

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد والمسؤولية المترتبة عن الإخلال به، دراسة مقارنة

Pre-contractual Electronic information obligation and resulting responsibility -a comparative study-

د/بركات كريمة، أستاذ محاضر قسم أ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر

الملخص

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هو التزام عام ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني، ويهدف إلى تنوير رضاء المستهلك، وبالتالي فهذا الالتزام لا يحتاج إلى عقد يقرره بل يلتزم به المورد الإلكتروني قبل إبرام العقد من الناحية الشكلية، إذ يهدف إلى تنوير وتبصير المستهلك بالمعلومات والشروط الجوهرية الضرورية التي على أساسها يتم إبرام العقد، كتلك المتعلقة بالمورد: رقم الهاتف، الأرقام المتعلقة بالتعريف الجبائي والسجل التجاري، وأيضا تلك المعلومات المتعلقة بخصائص السلعة أو الخدمة، وبالسعر وكيفية التسليم وأجاله.

وأي إخلال من جانب المورد بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل إبرام العقد، يعتبر من قبيل وسائل التدليس والاحتيال على المستهلك التي تؤدي إلى قابلية العقد للبطلان، أي أن امتناع المورد عن إعلام المستهلك قبل التعاقد أو إمداده بمعلومات كاذبة أو مبالغ فيها، واقتران هذا الامتناع بعبء الإرادة يجعل منه كتماننا تدليسيا ويترتب تبعا لذلك حق المستهلك في طلب إبطال العقد. كما أنه على اعتبار أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يعد من مقتضيات تنفيذ الالتزامات التعاقدية، فإن مسؤولية المورد عن خرق هذا الالتزام تكون عقدية، تستتبع حق المستهلك في طلب التعويض.

الكلمات المفتاحية: الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد، العقد الإلكتروني، المورد الإلكتروني، المستهلك

الإلكتروني، المسؤولية.

Abstract

The commitment to electronic information before contracting is a general obligation that arises in the stage prior to the conclusion of electronic contract, and aims to inform the consumer's satisfaction, and therefore this commitment does not need require a contract to be decided, but the electronic supplier is committed to it. The contract was concluded in terms of formality, as it aims to inform consumer with essentials information and conditions, such as tax identification and the commercial registry, as well as that information related to characteristics of good or service, the price, how to delivery is postponed.

Any breach by the supplier of obligation to electronic information prior to conclusion of the contract is considered as a means of fraud and fraud on the consumer that leads to the usability of the contract for nullity, that is, the supplier's failure to inform the consumer before the contract or provide him with false or exaggerated information, and the association of this refusal with a defect of will makes it includes fraudulent secrecy, and consequently the consumer has the right to request annulment of contract. Also, given that pre-contractual obligation to inform is one of requirements for the implementation of contractual obligations, the supplier's responsibility for breaching this obligation is contractual, tracking the consumer's right to seek compensation.

key words : commitment to pre-contractual electronic information ,electronic contract, electronic supplier ,electronic consumer, responsibility.

مقدمة

أفرزت التطورات الهامة التي شهدتها العالم المعاصر، في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات¹ ظهور نوع جديد من المعاملات التجارية، بما لها من ميزة السرعة واختصار المسافات جعلت المستهلك يتسوق عبر الانترنت ويتم كافة تعاملاته من المنزل، ويدفع الكترونياً بدون جهد². ولا شك أن العقد الإلكتروني يعد من أهم المعاملات الالكترونية التي توجه لها المستهلك بكثرة، حيث يتعلق بسلع وخدمات، ويتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالتعاقد عن بعد، والذي يتم باستخدام واحدة من وسائل الاتصال الالكترونية حتى إتمام التعاقد³.

ويتميز العقد الإلكتروني عن التقليدي بمجموعة من الخصائص منها مثلاً سهولة وسرعة تبادل الوثائق والمستندات عن طريق الوسائط الالكترونية بطريقة فورية، كما يتم إبرام العقد الإلكتروني دون التواجد المادي لأطرافه أي لا يجمعها مجلس عقد حقيقي بل مجلس افتراضي، إضافة إلى تميزه بميزتي الداخلية والدولية معا لتغطيتها العالم ولا تقتصر على دول دون غيرها، لكونها تتم عن طريق الانترنت، وكذا اعتماده على التوقيع الإلكتروني، وطرق الإثبات الالكترونية⁴.

وقد اهتمت التشريعات المعاصرة بحماية المستهلك المتعاقد عن بعد، بعد أن كانت حماية المستهلك تتم بالطرق التقليدية باعتباره الطرف الضعيف في عقد الاستهلاك، والآن فقد امتدت الحماية إلى المستهلك الإلكتروني⁵. ولما كان إبرام عقد الإلكتروني يثير الكثير من الإشكالات القانونية تعجز

¹- تعني تقنية المعلومات "التزاوج بين تقنيات الحاسبات والاتصالات والاستعمال المتزايد للالكترونيات في العملية الصناعية والتجارية ابتداء بالإنسان الآلي حتى بطاقة الائتمان". محمد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص ص 32-33.

²- انتشر التسوق على الانترنت بشكل كبير، حيث يمكن للمستهلك تصفح على الويب فهرساً للبضائع في متجر ما واختيار ما يريد شراؤه، وما عليه إلا أن يملأ خانة بطاقة الائتمان فيصليه ما اشتره على العنوان الذي يحدده في بضعة أيام. يورك برس، علم نفسك الانترنت، مكتبة لبنان والدار المصرية للطباعة، 2000، ص 30.

³- الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، ط1، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، 2003 ص ص 71-77.

⁴- إيمان مأمون أحمد، إبرام العقد الإلكتروني، الجامعة الجديدة، الأردن، دون سنة نشر، ص 66.

²- ذكر نص المادة 6 فقرة 3 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر العدد 28 الصادر في 16 ماي 2018، مصطلح "المستهلك الإلكتروني" وهو "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

القواعد العامة عن حلها، أصبح يقتضي الأمر إيجاد حلولاً غير تقليدية لمواجهة¹، حيث أصبح من الضرورة حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد وأثناءه بضمانات في مرحلة تكوين العقد فيما يتعلق بحماية رضائه وكذلك أثناء إبرام العقد لضمان تسهيل تنفيذه.

كما منح القانون للمستهلك الإلكتروني الحق في تنوير إرادته تجاه ما ينوي التعاقد عليه من سلع تم الإعلان عنها على الموقع الإلكتروني الخاص بالمورد الإلكتروني²، فبسبب البعد المكاني بينه وبين المستهلك، وعدم الوجود المادي الواقعي للسلع أمام عين المستهلك، ألزم القانون المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك قبل التعاقد، بكافة البيانات الضرورية التي تجعله يتعاقد وهو على بينة ونور.

ويقتضي الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد بالإعلام -الذي هو محل بحثنا- المقرر على عاتق المورد الإلكتروني تمكين المستهلك من جميع المعطيات المتعلقة بمحل التعاقد، والجدوى الاقتصادية والمالية للعقد بالنسبة للمستهلك، بحيث يكون مدركاً تمام الإدراك لما هو مقبل للتعاقد عليه، بما يمكنه من الموازنة بين ما يمكن أن يتكلف من التزامات وما ينتظر تحصيله من امتيازات وحقوق حتى تكون إرادته مستنيرة³.

وتتمثل مشكلة بحثنا في بيان ماهية الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد وبيان مدى ملائمة القواعد القانونية الموجودة في التشريع الجزائري لمساءلة المورد الإلكتروني عن الإخلال بهذا الالتزام المقرر لمصلحة المستهلك الإلكتروني، باعتباره يمثل صورة من صور استغلال ضعف المستهلك وجهله بتقنيات التعاقد عبر الوسائل الإلكترونية المتطورة وعدم تمكنه بسبب التباعد المكاني من معاينة السلعة والتأكد من سلامتها.

ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى بيان مدى حاجة المستهلك الإلكتروني للإعلام قبل التعاقد، وبيان مدى كفاية القواعد القانونية المنظمة للالتزام بالإعلام قبل التعاقد سواء في القانون المدني⁴ أو في

¹ - محمد حسين قاسم، التعاقد عن بعد، قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأوروبي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 05 وما يليها.

⁴ - ذكر مصطلح "المورد الإلكتروني" في نص المادة 6 فقرة 4 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق، وقد عرفه كما يلي: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

³ - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، ط01، دار الجامعة للنشر، مصر، 2007، ص 03.

⁴ - أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر، عدد 78 صادر في 29 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بموجب قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان 2005، ج.ر عدد 44 صادر في 26 جوان 2005.

