلع تمتاز بالخطورة، وهو يعرف بأنه "ذلك الالتزام الذي يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع المهني بأن يحذر الطرف الآخر، أو يثير انتباهه إلى ظروف ومعلومات معينة، بحيث يحيطه علما بما يكتنف هذا العقد، أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية"<sup>(22)</sup>.

فهذا الالتزام يتشابه مع الالتزام بالإعلام من حيث محل كل منهما، الذي يتمثل في الإدلاء ببعض البيانات أو المعلومات، والتي ترتبط في حالة الالتزام بالتحذير بالصفة الخطرة للشيء محل التعاقد.

أما بالنسبة لأوجه الاختلاف بين الالتزامين يكمن أساسا فيما يتعلق بتوقيت ونطاق كل منهما.

فبالنسبة لتوقيت تنفيذ الالتزامين فإن الالتزام بالإعلام قد يتعلق إما بمرحلة إبرام العقد أو بالمرحلة السابقة على التعاقد أو مرحلة تنفيذ العقد، أما الالتزام بالتحذير فقد يكون في المرحلة السابقة على التعاقد إذا كان الأمر يتعلق بمخاطر ترتبط أصلا بطبيعة المنتج، بينما يكون على البائع المهني أن يحذر المستهلك خلال مرحلة تنفيذ العقد، إذا كان الأمر يتعلق بكيفية استعمال المبيع<sup>(23)</sup>.

أما بالنسبة لنطاق الالتزامين، ففيما يتعلق بالالتزام بالإعلام فهو أوسع مدى من الالتزام بالتحذير، إذ أن البائع المهني يلتزم بالإدلاء بكافة البيانات والمعلومات التي تؤدي إلى تنوير إرادة المستهلك كدائن بالالتزام في حين أن الالتزام بالتحذير يقتصر على البيانات والمعلومات المتصلة بالصفة الخطرة للمنتجات<sup>(24)</sup>.

## 2- الالتزام بالإعلام والالتزام بالاستعلام:

ينصب مضمون الالتزام بالاستعلام في حرص المدين على البحث عن المعلومات والبيانات محل الإعلام، وذلك بغية تنوير إرادة المستهلك أو الدائن<sup>(25)</sup>، بمعنى آخر هو التزام المهني بالتحري والبحث عما يجمله من معلومات يتعين عليه تقديمها إلى الدائن بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد<sup>(26)</sup>. فالالتزام بالإعلام والالتزام بالاستعلام يمثلان التزاما ببذل عناية، حيث يتعلق الأمر بالمعلومات الفنية الدقيقة والغير جوهرية، أما إذا تعلق الأمر بالبيانات الجوهرية فيكون الالتزامين يمثلان التزاما بتحقيق نتيجة<sup>(27)</sup>.

### الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد وطبيعته القانونية

أدى انتشار ظاهرة الغش والاحتيال في التعاقد عبر الإنترنت إلى ضرورة توشي الحذر عند التعاقد باستخدام شبكات الاتصال التقني عن بعد، ويدخل ضمنها الاحتيال الذي يتم في عقود البيع الإلكتروني، كأن يحدث الاحتيال في مواصفات السلعة، وقد يحدث أيضا عن طريق الغش والخداع المعلوماتي<sup>(28)</sup>، لذلك أصبحت الحاجة ماسة لالتزام المتدخل بإعلام المستهلك قبل التعاقد بكافة البيانات والمعلومات التي تمكنه من حسن الانتفاع بالسلعة وتجنب أضرارها، وكذلك إعلامه بكل ما يتعلق بشخصية المهني، ويقع التمييز بصدد مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد فيما إذا كان التزام ببذل عناية أو تحقيق نتيجة.

### أولاً- مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد:

إن أهم اهتمامات المستهلك الذي يقدم على إبرام العقود عبر شبكة الإنترنت هو معرفة والتأكد من شخصية وهوية البائع بشكل قاطع، وذلك من منطلق الحرص على الثقة والتي تشجعه على الإقبال على هذا النوع من البيوع في المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم عن بعد، ولا تجمععه بالبائع مجلس عقد واحد، وقد أكدت معظم التشريعات المقارنة التي تناولت هذا النوع من المعاملات على ضرورة تحديد شخصية المهني أو مزود الخدمة، وكذا الشأن فيما يتعلق بضرورة توضيح البيانات الأساسية للمنتج أو السلعة أو الخدمة.

اشتراط المشرع الجزائري في قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>(29)</sup> الذي صدر مؤخرا في المادة 10 منه أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، كما اشتراط أيضا في المادة 11 منه وجوب تقديم المورد لعرضه التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية مقروءة ومفهومة.

