

جامعة أحمد دراية أدرار  
كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



عنوان المذكرة

## الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص : قانون الأعمال

تحت إشراف الدكتور:

بن زيطة عبد الهادي

إعداد الطالبين:

أقسام أسماء

بوزيان نعيمة

تاريخ المناقشة: 02 جوان 2019

لجنة المناقشة

رئيساً

جامعة أدرار

أ.د. مسعودي يوسف

مشرفاً ومقرراً

جامعة أدرار

د. بن زيطة عبد الهادي

مناقشاً

جامعة أدرار

د. معامير حسيبة

السنة الجامعية: 2018-2019م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الإهداء

إلى والدي الكريمين اللذان تطلّعا  
للحظة اكتمال هذا البحث، إليهما  
أهدي هذا العمل عربوناً برّاً وإحساناً

## أشعاري

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى أعلى  
ما في الوجود والدي "الكريمين"  
أطال الله في عمرهما

فجيرة

## شكر وقدر

نتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذ المشرف الدكت — ور  
بن زيطرة عبد الهادي الذي لم يخل علينا بنصائحه وتوجيهاته  
النيرة طيلة فترة إعداد المذكرة، فله منا أسمى عبارات التقدير  
والاحترام ، دمت زخرا للعلم والمعرفة ، حفظك الله وسدد  
خطاك إلى كل ما يحبه ويرضاه، ستبقى رمزا نتفاخر به، نسأل  
الله سبحانه وتعالى أن يزيدك من فضله، ويرزقك الإخلاص  
في القول والعمل

## أسماء وفضيلة

## قائمة المختصرات

ق.م.ج : القانون المدني الجزائري.

ق.م.ف : القانون المدني الفرنسي.

ج.ر.ع : الجريدة الرسمية العدد.

ص: الصفحة.

Art : Article.

C E : Communauté Européenne .

C .C.F : Code Civil Française .

## مقدمة

يعد عقد الإستهلاك من أهم العقود التي أصبحت تفرض نفسها على الساحة العلمية، ونتيجة لضعف المستهلك الناشئ عن جهله بالمعلومات المتصلة بالعقد المراد إبرامه؛ أضحى الإعلام بالضرورة بما كان حتمياً وليس خياراً، إذ يعد أحد أهم الوسائل القانونية لحماية المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة العقدية، فهو إلزام وقائي يتمثل في حماية المستهلك في مرحلة التفاوض التي تسبق إبرام العقد، وعليه يجب على المهني إعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الضرورية المتعلقة بمحل العقد التي تساعد على اتخاذ قراره بالإقدام على التعاقد من عدمه. فضلاً عن ذلك، فإن المدين بالإعلام يلتزم خلال مرحلة تنفيذ العقد بتقديم المعلومات الضرورية الخاصة باستعمال المنتج، حتى يتجنب المستهلك مخاطره ويتمكن من استعماله بشكل آمن.

فالإلتزام بالإعلام إلزام عام لا يقتصر على نوع معين من العقود، وإنما يشمل جميعها أياً كان نوعها، سواء كانت عادية أو إلكترونية، إلا أن أهميته تزداد في مجال المعاملات الإلكترونية، باعتبار أن التعاقد الإلكتروني يتم من خلال استخدام وسائل إتصال إلكترونية مختلفة، ودون التقاء حقيقي بين أطراف العقد، مما يجعل المورد ملزماً بتزويد المستهلك الإلكتروني بجميع المعلومات الضرورية المتصلة بالعقد المزمع إبرامه.

ويعتبر العقد الإلكتروني من أهم العقود التي يرد عليها هذا الإلتزام، لأن المستهلك الإلكتروني ليس بإمكانه معاينة محل العقد معاينة مادية، ويرجع ذلك إلى البعد المكاني بين أطراف العقد.

وبالرغم من المزايا التي يحقق العقد الإلكتروني من ربح للوقت وتقليص للنفقات، إلا أنه يوجد ضرر خفي بسبب تعقيد الجانب التقني للبيئة الإلكترونية، الأمر الذي يتحقق معه إختلال في التوازن المعرفي بين أطراف العلاقة التعاقدية، مما يؤدي بالحقاق أضرار بالمستهلك الإلكتروني، لذا منحت التشريعات الحديثة ضمانات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، ومن بين تلك الضمانات الإلتزام بالإعلام في



العقود التي تبرم عن بعد. ومن هنا تثار إشكالية البحث المتمثلة في مدى فعالية الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية لإعادة التوازن المفقود بين أطراف العقد؟ وتتفرع عن هذه الإشكالية أسئلة فرعية:

ما المقصود بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني؟ وماهي طبيعته القانونية؟  
ما هو الأساس القانوني الذي يستند عليه الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية؟  
ما هي الشروط الواجب توفرها لقيام الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية؟  
ما هي الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام ؟  
وتتجلى أهمية هذه الدراسة في كون أن الإلتزام بالإعلام له دور فعال في مجال العقود الإلكترونية، حيث يترتب على احترامه ضمان صدور رضاء حر ومستنير من الطرف المتعاقد؛ فضلا عن ذلك فإن أهمية هذا الموضوع تتزامن مع صدور قانون جديد خاص بالتجارة الإلكترونية، يهتم بكل ما يحيط بالمستهلك الإلكتروني في ظل تعاملاته مع المورد الإلكتروني.

إن من بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار البحث في هذا الموضوع، هي إنبهار المستهلك الإلكتروني بالواجهة التسويقية للمنتجات الإلكترونية، وخاصة أن أغلبية عقود الإستهلاك أصبحت في الوقت الحالي تتم عبر وسائط إلكترونية، لذلك نرغب في معرفة وتحليل أعمق للإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.

ونسعى من خلال البحث في موضوع الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية إلى تحقيق هدف وهو كفيات الوصول التشريعي لتحقيق أكبر قدر من الحماية الفعلية للمستهلك الإلكتروني، خاصة وأن العقد الإلكتروني يتم عن بعد، مما يعني أن المستهلك بحاجة إلى كافة المعلومات التي تساعد على اتخاذ قراره عن الإقبال على التعاقد من عدمه.

وللإجابة على إشكالية البحث اتبعنا المناهج التالية:

**المنهج التحليلي :** وذلك من خلال تحليل مختلف النصوص القانونية، واستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بالموضوع محل الدراسة.

**المنهج المقارن:** تم الإعتماد عليه في بعض الحالات، وذلك من خلال المقارنة بين التشريع الجزائري وبعض القوانين العربية المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية لا سيما

القانون التونسي والأردني، من أجل بيان مدى اهتمام هذه التشريعات بمجال المعاملات الإلكترونية.

وبناء على ما سبق، قسمنا هذه الدراسة وفق خطة، قوامها فصلين.

فقد خصصنا الفصل الأول لدراسة العقد الإلكتروني كمجال لتطبيق الإلتزام بالإعلام، حيث تعرضنا فيه إلى مفهوم العقد الإلكتروني، وبيان خصائصه وطبيعته القانونية، وكذا الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني.

أما الفصل الثاني، فقد خصص لبيان أحكام الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية من خلال عرض خصوصية الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية، وكذا جزاء الإخلال به.

وختمنا بحثنا بخاتمة، تضمنت أهم النتائج وبعض التوصيات التي توصلنا إليها.

# الفصل الأول

العقد الإلكتروني كمجال لتطبيق الإلتزام بالإعلام

يعد الالتزام بالإعلام من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المهني، بهدف تنوير إرادة المستهلك والتعبير عن إرادته على قبول العقد برضا تام، وإذا كان هذا الالتزام ذو أهمية في العقود التقليدية فهو أكثر أهمية في مجال العقود الإلكترونية، إذ أنه يلعب دوراً فعالاً في استقرار المعاملات الإلكترونية، حيث أن التعاقد الإلكتروني يتم من خلال استخدام وسائل اتصال إلكترونية مختلفة، ودون النقاء حقيقي بين أطراف العقد، أي يوجد تباعد مكاني وتواجد زمني بينهما، فالمتعاقدين لا يجمعها مجلس عقد حقيقي واحد، ما جعل العقد الإلكتروني يتميز بجملة من الخصائص تميزه عن غيره من العقود الأخرى، الأمر الذي يجعل المورد ملزم بتزويد المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات الضرورية المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه.

كما أن العقد الإلكتروني من حيث مضمونه وتركيبه لا يختلف عن العقد التقليدي، حيث يثور التساؤل بشأن طبيعته القانونية حول **ما إذا كان العقد الإلكتروني من قبيل عقود الإذعان؟** وذلك بانفراد المورد بوضع شروط لا يستطيع المستهلك مناقشتها، أم أنه من قبيل عقود المساومة لأن الموجب له يملك حرية مناقشة شروط العقد.

وعليه سنقسم هذا الفصل إلى مبحثين: بحيث سنتطرق في المبحث الأول إلى مفهوم العقد الإلكتروني، ثم بيان حماية المستهلك الإلكتروني من خلال الالتزام بالإعلام (مبحث ثان).

## المبحث الأول: مفهوم العقد الإلكتروني

نظراً لتطور وسرعة المعاملات التجارية بين الأشخاص، ظهرت طائفة جديدة من العقود لكنها تكاد تختلف عن العقود التقليدية كونها تبرم في بيئة افتراضية، ودون الحضور الحقيقي والمادي لأطرافها المتعاقدة، هذا ما جعل العقود الإلكترونية تتميز باختلافها عن العقود التقليدية، الأمر الذي دفعنا للتساؤل عن ما المقصود بالعقد الإلكتروني؟ وهل يعتبر من قبيل عقود الإذعان أم أنه من عقود المساومة؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات سنتطرق في هذا المبحث إلى:

مضمون العقد الإلكتروني (مطلب أول)، ثم بيان الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني (مطلب ثاني).

### المطلب الأول: مضمون العقد الإلكتروني

أصبح التعامل بالعقد الإلكتروني حقيقة واقعية، ويرجع السبب في ذلك لما يميزه عن غيره من العقود التقليدية من ربح للوقت وتقليص للنفقات. ونظراً لأهمية هذه العقود وانتشارها الواسع بين الأفراد، وضعت العديد من الدول قوانين تنظمها، وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى: تعريف العقد الإلكتروني (فرع أول)، ثم بيان خصائصه (فرع ثاني).

#### الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني

سنتطرق في هذا الفرع إلى بعض التعريفات الفقهية والقانونية بشأن العقد الإلكتروني، التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني (بند أول)، ثم بيان التعريف القانوني للعقد الإلكتروني (بند ثان).

## البند الأول: التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني

لقد قدم لنا الفقه مجموعة من التعريفات للعقد الإلكتروني، حيث ذهب جانب منه إلى تعريفه بأنه: «العقد الذي يتم إبرامه عبر الأنترنت»<sup>1</sup>. ويلاحظ على هذا التعريف أنه ضيق من وسيلة إبرام العقد الإلكتروني واقتصر فقط على شبكة الانترنت، في حين أن هناك وسائل أخرى يتم إبرام هذا العقد بواسطتها مثل الفاكس والتيلكس وغيرها من وسائل الإتصال الإلكترونية الأخرى.

كما عرفه جانب آخر بأنه: «اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للإتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية، وبفضل التفاعل بين الموجب والقابل»<sup>2</sup>. والتعريف هنا جاء مقتصرًا على الخاصية الدولية للعقد الإلكتروني، غير أن هذه الخاصية هي الغالبة على العقد، وهذا لا يمنع أن يكون العقد الإلكتروني محلياً.

وعرفه البعض الآخر بأنه: «تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين -بائع ومشتري- وتتمثل في عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الانترنت، وذلك دون الحاجة لانتقال الطرفين أو لقائهما، بل يتم التوقيع إلكترونياً على العقد»<sup>3</sup>. ويؤخذ على هذا التعريف أنه لم يميز بين العقد الإلكتروني وعقد التجارة الإلكترونية، بل اقتصر على الصفة التجارية على غرار عقد التجارة الإلكترونية، غير أن هذه الصفة هي الغالبة في العقد الإلكتروني باعتبار أن أغلب العقود التي تبرم إلكترونياً هي ذات طابع تجاري ولكن ليس على الإطلاق، إذ يمكن أن يتم التعاقد إلكترونياً بين أطراف مدنية.

<sup>1</sup> - الطيب حسن عبد الله العوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الرباط الوطني، 2015، ص 22.

<sup>2</sup> - جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص 48.

<sup>3</sup> - ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني، مكتبة الرشد ناشرون، الرياض، الطبعة الأولى، 2009، ص 18.

وقد عرفه الدكتور سمير حامد عبد العزيز الجمال بأنه: «اتفاق بين شخصين أو أكثر يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر تقنيات الإتصال عن بعد بهدف إنشاء رابطة قانونية أو تعديلها أو إنهائها»<sup>1</sup>.

بالإطلاع على التعريف الأخير، يتبين لنا أنه وسع من وسيلة إبرام العقد الإلكتروني، على خلاف التعريفات الفقهية السابقة التي حصرت وسيلة إبرامه في شبكة الأنترنت فقط، وهذا يتعارض مع مفهوم تقنيات الإتصال عن بعد، إذ تعد شبكة الأنترنت الوسيلة الغالبة وليست الوحيدة. كما تميّز هذا التعريف بالإشارة إلى آثار العقد والمتمثلة في إنشاء رابطة قانونية أو تعديلها أو إنهائها.

### البند الثاني: التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني

لقد اختلفت بعض التشريعات العربية في تعريفها للعقد الإلكتروني، وهو ما سنبينه حسب التعريفات القانونية في كل من تونس، الأردن والجزائر.

### أولاً: تعريف العقد الإلكتروني في التشريع التونسي

عرّف قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي في المادة ( 02 ) منه العقد الإلكتروني بأنه: «المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية»<sup>2</sup>. يستفاد من هذا التعريف أن المعاملات الإلكترونية تتم عن طريق وثائق إلكترونية، و يفهم من ذلك أن المستندات الورقية تخرج من نطاق العقود الإلكترونية، غير أن ما يؤخذ على هذا التعريف أنه لم يبين الوسيلة أو التقنية التي يتم بها هذا التعاقد.

<sup>1</sup> - سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الإتصال الحديثة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 1، 2006، ص 67.

<sup>2</sup> - القانون رقم (83) لسنة (2000)، المؤرخ في 09 أوت 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية. <http://www.legislation.tn/detaiteme/loi-num-2000-83-du-09-08-2000-jort-2000-0642000064000831.20/02/2019>.

### ثانياً: تعريف العقد الإلكتروني في التشريع الأردني

عرّف قانون المعاملات الإلكترونية الأردني في المادة (02) منه العقد الإلكتروني بأنه: «المعاملات التي تنفذ بوسائل إلكترونية». وأشارت نفس المادة إلى تعريف خاص للوسائل الإلكترونية على أنها: «تقنية استخدام وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو كهرومغناطيسية أو أي وسيلة مشابهة»<sup>1</sup>. يتبين من هذا التعريف أن المشرّع الأردني لم يحصر الوسائل الإلكترونية التي يتم بواسطتها التعاقد، إضافة على ذلك أنه عرّف الوسائل الإلكترونية باعتبارها أهم ما يميز العقد الإلكتروني عن العقد التقليدي.

### ثالثاً: تعريف العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري

عرّف المشرع الجزائري في المادة (02/06) من قانون التجارة الإلكترونية العقد الإلكتروني بأنه: «العقد الذي يتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه بالجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني»<sup>2</sup>. ويتضح من هذا التعريف أن المشرع الجزائري لم يقيم بحصر الوسائل الإلكترونية على غرار ما قام به المشرع الأردني في تعريفه للعقد الإلكتروني.

### الفرع الثاني : خصائص العقد الإلكتروني

إن العقد الإلكتروني لا يختلف عن العقد التقليدي إلا من حيث الوسيلة التي ينعقد بها، هذه الأخيرة هي التي جعلت للعقد الإلكتروني خصوصية تميزه عن غيره من العقود الأخرى، وهذا ما سيتم دراسته في هذا الفرع .

<sup>1</sup> - القانون رقم (15) لسنة (2015)، المتعلق بالمعاملات الإلكترونية.

<http://doc.pm.gov.jo.20/02/2019>

<sup>2</sup> - القانون رقم (18-05)، المؤرخ في 24 شعبان 1439هـ، الموافق لـ 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر، ع(28)، صادر بتاريخ 16 مايو 2018.



## البند الأول : العقد الإلكتروني عقد يبرم عن بعد

عرّف بعض الفقه العقد الذي يبرم عن بعد بأنه: «عقد بين شخصين لا يكون وجودهما وجوداً حقيقياً، أي لا يجمعهما مجلس عقد حقيقي، وهو ما يسمى أيضاً بالعقد المبرم بين غائبين»<sup>1</sup>.

حيث يتم إبرام العقد الإلكتروني عبر تقنيات الإتصال المختلفة، بمعنى أنه يبرم دون الحضور المادي لأطراف العقد، فيكون التعاقد عن بعد بوسائل الإتصال الإلكترونية، حيث يتبادل المتعاقدين الإيجاب والقبول إلكترونياً عبر شبكة الأنترنت و يسمى البعض ذلك « بمجلس عقد حكمي افتراضي »، ويندرج ذلك ضمن العقود التي تتم بين حاضرين في الزمان وغائبين في المكان<sup>2</sup>.

وخاصية التعاقد عن بعد تعمل على توفير العديد من المزايا الاقتصادية للمشروعات التجارية والعملاء على حد سواء، وبالنسبة للمشروعات السياحية أدى استخدامها للعقود الإلكترونية في معاملاتها التجارية إلى تخفيض في النفقات الداخلية وتقليص عدد العمال بها، وذلك من خلال إمكانية الاتصال المباشر بالعملاء في منازلهم. كما تعمل هذه الخاصية على توفير الجهد والوقت للعملاء، إذ يغني هذا النوع من السلع والخدمات عن الحاجة إلى المتاجر التي تتواجد فيها هذه السلعة أو الخدمة، ودون الانتظار أو الانتقال للحصول على منتج معين<sup>3</sup>.

وبناء على ما سبق فإن خاصية "البعد" التي يتميز بها العقد الإلكتروني لا تمتد بصفة دائمة إلى مرحلة تنفيذ العقد، فهي تقتصر فقط على مرحلة الإبرام، حيث يمكن أن يبرم العقد عن بعد وينفذ بالطريقة العادية إذا كانت طبيعة العقد أو ما يتضمنه العقد يتطلب ذلك، ذلك أن بعض العقود يستحيل أن تنفذ إلكترونياً، ومثال

<sup>1</sup> - العيشي عبد الرحمان، ركن الرضا في العقد الإلكتروني ، أطروحة دكتوراه في العلوم ، تخصص قانون ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 1 ، 2016-2017 ، ص 22.

<sup>2</sup> - ميكائيل رشدي علي الزبياري ، العقود الإلكترونية على شبكة الأنترنت بين الشريعة والقانون، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2014-2015 ، ص 109-110.

<sup>3</sup> - الطيب حسن عبد الله العوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص34.

ذلك: بيع الآلات الإلكترونية منزلية، ففي هذه الحالة يتم إبرام عقد البيع عبر شبكة الانترنت والتنفيذ يتم خارج الشبكة، في حين أن هناك نوع من العقود تبرم وتنفذ عن بعد ومثال ذلك: الاستشارة القانونية أو في حالة اقتناء كتب من متاجر إلكترونية.

### البند الثاني: العقد الإلكتروني عقد يبرم باستخدام وسائط إلكترونية

ويعتبر ذلك من أهم مظاهر الخصوصية في العقد الإلكتروني، بل أنها أساس هذا العقد كونه يبرم عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية. فالعقد الإلكتروني لا يختلف عن سائر العقود التقليدية من حيث الموضوع أو الأطراف، وإنما يختلف من حيث طريقة إبرامه، باعتباره يتم باستخدام وسائط إلكترونية، وهذه الأخيرة أدت إلى إحلال الكتابة الإلكترونية بدل الكتابة التقليدية القائمة على الدعائم الورقية<sup>1</sup>.

### البند الثالث: العقد الإلكتروني عقد دولي غالباً

العقد الإلكتروني يتم بين شخصين يتواجد كل منهما في دولتين مختلفتين، كما أنه غالباً ما يقوم على دعائم إلكترونية مخزنة داخل أنظمة المعلومات، وهو ما ينبغي أن يراعيه المشرع عند وضعه لتشريع ينظم مثل هذه المعاملات، وذلك حتى يضمن للقواعد القانونية فعاليتها وإحاطتها بسياج من الضمانات، يضيفي عليها الثقة والطمأنينة في التعامل<sup>2</sup>.

ومن خلال ما سبق يتبين لنا أن العقد الإلكتروني ذو طبيعة دولية لأن المعاملات الإلكترونية تكون على شبكة الأنترنت، وهذه الأخيرة تعد الأكثر انتشاراً في أغلب دول العالم، ومعنى ذلك أن المهني أو مقدم الخدمة قد يتواجد في دولة والمتعاقد معه (المستهلك) يتواجد في دولة أخرى. وعليه فإن العقد الإلكتروني يغلب عليه الطابع الدولي كونه الأكثر إنتشاراً وتعاملاً بين أطراف من دول مختلفة، وهذا لا ينفي وجود عقود إلكترونية على المستوى الوطني (الداخلي) وذلك في حال إنعقاده داخل إقليم الدولة وبين متعاقدين ينتمون إليها.

<sup>1</sup> - الطيب حسن عبد الله العوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 36.

<sup>2</sup> - الطيب حسن عبد الله العوض، المرجع نفسه، ص 35.

## البند الرابع : العقد الإلكتروني عقد تجاري

يتصف العقد الإلكتروني غالباً بالصبغة التجارية وهذا ما جعله يدعى « بعقد التجارة الإلكترونية »<sup>1</sup>. والتي عرفها المشرع الجزائري في المادة (01/06) من قانون التجارة الإلكترونية بأنها: « النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية»<sup>2</sup>.

وعليه فمن جهة مقدم الخدمة يعتبر هذا العقد تجارياً بالنسبة إليه، لأنه يهدف من وراء ذلك إلى تحقيق الربح عن طريق الوساطة بين فئتين من المستهلكين، وهذا هو المعيار الأساسي لوصف العمل على أنه تجاري.

أما بالنسبة للعميل فالأمر يختلف، فإذا كان الزبون تاجراً يكون العقد بالنسبة إليه تجارياً بالتبعية، أما إن لم يكن تاجراً عدّ العقد في هذه الحالة مدنياً<sup>3</sup>.

ولكن نظراً لهذه الخاصية التي يتميز بها العقد الإلكتروني كونه من العقود التجارية، ترجع في الأساس للسمة الغالبة على هذا العقد، حيث أنه عادة ما يكون المورد الإلكتروني تاجراً.

## المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني

لقد اختلف الفقه حول مدى اعتبار العقود الإلكترونية من عقود الإذعان (فرع أول)، باعتبار أن المستهلك الإلكتروني لا يملك الحرية في مناقشته لبنود العقد، في حين أن هناك من اعتبرها من قبيل عقود المساومة (فرع ثان) بحيث يمكن للمتعاقدين التفاوض حول شروط العقد.

<sup>1</sup> - أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة احمد دراية، أدرار 2017-2018، ص 28.

<sup>2</sup> - المادة(01/06) من القانون رقم (18-05) المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> - العيشي عبد الرحمان، ركن الرضا في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 25-26.

### الفرع الأول: العقود الإلكترونية عقود إذعان

يرى أنصار هذا الإتجاه بأن العقد الإلكتروني يعتبر من قبيل عقود الإذعان. ويعرف هذا الأخير بأنه: « ذلك العقد الذي يقوم أحد أطرافه ويسمى (الطرف القوي) بفرض شروطه ووضع بنود العقد ولا يكون للمتعاقد الآخر ويسمى (الطرف المذعن) إلا أن يذعن لهذه الشروط دون مناقشتها أو المساومة فيها، أو تعديلها. وقد يتعلق بسلع أو خدمة ضرورية تقع تحت احتكار قانوني أو فعلي»<sup>1</sup>.

ويستند أنصار هذا الاتجاه إلى أن أغلب العقود المبرمة عبر شبكة الأنترنت والتي عادة ما تكون عقوداً نموذجية تظهر في المواقع الإلكترونية للبائع على شكل استمارة نموذجية إلكترونية تتضمن تفاصيل العقد، وتوجه بشروط مماثلة للجمهور على وجه العموم، وتكون ملزمة لفترة طويلة لا تقبل التعديل أو المناقشة<sup>2</sup>.

وحسب ذات الاتجاه يعتبر الموجب له طرفاً ضعيفاً بمجرد إعداد العقد مسبقاً من طرف الموجب، ذلك أن هذا الأخير يكون في مركز أعلى منه يجعله يفرض شروطه، كونه يتمتع بالإحتراف والخبرة في تحديد الحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد دون مراعاة مصلحة الموجب له، ولا يبقى أمام الطرف المتعاقد الآخر إلا أن يقبلها جملة واحدة أو أن يرفضها<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني: العقود الإلكترونية عقود مساومة

يرى أنصار هذا الإتجاه بأن العقد الإلكتروني يعتبر من العقود الرضائية، لأن كلا طرفيه يملك حرية مناقشة شروط العقد التي يكون قد أعدها الموجب مسبقاً. ذلك أن الموجب له مخير في التعاقد مع أي مورد آخر، إضافة إلى حرية التنقل من موقع إلى آخر ليختار ما يحقق مصلحته، وهذا ما يدل على الرضائية التي تسود

<sup>1</sup> - ميكائيل رشيد علي الزبياري، العقود الإلكترونية على شبكة الأنترنت بين الشريعة والقانون، مرجع سابق ص 114.

<sup>2</sup> - لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 01، 2010-2011، ص 17-18.

<sup>3</sup> - لزعر وسيلة، المرجع نفسه، ص 17.

العقود الإلكترونية<sup>1</sup>. وبحسب رأيهم تعد العقود الإلكترونية من تطبيقات عقود المساومة.

وهذا ما يعني عدم وجود ما يمنع لجوء المستهلك الإلكتروني إلى مفاوضات ومناقشات حول شروط التعاقد، وحبثهم في ذلك أنه ليس بالضرورة أن تكون العقود الإلكترونية من عقود الإذعان بصفة مطلقة، ذلك أن شروط التعاقد تكون معدة سلفاً في الموقع الإلكتروني للمهني على شبكة الأنترنت<sup>2</sup>.

ويرى جانب من الفقه بأن العقد الإلكتروني قد يكون عقداً رضائياً، وقد يكون عقد إذعان، وذلك يتوقف على الوسيلة المستخدمة في إبرامه، كأن يتم التعاقد بواسطة البريد الإلكتروني أو من خلال وسائل سمعية مرئية، حيث يتفاوض المستهلك الإلكتروني بكل حرية ويتبادل وجهات النظر مع الطرف الآخر، فيكون العقد في هذه الحالة رضائياً. أما إذا تم التعاقد عبر مواقع الواب (web) التي تستخدم النماذج الإلكترونية التي تكون شروطها معدة مسبقاً، فيكون العقد في هذه الحالة من عقود الإذعان<sup>3</sup>.

ومن خلال استعراضنا للاتجاهين السابقين، نجد أن المستهلك ليس بإمكانه رؤية المنتج أو معاينته، والإلمام بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد. كما أن المورد عند وضعه لشروط العقد لا يستطيع المستهلك الإلكتروني مناقشتها ولا التعديل فيها، وما عليه إلا قبولها جملة واحدة أو رفضها كلية، وذلك يكون في حالة ما إذا قام المورد بإعداد عقوداً نموذجية مسبقاً. وبالتالي تنعدم المفاوضة في مثل هذه العقود كما يمكن أن يكون عقداً رضائياً وذلك متى أجازت المساومة في شروطه، حيث يتفاوض المتعاقدان ويتبادلان وجهات النظر بكل حرية، ويقوم الموجب إليه بالمفاضلة بين العروض المتاحة ليختار ما يناسبه منها.

<sup>1</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت الطبعة الأولى، 2016، ص 43.

<sup>2</sup> - لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 18.

<sup>3</sup> - لزعر وسيلة، المرجع نفسه، ص 18-19.

ولعل ما يبرر أن طبيعة العقود الإلكترونية هي في الغالب تعد عقود إذعان هو تدخل المشرع في نص المادة (19) من «قانون حماية المستهلك وقمع الغش بمنح المستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - جاء في نص المادة (19) بأنه «... العدول هو حق للمستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون سبب. للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية». القانون رقم (03-09) المؤرخ في 29 صفر 1430، الموافق ل 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر ، ع (15)، صادر بتاريخ 08 مارس 2009، معدل ومتمم بالقانون رقم (09-18)، المؤرخ في 25 رمضان 1439، الموافق ل 10 يونيو 2018، ج.ر ، ع(35) صادر بتاريخ 13 يونيو 2018.

## المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني

يعد الالتزام بالإعلام من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المهني لحماية المستهلك في العلاقة العقدية، حيث يجب على المتدخل إعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه حتى يكون المستهلك على دراية بما يقدم عليه من تعاقد.

أسوة في الالتزام بالإعلام الإلكتروني، يعتبر هذا الالتزام أهم وسيلة لحماية المستهلك الإلكتروني، باعتبار أن التعاقد الإلكتروني يتم من خلال تقنيات الاتصال عن بعد.

وعليه فهو يمثل أهمية كبيرة في مجال العقود بصفة عامة، في حين تزداد أهميته في العقود التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية.

لإستيضاح الصورة أكثر عن هذا الالتزام نتطرق إلى مفهوم الالتزام بالإعلام (مطلب أول)، ثم بيان الطبيعة القانونية لهذا الالتزام وأساسه القانوني (مطلب ثان).

### المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام

يقع على عاتق المهني الالتزام بالإعلام المستهلك، إذ يفرض هذا الأخير على المدين به تقديم كافة المعلومات والبيانات الضرورية المتعلقة بالعقد والتي تساعد المستهلك على اتخاذ قراره بالإقدام على التعاقد من عدمه. باعتبار أن الالتزام بالإعلام يعد من أهم الضمانات القانونية التي تعمل على إعادة التوازن المفقود بين أطراف العقد.

هذا ما سنحاول تفصيله في الفرعين المواليين، بالتعرض لتعريف الالتزام بالإعلام وتمييزه عن بعض المفاهيم المشابهة له (فرع أول)، ثم بيان صورته المتمثلة في: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد والالتزام بالإعلام التعاقدية (فرع ثان).

## الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام وتمييزه عن المفاهيم المشابهة له

لتحديد مفهوم الالتزام بالإعلام وجب علينا أولاً تعريفه (بند أول)، ثم نبين تمييزه عن غيره من الالتزامات الأخرى والتي قد تتشابه معه لدرجة خلق خلط بين هذه الالتزامات (بند ثان).

### البند الأول: تعريف الالتزام بالإعلام

عرّف بعض الفقه الالتزام بالإعلام بأنه: «التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك»<sup>1</sup>. ويتضح من هذا التعريف أنه قصر الالتزام بالإعلام على المرحلة السابقة على التعاقد، باعتبارها أهم مرحلة تساعد المستهلك على اتخاذ قراره بالإقدام على إبرام العقد أو عدم إبرامه. وما يعاب على هذا التعريف أنه أغفل الالتزام بالإعلام في مرحلة تنفيذ العقد، ذلك أن الالتزام بالإعلام يغطي المرحلتين معاً وليس فقط المرحلة السابقة على التعاقد.

وعرّفه جانب آخر من الفقه بأنه: «التزام يفرض على أحد المتعاقدين أي المدين إعلام المتعاقد الآخر أي الدائن بكافة الوقائع والمعلومات التي تكون منتجة و لازمة لتكوين رضا حر ومستنير، أو لضمان حسن تنفيذ العقد»<sup>2</sup>. ويتبين لنا من خلال هذا التعريف أنه لم يحصر الالتزام بالإعلام على المرحلة السابقة على التعاقد بل وسّع من نطاق تعريفه.

كما يمكن تعريف هذا الالتزام بأنه: «التزام يفرض على أحد طرفي عقد الاستهلاك إعلام الطرف الآخر بما يجهله من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد،

<sup>1</sup> - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018، ص 25.

<sup>2</sup> - بن سالم المختار، المرجع نفسه، ص 26.



وذلك في الوقت المناسب مستخدماً في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحلّه»<sup>1</sup>.

يستفاد من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام يشمل المرحلتين معاً (المرحلة السابقة واللاحقة على إبرام العقد)، كما أنه لا يمنع أن يقع الالتزام بالإعلام على عاتق المستهلك إذا كانت طبيعة العقد تتطلب ذلك، ومن حيث الوسيلة التي يتم من خلالها هذا الالتزام فيتسع ليشمل الوسائل التقليدية في حالة التعاقد التقليدي والوسائل الإلكترونية في حالة التعاقد الإلكتروني.

وفي بيئة الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية فيعرّف 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>2</sup>.

كما يعرف بأنه: «التزام 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 إدارة حرة مستنيرة»<sup>3</sup>.

بعد اطلاعنا على التعريفات الفقهية السابقة للالتزام بالإعلام، يتضح لنا أنها تتفق على ضرورة الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد، وهذا ما يسمى

<sup>1</sup> -مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2011، ص 52.

<sup>2</sup> - عبايد فريحة حفيظة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، العدد الثاني، 2018، ص 427.

<sup>3</sup> \_ عائشة قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1 ، العدد العاشر، 2017، ص 225-226.

بالاتجاه الضيق للالتزام بالإعلام. غير أنها تختلف في ضرورة القيام بالالتزام بالإعلام في مرحلة تنفيذ العقد، لما تقتضي طبيعة بعض المنتجات من شرح كفاءات استعمالها وحفظها أثناء التعاقد مثل "المنتجات الصيدلانية". وتزداد أهمية الإعلام أثناء التعاقد بالعقد الإلكتروني، باعتباره عقد يتم عن بعد بين طرفين لا يجمعهما مكان واحد. وبالتالي عدم إمكانية تفحص المنتج والتأكد من مطابقته لحاجيات المستهلك إلا بالتواصل مع المورد بأي وسيلة من وسائل الاتصال أثناء التعاقد من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي تجيب على أسئلة المستهلك.

وبناءً على ما سبق نستخلص أن الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية لا يختلف عن الالتزام بالإعلام في حالة التعاقد التقليدي إلا من حيث الوسيلة التي يبرم بواسطتها العقد، فالمورد الإلكتروني ملزم بإعلام المستهلك الإلكتروني وذلك من خلال تقنيات الاتصال عن بعد، على غرار ما يلتزم به في حالة التعاقد التقليدي.

وعلى الصعيد القانوني نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض لتعريف محدد ومستقل للالتزام بالإعلام الإلكتروني، غير أنه يمكن استنتاج ذلك من خلال استقراء نص المادة (15/03) من المرسوم التنفيذي رقم ( 13-378) المحدد للشروط والكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك، حيث عرفت «الإعلام حول المنتجات» بأنه: «كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الإتصال الشفهي»<sup>1</sup>. ويتضح من نص المادة أن المشرع لم يحدد الوسيلة التي بواسطتها هذا الالتزام، حيث فتح الباب أمام المهنيين لاستخدام أية وسيلة، سواء كانت تقليدية (الاتصال الشفهي)، أو معاصرة تعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة، هذه الأخيرة تعتبر عماد التعاقد الإلكتروني.

<sup>1</sup> المرسوم التنفيذي رقم (13-378) المؤرخ في 05 محرم 1435، الموافق ل 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر.ع (58) صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

كما أشار نفس التنظيم للكيفيات التي يتم بها الالتزام بالإعلام، متى كان التعاقد يتم عن بعد، أي إلكترونياً، حيث جاء في المادة الخامسة منه أنه: « بغض النظر عن أحكام هذا المرسوم، تطبق على المنتوجات المعروضة للبيع عن طريق تقنية الإتصال عن بعد القواعد الآتية:

- ① تقدم البيانات الإجبارية المنصوص عليها في هذا المرسوم، باستثناء تلك المتعلقة بمدة صلاحية المنتوجات، قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل المعني.
- ② تقدم كل البيانات الإجبارية وقت التسليم.....<sup>1</sup>»

وبناء على النص السابق نستنتج أن إعلام المستهلك يتم إلكترونياً وذلك من خلال تقنيات الاتصال عن بعد، إضافة إلى أن المشرع ميّز بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني وذلك بقوله: «.... قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد»، وبين الالتزام بالإعلام التعاقدية وذلك من خلال عبارة «تقدم كل البيانات الإجبارية وقت التسليم». وبالتالي فالالتزام بالإعلام الإلكتروني يسري على المرحلتين معاً (قبل التعاقد، بعد التعاقد).

### **البند الثاني: التمييز بين الالتزام بالإعلام والمفاهيم المشابهة له**

قد يلتبس الالتزام بالإعلام مع بعض المفاهيم المشابهة له، مما يقتضي ضرورة التمييز بينها كما يلي:

<sup>1</sup> - المادة (05) من المرسوم التنفيذي رقم (13-378)، المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

## أولاً: التمييز بين الالتزام بالإعلام والنصح

يعرف الالتزام بالنصح على أنه: «الالتزام بتقديم المعلومات للعميل المتعاقد على اتخاذ قرار معين أو عدم اتخاذه»<sup>1</sup>. وبموجب واجب النصح فإن المهني لا يلتزم بإعلام المستهلك فقط، بل يجب أن يعرض عليه الحل الأنسب لمصلحته، مما يعني أنه يترتب في ذمة المهني التزام يتجاوز مجرد الإعلام<sup>2</sup>.

فالعلاقة بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالنصح بمثابة علاقة الجزء بالكل، فللالتزام بالإعلام يهدف إلى تنوير المستهلك بالمعلومات، بينما الالتزام بالنصح يتجاوز ذلك ويتمشى مع رغبات المستهلك<sup>3</sup>. ويختلف هذا الأخير عن الالتزام بالإعلام في أنه ذو طابع إيجابي أو شخصي، بحيث يتدخل المهني ويحث المستهلك على إتيان أمر معين أو الامتناع عنه، أما الالتزام بالإعلام فهو ذو طابع قانوني نصت عليه أغلب النصوص القانونية لحماية المستهلك، على خلاف الالتزام بالنصح فلم تنص أغلب التشريعات على إلزام المتدخل بتقديم النصيحة للمتعاقد معه<sup>4</sup>.

## ثانياً: التمييز بين الالتزام بالإعلام والتحذير

عرّف جانب من الفقه الالتزام بالتحذير بأنه: «التزام تبعية يقع على عاتق أحد الطرفين، بأن يُحذر الطرف الآخر أو يثير انتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة

<sup>1</sup> - عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009، ص 19.

<sup>2</sup> - بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005، ص 24.

<sup>3</sup> - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 14.

<sup>4</sup> - محمد بن حمار، حماية المستهلك في عقد السياحة والأسفار، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 11.

بحيث يحيطه علما بما يكتنف هذا العقد، أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية»<sup>1</sup>.

فالتحذير هنا يكمن في لفت انتباه المستهلك إلى المخاطر السلبية لشيء أو سلوك معين فهو بذلك يتجاوز الالتزام بالإعلام، لأن المهني لا يكتفي بمجرد إعلام المستهلك بل يتجاوز ذلك بالكشف له عن مخاطر المنتج وإحاطته بكافة الوسائل التي تمكنه من تجنبها<sup>2</sup>. بينما الالتزام بالإعلام الذي يلتزم فيه المهني بأن يعلم المستهلك بكافة البيانات الضرورية المتعلقة بالعقد، وله علاقة بمرحلة إبرام العقد كما قد يرتبط بمرحلة تنفيذ العقد، ويكون في كافة العقود عكس الالتزام بالتحذير الذي يقتصر على بعض العقود فقط<sup>3</sup>.

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم (13-378) السالف الذكر، نصَّ المشرع على الالتزام بالتحذير في المنتجات غير الغذائية في المادة (41) التي جاء فيها بأنه: «يجب أن يحتوي الإعلام حول الاحتياطات المتخذة لاستعمال المنتجات غير الغذائية على التحذيرات المتعلقة بالأخطار المرتبطة باستعمالها، حسب طبيعتها والاستعمال الموجه إليه»<sup>4</sup>. إلا أن المشرع لم يتعرض للالتزام بالتحذير في القانون رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مرجع سابق، ص 21.

<sup>2</sup> - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 15.

<sup>3</sup> - بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، العدد الثالث، 2017، ص 76.

<sup>4</sup> - المادة (41) من المرسوم التنفيذي رقم (13-378)، المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

<sup>5</sup> - بادي عبد الحميد، المرجع نفسه، ص 76.

### ثالثاً: التمييز بين الالتزام بالإعلام والاستعلام

يتمثل الالتزام بالاستعلام في طلب الحصول على المعلومات ، والتي مفادها مساعدة صاحبها في فهم ما يجهله . فالاستعلام واجب على المهني تفرضه عليه صفة الاحتراف. كما أن الالتزام بالإعلام يختلف عن الالتزام بالاستعلام ، ويمكن الفرق في كون أن الالتزام الأول يعتبر التزاماً قانونياً يقع على عاتق المهني، والهدف منه تنوير وتبصير المستهلك عن طريق تقديم المعلومات والبيانات الضرورية المتعلقة بالعقد، بينما يتمثل الالتزام الثاني في كونه واجباً يلتزم به المهني مع نفسه وليس مع الغير يتمثل في الاستعلام والاستفسار عن ما ينقصه من أجل تزويد المستهلك بالإعلام، والهدف من الاستعلام عدم تملص المهني من التزامه بحجة أنه لا يعلم، بل المغزى من وراء ذلك تحقيق شرط علم المهني بموجب العقد حتى يكون أمام الالتزام بالإعلام<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: صور الالتزام بالإعلام

إن الالتزام بالإعلام يعتبر من أهم مبادئ الحماية المقررة لصالح المستهلك، بل هو التزام ممتد لا يقتصر على المرحلة السابقة على إبرام العقد، بل يمتد كذلك إلى مرحلة إبرام العقد<sup>2</sup>.

لذلك سنحاول من خلال هذا الفرع تبيان هذين الالتزامين: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام (بند أول) والالتزام التعاقدية بالإعلام (بند ثان).

<sup>1</sup> - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 22.

<sup>2</sup> - كريمة بركات، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الحقوق والحريات، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، العدد الرابع، 2017، ص 291.

## البند الأول: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

إن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام ينشأ في المرحلة السابقة على تكوين العقد وإبرامه، حتى يتيح للمستهلك رضاً حراً ومستتيراً يستطيع من خلاله أن يبرم العقد أو يرفضه<sup>1</sup>. حيث يعرفه بعض الفقه بأنه: التزام سابق على التعاقد يلتزم فيه أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد كافة البيانات اللازمة التي تسمح له بتتوير وتبصير رضائه<sup>2</sup>.

فالالتزام قبل التعاقد بالإعلام ليس التزاماً عقدياً بل هو التزام مستقل عن العقد ويجب الوفاء به قبل إبرام العقد<sup>3</sup>، ويكمن دوره أساساً في تتوير وتبصير إرادة المستهلك، وهو ما يكفل دقة قراره التعاقدية<sup>4</sup>. ويبدو هذا الالتزام أكثر إلحاحاً في مجال التعاقد الإلكتروني<sup>5</sup>، حيث يلتزم فيه المورد الإلكتروني بتقديم المعلومات الضرورية التي تخص العقد من خلال أي دعامة إلكترونية أو وسائط إلكترونية في الوقت المناسب<sup>6</sup>.

يتضح مما سبق أنّ الالتزام بالإعلام التزام وقائي، يتمثل في حماية المستهلك في مرحلة التفاوض التي تسبق إبرام العقد. وقد يكون بتقديم كافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد التي تعمل على تتوير وتبصير إرادة الدائن، ومساعدته على اتخاذ قراره بالإقدام على التعاقد من عدمه.

<sup>1</sup> - مزارى عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013، ص 30.

<sup>2</sup> - مزارى عائشة، المرجع نفسه، ص 30-31.

<sup>3</sup> - الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 119.

<sup>4</sup> - مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 101.

<sup>5</sup> - سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008، ص 24.

<sup>6</sup> - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 27.

## البند الثاني: الالتزام بالإعلام التعاقدية

تكون إرادة المتعاقدين في هذه المرحلة عازمة على التعاقد إذ تتجه إلى إبرام العقد نهائياً، ولهذا تأتي هذه المرحلة بعد المرحلة السابقة على التعاقد<sup>1</sup>.

فالالتزام بالإعلام التعاقدية يجد مصدره في العقد، ففيه يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك بكافة البيانات والمعلومات الضرورية أثناء تنفيذ العقد، كما أنّ هذا الالتزام قد يمثل الأصل في العقد بحيث يكون محله هو قيام المهني بتزويد المستهلك بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد<sup>2</sup>.

فالهدف من التزام المتدخل بالإعلام بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد هو تجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذ العقد، أو الاستمرار في استخدام السلعة أو الاستفادة من الخدمة<sup>3</sup>. ويرى جانب من الفقه أنه التزام بتعيين للإدلاء بمعلومات معينة تسمح بحسين تنفيذ الالتزامات القانونية الأصلية<sup>4</sup>، والإخلال به قد يؤدي إلى إبطال العقد وفسخه وانعقاد المسؤولية العقدية<sup>5</sup>.

ونستنتج مما سبق أنّ الهدف الذي يسعى إليه كل من الالتزام بالإعلام السابق على إبرام العقد والالتزام بالإعلام التعاقدية يكمّن في تنوير وتبصير إرادة المستهلك، سواء كان هذا الالتزام في شكله التقليدي أو الإلكتروني، فإنّ المدين به ملزم بضرورة تزويد المتعاقد معه بكافة المعلومات والبيانات الضرورية التي تهمه بخصوص العقد. غير أنه في مجال التعاقد الإلكتروني تزداد أهميته، باعتباره وسيلة فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني من المخاطر التي قد يتعرض لها، بسبب هذا التعاقد، والتي قد تؤثر على رضائه، وبالتالي فالالتزام بالإعلام يعمل على منح

<sup>1</sup> - بوالباني فايضة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2011-2012م، ص 51.

<sup>2</sup> - علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بسلامته في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016م، ص 123.

<sup>3</sup> - محمد بن حمار، حماية المستهلك في عقد السياحة والأسفار، مرجع سابق، ص 11.

<sup>4</sup> - بوالباني فايضة، المرجع نفسه، ص 52.

<sup>5</sup> - محمد بن حمار، المرجع نفسه، ص 11.



جانب من الثقة للمستهلك في التعاملات الإلكترونية، مما يجعل المورد الإلكتروني ملزماً بإعلام المستهلك الإلكتروني بكل ما يؤدي إلى التأثير على إرادته في إبرام العقد الإلكتروني من عدمه.

## المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام بين القواعد العامة والتدخل

### التشريعي

إنَّ الالتزام بالإعلام الإلكتروني التزم يُلْقَى على عاتق المورد الإلكتروني بأن يعلم طالب التعاقد بمعلومات وبيانات ضرورية بخصوص العقد، وذلك حتى يتعاقد وهو على بينة من أمره. إلا أنه أثبت خلاف فقهي حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، ويمثل هذا الخلاف في طبيعة هذا الالتزام هو التزم بتحقيق نتيجة أم التزم ببذل عناية؛ ومن جهة أخرى فإنه يستلزم وجود أساس قانوني لهذا الالتزام، حيث أنه لا يمكننا الحديث عن أي التزم في ظل غياب أساس قانوني له. وهذا ما سنحاول تفصيله في هذا المطلب، بالتعرض إلى الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام (فرع أول)، ثم بيان أساسه القانوني (فرع ثان).

### الفرع الأول: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام

تعددت آراء الفقهاء حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام من حيث كونه التزم بتحقيق نتيجة، ما يعني إنعقاد مسؤولية المهني بمجرد عدم تحقق النتيجة، أم أنه مجرد التزم ببذل عناية، بحيث يستلزم على الدائن أن يدين أن المدين لم يبذل عناية الشخص المعتاد.

### البند الأول: الالتزام بالإعلام التزم ببذل عناية

يرى أنصار هذا الاتجاه أنَّ التزم المهني بالإعلام هو التزم ببذل عناية، إذ يقوم المدين به بإعلام المستهلك بالمعلومات والبيانات لتتوير إرادته، ويمكن من خلالها الإقبال على التعاقد أو العزوف عنه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 140.

ومضمون الالتزام ببذل عناية: « طلب المدين ببذل جهد معين سواء تحقق الهدف المنشود أو لم يتحقق »<sup>1</sup>.

وقد استند أنصار هذا الاتجاه إلى أن المدين بالالتزام بالإعلام ليس مسؤولاً عن مدى إلزام الدائن على إتباع ما يقدمه إليه من نصائح وتعليمات، ومن ثمة لا يمكن أن ينتظر من المدين بهذا الالتزام أن يضمن النتيجة النهائية للعملية العقدية.<sup>2</sup> ويترتب على تكييف الالتزام بالإعلام بأنه التزام ببذل عناية أن يثقل المستهلك بعبئ إثبات خطأ المهني حتى تتقرر مسؤوليته، سواء تمثل هذا الخطأ في عدم احتواء المبيع على أية وثائق خاصة ببيان طريقة استعمال المنتج أو التحذير من مخاطره، أو في عدم كفاية ما تم إرفاقه بالمنتج من البيانات والمعلومات، أو عدم صحتها.<sup>3</sup>

### البند الثاني: الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة

يرى أنصار هذا الاتجاه أنّ الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة على أساس أن الهدف من إقرار هذا الالتزام هو ضمان سلامة المستهلك وحمايته في مواجهة المهني ذي القوة الاقتصادية والفنية.<sup>4</sup> واعتبار الالتزام بالإعلام التزاماً بتحقيق نتيجة من شأنه أن يجعل منه مجدياً، لأنه يهدف في النتيجة إلى تحقيق سلامة المستهلك ووصوله إلى مبتغاه، أما إذا اعتبرناه التزاماً ببذل عناية فسيكون عديم الجدوى.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الجزء الأول، 1995، ص 24.

<sup>2</sup> - منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2013، ص 91.

<sup>3</sup> - منى أبو بكر الصديق، المرجع نفسه، ص 90.

<sup>4</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 61.

<sup>5</sup> - غروج حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2017-2018، ص 235.

ومن ثمة لا يكفي بذل العناية اللازمة في إيصال المعلومات والبيانات للمستهلك لأن الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص قانونية وتنظيمية يجب تنفيذها طبقاً لما جاء في القانون.<sup>1</sup>

وبناءً على ذلك فإن مسؤولية المهني تترتب لمجرد ثبوت عدم تحقق النتيجة، ولا يستطيع المهني التخلص من مسؤوليته إلا بإثبات وجود السبب الأجنبي الذي حال دون تحقق النتيجة المرجوة من إبرام العقد.<sup>2</sup>

كما أن المنطق القانوني يقضي بتكليف الالتزام بالإعلام بأنه التزام بتحقيق نتيجة قياساً على الالتزام بالسلامة، فالرابط بينه وبين الالتزام بالإعلام أن ينطبق على كلا الالتزامين وصف قانوني واحد، وذلك بالنظر إلى أن الاعتبارات التي أدت إلى أن الالتزام بضمان السلامة التزاماً نتيجة في الحالات التي يوجد فيها أنه ضروري لحماية الضحية، هذه العلة تتوفر أيضاً في الالتزام بالإعلام.<sup>3</sup>

وقد تبنت محكمة النقض الفرنسية حكماً بتاريخ 25 فيفري سنة 1997 يجسد تدعيم الرأي القائل بأن الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة، عندما قضت بأن كل من يقع على عاتقه الالتزام بالإعلام إما تعاقدياً أو قانونياً عليه إثبات أنه قام بتنفيذ هذا الالتزام.<sup>4</sup>

وبناءً على ما سبق نستخلص أن الالتزام بالإعلام ليس مجرد التزام ببذل عناية بل هو التزام بتحقيق نتيجة، على أساس أن الهدف الذي يسعى إليه ه ذا الالتزام هو ضمان سلامة رضا المستهلك وبصفة خاصة المستهلك الإلكتروني، باعتبار أن هذا الأخير ليس بإمكانه معاينة المنتج معاينة مادية. وعليه حتى يكون

<sup>1</sup> - رفلوي شهيناز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود استهلاك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 02، 2015-2016، ص 30.

<sup>2</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 61.

<sup>3</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2018، ص 45.

<sup>4</sup> - sur le moyen unique pris en ses deux dernières branches :

Vu l'article 1315 du code civil ;

Attendu que celui qui est légalement ou contractuellement tenu d'une obligation particulière d'information doit rapporter la preuve de l'exécution de cette obligation.

<http://www.legifrance.gouv.fr> 04/04/2019.

للالتزام بالإعلام جدوى بالنسبة لطالب التعاقد لا يكفي بذل العناية في نقل المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد، بل لابد من تحقيق نتيجة وهي عدم الإضرار بالمستهلك. وتبعاً لاعتباره الالتزام بالإعلام التزاماً بتحقيق نتيجة، فإن ذلك يؤدي إلى تخفيف عبئ الإثبات على المستهلك في حالة إخلال المهنى بهذا الالتزام، فإنه يكفي على الدائن إثبات عدم تحقيق النتيجة المرجوة، وليس ملزمًا بإثبات تقصير المهني أي أنه لم يبذل عناية الشخص المعتاد.

### الفرع الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام

إن أي التزام يترتب في ذمة صاحبه لابد من وجود أساس قانوني له، وفي ظل غيابها لا يمكننا الحديث عن وجود التزام على عاتق المتدخل. وقد ذهب فقهاء القانون إلى القول بأن أساس الالتزام بالإعلام يرتكز على عدة أنظمة قانونية عامة وخاصة، وسنعرض هذه المصادر تباعاً.<sup>1</sup>

### البند الأول: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القواعد العامة

سننتظر في هذا البند إلى الأساس القانوني للالتزام بالإعلام طبقاً للقواعد العامة ومنها: عيوب الإرادة والعيوب الخفية ومبدأ حسن النية. أولاً: نظرية عيوب الإرادة

ذهب القضاء الفرنسي في بادئ الأمر إلى أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يجد أساسه في (المادة 1116 ق م . ف قديمة) التي تعتبر أن التدليس سبباً لبطلان العقد، بحيث اعتبر أن مجرد الكتمان تدليلاً، وذلك عن طريق كتمان المتعاقد لواقعة أو ملابسة كان يجب عليه الإفشاء بها، ولم يعلم المتعاقد الآخر بها بشكل عمدي يعتبر تدليلاً يؤدي إلى إبطال العقد.<sup>2</sup>

وهو ما كرسه التعديل الجديد للقانون الفرنسي لسنة 2016 نص المادة ( 1137 جديدة<sup>3</sup>) واستوحى المشرع الجزائري ذلك بنصه في المادة (02/86) ق.م

<sup>1</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، مرجع، سابق، ص 69.

<sup>2</sup> - جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، رسالة دكتوراه، تخصص قانون معق، كلية الحقوق

والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2017-2018، ص 133.

<sup>3</sup> - Art .1137 au ccf :« constitue également un dol ...l'autre partie » .http://www.legifrance.gov.fr.15 /04/2019

على أنه: «ويعتبر تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لم ا علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة» وبالتالي فهي تضع على عاتق المدلس التزاماً عاماً بالإعلام كلما كانت الواقعة مؤثرة وتعذر على المتعاقد المدلس عليه الإطلاع عليها.<sup>1</sup>

### ثانياً: نظرية العيوب الخفية

ذهب اتجاه فقهي إلى اعتبار الالتزام بضمان العيوب الخفية مصدراً للالتزام بالإعلام، ويكون العيب خفياً لأن المحترف لم يخبر المستهلك به قبل إبرام العقد، الأمر الذي يجعل الضمان لعدم القيام بالإعلام، وهو ما يعطي الحق للمستهلك المفاضلة بين طلب فسخ العقد أو إنقاص الثمن إضافة إلى حقه في التعويض في حال كان المهني محترفاً.<sup>2</sup>

ولكي يستفيد المستهلك من هذا الالتزام بضمان العيوب الخفية ، عليه أن يثبت بأن هناك عيباً خفياً، قديماً، ومؤثراً وأنه كان يجهله ولا يدل ه بالعيب وأن يكون المهني عالماً به وتعمد إخفاءه غشاً منه.

بالإضافة إلى أن الالتزام بضمان العيوب الخفية من حيث نشأته يجد مصدره في النصوص التشريعية التي ألزمت المهني به،<sup>3</sup> في حين أن الالتزام بالإعلام ولد على يد القضاء، أما من حيث الطبيعة فالالتزام بالضمان يعتبر ذو طبيعة عقدية، بينما الالتزام بالإعلام قبل التعاقد فليس عقدياً،<sup>4</sup> كما يمكن أن تقوم مسؤولية المهني بمجرد سكوته عن الإخبار بواقعة لو علم بها المستهلك لما أقدم على التعاقد، حتى لو لم تكن هناك عيوب ظاهرة أو خفية،<sup>5</sup> ومن هنا يمكن القول أن الالتزام بضمان العيوب الخفية أضيق نطاقاً من الالتزام بالإعلام ذلك أن التزام هذا الأخير يشمل جميع الفروض التي يتسم فيها المبيع بالخطورة بسبب حدته أو طبيعته أو كونه

<sup>1</sup> - جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، مرجع سابق، ص 133-134.

<sup>2</sup> - بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 27.

<sup>3</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 74-75.

<sup>4</sup> - محمد بن حمار، حماية المستهلك في عقد السياحة والأسفار، مرجع سابق ص 18.

<sup>5</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، المرجع نفسه، ص 75.

صعباً في استعماله، بينما الالتزام بضمان العيوب الخفية يقتصر على الحالات التي يوجد فيها عيب خفي في الشيء المبيع.<sup>1</sup>

ثالثاً: مبدأ حسن النية

اتجه القضاء الفرنسي إلى اعتبار الالتزام بالإعلام تطبيقاً لمبدأ حسن النية في تنفيذ العقود، استناداً إلى نص المادة (3/1134) ق.م.ف (قديمة) التي تقابلها المادة (1/107) ق.م.ج، والتي تنص على أنه «يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبحسن نيته». ويقتضي حسن النية أن يسلك المتعاقد سلوك الأمانة والنزاهة بعيداً عن نية الإضرار بالغير،<sup>2</sup> وبالتالي يفرض التعامل بحسن النية وعلى كل طرفي العقد أن يتخذ موقفاً إيجابياً تجاه الطرف الآخر، فبطلعه على كافة المعلومات والبيانات المتصلة بالعقد المزمع إبرامه.<sup>3</sup>

وبالرغم من نص (المادة 1134 ق م .ف) التي نصت بأن مبدأ حسن النية مقتصر على تنفيذ العقد، اتجه بعض الفقه إلى أن مبدأ حسن النية يجب تطبيقه حتى في مرحلة تكوين العقد، كما اعتبر القضاء الفرنسي أن الإخلال بهذا المبدأ يؤدي حتماً إلى الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

غير أنه وبالتعديل الجديد للقانون المدني الفرنسي لسنة 2016، حيث عدلت أحكام المادة (1134) وأصبحت تقابلها المادة (1104 ق.م.ف)<sup>4</sup> التي كرست قانوناً ضرورة توافر حسن النية في مرحلتي تكوين وتنفيذ العقد.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> - جريفيلى محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، مرجع سابق، ص 134.

<sup>3</sup> - بوالباني فايزة، المرجع نفسه، ص 28.

<sup>4</sup> - Art.1104 au ccf : « les contrats doivent être négociés, formés et exécutés de bon foi »

<http://www.legifrance.gov.fr>. 15/04/2019.

<sup>5</sup> - جريفيلى محمد، المرجع نفسه، ص 134 - 135.

**البند الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القوانين الخاصة**  
لم يعد المستهلك محمياً من خلال القواعد القانونية العامة فحسب، بل أصبح هذا الأخير محمياً بموجب نظم وقوانين خاصة.<sup>1</sup> فالبنسبة للقانون الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي فقد أشار في الفصل (25) إلى المعلومات التي يجب على المورد إعلام المستهلك بها.<sup>2</sup>  
وقد نص على هذا الالتزام أيضاً التوجيه الأوربي رقم (7/97) الخاص بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد في المادة (04) منه حيث ألزم المورد بإعلام المستهلك ببيان الأوصاف الأساسية للسلع والخدمات.<sup>3</sup>  
وبالرجوع للتشريع الجزائري فإن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في نص المادة (17) من القانون رقم (03-09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي جاء نصها كما يلي: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة».<sup>4</sup>  
كما أوجب المشرع الإعلام المسبق للمستهلك بشروط العقد من أجل تحقيق نزاهة وشفافية العمليات التجارية.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - محمد بن حمار، حماية المستهلك في عقد السياحة والأسفار، مرجع سابق، ص 20.

<sup>2</sup> - المادة (25) من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> - Art(4/b) : «En temps utile avant la conclusion de tout contrat à distance, le consommateur doit bénéficier des information suivantes :  
...caractéristiques essentielles du bien ou du service.

<sup>4</sup> - المادة (17) من القانون رقم (03-09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

<sup>5</sup> - شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، مرجع سابق، ص 273.

وذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم (06-306) المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين في المادة ( 04 ) منه، حيث نص على أنه: «يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة للشروط العامة والخاصة لبيع السلع أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه»<sup>1</sup>.

وأيضاً تم النص عليه في المادة (04) من القانون رقم (04-02) المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، التي جاء فيها بأنه: « يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن، بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وشروط البيع»<sup>2</sup>. وبالرجوع إلى قانون التجارة الإلكترونية ( 18-05) نجد أن المشرع قد نص على الالتزام بالإعلام الإلكتروني من خلال نص المادتين (10)<sup>3</sup> و(11)<sup>4</sup>. ويتضح من خلال ما تم عرضه من نصوص قانونية أن المشرع منح للمستهلك سواء كان تعاقدته تقليدياً أو إلكترونياً الحق في أن يطالب المهني بكل المعلومات والبيانات الضرورية بخصوص العقد سواء في المرحلة السابقة على التعاقد أو في مرحلة تنفيذ العقد، وذلك لتحقيق التوازن المفقود بين طرفي العلاقة العقدية. وعليه فالالتزام بالإعلام يتسع لأقصى مدى في مجال العقود الإلكترونية، باعتبار أن المستهلك الإلكتروني يصعب عليه الحصول على المعلومات المتعلقة بما يتم التعاقد عليه.

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم (06-306) المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج، ر.ع (56) صادر بتاريخ 11 سبتمبر 2006، معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم (08-44) المؤرخ في 03 فبراير 2008، ج، ر.ع(07) صادر بتاريخ 10 فبراير 2008.

<sup>2</sup> - القانون رقم (04-02) المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل ومتم بالقانون رقم (10-06) المؤرخ في 15 غشت 2010، ج، ر.ع (46) صادر بتاريخ 27 يونيو 2004.

<sup>3</sup> - المادة (10): «يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توقع بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني».

<sup>4</sup> - المادة (11): «يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة.....»



وبالتالي فالالتزام بالإعلام يعد من أهم الضمانات القانونية لحماية المستهلك من المخاطر التي قد يتعرض لها في العقود المبرمة عن بعد بصفة خاصة.

## الفصل الثاني

# أحكام الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

إنّ التزام المورد الإلكتروني بالإعلام عن البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بمضمون العقد، عبر مختلف وسائل الاتصال عن بعد، يعدّ من أهم الضمانات القانونية المستحدثة لإعادة التوازن المفقود بين طرفي العلاقة العقدية، فهو التزام عام لا يقتصر على نوع معين من العقود وإنّما يشمل جميع العقود أيّاً كان نوعها. إلا أنّ أهميته تختلف من عقد إلى آخر، في حين تزداد هذه الأهمية بصفة خاصة في العقود الإلكترونية، ويرجع ذلك إلى طبيعة التعاقد المبرم عبر تقنيات الاتصال عن بعد، وما تشهده من تعقيدات ذات طابع تقني. الأمر الذي يلزم المورد الإلكتروني بإعلام طالب التعاقد بكافة المعلومات المتعلقة بجوهر العقد الإلكتروني، حتى يتعاقد وهو على بيّنة من أمره، ذلك أنّ هذا الأخير ليس بإمكانه معاينة محل العقد معاينة مادية - كما هو الحال في العقود التقليدية -، ومن هنا تتضح أهمية الالتزام بالإعلام في العقود بصفة عامة والتعاقد الذي يتم عن بعد بصفة خاصة. ولكن مسألة إقرار الالتزام بالإعلام في مجال العقود الإلكترونية ترجع إلى عدم التكافؤ في العلم بين أطراف العقد، فالمدين بهذا الالتزام يفترض أن يكون عالمًا بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد، وأن يكون الدائن - والذي عادة ما يحتل مركز المستهلك لسلعة أو خدمة - جاهلاً لتلك المعلومات. فضلاً عن ذلك، فإنّ عدم قيام المهني بالوفاء بذلك الالتزام، يترتب عليه جزاء قانوني، متمثلاً في الجزاء المدني والجزاء الجنائي، لأن عدم تقديم المعلومات المتعلقة بالعقد قد يعيب إرادة الدائن، مما يخوّل له الحق في المطالبة ببطان العقد إذا كان قد أبرم.

هذا ما سنحاول توضيحه في المبحثين المواليين، بالتعرض لخصوصية الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية (مبحث أول)، ثم بيان الجزاء المترتب عن الإخلال بهذا الالتزام (مبحث ثان).

## المبحث الأول: خصوصية الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.

يعدّ إلتزام المهني بالإعلام، الوسيلة المثلى لتحقيق المساواة بين أطراف العلاقة العقدية، فمعظم عقود الاستهلاك تتم بين مدين محترف ومستهلك يفتقر للمعلومات الكافية عن السلعة أو الخدمة محل العقد، لاسيما إذا كان التعاقد إلكترونياً، باعتبار أن المستهلك الإلكتروني ليس على تواصل مكاني مباشر مع المورد الإلكتروني، ممّا يجعل هذا الأخير ملزماً بتقديم كافة المعلومات والبيانات الضرورية المتصلة بالعقد المزمع إبرامه، بهدف تنوير وتبصير إرادة المستهلك الإلكتروني. وبذلك فإنّه لقيام الالتزام بالإعلام، يستلزم استجماع شروط يتعين عدم الخروج عنها (مطلب أول)، كما هناك نطاق يمتد إليه هذا الالتزام، من حيث أطراف العقد ومن حيث المحل (مطلب ثان).

### المطلب الأول: شروط قيام الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.

يتعين لنشوء الالتزام بالإعلام في إطار التعاقد الإلكتروني توافر شرطين: أحدهما يتعلق بعلم المهني بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بمضمون العقد، أو إمكانية العلم بها، وبأهمية تلك المعلومات بالنسبة للمتعاقد الآخر. أما الشرط الثاني فيتعلق بالمستهلك الإلكتروني، وهو الدائن بذلك الالتزام، فلا بد أن يكون جاهلاً جهلاً مشروعاً بالمعلومات والبيانات محل الالتزام بالإعلام.

إستناداً لذلك، سنبيين في هذا المطلب الشروط الواجب توافرها لقيام هذا الالتزام، وذلك على النحو التالي: شرط العلم لدى المدين بالمعلومات والبيانات محل الالتزام بالإعلام (فرع أول)، وشرط آخر يتعلق بجهل الدائن بالمعلومات والبيانات محل الالتزام بالإعلام جهلاً مشروعاً (فرع ثان).

### الفرع الأول: علم المدين بالمعلومات والبيانات محل الالتزام بالإعلام.

من أجل قيام الالتزام بالإعلام يفترض أن يكون أحد الطرفين "المدين" يحوز معلومات جوهرية متصلة بالعقد، فضلاً عن ذلك يجب أن يكون عالماً بأهمية هذه المعلومات ومدى تأثيرها على الدائن، بل إن محل هذا الالتزام الملقى على عاتق المدين لا يشتمل على المعلومات والبيانات التي يعلمها فقط، وإنما يشمل أيضاً تلك التي من المفروض عليه أن يكون على علم بها، الأمر الذي يوجب على المدين أن يستعلم عن هذه المعلومات لغرض الإدلاء بها للدائن<sup>1</sup>.

والمعلوم أن هذه المعلومات والبيانات تختلف من عقد إلى آخر من حيث الطبيعة والمحل والأطراف، فالبيانات التي يقوم المدين بالإدلاء بها في مجال إبرام وتنفيذ عقد البيع تختلف عن تلك اللازمة في مجال عقد التأمين أو العلاج الطبي<sup>2</sup>، أو القرض الاستهلاكي<sup>3</sup>.

ولا شك أن مقدار المعلومات وأهميتها تختلف وفقاً لصفة المدين بالالتزام، فصفة هذا الأخير نفترض قدراً كبيراً من المعرفة، وتبرر تشديد المسؤولية وزيادة مقدار المعلومات والبيانات التي يلتزم بالإدلاء، بها لصالح الدائن، حيث يفترض كون المدين ملماً بكافة المعلومات المتعلقة بمحل العقد<sup>4</sup>.

وعليه فإن الالتزام بالإعلام لا يجب أن ينصب إلا على المعلومات والوقائع التي يعلمها المدين، فمتى توفر شرط العلم وجب عليه إعلام الدائن، ولا يشترط فيمن يعلم المعلومات أن يخفيها عن المتعاقد الآخر عن عهد، بل يكفي أن يكون على علم بها ولم يقدمها إليه مهما كان سبب الكتمان، سواء كان كتمان المعلومات سببه رغبة المتعاقد في الاستفادة بمفرده من هذه المعلومات أو نيته الإضرار بالغير، أو

<sup>1</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 96.

<sup>2</sup> - مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز قانون حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 76.

<sup>3</sup> - القرض الاستهلاكي هو كل بيع لسلعة يكون الدفع فيه على أقساط، مؤجلاً أو مجزأً، المادة (01/02) من المرسوم التنفيذي رقم (15-114) المؤرخ في 23 رجب عام 1436هـ، الموافق لـ 12 مايو 2015، المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج، ر. ع (24)، صادر بتاريخ 13 مايو 2015.

<sup>4</sup> - مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع نفسه، ص 77.

إرتكابه إهمالاً فقط، فإن الجزاء يظل قائماً لا يتغير من حيث الجوهر، ولكن في نفس الوقت يجب أن تكون هذه المعلومات ذات أهمية بالنسبة للدائن<sup>1</sup>.

تنص المادة (01/352) من ق.م.ج على أنه: «يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه»<sup>2</sup>. ويتضح من خلال نص المادة أن المهني يلقي على عاتقه التزام بالإعلام المتعاقد معه بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد، وبمدى أهميتها ودورها الفعال والمؤثر في تكوين رضا المستهلك حتى يتخذ قراره بالإقدام أو الإحجام على التعاقد، الأمر الذي يتحقق من خلاله العلم الكافي بالمبيع. ومن ناحية أخرى، هناك بعض المعلومات الهامة والتي يجب على المدين توضيحها للدائن فهي تأخذ طابع النصح أو المشورة أو التحذير، ويظهر ذلك جلياً عندما تكون السلعة أو الخدمة غير معروفة للدائن، كما هو الحال في أجهزة الحاسب الآلي أو خدمات التواصل الحديثة، فهنا لا يقتصر دور المدين على إعلام الدائن بالمعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد، بل يلتزم - إضافة على ذلك - بالنصح والمشورة للدائن، وكذلك الأمر لو تعلق الالتزام بالإعلام بشيء خطر بطبيعته أو بطريقة استعماله، فعلى المهني أن يبين للمتعاقد معه طبيعة هذه الخطورة وكيفية استخدام هذه المواد<sup>3</sup>.

هذا ما نصت عليه المادة (01/10) من المرسوم التنفيذي رقم (12-203) المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، حيث جاء فيها أنه: «يجب على المنتجين والمستوردين ومقدمي الخدمات وضع في متناول المستهلك كل المعلومات الضرورية التي تسمح له بتفادي الأخطار المحتملة والمرتبطة باستهلاك أو باستعمال

<sup>1</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 98.

<sup>2</sup> - الأمر رقم (75-58) المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم .

<sup>3</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع نفسه، ص 102.

السلعة أو الخدمة المتقدمة وذلك طيلة مدة حياته العادية أو مدة حياته المتوقعة بصدقة معقولة»<sup>1</sup>.

وجدير بالذكر أن علم المدين بالمعلومات والبيانات المتصلة بمحل العقد شرط لقيام الالتزام بالإعلام، ولا يمكنه التذرع بجهله للمعلومات على أساس وجود إلتزام بتعيين على عاتقه بالاستعلام عنها، ولا يجوز له التحلل من إلتزامه بالإعلام، ولا يعفى منه إلا بإثبات السبب الأجنبي<sup>2</sup>.

وقد كرست تشريعات حماية المستهلك قرينة العلم القاطعة لدى المهني من خلال نص المادة (17) من القانون رقم (03-09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي ألزمت المهني بإعلام المستهلك وذلك بنصها: «يجب على المتدخل إعلام المستهلك...». وبالتالي فإن واجب الإعلام يقوم على قرينة قاطعة على علم المهني بكافة المعلومات المتعلقة بمضمون العقد والتي يجب عليه إعلامها للدائن<sup>3</sup>.

ومما سبق يتضح أن المعلومات والبيانات محل الالتزام بالإعلام، يمكن أن تكون عبارة عن عرف سائد أو اتفاق بين المتعاقدين، فضلاً عن تلك المعلومات المنصوص عليها في النصوص التشريعية، وفي كل الحالات يجب على المهني الإدلاء بها للدائن، وإلا اعتبر مخالفاً بإلتزامه.

### الفرع الثاني: جهل الدائن بالمعلومات والبيانات محل الالتزام بالإعلام.

يجب لقيام إلتزام المدين بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمضمون العقد أن يكون المستهلك "جاهلاً" أي غير عالم بالبيانات أو المعلومات موضوع الإلتزام<sup>4</sup>، وهذا الجهل يضع إلتزاماً على عاتق المحترف سيما في مجال عقود الاستهلاك الإلكترونية، بتبصير المستهلك قليل الخبرة والمعرفة، ليحيطه علماً

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم (12-203) المؤرخ في 14 جمادى الثانية علم 1433هـ، الموافق لـ 6 مايو سنة 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج، ر. ع (28)، صادر بتاريخ 09 مايو 2012.

<sup>2</sup> - جريفيلى محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، مرجع سابق، ص 143.

<sup>3</sup> - جريفيلى محمد، المرجع نفسه، ص 144.

<sup>4</sup> - الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 128-129.

بكل ما يتعلق بمضمون العقد من معلومات مهنية وجوهرية تكفل له إبرام العقد في ظل إرادة حرة واعية ومستتيرة<sup>1</sup>.

ويجب أن يكون جهل الدائن بالمعلومات العقدية جهلاً مشروعاً مما يبرر إلتزام المورد بالإفصاح عن هذه المعلومات، كما أن الأصل أن يبذل كلاً المتعاقدين جهداً معقولاً للبحث عن البيانات المتعلقة بالشئ محل العقد، فالدائن يسعى إلى الاستعلام عن مواصفات وبيانات المبيع كلما كان ذلك ممكناً<sup>2</sup>.

ويتضح جهل الدائن بالمعلومات العقدية في الجهل المستند إلى استحالة العلم والاستحالة المقصودة بها هنا هي التي يستحيل معها على الدائن أن يعلم بكافة البيانات المتصلة بمحل العقد<sup>3</sup>.

وقد تكون هذه الإستحالة إما موضوعية، متى كانت البيانات مرتبطة بالشئ محل التعاقد، سواءً كانت هذه البيانات متعلقة بالوضع القانوني للشئ المبيع أو بوصفه المادي أو بطرق استخدامه<sup>4</sup>.

وقد يرجع هذا الجهل لأسباب شخصية، كأن يكون الدائن قليل الخبرة بموضوع المعاملة إلى الحد الذي لا يمكنه من الإحاطة بهذه المعلومات أو استيعاب مضمونها بمفرده<sup>5</sup>، خاصة بعد ظهور أنواع جديدة من العقود كذلك التي تتم عن بعد، الأمر الذي يستلزم تدخل المورد لتتوير إرادة المستهلك لتعويض نقص خبرته<sup>6</sup>. خبرته<sup>6</sup>.

فضلاً عن ذلك، يمكن أن يرجع الجهل إلى الثقة العقدية المشروعة إما بسبب طبيعة أو بسبب صفة الأطراف. فبالنسبة للثقة المشروعة القائمة على طبيعة العقد توجد عقود لا تتعارض فيها مصالح الأطراف مثال ذلك عقد الوكالة الذي يقوم فيه

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 81.

<sup>2</sup> - شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، مرجع سابق، ص 281-282.

<sup>3</sup> - عقيل فاضل حمد الدهان وغني ريسان جادر الساعدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مجلة أهل البيت، كلية القانون، جامعة البصرة، العراق، العدد الخامس، 2007، ص 208.

<sup>4</sup> - بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 38.

<sup>5</sup> - شايب بوزيان، المرجع نفسه، ص 282.

<sup>6</sup> - بوالباني فايزة، المرجع نفسه، ص 39.



الموكل بإعلام الوكيل بكافة المعلومات الجوهرية اللازمة لإبرام التصرفات المنوطة إلى الوكيل. وكذلك الحال بالنسبة للعقود ذات الاعتبار الشخصي كعقد الشركة والعمل فلا بد من وجود ثقة متبادلة أطراف هذه العقود<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للثقة المشروعة المبنية على أساس صفة المتعاقدين يجد هذا النوع من الثقة مجاله في المعاملات التي تمر بين الأصول والفروع والتي تستلزم إعلام المتعاقد الآخر بكل تفاصيل العقد مراعاة لأوامر القرابة وروابط المحبة التي تشيع بين أفرادها<sup>2</sup>.

وجديرٌ بالذكر أن المهني إذا رغب في إبرام عقد مع مهني آخر في نفس تخصصه، فإنه لا يمكن أن يكتسب صفة الدائن بالالتزام بالإعلام في مواجهة المتعاقد معه، وذلك نظراً لتكافؤ وتساوي المتعاقدين من حيث وسائل المعرفة، إلا في حالة إثبات أن أحدهما مارس طرقاً احتيالية كان من شأنها ايقاع المتعاقد الآخر في الغلط فيحقق له الرجوع عليه لإخلاله اتجاهه بالالتزام بالإعلام<sup>3</sup>.

نخلص فيما تقدم إلى أن نص المادة (17) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي سبقت الإشارة إليها، ألزمت المهني بإعلام المستهلك وذلك بتزويد بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، حيث أن واجب الإعلام المترتب في ذمة المتدخل يقوم على قرينة قاطعة توضح جهل المستهلك لهذه المعلومات والبيانات موضوع الالتزام بالإعلام، لاسيما في مجال العقود الإلكترونية، حيث قد يستحيل على المستهلك الإلكتروني الإلمام بكافة مواصفات وبيانات الشيء محل التعاقد.

<sup>1</sup> - عقيل فاضل حمد الدهان، غري ريسان جادر الساعدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق ص 209.

<sup>2</sup> - عقيل فاضل حمد الدهان، عني ريسان جادر الساعدي، المرجع نفسه، ص 209.

<sup>3</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007 ص 169.

كما أن قانون حماية المستهلك قد ألقى الدائن من واجب الاستعلام عن المعلومات باعتباره طرفاً ضعيفاً في العلاقة العقدية، وحقه في الإعلام مكفول بقوة القانون، ويظهر ذلك جلياً من خلال إلزام المهني بإعلامه.

### المطلب الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

يقع على عاتق المورد الإلكتروني إلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة البيانات والمعلومات المتصلة بالشيء محل العقد، سلعة كانت أم خدمة هذا من جهة. ومن جهة أخرى، هذا الإلتزام مقرر لفائدة المستهلك الإلكتروني من أجل التعاقد بحرية تامة بعيداً عن أية ضغوطات. ولتوضيح ذلك سنقوم بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين: النطاق الشخصي للإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية (فرع أول) ، ثم نبين النطاق الموضوعي لهذا الإلتزام (فرع ثان).

#### الفرع الأول: النطاق الشخصي للإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

يؤدي اختلاف المراكز وتباينها بين المورد الإلكتروني والمتعاقد إلى تحمل الطرف القوي عبء الإلتزام بالإعلام بكافة التفاصيل المؤثرة في العقد لفائدة المتعاقد الآخر أي المستهلك الإلكتروني، بقصد تبصير وتنوير إرادته، ويتم ذلك من خلال تحديد المدين الذي يقع عليه الإلتزام بالإدلاء بالمعلومات المتصلة بالعقد (بند أول) والمتعاقد المستفيد من المعلومات التي اكتسبها من المدين (بند ثان).

#### البند الأول: المدين بالإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

يقع واجب الإعلام على عاتق المهني، باعتباره الطرف القوي في العلاقة العقدية، نظراً لما تتوفر لديه من معلومات وافية عن الشيء محل العقد<sup>1</sup>، على خلاف المستهلك، فهو غالباً ما تنقصه المعرفة والدراية بالمعلومات والبيانات المتصلة بالعقد، وعليه فهو بحاجة إلى حماية قانونية خاصة؛ ومن المعروف أن المهني بحكم خبرته واحترافه يتحمل إلتزامات أكبر بكثير من تلك التي يتحملها المستهلك البسيط<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 56.

<sup>2</sup> أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 128.

وفي إطار ما تقدم، يمكن تعريف المهني بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يظهر في العقد الإلكتروني مع المستهلكين في دولة أو عدة دول، إذن المهني هو الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه اسم التاجر والشخص المعنوي كالشركات»<sup>1</sup>. وبالرجوع إلى التشريع الجزائري، نجد أنّ المشرع استخدم مصطلح المحترف والمتدخل بدل (المهني)، وذلك من خلال نص المادة (02) من المرسوم التنفيذي رقم (90-266) المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات (الملغى)، والذي عرفته بأنه: «المحترف هو مُنتَج، أو صانع، أو وسيط، أو حرفي، أو تاجر، أو مستورد، أو موزّع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك»<sup>2</sup>.

كما تناول في المادة (1/03) من القانون رقم (04-02) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تعريف "العون الاقتصادي" الذي تبين لنا أنه يقصد به "المهني" على أنه: «كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيّاً كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها»<sup>3</sup>.

فضلا عن القانون رقم (09-03) سابق الذكر، فإن المشرع استخدم كلمة "متدخل" عوض "المهني"، وذلك من خلال المادة (7/3)، والتي جاء في نصها بأنه: «المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك»<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص 264.

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي رقم (90-266) المؤرخ في 25 صفر 1411هـ، الموافق لـ 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر، ع (40)، صادر بتاريخ 19 سبتمبر 1990، الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم (13-327) المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434هـ، الموافق لـ 26 سبتمبر 2013، المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر.ع (49) صادر بتاريخ 12 أكتوبر 2013.

<sup>3</sup> - المادة (1/3) من القانون رقم (04-02)، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.

<sup>4</sup> - المادة (7/3) من القانون رقم (09-03)، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

أما في مجال العقود الإلكترونية، فقد عرفت المادة (4/6) من القانون رقم (18-05) المتعلق بالتجارة الإلكترونية "المورد الإلكتروني" بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية»<sup>1</sup>.

ومن خلال استقراء النصوص القانونية السابقة، يتضح أن واجب الإعلام لا يقع على عاتق المنتج فقط، وإنما يشمل جميع المتعاملين بالمنتجات، فقد يكون الملزم بإعلام المستهلك منتجا أو موزعا أو مقدم خدمة... الخ، الأمر الذي يعمل على تحقيق حماية فعالة للمستهلك بصفة طرفا ضعيفا في العلاقة العقدية. فضلا عن ذلك، فإن تعريف المحترف وفقا للمرسوم التنفيذي رقم (90-266) والقانون رقم (04-02) جاء مقتصرًا على الشخص الطبيعي فقط، على خلاف التعريفات الواردة في القانون رقم (09-03)، والقانون رقم (18-05) التي أدرجت الشخص المعنوي ضمن طائفة المهنيين.

وفي ضوء التعريفات السابقة، يمكن تقسيم المدينين بالالتزام بالإعلام إلى ثلاثة طوائف: المنتج، الموزع، ومقدم الخدمة، وذلك باعتبارهم مهنيين وأكثر دراسة وخبرة بما يقدمونه من منتجات وخدمات إلى طائفة المستهلكين<sup>2</sup>.

**فالمنتج هو:** «كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم في إطار نشاطه المعتاد بإنتاج مال منقول معد للتسويق، سواء في شكل منتج نهائي أو مكونات أي عمل آخر، وذلك عن طريق الصنع والتركيب، وقد يكون المنتج مزارعا أو مربيا للمواشي أو صناعيا أو صيدليا»<sup>3</sup>.

وفي مجال التعاقد عن بعد، يقوم المنتج بإعلام المستهلك أو من يتعامل معهم (الموزعين، المستوردين) بطريقة إلكترونية، هذه الأخيرة هي الطريقة المثلى

<sup>1</sup> المادة (4/6) من القانون رقم (18-05)، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>2</sup> أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 129.

<sup>3</sup> رفاوي شهباز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص 69.

والشائعة، حيث توفر للمنتجين عرض منتجاتهم بشكل دائم على شاشة الحاسوب وساعة ما يشاءون، دون أن يتكبدوا نفقات ومشقة الانتقال<sup>1</sup>.  
أما بخصوص الموزع، فمن النادر أن يتعامل المنتج مع المستهلك مباشرة؛ بل غالباً ما يتم ذلك من خلال وسيط يتولى عملية التوزيع "الموزع"، وهو مهني متخصص في السلع التي يتولى بيعها. وهؤلاء الموزعون مطالبون - بحكم تخصصهم - بالإلمام بخصائص السلع التي يتولون توزيعها، فضلاً عن كيفية استعمالها ومكامن خطورتها، حتى يتسنى لهم الإدلاء بتلك المعلومات لمن يتم توزيع السلع إليهم، سواء أكانوا تجار تجزئة أو مستهلكين عاديين<sup>2</sup>.  
وأخيراً قد يكون المهني مقدّم خدمة، وذلك بالزامه بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخدمة المطلوبة من حيث خصائصها، وميعاد تنفيذها، وكيفية أدائها والمقابل المادي المحدد لها، وكيفية الوفاء به، وغيرها من المعلومات التي قد تؤثر على إرادة المستهلك<sup>3</sup>.

### البند الثاني: الدائن بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

اختلف الفقه حول تحديد مفهوم المستهلك، حيث أنه انقسم إلى اتجاهين، اتجه تبنى مفهومًا موسعًا للمستهلك<sup>4</sup>، حيث عرف المستهلك بأنه: «كل من يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية»<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع نفسه، ص 130.

<sup>2</sup> - منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، مرجع سابق، ص 110-111.

<sup>3</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 135.

<sup>4</sup> - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017/2018، ص 14.

<sup>5</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 22.

كما عرفه بأنه: «كل شخص يقوم بعملية الاستهلاك، ولو كان يتعاقد من أجل حاجاته المهنية، ما دام يتعاقد بشأن يخرج عن نطاق تخصصه»<sup>1</sup>.

وتبعاً لذلك، فإنّ صفة المستهلك تمتد وفقاً لهذا الاتجاه، حتى بالنسبة للأشخاص المحترفين عندما يتصرفوا خارج نطاق اختصاصهم المهني، باعتبار أن الشخص المحترف، إذا تعامل خارج تخصصه يظهر في الواقع ضعيفاً مثله مثل المستهلك العادي، كالمحامي الذي يشتري أجهزة إعلامية لحاجات مكتبه، والتاجر الذي يقتني جهازاً للإنذار قصد تثبيته في محله، فهؤلاء المحترفون من المحامي والتاجر تصرفوا لغرض مهني، ولكن خارج مجال تخصصهم، وبالتالي فهم مشتركون عاديون قد يجدون أنفسهم في مركز ضعف شأنهم شأن المستهلك العادي<sup>2</sup>.

واتجاه آخر، يضيق من مفهوم المستهلك، حيث عرفه بأنه: «كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ويخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة»<sup>3</sup>.

كما يعرف المستهلك أيضاً، وفقاً لهذا الاتجاه بأنه: «كل شخص يقتني منتوجاً بغية تحقيقه لأهداف شخصية أو عائلية، دون أن يكون الغرض منه تحقيق هدف مهني، فيخرج من وصف المستهلك كل من يبرم تصرفات قانونية موجهة لأغراض المهنة أو الحرفة، كون هذه التصرفات تأهله لمواجهة من يكون في مركزه»<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011-2012، ص 22.

<sup>2</sup> - شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن يوسف بن خدة، 2013-2014، ص 06.

<sup>3</sup> - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013-2014، ص 33.

<sup>4</sup> - منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014-2015، ص 16.

ووفق هذا الاتجاه، لا يعد مستهلكاً من يقتني مالا أو خدمة لغرض مهني وآخر غير مهني، كأن يقتني وكيل عقاري سيارة يستعملها من أجل استخداماته المهنية وأيضاً من أجل نقل أسرته، وهذا ما يسمى بالاستعمال المختلط<sup>1</sup>.

أما في مجال العقود الإلكترونية، يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد مع مهني مختص، عبر وسيلة إلكترونية، من أجل الحصول على منتج أو خدمة معينة، تلزمه هو وذويه خارج تخصصه»<sup>2</sup>.

وبناءً على التعريفات الفقهية السابقة، يمكن القول أنّ المستهلك في إطار العقود التقليدية هو ذاته المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية، مع مراعاة خصوصية العقد الإلكتروني الذي يتم إبرامه عبر مختلف وسائل الاتصال الحديثة.

وعلى الصعيد التشريعي، نجد أن المشرع الجزائري قدم تعريفاً للمستهلك وذلك من خلال المادة (9/2) من المرسوم التنفيذي رقم (90-39) المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث جاء في نصها بأنه: «كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتوجاً أو خدمة، معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به»<sup>3</sup>. يستفاد من نص المادة أن المشرع يعتبر كل شخص يقتني منتوجاً سواء لتلبية حاجاته أو حاجات غيره حتى وإن كان حيواناً "مستهلكاً".

غير أنّ استخدام مصطلح "الاستعمال الوسيط" أثار جدلاً فقهيّاً حول مقصد المشرع من هذه العبارة، بين من ذهب إلى أن المشرع قصد التوسع في نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك لتشمل حتى المحترف الذي يتعاقد بشأن نشاطه المهني، وبين من رأى أن المشرع وقع في تناقض حين جمع بين الاستعمال

<sup>1</sup> رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 21.

<sup>2</sup> أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 125.

<sup>3</sup> - المرسوم التنفيذي رقم (90-39) المؤرخ في 03 رجب 1410هـ، الموافق لـ 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، ع(5)، صادر بتاريخ 31 يناير 1990، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم (01-315) المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر، ع(61)، صادر بتاريخ 21 أكتوبر 2001.

الوسيطي والغرض الشخصي من الاقتناء في تعريف واحد للمستهلك، ما يقتضي خلق عبارة الاستعمال الوسيط<sup>1</sup>.

وكذا عرفت المادة (2/3) من القانون رقم (02-04) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المستهلك بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني»<sup>2</sup>. نلاحظ من خلال نص المادة أن المشرع لم ينص على إمكانية اكتساب الشخص صفة المستهلك إذا اقتنى منتجاً لغيره.

كما تطرّق إلى تعريف المستهلك في نص المادة (1/3) من القانون رقم (03-09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به»<sup>3</sup>.

وحسب نص هذه المادة فإن المستهلك يشمل الشخص الطبيعي والمعنوي، ولا يقتصر على الشخص الطبيعي فقط، كما أنه يؤكد على ضرورة أن يكون اقتناء المنتج -سلعة كانت أم خدمة- لغرض الاستهلاك النهائي، سواء للاستخدام الشخصي أو لتلبية حاجات عائلية. وبالتالي من يتعاقد لغرض مهني لا يعد مستهلكاً وفقاً لهذا التعريف.

أما بخصوص القانون رقم (05-18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فقد عرف المشرع الجزائري "المستهلك الإلكتروني" بشكل مستقل، وذلك من خلال نص المادة (3/6) بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية، سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي»<sup>4</sup>. والملاحظ من هذا التعريف أن المشرع توسع في تحديده لمفهوم المستهلك الإلكتروني، على أساس أنه لم يحدد إن كان الاستخدام لتلبية الحاجيات

<sup>1</sup> - بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص 26.

<sup>2</sup> - المادة (2/3) من القانون رقم (02-04)، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.

<sup>3</sup> - المادة (1/3) من القانون رقم (03-09)، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

<sup>4</sup> - المادة (3/6) من القانون رقم (05-18)، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.



الشخصية أو العائلية، وإنما بغرض الاستخدام النهائي، وبالتالي يدخل المهني الذي يتعاقد خارج نشاطه المهني للاستعمال النهائي<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: النطاق الموضوعي للالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

إن الالتزام بالإعلام الإلكتروني يستوجب الإحاطة بجميع مقتضيات التعاقد، سواء ما تعلق منها بالمتعاقد معه (المورد الإلكتروني) من خلال إعلام المستهلك الإلكتروني بالبيانات المتعلقة بهويته (بند أول)، أو ما تعلق بمحل التعاقد من خلال بيان المعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد الإلكتروني (بند ثان).

### البند الأول: إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بهوية المورد الإلكتروني

ينشأ التعاقد عن بعد بين المورد والمستهلك على شبكة الانترنت، وينفذ دون الالتقاء المادي لطرفيه، وإن كان ذلك مبدئياً يعمل على توفير مشقة الانتقال بالنسبة للمستهلك، إلا أنه عدم معرفة شخصية المورد الذي يتعامل معه قد تثير قلق المستهلك، وقد تحدّ من إقباله على إبرام العقد، لذا يعد من الأهمية تحديد هوية المورد الذي يتعاقد معه، ذلك أن تحديد شخصية هذا الأخير يوفر عنصراً للأمان والثقة للمستهلك، ويكون على بينة من أمره، وهو ما جعل العديد من القوانين تحرص على إلزام المورد بتقديم البيانات الخاصة به للمستهلك الإلكتروني<sup>2</sup>. إذ لا يكفي أن يعلم المتعاقد على ماذا يتعاقد، بل أيضاً مع من يتعاقد، لأن صفة المورد تكون عادة محل اعتبار في التعاقد، ويحظى ذلك بأهمية قصوى في مجال عقود الاستهلاك الإلكترونية<sup>3</sup>.

ولذلك يجب على المورد في نطاق الثقة المشروعة ومبدأ حسن النية، أن يعلم المستهلك الإلكتروني بكافة البيانات التي تحدد شخصيته بطريقة قاطعة، وذلك في الوقت الذي يعرض عليه الإيجاب الإلكتروني. وهنا لن يكون ثمة توازن موضوعي

<sup>1</sup> - جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، مرجع سابق، ص 35.

<sup>2</sup> - بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 268.

<sup>3</sup> - حجاري محمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثامن، 2013، ص 254.

وحقيقي بين الطرفين إلا في نطاق الأمان والسلامة بينهما وفي رحاب الثقة التي ينبغي أن يودعها كل منهما أمانة لدى الآخر<sup>1</sup>.

كما أن تحديد هوية المورد يسهل على المستهلك الاتصال به، والاستفسار عن طبيعة الخدمة ومواصفات السلعة، ويتحقق ذلك ببيان جميع المعلومات المتعلقة بالمورد، من اسمه ومركز نشاطه وموقعه الإلكتروني، إلى غير ذلك من البيانات التي تحدد شخصيته الطبيعية، وهنا ما أكدته بعض التشريعات المعنية بالتعاقد عن بعد<sup>2</sup> حيث ألزمت المادة (1/4) من التوجيه الأوروبي رقم (7/97) المورد بإعلام المستهلك ببعض المعلومات في الوقت المناسب قبل إبرام العقد بهويته وعنوانه في العقود التي تتطلب وفاءً مسبقاً<sup>3</sup>.

أكثر من ذلك فإن بعض التشريعات والقوانين قد وسّعت من نطاق البيانات التي تؤدي إلى تحديد وبيان هوية المهني، وذلك بتبصير المستهلك بالبيانات التجارية للمهني<sup>4</sup>، ومن بينها نجد القانون المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي الذي يشير في الفصل (25) منه إلى وجوب قيام البائع في المعاملات التجارية الإلكترونية بتوفير جملة من المعلومات الضرورية للمستهلك بطريقة واضحة

<sup>1</sup> - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005 ص 168.

<sup>2</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق ص 140.

<sup>3</sup> - Article (4): directive 97/7/CE: «En temps utile avant la conclusion de tout contrat à distance, le consommateur doit bénéficier des informations suivantes:  
a) identité du fournisseur et, dans le cas de contrats nécessitant un paiement anticipé, son adresse». <https://eur.lex.europa.eu/legalcontent/fr> . 04/04/2019.

<sup>4</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق، ص 141.

مفهومه قبل إبرام العقد، ومن بين هذه المعلومات هوية وعنوان البائع ورقم هاتفه أو مسدي الخدمات<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري، فقد أشارت المادة (11) من القانون رقم (18-05) المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلى وجوب قيام المورد الإلكتروني بتقديم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن هذا العرض جملة من المعلومات جاءت على سبيل المثال وليس الحصر، من بينها رقم التعريف الجبائي للمورد الإلكتروني، ورقم هاتفه، ورقم سجله التجاري<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المادة (25): «يجب على البائع في المعاملات التجارية الإلكترونية، أن يوفر للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة، قبل إبرام العقد المعلومات التالية:

- هوية وعنوان وهاتف البائع أو مسدي الخدمات،
- وصفا كاملا لمختلف مراحل إنجاز المعاملة،
- طبيعة وخاصية وسعر المنتج،
- كلفة تسليم المنتج ومبلغ تأمينه والادعاءات المستوجبة،
- الفترة التي يكون خلالها المنتج معروضا بالأسعار المحددة، «...». القانون رقم (83) لسنة 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي.

<sup>2</sup> - المادة (11): « يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية ورقم 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،
- كفاءات ومصاريف وآجال التسليم،
- الشروط العامة للبيع لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي،
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع،
- طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا،
- كفاءات وإجراءات الدفع،
- شروط فسخ العقد عن الاقتضاء.....»

البند الثاني: إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد الإلكتروني

إن من بين ما يهتم المستهلك ويعمل على معرفته عند إبرامه للعقد الإلكتروني، هي المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، أو البيانات الجوهرية للمنتج الذي يسعى المستهلك إلى الحصول عليه. وعلم المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتج الذي يسعى إليه المستهلك إلى الحصول عليه<sup>1</sup>. وعلم المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتج<sup>2</sup>، توجبه المادة (17) من القانون رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي جاء في نصها بأنه: «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة»<sup>3</sup>. يتضح من هذا النص القانوني أن المشرع لم يحصر الوسيلة التي يتم بواسطتها إعلام المستهلك بالمعلومات المتصلة بمحل العقد على وسيلة معينة، وإنما ترك للمهني المجال مفتوح في اختيارها، وهذا ما تفيد به عبارة "بأي وسيلة أخرى مناسبة".

ويقصد بالمنتج حسب نص المادة (10/03) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أنه: «كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً»<sup>4</sup>. يستفاد من نص المادة أن المنتج ينقسم إلى سلعة وخدمة بحسب طبيعة المؤسسة التي تصدره.

فبالنسبة للسلعة، فقد عرفت المادة (17/03) من القانون رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السلعة بأنها: «كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً»<sup>5</sup>. من خلال نص المادة يتضح أن السلعة تقتصر على الأشياء

<sup>1</sup> - بن غيدة إيناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة ماجستير، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص 41.

<sup>2</sup> - رقاوي شهيناز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص 76

<sup>3</sup> - المادة (17) من القانون رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

<sup>4</sup> - المادة (10/03) من القانون رقم (09-03) المعدل والمتمم .

<sup>5</sup> - المادة (17/03) من القانون رقم (09-03) المعدل والمتمم .

المادية فقط، أي ذات طبيعة مادية، وبالتالي لا يمكن أن تشمل السلعة المنقول المعنوي.

أما بخصوص الخدمات، فقد عرّفها المادة ( 04/02 ) من المرسوم التنفيذي رقم (90-39) المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الخدمة بأنها: «كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقاً بالمجهود المقدم أو دعماً له»<sup>1</sup>. كما نصت المادة (16/03) من القانون (09-03) السالف الذكر إلى أن الخدمة هي: «كل عمل مقدم غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً من الخدمة المقدمة»<sup>2</sup>.

ويظهر من النصين السابقين أنّ الخدمة هي كل مجهود مبذول ما عدا تسليم السلعة، فخدمة تسليمها تعتبر جزءاً من هذه السلعة، ولا تعتبر خدمة في حد ذاتها. وفي إطار تحديد نطاق الضمان القانوني للمنتجات<sup>3</sup>، نصت المادة ( 09 ) من المرسوم التنفيذي رقم (13-327) المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ على ما يلي: «يمتد الضمان القانوني أيضاً إلى عيوب الخدمات المرتبطة باقتناء السلعة، ولا سيما فيما يتعلق برمزها وبتعليمات تركيبها أو بتشغيلها عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل»<sup>4</sup>.

ومن أجل ضمان الالتزام بالإعلام اشترط المشرع الجزائري في نص المادة(07) من المرسوم التنفيذي رقم ( 13-378) السالف الذكر أن يتم إعلام

<sup>1</sup> - المادة (04/02) من المرسوم التنفيذي رقم(90-39) المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - المادة (16/03) من القانون رقم (09-03) المعدل والمتمم.

<sup>3</sup> - بن زادي نسرين، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2014-2015، ص 40.

4 - المرسوم التنفيذي رقم (13-327) المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434هـ، الموافق لـ 26 سبتمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج . ر ، ع (49)، صادر بتاريخ 02 أكتوبر 2013.

المستهلك بالبيانات المتعلقة بمحل العقد باللغة العربية أساساً كما يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلكين<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - المادة (07): « يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية أساساً وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلك وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها ».

## المبحث الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

إنّ من أهم الصعوبات التي تواجه المستهلك في العقد الإلكتروني، هي عدم إمكانية معاينة المنتج معاينة مادية، وذلك نظراً لعدم تواجد أطراف العقد في مكان واحد. الأمر الذي يجعل المورد الإلكتروني ملزماً بإعلام المستهلك بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد، من أجل تكوين إرادة سليمة تمكنه من اتخاذ قرار الإقبال أو التراجع عن التعاقد.

ومن ثمة فإن عدم قيام المورد الإلكتروني بالوفاء بذلك الالتزام لا بد أن يتبعه جزاء قانوني، المتمثل في الجزاء المدني (مطلب أول)، وكذا العقوبات الجنائية المتمثلة في الغرامة (مطلب ثان).

### المطلب الأول: الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

لم يقرر المشرع الجزائري في القانون الخاص بحماية المستهلك جزاءات مترتبة عن مخالفة المهني لالتزامه بالإعلام، على خلاف قانون التجارة الإلكترونية. حيث أنه نص صراحة على جزاء مخالفة المورد الإلكتروني لالتزامه بالإعلام، وهو نفس الجزاء المنصوص عليه في القواعد العامة، وذلك من خلال حق المستهلك في إبطال العقد استناداً إلى مخالفة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد (فرع أول)، وعن طريق الفسخ في حالة مخالفة المهني للالتزام بالإعلام أثناء تنفيذ العقد (فرع ثان). فضلاً عن ذلك، يمكن للدائن الرجوع على المدين للمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر.

#### الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال

يترتب على إبرام العقد دون أن يعلم المشتري بالبيانات المتصلة بالخصائص الجوهرية للمبيع، أو بتلك المتعلقة بطريقة الاستعمال إبطال العقد لمصلحة

المشتري<sup>1</sup>. ويحق لهذا الأخير طلب الإبطال بدعوى عدم العلم الكافي بالمبيع، ويعتبر هذا الحق مقررًا للمشتري فقط دون البائع<sup>2</sup>، وذلك استناداً على نص المادة (352) ق.م.ج والتي جاء فيها بأنه: «يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب ابطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع<sup>3</sup>. ومن ثمة فهذا الحق مقرر للمشتري بموجب نص القانون<sup>4</sup>.

كما يؤدي الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد إلى تعيب إرادة المستهلك عديم الخبرة، مما يسمح له بالمطالبة بإبطاله إذا وقع في غلط أو تدليس<sup>5</sup>. فبالنسبة للغلط الذي يعيب الإرادة ويجعل العقد قابلاً للإبطال يشترط فيه أن يكون جوهرياً<sup>6</sup>، وهو ما نصت عليه المادة (81) ق.م.ج: «يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهرى وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله<sup>7</sup>. يتضح من نص المادة أن المشرع اشترط لطلب إبطال العقد من جانب الدائن أن يقع الغلط أثناء إبرام العقد، وأن يكون جوهرياً.

ويعتبر الغلط جوهرياً إذا وقع في صفة جوهرية للشيء محل التعاقد أو في الشخص المتعاقد، أو في صفة من صفاته<sup>8</sup>. وهذا ما نصت عليه المادة (82) ق.م.ج

<sup>1</sup> - شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، مرجع سابق، ص 293.

<sup>2</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 116.

<sup>3</sup> - المادة (352) ق.م.ج، المعدل والمتمم.

<sup>4</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، المرجع نفسه، ص 117.

<sup>5</sup> - عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، المجلد 27، 2013، ص 09.

<sup>6</sup> - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، نظرية الإلتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، لبنان، الجزء الأول، 1958، ص 292-293.

<sup>7</sup> - المادة (81) ق.م.ج، المعدل والمتمم.

<sup>8</sup> - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، نظرية الإلتزام بوجه عام، مرجع سابق، ص 293.



والتي جاء فيها بأنه: «... ويعتبر الغلط جوهرياً على الأخص وإذا وقع في صفة للشيء يراها المتعاقدون جوهرية، أو يجب اعتبارها كذلك نظراً لشروط العقد وحسن النية.

إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكذلك تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد»<sup>1</sup>.

ولا يختلف عيب الغلط في العقد التقليدي كعيب من عيوب الإدارة عن عيب الغلط الذي يوجد في التعاقد الإلكتروني، فهذا العيب أمر متصور الحدوث في كلا الحالتين سواء كان التعاقد تقليدياً أم إلكترونياً<sup>2</sup>.

وكثيراً ما يقع الغلط في العقود الإلكترونية بسبب العرض الناقص للمنتجات كما لو كان العرض غير واضح أو غير مفهوم<sup>3</sup>.

وعليه فالمورد الإلكتروني ملزم بإعلام المستهلك المتعاقد معه في العقد الإلكتروني بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، بالقدر الذي يتمتع معه احتمال التباس الأمر على المستهلك الإلكتروني<sup>4</sup>.

أما التدليس فهو استعمال أطراف فهو استعمال أطراف احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد<sup>5</sup>. وقد يقدم معلومات كاذبة ويستعمل وسائل احتيالية<sup>6</sup>، من بينها الكتمان التدلسي والذي يتمثل في السكوت العمدي عن واقعة تهم المدلس عليه<sup>7</sup>، وهو ما نصت عليه المادة (2/86) ق.م.ج: «... ويعتبر تدليساً

<sup>1</sup> - المادة (82) ق.م.ج المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، مرجع سابق، ص 85.

<sup>3</sup> - إلياس ناصيف، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2009، ص 130.

<sup>4</sup> - عبايد فريحة حفيظة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق ص 432.

<sup>5</sup> - علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الخامسة، 2003، ص 60.

<sup>6</sup> - عبايد فريحة حفيظة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 433.

<sup>7</sup> - بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، مرجع سابق، ص 85.

السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة»<sup>1</sup>.

يتضح من نص المادة أن المستهلك يكون في حالة تدليس إذا تعمد المهني السكوت عن معلومات تؤثر في إرادته في الإقبال على شراء المنتج، أو التراجع عن ذلك إذا علم بها وقت إبرام العقد.

فضلاً عن ذلك، فإنه إذا صدر التدليس من الغير فليس للمستهلك المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد، إلا إذا أثبت أن المتعاقد الآخر كان على علم أو كان من المفروض حتماً أن يعلم بقيام الغير بهذا التدليس<sup>2</sup>.

وطرق التدليس في التعاقد الإلكتروني كثيرة ومتعددة، من بينها استعمال العلامة التجارية لشخص آخر، وتعمد نشر معلومات غير واضحة على الموقع بقصد ترويجها. ومن أشهر طرق التدليس المستخدمة عبر الأنترنت إنشاء موقع لمؤسسات وهمية لا وجود لها على الإطلاق، وهو أمر متصور الوقوع في المعاملات الإلكترونية<sup>3</sup>.

ولا يشترط في الكتمان لكي يعد تدليساً، أن يتعلق بكافة المعلومات التي يجب الإدلاء بها، بل يمتد ليشمل حتى الأجزاء البسيطة. التي يراها الطرف المتعاقد ضرورية<sup>4</sup>.

### الفرع الثاني قابلية العقد للفسخ

يقع على عاتق المورد الإلكتروني تنفيذ الالتزامات العقدية التي يرتبها عقد البيع الإلكتروني، ومن بينها الالتزام بالإعلام التعاقدية، وفي حالة الإخلال بهذا

<sup>1</sup> - المادة (2/86) ق.م.ج، المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - المادة (87) ق.م.ج: «إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين، فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد، مالم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم أو كان من المفروض حتماً أن يعلم بهذا التدليس».

<sup>3</sup> - الطيب حسن عبد الله عوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 90.

<sup>4</sup> - عجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، 2014، ص 217-218.

الأخير، فإنه لا يوجد ما يحول دون إمكانية مطالبة المستهلك بفسخ العقد وفقاً للقواعد العامة، باعتبار أن البائع امتنع عن تنفيذ التزام عقدي<sup>1</sup>.

ففي حالة إخلال المتعاقد بالتزامه بإعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الضرورية المتعلقة بالعقد، فإنه يجوز لهذا الأخير الخيار بين طلب تنفيذ العقد أو فسخه<sup>2</sup>.

ويعرف الفسخ بأنه: « حل الرابطة العقدية بناء على طلب أحد طرفي العقد إذا أخل الطرف الآخر بالتزامه »، إذن فالفسخ هو جزاء إخلال المتعاقد بالتزامه ليحرر المتعاقد الآخر نهائياً من الالتزامات التي يفرضها عليه العقد<sup>3</sup>.

فضلاً عن ذلك، فإنه حسب الفقرة الثانية من نص المادة (119) ق.م.ج: « يجوز للقاضي أن يمنح المدين أجلاً حسب الظروف، كما يجوز له أن يرفض الفسخ إذا كان ما لم يوف به المدين قليل الأهمية بالنسبة إلى كامل الالتزامات<sup>4</sup>. ويتضح من نص المادة أن للقاضي السلطة التقديرية في أن يمنح للمدين أجلاً لتنفيذ التزامه، أو أن يقضي بفسخ العقد، فإذا طلب الدائن تنفيذ الالتزامات وتبين للقاضي أنه يمكن الحصول، فلا شك أنه يقضي به وليس له أن يحكم بالفسخ. أما إذا طلب الدائن الفسخ فللقاضي الخيار بين أن يمنح المدين أجلاً لتنفيذ التزامه أو أن يرفض الفسخ إذا كان ما لم يوف به قليل الأهمية بالنسبة إلى كامل الالتزامات.

<sup>1</sup> - شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، مرجع سابق، ص 295.

<sup>2</sup> - المادة (1/119) ق.م.ج: « في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد إعدار المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك »

<sup>3</sup> محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2011، ص 162.

<sup>4</sup> - المادة (2/119) ق.م.ج، المعدل والمتمم.

ولعل أهم ما يجب الإشارة إليه، أنّ الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يؤدي فقط إلى إبطال العقد أو فسخه، بل يمكن أن ينصرف جزاء الإخلال بهذا الالتزام إلى إقرار تعويض عن الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك، فهذا الجزاء يجد مصدره في تعيب إرادة هذا الأخير عن طريق الغلط أو التدليس، باعتبار أنّ التدليس فعل ضار، يلزم من ارتكبه بتعويض الضرر الناتج عنه طبقاً لأحكام المسؤولية التقصيرية<sup>1</sup>. وذلك وفقاً ما نصت عليه المادة ( 124 ) ق.م. ج التي جاء فيها بأنه: «كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرر للغير، يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض»<sup>2</sup>.

يتضح من نص المادة أنه يشترط لقيام المسؤولية المدنية، سواء كانت تقصيرية أو عقدية، توافر ثلاثة أركان تتمثل في وجود خطأ ارتكبه المهني وضرر تعرض له المستهلك، وعلاقة سببية بينهما. ومنه لكي يستفيد الدائن من التعويض فإنه يقع عليه عبئ إثبات خطأ المهني.

وبالرجوع للمادة (140 مكرر/1) ق.م. ج فإنه: «يكون المنتج مسؤول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية»<sup>3</sup>. يتضح من نص المادة أنّ مسؤولية المنتج تقوم على أساس الضرر الناتج عن عيب في المنتج، حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية كما لو أخل المنتج بالالتزام بإعلام المستهلك بالبيانات اللازمة لاستعمال الشيء المباع. وعليه حتى يتقرر للمتضرر الحق في التعويض يجدر به إثبات العيب الموجود في المنتج، والضرر والعلاقة السببية بينهما.

كما فرض المشرع الجزائري في القانون رقم ( 09-03 ) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التزاماً على عاتق المنتج، يترتب على الإخلال به تعويض الأضرار التي تسببها منتوجاته المعيبة للمستهلك<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، مرجع سابق، ص 86.

<sup>2</sup> - المادة (124) ق.م. ج، المعدل والمتمم.

<sup>3</sup> - المادة (140 مكرر/1) ق.م. ج، المعدل والمتمم

<sup>4</sup> - بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 124.

وهو ما أقرته المادتان ( 11 ) و ( 12 ) منه، بحيث ألزمتا المنتج بأن يكون منتوجه مطابقاً للطلبات المشروعة للمستهلك<sup>1</sup>، كما فرضت على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك<sup>2</sup>.

وفي مجال المعاملات الإلكترونية، نجد أنّ المشرع الجزائري في القانون رقم (05-18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية قد خوّّل المستهلك الإلكتروني الحق في أن يطلب إبطال العقد والتعويض عما أصابه من ضرر،<sup>3</sup> وذلك في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأحكام المادة (10)،<sup>4</sup> أو أحكام المادة (13)<sup>5</sup> من نفس القانون. وعليه فالتعويض تتنازعه مصلحتان: مصلحة المضرور (المستهلك) التي تقضي بأن يتناسب هذا التعويض مع ما أصابه من ضرر، لكي يعيده إلى الحالة التي

<sup>1</sup> - المادة (11) من القانون رقم (03-09): «يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفة ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.....».

<sup>2</sup> - المادة (12) من القانون رقم (03-09): «يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول.....».

<sup>3</sup> - المادة (14) من القانون رقم (05-18): «في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، م طرف المورد الإلكتروني، يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطالب بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به».

<sup>4</sup> - المادة (10) من القانون رقم (05-18): «يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني».

<sup>5</sup> - المادة (13) من القانون رقم (05-18): «يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:

- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات،
- شروط وكيفيات التسليم،
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع،
- شروط فسخ العقد الإلكتروني،
- شروط وكيفيات الدفع،
- شروط وكيفيات إعادة المنتج،.....»

كان عليها قبل وقوع الحادث. ومصلحة المهني تقتضي تحديد هذا التعويض حتى لا يرهقه فيعجز عن مواصلة مهنته، سواء كان منتجاً أو مقدماً لخدمة.<sup>1</sup> وبالتالي فإن الهدف من إقرار المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، هو جبر الضرر الذي يلحق بالمضور (المستهلك) نتيجة لهذا الإخلال، وذلك من خلال إعادة التوازن الذي اختل نتيجة للضرر، ويتحقق ذلك بالتعويض الكامل للضرر دون زيادة أو نقصان<sup>2</sup>، ويكون ذلك إما نقدياً وهو الصورة الغالبة للتعويض في المسؤولية التقصيرية، ويتمثل في المبلغ المالي الذي يقدره القاضي لجبر الضرر الذي لحق بالمضور، وإما أن يكون عينياً بإعادة الحال إلى ما كان عليه قبل وقوع الفعل الضار.<sup>3</sup>

يتضح مما سبق أن الجزاءات المدنية غير كافية لردع المهني عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، لذلك أقر المشرع جزاءات جنائية تكون أكثر تأثيراً على المهني، وذلك من أجل احترام التزامه بالإعلام.

### المطلب الثاني: الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال

#### بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

يشكل الالتزام بالإعلام أحد أهم الضمانات التي أقرتها القوانين الخاصة بحماية المستهلك، ذلك أن الهدف من وراء تقرير هذا الالتزام يكمن في تنوير وتبصير رضا المستهلك، وإعادة التوازن المفقود بينه وبين المتعاقد معه، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالمستهلك الإلكتروني، فهذا الأخير لا يملك المعاينة الفعلية لمحل العقد قبل إبرام العقد. وبما أن مخالفة المهني لالتزامه بالإعلام يؤثر على صحة

<sup>1</sup> - محمد عبد القادر الحاج، مسؤولية المنتج والموزع، دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص 229، نقلاً عن: أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق، ص 268.

<sup>2</sup> - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مرجع سابق، ص 268.

<sup>3</sup> - بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الجزء الثاني، 1999، ص 265-266.

رضا المستهلك، فإن المشرع قد فرض عقوبات جنائية على كل من يخل الأنظمة والقوانين المتعلقة بحماية المستهلك، منها ما يتعلق بعدم الإعلام بشروط البيع (فرع أول)، و عقوبات أخرى تترتب في حال عدم وسم المنتج، وعدم الإعلام عن الأسعار ( فرع ثان).

### الفرع الأول: جزاء عدم الإعلام بشروط البيع

ألزم المشرع الجزائري البائع بإعلام المستهلك قبل اختتام عملية البيع، وبأية طريقة كانت، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج وشروط البيع الممارس،<sup>1</sup> ويقصد بهذا الأخير إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد أو حتى تلك الناشئة عن نصوص القانون.<sup>2</sup>

فإذا امتنع البائع عن ذلك يكون قد أخل بالتزامه بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد، ويكون مرتكباً لجريمة يعاقب عليها القانون.<sup>3</sup>

فضلاً عن ذلك، فقد تضمنت المادة ( 09) من القانون رقم ( 04-02) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بيان شروط البيع منها كيفيات الدفع إضافة إلى الحسوم، التخفيضات والمسترجعات.<sup>4</sup>

ومن خلال استقراء المادتين (08) و(09) من نفس القانون يتبين لنا أن

المشرع ألزم البائع بإعلام المستهلك قبل تمام عملية البيع بشروط البيع، وكذا المعلومات والبيانات المتعلقة بمحل العقد. وفي حالة إخلال البائع بهذه الالتزامات يترتب عليه جزاء جنائي، وذلك وفقاً لما نصت عليه المادة (32) من القانون السالف الذكر، التي جاء فيها بأنه: «يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام

<sup>1</sup> - المادة (08): «يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقد لعملية البيع أو الخدمة». القانون رقم (04-02) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005، ص 87.

<sup>3</sup> - رفلوي شهبيناز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص 181.

<sup>4</sup> - المادة (09): «يجب أن تتضمن شروط البيع إجبارياً في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كيفيات الدفع، وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات»، القانون رقم (04-02) المعدل والمتمم.

المادتين 8 و 9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)»<sup>1</sup>.

وفي مجال المعاملات التجارية الإلكترونية، ألزم المشرع المورد الإلكتروني بتقديم عدة معلومات متعلقة بعرضه التجاري، من بينها الشروط العامة للبيع لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، كإجراءات الدفع<sup>2</sup>. وبذلك فإن عدم قيام المورد الإلكتروني بتنفيذ التزاماته الواردة في المادة (11) يكون قد أخل بالتزامه بالإعلام، وبالتالي يعاقب بموجب المادة (39) من القانون رقم (18-05) المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي جاء في نصها ما يلي: «يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر»<sup>3</sup>.

#### الفرع الثاني: جزاء عدم الإعلام بالأسعار وعدم وسم المنتج

سنتطرق في هذا الفرع إلى جزاء إخلال المتدخل لالتزامه بإعلام المستهلك بالأسعار (بند أول)، وكذا الجزاء المترتب في حال عدم وسم المنتج (بند ثان).

#### البند الأول: جزاء عدم الإعلام بالأسعار

إن من أهم العناصر الأساسية التي يركز عليها المستهلك عند رغبته في اقتناء سلعة أو الاستفادة من خدمة، هو السعر الذي سوف يدفعه مقابل حصوله عليها، من هنا فإن السعر (الثمن) يعتبر عنصر أساسي في عقد الاستهلاك الذي سيبرمه المستهلك مع المهني، حيث أن الهدف الأساسي للإعلان عن الأسعار للسلع

<sup>1</sup> - المادة (32) من القانون رقم (04-02) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - المادة (11) من القانون رقم (18-05) المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> - المادة (39) من القانون رقم (18-05).



والخدمات المتقدمة لجمهور المستهلكين هو حمايتهم من تعسف البائع أو الصانع أو مقدم الخدمة<sup>1</sup>.

وهو ما أكدته المادة (04) من القانون رقم (02-04) بنصها: «يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع»<sup>2</sup>. فضلاً عن ذلك، فقد بينّ المشرع كيفية الإعلام عنها، وذلك بواسطة وضع علامات أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك، كما يجب أن تبين هذه الأسعار والتعريفات بطريقة مرئية ومقروءة<sup>3</sup>.

ويظهر من النصين السابقين، أنه يقع على عاتق المتدخل التزام بالإعلام عن الأسعار، وذلك بطرق وكيفيات مختلفة وردت على سبيل المثال، وعليه فالمتدخل له الحرية في اختيار الطريقة المناسبة لإعلام المستهلك.

وبذلك فإن امتناع المتدخل عن تنفيذ التزامه بالإعلام عن الأسعار يترتب جزاءً جنائياً نصت عليه المادة (31) من القانون رقم (02-04) السالف الذكر: «يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)»<sup>4</sup>.

أما في مجال العقود الإلكترونية، فإذا أخل المورد الإلكتروني بالتزامه تجاه المستهلك بالإعلام عن الأسعار، فإنه يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2007، ص 84-85.

<sup>2</sup> - المادة (04) من القانون رقم (02-04) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.

<sup>3</sup> - المادة (05): «يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة

يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة....»، القانون رقم (02-04) المعدل والمتمم.

<sup>4</sup> - المادة (31) من القانون رقم (02-04) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

<sup>5</sup> المادة (11): «... موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة...». القانون رقم (05-18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

### البند الثاني: جزاء عدم وسم المنتج

يعتبر الوسم من بين أهم الوسائل التي تؤدي إلى إعلام المستهلك حول التفاصيل والمكونات التي تدخل في تركيب المنتج، إذ يعتبر بمثابة بطاقة تعريفية وإشهارية معاً حول منتج معين<sup>1</sup>. وقد عرفه المشرع الجزائري في المادة (4/03) من القانون رقم ( 03-09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: «كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو ملصقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها»<sup>2</sup>.

لذلك يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج محل الاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة<sup>3</sup>. وبما أن الوسم التزام بفريضة القانون على كل محترف يزاول عملية وضع المنتج للاستهلاك<sup>4</sup>. فإن المشرع رتب جزاءً جنائياً على كل من يخلّ بهذا الالتزام<sup>5</sup>. وذلك وفقاً ما نصت عليه المادة ( 78) من نفس القانون، التي جاء فيها بأنه: «يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار ( 100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج)، كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في

<sup>1</sup> - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 126.

<sup>2</sup> - المادة (4/03) من القانون رقم (03-09)، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

<sup>3</sup> - المادة (17) من القانون رقم (03-09)، المعدل والمتمم، المشار إليها سابقاً.

<sup>4</sup> - زوبير أرزقي، المرجع نفسه، ص 126.

<sup>5</sup> - رفاري شهيناز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص 215.

المادتين 17 و 18 من هذا القانون»<sup>1</sup>؛ وكذلك بعقوبة تكميلية، والمتمثلة في مصادر المنتجات والأدوات، وكل وسيلة أخرى استعملت في ارتكاب المخالفة<sup>2</sup>.  
من خلال ما سبق يتضح لنا أن المشرع اكتفى بالغرامة كعقوبة تسلط على كل متدخل خالف إلتزامه بالإعلام، دون التفرقة بين ما إذا كان هذا الإلتزام مرتبطاً بشروط البيع أو بالأسعار المتعلقة بالمنتج محل التعاقد، ويرجع ذلك إلى أنّ الهدف الذي يسعى إليه المتدخل هو تحقيق الربح، لذلك تكون عقوبته عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام بالغرامة أنسب وأكثر جدوى من غيرها.

<sup>1</sup> - المادة (78) من القانون رقم (09-03)، المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - المادة (82): «إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68 و 69 و 70 و 71 و 73 و 78 أعلاه، تصدر المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون». القانون رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

الانتمية

في نهاية دراستنا لموضوع الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية، كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني، الطرف الضعيف في العلاقة العقدية، توصلنا إلى النتائج التالية:

- 1- إن الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية لا يختلف عن الإلتزام بالإعلام في حالة التعاقد التقليدي، إلا من حيث الوسيلة التي يتم بواسطتها العقد.
- 2- لم يحصر المشرع الجزائي الوسيلة التي يتم من خلالها إبرام العقد على شبكة الأنترنت، وإنما وسع من نطاق الوسائل الإلكترونية.
- 3- إن "خاصية البعد" التي يتميز بها العقد الإلكتروني، لا تمتد بصفة دائمة إلى مرحلة تنفيذ العقد، حيث يمكن أن يبرم العقد عن بعد وينفذ بالطريقة التقليدية إذا كانت طبيعة العقد تتطلب ذلك، ذلك أن هناك بعض العقود يستحيل أن تنفذ إلكترونياً.
- 4- إن العقد الإلكتروني يغلب عليه الطابع الدولي، ولكن هذا لا ينفي وجود عقود إلكترونية على المستوى الوطني.
- 5- لا يقتصر الإلتزام بالإعلام على المرحلة السابقة على التعاقد، بل يمتد كذلك إلى مرحلة تنفيذ العقد. فضلا عن ذلك، فإن الهدف الذي يسعى إليه الإلتزام بالإعلام في المرحلتين معا يكمن في تنوير وتبصير إرادة المستهلك، سواء كان هذا الإلتزام في شكله التقليدي أو الإلكتروني.
- 6- لم يحصر المشرع الجزائي الوسيلة التي يتم بواسطتها الإلتزام بالإعلام، وذلك من خلال إلزام المهني بإعلام المستهلك بأي وسيلة، بما في ذلك تقنيات الإتصال الحديثة، وهذا ما ينطبق على التعاقد الإلكتروني.
- 7- تزداد أهمية الإلتزام بالإعلام في مجال العقد الإلكتروني، ذلك أن المستهلك الإلكتروني. لا يملك المعاينة الفعلية لمحل العقد، مما يجعل المورد الإلكتروني ملزماً بتقديم كافة المعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه.
- 8- إن دور الإلتزام بالإعلام الإلكتروني يكمن في سد فجوة التفاوت المعرفي بين المستهلك الإلكتروني والمورد، حيث يلتزم هذا الأخير بالإعلام بكافة المعلومات المتوفرة لديه عن السلعة أو الخدمة محل العقد.

9- إن واجب الاعلام المترتب في ذمة المتدخل يقوم على قرينة قاطعة توضح جهل المستهلك لهذه المعلومات والبيانات موضوع الإلتزام بالإعلام، لا سيما في مجال العقود الإلكترونية، حيث يستحيل على المستهلك الإلكتروني الإلمام بكافة مواصفات وبيانات الشيء محل التعاقد.

10- الإلتزام بالإعلام لا يقع على عاتق المنتج فقط، وإنما يشمل جميع المتعاملين بالمنتجات، فقد يكون الملزم بالإعلام منتجاً أو موزعاً أو مقدم خدمة، الأمر الذي يعمل على تحقيق حماية فعالة للمستهلك بصفته طرفاً ضعيفاً في العلاقة العقدية.

كما نقترح التوصيات التالية:

1 ضرورة تنظيم كفيات الإلتزام بالإعلام في قانون خاص مستقل عن قانون حماية المستهلك، حتى يشمل جميع حالات العقود الإستهلاكية، سواء كانت عقود عادية أو إلكترونية.

2 نقترح على المشرع الجزائري أن ينص في قانون التجارة الإلكترونية على أن يتم إبرام العقد الإلكتروني باللغة العربية أساساً، لا سيما إذا كان العقد الإلكتروني محلياً.

3 ضرورة أن ينص المشرع الجزائري صراحة على حق العدول في قانون التجارة الإلكترونية.

# قائمة المصادر والمراجع

أولاً: النصوص التشريعية والتنظيمية

أ. النصوص التشريعية

1. الأمر رقم(75-58) المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
2. القانون رقم (04-02) المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج.ر، ع (41) صادر بتاريخ 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم (10-06) المؤرخ في 15 غشت 2010، ج.ر، ع (46) 2010.
3. القانون رقم (09-03) المؤرخ في 29 صفر 1430، الموافق ل 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، ع ( 15)، صادر بتاريخ 08 مارس 2009، معدل ومتمم بالأمر رقم (15-01) المؤرخ في 07 شوال 1436، الموافق لـ 23 يوليو 2015، المتعلق بقانون المالية التكميلي، ج، ر.ع(40) صادر بتاريخ 23/07/2015، وبالقانون رقم (18-09)، المؤرخ في 25 رمضان 1439، الموافق لـ 10 يونيو 2018، ج، ر.ع(35) صادر بتاريخ 13 يونيو 2018.
4. القانون رقم (18-05)، المؤرخ في 24 شعبان 1439هـ، الموافق لـ 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، ع(28)، صادر بتاريخ 16 مايو 2018.

ب. النصوص التنظيمية

5. المرسوم التنفيذي رقم (90-39) المؤرخ في 03 رجب 1410هـ، الموافق لـ 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، ع (5)، صادر بتاريخ 31 يناير 1990، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم ( 01-315) المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر، ع (61)، صادر بتاريخ 21 أكتوبر 2001.
6. المرسوم التنفيذي رقم (90-266) المؤرخ في 25 صفر 1411هـ، الموافق لـ 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر، ع



- (40)، صادر بتاريخ 19 سبتمبر 1990 ، الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم (13-327) المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434هـ، الموافق لـ 26 سبتمبر 2013 ، المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج، ر.ع (49) صادر بتاريخ 12 أكتوبر 2013 .
7. المرسوم التنفيذي رقم (06-306) المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ، ر.ع (56) صادر بتاريخ 11 سبتمبر 2006، معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي (08-44) المؤرخ في 03 فبراير 2008، ج، ر.ع(07) صادر بتاريخ 10 فبراير 2008.
8. المرسوم التنفيذي رقم (12-203) المؤرخ في 14 جمادى الثانية علم 1433هـ، الموافق لـ 6 مايو سنة 2012 ، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج، ر.ع (28)، صادر بتاريخ 09 مايو 2012.
9. المرسوم التنفيذي رقم (13-378) المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج، ر.ع(58) صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.
10. المرسوم التنفيذي رقم ( 15-114) المؤرخ في 2015/05/12 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الإستهلاكي ، ج.ر،ع(24) صادر بتاريخ 2015/05/13.

### ثانيا. النصوص القانونية الأجنبية

11. التوجيه الأوروبي رقم ( 07 ) لسنة 1997 المتعلق بحماية المتعاملين والمستهلكين عن بعد  
<https://eur.lex.europa.eu/legalcontent/fr . 04/04/2019>.
12. القانون المدني الفرنسي :  
<http://www.legifrance.gouv.fr 04/04/2019>.
13. القانون رقم (83) لسنة (2000)، المؤرخ في 09 أوت 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية.  
<http //www.legislation.tn>

14. القانون الأردني رقم (15) لسنة (2015)، المتعلق بالمعاملات الإلكترونية.  
<http://doc.pm.gov.jo.20/02/2019>

### ثالثاً. الكتب العامة

14. بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الجزء الأول، 1995.
15. بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الجزء الثاني، 1999.
16. محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2011.
17. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، نظرية الالتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، لبنان، الجزء الأول، 1968
18. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام العامة، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الخامسة، 2003

### رابعاً. الكتب المتخصصة

19. أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2018.
20. إلياس ناصيف، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2009.
21. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
22. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
23. ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني، مكتبة الرشد ناشرون، الرياض، الطبعة الأولى، 2009.

24. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005.
25. محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005.
26. ميكائيل رشي علي الزبياري، العقود الإلكترونية على شبكة الانترنت بين الشريعة والقانون، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2014-2015.
27. منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2013.
28. مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2011.
29. سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الإتصال الحديثة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.
30. سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى 2008.
31. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2007.
32. رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت الطبعة الأولى، 2016.
33. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007.
34. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

### خامساً. الدوريات العلمية المحكمة

35. بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، العدد الثالث، 2017.

36. حجاري محمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثامن، 2013.
37. عائشة قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1، العدد العاشر، 2017.
38. عبايد فريحة حفيظة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، العدد الثاني، 2018.
39. عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، المجلد 27، 2013.
40. عقيل فاضل حمد الدهان وغني ريسان جادر الساعدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مجلة أهل البيت، كلية القانون، جامعة البصرة، العراق، العدد الخامس، 2007.
41. كريمة بركات، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الحقوق والحريات، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، العدد الرابع، 2017.
- سادسا. الرسائل العلمية**
- أ. أطروحات الدكتوراه**
42. أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة احمد دراية، أدرار 2017-2018.
43. العيشي عبد الرحمان، ركن الرضا في العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016-2017.

44. بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
45. بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018.
46. جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، رسالة دكتوراه، تخصص قانون معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2017-2018.
47. عجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، 2014.
48. علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الأضرار بسلامته في التشريع الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016م.
49. شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016/2015.
50. خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017/2018.
51. غريوج حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2017-2018.

ب. رسائل الماجستير

52. الطيب حسن عبد الله العوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الرباط الوطني، 2015.
53. بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2011-2012م.
54. بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011-2012.
55. بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014-2015.
56. بن زادي نسرين، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2014-2015.
57. بن غيدة إيناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة ماجستير، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.
58. جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.
59. زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
60. لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2010-2011.
61. مزارى عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013.

62. محمد بن حمار، حماية المستهلك في عقد السياحة والأسفار، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016-2015.
63. عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009-2008.
64. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم (09-03) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2014-2013.
65. رفلوي شهيناز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 02، 2016-2015.
66. شطابي علي، حماية المستهلك من المنتجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن يوسف بن خدة، 2014-2013.

# فهرس المحتويات



الصفحة	المحتوى
أ-ب	الإهداء.....
ج	شكر وتقدير.....
03-01	مقدمة.....
<b>الفصل الأول: العقد الإلكتروني كـمجال لتطبيق الإلتزام بالإعلام</b>	
06	المبحث الأول: مفهوم العقد الإلكتروني.....
06	المطلب الأول: مضمون العقد الإلكتروني.....
06	الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني.....
07	البند الأول: التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني.....
08	البند الثاني: التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني.....
08	أولاً: تعريف العقد الإلكتروني في التشريع التونسي.....
09	ثانياً: تعريف العقد الإلكتروني في التشريع الأردني.....
09	ثالثاً: تعريف العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري.....
09	الفرع الثاني: خصائص العقد الإلكتروني.....
10	البند الأول: العقد الإلكتروني عقد يبرم عن بعد.....
	البند الثاني: العقد الإلكتروني عقد يبرم باستخدام وسائط إلكترونية.....
11	البند الثالث: العقد الإلكتروني عقد دولي.....
11	البند الرابع: العقد الإلكتروني عقد تجاري.....
12	المطلب الثالث: الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني.....
13	الفرع الأول: العقود الإلكترونية عقود إذعان.....

13	الفرع الثاني: العقود الإلكترونية عقود مساومة .....
16	المبحث الثاني: الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك الإلكترونية....
16	المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام.....
	الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام وتمييزه عن المفاهيم
17	المشابهة له.....
17	البند الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام.....
	البند الثاني: التمييز بين الإلتزام بالإعلام والمفاهيم
20	المشابهة له.....
21	أولاً: التمييز بين الإلتزام بالإعلام والنصح.....
21	ثانياً: التمييز بين الإلتزام بالإعلام والتحذير.....
23	ثالثاً: التمييز بين الإلتزام بالإعلام والإستعلام.....
23	الفرع الثاني: صور الإلتزام بالإعلام .....
24	البند الأول: الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد.....
25	البند الثاني: الإلتزام بالإعلام التعاقدي.....
	المطلب الثاني: الإلتزام بالإعلام بين القواعد العامة والتدخل
26	التشريعي.....
26	الفرع الأول: الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام.....
26	البند الأول: الإلتزام بالإعلام إلتزام ببذل عناية.....
27	البند الثاني: الإلتزام بالإعلام إلتزام بتحقيق نتيجة.....
29	الفرع الثاني: الأساس القانوني للإلتزام بالإعلام .....
	البند الأول: الأساس القانوني للإلتزام بالإعلام في القواعد
29	العامة.....

- 29 أولاً: نظرية عيوب الإرادة.....
- 30 ثانياً: نظرية العيوب الخفية.....
- 31 ثالثاً: مبدأ حسن النية .....
- البند الثاني: الأساس القانون للإلتزام بالإعلام في القوانين الخاصة.....
- 32

### الفصل الثاني: أحكام الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

- 37 المبحث الأول: خصوصية الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.....
- 37 المطلب الأول: شروط قيام الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية
- الفرع الأول: علم المدين بالمعلومات والبيانات محل الإلتزام بالإعلام.....
- 38
- الفرع الثاني: جهل الدائن بالمعلومات والبيانات محل الإلتزام بالإعلام.....
- 40
- المطلب الثاني: نطاق الشخصي للإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية
- الفرع الأول: النطاق الشخصي للإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.....
- 43
- البند الأول: المدين بالإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية
- 43
- البند الثاني: الدائن بالإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية
- الفرع الثاني: النطاق الموضوعي للإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.....
- 50
- البند الأول: إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بهوية المورد الإلكتروني.....
- 50

	البند الثاني: إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بالسلعة أو
53	الخدمة محل العقد الإلكتروني .....
56	المبحث الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية.
	المطلب الأول: الجزاءات المدنية المترتبة على الإخلال بالالتزام
56	بالإعلام في العقود الإلكترونية.....
56	الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال.....
59	الفرع الثاني: قابلية العقد للفسخ.....
	المطلب الثاني: الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بالالتزام
63	بالإعلام في العقود الإلكترونية.....
64	الفرع الأول: جزاء عدم الإعلام بشرط البيع.....
65	الفرع الثاني: جزاء عدم الإعلام بالأسعار وعدم وسم المنتج
65	البند الأول: جزاء عدم الإعلام بالأسعار.....
67	البند الثاني: جزاء عدم وسم المنتج.....
70	الخاتمة.....
73	قائمة المصادر والمراجع.....

## الملخص :

يعتبر الإلتزام بالاعلام احد اهم الوسائل القانونية لحماية المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة العقدية فهو التزام عام يشمل جميع انواع العقود،سواء كانت عادية او إلكترونية، إلا أن أهميته تزداد في مجال المعاملات الإلكترونية. وقد اقر المشرع الجزائري قيام المسؤولية المدنية و الجزائية كأثر لاخلال المورد الالكتروني بالتزامه بالاعلام

**الكلمات المفتاحية:** الإلتزام بالاعلام، العقد الالكتروني ، المستهلك الالكتروني ، المورد الالكتروني.

### Résumé :

L'engagement en faveur des médias est l'un des moyens juridiques les plus important de protéger le consommateur, et il est considéré comme une partie faible de la relation contractuelle puisque c'est une obligation générale couvrant tous les types de contrats qu'ils soient ordinaires ou électroniques, mais ik est de l'intensifier dans le domaine des transactions électroniques. Le législateur algérien a reconnu la responsabilité civile et pénale en tant qu'effet sur l'obligation d'information du fournisseur de matériel électronique.

Mots-clés: engagement d'information, contrat électronique, ressource électronique, consommateur électronique.

### Summary :

Notification commitment is one of the most important legal means to protect the consumer as a weak party in the contractual relationship. It is a general obligation covering all types of contracts, whether ordinary or electronic, however notification commitment importance increases in the field of electronic transactions. The Algerian legislator recognized civil and criminal liability as a result of the electronic supplier's breach of his obligation to inform.

**Keywords:** notification commitment , e-contract, electronic supplier, e-consumer