

## الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

قصار الليل عائشة

أستاذة باحثة دكتوراه

أستاذ مساعد – أ -

جامعة باتنة 1

الملخص:

جاءت هذه الدراسة للبحث في الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، بإعتباره أهم إلتزام مفروض في هذه المرحلة، بهدف إلى تنوير إرادة المستهلك حول ظروف التعاقد .

فكانت الإشكالية المثارة حول كيفية تنظيم المشرع لهذا الإلتزام، وللإجابة على ذلك أعتمد المنهج التحليلي، فقسمت الدراسة إلى مبحثين، خصص المبحث الأول للتعريف بماهية هذا الإلتزام في حين تضمن المبحث الثاني دراسة مختلف الأحكام المقررة له.

فخلصت الدراسة إلى نتيجة تتمثل في تكريس المشرع الجزائري لهذا الإلتزام بإعتباره ضمانا أساسية في العقود الإلكترونية. الكلمات المفتاحية: الإلتزام بالإعلام، العقد الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية.

## Résumé

Cette étude est une recherche sur l'obligation d'information électronique qui précède la conclusion du contrat ;étant donnée qu'elle est la principale obligation apposée à l'auteur de l'offre à cette phase,puisque'elle vise à éclairer la volonté de la partie cocontractante éventuelle – à savoir le consommateur- sur les circonstances éventuelles de conclusion du contrat .

La problématique soulevée est :

Comment le législateur national a-t-il règlementé cette obligation?

Pour répondre à cette problématique nous avons adopté la méthode analytique qui nous a mené vers deux chapitres ;le premier est consacré à la définition de cette obligation,alors que le second traite des différents règlements y applicables.

En conclusion,l'étude aboutie à la concrétisation de cette obligation par le législateur national comme étant une garantie fondamentale dans les contrats électroniques.

مقدمة :



إن تحول منهج دراسة حماية المستهلك من منهج تصوري مركز على لحظة إبرام التصرف القانوني قائم على البطلان و جبر الضرر، إلى المراحل السابقة لإبرامه ، لما تشكله من خطورة ، يزداد أهمية ضمن العالم الافتراضي للعقد الإلكتروني المبرم عن بعد ، حيث يكون المستهلك غير قادر على معاينة محل التعاقد بسبب الغياب المادي للأطراف ما ينعكس على ظروف التعاقد فيجعله غير عالم بها.

نظرا لأهمية هذه المرحلة عمدت مختلف التشريعات إلى فرض التزامات قانونية تهدف أساسا لحماية المستهلك ، حيث يعتبر الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد أبرزها، بإعتبار أن العملية التعاقدية تتم عن بعد، مما يوجب التعريف بكافة الشروط العامة للتعاقد بهدف تنوير إرادة المستهلك فيتحقق بذلك التوازن العقدي من حيث الدراية والعلم والذي يستوجب المسؤولية في حال الإخلال به.

إستنادا لذلك بادر المشرع الجزائري إلى إلزام المهني بتقديم المعلومات الأساسية إلى المستهلك كإلتزام قانوني ناشئ عن ضرورة معالجة الإختلال الفادح بين المتعاملين بشأن العلم والإحاطة بموضوع التعاقد من خلال قواعد حماية المستهلك ، وقد أكد المشرع الجزائري على هذا الإلتزام بإرسائه قواعد خاصة بكيفيات وشروط إعلام المستهلك .

وعليه تتمثل إشكالية الدراسة في البحث عن الإطار القانوني المنظم للإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد في القانون الجزائري ، فيطرح السؤال القانوني كالتالي: كيف نظم المشرع الجزائري الإلتزام بالتبصير الإلكتروني السابق للتعاقد ؟

يتم الإجابة عنها وفقا لمنهج تحليلي ، طبقا للخطة الآتية :

المبحث الأول : ماهية الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

المبحث الثاني : أحكام الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

المبحث الأول : ماهية الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

يعرف العقد الإلكتروني على أنه عقد مبرم عن بعد، يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للإتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة مرئية ، بفضل التفاعل بين الموجب والقابل<sup>(1)</sup>.