قانون حماية المستهلك¹ وقانون التجارة الإلكترونية² لمساءلة المورد الإلكتروني عن الإخلال بهذا الالتزام، وبيان أوجه القصور في التشريع الجزائري بالمقارنة بالتشريع الفرنسي.

وتظهر أهمية هذا الموضوع في كون التعامل الإلكتروني يتصف بتطور مستمر وسريع مما يتطلب أن تتطور القواعد والقوانين التي تحكمه بنفس سرعة التطور الحاصل فيه، لذلك فإن الإشكالية هي: ما مدى كفاية وملائمة القواعد القانونية الموجودة في التشريع الجزائري لمساءلة المورد الإلكتروني عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد، وذلك مقارنة بالتشريع الفرنسي؟

نعتمد لدراسة هذا الموضوع على المنهجين التحليلي والمقارن، فالأول يناسب تحليل النصوص القانونية التي تنظم الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد ودراستها دراسة تحليلية، والوقوف على جزئيات الموضوع وخصوصية التشريع الجزائري المتعلقة بالموضوع، أما المنهج الثاني (المقارن) فيلاءم الإحاطة المثلى بالموضوع وذلك عن طريق المقارنة بين النصوص القانونية خاصة، فتعرض لما أخذ به التشريع الجزائري وكذلك التشريع الفرنسي؛ وذلك بغرض الوصول إلى تحديد مجال لثغرات قانونية أو قصور تشريعي - إن وجد - قد يواجه المتعاقدين (المستهلك والمورد).

وللإجابة عن هذه الإشكالية قسمنا بحثنا إلى ثلاثة مباحث، يتناول الأول ماهية الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد ونظامه القانوني، ويتناول المبحث الثاني صور الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد، أما المبحث الثالث فيتناول المسؤولية المترتبة عن الإخلال بهذا الالتزام.

المبحث الأول: ماهية الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد ونظامه القانوني

على اعتبار أن العقد الإلكتروني هو عقد بين غائبين بالنظر إلى البعد المكاني بين المتعاقدين، تتور مشكلة العلم بحقيقة محل العقد سواء كان منتوجا أو خدمة، من هنا جاءت ضرورة معرفة ماهية الالتزام بإعلام الإلكتروني قبل التعاقد (المطلب الأول)، ومعرفة نظامه القانوني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: ماهية الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

في إطار التعاقد الإلكتروني أصبحت الحاجة ماسة إلى فرض التزام على عاتق المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك قبل التعاقد بكافة البيانات والمعلومات التي تمكنه من حسن الانتفاع بالشيء المتعاقد عليه وتجنب أضراره (فرع أول)، كما يشترط الفقه شروطا محددة يجب توافرها في هذا الالتزام (فرع ثاني).

¹ - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. عدد 15 صادر في

08/03/2009، معدل ومتمم بقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10/06/2018، ج.ر. عدد 35 صادر في 13/06/2018.

² - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

كان القضاء الفرنسي أول من قام بإلزام البائع بإعلام المشتري قبل التعاقد، سواء عن طريق النصيحة، التنبيه، التبصير، والإفشاء حول أفضل استخدام لمحل العقد للحصول على منفعه وتجنب أضراره¹. وبصفة عامة يفرض الالتزام بالإعلام على أحد الأطراف إعلام الطرف الآخر بكافة الوقائع والمعلومات التي تكون منتجة ولازمة لتكوين رضا حر مستتير واتخاذ قرار ناجح فعال أو لضمان حسن تنفيذ العقد². واليوم قد زادت الحاجة إلى فرض التزام بالإعلام قبل تعاقد لصالح المستهلك الإلكتروني.

ولم يتردد القانون الفرنسي رقم 78-23 المؤرخ في 10 جانفي 1978 المتعلق بحماية وإعلام المستهلكين المعدل بالقانون رقم 92-60 المؤرخ في 18 جانفي 1992³ بالنص في المادة 1/5 منه على ما يلي: " في جميع أحوال عرض سلعة للبيع عن بعد على المستهلكين، فإن المهني يلتزم بأن يوضح اسم مشروعه وأرقام هواتفه، وكذلك عنوانه...". كما يفرض قانون الاستهلاك رقم 93-949 المؤرخ في 26 جوان 1993⁴ في المادة L.111-1 منه، على عاتق البائع الالتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد بالخصائص الأساسية للسلعة.

ونص القانون رقم 88-21 المؤرخ في 6 جانفي 1988 المتعلق ببيع المسافات والبيع بالتليفون⁵ على وجه التحديد، والقانون المكمل له رقم 92-60، في المادة 2 على ما يلي: " يلتزم كل بائع مهني

1 - حتى أن محكمة النقض الفرنسية قالت في أحد أحكامها: " أنه يرجع إلى البائع المهني لمادة مشترة بواسطة مشتري جاهل بحقيقتها، أن ينصحه ويعلمه وبصفة خاصة بأن يلفت انتباهه إلى العقبات المرتبطة بجودة المادة التي اختارها المشتري وكذلك إلى الاحتياطات التي يجب أخذها في التنفيذ.

Cass 1^{er} civ, 27 fev, 1985, Bull civ, 1, N°82, p75.

2- محمد تيورسي، "الإعلام ومساهمته في اتخاذ القرار في العمليات التعاقدية"، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، العدد 27، ديسمبر 2013، ص 339.

3 - Loi n° 78-23 du 10 janvier 1978 relative à la protection et l'information des consommateurs, modifier et complétée par la loi n° 92-60 du 18 janvier 1992, <http://www.legifrance.gov.fr>

4- Loi n° 93-949 du 26 juillet 1993, relative au code de la consommation, J.O n°171 du 27 juillet 1993, modifier et complétée par la loi n° 2001-1168 du 11 décembre 2001 portant mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier (MURCEF), <https://www.legifrance.gov.fr>

5 - Loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 relative aux opérations de télé-promotion avec offre de vente dites de « télé-achat », JORFTEXT0000006480618, <https://www.legifrance.gov.fr>.

للسلع أو الخدمات بإعلام المستهلك قبل التعاقد بالميزات الأساسية والصفات المميزة للسلعة أو الخدمة دون الإخلال بالنصوص التي تفرض التزاما أكبر لإعلام المستهلك"¹.

وكان المشرع الفرنسي أكثر وضوحا حين قرر في الأمر رقم 2005-648 المؤرخ في 06 جوان 2005² أن أحكام التعاقد عن بعد المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام في نص المادة L.121618 تطبق على العقود الالكترونية سواء تعلقت بمنتوج أو خدمة.

ونظم المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام في إطار العقود التقليدية، بمقتضى المادة 352 ق.م.ج التي نصت على ما يلي: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"، كما نظمه أيضا بأحكام خاصة من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل الخامس منه المعنون "إلزامية إعلام المستهلك"، الذي تضمن مادتين 17 و18، إلا أنه لا يوجد مانعا من التوسع في نصوص هذه المواد وتطبيقها على عقود التجارة الالكترونية.

ومع تطور مجال التجارة الالكترونية، أصبح الالتزام بالإعلام الخاص بحماية المستهلك الالكتروني يكتسب أهمية بالغة، مما جعل المشرع ينص بصفة صريحة على تطبيق تلك الأحكام المنظمة له سواء في القانون المدني أو في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على العقود التقليدية والالكترونية على حد سواء، وهذا ما نص عليه في المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك³، التي جاء فيها ما يلي: "تطبق على المنتوجات المعروضة للبيع عن طريق تقنيات الاتصال عن بعد، أحكام إعلام المستهلك قبل إتمام الشراء ووقت التسليم، وتظهر البيانات والمعلومات على دعامة البيع عن بعد حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل المعني".

¹ - عبد العزيز المرسي حمود، "الالتزام قبل التعاقد في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر، العدد 18، السنة التاسعة، أكتوبر 2000، (ص من 95 إلى 430)، ص ص 102-107.

² - Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 relative à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, JORF n°131 du 7 juin 2005, <https://www.legifrance.gouv.fr>.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

الفرع الثاني: شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يتطلب الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد توافر عدة شروط من أهمها تلك التي أوجدها الفقه ونصت عليها تنظيمات قانونية مختلفة نذكر منها:

أولاً- الشرط المتعلق بالمتعاقدين وبطبيعة المعلومات: لتقرير التزام لصالح المستهلك الإلكتروني، يتعين أن يكون الطرف المتعاقد معه مهنيا متخصصا على نحو يسمح له بالعلم بالمعلومات اللازمة ويمدى تأثيرها على رضا المستهلك في الإقدام أو الامتناع عن التعاقد. ولقد أكدت محكمة النقض الفرنسية على ضرورة توافر شرط العلم والمعرفة لدى المهني كشرط لازم لفرض الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، حيث أعلنت في حكم لها أن "الالتزام بالإعلام الواجب على مختبرات أو معامل الأدوية فيما يتعلق بموانع الاستعمال والآثار الجانبية للأدوية لا يمكن أن يوجد إلا فيما يتعلق بما هو معروف فعلا لديها من هذه المعلومات لحظة دخول هذه الأدوية بالأسواق"¹.

وليس ثمة شك في أن توافر صفة المهني أو الاحتراف في شخص المهني تكون سببا ودافعا في تشديد المسؤولية عليه، حيث يفترض في مثل هذا المهني العلم بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد افتراضا قاطعا، بحيث أصبحت تلك الصفة قرينة قاطعة للدلالة على علم المهني بجميع المعلومات المتعلقة بمحل العقد ولا يمكنه أن يدعي جهله بها².

أما فيما يتعلق بالمعلومات الجوهرية المتصلة بمحل العقد، فالمهني وغير المهني كلاهما يلتزم بمعرفتها وإعلام المستهلك بها قبل التعاقد، ولا يقبل من أحدهما الادعاء بجهلها لكي يتسنى له التحلل من التزامه بالإعلام. وقد نادى الفقه والقضاء بلزوم تحمل المهني بالتزام تبعي، وهو التزام بالاستعلام والتحري عن هذه البيانات الجوهرية من أجل الإفضاء بها للمستهلك وهو ما يسمى بالاستعلام من أجل الإعلام³. وبذلك يلتزم كل مهني يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة بإخبار المستهلك بشخصه وبياناته التجارية وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستتيرة⁴.

¹ - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص 345 و 346. Cass.civ, 1^{er}, 8 avril 1986.

² - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص 348. Cass.com, 27 novembre 1972.

³ - نزيه المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، (د. د. ن)، مصر، 1982، ص 246.

⁴ - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 280.

وقد أُلزم التوجيه الأوروبي رقم 7/97 المؤرخ في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود عن بعد¹، في المادة 4 منه المهني بإعلام المستهلك ببعض المعلومات الخاصة بالعقد وبيان الأوصاف الأساسية للسلع والخدمات، في الوقت المناسب قبل إبرام العقد، ويجب أن تظهر على شاشة العرض إجراءات الدفع والتسليم والتنفيذ وميعاد التسليم بحد أقصى ثلاثون يوما، وتكلفة وسيلة الاتصال عن بعد إذا تم احتسابها بطريقة مغايرة للسعر السائد².

كما أكد التوجيه الأوروبي رقم 31/2000 المؤرخ في 08 جوان 2000 المتعلق ببعض الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية³، في مضمون نص المادة 10 منه على ضرورة تزويد المستهلك بمعلومات واضحة قبل التعاقد حول مختلف المراحل التقنية اللازمة للتعاقد.

ثانيا - تأكيد إعلام المستهلك: نظرا لاتساع نطاق شبكة الانترنت يقوم جل البائعين بوضع بيانات عن منتجاتهم على هذه الشبكة، ويستطيع المشتري أن يعاينها عن طريق الكمبيوتر المتصل بالشبكة⁴. وقد نصت المادة 5 من التوجيه الأوروبي رقم 7/97 المؤرخ في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد⁵، على أن يقوم المهني بتأكيد الالتزام بالإعلام كتابة أو بأي دعامة أخرى ثابتة، ووضعها تحت تصرف المستهلك.

وتعتبر الدعامة الثابتة أداة تسمح للمستهلك بالاحتفاظ بالمعلومات المنقولة إليه شخصيا وبصفة خاصة والتي تضم على سبيل المثال اسطوانات تخزين المعلومات، الأسطوانات المدمجة CD ROOM فضلا عن الأسطوانات الصلبة DISQUE DUR لجهاز الحاسب الآلي والرسائل الإلكترونية، ونستنتج من

¹ - Directive 97/7/CE du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrat à distance, JO, n° L 144 du 04/06/1997, p 0019-0027, [http:// www.Europa.eu.int](http://www.Europa.eu.int).

² - نصيرة خلوي عنان، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2013، ص 26.

³ - Directive 2000/31 CE du 08 juin 2000 relative à certains aspects juridiques de la société de l'information, et notamment électronique, dans le marché intérieur, JO n° L.178 du 17/07/2000.

⁴ - محمد عبد الظاهر حسين، المسؤولية القانونية في مجال شبكة الانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص 373.

⁵ - Directive 97/7/CE du 20 mai 1997, op.cit.

هذا التعريف المواصفات الأساسية للدعامة وهي: الثبات، إمكانية قراءتها، سهولتها، وعدم إمكانية تحريفها¹.

وقد نصت المادة 323 مكرر 1 ق م ج أن تعريف الكتابة يشمل الكتابة على الورق وكذا الكتابة في شكل إلكتروني، أي تلك المثبتة على دعامة إلكترونية².

ثالثاً - الشرط المتعلق باللغة المستعملة في الالتزام بالإعلام قبل التعاقد: تنص المادة 2 من القانون الفرنسي المؤرخ في 4 أوت 1994 المسمى "بقانون TOU BON" المتعلق باستخدام اللغة الفرنسية³، وذلك بخصوص حماية المشتري في البيع عبر الإنترنت من الإعلانات الخادعة، على وجوب استعمال اللغة الفرنسية أو ترجمة لها، في وصف المنتج وماله من ضمان في طريقة الاستعمال وفي الفواتير والإيصالات⁴. وحتى لا يكون هذا النص عائقاً أمام التعاقد عن بعد، أكد التوجيه الأوروبي رقم 7/97 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد، على أنه لا ينبغي أن تكون اللغة عائقاً أمام العقد العابر للحدود، وذلك بنصه على ما يلي: "إذا استجاب مستهلك فرنسي... فلا ينبغي أن تكون القواعد الخاصة باللغة عائقاً أمام العقد العابر للحدود"⁵.

لم ينص القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على شرط استعمال اللغة العربية في الإعلام الموجه للمستهلك الإلكتروني، إلا أن المادة 11 منه اشترطت على المورد الإلكتروني أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة. وبالعودة إلى أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجده نص على لزوم إعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتج باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة يمكن أن يكون بلغة أو بعدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وهذا ما يؤكد نص المادة 18 منه والتي جاء فيها: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم

1 - نبيل محمد أحمد صبيح، "حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة"، مجلة الحقوق، العدد 2، جامعة الكويت، يونيو 2008، (ص من 163 إلى 313)، ص ص 213 و214.

2- تنص المادة 323 مكرر 1 ق م ج على ما يلي: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، شرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها". تقابلها المادة 1316 ق م ف .

3- La loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, <https://fr.wikipedia.org>.

4 - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص 139.

5- Directive 97/7/CE du 20 mai 1997, op cit, p 14.

الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكنك استعمال لغة أو لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".

المطلب الثاني: النظام القانوني للالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يتلقى المستهلك الإلكتروني عروضاً عن السلع مقدمة على شاشة الإنترنت محددة وواضحة، وهذا ما يسمى مضمون الالتزام قبل التعاقد بالإعلام (فرع أول)، وسوف نبين كيفية الإدلاء بهذا المضمون (فرع ثاني).

الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يجب على المهني إعلام المستهلك الإلكتروني بالمعلومات الأساسية للمنتج وبالشروط العامة للعقد الإلكتروني، كما يجب أن يكون المستهلك على معرفة بهوية الطرف المتعاقد معه.

أولاً- إعلام المستهلك بالميزات الأساسية للمنتج وبالشروط العامة للعقد الإلكتروني وذلك طبقاً لمبدأ حسن النية الذي يقتضي أن يكون المستهلك عالماً بالعناصر الأساسية لمحل العقد علماً نافياً للجهالة.

وقد أكد المشرع الفرنسي من خلال نص المادة 221-5 من قانون الاستهلاك على التزام المهني وقبل التعاقد بإعلام المستهلك بالمعلومات المنصوص عليها في المادتين 111-1 و111-2 وهي معلومات متعلقة بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة والمتعلقة بالكمية وكيفية الاستعمال، والمعلومات المتعلقة بالسعر، تاريخ التسليم، والشروط الخاصة بتحديد المسؤولية العقدية. ولم يكتف المشرع بتلك البيانات بل أضاف في نص المادة 222-5، جملة من المعلومات التي يتعين على المهني الإدلاء بها قصد تبصير المستهلك باعتبارها الباعث الرئيس على التعاقد، وتتمثل في معلومات حول هوية مقدم السلعة أو الخدمة، مصاريف التسليم، الحق في العدول، شروط العقد، الرسوم الجمركية وطرق الوفاء بالالتزام، إضافة إلى تحديد المحكمة المختصة في حالة النزاع¹.

كما أضاف القانون الفرنسي الصادر سنة 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي² بصدد تعريفه للتجارة الإلكترونية، أنه من بين المعلومات التي يجب على المهني تزويد المستهلك بها هي معلومات الخط.

¹ - محمد حسين قاسم، المرجع السابق، ص ص 33 و34.

² - Loi n° 2004/574 du 21 juin 2004 pour la Confiance dans l'Economie Numérique. <http://www.legifrance.gouv.fr>.

أما المشرع الجزائري فقد أكد أن الحالة المادية للمنتج هي التي تحث المستهلك على الشراء، وبذلك يجب -طبقاً لنص المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش- على كل بائع الإلقاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بخصائص المنتج، ومنها ما يتعلق بمميزاته وتركيبه وتغليفه وصيانتته وتعليمات استعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات الصادرة عن المنتج¹.

ومن خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك في المادة 3/3 منه، نص المشرع على وجوب إعلام المستهلك الإلكتروني بالخصائص الأساسية المتمثلة في المعلومات الإلكترونية الضرورية لإرضاء المستهلك، والتي تبين بوضوح هوية المهني، تعريف المنتج وطبيعته والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمنه، السعر ومدة عقود الخدمات.

وأكد القانون رقم 18-05 الذي يتعلق بالتجارة الإلكترونية من خلال المواد 11 و12 و13 منه على لزوم أن يضع المورد الإلكتروني في إطار العرض الإلكتروني، تحت تصرف المستهلك جميع المعلومات الضرورية لإبرام العقد الإلكتروني كإعلامه بجميع شروط التعاقد والعناصر الجوهرية للعقد، والمعلومات المتعلقة بطبيعة السلعة أو الخدمة، وطرق حساب السعر وتأكيد الطلبية أو إلغاؤها مسبقاً، وكذا تحديد كيفيات الدفع وأجال التسليم والعدول، والشروط المتعلقة بالضمان التجاري، وخدمات ما بعد البيع وإرجاع أو استبدال أو تعويض المنتج أو فسخ العقد عند الاقتضاء.

ثانياً- إعلام المستهلك بشخصية المورد الإلكتروني: بيان شخصية المورد للمستهلك حتى يكون هذا الأخير على دراية بالطرف الذي سيتعاقد معه، وبذلك يتوفر عنصر الأمان في التعاقد². تناول قانون الاستهلاك الفرنسي والتوجيه الأوروبي رقم 7/97 المتعلق بحماية المستهلكين عن بعد في العقود المبرمة عن بعد، لزوم تحديد شخصية المورد الإلكتروني من خلال التمييز بين ما يلي:

- في المواقع الإلكترونية الموجودة في فرنسا يجب أن يتضمن العرض الإلكتروني اسم المشروع، رقم الهاتف، عنوان المحل والبيانات اللازمة³.
- أما في المواقع الإلكترونية الموجودة في الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي فيجب ذكر اسم المورد وعنوانه، وبيان العنوان الجغرافي للمؤسسة¹.

¹ - طبقاً لنص المادة 10 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

² - محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 148.

³ - وهذا ما يؤكد نص المادة 10 من القانون الفرنسي رقم 574/2004 المؤرخ في 21 جوان 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي، المرجع السابق.

- وبالمواقع الموجودة في الدول الأجنبية يتم الرجوع إلى القانون الوطني لتلك الدول لاحتمال تطبيقه في مثل هذه الفروض، وما قد يترتب من مشاكل تنازع القوانين².

كما نص المشرع الجزائري في المادة 11 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وجوب أن يتضمن العرض الإلكتروني للمورد المعلومات الآتية: رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد، بالإضافة إلى رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

الفرع الثاني: كيفية الإدلاء بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يقضي بيان كيفية الإدلاء بالمعلومات معرفة الوقت الذي يتم فيه هذا الإدلاء، وكذا طريقته.

أولاً- الوقت الذي يتم فيه الإدلاء بالمعلومات: أوجب التوجيه الأوروبي رقم 7/97 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد، التزام المورد الإلكتروني في البيوع عن بعد إعلام المستهلك قبل التعاقد بكل المعلومات اللازمة (المادة 4 منه)، إلا أنه جاء خالياً من تحديد الوقت المناسب قبل إبرام العقد الإلكتروني الذي يتم فيه الإدلاء بالمعلومات بطريقة واضحة ودقيقة³. وكان قانون الاستهلاك الفرنسي أكثر وضوحاً وتحديداً من توجيهه السابق لأنه ألزم المستهلك بالاستعلام قبل إبرام العقد، أي قبل الضغط على أيقونة الموافقة (j'accepte) ليكون هذا القبول واضحاً مبني على معرفة بالعقد. أما القانون رقم 574/2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي فقد سكت عن تحديد الوقت اللازم للإدلاء⁴.

ثانياً- طريقة الإدلاء بالمعلومات: نص قانون الاستهلاك الفرنسي على التزام المورد بإعلام المستهلك قبل التعاقد بالمعلومات اللازمة بطريقة سهلة ومباشرة ودائمة سواء عن طريق الويب (web) أو أي طريقة إلكترونية أخرى. كما اشترط اللغة الفرنسية في الإعلام وأن يصل إلى المستهلك بطرق محددة

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، ط1، دار الجامعة للنشر، مصر، 2007، ص 439.

² - عبد الرحمن خلفي، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، دراسة مقارنة"، مجلة جامعة النجاح، كلية الحقوق، جامعة بجاية، مجلد (1)38، 2013، (ص من 1 إلى 24)، ص ص 10 و 11.

³ - Alain KONE MORIBA, La protection du consommateur dans le commerce international passé par internet ; une analyse comparée des systèmes juridiques européens : français, canadien, québécois, thèse pour le doctorat en droit des affaires, université Montréal, Paris, 2008, p 44.

⁴ - Ibid., op cit, pp 46-47.

مثل: الفيديو كتالوج، المينيتيل¹. ويعتبر الكمبيوتر أحد أهم طرق إعلام المستهلكين من زاوية أنه يرد ويجيب عليهم عندما يتصلون بالتليفون أو المينيتيل لطلب المعلومات حول السلعة التي عرضت على التلفزيون أو مواقع إلكترونية، حيث يقوم المستهلك بإجراء طلب الشراء مباشرة على الحاسوب وباستخدام هذا الأخير أو جهاز التليفون المتصل بأداة عرض الصور وإرسالها إلى مسافة عن طريق خط اتصالات Vidéotex، وهكذا يستطيع المستهلك أن يرى نموذجا أو صورة للسلعة².

وتنص المادة 5 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، على أن إعلام المستهلك إلكترونيا بالبيانات الإلزامية حول المنتجات، يتم قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المورد الإلكتروني.

المبحث الثاني: صور الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

انتشرت ظاهرة الاحتيال والغش في التعاقد عبر الانترنت انتشارا يستلزم الحذر منه عند التعاقد باستخدام شبكات الاتصال التقني عن بعد، حيث تتعدد وتختلف أنواع وأساليب الاحتيال، ويدخل ضمنها الاحتيال الذي يتم في عقود البيع الإلكتروني، كأن يحدث الاحتيال في مواصفات السلعة spécification، بأن يصف المورد سلعته في عقد البيع الإلكتروني بأنها مثلا ملابس قطنية أي نسبة القطن فيها 85% ثم يصدر للمستهلك، وبسوء نية ملابس مجهولة الأوصاف مصنوعة من قماش رديء لا يصلح للسوق. وقد يحدث الاحتيال أيضا عن طريق الغش والخداع المعلوماتي ويتضح أن جميع الاحتيال التي تتم عبر شبكة الانترنت أثناء إبرام عقد البيع تنطوي على عناصر الغش، وتزويد الحقائق والمعلومات لتعطيل إنجاز التعاقد بصورة صحيحة³.

لذلك وفي إطار التعاقد الإلكتروني، أصبحت الحاجة ماسة لإلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك قبل التعاقد بكافة البيانات والمعلومات التي تمكنه من حسن الانتفاع بالسلعة وتجنب أضرارها، وتنفيذا لهذا الالتزام يقرر على المورد تسليم المستهلك وثيقة الإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني التي تمكنه من التعاقد على بيئة وإحاطته بكل المعطيات المرتبطة بالعقد، بما يحقق توازنا في المركز التعاقد

¹ المينيتيل هو جهاز يشبه الحاسوب المنزلي، يتكون من شاشة صغيرة وأرقام مثل لوحة المفاتيح الخاصة بالحاسوب إلا أن حجمه أقل، وهو وسيلة اتصال بالكتابة ويكفي للاتصال به إيصاله بخط هاتفي.

² - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص 370 و 371.

³ - عباس العبودي، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجبتها في الإثبات المدني، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه في الحقوق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1997، ص 186.