### 1- تحديد هوية البائع الإلكتروني أو مزود الخدمة:

يعتبر ذلك أمر جد مهم في المعاملات الإلكترونية، إذ يحمل المستهلك على الاطمئنان قبل التعاقد، خاصة إذا كان هذا محل اعتبار، إذ يجعله يثق في محتوى المعاملات الواردة على موقعه، فقد تناول القانون الفرنسي رقم 575/2004 المؤرخ في 21 جوان 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي<sup>(30)</sup> في المادة 19 منه على وجوب إعلام المستهلك في العقود المبرمة عن بعد حول شخصية المهني عن طريق تضمين

العرض الإلكتروني عدة معلومات حول اسم المني ولقبه، رقم الهاتف، العنوان الجغرافي لمؤسسته<sup>(31)</sup>، عنوان مسكنه أو موطنه، وكل معلومة تساعد على الاتصال المباشر به على وجه السرعة، سيما عنوان بريده الإلكتروني، كذلك نوع سجله التجاري، رقمه الضريبي، أما إذ كان صاحب العرض شخصا معنويا فيجب أن يذكر بالإضافة إلى ما سبق اسم الشركة مقرها الاجتماعي، ورأس مالها، ورقم تسجيلها. يلتزم البائع الإلكتروني أن يوفر هذه المعلومات بشكل يسهل الاطلاع عليها، فلا يجبر المستهلك على البحث عنها في صفحات متوالية عن موقع صاحب العرض، بل لابد أن يوفر في الصفحة الرئيسية أيقونات أو روابط تحيل مباشرة إلى الصفحة التي توجد فيها هذه المعلومات<sup>(32)</sup>، كما يجب عليه أيضا إذا لم يكن صاحب الموقع أن يعطي جميع البيانات المتعلقة بصاحبه والذي قدم من خلاله العرض، كذكر مديره أو اسم نائبه<sup>(33)</sup>، كما تناول نفس المسألة التوجيه الأوروبي رقم 07/97 الصادر بتاريخ 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد<sup>(34)</sup>، وذلك في مضمون المادة 1/4. كما نص قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي لسنة 2000 في المادة 25 منه على وجوب التزام البائع في المعاملات التجارية بإعلام المستهلك بطريقة مفهومة وواضحة قبل إبرام العقد لهوية وعنوان وهاتف البائع أو مؤدي الخدمة.

## 2- إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة:

استوجبت معظم التشريعات المقارنة التي نصت على الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في مجال عقود البيع الإلكترونية، أن يقوم البائع بتبصير المستهلك بكافة المعلومات المتصلة بالعقد، وذلك وفقا لمبدأ حسن النية<sup>(35)</sup>، فيجب إذا أن يتضمن الإعلام بيان الأوصاف الأساسية للسلعة ومميزاتها سواء ما تعلق منها بتركيبها وتغليفها وصيانتها وتعليمات استعمالها وإتلافها، وهذا ما تؤكد المادة 10 من القانون رقم 03-09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش<sup>(36)</sup>، وذلك ضمن وثيقة تسلم للمستهلك للإطلاع عليها بهدف اتخاذ قرار قبل إقباله على التعاقد.

يتم إعلام المستهلك عن طريق قيام البائع بوضع بيانات عن منتوجاته وذلك على شبكة الإنترنت ليتمكن المستهلك من معاينتها عن طريق جهاز الحاسوب المتصل بالشبكة<sup>(37)</sup>، ويقوم البائع المني بتأكيد إعلام المستهلك كتابة أو بأي دعامة أخرى ثابتة<sup>(38)</sup>، ووضعها تحت تصرف المستهلك.

في هذا الصدد ألزم التوجيه الأوروبي رقم 07/97 في نص المادة 04 منه الموردين بإعلام المستهلكين بالخصائص الأساسية للسلع والخدمات، وأن يبين الهدف التجاري من العرض وعما ما إذا كان مجانيا بقصد الدعاية والإعلان أم بمقابل، ويجب أن يظهر على شاشة العرض إجراءات الدفع والتسليم والتنفيذ، وإقرار حق العدول للمستهلك، ومدة صلاحية الإيجاب أو العرض<sup>(39)</sup>، وإذا لم يحددها اعتبر عرضه ملزما له طالما لا يزال متواجدا على صفحته أو موقعه على شبكة الإنترنت، وهذا ما نصت عليه المادة 1127 مكرر1 من القانون المدني الفرنسي.

نلاحظ في هذا الصدد أنه إذا كان محل العقد سلع معنوية كبرامج الحاسوب فلا بد من إنزالها مباشرة على جهاز المتعاقد لضمانه من الاحتيال والقرصنة الالكترونية، أما إذا كانت سلع مادية فإن وصفها يكون بعرضها على شبكة الإنترنت وبيان حجمها ووزنها وجودتها وصورها<sup>(40)</sup>.

