

## الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد

أ/ عائشة قصار الليل - جامعة أم البواقي

باحثة دكتوراه - جامعة باتنة 1

### ملخص:

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

فكانت الإشكالية المثارة حول كيفية تنظيم المشرع لهذا الإلتزام، وللإجابة على ذلك أعتمدت 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 باعتباره ضماناً أساسية في العقود 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 problematique soulevée est :

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

Pour répondre à cette problematique 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 تصويري مركز على لحظة إبرام التصرف القانوني، قائم على البطلان وجبر 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 إلتزامات 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 .

و عليه تتمثل إشكالية الدراسة في: ما مدى ملائمة القواعد التقليدية في تنظيم الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد؟

والإجابة عن هذه الاشكالية سيكون وفقا 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 بوجود ذكر مختلف البيانات التعريفية للسلعة أو الخدمة المقدمة، وهذا ما يعرف قانوناً 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 إستعماله.

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 إنتشاراً 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 مستتيرة<sup>(4)</sup>.

فتتجسد بذلك أهمية هذا الإلتزام من خلال الغياب المادي للأطراف بحكم التعاقد بوسائط إلكترونية، فالمنتج 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 لتتوير إرادة المستهلك من خلال تقديم كل معلومة متعلقة بالمنتج 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 والإلكتروني إلا أنه يبقى للثاني الأهمية الكبرى لأنه يمثل صمام الأمان لتحقيق رضا مستتير 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 وتخصيصها عبر تقنيات الإتصال عن بعد لدفعه نحو إنشاء خطوات معاملة إلكترونية سليمة.

### الفرع الثاني: شروطه

تتعلق شروط الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد بأطرافه، تتصل 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 لمنتج عبر وسيط 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 وإمتاعه عن ذلك يفضي إلى قيام مسؤوليته ؛ وبالرغم مما توجيه 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 استعماله والانتفاع 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 استخدامه والإرشادات التي تسهل من استعماله ؛ 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 يشملها 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>. وبذلك 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 .

و عليه يمكن القول أن الاختلاف 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 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)، والتعرف على محله حيث يبدو للوهلة الأول 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**

سنتطرق بداية للأساس الفقهي (الفرع الأول) على إعتبار نشأته ، ثم نتناول الأساس القانوني (الفرع الثاني).

#### **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 ، وأن 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 أصلاً<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 نوعاً من عدم التوازن العقدي فينشأ الإلتزام بالإعلام السابق على من يملك المعلومة حتى يصبح العقد متوازناً .

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 فريقاً آخر<sup>(15)</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 إستناداً 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 ملزماً بتقديم طائفة من البيانات حول محل التعاقد فإن لم يقم بذلك قامت مسؤوليته وسهلت أمام الدائن طرق إثباته وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري، وفي حال غيابه يمكن وقتها تأسيسه على مبدأ حسن النية .

#### **الفرع الثاني: الأساس القانوني**

تجدر 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>(17)</sup> حيث أوجبت صراحة على البائع وجوب



## **الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد \_\_\_\_\_ أ / عائشة قصار الليل**

إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالمنتجات والخدمات وملابسات التعاقد تمكيننا 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 وهو 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 وتتحقق 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 بوجوب 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 بوجوب 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 بهم 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 علما بمختلف تقنيات الإتصال عن بعد ومستهلك لا يستطيع

التأكد من سلامة وصحة المنتج إلا بعد إبرام العقد إلكترونياً مفتقر في أغلب الحالات للجانب المعلوماتي، ومن هنا إعتبر الحق في الإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد شرطاً 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 ملزماً 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 .

و بإستقراء 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 واسم 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، فضلاً عن تكاليف النقل والتسليم والدفع وكيفية التنفيذ والمدة الدنيا للعقد المقترح عندما يتضمن تزويداً مستمراً أو دورياً، 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 محلا للدراسة في المطلب التالي:

**المطلب الثالث: جزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد مدنيا**  
إن الإلتزام القانوني بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد والمرتبب 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 الإدلاء ببيانات خاطئة متعلقة بالسلعة أو الخدمة لحمل المستهلك على التعاقد، وقد يتم بوسائل سلبية كالكسوت عن الإدلاء 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 المهني بإلتزامه بالإعلام، وإن كان فرض الإلتزام بالإعلام قانونا سهل مهمة إثبات الخطأ بالنسبة للدائن فهو يجعل إثبات الضرر أكثر صعوبة، فضلا عن ذلك وجب عليه إثبات علاقة السببية بين الخطأ والضرر وللمدين التخلص منها بقطعها بوجود السبب الأجنبي .

#### **خاتمة:**

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 بتأكيده على فكرة الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد .

• خلصت الدراسة إلى أن المشرع ألزم المهني بوجوب إعلام وتبصير المستهلك قبل التعاقد بكافة المعلومات المنصوص عليها والمحيطة بظروف التعاقد حتى يتحقق التوازن العقدي من حيث العلم .

• إن الإخلال بمثل هذا الإلتزام يعطي المستهلك الحق في المطالبة بالتعويض إستنادا لقواعد المسؤولية التقصيرية بإعتباره إلتزام قانوني سابق للتعاقد أساسه قواعد حماية المستهلك .

#### **الهوامش:**

- (1)- أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الأنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2002، ص 39.
- (2)- مصطفى العوجي، القانون المدني، العقد، منشورات الحلبي الحقوقية، 2008، ج1، ص 187.
- (3)- عبد الحكيم عبد اللطيف القوني، حسن النية وأثره في التصرفات في الفقه الإسلامي والقانون المدني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، دون رقم الطبعة، 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، مرجع سابق، ص 189 .
- (9)- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2005، دون رقم الطبعة، هامش رقم 2، ص 166.
- (10)- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، الطبعة الأولى، ص 240.

- (11)- نوري حمد خاطر، عقود المعلوماتية، دراسة في المبادئ العامة في القانون المدني، دراسة موازية، الدار العلمية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2001، الطبعة الأولى، 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 والفقهاء الإسلاميين، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999، ص 277.
- (13)- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة النشر ورقم الطبعة، ص 105، نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص 137.
- (14)- مصطفى العوجي، مرجع سابق، ص 181، عبد الحكيم عبد اللطيف القوني، ص 345.
- (15)- ممدوح مبروك، مرجع سابق، ص 267.
- (16)- عمر خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، الطبعة الأولى، ص 343.
- (17)- القانون رقم 04 - 02 والمؤرخ 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 1/5، 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 .