للمستهلك تجاه المورد، وعليه فإن عدم وفاء المورد بالتزامه بأي شكل من الأشكال من شأنه أن يجعل المستهلك في وضعية جهل تعاقدية، ينتج عن نقص المعلومات لديه عن حقيقة جودة السلعة والأسعار أو ضعف القدرة التقنية لديه مقارنة بالمورد الإلكتروني، إضافة إلى جهله بما يمكن أن يقوم به التجار المتدخلين من تجاوزات لتضليل المستهلك وإلحاق أضرار جسيمة به¹.

كما أن الجهل بظروف التعاقد قد ينجم أيضا عن بعض الأوضاع التي إما يتخلف فيها المورد عن الإعلام الإلكتروني المسبق بشكل كلي (مطلب أول)، أو يضمن وثيقة الإعلام المسبق معلومات مغلوطة وكاذبة (مطلب ثاني)، أو ألا يمكن المستهلك من حق العدول خلال المدة المنصوص عليها قانونا (مطلب ثالث).

المطلب الأول: عدم تقديم وثيقة الإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يأخذ الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في مجال عقود البيع الإلكترونية مظهرا شكليا، يتحقق من خلال اشتراط التشريعات التي استوجبت لا سيما الفرنسي، البلجيكي والأمريكي، تجميع المعلومات المتعلقة بالميزات الأساسية للسلعة ومنها ما يتعلق بتركيبها وتغليفها وصيانتها وتعليمات استعمالها وإتلافها... الخ²، وبشخصية المورد³، ضمن وثيقة تسلم للمستهلك للاطلاع عليها بهدف اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه⁴.

حيث يقوم جل الموردين الإلكترونيين بوضع بيانات عن منتجاتهم وسلعهم على شبكة الانترنت ويستطيع المستهلك أن يعاينها عن طريق الكمبيوتر المتصل بالشبكة⁵، ويقوم المورد بتأكيد إعلام المستهلك كتابة أو بأي دعامة أخرى ثابتة، ووضعها تحت تصرف المستهلك.

¹ - عبد الفتاح حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص 10 وما يليها.
² - وهذا ما تؤكدته المادة 10 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بنصها على ما يلي: "يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: - مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته. - التعليمات الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات والمعلومات الصادرة عن المنتج".

³ - تناول القانون الفرنسي رقم 574/2004 المؤرخ في 21 جوان 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي (المادة 103 منه) وجوب إعلام المستهلك في العقود المبرمة عن بعد حول شخصية المهني.

⁴ - يسمى هذا المذهب "شكلية الإعلام Formalisme informatif".
- Denis MAZEAUD, " Le droit de consommation : est-il un droit social ou un droit économique", *Revue LAMY de la concurrence*, Oct/Déc 2006, n° 09, p 137.

⁵ - أتاح التقدم التقني للفرد أن ينشئ موقعا على شبكة المعلومات المفتوحة أو المعلقة، يضمنه ما يريد من معلومات، كما يمكن للهيئات والمؤسسات العامة والخاصة أن تقوم بإنشاء مثل هذه المواقع أو بنوك المعلومات التي يمكن الولوج إليها

وتعتبر الدعامة الثابتة أداة تسمح للمستهلك الإلكتروني بالاحتفاظ بالمعلومات المنقولة إليه شخصيا وبصفة خاصة والتي تضم على سبيل المثال: اسطوانات تخزين المعلومات، الأسطوانات المدمجة CD ROOM فضلا عن الأسطوانات الصلبة disque dur لجهاز الحاسب الآلي والرسائل الإلكترونية، وبالتالي يجب أن تتميز الدعامة بالثبات، إمكانية قراءتها، سهولتها وعدم إمكانية تحريفها¹. وقد نصت المادة 323 مكرر 1 ق م ج أن تعريف الكتابة يشمل الكتابة على الورق وكذا الكتابة في شكل إلكتروني، أي تلك المثبتة على دعامة إلكترونية، وعليه فقد اعتد المشرع الجزائري بالكتابة الإلكترونية كوسيلة لإثبات التعاقد الإلكتروني شريطة إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدره.

ويتم الإعلام الإلكتروني بوسائل متعددة نذكر منها:

- بواسطة البريد الإلكتروني.
- مجالس النقاش أو ندوات الاتصال les chats.
- الإعلانات الموجودة على صفحات الويب، والتي يقوم بتوجيهها المحترف إلى الجمهور بهدف حثه على صلب السلعة أو الخدمة².

وأكد المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك³، على أن إعلام المستهلك الكترونيا بالبيانات الإلجبارية حول المنتجات، يتم قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل (المهني).

وقد استقر القضاء على إلزامية الإعلام الإلكتروني قبل التعاقد وعلى فرض الكتابة فيه، وعدم الاعتراد بالإعلام شفاهة⁴، وذلك حرصا على تمكين المستهلك من التعاقد على بنية في الوضع الذي يفقد فيه للمعلومات المرتبطة بالعقد المراد إبرامه لاعتبارات شخصية أو موضوعية، ويعد تمكين المستهلك من

والوقوف على ما تحويه. محمد ذيب، نبيلة جيماي، "حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني" مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، العدد 14 أفريل 2017 (ص 645-657)، ص 649.

¹ نبيل محمد أحمد صبيح، "حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة" مجلة الحقوق، جامعة الكويت العدد 02، يونيو 2008 (ص 163 إلى 323)، ص ص 213 و214.

² فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص 13.

³ طبقا لنص المادة 5 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المرجع السابق.

⁴ -CA Pau.10 octobre 2005.

وثيقة الإعلام الإلكتروني قبل التعاقد قرينة "بسيطة" على صحة رضائه، تحتل إثبات العكس في حال عدم صدق المعلومات التي تتضمنها.

يقع التمييز بصدد مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد من جهة بين الالتزام ببذل عناية، إذ يكون مقتضى التزام المورد استعمال الوسائل المناسبة عند تنفيذ الالتزام لأجل بلوغ نتيجة محددة فتتحقق مسؤوليته في حالة ثبوت تقصيره في بذل العناية اللازمة لذلك، ومن جهة ثانية قد يكون مضمون الالتزام بتحقيق نتيجة محددة ودقيقة، ولما كان مقتضى التزام المورد الإلكتروني هو تمكين المستهلك من وثيقة الإعلام "تحت طائلة بطلان العقد"، يمكن وفق هذا الأساس تصنيف الالتزام القانوني بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في فئة الالتزام بتحقيق نتيجة، حيث تكون العبرة من تنفيذ المورد لالتزامه هو تمكين المستهلك من جملة من المعلومات المنصوص عليها قانونا، والتي تكون قبل الضغط على أيقونة القبول (J'accepte) ليكون هذا القبول واضحا مبني على معرفة بالعقد¹.

ولذلك فإن حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام السابق عن التعاقد لا بد أن يشمل كل البيانات الهامة عن السلعة أو الخدمة كما ونوعا، بذكر الخصائص والصفات الأساسية والثمن الذي سيقوم بدفعه وكل الشروط المتعلقة بعملية البيع، ونفترض مقتضى الصدق أن تتطابق المعلومات والبيانات المقدمة للمستهلك في وثيقة الإعلام قبل التعاقد مع الحقائق التي يكون المستهلك قد اطلع عليها من خلال معاينة السلعة أو الخدمة.

ولصحة وصدق المعلومات أهمية بارزة بالنسبة للمستهلك عند اتخاذ قرار التعاقد من عدمه، وعليه تكون إرادة المتعاقد صحيحة بقدر صحة ودقة البيانات والمعلومات المتضمنة في وثيقة الإعلام الإلكتروني، أما الكذب في تقديم البيانات والمعلومات أو المبالغة فيها فإنه يدفع بالمستهلك إلى اتخاذ قرار التعاقد عن غير بينة، فالإعلام غير الصادق وغير الدقيق لا يسمح بتبصير المستهلك المتواجد في وضعية جهل تعاقدية بالمعلومات إذ أن مقتضى الكذب هو الإعلام بنية التخليط والحصول على منفعة شخصية، ودعم وضعية عدم المساواة بين المتعاقدين².

أما المبالغة في المعلومات فمن شأنها أن تصور للمستهلك حصوله على امتيازات أو منافع تفوق بنسبة كبيرة ما يمكن للعقد أن يحققه، وعلى هذا الأساس ألزم القانون الفرنسي رقم 89-1008 الصادر في 31 ديسمبر 1989 المتعلق بتطوير الشركات التجارية والحرفية وتحسين بيئتهم الاقتصادية والقانونية

¹ - Alain KONE MORIBA, op cit, pp44-46-47

² - Laurent BRUNEAU, op cit, p 383.

والاجتماعية، المسمى قانون دوبان¹ « Loi Doubin » المهني بأن يمكن المستهلك من معلومات صادقة تمكنه من التعاقد عن بينة (المادة 01 فقرة 01).

يعتبر الكذب أو المبالغة كلاهما مسألة واقع يخضع تقدير صحتها للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع²، ويقع عبئ الإثبات على المستهلك الذي يدعي عدم صحة البيانات والمعلومات الواردة في وثيقة الإعلام الإلكتروني.

المطلب الثالث: عدم احترام حق المستهلك في العدول عن العقد

يقصد بحق المستهلك في خيار العدول عن إبرام العقد الإلكتروني، سلطته بنقض العقد والتحليل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر³. كما يعتبر إحدى الآليات القانونية الحديثة التي أوجدها المشرع لغرض توفير الحماية اللازمة والفعالة للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد، كما يهدف تقرير هذا الحق إلى تأخير اكتمال إبرام العقد بهدف فسخ المجال للمستهلك الموجود في مركز تعاقد ضعيف للتحقق من جدوى التعاقد، بالمقارنة مع الطرف الآخر لا سيما فيما يتعلق بالمعلومات المرتبطة بأثار العقد فيما بين المتعاقدين من حيث الحقوق المستحقة والالتزامات المترتبة على عاتقه⁴.

وترجع الحكمة من تقرير حق العدول إلى حماية المستهلك من التسرع في التعاقد وإتاحة الحق له في التراجع عن التزامه بإظهار عدم رضاه خلال مدة زمنية يحددها القانون، تعقب إبرام العقد بما يعبر عنه باسترداد الرضاء أو خيار الإنهاء المنفرد، وعليه فإن حق العدول يثبت لمصلحة المتعاقد بعد نشأة العقد وهذا ما يميزه عن فترة أو مدة التروي التي تثبت للمتعاقد خلال المرحلة ما قبل التعاقدية⁵.

ولما كان المستهلك يتعاقد من خلال الانترنت مع المورد الإلكتروني دون أن يرى السلعة المتعاقد عليها رؤية مادية، وقد يضع المورد صوراً لها على الموقع لكي يراها المستهلك إلا أن تلك الرؤية افتراضية ولا تتساوى مع الرؤية المادية، إذ لا يستطيع المستهلك لمس السلعة أو فحص مكوناتها أو

¹– Loi n°89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social, JORF n° 1 du 2 janvier 1990, <https://www.legifrance.gouv.fr>.

²– خالد جمال أحمد حسين، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، مصر 1996، ص 380.

³– منصور حاتم محسن، حاتم إسراء خضير مظلوم، "العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني، دراسة مقارنة"، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الرابعة، ص 54.

⁴–B. Le TAVERNIER, « Comparaison internationale des délais de rétraction et de réflexion prévus par les réglementations relatives à la protection du consommateur », *Revue de concurrence et de consommation*, N° 87, 1995, p72.

⁵–Christian LARROUMET, Droit civil, tome 3, les obligations, le contrat, 3^{ème} édition, ECONOMICA, Paris, 1996, p588.

تجربتها وبالتالي لن يكون في وسعه الحكم الدقيق عليها، ففي مثل هذا النوع من التعاقد رخص القانون للمستهلك حق العدول عن تعاقدته¹.

حدد المشرع الفرنسي مدة ممارسة الحق في العدول في القانون رقم 2005-659 المعدل لقانون الاستهلاك، حيث جاء بنص المادة 20-1216 ما يلي: "للمستهلك خلال سبعة أيام كاملة أن يمارس حقه في العدول دون إبداء الأسباب أو دفع أية جزاءات باستثناء مصاريف الرد".

وهو نفس ما نص عليه التوجيه الأوروبي رقم 07/97 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد، حيث كرس مبدأ حق المستهلك في العدول عن العقد المبرم عن بعد في مهلة 07 أيام. وتحسب مدة 07 أيام ابتداء من تاريخ تسليم السلعة، أما إذا كان محل العقد عبارة عن خدمة فيبدأ حساب المدة من لحظة استغلال الخدمة².

للإشارة فإن العديد من مواقع الانترنت التجارية المخصصة لبيع البضائع عن بعد تمدد حق العدول عن الشراء لـ 30 يوما وذلك لغايات تجارية منها كسب ثقة المستهلك، ومن أهم هذه المواقع الالكترونية التجارية مواقع TF1 وM6³.

لم ينص المشرع الجزائري صراحة في أحكام القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، على حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد، ولا على ضوابط ممارسته لهذا الحق، لكن بالرجوع إلى أحكام نص المادتين 22 و23 من نفس القانون، نجد أن المشرع نص ضمنا على إمكانية مباشرة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول عن العقد، في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لآجال التسليم أو تسليم منتج معيب أو غير مطابق للطلبية، حيث يمكنه في إحدى هذه الحالات إعادة إرسال المنتج على حالته في مدة أربعة (4) أيام عمل، تسري من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض عند الاقتضاء، وذلك من دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، حيث يجب على المورد الإلكتروني في حالة "إلغاء الطلبية"، أن يقوم بإرجاع المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج للمستهلك الإلكتروني في خلال مهلة خمسة عشر (15) يوم تسري من تاريخ استلامه للمنتج.

المبحث الثالث: أثر الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

¹ كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2012 ص ص 77 و78.

² محمد ذيب، نبيلة جيماي، المرجع السابق، ص 652.

³ نصيرة خلوي عنان، المرجع السابق، ص ص 77 و78.

يتحقق الهدف من تقرير التزام المتدخل بإعلام المستهلك إلكترونيا قبل التعاقد في الوضع الذي يمكن من حماية ركن رضا المستهلك الموجود في مركز تعاقد ضعيف بالنسبة للمتدخل (المهني) وعليه فإن ضمان تحقيق القانون لهذه الغاية يفترض شمل المعلومات ما قبل التعاقدية بأحكام كفيلة بتنفيذ دورها ضمن إطار عقد البيع الإلكتروني، واستنادا إلى هذا الاعتبار يربط تخلف المتدخل عن الوفاء بالالتزام القانوني بإعلام المستهلك إلكترونيا قبل التعاقد، آثار قانونية تتحدد بمسؤولية ذات طابع عقابي والمتمثلة في الأثر ذا الطابع الجزائي (المطلب الأول) وبمسؤولية مدنية سواء ذات الطابع العقدي المرتبطة بنظرية البطلان، أو المسؤولية التصديرية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: العقوبات الجزائية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يهدف الالتزام بالإعلام الإلكتروني المترتب على عاتق المورد إلى حماية إرادة المستهلك المتواجد في مركز تعاقد ضعيف، بالنظر لوضعية الجهل بالمعطيات المتعلقة بالعقد، ما يمكن اعتباره نظاما حائثا يقتضي لإقراره بعضا من صرامة العقوبات الجزائية التي يستدعيها إجبار المورد الإلكتروني المتعاقد على تنفيذ التزامه القانوني.

وبالفعل فقد اتجهت الأنظمة التشريعية المعاصرة نحو ترتيب عقوبات جزائية عند عدم احترام الشروط القانونية المتعلقة بإبرام العقد¹.

وفي هذا السياق تضمن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في مادته 39 النص على عقوبة الغرامة من 50.000 دج إلى 5000.000 دج، في حالة مخالفة المورد الإلكتروني أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون، والتي تنظم الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد. كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامه الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر.

وعلى اعتبار أن المادة 35 من القانون رقم 18-05 نصت على خضوع المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، فإنه يمكن تطبيق أحكام القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا القانون المحدد للقواعد المطبقة على

¹ - رشيد ساسان، "المسؤولية عن الإعلام ما قبل التعاقد"، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 39، سبتمبر 2014، (ص من 159 إلى 173)، ص 164.

الممارسات التجارية¹ فيما يتعلق بالعقوبات على المخالفات المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني وعلى الخصوص الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد.

حيث تضمن القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في مادته 78 أحكاما جزائية واجبة التطبيق في حال تخلف المتدخل عن الوفاء بالتزامه بالإعلام عن طريق تقديم معلومات أو بطاقات أو كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات، لخداع المستهلك أو لمحاولة خداعه، بمعنى أنه قدم معلومات وبيانات كاذبة أو مبالغ فيها بهدف الخداع، وبصفة عامة كل من يخالف إلزامية إعلام المستهلك المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من القانون رقم 09-03، بحيث يعاقب المخالف في هذه الحالة بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 د ج) إلى مليون دينار (1.000.000 د ج).