جسد المشرع الجزائري مبدأ إعلام المستهلك بخصوصية المبيع في المادة 352 من القانون المدني، كما أقرته أيضا المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ ألزمت كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه أو يعرضه للاستهلاك بواسطة الموسم<sup>(41)</sup>، ووضع علامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

كما نجد أيضا وفي نفس السياق ما نصت عليه المادة 2/5 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>(42)</sup>، والذي ينطبق على وجوب إعلام المستهلك إلكترونيا بكل البيانات الإجبارية حول المنتجات، يتم قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل<sup>(43)</sup>، وتشتترط أن يكون الإعلام الإلكتروني مفهوما، ظاهرا وأن يكون مكتوبا باللغة العربية أو بلغة أخرى على سبيل الإضافة<sup>(44)</sup>، كما نص القانون المدني الفرنسي في المادة 1/1369 مكرر4 على التزام كل صاحب عرض إلكتروني أن يضع تحت تصرف الزبون شروط العقد، غير أنه لم يحدد كيفية الوفاء به ولا حتى الجزاء المترتب على عدم الوفاء، مثلا كحالة عدم وضع المتعامل الإلكتروني آلية في موقعه أو صفحته على الإنترنت تفيد إطلاع زبونه وموافقته على شروط العقد<sup>(45)</sup>.

### ثانياً- الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد:

تضاربت الآراء حول تحديد الطبيعة القانونية لمثل هذا النوع من الالتزام، فهناك من يرى أنه التزام بتحقيق نتيجة، والبعض الآخر يرى أنه التزام ببذل عناية، مع العلم أن الالتزام بالإعلام في المرحلة قبل التعاقدية قد يمثل إيجابا ينعقد به العقد، خاصة في البيع الإلكتروني وذلك متى صادف قبولا مطابقا.

#### 1- أنه التزام ببذل عناية:

يرى جانبنا من شراح القانون أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام ببذل عناية، إذ يستعمل المتدخل كل الوسائل المناسبة عند تنفيذ الالتزام، ولا يتحكم في نتيجة النصائح التي يقدمها للمستهلكين، كما لا يمكنه إلزامهم بإتباعها<sup>(46)</sup>. فعلى المدين بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد أن يبذل في سبيل تنفيذ التزامه عناية المهني المتوسط الحريص الذي يعمل في ذات المهمة التي ينتهي إليها، فيكون قد قام بالتزامه حتى ولو لم يستفد المستهلك من هذه البيانات والمعلومات<sup>(47)</sup>، ذلك أن المهني ليس مطالبا بأكثر من تنوير رضا المستهلك باستخدام كافة الوسائل التي تجعل التزامه ناجحا، ولكنه في المقابل لا يمكن له أن يضمن إتباع المستهلك لما أبداه له من نصائح ومعلومات وفهمها، أو تقييده بتوجيهاته أو تحذيراته.

## 2- أنه التزم بتحقيق نتيجة:

بينما يرى جانب آخر من الفقه<sup>(48)</sup>، أن الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني هو التزم بتحقيق نتيجة، خاصة عندما يرد على الأشياء الخطيرة، فالعبرة في تنفيذ المتدخل للالتزام هو تمكين المستهلك من جملة من المعلومات المنصوص عليها قانونا، والتي تكون كفيلة بتنوير إرادته، الأمر الذي يجعله ملتزما بإثبات قيامه بالالتزام بتقديم المعلومات<sup>(49)</sup>.

إلا أن المشرع الجزائري قد حسم الخلاف بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، واعتبره التزم بتحقيق نتيجة وذلك بترتيب جزاء جزائي في حالة مخالفة هذا الالتزام الذي رتبته على عاتق المتدخل ولو لم يترتب ضرر للمستهلك<sup>(50)</sup>، أما إذا ترتب ضرر فتقرر بذلك المسؤولية المدنية بالإضافة إلى المسؤولية الجزائية.

### المطلب الثاني: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقد البيع الإلكتروني

من أهم خصائص عقد البيع الإلكتروني أنه يتم إبرامه دون التواجد المادي لأطرافه إذ يجمعهما مجلس عقد افتراضي، فكثيرا ما يجهل المستهلك فنيات السلع التي يقتنمها باعتباره طرفا ضعيفا في العلاقة العقدية، لذا كان لابد من تنوير إرادته قبل التعاقد لوقايته من مخاطر المنتجات التي تعرض عليه عبر شاشات الحاسوب، ومع ذلك فإن هذا الالتزام يتطلب توافر شروط معينة وهي:

#### الفرع الأول: علم المهني أو إمكانية علمه بالبيانات والمعلومات محل الإعلام

لا بد أن يكون صاحب العرض الإلكتروني مهنيا خبيرا في المجال الذي يتعامل معه على نحو يسمح له بالعلم الشامل والكافي بكل البيانات والمعلومات ومواصفات المبيع محل عقد الاستهلاك<sup>(51)</sup>، وقد نصت المادة 352 من القانون المدني الجزائري على أنه "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه...".

كما لا يقتصر علم المهني بالمعلومات والبيانات المختلفة المتعلقة بالمنتج محل التعاقد، وإنما يتعدى ذلك إلى ضرورة العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك<sup>(52)</sup>، والالتزام بإعلام المستهلك يجب أن ينشأ قبل إبرام العقد أو في وقت معاصر له حتى يتمكن من تكوين رضائه بناءً على إرادة واعية<sup>(53)</sup>، وقد يمتد حتى إلى غاية تنفيذه.