يتضح من ذلك أن عملية تبادل المعلومات وإبرام وتنفيذ العقد تتم عن بعد بحسب الأصل العام مما يتوجب ضمان حد أدنى من الحماية للمستهلك الإلكتروني بفرض إلتزام بالإعلام على مقدم العرض عبر مختلف الوسائط الإلكترونية بوجوب ذكر مختلف البيانات التعريفية للسلعة أو الخدمة المقدمة ، وهذا ما يعرف قانونا بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد ، حيث يتم البحث في تحديد مفهومه (المطلب الأول) ، وبيان تمييزه عما يشابهه (المطلب الثاني) .

المطلب الأول : مفهوم الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

إن تحديد مفهوم هذا الإلتزام يقتضي بيان معناه ( الفرع الأول) ، في حين يخصص ( الفرع الثاني) لشروطه .

الفرع الأول: تعريفه

عرف جانب من الفقه<sup>(2)</sup> الإلتزام بالإعلام على أنه إلتزام يترتب على من يمتلك معلومات عن موضوع العقد المزمع إبرامه أن يلقي الضوء عليه حتى يكون الطرفان على بينة مما هما مقبلان عليه من إلتزامات ومنافع يعولان عليها من العقد .



كما عرفه جانب آخر على أنه<sup>(3)</sup> : قيام الطرف المالك للمحل الذي يجري التعاقد عليه بإحاطة الطرف الآخر العلم بكيفية استعماله .

بإسقاط تلك المفاهيم على العقد الإلكتروني في مرحلته السابقة على لحظة الإبرام ، يلاحظ أن ذات المفاهيم تتكرر ومرد ذلك يكمن في إعتبار أن وجه الإختلاف بين العقد الإلكتروني والعقد التقليدي يرجع إلى خصوصية الوسيلة المستخدمة في إبرامه ، فإن كان الإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد يتم بشكله التقليدي في ظل العقود المادية فهو يتم بشكل إلكتروني عبر مختلف الوسائط الرقمية كالبريد الإلكتروني أو المحادثة أو عبر المواقع الإلكترونية التي تمثل الصورة الأهم والأكثر إنتشارا في العقود الإلكترونية .

من ثمة جاء تعريف الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد على أنه : إلتزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه وبياناته التجارية وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستنيرة<sup>(4)</sup> .

فتتجسد بذلك أهمية هذا الإلتزام من خلال الغياب المادي للأطراف بحكم التعاقد بوسائط إلكترونية فالمنتوج المعروض عبر الموقع الإلكتروني مثلا ، لا يمنح للمستهلك إمكانية معاينته بشكل مادي ملموس كما هو مألوف في العقود المادية التقليدية للتأكد من سلامته وملاءمته لإحتياجاته .

فما هو معروض يمثل كل ما يعلمه المستهلك الإلكتروني المفتقر للجانب المعلوماتي للوسائط الإلكترونية المستخدمة في العرض في أغلب الحالات : فكل ما هو أمامه مجرد صور ومعلومات تحتاج إلى ثقة وأمان يؤكد وجودها شخص محترف يقع على عاتقه تبصير المستهلك بكامل المعلومات المنورة لإرادته، فيجد بذلك هذا الإلتزام أساسه في عدم التوازن العقدي من حيث العلم بين أطرافه.

بالرجوع إلى التشريع الجزائري يلاحظ أنه عمل على تكريس وتأكيد حق المستهلك في الإعلام المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك وقمع الغش<sup>(5)</sup>، بإصداره المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>(6)</sup> من خلال توفير البيانات والمعلومات حول السلعة أو الخدمة المقدمة ، فمعنى الإعلام عند المشرع الهادف لتنوير إرادة المستهلك من خلال تقديم كل معلومة متعلقة بالمنتوج مهما كانت الوسيلة المستخدمة في ذلك سواء بشكل تقليدي أو إلكتروني<sup>(7)</sup> .