كما يعتبر عدم إعلام المستهلك بالأسعار مخالفة يعاقب عليها القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم²، بغرامة من خمسة آلاف دينار (5000 دج) إلى مائة ألف (100000 دج)، إضافة إلى مخالفة عدم الإعلام بشروط البيع، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10000 دج) إلى مائة ألف دينار (100000 دج).

المطلب الثاني: أثر عدم الإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على صحة العلاقة التعاقدية

قد يتمثل الأثر القانوني على العلاقة التعاقدية المترتب عن خرق الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في قابلية العقد للإبطال من ناحية (الفرع الأول) والتعويض وفقا لأحكام المسؤولية المدنية من ناحية ثانية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال

درج القضاء في فرنسا على الربط بين عيب الإدارة المترتب عن انعدام الإعلام الإلكتروني قبل التعاقد وبطلان العقد، بما من شأنه أن يحقق نوعا من الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني المتعاقد،

² قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، العدد 41 الصادر في 27 جوان 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج، العدد 46، الصادر في 17 أوت 2010، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017، الذي يتضمن قانون المالية لسنة 2018، ج ر العدد 76، الصادر في 28 ديسمبر 2017، والمعدل والمتمم بالقانون رقم 18-13 المؤرخ في 11 جوان 2018، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018، ج ر العدد 42، الصادر في 15 جوان 2018.

² المادة 31 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

على اعتبار أن الغاية من فرض المشرع للالتزام بالإعلام قبل التعاقد هي حماية إرادة المتعاقد المتواجد في مركز تعاقدى أضعف بالمقارنة بالمتعاقد المدين بالإعلام¹، حيث تتحقق تبعية المستهلك للمورد الإلكتروني في الإطلاع على المعلومات المتعلقة بعقد البيع الإلكتروني.

كما اعتبر المشرع الفرنسي من خلال نص المادة L.121 من قانون الاستهلاك²، النصوص الجديدة المنظمة للتعاقد عن بعد من النظام العام، على أساس أن انعدام أو الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هو مسألة من مسائل النظام العام المقترن بشروط صحة التعاقد، ومنه يعتبر التعاقد عن بعد باطلا تلقائيا إذا لم يتم المورد الإلكتروني بتنفيذ الالتزام بالإعلام قبل التعاقد على نحو صحيح، وذلك لأن عدم تبصير المستهلك الإلكتروني وعدم إعلامه بالمعلومات اللازمة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المعروضين للبيع على شبكة الانترنت، يؤدي إلى إيقاع المستهلك في عيب من عيوب الإدارة سواء التدليس أو أن يقع في غلط في صفة جوهرية من صفات المنتج أو الخدمة³.

إلا أن الرأي الذي يقبله لدى الفقه على اعتبار مسيرته لروح النصوص القانونية، وتناسبه مع حقيقة الوضع التعاقدى، والذي يتماشى مع رهن الاتجاه القضائي، لا يقر بطلان العقد إلا إذا ثبت أن إرادة المستهلك (المتعاقد) قد عيبت نتيجة امتناع المورد عن إعلامه قبل التعاقد أو إمداده بمعلومات كاذبة أو مبالغ فيها، وهذا الامتناع المقترن بعيب الإرادة هو الذي يجعل منه كتماننا تدليسيا وينتج تبعا لذلك طلب إبطال العقد.

ويتماشى هذا الاتجاه عموما مع ما أقره المشرع المدني الجزائري من حق المشتري في طلب إبطال العقد حسب ما أورده المادة 1/86 ق م ج: " يجوز إبطال العقد للتدليس، إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد". كما يثبت للمشتري نفس الحق طبقا لنص المادة 352 ق م ج في حالة عدم علمه بالمبيع علما كافيا لعدم اشتغال عقد البيع على بيان الأوصاف الأساسية للمبيع.

¹ - أهمية المعلومات في المجال التعاقدى دفعت بعض الفقهاء إلى الربط بينهما وبين قوة المركز التعاقدى على اعتبار أن القوة مصدر المعلومة وأن المعلومة مصدر القوة
« L'information est doublement liée ou pouvoir, le pouvoir donne l'information, l'information donne le pouvoir ».
رشيد ساسان، المرجع السابق، ص 166.

² - Loi n° 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation (partie législative), modifier et complétée, op.cit.

³ - محمد حسين قاسم، المرجع السابق، ص ص 41 و 42.

وقد نص القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على نفس الأحكام، حيث أنه طبقاً لنص المادة 14 وفي حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأحكام المادة¹ 13 من نفس القانون المتعلقة بالمعلومات الواجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني لزوماً، يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر اللاحق به.

الفرع الثاني: التعويض وفقاً لأحكام المسؤولية المدنية

اتجه بعض الفقه الفرنسي إلى اعتبار الالتزام بالإعلام من "مقتضيات العقد الملزمة" حسبما هو وارد في نص المادة 1135 ق م ف، المقابلة لنص المادة 107/ف 2 ق م ج، التي جاء فيها أن "العقد لا يقتصر على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام"، وعليه فإن الإعلام قبل التعاقد يعتبر من مقتضيات تنفيذ الالتزامات التعاقدية والتي يكون أحد طرفيها متعاقد متدخل يحتكر معلومات أساسية بالنسبة للعقد، وفي الطرف الآخر متعاقد مستهلك متواجد في وضعية جهل تعاقدية تبرر حاجته للإعلام، وعلى هذا فإن مسؤولية المتدخل عن خرق الالتزام بالإعلام قبل التعاقد تكون عقديّة²، تستتبع حق المستهلك في طلب التعويض عن الخسائر والمضار التي نجمت عن إقدامه على هذا المشروع التعاقدية الفاشل، كنفقات تحرير العقد أو فوات صفقة أخرى أمامه.

ومن ناحية أخرى، قد يجد المستهلك أن مصلحته تقتضي عدم إبطال العقد الإلكتروني، بل طلب تعويض من المورد يغطي ما تحمله من نقص في المنفعة الاقتصادية التي كان يأملها من إبرام هذا العقد لو كان على علم بهذه المعلومات والبيانات التي امتنع المورد عن تزويده بها أو قصر في إعلامه³.

أما المشرع الجزائري فقد اعتبر من خلال نص المادة 352 ق م ج أن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني ينتج عن مخالفته قيام المسؤولية التقصيرية وهو نفس الموقف الذي تبناه المشرع الفرنسي في نص المادة 1382 ق م ف التي تنص على ما يلي: "كل خطأ يسبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض".

¹ - تنص المادة 13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ما يلي: "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 - كيفية معالجة الشكاوي - شروط وكيفية الطلبية المسبقة عند الاقتضاء - الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع - مدة العقد حسب الحالة".

² - رشيد ساسان، المرجع السابق، ص 169.

³ - عبد العزيز المرسي حمود: المرجع السابق، ص 398.

الخاتمة

توصلنا في نهاية بحثنا إلى نتيجة هامة تتمثل في أن المشرع الجزائري لم يقصد جهدا للعمل على حماية الطرف الضعيف في العقد وهو المستهلك الإلكتروني في مواجهة المورد الإلكتروني، وذلك باستعمال وسيلة التدخل التشريعي بتكريس مبادئ حديثة وإضافتها للشريعة العامة في قانون العقود (القانون المدني)، أو بسن نصوص خاصة كقانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون التجارة الإلكترونية . كما أن المشرع أخذ بجميع الوسائل المتاحة في سبيل تأمين الرضا الحر المستتير للمستهلك الإلكتروني، ويعد الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد أهم وسيلة من وسائل التوازن بين طرفي العقد الإلكتروني من جهة المعلومة، لتحقيق المساواة بين الطرفين في المرحلة السابقة على العقد، وبذلك يعتبر هذا الالتزام إيجابيا سابق على إبرام العقد الإلكتروني يفرض على المورد الإلكتروني أن يحيط المستهلك عبر شبكة الانترنت بالمعلومات والبيانات المتعلقة بمحل العقد وشخصية المنتج والمورد وبشروط التعاقد وأي اعتبار يمكن أن يؤثر على المستهلك ويدفعه إلى التعاقد.

بالإضافة إلى أن التحقق من مساهمة الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في تحقيق غاية إقراره يستدعي من جهة حصر صور الإخلال بهذا الالتزام اعتمادا على ما هو مقرر قانونا ومن جهة ثانية بيان الأثر القانوني المترتب على تحقيق أي من صور الإخلال. حيث اعتبر القضاء الفرنسي في البداية أن المسؤولية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هي مسؤولية عقدية ينتج عنها قابلية العقد للإبطال، إلا أن موقف القضاء تطور من خلال الاتجاه إلى اعتبار الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد مظهرا من مظاهر النظام العام الحمائي، الذي تكون الغاية من إقراره حماية رضاء المستهلك الإلكتروني، وعليه فإن العقد الإلكتروني يبقى قائما إذا ظلت الإرادة المراد حمايتها سليمة، ولا يبطل إلا إذا أدى الإخلال بهذا الالتزام لجعل هذه الإرادة (إرادة المستهلك) مشوبة بعيب من عيوب الإرادة. ومع ذلك اتجه كل من المشرعين الفرنسي والجزائري إلى اعتبار أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هو التزام قانوني ينتج عن مخالفته قيام المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني.