#### الفرع الثاني: جهل المستهلك بمعلومات المبيع جهلا مشروعا

إن هذا الجهل هو الذي يجعل المهني في عقود الاستهلاك ملزما بإعلام المستهلك، باعتبار أن هذا الأخير قليل الخبرة والمعرفة، ليحيطه علما بكل ما يتصل بموضوع التعاقد من معلومات هامة وجوهرية، ومع ذلك فإن جهل المستهلك لابد أن يكون مشروعا، إذ لابد عليه أن يسعى إلى الاستعلام عن المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج موضوع العقد، كالاستعانة بأهل الخبرة والتحقق من الحالة المالية والمهنية للبايع المهني، فالالتزام بالإعلام له حدود تتوقف عندما يتوقف الالتزام بالاستعلام<sup>(54)</sup>، وذلك من أجل إقامة التوازن الحقيقي بين طرفي عقد الاستهلاك بما يؤدي إلى استقرار هذه العقود.

قد يرجع سبب جهل المستهلك بالمعلومات للثقة التي يولمها للمهني أو المحترف الذي يعد الطرف الأقوى في العقد، وعلى أساس ذلك فإن المستهلك يتوقع تنويره تلقائياً من طرف هذا المهني وإعلامه بما يلزمه من بيانات وبشكل واضح، مع العلم أن ثقة المهني قد تبنى أحياناً على طبيعة العقد أو على شخصية المتعاقد الآخر أو على أعراف المهنة أو تقاليد الحرفة<sup>(55)</sup>.

## المبحث الثاني

### جزء الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

إن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد يؤثر لا محالة على العلاقة التعاقدية، فخرق هذا الالتزام من قبل البائع المحترف يؤثر على رضا المستهلك الراغب في التعاقد، ويؤدي إلى تعيب الإرادة مما يخول له المطالبة بإبطال العقد، وقيام المسؤولية المدنية للبائع في حالة حدوث الضرر للمستهلك، كما أنه قد تقع على عاتق البائع عقوبات في حالة عدم قيامه بإعلام المستهلك بصفات أو خصائص المنتوجات أو الخدمة محل التعاقد.

#### المطلب الأول: الجزاءات المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يحق للمستهلك الإلكتروني الذي يتعاقد عبر فضاء افتراضي في حالة عدم إعلامه من طرف البائع الإلكتروني الذي يفوقه خبرة في هذا المجال بكل البيانات المتعلقة بالمنتج، أو الخدمة محل التعاقد، أن يطالب بإبطال العقد المبرم بين الطرفين نظراً لتعيب إرادته، أو المطالبة بالتعويض إذا لم ير أي مصلحة في إبطال العقد.

#### الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال لمصلحة المتعاقد عديم الخبرة

إن الغاية من فرض الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هي حماية إرادة المتعاقد غير المحترف أو عديم الخبرة بالمقارنة مع المدين بالإعلام، وبالتالي تحصينه من الوقوع في عيوب الرضا. لم تنص أغلب التشريعات التي قررت هذا الالتزام وحددته في المرحلة السابقة على التعاقد على الجزاءات في حالة الإخلال به، إذ نجد مثلاً أن كلا من المادتين 101 مكرر من قانون الاستهلاك الفرنسي، والمادة 162 من القانون المدني الفرنسي يلزمان كل متعاقد بإعلام الطرف الآخر بصفات محل العقد دون أن يحدد جزاءات في حالة الإخلال به سوى ما يعرف في القواعد العامة في القانون المدني من إبطال العقد للخطأ أو الاستغلال أو التدليس، إضافة إلى طلب التعويض، لذا يرى جانب من الفقه في فرنسا أن هذا الالتزام لم يحقق حماية المستهلك لكونه التزام عام غير محدد، ولا توجد عقوبة جزائية لمن يخالفه، فالجزاء الوحيد هو المسؤولية المدنية والتي لا تقوم إلا بعد رفع الدعوى<sup>(56)</sup>.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد تناول في المادة 14 من قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه في حالة عدم احترام المادة 10 وأحكام المادة 13 من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر اللاحق به.

### أولاً- حق المستهلك في المطالبة بإبطال العقد لوقوعه في الغلط:

تشتت القواعد العامة في القانون المدني عند طلب إبطال العقد للغلط أن يكون الغلط جوهرياً وأن يتصل بالمتعاقد الآخر<sup>(57)</sup>، وهذا ما نصت عليه المادة 82 من القانون المدني الجزائري، ويكون كذلك إذا وقع في صفة الشيء أو في ذات المتعاقد، أو في صفة من صفاته، ويكون هذا الأخير السبب في التعاقد، إذ لولا هذه الصفة لما أقدم المستهلك على التعاقد، إذ يجب على هذا الأخير إثبات جوهرية المعلومات التي وقع الغلط في شأنها، إضافة إلى إثبات اتصال هذا الغلط بالمتعاقد الآخر، وهذا ما جعل البعض يعتبر أن الطعن بالبطلان للغلط يعتبر وسيلة محدودة لتحقيق الحماية للمستهلك الإلكتروني بالنظر إلى الشروط والقيود التي تحكم تمسك المستهلك بإبطال العقد<sup>(58)</sup>. إلا أن هناك من يرى أن تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من شأنه أن يتيح للمستهلك التراجع عن التعاقد متى أثبت عدم قيام المهني بإعلامه إعلاماً كافياً بنود العقد دون الحاجة إلى إثبات وقوعه في الغلط، بل أن إثبات عدم الوفاء بالالتزام بالإعلام من طرف المهني كفيلاً بإثبات وقوع المستهلك في الغلط<sup>(59)</sup>.