فإن كان المشرع قد أكد على معنى الإلتزام بالإعلام بشكل واضح وبوجه عام بعدم تمييزه بين الإلتزام بشكله التقليدي و الإلكتروني إلا أنه يبقى للثاني الأهمية الكبرى لأنه يمثل صمام الأمان لتحقيق رضا مستنير للمستهلك الإلكتروني فيحقق الثقة في الوسيلة الإلكترونية ، وهو الأمر الذي دفع المشرع إلى التركيز على الإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد من خلال المادة 5 من ذات المرسوم بوجوب توفير كم من المعلومات للمستهلك وتنصيبها عبر تقنيات الإتصال عن بعد لدفعه نحو إنشاء خطوات معاملة إلكترونية سليمة .

الفرع الثاني : شروطه



تتعلق شروط الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد بأطرافه ، تتصلب الأولى منها بشخص الدائن وهو المستهلك ، والثانية بشخص المدين به الذي يمثل المهني المحترف ، ويقدم لها في :

أولاً: جهل الدائن بالمعلومات المتعلقة بالعقد :

يجب أن يكون جهل الدائن بالمعلومات المتعلقة بالعقد مشروعاً<sup>(8)</sup> ويكون كذلك إذا إستند إلى إستحالة العلم بالمعلومات المتعلقة بالشيء محل العقد ، ويتجسد ذلك عند حيازة المدين لمحل العقد بصورة لا تسمح للمستهلك الدائن بمعرفة أوصافه وهو ما يتحقق في التعاقد الإلكتروني حيث يجد المستهلك نفسه أمام مجرد صور لمنهج عبر وسائط إلكتروني ما يسبب ذلك إخلالاً بمبدأ المساواة في العلم بين الطرفين ، كما يمكن أن يستند جهل الدائن إلى إعتبرات الثقة المشروعة المستندة إلى طبيعة المعاملة حيث لا تتعارض المصالح أو صفة الأطراف .

ثانياً : علم المدين بالمعلومات المتعلقة بالعقد

يجب أن يكون المدين عالماً بمجموع البيانات المتعلقة بمحل الإلتزام ، وأن يكون علمه هذا مؤثراً على رضا الدائن ، ومن ثمة يجب عليه التعهد بإعلام الطرف الآخر المستهلك ، وفقاً لمبدأ الأمانة العقدية والثقة المشروعة في المعاملات في نطاق حسن النية التي تعد أصلاً واجبا تم ترجمته في بنود التعاقد<sup>(9)</sup> ، وهو الأمر الواقع في العقود الإلكترونية فيفترض في المدين المستخدم للوسائط الإلكترونية عند عرضه المنتج أو الخدمة أن يكون محيطاً بالمعلومات التي تكون ضرورية للمستهلك<sup>(10)</sup>.

المطلب الثاني : تمييز الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد عن غيره

قد يتداخل مضمون هذا الإلتزام مع غيره من الإلتزامات التي يكون محلها تقديم بيانات أو معلومات فضلاً على أنه قد يحمل ذات التسمية مع غيره وإن كان ذلك في مراحل لاحقة للتعاقد فوجب بيان وجه التمييز والتداخل :

الفرع الأول : تمييز الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد عن الإلتزام بالإعلام العقدي

إن كان الهدف من وراء الإلتزام بالإعلام هو تنوير إرادة الطرف المراد التعاقد معه بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بالعقد وإمتناعه عن ذلك يفضي إلى قيام مسؤوليته ؛ وبالرغم مما توحىه التسمية الخاصة لكل منهما من تشابه إلا أن هناك فروق ظاهرة تتمثل في :

● إن الإلتزام بالإعلام التعاقد الإلكتروني هو أثر من آثار العقد يوجب على المتعاقد أن ينفذه بعد إبرام العقد بتزويد الطرف المتعاقد بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد حتى يتمكن من إستعماله و الإنتفاع به ، فهو يشمل كافة المعلومات التي تهدف إلى تحقيق الغاية التي من أجلها أقدم المتعاقد على إبرام العقد ، كما يشمل الإلتزام بالتبصير والتحذير من كافة المخاطر التي قد تنشأ عن إستخدامه والإرشادات التي تسهل من إستعماله ؛ في حين أن الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق هو إلتزام عام ينشأ قبل لحظة التعاقد بهدف لتنوير إرادة المستهلك فهو لا يشمل ذات الكم من المعلومات والنصح والإرشاد الذي يشمله الأول ، فهو مجرد إلتزام تعريفي .

