الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية

Commitment to inform before contracting in electronic contracts

د/بنت الخوخ مريم

المركز الجامعي عبد الله مرسلي تيبازة

meriemsadek27@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2022/06/21 تاريخ القبول:2022/07/04 تاريخ النشر: 2022/07/11

الملخص:

يعد الإلتزام بالإعلام السابق على التعاقد من بين أهم الآليات القانونية التي أوجدتها التشريعات الحديثة كضمانة فعالة لحماية المستهلك في مجال العقود المبرمة عبر وسائل الاتصال الحديثة ، التي غالبا ما تتميز بخصوصية نابعة عن إختلال التوازن العقدي بين المورد والمستهلك الإلكتروني الذي يبرم مثل هذه العقود على وجه السرعة لإقتناء سلع أو خدمات دون تفكر أو تروي.

وبإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية ولإعادة التوازن العقدي بين اطراف هذه العلاقة ،عمل المشرع الجزائري على تقرير هذا الحق وتنظيم ممارسته في التجارة الإلكترونية بموجب القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، بهدف حماية رضا المستهلك الإلكتروني وإعطائه ضمانة فعلية لصد ماقد يرتكبه المهني من تعسف خاصة وأنه يتفوق على المستهلك من ناحية العلم الكافي بالسلع و الخدمات الإستهلاكية ، و كذا ممارسته لكل الوسائل المغرية والمضللة لرضا المستهلك الذي تسيطر عليه حالة الضعف وتدفعه إلى إبرام العقد.

الكلمات المفتاحية: الإلتزام بالإعلام ، المستهلك الإلكتروني ، حماية ، السابق على التعاقد ، العقد الإلكتروني.

Abstract

The electronic consumer is the weak party in the consumer relationship and to restore the contractual balance between the parties to this relationship, the Algerian legislator worked on deciding the electronic supplier's commitment to the previous information on electronic contracting and regulating its practice in electronic commerce under Law 18-05 related to electronic commerce, with the aim of protecting electronic consumer satisfaction and giving him a guarantee Actual to counter the abuse that the professional may commit, especially as he is superior to the consumer in terms of sufficient knowledge of consumer goods and services, as well as his practice of all tempting and misleading means to satisfy the consumer, who is dominated by the state of weakness and pushes him to conclude the contract.

Keywords: Commitment to inform, electronic consumer, protection, pre-contract, electronic contract.

المؤلف المرسل:

مقدمة:

إن السرعة في إتمام العقد الإلكتروني قد تؤدي إلى التسرع في إبرامه دون العلم الكافي ببيانات التعاقد و خصائص محله ، و لا يخفى ما تخضع له إرادة المستهلك من ضغط و إغراء تصعب مقاومته ، بسبب الإعلانات التي يلجأ إليها المنتجون دائما لدفعه على التعاقد على السلع أو الخدمات التي ينتجونها أو يقدمونها ، سيما ما باتت تتسم به معظم المنتجات من تعقد و تطور تقني مستمر و خطورة على صحة المستهلك و حياته ، الأمر الذي قد يلحق الضرر به إذا لم يتبع ما يلزم من إحتياطات حال إستعمالها أو حفظها ، و من ثم كان ضروريا إلزام المنتج بأن يتيح للمتعاقد معه كافة البيانات و المعلومات التي تكفل الإستخدام المفيد و الآمن لمنتجاته .

و بذلك فإن حماية رضا المتعاقد عموما و المستهلك خصوصا يتوجب فرض بعض الإلتزامات على المهني لصالح الأول و لعل أهمها الإلتزام بالإعلام بإعتبار المدين به هو من يحوز البيانات الجوهرية المتعلقة بشروط و ظروف التعاقد و محله ، فمن دون فرض مثل هذا الإلتزام يتعذر على المستهلك إتخاذ القرار الصائب بشأن إبرام عقد الإستهلاك من عدمه ،مع ضمان صحة العقد و و تجنب المنازعات الناشئة بصدد تنفيذها ، فما هو الدور الذي يلعبه الإلتزام بالإعلام في حماية رضا المستهلك في مرحلة التفاوض ؟

للإجابة على هذه الإشكالية إعتمدنا على المنهج التحليلي و الوصفي لتبيان أهم جوانب الموضوع ، و الذي تطلب منا تقسيمه إلى مبحثين تطرقنا إلى ماهية هذا الإلتزامُ من خلال المبحث الأول ثم إنتقلنا إلى إستعراض النظام القانوني لهذا الإلتزام .

المبحث الأول:ماهية الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني .

إن إقرار الإلتزام بتزويد المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة ، هو تلبية لضرورة وجود نظام يكون بمثابة وقاية ضد محاولة إستغلال الأشخاص و حمايتهم من الإعلانات الخادعة ، كما يعد من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بين طرفي العلاقة و سلامة إرادتهما ، و ان التعاقد يتم بين متعاقد مورد و بين مستهلك يحتاج إلى حماية قانونية .

المطلب الأول:مفهوم الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني .

من أجل توضيح مفهوم الإلتزام بتزويد المستهلك بالمعلومات عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها و بيان محل هذا الإلتزاميقتضي منا الأمر أن نتولى تعريف هذا الإلتزام (الفرع الأول) ، ثم التطرق إلى الهدف من تقرير هذا الإلتزام (الفرع الثاني) .

الفرع الأول : تعريف الإلتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني .

يعرف الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني بأنه " إلتزام سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بإلتزام المزود بإعلام و تبصير المستهلك بالمعلومات الشاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الانترنيت أو أي وسيلة إلكترونية ، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره بإتخاذ القرار المناسب على ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد الإلكتروني ([1]).

و يقصد به أيضا " الإلتزام القانوني الذي يسبق ابرام العقد الإلكتروني ، و الذي يلتزم بموجبه أحد المتعاقدين الذي يملك المعلومات الجوهرية التي تخص العقد المراد إبرامه ، و تقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب و بكل شفافية و أمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة ([2]).

و لقد إهتم المشرع الجزائري بحق المستهلك في الإعلام سواء كان مستهلكا عاديا أو إلكترونيا ، بنصه على ضرورة أن يكون كل متعاقد على علم كاف بما هو مقدم عليه وفقا لنص المادة 352 ق م ، كم أكد على ذلك من خلال التشريعات الخاصة منها القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ([3])، و القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش([4]) ، الذي تضمن إلزامية إعلام المستهلك في المادتين 17و 18 منه ، كما نص المرسوم التنفيذي رقم 13-378المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام في المادة 15/3 منه " الإعلام حول المنتوجات هو كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الإتصال الهاتفي " ([5]).

و لم تنص المادة 5 من ذات المرسوم صراحة على الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني إلا أنها أشارت إليه من خلال عبارة " قبل إتمام الشراء و تظهر على دعامة البيع عن بعد " ، وهو ما يدل على أن المشرع الجزائري فرق بين المعلومات و البيانات الواجب تقديمها قبل التعاقد و بعده من خلال إجبارية تقديم كل البيانات وقت التسليم بنصه " تقدم كل البيانات الإجبارية وقت النسليم " و بالتالي يمكن إعتبارهإعترافا قانونيا بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني ([6]) .

و إصداره المشرع لقانون التجارة الإلكترونية 18-05 ([7]) نجد انه قد نص على الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني ، حيث ألقى على عاتق المورد الإلكتروني مسؤولية إعلام المستهلك الإلكتروني بكل الشروط التعاقدية و بكل المعلومات و المواصفات الخاصة بالمنتوج محل الطلب و ذلك بموجب نص المواد 11 و12 و13 منه ، و التي يستخلص منها أن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني هوذلكالإلتزام الذي يقع على عاتق المورد الإكتروني اتجاه المستهلك الإلكتروني بإمداده بكل المعلومات التفصيلية الدقيقة حول العقد المراد إبرامه، حتى يتسنى للمستهلك اتخاذ قراره بالإقدام على التعاقد أو الإحجام عنه ([8]) .

الفرع الثاني: الهدف من تقرير الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني .

ترجع مبررات الإتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني إلى تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين و إلى إعادة التوازن إلى العقد.

أولا : تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين .

فالمستهلك الإكتروني عند إقدامه على إبرام العقد فإنه يفتقر إلى البيانات و المعلومات الدقيقة عن اوصاف المنتوج محل الطلب و مدى ملائمتها لرغباته و كفايتها لإشباع حاجاته ، لذلك كان لابد من إلقاء إلتزام على عاتق المورد الإلكتروني ، بإعلام المستهلك الإلكتروني بهذه المعلومات و تنويره بكل ما هو ضروري عن السلعة أو الخدمة([9]) ، كون أن الوسائل الإلكترونية التي يبرم بها العقد تؤدي إلى الوقوع في عدة إشكالات ، و التي تعتبر ضعفا لدى المستهلك حال التعاقد عن بعد ، بداية من ضغط الدعاية الإلكترونية التي تدفعه على الإقبال على التعاقد على الكم الهائل من السلع و الخدمات الجديدة التي تفقده تركيزه في الإختيار الأنسب لمحدودية خبرته الفنية ([10]).

ثانيا : إعادة التوازن العقدي .