### ثانياً- المطالبة بإبطال العقد للتدليس:

إن هذا الطلب يستوجب إثبات استعمال وسائل احتيالية من طرف البائع المهني، والذي ينتج من مجرد الاحتفاظ بالمعلومات بالكتمان وعدم إعلام المستهلك بها، ولا بد على هذا الأخير أن يثبت التدليس بعنصره المادي والمعنوي، إذ لولا هذه الطرق الاحتيالية المؤثرة على إرادته لما أقدم على إبرام العقد، وقد اعتبر القضاء الفرنسي أن السكوت يعتبر تدليسا في كل حالة يقع فيها على المتدخل الالتزام بالإعلام أيا كان مصدره استناداً لفكرة الثقة التي ينبغي أن تسود المعاملات بين الأفراد.

كما يلاحظ في بعض الأحيان أنه لا يمكن إقرار ببطلان العقد إلا إذا ثبت أن إرادة المستهلك المتعاقد قد عيبت نتيجة امتناع المتدخل عن إعلامه قبل التعاقد، أو إمداده بمعلومات كاذبة، أو مبالغ فيها، وهذا الامتناع المقترن بعيب الإرادة هو الذي يجعل منه كتماناً تدليسياً وينتج عنه طلب إبطال العقد<sup>(60)</sup>، وهذا ما نصت عليه أيضاً المادة 2/86 من القانون المدني الجزائري.

### ثالثاً مطالبة المستهلك بإبطال البيع لعدم علمه علماً كافياً بالمبيع

هو ما اشترطته المادة 352 من القانون المدني الجزائري، فإذا كان المستهلك جاهلاً للمعلومات التي لم يعلمه بها البائع، والذي يكون مغلاً في هذه الحالة بالتزامه بالإعلام الواقع على عاتقه، فيحق بالتالي طلب إبطال العقد.

قد اعتبر المشرع الفرنسي في نص المادة L121 من قانون الاستهلاك أن أساس الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هو مسألة من مسائل النظام العام المقترن بشروط صحة التعاقد، ويفهم من ذلك أنه في حالة ما إذا لم يتم المتدخل بتنفيذ الالتزام بالإعلام قبل التعاقد على نحو صحيح يكون التعاقد عن بعد باطلاً تلقائياً، باعتبار أن عدم تبصير المستهلك الإلكتروني وعدم إعلامه بالمعلومات اللازمة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المعروضين للبيع على شبكة الأنترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك في عيب من عيوب الإرادة<sup>(61)</sup>.

## الفرع الثاني: المطالبة بالتعويض وفقا لأحكام المسؤولية المدنية

قد يرى المستهلك أن مصلحته لا تكمن في اللجوء إلى إبطال العقد بل في طلب التعويض من البائع، يغطي ما تحمله من نقص في المنفعة الاقتصادية التي كان يأملها من إبرام العقد، إذ أنه لو كان على علم بهذه البيانات والمعلومات التي امتنع البائع عن تزويده إياها أو قصر في إعلامه بها، لما أقدم على التعاقد معه<sup>(62)</sup>.

اتجه بعض الفقه الفرنسي إلى اعتبار أن المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد من مقتضيات تنفيذ الالتزامات التعاقدية<sup>(63)</sup>، حسبما هو وارد في نص المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 2/107 من القانون المدني الجزائري، فإخلال المتدخل بهذا الالتزام يؤدي إلى قيام مسؤوليته العقدية، على اعتبار أن البائع الإلكتروني يمثل الطرف القوي في العلاقة العقدية، وبالتالي فله الدراية الواسعة بالمنتج الذي يعرضه على المستهلك بواسطة شاشات الكمبيوتر، وفي الطرف الآخر هناك متعاقد متواجد في وضعية جهل تعاقد تبرز حاجاته للإعلام، خاصة أنه متعاقد عبر فضاء افتراضي لا مادي ولا يتمكن من معاينة المنتج أمامه.

هناك كذلك من يرى أن مسؤولية البائع عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد ذات طبيعة تقصيرية<sup>(64)</sup>، إذ يترتب عنها نشوء حق المتعاقد المتضرر في التعويض عن الضرر الذي أصابه، وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري، فقد اعتبر ومن خلال نص المادة 352 قانون مدني أن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني ينتج عن مخالفته قيام المسؤولية التقصيرية، وهو نفس الموقف الذي تبناه المشرع الفرنسي في نص المادة 1382 قانون مدني التي تنص على ما يلي "كل خطأ يسبب ضررا للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض".

إن الاعتراف بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت توفر حماية فعالة للطرف الضعيف في العلاقة العقدية وهو المستهلك، حيث يحق له بمجرد إثبات ما لحقه من ضرر ناتج عن عدم تزويده بالمعلومات المتصلة بالعقد، أو نتيجة لعدم تبصيره بكل ما يتعلق بالمنتج وأوصافه لتمكينه من الانتفاع به وتجنب أضراره<sup>(65)</sup>، المطالبة بالتعويض، وهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني ينتج عن مخالفته قيام المسؤولية التقصيرية للمتدخل<sup>(66)</sup>.

## المطلب الثاني: الجزاءات الجزائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

اتجهت معظم التشريعات المعاصرة وفي مجال قوانين حماية المستهلك لفرض عقوبات جزائية عن عدم احترام الشروط القانونية المتعلقة بإبرام العقد، إذ نجد أن المشرع الفرنسي قد نص على جزاء جنائي في حالة إخلال المحترف الإلكتروني بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد تتمثل أصلا في غرامة تتراوح ما بين 15000 يورو بالنسبة للشخص الطبيعي إلى 3000 يورو بالنسبة للشخص المعنوي وذلك وفقا للمادة L121-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

كما نص المشرع التونسي أيضا في الفصل 49-50 من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية على جزاء الاخلال بهذا الالتزام، وذلك بإخضاع البائع المبي الإلكتروني إلى عقوبات جزائية تتمثل في غرامة مالية تتراوح ما بين 1000 دينار إلى 20000 ألف دينار تونسي.

قد ذهب المشرع الجزائري في هذا الاتجاه إذ أقر عقوبات جزائية في حالة تخلف المتدخل عن الوفاء بالتزامه بالإعلام، وذلك عن طريق خداعه أو محاولة خداعه بأية وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتوجات المسلمة، أو تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا، أو قابلية استعمال المنتوج، أو تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج، النتائج المنتظرة من المنتوج... الاحتياجات اللازمة لاستعمال المنتوج، فهو يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 قانون العقوبات التي أحالت إليها نص المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أما إذا كان خداع المستهلك أو محاولة خداعه قد ارتكب عن طريق كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى، أو بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة أو لجأ المتدخل إلى طرق ترمي إلى تغليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتوج وكذا استعمال إشارات أو ادعاءات تدليسية في كل هذه الحالات ترفع العقوبة إلى 5 سنوات حبسا وغرامة قدرها 500.000 خمسمائة ألف دينار وهذا ما نصت عليه المادة 69 من قانون 03-09.

يعاقب المشرع أيضا كل متدخل مخالف لإلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المواد 17-18 من قانون 03-09 بعقوبات أصلية متمثلة في غرامة تتراوح ما بين مائة ألف دينار 100.000 دج إلى مليون دينار 1.000.000 دج وهذا ما نصت عليه المادة 78 من نفس القانون، وكل ذلك إضافة إلى العقوبات التكميلية المنصوص عليها في المادة 82 من نفس القانون دائما والمتمثلة في مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.

نجد من جهة أخرى أن القانون رقم 02-04<sup>(67)</sup> المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يعاقب في مادته 31 بغرامة من خمسة آلاف دينار جزائري 5000 دج إلى مائة ألف دينار جزائري 100.000 دج، إضافة إلى مخالفة عدم الإعلان بشروط البيع المعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار 10.000 دج إلى مائة ألف دينار 100.000 وهذا في حالة عدم إعلام المستهلك بأسعار المنتوجات المعروضة للبيع.

كما تنص المادة 39 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري على العقوبات المسلطة على المورد الإلكتروني المتمثلة في الغرامة المالية التي تتراوح من 50.000 إلى 500.000 دج في حالة مخالفته للالتزامات المتناولة في المادة 11 و12 من نفس القانون والمتعلقة أصلا بعدم تقديم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة غير مرئية وغير مفهومة، وكذا عدم تضمينه هذا العرض على البيانات المذكورة على سبيل المثال كعدم ذكر رقم التعريف الجبائي، العناوين المادية والإلكترونية، رقم هاتف المورد الإلكتروني،

رقم السجل التجاري، أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، طبيعة، وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، حالة توفر السلعة أو الخدمة، مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء...

### الخاتمة:

نخلص إلى القول، بأن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في مجال المعاملات الإلكترونية يعتبر حاليا من أهم الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، الذي يقبل على إبرام العقد عن بعد عبر وسائل اتصال حديثة وعلى رأسها شبكة الإنترنت، وذلك عبر فضاء افتراضي دون أن يجمع أطرافه مجلس عقد واحد، إذ يتبادل المعلومات والبيانات الخاصة بالعقد عن طريق هذه الشبكة، وذلك بدءا بتكوين العقد إلى غاية تنفيذه، وباعتباره طرفا ضعيفا في العلاقة العقدية فلا بد من إعلامه وتنوير بصيرته لتحقيق المساواة بينه وبين البائع المحترف الطرف القوي الذي يفوقه خبرة ودراية.