● إن الإخلال بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد يرتب المسؤولية التقصيرية في حين أن الإلتزام بالإعلام التعاقد الإلكتروني ينتج مسؤولية عقدية .



الفرع الثاني : تمييز الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد عن الإلتزام بالنصح والمشورة إن الإلتزام بالنصح والمشورة لا يتضمن فقط وجوب تقديم كم من المعلومات عن المحل المراد التعاقد عليه وإنما يوجب تقديم النصح بالقيام بالعمل أو الإمتناع عنه ، فهو يتطلب بذل عناية أكبر في سبيل تقديم المشورة فقد يتضمن إقتراح بعرض على المستهلك كما هو الحال في عقود المعلوماتية، كما قد تتضمن دراسة عن المنتج أو الخدمة والنتائج المترتبة عنه<sup>(11)</sup>. بذلك يكون مشمولاً بالإلتزام بالإعلام العقدي كصورة من صورته في حين أن الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد يقتصر فقط على تزويد الطرف المقابل بالمعلومات والبيانات الضرورية دون أن يتضمن ذلك دفعا نحو إتجاه معين. وعليه يمكن القول أن الإختلاف بينهما يظهر جليا من حيث طبيعة وأثر كل منهما، فإن كان الإلتزام بالنصح والمشورة هو إحدى صور الإلتزام بالإعلام العقدي فهو يرتب مسؤولية عقدية ، بينما الإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد هو إلتزام قانوني يرتب مسؤولية تقصيرية .

المبحث الثاني : أحكام الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

نظم المشرع الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد من خلال أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك بإعتباره أحد الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في العقود الإلكترونية المبرمة عن بعد .

إستنادا لذلك يتم البحث في أساسه (المطلب الأول)، و التعرف على محله حيث يبدو للوهلة الأولى أنه عبارة عن كم من المعلومات مقدمة للمستهلك (المطلب الثاني)، فضلا عن بيان الجزاء المدني في حال مخالفته (المطلب الثالث) .

المطلب الأول : أساس الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

قبل تحديد الأساس القانوني (الفرع الثاني) يدرس بداية الأساس الفقهي (الفرع الأول) على إعتبار نشأته .

الفرع الأول : الأساس الفقهي

كمحاولة لإيجاد أساس للإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد قدم الفقه أسسا مختلفة ، فذهب جانب من الفقه إلى تفسير هذا الإلتزام على أساس نظرية عيوب الرضا خاصة عيب الغلط والتدليس حيث إعتبر أن مجرد كتمان المتعاقد لواقعة كان من الواجب عليه الإفضاء عنها تدليسا .

غير أنه أنتقد على أن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد هو إلتزم إيجابي وأنه حل محل إلتزام سلبي يقضي بعدم التدليس، و أن الإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد ينشأ وينقضي قبل قيام العقد ، فلو عرض موقع إلكتروني منتجا وقدم كل المعلومات الضرورية التفصيلية للمستهلك ثم رغب عنه ولم يبرم العقد فهل يقال هنا أن هذا الإلتزام نشأ عن عيوب الرضا مع عدم وجود عقد أصلا<sup>(12)</sup> .

في حين يذهب إتجاه آخر<sup>(13)</sup> إلى القول بأن الإلتزام بتقديم المعلومات يستند إلى مبدأ سلامة العقود والتوازن العقدي فيما بين طرفي العقد، ويبرر هذا الرأي بالقول بالتفوق الذي يحظى به أحد الأطراف على الآخر فأحدهما يتميز بالعلم بكافة تفاصيل



العقد ، ومستهلك لا يملك هذه المعلومات مما يخلق نوعا من عدم التوازن العقدي فينشأ الإلتزام بالإعلام السابق على من يملك المعلومة حتى يصبح العقد متوازنا .

ويذهب رأي آخر إلى تأسيسه على مبدأ حسن النية<sup>(14)</sup> فيجب أن يتصرف الطرف تجاه الآخر بإخلاص ، غير أن هذا الرأي لم يسلم من النقد لكون أن هذا المبدأ يظهر بصورة أوضح في مرحلة تنفيذ العقد، كما أنه يرافق جميع مراحل العقد بدء بتكوينه إلى إبرامه فتنفيذه .