تتميز العلاقة التعاقدية التي تبرم بين المستهلك و المتدخل بعد التوازن التعاقدي نتيجة للمركز القوي الذي يملكه هذا الاخير في مواجهة المستهلك بفضل وضعيته الإقتصادية و الخبرة و العلم اللازمين ([11])، فالبائع او مورد الخدمة الذي يعرض بضائعه او خدماته عبر شبكة الأنترنيت مثلا يتميز بالعلم بكافة ظروف و تفاصيل العقد لمعرفته بكافة خصائص المبيع او الخدمة ، بينما الطرف الآخر و هو المستهلك يفتقر إلى هذه المعلومات ، فتحصل حالة من عدم التوازن في العلاقة العقدية ، لذلك يعد

الإلتزام بالإعلام السابق على التعاقد الإلكتروني أحد الضمانات المثلى و الأساسية الكفيلة بإيجاد رضاء سليم و إرادة واعية مدركة من شأنها تحقيق إعادة التوازن في العلم بين طرفي العقد تحقيقا للعدالة العقدية الواجب تحقيقها خلال المرحلة السابقة على التعاقد([12]) .

المطلب الثاني : شروط الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني .

يلزم لوجود هذا الإلتزام ضرورة توافر شرطين يتمثل الأول في جهل المستهلك بالمعلومات التي تؤثر في رضاه بالعقد(الفرع الأول) ، أما الشرط الثاني فيتمثل في علم المورد بالمعلومات العقدية و أن يكون الطرف الآخر جاهلا بمثل هذه المعلومات جهلا مشروعا أو مسوغا ، فإذا إنتفى أحد الشرطين إنتفى وجود هذا الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد.

الفرع الاول : جهل المستهلك بالمعلومات التي تؤثر في رضاه بالعقد .

ترجع الأسباب التي تحول دون إحاطة المستهلك بالبيانات العقدية ، إلى فرضين أحدهما الجهل المستند إلى إستحالة علم الطرف الآخر بالبيانات العقدية التي تتنوع إلى أسباب مرتبطة بالشيئ محل التعاقد تتعلق بوضع الشيئ القانوني او المادي ، أو بطرق إستخدامه ، و هي ما يطلق عليه بالإستحالة الموضوعية([13])، و أسباب تتعلق بشخص الدائن بهذا الإلتزام (المستهلك) و هي ما تعرف بالإستحالةالشخصية كأن يكون المقبل على التعاقد عديم الدراية أو قليل الخبرة بموضوع المعاملة إلى الحد الذي لا يمكنه من الإحاطة بهذه المعلومات أو إستيعاب مضمونها بمفرده و هو ما يطلق عليه وصف غير المحترف أو غير المهني فيما يتعلق بمجال المعاملة ([14]).

و مقتضى الفرض الثاني حالة الجهل المستند إلى إعتبارات الثقة المشروعة و يكون ذلك بسبب ما تولد لدى الشخص المقبل على التعاقد من ثقة في شخص الطرف الآخر و التي تنتج عنها قيام المورد من تلقاء نفسه باداءإلتزامه بالإعلام أداءا كاملا و واضحا ، و تقوم إعتبارات الثقة المشروعة إما بسبب طبيعة العقود خاصة العقود المتمتعة بخاصية وحدة المصالح بين أطراف العقد كعقد الوكالة ، أ, بسبب توافر صفة معينة في الأطراف المقبلة على التعاقد([15]).

الفرع الثاني : علم المورد بالبيانات و المعلومات المتعلقة بمحل التعاقد :

حيث يشترط لدى المورد أن يكون عالما بمضمون المعلومات و البيانات ، و أن يكون من شأن هذا العلم التأثير على رضا الطرف الآخر([16]) ، فبمقتضى هذا الإلتزام يقع على عاتق مقدم السلعة أو

الخدمة و من في حكمه ، بوصفه حائزا لها و خبيرا بها بحيث يتحقق له العديد من سبل العلم و المعرفة ما يؤدي إلى توافر قدر كبير لديه من المعلومات و البيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه ، و التي ينبغي الإدلاء بها للطرف الآخر الذي يجهل مثل هذه المعلومات ، و ذلك عملا على تنوير إرادة هذا الأخير و تصحيح رضائه عند التعاقد([17]) .

المبحث الثاني : النظام القانوني للإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني .

نظرا لخصوصية التعاقد الإلكتروني و الذي يتم فيه تبادل المعلومات و البيانات و إنعقاد العقد عن بعد ، لعدم تواصل المستهلك المكاني المباشر مع المنتج ، الذي يريد (المستهلك) التعرف على كل البيانات و المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة المعروضة على الموقع الإلكتروني([18]) ،كان لزاما تنوير و تبصير المستهلك عن طريق الإدلاء و الإفصاح عن المنتوج ، و التعريف بالسلعة و التي على أساسها يستطيع ان يقبل أو يرفض إبرام العقد الإلكتروني مع المورد ، فمتى أخل هذا الأخير بهذا الإلتزام ترتب عن ذلك جزاء .

المطلب الأول : مضمون الإلتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني .

حرص المشرع الجزائري في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من البيانات في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني ، إذ من شان هذه البيانات أن تحصنه من الوقوع في عيب من عيوب الرضا ، و بالتالي التعاقد برضا سليم و دراية كاملة و تامة مع من يتعاقد([19]) ، و حول حقيقة الشيء المتعاقد عليه و بنود و شروط العقد و هذا ما يسمى بمضمون الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي ، و الذي ينصب حول محاور ثلاثة أساسية سنتولى تبيانها ضمن الفروع التالية.