ازدادت أهمية إعلام المستهلك الإلكتروني في كونه لا يقوم بمعايينة المبيع معايينة حقيقية ملموسة بل يتم ذلك عبر الشبكة الرقمية، أو وسائل إلكترونية أخرى، وبالتالي فلا يمكن أن تكون لديه فكرة حقيقية عن المنتج أو الخدمة الذي أو التي يقبل عليها، أضف إلى ذلك أنه قد يجهل حتى الهوية الحقيقية للشخص الذي يتعامل معه، وهذا ما جعل جل التشريعات المقارنة التي تناولت هذا النوع من المعاملات تفرض هذا الالتزام على عاتق البائع الإلكتروني الذي لا بد أن يلتزم به عند عرضه للمنتجات أو الخدمات على المستهلك.

يقع على عاتق البائع الإلكتروني على إثر ما سبق ذكر كل المعلومات والبيانات الجوهرية للمبيع وكذا إبداء النصح للمستهلك على نحو يحقق علما كافيا وشاملا للمنتج الذي يقبل على التعاقد عليه، وإعطائه فكرة عن الهوية الحقيقية للشخص الذي يتعامل معه.

لقد كانت حماية المستهلك الإلكتروني قبل سن المشرع الجزائري للقانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بضرورة إعلامه وتبصيره تتم في إطار ما نص عليه القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المراسيم التنفيذية له، وبالرغم من ذلك تبقى كل هذه النصوص غير كافية لتوفير حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني في مثل هذه العقود التي تبرم عن بعد، وذلك من كل إعلام مغرض ومضلل الذي من شأنه أن يؤثر على إرادته، ويجعله يقبل على التعاقد، وهذا بالرغم من نمو وازدهار هذا النوع من المعاملات على الصعيد الوطني والدولي. لذا فإننا نقترح:

- ضرورة سن قانون خاص بإعلام المستهلك الإلكتروني مستقل بما يتماشى والتطور الحاصل.
- وضع نصوص صريحة تتناول جزاءات ردية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني.

## الهوامش:

- (1) قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.
- (2) Article L 111 de la loi n° : 93-949 du 26/07/1993 relative au code de la consommation, J.O.R.F, N° : 171 du 27/07/1993.
- (3) علي السيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص 82. وأيضا جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص 208.
- (4) خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، القاهرة، مصر، 1996، ص 237.
- (5) سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص 41.
- (6) مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص 32. وأيضا عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية، مجلد 27، نابلس فلسطين، 2013، ص 7.
- (7) السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت، الدار الجامعية، بيروت، 2006، ص 24.
- (8) محمد مرسي أبو زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 16.
- (9) Ripèrt (G), La règle morale dans les obligations civiles en droit Français, 4ème édition, Paris, 1975, p197.
- (10) معزوز دليّة، الضمان في عقود البيع الكلاسيكية والإلكترونية (ضمان التعرض والاستحقاق والعيوب الخفية)، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014/11/8، ص ص 299-298.
- (11) Calais.J.Auloy, Steinmetz.F, Droit de la consommation, 4ème édition, Dalloz, Paris, 1996, pp 44-47.  
Voir aussi : cour d'appel Bourges, arrêt du 27 juin 1983, Dalloz, périodique, 942, p 573.
- (12) معزوز دليّة، مرجع سابق، ص 300.
- (13) محمد سعيد أحمد السباعي، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة -، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة عين شمس، القاهرة، ص 270.
- (14) محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الإتصال الحديثة، مطبوعات جامعية، الكويت، 1998، ص ص 108-109.
- (15) أمينة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، تحت عنوان: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومي 13-14 أبريل 2008، ص ص 113-114.
- (16) مأخوذ من:
- Code civil, 111ème édition rédigée avec le concours de François JACOB, Dalloz, 2012.
- (17) كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقد البيع الإلكتروني، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات اليوم الدراسي تحت عنوان: الالتزام بالإعلام في العقود، يوم 17 أكتوبر 2017، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، ص 11.
- Article L 121-18 du code du consommation Français « ces information dont le caractère commercial doit apparaitre sont équivoque, sont communiquées au consommateur de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté à la technique de communication à distance ».
- (18) قانون عدد 83 سنة 2000 مؤرخ في 9 أوت 2000 يتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي لسنة 2000 المنشور في الرائد الرسمي للجمهورية التونسية بتاريخ 11 أوت 2000.
- (19) قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 الصادر في الجريدة الرسمية العدد 4524 بتاريخ 31 جانفي 2001 الساري المفعول في أبريل 2002.
- (20) أمر رقم 58-75 مؤرخ في 25 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية العدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.
- (21) يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، الطبعة الأولى، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص 55.
- (22) نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية قضائية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص 217.
- (23) سعد سعيد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص 61.