بيد أن فريقا آخر<sup>(51)</sup> يرى أن الإلتزام بتقديم المعلومات هو إلتزام مصدره القانون وتحديدًا قوانين حماية المستهلك، بمعنى آخر أن النص القانوني هو الذي يلزم المتعاقد بأن يقدم للمتعاقد الآخر معلومات معينة في المرحلة السابقة على التعاقد ، وفي حال عدم وجود مثل هذا النص يلزم المدين بالإدلاء بالمعلومات الضرورية للمستهلك إستنادا لمبادئ حسن النية<sup>(16)</sup>.

يخلص من كل تلك الآراء أن أساس هذا الإلتزام يجب أن يكون التشريع فوجود مثل هذا النص يجعل المدين به ملزما بتقديم طائفة من البيانات حول محل التعاقد فإن لم يقم بذلك قامت مسؤوليته وسهلت أمام الدائن طرق إثباته وهذا ما اخذ به المشرع الجزائري ، وفي حال غيابه يمكن وقتها تأسيسه على مبدأ حسن النية .

#### الفرع الثاني : الأساس القانوني

تجدد الإشارة بداية إلى أن المشرع قد نص بصورة صريحة على الإلتزام بالإعلام من خلال المادة 17 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، حين ألزم المهني بإعلام المستهلك بجملة من البيانات عند عرضه لمنتجاته ، ونفس الأمر تضمنته المادة 4 من القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>(71)</sup> حيث أوجبت صراحة على البائع وجوب إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالمنتجات والخدمات وملايسات التعاقد تمكينًا له من الإحاطة والتبصر بالتصرف القانوني المقدم عليه ، فيحقق بذلك التوازن العقدي من حيث الدراية والعلم.

الملاحظ على هذه النصوص أن المشرع الجزائري لم يميز بين الإلتزام بالإعلام الذي يتم بالطرق التقليدية أو الإلكترونية و هو ما يستشف من عبارة « بأية وسيلة أخرى مناسبة» الوارد النص عليها ضمن المادة 17 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

كما كرس المشرع الجزائري فكرة الإلتزام بالإعلام من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك الذي يمثل الأساس القانوني لهذا الإلتزام ويخص هنا الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد محل الدراسة حيث عرف في المادة 3 منه مصطلح الإعلام والذي يعني جميع المعلومات المتعلقة بالمنتج وتحقق بأية وسيلة بما في ذلك الطرق التكنولوجية، حيث يلمس من خلال هذا النص تأكيد آخر على عدم تفرقة المشرع الجزائري بين فكرة الإلتزام بالإعلام وفقا للطرق التقليدية والإلكترونية بقدر إهتمامه بوجود تنوير إرادة المستهلك وتحقيق فكرة العلم بالمنتج أو الخدمة محل التصرف القانوني المزمع إبرامه.

كما نص صراحة على الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد في المادة 5 من المرسوم 13 – 378 بوجود توفير جميع البيانات المنصوص عليها في المرسوم عبر مختلف تقنيات الإتصال الحديثة المستخدمة في العرض .



كما أكد المشرع على فكرة الإلتزام بالإعلام السابق للتعاقد وما يهيم هنا الإلكتروني من خلال المواد 52- 53- 54- 56 الذي إشتراط فيها وجوب تقديم البيانات المتعلقة بالخدمة المقدمة وخصائصها وبيانات مقدم الخدمة والمسؤولية .

إستنادا لذلك يمكن القول أن هذه النصوص جسدت حقا أساسيا للمستهلك الإلكتروني تمثل في حقه في الإعلام الذي يعتبر أبرز مظاهر الحماية القانونية المقررة له ، هدفه تحقيق التوازن العقدي بين محترف يدرك كل المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المراد عرضها عالما بمختلف تقنيات الإتصال عن بعد ومستهلك لا يستطيع التأكد من سلامة وصحة المنتج إلا بعد إبرام العقد إلكترونيا مفتقر في أغلب الحالات للجانب المعلوماتي ، ومن هنا أعتبر الحق في الإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد شرطا لحرية الإختيار وضمانة أساسية في العقود المبرمة عن بعد .