الفرع الأول : بيان الأوصاف الضرورية للسلعة .

ألزمت جل التشريعات الخاصة بحماية المستهلك تبيان الصفات الأساسية للمنتج او الخدمة محل العقد ، رغم إختلاف الوسائل الإلكترونية المستعملة في ذلك ، لأن جوهر الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني يتجسد فعليا في بيان خصائص و سمات السلع و الخدمات بإعتبارها الباعث الرئيسي على التعاقد بالنسبة للمستهلك الإلكتروني([20]) .

و على هذا الاساس فرض المشرع الجزائري بموجب القانون 18-05 على المورد الإلكتروني التصريح بالصفات الأساسية و التفصيلية للمنتوج قبل إبرام العقد الإكتروني ، و في هذا الصدد تنص المادة 3/11 منه" **يجب ان يقدمالمورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة ، و يجب أن يتضمن على الأقل و ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية : طبيعة و خصائص و أسعار السلع او الخدمات المقترحة باحتساب الرسوم** " .

و تنص المادة 2/12و3 " **وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني ، بحيث يجب تمكينه من التعاقد بعلم و دراية تامة ، و التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني ، لا سيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة** " ، كما تنص المادة 1/13 على " **يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية :الخصائص التفصيلية للسلع و الخدمات**".

يستخلص من النصوص السابقة أن المشرع الجزائري ، و في سبيل تمكين المستهلك الإلكتروني من الإقدام على التعاقد و هو على علم و يقين بتفاصيل الشيئ المتعاقد عليه ، فإنه ألقى على عاتق المورد الإلكتروني الإلتزام بإعلام المستهلك بكل الخصائص و الصفات الأساسية للمنتوج ، فإن كان محل العقد من السلع المادية فإن وصفها يكون بعرضها على شبكة الأنترنيت و بيان صفاتها كاملة من حيث الحجم و الوزن و درجة الجودة ، إلى جانب عرض صورها ، أما إذا كان محل العقد غير مادي كبرامج الحاسب الآلي الإلكتروني فإن وصفه يكون من خلال بيان حجم البرنامج و نظام التشغيل و التجهيزات المطلوبة لتشغيله بصورة صحيحة .

كما أضاف المشرع الجزائري إلى جانب الإلتزام ببيان ماهية المنتوج و خصائصه ، سعر المنتوج محل الطلب ، السعر الإجمالي و كيفية و إجراءات و شروط الدفع .

الفرع الثاني : تحديد شخصية المورد الإلكتروني .

إن تحديد شخصية المورد الإلكتروني ، تجعل من المستهلك على بينة من أمره ، فقد يكون الإعتبار الشخصي للبائع مصدرا أساسيا للمتعاقد بما يتوفر له عنصر الأمان و الضمان خصوصا و أنه تم عن بعد ، بالإضافة إلى أهمية ذلك في تحديد مركز المستهلك القانوني و وضوح إلتزامه و مدى إمكانية تنفيذه([21]) .

ففي سبيل تحديد هوية المورد الإلكتروني فرض المشرع الجزائري بموجب القانون 18-05 على كل تاجر طبيعي أو معنوي يريد مزاولة التجارة الإلكترونية ان يقوم بتسجيل نفسه في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية ، و ألزمه بوضع إسم موقعه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري قبل ممارسة العمل التجاري الإلكتروني ([22]) ، كما أنشأ بطاقة وطنية لدى مصالح المركز الوطني تضم أسماء الموردين الإلكترونيين ، على أن تنشر هذه البطاقة عن طريق الوسائل الإلكترونية لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني للتأكد من هوية المورد الإلكتروني([23]) .

كما ألزم المشرع المورد أثناء تقديمه للعرض التجاري الإلكتروني أن يذكر رقم التعريف الجبائي ، العنوان المادي و الإلكتروني ، رقم الهاتف ، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي([24]) .

الفرع الثالث : تحديد بنود وشروط العقد .

و يتمثل في إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من البيانات التي تخص العقد و شروطه ، سواء تعلقت هذه الشروط بمرحلة التعاقد ام بالمرحلة التالية المتمثلة في تنفيذ بنود العقد ، و قد اكد المشرع الجزائري بموجب المادة 11 من القانون 18-05 على وجوب إعلام المستهلك الإلكتروني بشروط العقد و المتمثلة في : شروط الضمان التجاري و خدمة ما بعد البيع ، وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية ، شروط فسخ العقد عند الإقتضاء ، شروط و آجل العدول عند الإقتضاء، طريقة تأكيد الطلبية ، موعد التسليم ، الشروط العامة للبيع ، طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا ، طريقة إرجاع المنتوج أو إستبداله أو تعويضه .

المطلب الثاني : تنوع الجزاء المطبق على الإخلال بالإلتزام بالإعلام ما قبل الإلكتروني .

إن تحديد محل الحماية في الإلتزام بالإعلام السابق على التعاقد ، و هو رضا الطرف المقبل على التعاقد ، يعد أولى خطوات تحديد نطاق البحث عن جزاء مناسب و موضوعي يترتب لدى مخالفته ، و ذلك قياسا على الجزاءات المنصوص عليها قانونا .

و على هذا الأساس فإن أهم ما يتميز به الجزاء الخاص بإخلال المورد الإلكتروني بإلتزامه بإعلام المستهلك الإلكتروني انه متنوع ، فإلى جانب حق طلب التعويض في حالة إلحاقه بضرر بفعل المنتوج او الخدمة ، يضاف إليه جزاء جزائي بمجرد عدم إحترام المورد لإلتزامه بالإعلام دون حاجة إلى وجود ضرر يلحق المستهلك([25]).

الفرع الأول : الجزاء المدني .

عن الجزاء المترتب على مخالفة الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي ، يستمد أساسه و خصائصه من عنصرين أولهما : الطبيعة غير العقدية للإلتزام بالإعلام الذي يتم في مرحلة سابقة على التعاقد و هو أمر يتعلق بتقديم المعلومات الكافية ، و المتعلقة بالوضع القانوني للشيء أو بصفاته المادية و أمور أخرى ، و هي معلومات لازمة لايجاد رضا حر و سليم ، و ثانيهما : الهدف من تقريره و هو العمل على تنوير إرادة المستهلك لدى التعاقد ، و من ثم الإخلال به يعد أمرا ذا تأثير بالغ على رضا هذا المستهلك لدى التعاقد ، تأثيرا يؤدي إلى تعيب إرادته([26]).

و عليه فغذا أخل المورد الإلكتروني بهذا الإلتزام و لك يقم بتقديم ما ينبغي تقديمه من بيانات للمستهلك الإلكتروني ، فإن لهذا الأخير كما أقر المشرع الجزائري في نص المادة 14 من القانون 18-05 حقان : الاول المطالبة بإبطال العقد و الثاني المطالبة بالتعويض جراء ما لحقه من ضرر.

أولا : إبطال العقد الإلكتروني.

نظرا للخصوصية التي تتميز بها عقود التجارة الإلكترونية ، فإن المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع في عيب من عيوب الإرادة ([27])، نتيجة إخلال المورد الإلكتروني بإلتزامه المتمثل في تنوير و تبصير إرادته ، و لقد خول المشرع الجزائري بموجب المادة 14 من القانون 18-05 للمستهلك الإلكتروني الذي وقع في عيب من عيوب الإرادة المطالبة بإبطال العقد الإلكتروني ، إذ نصت على " **في حالة عدم إحترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه ، من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد و التعويض عن الضرر الذي لحق به** " .

أ-المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك الإلكتروني في غلط .

وضع المشرع الجزائري لطلب إبطال العقد بسبب الغلط شروطا محددة يستلزم توافرها لقيامه ، إذ يشترط في الغلط الذي يعيب الإرادة و يجعل العقد قابلا للإبطال أن يكون جوهريا ([28])، و هو مانصت عليه المادة 81 ق م .

فبالنسبة لشرط جوهرية الغلط ، ذهب الفقه إلى أن محل هذا الإلتزام هو المعلومات و البيانات المتعلقة بخصائص و أوصاف و شروط العقد المراد إبرامه ، و اللازم قيام الدائن بالإفضاء بها للمدين ، و التي

يترتب على عدم العلم بها ، إما عدم الحيلولة دون إبرام العقد كلية أو إبرام العقد و لكن بشرط آخر ، و من ثم يحق للمتعاقد طلب الإبطال لغلط لبلوغه مرتبة الغلط الدافع ([29]).

في الغالب نجد أن المتعاقد عبر شبكة الأنترنيت يقع في غلط و ذلك بسبب البعد المكاني بين الأطراف و لأن هذه العقود تبرم عن بعد و لا يمكن حصر أنماط العقود أو صور الوقوع في غلط فإن الأمر يختلف عما يمكن أن يحدث في إطار العقود التقليدية ، غير أن مجال التعامل الإلكتروني يظهر إمكانية حدوث خطأ في التواصل مع الشبكة حيث يرتكب المستخدم خطأ بشأن الخانة التي يضغط عليها حيث يبدأ في الخطوات التي تؤدي به إلى أن يجد نفسه متعاقدا رغم عدم إتجاه إرادته لذلك ، بالرغم من أنه يمكن أن يلغي ذلك بسهولة .

ب- المطالبة بإبطال العقد لتدليس.

يظهر ذلك في حالة إحتفاظ المورد الإلكتروني بالسكوت ، فالكتمان عن واقعة أو ملابسة كان من الواجب الإفضاء بها و كان دافعا للتعاقد بحيث لو علم المتعاقد بالواقعة أو الملابسة التي كتمت لما أبرم العقد ، عد ذلك تدليسا ، مما يؤدي إلى الإخلال برضاء المتعاقد و يبيح للمدلس عليه (المستهلك الإلكتروني) المطالبة بإبطال العقد .

و لا يختلف التدليس الإلكتروني عن التدليس التقليدي سوى في الوسيلة المستعملة و هي شاشة الحاسوب حيث يستعمل المورد كافة الطرق الإحتيالية من صوت و صورة لإيهام المتعاقد و تغليطه و تضليله لدفعه إلى التعاقد ، مما وجب تقرير حماية للمستهلك تتيح له في حالة إصابته بضرر من جراء الإعلان التجاري الإلكتروني المضلل أن يستفيد بوصفه متعاقد من إبطال العقد وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية أو التعاقدية .

ثانيا : المطالبة بالتعويض .

إن إخلال المورد الإلكتروني بتنفيذ إلتزامه المسبق بالإعلام من شأنه تضليل المستهلك الإلكتروني و دفعه إلى إبرام عقد من غير إرادة حقيقية ، الأمر الذي من شأنه أن يلحق أضرارا بالمستهلك ، و في سبيل جبر الضرر الذي يتعرض له المستهلك الإلكتروني أقر المشرع بالتعويض في نص المادة 14 المذكورة أعلاه ، وذلك لإحداث نوع من العدالة و إعادة التوازن المفقود في العقود الإلكترونية ، بالرغم من

أنه سكت عن تقدير قيمة المبلغ المستحق للتعويض و كذا كيفية تقديره و العناصر التي يخضع لها في ذلك.

الفرع الثاني : الجزاء الجنائي الردعي .

في ظل غياب التنظيم التشريعي الكافي للتعاقد الإلكتروني في الجزائر فلا مفر من اللجوء إلى القواعد العامة الموجودة في قانون حماية المستهلك 09-03 و التي نظم فيها الحق في الإعلام في نص المادتين 17 و 18 ، حيث جعل جزاءا جنائيا لمخالفته ، وارد في نص المادة 78 المعدلة بموجب المادة 7 من القانون 18-09 ، و التي تعاقب التاجر بغرامة من مائة ألف100.000 دج إلى مليون 1.000.000 دج كل متدخل مخالف لإلزامية إعلام المستهلك المنصوص عليها .

و كذلك العقوبة التكميلية وفق ما نصت عليه المادة 82 من القانون السالف الذكر مضمونها مصادرة المنتوجات و الأدوات و كل وسيلة أخرى أستعملت في إرتكاب المخالفة .

غير أنه ما يلاحظ على هذه العقوبة أنها غير ردعية بالنسبة للمنتج الذي يملك إمكانيات مادية تمكنه أن يدفع أكثر في الوقت الذي يظل مزاولا لنشاطه الذي يجني منه أرباحا طائلة ([30]).

خلافا عن المشرع الجزائري نجد أن التشريع المقارن كالتشريع التونسي إعتبر الإخلال بالإلتزام بالإعلام جريمة تعرض صاحبها للمتابعة الجزائية حسب الفصل 49 من القانون 83 لسنة 2000 ، وذلك بغرامة تتراوح بين 500 و 5000 دينار ، كما نص الفصل 50 من نفس القانون على أنه يعاقب كل من إستغل ضعف أو جهل شخص في إطار عمليات البيع الإلكتروني بدفعه للإلتزام حاضرا أو آجلا بأي شكل من أشكال بغرامة تتراوح بين 1000 و 2000 دينار و ذلك إذا ثبت من ظروف الواقعة أن هذا الشخص غير قادر على تمييز أبعاد تعهداته أو كشف الحيل و الخدع المعتمدة ([31]).

أما المصدر الأساسي للدول الأوروبية في حماية المستهلك الإلكتروني هو التوجيه الأوروبي رقم 97-07 خاصة ما تعلق بجزاء مخالفة الحق في الإعلام ، و نرجع في ذلك إلى نص المادة 11-1 منه التي تحث الدول على إيجاد الوسائل الفعالة الكفيلة بإحترام نصوص هذا التوجيه .

الخاتمة:

لقد أصبحت مسألة حماية المستهلك من المسائل المهمة في وقتنا الراهن ، و قد زادت هذه الأهمية مع إزدهار المعاملات التجارية عبر الوسائط الإلكترونية ، و التي أدت إلى الرفع من المخاطر التي تواجه المستهلكين ، خاصة في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني ، إذ تشترط معظم القوانين أن يكون رضا المستهلك الإلكتروني سليما وصحيحا ، وهذا ما كفله المشرع الجزائري من خلال إلزام المورد الإلكتروني بالإلتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني بكل المعلومات التفصيلية المتعلقة بالمنتوج و بهوية المورد .

إذ يعتبر إلتزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني من أهم و أبرز الضمانات القانونية الوقائية المستحدثة لحماية المستهلك في العقود التي تتم في العالم الإفتراضي لتحقيق المساواة في العلم بجوانب العقد المبرم بين المتعاقدين ، و التي تجد مجالها الحقيقي في مرحلة التفاوض التي تسبق إبرام العقد ، من خلال تقديم المعلومات بشكل يسمح للمستهلك بالعلم الكافي و الجامع بالسلعة أو الخدمة المقدمة ، و ذلك لعدم إمكانية معاينة المبيع معاينة مادية قبل التعاقد ، و هو من بين الإلتزامات الأساسية و الضرورية التي فرضها المشرع على مقدم الخدمة و التي لابد منها لصحة العقد ، لتحقيق شفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية ، و بالتالي توفير حماية أكثر للمستهلك الإلكتروني و توفير الثقة في التعامل بالتجارة الإلكترونية بين المتعاملين مما يسرع إنتشارها و إتساع نطاقها.

الهوامش:

[1]– قطاف إسماعيل ، العقود الإلكترونية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، في القانون الخاص ، جامعة الجزائر –1– ، 2006 ، ص 49.

[2]– خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة ، مجلة النجاح للأبحاث (العلوم السياسية)، المجلد 27 ، العدد 1 ، 2013 ، ص 7.

[3]– القانون رقم 04–02 المؤرخ في 2004/06/23 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر عدد 41 ، الصادرة في 2004/06/27 .

[4]– القانون 09–03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر عدد 15 ، الصادرة في 2009/03/8 .

[5]– المرسوم التنفيذي رقم 13–378المؤرخ في 2013/11/9 ، المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام ، ج ر عدد 58 ، الصادرة في 2013/11/18 .

[6]–عبايد فريحة حفيظة ، الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ، مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة تيارت / المجلد 3 ، العدد 2 ، ص 425

[7]– القانون رقم 18–05 المؤرخ في 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ج ر العدد 28 لسنة 55 الصادرة في 2018/05/16 .

[8]– الزهرة جقريف ، الإلتزام بالإعلام ماقبل التعاقد كضمانة لحماية المستهلك الإكتروني ، مجلة المعيار ، المجلد 24 ، العدد 51 ، 2020 ، ص 717 .

[9]– موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دراسة مقارنة ، الطبعة الاولى ، مكتبة السنهوري ، بغداد ، 2001 ص 95 .

[10]–عبوب زهيرة ، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة تيزي وزو ، 2018 ، ص 91 .

[11]– سامي بن حملة ، إعادة التوازن العقدي بين المستهلك و المتدخل في عقود الإستهلاك ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، العدد الخامس ، مارس2015 ، ص 89 .

[12]– سعيد عبد السلام ، الإلتزام بالإفصاح في العقود ، الطبعة الاولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 ، ص 75 .

[13]– بن عديدة نبيل ، الإلتزام بالإعلام و توابعه في مجال قانون الإستهلاك ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه فيي العلوم ، قانون خاص ، كلية الحقوق ، جامعة وهران2 ، 2018 ، ص 343 .

[14]– أحمد محمد الرفاعي ، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ، الطبعة 1،دار النهضة العربية ، مصر ، 1994 ، ص 106

[15]– نزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد و تطبيقاته على أنواع العقود ، دار النهضة العربية ، مصر ، 1999 ، ص 10.

[16]–محمد العروصي ، الإلتزام بالإعلام خلال مرحلة تكوين عقد البيع ، الطبعة 2 ، مطبعة ووراقة الزيتون ، المغرب ، 2012 ، ص 181.

[17]– بادي عبد الحميد ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم ، قانون خاص ، جامعة الجزائر –1–، 2019 ، ص 68 .

[18]–هادي مسلم يونس البشكاني ، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية –دراسة مقارنة –، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2009 ، ص 323.

[19]–محمد حسين منصور ، أحكام البيع التقليدية و الإلكترونية و حماية المستهلك ، دار الفكر الجامعي ، القاهرة ، مصر ، 2006 ، ص 150 .

[20]–نصيرة غزالي ، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في التجارة الإلكترونية ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة الأغواط ، المجلد 6 ، العدد 2 ، 2019 ، ص 75 .

[21]–محي الدين جمال ، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنيت ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، العدد 2 ، عدد خاص ، جانفي 2012 ، ص 170.

[22]–المادة 8 من القانون 18–05 " **يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية .....يجب ان يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته** "

[23]–المدة 9 من نفس القانون " " **تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري ، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري ، او في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية ، لا يمكن ممارسة التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع إسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري ، تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الإتصالات الإلكترونية و تكون في متناول المستهلك الإلكتروني** "

[24]–المادة 11 /2 و 3 " **يجب أن يقدم المورد الإلكترونيالعرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة ، و يجب أن يتضمن على سبيل الحصر المعلومات الآتية : التعريف الجبائي ، و العناوين المادية و الإلكترونية ، و رقم هاتف المورد الإلكتروني ، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي** ".

[25]–حامق ذهبية ، الإلتزام بالإعلام بالعقود ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر –1– ، 2009 ، ص 289 .

[26]–احمد بومدين ، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك ، مجلة العلوم القانونية معهد الحقوق ، المركز الجامعي الوادي، الجزائر ، العدد 1 ، جوان 2010 ، ص 180.

[27]–نص المشرع الجزائري على عيوب الإرادة في المواد 81– 91 ق م ، و المتمثلة في الغلط ، التدليس ، الإكراه ، الغبن الناتج عن الإستغلال ، و ما تجب الإشارة إليه أنه من المستبعد وقوع المستهلك الإلكتروني ضحية لعيبي الإكراه و الإستغلال نتيجة عدم التواجد المكاني لطراف العقد .

[28]–لا يختلف عيب الغلط في العقد التقليدي كعيب من عيوب الإرادة عن عيب الغلط الذي يوجد في التعاقد الإلكتروني ، فهذا الغيب أمر متصور الحدوث في كلا الحالتين سواؤ كان التعاقد تقليديا أو إلكترونيا .

[29]–بومدين أحمد ، المرجع السابق ، ص 181 .

[30]–سي يوسف زاهية حورية ، إلتزام المنتج بإعلام المستهلك ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، العدد 2 ، عدد خاص ، جانفي 2012 ، ص 94 .

[31]–بادي عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص 85 .

المراجع:

القوانين

1- القانون رقم 04–02 المؤرخ في 2004/06/23 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر عدد 41 ، الصادرة في 2004/06/27 .

2– القانون 09–03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر عدد 15 ، الصادرة في 2009/03/8 و المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 18–09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 ، ج ر الصادرة في 13 يونيو 2018 .

3- القانون رقم 18–05 المؤرخ في 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ج ر العدد 28 لسنة 55 الصادرة في 2018/05/16 .

4–المرسوم التنفيذي رقم 13–378المؤرخ في 2013/11/9 ، المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام ، ج ر عدد 58 ، الصادرة في 2013/11/18 .

الكتب:

1–أحمد محمد الرفاعي ، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ، الطبعة 1،دار النهضة العربية ، مصر ، 1994 .

2–سعيد عبد السلام ، الإلتزام بالإفصاح في العقود ، الطبعة الاولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000.

3-موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دراسة مقارنة ، الطبعة الاولى ، مكتبة السنهوري ، بغداد ، 2001 .

4-محمد العروصي ، الإلتزام بالإعلام خلال مرحلة تكوين عقد البيع ، الطبعة 2 ، مطبعة ووراقة الزيتون ، المغرب ، 2012 .

5-نزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد و تطبيقاته على أنواع العقود ، دار النهضة العربية ، مصر ، 1999.

6-هادي مسلم يونس البشكاني ، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية -دراسة مقارنة -، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2009 .

7-محمد حسين منصور ، أحكام البيع التقليدية و الإلكترونية و حماية المستهلك ، دار الفكر الجامعي ، القاهرة ، مصر ، 2006 .

الأطروحات والمذكرات:

1-بادي عبد الحميد ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم ، قانون خاص ، جامعة الجزائر -1-، 2019

2-بن عديدة نبيل ، الإلتزام بالإعلام و توابعه في مجال قانون الإستهلاك ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم ، قانون خاص ، كلية الحقوق ، جامعة وهران2 ، 2018

3-حامق ذهبية ، الإلتزام بالإعلام بالعقود ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر -1- ، 2009 .

4-عبوب زهيرة ، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة تيزي وزو ، 2018

5-قطاف إسماعيل ، العقود الإلكترونية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، في القانون الخاص ، جامعة الجزائر -1- ، 2006

المقالات:

1-أحمد بومدين ، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك ، مجلة العلوم القانونية معهد الحقوق ، المركز الجامعي الوادي، الجزائر ، العدد 1 ، جوان 2010 .

2-الزهرة جقريف ، الإلتزام بالإعلام ماقبل التعاقد كضمانة لحماية المستهلك الإكتروني ، مجلة المعيار ، المجلد 24 ، العدد 51 ، 2020 .

3-محي الدين جمال ، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنيت ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، العدد 2 ، عدد خاص ، جانفي 2012.

4-نصيرة غزالي ، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في التجارة الإلكترونية ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة الأغواط ، المجلد 6 ، العدد 2 ، 2019 .

5-سامي بن حملة ، إعادة التوازن العقدي بين المستهلك و المتدخل في عقود الإستهلاك ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، العدد الخامس ، مارس2015 .

6-سي يوسف زاهية حورية ، إلتزام المنتج بإعلام المستهلك ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، العدد 2 ، عدد خاص ، جانفي 2012 .

7-خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة ، مجلة النجاح للأبحاث (العلوم السياسية)، المجلد 27 ، العدد 1 ، 2013 .

8-عبايد فريحة حفيظة ، الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ، مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة تيارت / المجلد 3 ، العدد 2 .