- (24) سعد سعيد عبد السلام، مرجع سابق، ص 68.
- (25) عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 257.
- (26) مصطفى أحمد أبو عمرو، مرجع سابق، ص 69.
- (27) المرجع نفسه، ص 68.
- (28) كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد...، ص 3.
- (29) قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 ماي سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28، الصادر بتاريخ 16 ماي 2019.
- (30) Loi n° 2004-575 du 12 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. (LCEN), J.O N°: 143, du 22 juin 2004.
- (31) كريمة بركات، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017، ص ص 287-288.
- (32) خلوفي خدوجة، بشور فتيحة، الالتزام السابق على التعاقد في العقد الإلكتروني، مداخلة مقدمة ضمن اليوم الدراسي حول حماية المستهلك في المعاملات التقليدية والإلكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، 14 مارس 2018، ص 6.
- (33) المواد 1/6، 13 من قانون الاقتصاد الرقمي الفرنسي. مرجع سابق.
- (34) Directive 97/07/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, J.O N° : L144 du 4/06/1997.
- (35) مأخوذ من خلوي (عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الإنترنت (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2015/10/25، ص 25.
- (36) تنص المادة 10 من القانون رقم 03-09 على ما يلي: "يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: - مميزات وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته - عرض المنتج ووسمه والتعليقات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج...".
- (37) Denis MAZEAUD, le droit de consommation est-il un droit social ou un droit économique ? Revue de la concurrence, oct/dec 2006, N°09, p 137.
- (38) يقصد بالدعامة الثابتة تلك الأداة التي تسمح للمستهلك بالاحتفاظ وتخزين المعلومات المنقولة إليه شخصيا وبصفة خاصة وتضم على سبيل المثال، اسطوانات تخزين المعلومات، الاسطوانات المدمجة CD.ROOM، الاسطوانات الصلبة Disque dur، راجع في ذلك: كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد...، مرجع سابق، ص 05.
- (39) Lionel BOCHURBEG, internet et commerce électronique, Delmas, Paris, 2001, p 114.
- (40) معزوز دليلة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 2، 2012، ص 345.
- (41) عرفت المادة 5/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 5، الصادر بتاريخ 31 جانفي 1990، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، الجريدة الرسمية العدد 61، الصادر بتاريخ 21 أكتوبر 2001، الوسم بأنه "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور الشواهد أو الرموز التي تعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسم أو خاتم أو طوق يرافق منتج ما أو خدمة أو يرتبط بها".
- (42) مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 58، الصادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.
- (43) يتم الإعلام الإلكتروني بوسائل متعددة نذكر منها: البريد الإلكتروني، الإعلانات الموجودة على صفحات الويب، مجالس النقاش أو ندوات الاتصال، راجع وذلك: فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الإنترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص 13.
- (44) نصت على ذلك المادة 18 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وأكدته المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، مرجع سابق.
- (45) خلوفي خدوجة، بشور فتيحة، مرجع سابق، ص 7.
- (46) محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 75.

- (47) مصطفى أحمد أبو عمرو، مرجع سابق، ص ص 76-77.
- (48) عمر خالد زريقات، عقد التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية، دار الحامد عمان، الأردن، 2007، ص 343.
- (49) كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام قبل التعاقد...، مرجع سابق، ص 06.
- (50) المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.
- (51) محمد أحمد صبيح، المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الثاني، السنة الثانية والثلاثون، جويلية 2008، ص 2006.
- (52) محمد أحمد صبيح، مرجع سابق، ص 100.
- (53) أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص 156.
- (54) V. Picod Yves, le devoir de loyauté dans l'exécution du contrat, sans maison d'édition, Paris, 1989, p100.
- (55) مصطفى أبو مندور موسى، دور العلم بالبيانات عند تكوين العلاقة العقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 100. وأيضا: سعيد سعد عبد السلام، مرجع سابق، ص 29.
- (56) François TERRE, Philippe SILMER, Yve Lequette, Droit civil, les obligations, DALLOZ, 6ème édition, 2008, p 208.
- (57) علي فيلاي، الالتزامات النظرية العامة للعقد، الطبعة الثالثة، موفم للنشر، الجزائر، 2013، ص ص 177-178.
- (58) عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، مصر، 2008، ص 271.
- (59) خلوفي خدوجة، بشور فتيحة، مرجع سابق، ص 4.
- (60) كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد...، مرجع سابق، ص ص 11-12.
- (61) كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد...، مرجع سابق، ص 11.
- (62) عبد العزيز مرسي حمود، "الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة" دراسة مقارنة"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر، العدد 18، السنة التاسعة، أكتوبر 2000، ص 398.
- (63) رشيد ساسات، المسؤولية عن الإعلام ما قبل التعاقد، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 39، سبتمبر 2014، ص 169.
- (64) عبد الفتاح حجاري، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 10.
- (65) عبد الفتاح حجاري، مرجع سابق، ص ص 10-11.
- (66) كريمة بركات، المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد...، مرجع سابق، ص 13.
- (67) قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004 معدل ومتمم بموجب القانون رقم 06-10 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.