المطلب الثاني : محل الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

لا يختلف المدين بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني عن المدين بهذا الإلتزام المستخدم للطرق التقليدية فهو يبقى ملزما بتبصير إرادة المستهلك بالإدلاء إليه بمجموعة من المعلومات تجعله على قدر المساواة معه من حيث العلم بالمنتج أو الخدمة المعروضة عليه عبر الوسيلة الإلكترونية.

إن المشرع الجزائري لم يكتف بضرورة الإدلاء ببيانات معينة لصالح المستهلك بصفة عامة بل عاد وأكد على المعلومات الواجب التصريح بها في حالة التعاقد عن بعد وهذا ما تضمنته المادة 5 من المرسوم التنفيذي 13 - 378 .

باستقراء نصوص المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه يمكن تصنيف البيانات محل الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد في العقود التي تتم عن بعد كالآتي :

- تحديد شخص مقدم الخدمة أو السلعة : حيث يجب أن يشمل العرض مجموع البيانات التي تسمح بتعريفه كإسمه وعنوانه ومقر شركته ورقم قيده في السجل التجاري أو سجل الصناعة التقليدية والحرف ورقم وتاريخ الرخصة وإسم وعنوان السلطة التي سلمتها والتعريف بمثل هذه البيانات عبر الوسائط الإلكترونية يبعث الثقة في المستهلك<sup>(18)</sup>.
- البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة : حيث يمكن المستهلك من الإطلاع على كافة خصائص السلع والخدمات المعروضة والسعر ومدة صلاحية العرض والشروط الخاصة بتحديد المسؤولية والخاصة بتقديم الخدمة، فضلا على تكاليف النقل والتسليم والدفع وكيفية التنفيذ والمدة الدنيا للعقد المقترح عندما يتضمن تزويدا مستمرا أو دوريا، البنود المتعلقة بالضمان وشروط فسخ العقد وأن يتجنب أي دعاية أو إشهار كاذب ومظلل للمستهلك<sup>(19)</sup>.

بمفهوم المخالفة فإن إمتناع المدين عن الإدلاء بهذه المعلومات يعتبر إخلالا بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد يوجب المسؤولية وهو ما سيكون محالا للدراسة في المطلب التالي :

المطلب الثالث : جزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد مدنيا

إن الإلتزام القانوني بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد والمتربط في ذمة شخص المهني يؤدي في حال الإخلال به إلى قيام المسؤولية التقصيرية الموجبة للتعويض متى تم إثبات أركانها من قبل الدائن بهذا الإلتزام .

تتعقد المسؤولية التقصيرية بتحقق فكرة الخطأ الذي تتعدد صورته، بتعدد صور إخلال المدين بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني



السابق للتعاقد، فقد يتم بسلوك إيجابي كما في حال الأدلاء ببيانات خاطئة متعلقة بالسلعة أو الخدمة لحمل المستهلك على التعاقد، وقد يتم بوسائل سلبية كالسكوت عن الأدلاء ببعض المعلومات المهمة فيكتمها المدين بالرغم من أهميتها بالنسبة للدائن وعلمه بذلك .

إلى جانب الخطأ وجب أن يتحقق الركن الثاني الضرر وهو الأذى الذي يصيب المستهلك جراء إخلال المني بالتزامه بالإعلام، وإن كان فرض الإلتزام بالإعلام قانوناً سهلاً مهمة إثبات الخطأ بالنسبة للدائن فهو يجعل إثبات الضرر أكثر صعوبة، فضلاً عن ذلك وجب عليه إثبات علاقة السببية بين الخطأ والضرر وللمدين التخلص منها بقطعها بوجود السبب الأجنبي .