بعد ما سبق ذكره من نتائج توصلنا إلى بعض التوصيات هي كالتالي:

- ضرورة إدخال تعديلات على القوانين السارية كالقانون المدني مثلا، بحيث يتم استيعاب معطيات التجارة الإلكترونية ومفاهيمها بما فيها العقد الإلكتروني وذلك بما يخدم تطورها.
- المشرع الجزائري وإن واكب التطورات التكنولوجية والاقتصادية ومسايرة منه للسرعة التي تبرم بها العقود الإلكترونية، قام بإصدار القانون المنظم للتجارة الإلكترونية، إلا أن النصوص القانونية التي ارتضاها في سبيل حماية رضاء مستتير للمستهلك الإلكتروني والتي تنظم الالتزامات قبل التعاقدية المقررة

على عاتق المورد الإلكتروني وعلى الخصوص الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد، مازال يكتنفها النقص والقصور، لأنها لم تفصل في تنظيمه، لهذا نوصي بالعمل على ضبط وتناغم النصوص القانونية المنظمة لهذا الالتزام وغيره، تلك الواردة في القانون المدني مع تلك الواردة في قانون التجارة الإلكترونية وحتى تلك الواردة في قوانين حماية المستهلك بصفة عامة.

- كما أن قانون التجارة الإلكترونية لم يحدد بشكل واضح الجزاءات المترتبة على الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد من جانب المورد، مما يجعل القاضي يرجع لتطبيق قواعد القانون المدني، كلما إعوزه النص في قانون التجارة الإلكترونية لأن القانون المدني يمثل الشريعة العامة التي يمكن أن يستند إليه القضاء، عند عدم وجود النص الخاص، من أجل ذلك وعلى اعتبار أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد ضروري ومهم في عقود التجارة الإلكترونية الحديثة، نقترح أن يكون الجزاء المترتب على مخالفته محددًا، واضحا وصريحا في القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية حتى لا تترك المسألة لاجتهاد القاضي وتأويله ولكي يعرف المستهلك حقوقه عند الدخول في المفاوضات العقدية عبر شبكة الانترنت.

قائمة المراجع

أولا: باللغة العربية

أ- الكتب:

- 1- إيمان مأمون أحمد، إبرام العقد الإلكتروني، الجامعة الجديدة، الأردن، دون سنة نشر.
- 2- خالد جمال أحمد حسين، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، مصر، 1996.
- 3- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، ط01، دار الجامعة للنشر، مصر، 2007.
- 4- الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية، ط01، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، 2003.
- 5- عباس العبودي، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجبتها في الإثبات المدني، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه في الحقوق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1997.
- 6- عبد الفتاح حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.
- 7- فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010.
- 8- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2012.

- 9- محمد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004، ط 01، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007.
 - 10- محمد حسين قاسم، التعاقد عن بعد، قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأوروبي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005.
 - 11- محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
 - 12- محمد عبد الظاهر حسين، المسؤولية القانونية في مجال شبكة الانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2002.
 - 13- نزيه المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، (د د ن)، مصر، 1982.
 - 14- يورك برس، علم نفسك الانترنت، مكتبة لبنان والدار المصرية للطباعة، 2000.
- ب- المقالات:

- 1- محمد تيورسي، "الإعلام ومساهمته في اتخاذ القرار في العمليات التعاقدية"، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، العدد 27، ديسمبر 2013.
- 2- رشيد ساسان، "المسؤولية عن الإعلام ما قبل التعاقد"، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 39، سبتمبر 2014.
- 3- عبد الرحمن خلفي، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، دراسة مقارنة"، مجلة جامعة النجاح، كلية الحقوق، جامعة بجاية، مجلد 38(1)، 2013.
- 4- عبد العزيز المرسي حمود، "الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر، العدد 18، السنة التاسعة، أكتوبر 2000.
- 5- محمد ذيب ونبيلة جيماي، "حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني" مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14 أبريل 2017.
- 6- منصور حاتم محسن، وحاتم إسراء خضير مظلوم، "العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني، دراسة مقارنة"، مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الرابعة.
- 7- نبيل محمد أحمد صبيح، "حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة" مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 02، يونيو 2008.

ج- الرسائل والمذكرات:

1- نصيرة خلوي عنان، الحماية القانونية للمستهلك عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير، فرع مسؤولية مهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

د- النصوص القانونية:

- النصوص التشريعية:

1- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر، العدد 78 الصادر في 29 سبتمبر 1975، معدل ومتم بموجب القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005، ج ر العدد 44 الصادر في 26 جوان 2005.

2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، العدد 41 الصادر في 27 جوان 2004، معدل ومتم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر، العدد 46، الصادر في 17 أوت 2010، المعدل والمتم بالقانون رقم 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017، الذي يتضمن قانون المالية لسنة 2018، ج ر العدد 76، الصادر في 28 ديسمبر 2017، والمعدل والمتم بالقانون رقم 18-13 المؤرخ في 11 جوان 2018، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018، ج ر العدد 42، الصادر في 15 جوان 2018.

3- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج، العدد 15 الصادر في 08 مارس 2009، معدل ومتم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ 10 جوان 2018، ج ر العدد 35 الصادر في 13 جوان 2018.

4- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 يعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر العدد 28 الصادر في 16 ماي 2018.

- النصوص التنظيمية:

5- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

ثانيا: باللغة الفرنسية

A/ OUVRAGES :

- 1- Christian LARROUMET, Droit civil, tome 3, les obligations, le contrat, 3^{eme} édition, ECONOMICA, Paris, 1996.

- 2- Philippe le TOURNEAU, Responsabilité des vendeurs et fabricants, édition DALLOZ, 2eme édition, Paris, 2006.

B/ARTICLES :

- 1- B. Le TAVERNIER, « Comparaison internationale des délais de rétraction et de réflexion prévus par les réglementations relatives à la protection du consommateur », Revue de concurrence et de consommation, N° 87, 1995.
- 2- Denis MAZEAUD, « Le droit de consommation : est- il un droit social ou un droit économique? », Revue LAMY de la concurrence, oct/déc 2006, n° 09.

C/ THESES :

- 1- Alain KONE MORIBA, La protection du consommateur dans le commerce international passé par internet : une analyse comparé des systèmes juridiques européens, français canadien, québécois, thèse pour le doctorat en droit des affaires, université Montréal, Paris, 2008.
- 2- Laurent BRUNEAU, Contribution à l'étude des fondements de la protection du contractant, thèse, université de Toulouse, Paris, 2005.

D/TEXTES JURIDIQUES :

- TEXTES JURIDIQUES Français :

- 1- Loi n° 78-23 du 10 janvier 1978 relative à la protection et l'information des consommateurs, modifier et complétée par la loi n° 92-60 du 18 janvier 1992, [http : //www.legifrance.gov.fr](http://www.legifrance.gov.fr)
- 2-Loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 relative aux opérations de télé-promotion avec offre de vente dites de « télé- achat », JORFTEXT0000006480618, <https://www.legifrance.gov.fr>.
- 3- Loi n°89-1008 du 31 décembre1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social, JORF n° 1 du 2 janvier 1990, <https://www.legifrance.gouv.fr>.
- 4-Loi n° 93-949 du 26 juillet 1993, relative au code de la consommation, J.O n°171 du 27 juillet 1993, modifier et complétée par la loi n° 2001-1168 du 11 décembre 2001 portant mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier (MURCEF), <https://www.legifrance.gov.fr>
- 5- La loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, <https://fr.wikipedia.org>.
- 6-Loi n° 2004/574 du 21 juin 2004 pour la Confiance dans l'Economie Numérique. <http://www.legifrance.gouv.fr>.
- 7- Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 relative à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, JORF n°131 du 7 juin 2005, <https://www.legifrance.gouv.fr>.

- TEXTES JURIDIQUES Européens :

- 1- Directive 97/7/CE du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrat à distance, JO, n° L 144 du 04 juin 1997, p 0019-0027, <http://www.Europa.eu.int>.
- 2-Directive 2000/31 CE du 08 juin 2000 relative à certains aspects juridiques de la société de l'information, et notamment électronique, dans le marché intérieur, J O, n° L.178 du 17 juillet 2000.