الخاتمة :

جاءت هذه الدراسة للبحث في الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد بإعتباره أهم الضمانات القانونية لحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد لتحقيق المساواة في العلم بين الأطراف، وتوصلت الدراسة إلى :

- إن المشرع الجزائري بنصه على هذا الإلتزام قد وفر حماية فعالة للمستهلك المتعاقد عبر تقنيات الإتصال عن بعد من المخاطر التي تحيط البيئة الرقمية .
- توصلت الدراسة إلى أن المشرع لم يهتم بالتمييز بين الإلتزام بالإعلام بشكله التقليدي والإلكتروني بقدر إهتمامه بضرورة تحقق فكرة العلم لتوفير قدر كاف من الحماية للمستهلك الإلكتروني بتأكيد على فكرة الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد .
- خلصت الدراسة إلى أن المشرع ألزم المني بوجود إعلام و تبصير المستهلك قبل التعاقد بكافة المعلومات المنصوص عليها والمحيطه بظروف التعاقد حتى يتحقق التوازن العقدي من حيث العلم .
- إن الإخلال بمثل هذا الإلتزام يعطي المستهلك الحق في المطالبة بالتعويض إستناداً لقواعد المسؤولية التقصيرية بإعتباره إلتزام قانوني سابق للتعاقد أساسه قواعد حماية المستهلك .

قائمة المراجع :

أولاً: القوانين :

- القانون رقم 04 – 02 و المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10- 06 مؤرخ في 5 رمضان 1435 الموافق 15 غشت 2010، الجريدة الرسمية العدد 46 المؤرخة في 8 رمضان 1431 الموافق 18 غشت 2010، ص 11 .
- قانون رقم 09 - 03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 11 ربيع الأول 1430 الموافق 8 مارس 2009، ص 12.
- مرسوم تنفيذي رقم 13 – 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58 المؤرخة في 14 محرم 1435 الموافق 18 نوفمبر 2013،

ص 8 .



ثانيا: المؤلفات :

- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دون رقم الطبعة وسنة النشر، دار النهضة العربية القاهرة .
- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دون رقم الطبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الأنترنت، دون رقم الطبعة، دار الكتب القانونية، مصر 2002 .
- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2006.
- عبد الحكيم عبد اللطيف القوني، حسن النية وأثره في التصرفات في الفقه الإسلامي والقانون المدني، دون رقم الطبعة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- عمر خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دون رقم الطبعة، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية 2012.
- ممدوح مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة (الكاتالوج، التلفزيون، الكمبيوتر، الأنترنت، التلفون) دراسة مقارنة بين القانون المدني، المصري والفرنسي والفقه الإسلامي، دون رقم الطبعة، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة 1999.
- مصطفى العوجي، القانون المدني، الجزء الأول، العقد، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.
- نوري حمد خاطر، عقود المعلوماتية، دراسة في المبادئ العامة في القانون المدني، دراسة موازية الطبعة الأولى، الدار العلمية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

الهوامش:

- 1- أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الأنترنت، دون رقم الطبعة، دار الكتب القانونية، مصر، 2002، ص 39.
- 2- مصطفى العوجي، القانون المدني، الجزء الأول، العقد، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص 187.
- 3- عبد الحكيم عبد اللطيف القوني، حسن النية وأثره في التصرفات في الفقه الإسلامي والقانون المدني، دون رقم الطبعة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 344 .
- 4- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 280 .



- 5- المادة 17 من قانون 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك
- 7- المادة 3 من مرسوم تنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .
- 8- مصطفى العوجي، المرجع السابق، ص 189 .
- 9- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دون رقم الطبعة، دارالجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2005 هامش رقم 2، ص 166.
- 10- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دارالفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 240.
- 11- نوري حمد خاطر، عقود المعلوماتية، دراسة في المبادئ العامة في القانون المدني، دراسة موازية، الطبعة الأولى، الدار العلمية ودارالثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 141-142 .
- 12- ممدوح مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة ( الكاتالوج، التلفزيون الكمبيوتر، الأنترنت التلفون) دراسة مقارنة بين القانون المدني، المصري والفرنسي والفقه الإسلامي، دون رقم الطبعة، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة 1999، ص 277.
- 13- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي دون رقم الطبعة وسنة النشر، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 105، نوري حمد خاطر، المرجع السابق، ص 137.
- 14- مصطفى العوجي، المرجع السابق، ص 181، عبد الحكيم عبد اللطيف القوني، المرجع السابق، ص 345.
- 15- ممدوح مبروك، المرجع السابق، ص 267.
- 16- عمر خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007، ص 343.
- 17- القانون رقم 04 - 02 و المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10 - 06 .
- 18- المادة 55 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .
- 19- المواد 5/1، المادة 52، 53، 55، 56، من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .