



قسم الحقوق

الالتزام بالأعلام في العقد الإلكتروني

مذكرة ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:
-د. درماش بن عزوز

إعداد الطالب :
- صحراء الزهرة
-

لجنة المناقشة

رئيسا
مقررا
ممتحنا

-د/أ. فيرم فطيمة الزهرة
-د/أ. درماش بن عزوز
-د/أ. قصير يمينة

الموسم الجامعي 2019/2020

الإهداء

أهدي عملي المتواضع إلى

أطهر قلبين في حياتي... والديّ العزيزين

أطال الله في عمرهما

وإلى جدتي عائشة أطال الله في عمرها

وإلى من رحل عنا إلى روح جدي صحراء الخير نسأل الله بأن

يتغمده برحمته الواسعة

و إلى إخوتي الأحباء وصديقتي خديجة .

شكر وتقدير

بداية وقبل كل شيء أشكر الله تعالى على نعمة العقل .

وأقدم بالشكر والثناء للأستاذ الفاضل درماش بن عزوز

والشكر المتواصل لأساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية

لجامعة زيان عاشور

الحمد لله رب العالمين ،والصلاة والسلام على اشرف المرسلين ،محمد خاتم الأنبياء والمرسلين
،وعلى آله وصحبه ومن تبعهم إلى يوم الدين .

مقدمة

مقدمة :

نظرا للتطورات التي شهدتها العالم في الآونة الأخيرة والتي شملت جميع المجالات ، نجد من بين أهمها المجال التكنولوجي ، وبالأخص ما يعرف بشبكة الاتصال العالمية ، والتي أصبحت تجرى من خلالها جميع المعاملات الاقتصادية من بيع وشراء وما شابه ذلك ، لكن بالرغم من سهولة ومرونة التعامل من خلالها يبقى هناك صعوبة في معرفة حقيقة وسط التعامل وشخص المتعامل معه .

إن من بين أهم هاته المعاملات التي تجرى عبر الشبكة العنكبوتية هي إبرام العقود بواسطتها (عن بعد) ، حيث يعد العقد الإلكتروني برغم من أنه عقد عادي كسائر العقود إلا أنه يأخذ الطابع الإلكتروني بحسب الطريقة أو الوسيلة التي يعقد من خلالها ، و تماشيا مع ضرورة حماية ووقاية المستهلك من المخاطر التي يمكن أن يقع فيها عن اقتناؤه للسلع أو غيرها ، ولاعتبار المستهلك طرفا ضعيفا في العقد خاصة عند عدم إمكانيةه للمعاينة المادية للسلع أو الشيء محل التعاقد والتحقق من سلامته ، وإمكانية تعرضه للاحتيال أو الغش عن طريق الإعلانات المضللة ، بل وجهله لهوية المتعاقد ووسط التعاقد مما يجعل الأمر أصعب ، استدعت الضرورة لضرورة وجود ضمانات تحمي المستهلك في ظل هته التطورات ومن بين أهمها إلزام المهني المتعامل بإعلام المستهلك لضمان حصوله على رضا سليم ومستتير ، حيث شرعت القوانين عقوبات مالية منها وأخرى سالبة للحرية نظرا لأهمية هذا الالتزام خاصة في العقد الإلكتروني حيث يعد من أهم الالتزامات التي يرد عليها للبعد المكاني الذي يشغله العقد ، حيث نجد أهمية الحفاظ على التوازن المعرفي بين المتعاقدين لاستقرار الحياة الاقتصادية وخلوها من المخاطر التي من شأنها أن تنشئ مجموعة من العراقيل في المعاملات عن بعد .

من هنا تسارعت التشريعات لوضع قواعد تنظم الالتزام بالإعلام خاصة الإعلام الذي يخص العقد الإلكتروني ، فبداية تبنى القضاء الفرنسي الالتزام بالإعلام حيث جعل منه التزاما عاما ومستقلا يطبق على العقود بصفة عامة و على عقود الاستهلاك بصفة خاصة ، بعد أن كان يعتبره مجرد التزاما أخلاقيا لا قانونيا .

حيث نظم المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 ، وجميع أحكام المعاملات الإلكترونية والعقد الإلكتروني على خلاف قواعد القانون المدني قد نظمها القانون رقم 05/18 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية .

ترجع أهمية الموضوع إلى المدى الذي يشغله بحثنا على المستوى الوطني والدولي ، و بازدياد نسبة المعاملات التي تتم عن بعد، نجد أن أهمية الالتزام بالإعلام له دور وقائي للمستهلك لتتوير بصيرته قبل أن يقع في أي إشكال، خاصة في انعدام التوازن المعرفي ليس فقط في المعلومات التي تخص المنتج أو الخدمة إنما أيضا انعدام المعرفة الكافية بالوسيلة التي يتم التعاقد من خلالها ، ولأهمية الالتزام بالإعلام في تحقيق سلامة المستهلك وتتوير إرادته وتحقيق الشفافية في السوق وفي الوسيلة المراد الإبرام من خلالها ، ومن بين أهمية الموضوع تظهر أيضا في كونها تمس جهتين ، الجهة القانونية له تكمن في تنظيم المعاملات في مجال الاستهلاك ،ومن جهة أخرى الزاوية الاقتصادية فيه حيث تحت على استغلال العمل في الميدان الاقتصادي والذي يشكل خطورة كبيرة على المستهلك لعلمه المحدود وجب علينا تسليط الضوء عليها لتفادي الوقوع بها ، وتأتي الأهمية أيضا في ازدهار التجارة الالكترونية على الصعيدين الدولي والوطني منه ، وباعتبار الالتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية لتحقيق التوازن المعرفي بين طرفي التعاقد في العقد الالكتروني والسعي نحو سلامة إرادتهما و لتعزيز الثقة في المعاملات الالكترونية .

ونهدف في دراستنا للسعي وراء توضيح ما يمليه الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني من ضرورة تبيان البيانات والمعلومات التي تخص محل العقد للمستهلك الإلكتروني لتتوير رضاه ولضمان السير الحسن للتعاقد وبيان سير المشرع في تحقيق حماية للمستهلك الإلكتروني والتخلص من الغموض الذي يتلبس محل العقد ووسط التعاقد (الشبكة العنكبوتية في الغالب) ، وتبيان العقوبات التي من شأنها تحقيق حق المستهلك في الحماية والسلامة .

ومن أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع هو الميول الشخصي لكل ما هو جديد وملفت ،ولاعتبار عقود الاستهلاك أصبحت تتم معظمها عبر وسائط إلكترونية وباعتباره من المواضيع الحديثة والمشوقة مما أدى بنا للمحاولة بالمساهمة ولو بالشيء القليل لإثراء هذا المجال ،وللأهمية التي يشغلها بحثنا في القانون الخاص وقانون الأعمال .

من الصعوبات التي واجهتنا في البحث عدم القدرة على الحصول على المراجع من مكتبة الجامعة وغيرها من المكتبات الخاصة لما يمر به العالم بسبب جائحة كورونا وقرار توقيف الدراسة وإغلاق الجامعات ،وعدم توفر المراجع الالكترونية الخاصة بموضوعنا لحدثه .

اتبعنا في بحثنا على المناهج التالية:

المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع المعلومات وتحليلها والعمل على تحليل النصوص القانونية المرتبطة بالموضوع محل الدراسة واستخلاص الأحكام التي ترتبط بالموضوع.

من هنا نطرح الإشكال التالي :

كيف ساهم الالتزام بالإعلام في ضمان حماية المستهلك في العقد الإلكتروني؟

وتتفرع الإشكالية إلى أسئلة فرعية :

+ ما مفهوم العقد الإلكتروني ؟

+ ما مضمون الالتزام العام بالإعلام ؟

+ أين تكمن خصوصية الالتزام بالإعلام الإلكتروني؟

+ أين يكمن محل الحق في الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ؟

+ ما هي الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ؟

من خلال ما تم سرده في المقدمة ولمعالجة الإشكالية المطروحة قسمنا بحثنا لفصلين، نتناول في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ، بينما في الفصل الثاني ركزنا على أحكام الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني

- المبحث الأول : مفهوم الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .
- المبحث الثاني : خصوصية الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.

تمهيد :

تكمن أهمية الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني نظرا لخصوصية هذا التعاقد ، الذي يتم فيه تبادل البيانات و المعلومات ويتم فيه الانعقاد عن بعد ،أي لا وجود لمجلس عقد حقيقي يجمع المتعاقدين ،مما يبقي المتعاقد في حيرة من أمره اتجاه السلعة أو الخدمة المعروضة على الشبكة العنكبوتية ، وجهله لوسط التعامل الذي يريد التعاقد عن طريقه ، حيث يعتبر العقد الإلكتروني من أهم العقود التي يرد عليها هذا الالتزام لأن المتعاقد الإلكتروني ليس بإمكانه معاينة محل العقد معاينة مادية وليس على دراية كافية بالوسيلة التي سوف يتم الانعقاد من خلالها ،لذا منحت التشريعات الحديثة ضمانات قانونية لحماية المتعاقد (المستهلك) الإلكتروني ومن بين أهم الضمانات الالتزام بالإعلام في العقود التي تبرم عن بعد .

من هذا المنطلق قسمنا الفصل الأول إلى مبحثين حيث نعالج في المبحث الأول مفهوم العقد الإلكتروني ومضمون الالتزام العام بالإعلام و في المبحث الثاني مضمون وخصوصية الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

نظرا لظهور وسائل الاتصال الحديثة والسهولة في استخدامها، وبازدياد حجم المعاملات الإلكترونية وإبرام العقود الإلكترونية ، سواء بين الأفراد أو الشركات ، ولعل السبب يرجع إلى سرعة وبساطة إبرام مثل هذه العقود . من هنا نقسم هذا المبحث إلى مطلبين حيث نعالج في المطلب الأول التعريف الذي جاء به كل من الفقهاء والتشريعات بخصوص العقد الإلكتروني وخصائصه، والمطلب الثاني نرى فيه مضمون الالتزام بالإعلام العام وطبيعته وأساسه القانوني .

المطلب الأول : مضمون العقد الإلكتروني.

إن تحديد مضمون العقد الإلكتروني يتطلب منا توضيح المقصود بهذا النوع من العقود وتبيان أهم المميزات التي يختص بها عن غيره من العقود لذلك قسمنا المطلب لفرعين نذكر في الفرع الأول تعريف العقد الإلكتروني بينما في الفرع الثاني نبين بعض خصائصه .

الفرع الأول : تعريف العقد الإلكتروني .

من الأمور التي أثارت جدلا كبيرا هي وضع تعريف شامل للعقد الإلكتروني ،لذلك ارتأينا وضع بعض التعريفات حسب ما جاء به الفقه وبعض التشريعات العربية و الأجنبية منه .

أولا :تعريف العقد الإلكتروني حسب رأي الفقه.

نجد أن الفقه ذهب إلى تعريفات متعددة للتعاقد الإلكتروني لا تختلف كثيرا عما ذهبت إليه بعض التشريعات الغربية أو العربية في هذا المجال ، فذهب بعضهم إلى الاستناد في التعريف على الوسيلة الإلكترونية التي ينعقد عن طريقها ، أما البعض الآخر فعرفه على اعتبار انه ينتمي إلى طائفة العقود المبرمة عن بعد .¹

¹ حمودي محمد ناصر ، عقد البيع الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2012، ص 107.

1 : حسب وسيلة إبرامه .

نجد أن "العقد الإلكتروني هو العقد الذي يتم إبرامه عن طريق الإنترنت" تم نقد هذا التعريف حيث لوحظ أن هذا التعريف ضيق من وسائل إبرام العقد الإلكتروني في وسيلة واحدة هي شبكة الإنترنت دون الوسائل الأخرى مثل التلكس والفاكس.¹

وعرف أيضا بأنه " تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين ، بائع ومشتري ، وتتمثل في عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت وذلك دون الحاجة لانتقال الطرفين أو لقاءهما ، بل يتم التوقيع إلكترونيا على العقد".²

" نلاحظ من خلال التعريف السابق للعقد الإلكتروني أنه لم يبين النتيجة المترتبة على التقاء الإيجاب بالقبول ، وهي إحداث اثر قانوني ، وإنشاء التزامات عقدية".³

أيضا نجد أن التعريفات السابقة قصرا التعاقد الإلكتروني على وسيلة واحدة وهي شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) رغم تعدد الوسائل المتعلقة بالتعاقد الإلكتروني.⁴

2 : لاعتباره ينتمي لطائفة العقود التي تبرم عن بعد .

عرف العقد الإلكتروني في الفقه الأمريكي بأنه "هو ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل الرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة على صيغ معدة سلفا ومعالجة إلكترونية ، وتنشأ التزامات تعاقدية".⁵

وعرف الفقه اللاتيني العقد الإلكتروني بأنه "اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموع أو مرئية تتيح التفاعل بين الموجب والقابل".⁶

¹ مناني فراح ،العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري ،دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ،الجزائر ،2009،ص22.

² حسن فاروق،البريد الإلكتروني،الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر ، 1999م،ص90.

³ خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ،ط1،دار الفكر الجامعي .الإسكندرية ، مصر ، 2006 ،ص52.

⁴ ماجد محمد سليمان أبا الخليل ،العقد الإلكتروني ، ط1، مكتبة الرشد ،ناشرون ،المملكة العربية السعودية،الرياض،2009،ص19.

⁵ خالد ممدوح إبراهيم ، المرجع نفسه ، ص 72.

⁶ أسامة أبو الحسن مجاهد ،الوسيط في قانون المعاملات الإلكترونية ،دار النهضة العربية ، مصر ، 2007، ص120.

ثانيا :تعريف العقد الإلكتروني حسب ما جاء في التشريعات .

بالرجوع إلى القانون النموذجي الصادر عن الأمم المتحدة بشأن التجارة الإلكترونية نجد أنه عرف العقد الإلكتروني من خلال تعريفه لرسالة البيانات في المادة 2 الفقرة الأولى بأنها "المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها واستلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة ،بما في ذلك تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أول التلكس "وذكرت نفس المادة من خلال الفقرة الثانية "يراد بمصطلح تبادل البيانات الإلكترونية نقل المعلومات من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات"¹.

يتضح مما سبق أن الإنترنت حسب هذا القانون ليست الوسيلة الوحيدة لتتمام عملية التعاقد (الإلكتروني) عن بعد بل تشاركها وسائل أخرى مثل جهاز التلكس والفاكس.²

وعرفت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997م ، المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد عرفت التعاقد الإلكتروني بأنه "أي عقد متعلق بالسلع والخدمات تتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد ، الذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية حتى إتمام التعاقد" بينما المشرع الأمريكي فقد أورد تعريفا للسجل الإلكتروني الذي هو بمثابة العقد الإلكتروني الذي يتم إبرامه بين الأطراف بأنه " عقد أو أي سجل يتم تخليقه،تكوينه، إرساله،نقله،استقباله ،أو تخزينه بأي وسيلة إلكترونية"³.

بينما في قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 فقد عرف العقد الإلكتروني في المادة الثانية منه بشكل صريح بأنه "الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل إلكترونية كلياً وجزئياً"وأضافت نفس المادة إلى ذلك تعريفا خاصا للوسائل الإلكترونية التي يبرم بواسطتها العقد على أنها "أية تقنية لاستخدام وسائل كهربائية ،مغناطيسية ،ضوئية ، أو أية وسائل مشابهة في تبادل المعلومات وتخزينها"⁴.

¹ المادة 2 الفقرة الأولى والثانية من قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية ، 1996م .

² بلقاسم حامدي ،إبرام العقد الإلكتروني ،أطروحة دكتوراه ، جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،2014/2015،ص25

³ التوجيه الأوروبي رقم 07/97 الصادر في 20 ماي 1997م المتعلق بحماية المتعاملين والمستهلكين عن بعد .

⁴ المادة 02 من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001.

أما التشريع الوطني فقد عرفت المادة 02 من قانون التجارة الإلكترونية العقد الإلكتروني بأنه "العقد الذي يتم إبرامه عن بعد ، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني"¹.

مما سبق يتضح أن المشرع الأردني أكثر اهتماما على عكس غيره من المشرعين في البلدان العربية بوضعه تعريف شامل للعقد الإلكتروني، حيث لم يحصره في نوع محدد من العقود، فحدد المقصود بالعقد الإلكتروني، بأنه عقد مبرم عبر شبكة الإنترنت فهو عقد كغيره من العقود التقليدية، لكن تكمن خصوصيته في طريقة الانعقاد أو الوسيلة التي يتم الإبرام من خلالها².

¹ المادة 02 من قانون رقم 05/18 مؤرخ في 10 مايو لسنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد 28 الصادرة بتاريخ 2018/05/16

² خالد الصباحين ، انعقاد العقد الإلكتروني، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والحاسوب ، جامعة اليرموك ،الأردن 13/12 جويلية 2004، ص04.

الفرع الثاني : خصائص العقد الإلكتروني.

من خلال التعريفات السابقة للعقد الإلكتروني تبين لنا عدة خصائص تميزه عن العقود التقليدية وهي كما يلي :

أولاً : العقد الإلكتروني هو تعاقد عن بعد.

إن العقد الإلكتروني يتميز عن باقي العقود بأنه يبرم عن بعد ، أي أن هناك مسافة بين المتعاقدين "فالتعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت يعد تعاقد بين حاضرين حكما ، أن هناك تباعد مكاني بين البائع أو المنتج وبين المستهلك ، ولكن هناك في الغالب اتحاد زمني بين الطرفين ، فالطرفين لا يجمعهما مجلس عقد واحد"¹.

ثانياً :العقد الإلكتروني عقد يبرم باستخدام وسائط إلكترونية .

يتم إبرام العقد الإلكتروني عبر تقنيات الاتصال المختلفة ،بمعنى انه يبرم بدون الحضور المادي لأطراف العقد،فيكون التعاقد عن بعد بوسائل الاتصال الإلكترونية ،حيث يتم تبادل الإيجاب والقبول إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت ويسمى البعض ذلك (بمجلس عقد حكمي افتراضي) ويندرج ذلك ضمن العقود التي تتم بين حاضرين في الزمان وغائبين من حيث المكان².

ثالثاً : العقد الإلكتروني عقد تجاري واستهلاكي.

يتسم العقد الإلكتروني بالطابع التجاري لذلك يطلق عليه عادة بعقد التجارة الإلكترونية ، وقد جاءت تلك الصفة لطغيانها على العقد ،حيث أن عقود البيع الإلكترونية تشمل معظم العقود التي تتم عن بعد بالأخص ، كما أن العقد الإلكتروني يتميز غالباً بطابع الاستهلاك لأنه غالباً ما يتم بين تاجر أو مهني ومستهلك³.

رابعاً: العقد الإلكتروني عقد دولي .

¹ محمد أمين الرومي،التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت ،ط1،دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية ،مصر ،2004م،ص59.

² خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ،المرجع السابق ،ص53.

³ محمد حسين منصور ،المسؤولية الإلكترونية ،دار الجامعة الجديدة للنشر،الإسكندرية ، مصر ،2009،ص19.

غالبا ما يتم التعاقد في العقد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت التي تتسم بالعالمية وتجعل معظم الدول في حال اتصال دائم، مما يسهل إبرام العقود بين مختلف الدول وعلى الرغم من غياب الاتصال المادي بين أطراف التعاقد والتباعد المكاني بينهم، ومما لاشك فيه أن شبكة الإنترنت وفرت للمتعاملين إمكانية إجراء المعاملات الإلكترونية بين الدول غير أن هذا لا يمنع أن تتم المعاملة داخل دولة واحد بمفهوم وأحكام العقد الداخلي وفي هذه الحالة لا يصبح العقد الإلكتروني بالعقد الدولي.¹

¹ مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012، ص54

المطلب الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام العام.

لقد أصبح الالتزام بالإعلام نظاما قانونيا جديدا تفرضه ضروريات الحياة الحديثة خاصة في مجال العقد الإلكتروني، لذلك سوف نبين تعريف الالتزام بالإعلام بصفته العامة في الفرع الأول بينما في الفرع الثاني سنتطرق لأساسه القانوني وطبيعته.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام العام.

نبين في هذا الفرع التعريف الذي جاء به الفقه وبعض التشريعات .

أولا : التعريف الذي جاء به الفقه .

أولا يجدر الإشارة إلى أن الفقه يطلق على هذا الالتزام عدة تسميات ، كالالتزام بالإفصاح ، والالتزام بالتبصير والالتزام بالإخبار والالتزام بالإفشاء بالبيانات والمعلومات .

يعرف الالتزام بالإعلام في نظر بعض الفقهاء بأنه "إعلام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك"¹.

ويعرفه البعض الآخر من الفقهاء بأنه " التزم يفرض على احد المتعاقدين أي المدين إعلام المتعاقد الآخر أي الدائن بكافة الوقائع والمعلومات التي تكون منتجة لازمة لتكوين رضا حر ومستنير ، أو لضمان حسن تنفيذ العقد"².

وعرف أيضا بأنه "التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا في كافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه ، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه في العقد "³.

¹ بن سالم المختار ،الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ،رسالة دكتوراه ،تخصص قانون المنافسة والإستهلاك ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة ابي بكر بلقايد ،تلمسان 2018/2017،ص25.

² بن سالم المختار ،المرجع نفسه ،ص26

³ حسن عبد الباسط الجمعي ،حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الإستهلاك)،دار النهضة العربية ،مصر 1992

ص35،

ويرى بعض الفقهاء بأنه "التزام يفرض على أحد طرفي عقد الاستهلاك إعلام الطرف الآخر بما يجمله من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد وذلك في الوقت المناسب ،مستخدما في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحلّه"¹، مما يلاحظ أن هذا التعريف يعتبر شاملا مقارنة بالتعريفات الأخرى حيث يشمل جميع صور الالتزام بالإعلام التعاقدية والسابق لتعاقد.

ثانيا : تعريف الالتزام بالإعلام في التشريع الوطني .

نجد اختلاف كبير في تعريف الإعلام بحسب النصوص الوارد فيها فنجد القوانين الخاصة نصت على الإعلام في المادة 04 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع ". وكذلك نصت المادة 08 من نفس القانون المعدل والمتمم بأن " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت حسب طبيعة المنتج بالمعلومات الزهية والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وبشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة ".

بينما في القانون رقم 03/09 الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نصت المادة 17 منه على مصطلح الإعلام وذكر وسائله دون التطرق إلى تعريفه بحث ذكرت المادة "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة "،ويجب الإشارة إلى المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .

الفرع الثاني : أساس الالتزام بالإعلام العام القانوني وطبيعته.

أولا: أساس الالتزام بالإعلام العام القانوني .

¹ الصغير محمد مهدي ،قانون حماية المستهلك ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2015 م ،ص115

إن أي التزام يقع على عاتق صاحبه لا بد له من أساس قانوني ،حيث ذهب الفقهاء إلى القول بأن أساس الالتزام العام بالإعلام يتمثل في التركيز على عدة أنظمة قانونية عامة منها وخاصة¹ ونستعرض من هذه المصادر ما يلي :

1/ الأنظمة القانونية العامة .

أ/ نظرية عيوب الإرادة .

• التدليس: هو اللجوء للحيلة والتضليل بقصد إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه للتعاقد².

نستند في ذلك إلى ما جاء به القانون الفرنسي حيث نص في بادئ الأمر على الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في المادة 1116 من القانون المدني القديم ،حيث يعتبر التدليس سببا من أسباب بطلان العقد ،بحيث نجد أن مجرد الكتمان يعتبر تدليسا ،وذلك عن طريق كتمان المتعاقد لوقائع وملابسات كان يجب عليه الإفصاح بها ،ولم يعلم المتعاقد الآخر بها متعمدا يعتبر تدليسا ويؤدي بذلك إلى إبطال العقد³.

وتم تكريسه في التعديل الجديد للقانون المدني الفرنسي لسنة 2016 في نص المادة 1137⁴ الذي استوحى المشرع الجزائري منها في نص المادة 82/ف02 من القانون المدني على انه " يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة " وبذلك فإنها تضع التزاما عاما بالإعلام على عاتق المدلس كلما كانت كما كانت الواقعة مؤثرة ويتعذر للمدلس عليه الاطلاع عليها⁵.

¹ رمزي بيد الله الحجازي ،الحماية المدنية بعد التعاقد الإلكتروني ، منشورات الطلي الحقوقية ،بيروت ، ط 1 ، 2016م ، ص69.

² علي فيلاي ، الالتزامات ، النظرية العامة للعقد ، الطبعة الثانية ، دار فوهم للنشر والتوزيع ،الجزائر ، 2005م ، ص124.

³ جريفلي محمد ،حماية المستهلك في نطاق العقد ، رسالة دكتوراه ،تخصص قانون معمم ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة ادرار 2018/2017 ،ص133.

⁴ المادة 1137 من القانون المدني الفرنسي المعدل حسب رقم 131/2016 الصادر في 10 فبراير 2016 والنافذ في 1 أكتوبر 2016

⁵ جريفلي محمد ، المرجع نفسه ، ص134.133

• الغلط : يعتبر الغلط وهم في ذهن الشخص فيتصور له الشيء على غير حقيقته ويكون الدافع للتعاقد ولا بد أن يكون الغلط جوهريا ¹.

ويعرف بأنه "حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع ،هذا الواقع إما أن يكون واقعه غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها ،أو واقعة صحيحة يتوهم الإنسان عدم صحتها" ².

حيث نجد في المواد 82/81 من القانون المدني الجزائري إلزام المدين بإعلام الطرف الآخر بالبيانات اللازمة والجوهرية في العقد لما يحول دون الوقوع في الغلط في العناصر الجوهرية للعقد ³.

ب/ نظرية العيوب الخفية .

يذهب بعض الفقهاء إلى اعتبار الالتزام بالإعلام ما هو إلا تطبيقا لنظرية العيوب الخفية ، يكون العيب خفيا لان المحترف لم يخبر المستهلك به قبل إبرام العقد ، "يتضح لنا أن نطاق الالتزام بضمان العيوب الخفية أضيق من نطاق الالتزام بالإعلام ،ذلك أن الالتزام الأول يقتصر على الحالات التي يوجد فيها عيب خفي في الشيء المبيع على عكس الالتزام بالإعلام الذي يشمل" ⁴.

ج / مبدأ حسن النية :

نصت المادة 1134/3 من القانون المدني الفرنسي (القديم) التي تقابلها المادة 01/107 في القانون المدني الجزائري والتي تنص على انه "يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية" ومنه يقتضي أن يسلك المتعاقد سلوكا نزيه والابتعاد عن نية الإضرار بالغير ⁵ ، وبذلك يفرض

¹ عبد الرزاق أحمد السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، ج 1 ،مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000، ص382.

² المواد 81 و 82 من القانون المدني الجزائري ، الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم .

³ بوالباني فايزة ،الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك ، رسالة ماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ،جامعة الجزائر 1،كلية الحقوق بن عكنون ، 2012/2011،ص25.

³ بوالباني فايزة ،المرجع نفسه ،ص27

⁵ جريفي محمد ، المرجع السابق ، ص134

التعامل بحسن نية لكلى طرفي العقد ويكون موقفه إيجابيا اتجاه الطرف الآخر حيث يعلمه بكل بيانات العقد المراد إبرامه.¹

نجد أن المادة 1134 من القانون المدني الفرنسي² التي نصت على حسن النية والتي اقتضت فقط على مرحلة تنفيذ العقد، إلا أن بعض الفقهاء اتجهوا إلى تطبيق مبدأ حسن النية في مرحلة تكوين العقد أيضا، وإلا اعتبر الإخلال بهذا المبدأ من قبل القضاء الفرنسي يؤدي إلى الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ومنه تم تعديل المادة سنة 2016 وأصبحت تقابلها المادة 1104 من القانون نفسه حيث شملت ضرورة توافر حسن النية في مرحلتَي التكوين والتنفيذ للعقد³.

2/ في القوانين الخاصة :

لم تعد القواعد القانونية العامة تكفي لحماية المستهلك فلقصور هذه القواعد أصبح المستهلك يستند على القواعد الخاصة.

نجد في التوجيه الأوروبي رقم 07/97⁴ لحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد المادة 04 منه يلزم المورد بإعلام المستهلك بالبيانات والأوصاف الأساسية للسلع والخدمات، وبالرجوع للتشريع الجزائري في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد الالتزام بالإعلام أساسه القانوني في نص المادة 17⁵ التي تنص بأنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك..."

ونجد نص المادة 04 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على انه "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن، بأسعار وتعريفات السلع

¹ بوالباني فايزة، المرجع نفسه، ص28.

² القانون المدني الفرنسي قبل تعديل 2016.

³ جريفلي محمد، المرجع السابق، ص134/135

⁴ المادة 04، التوجيه الأوروبي رقم 07/97 المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد.

⁵ المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الموافق ل 25 فبراير 2009، ج ر ع 15 الصادرة في 08 مارس

2009.

والخدمات وشروط البيع " ¹، دون أن نغفل على القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث نصت المادتين 11/10 منه على الالتزام بالإعلام الإلكتروني².

ويتضح مما سبق عرضه من النصوص القانونية الذي منحت للمستهلك للمطالبة المهني لحقه بالإعلام سواء أكان التعاقد الكتروني أم تقليدي.

ثانيا :الطبيعة القانونية للالتزام العام بالإعلام .

تعددت الآراء حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام حيث يرى جانب من الفقه بأنه التزم ببذل عناية بحيث تقوم المسؤولية عندما لا يقوم بالالتزام بعناية الشخص العادي ويرى الجانب الآخر من الفقه بأنه التزم بتحقيق نتيجة أي تقع المسؤولية على المهني بمجرد عدم تحقق النتيجة من التعاقد .

1/الالتزام بالإعلام التزم بتحقيق نتيجة .

إن الالتزام بتحقيق نتيجة يعني بأنه "لا يتم الوفاء أو تنفيذ هذا الالتزام إلا بتحقيق الغاية المرجوة والهدف منه " .

يرى أنصار هذا الاتجاه أن الالتزام بالإعلام هو التزم بتحقيق نتيجة ، على أساس الهدف من إقرار هذا الالتزام هو حماية المستهلك وضمان السلامة في مواجهة المهني³، وباعتبار الالتزام بالإعلام التزم بتحقيق نتيجة من شأنه أن يجعل منه مجدياً لأنه يهدف إلى حقيقة سلامة المستهلك وهذا هو المبتغى المراد الوصول إليه ،فإذا اعتبرناه التزم ببذل عناية فسيكون عديم الجدوى⁴. بحيث لا يكفي بذل العناية في إيصال المعلومات والبيانات للمستهلك عن طريق إلزامه بالإعلام بل يتعلق الأمر ببيانات إجبارية منصوص عليها في النصوص التنظيمية والقانونية

¹ المادة 04 من القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر ع 41 المؤرخة في 27 جوان 2004)

² المواد 10 و 11 من القانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 ،يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

³ رمزي بيد الله الحجازي ، المرجع السابق ، ص 61.

⁴ غرنوج حسام الدين ،حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري،أطروحة دكتوراه ،تخصص قانون الاعمال ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة حاج لخضر ،باتنة ،2017/2018 ،ص 235.

وأوجب عليه تنفيذها طبقاً للقانون¹. وبناء على ذلك فإن مسؤولية المهني تقوم لمجرد ثبوت عدم تحقق النتيجة².

وعليه نجد أن محكمة النقض الفرنسية في محكمتها الصادر بتاريخ 25 فيفري لسنة 1997 أصدرت حكماً يدعم الرأي القائل بأن الالتزام بالإعلام بالتزام بتحقيق نتيجة عندما قضت بأن كل من يقع على عاتقه الالتزام بالإعلام إما تعاقدياً أو قانونياً عليه إثبات أنه قام بتنفيذ هذا الالتزام³.

2/ الالتزام بالإعلام بالتزام ببذل عناية :

يقصد بالالتزام ببذل عناية "طلب المدين ببذل جهد معين سواء تحقق الهدف المنشود أو لم يتحقق"⁴، يرى جانب من الفقه أن الالتزام بالإعلام بالتزام ببذل عناية، فالمتدخل لا يتحكم بنتائج المعلومات التي يقدمها لإعلام المستهلك قصد تنوير إرادته ويمكن من خلالها الإقبال نحو التعاقد أو الرفض⁵. حيث يرى الفقه بأن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية لأنه لا يستطيع ضمان تحقيق النتيجة التي هي ضمان تحقيق حماية المستهلك وتجنبه من خطورة المنتجات أو الخدمات محل التعاقد، فالمتدخل هنا يعلمه بكافة المعلومات والبيانات دون أن يضمن إتباع المستهلك لهته المعلومات والبيانات وبالتالي لا يستطيع أن يفرض على المستهلك التقييد بما يقدمه من تعليمات⁶.

تعليمات⁶.

حيث يوجد العديد من الأحكام القضائية التي تؤكد بأن التزام المتدخل بالإعلام هو التزام ببذل عناية منها الحكم الصادر عن محكمة الاستئناف Rouen حيث أكد أنه لا يمكن أن يطلب من الصيدلي عند الالتزام بالإعلام تحمله الأضرار المحتملة للأدوية التي قد تلحق للمريض عندما لا يتقيد هذا الأخير بالتعليمات والاحتياطات وما يوصف له من مقادير من قبل الصيدلي لأن المحكمة توصلت إلى أن الالتزام بالإعلام بالتزام ببذل عناية لا بتحقيق نتيجة⁷.

¹ رفاوي شهيناز، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، سطيف 02، 2016/2015، ص30

² رمزي بيد الله الحجازي، المرجع نفسه، ص61.

³ Mazeand(H.2)jet chabas (f) le çons de droit ,civil précite ,p401

⁴ بالحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الجزء 1، 1995، ص24.

⁵ بن سالم المختار، المرجع السابق، ص140.

⁶ حسين عبد الباسط الجمعي، شروط التحقيق والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، ط1، مصر 1992، ص190.

⁷ Coor d'appel de rouen .14fév.1979,d,s;1979,l,r,note larroumet ,ch,j,c,p,198o II ,p,3vo

وأمام اختلاف المواقف بشأن طبيعة الالتزام المتدخل بالإعلام وتمسك كل اتجاه بموقفه ، ظهر اتجاه فقهي حديث ينادي بضرورة معرفة ما يلتزم به المدين اتجاه الدائن لنتمكن من معرفة طبيعة الالتزام بالإعلام ، حيث لا يمكننا التأكيد بأن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية أو التزام بتحقيق نتيجة ولكن يمكن القول بأنه أقوى من الالتزام ببذل عناية (لأن هناك أمور يجب على المدين القيام بها) ، واصل من الالتزام بتحقيق نتيجة (حيث هناك أمور لا تدخل تحت سيطرة المدين بل يترك الأمر فيها للدائن) وفي التالي يرى هذا الاتجاه أن الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة مخفف.¹

¹ بن عديدة نبيل ،الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك ،أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون خاص ، جامعة وهران 02

،2017/2018 ،ص38/37

المبحث الثاني :خصوصية الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.

يعد الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني من بين أهم الضمانات التي تضمن حق المتعاقد الإلكتروني ،وللخصوصية التي يتميز بها الالتزام بالإعلام الإلكتروني عن الإعلام العادي من هذا المنطلق خصصنا المطلب الأول لمعرفة مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني وتبيين شروطه ومبرراته وفي المطلب الثاني ارتأينا تخصيصه لمعرفة صورته وتمييزه عن بعض المصطلحات .

المطلب الأول : مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

نجد عدم التوازن الذي يخلق من الاختلاف الذي يكون في المراكز القانونية للأطراف المتعاقدة ،حيث نجد الطرف الضعيف غالبا ما يتعرض للاستغلال من قبل الطرف القوي ألا وهو الأكثر خبرة ومعرفة بمنتجه ، فيكون هناك عدم التساوي في معرفة المعلومات التي تخص محل العقد أو الشروط التي تتعلق به ،¹ من هنا يكمن دور الالتزام بالإعلام الإلكتروني في إعادة التوازن المعرفي بين المتعاقدين عن بعد وتكوين رضا صحيح للمتعاقد ،من خلال ما سبق نسرد في الفرع الأول تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني بينما في الفرع الثاني نذكر شروط ومبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

الفرع الأول : تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني .

أما في ما يتعلق بالالتزام بالإعلام الإلكتروني عرف 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 إرادة حرة مستتيرة"² .

¹ عبد المنعم موسى ابراهيم ،حماية المستهلك دراسة مقارنة ،منشورات الحلبي الحقوقية ،سوريا ،2007،ص366

² عائشة قصار الليل ،الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد ،مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ،جامعة باتنه 1 ،العدد 10

،2017جانفي ،ص226.225

وعرف أيضا بأنه "التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه احد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط الكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانه للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"¹.

بينما رأي المشرع الجزائري في الالتزام بالإعلام الإلكتروني فلم يكن حاضرا فنجده قد قام بتجاهله، ويوضح لنا من التعريفات السابقة أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام ينشأ في مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه أي انه التزام سابق لنشوء العقد الإلكتروني، فهو التزام قانوني يكمن مجاله في مبدأ حسن النية قبل وأثناء التعاقد، بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائط الكترونية يسهل استعمالها والتطرق إلى محتواها في شكل واضح².

الفرع الثاني : شروط ومبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

أولا : شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني .

1- جهل الدائن بالمعلومات المتعلقة بالعقد .

حيث "يجب أن يكون جهل الدائن بالمعلومات المتعلقة بالعقد مشروعا، ويكون كذلك إذا استند إلى استحالة العلم بالمعلومات المتعلقة بالشيء محل العقد، ويتجسد ذلك عند حيازة المدين لمحل العقد بصورة لا تسمح للمستهلك الدائن بمعرفة أوصافه وهو ما يتحقق في التعاقد الإلكتروني حيث يجد المستهلك نفسه أمام مجرد صور لمنتج عبر وسيط الكتروني ما يسبب ذلك إخلال بمبدأ المساواة في العلم بين الطرفين، كما يمكن أن يستند جهل الدائن إلى اعتبارات الثقة المشروعة المستندة إلى طبيعة المعاملة حيث لا تتعارض المصالح أو صفة الأطراف"³.

يقول الفقيه الفرنسي "piodyres": انه في الواقع يجب على كل متعاقد أن يستعلم بحسب قدراته ومؤهلاته وأن الجهل يجب أن يكون مشروعا لكي يضحى مقبولا ومسوغا، وفي حكم من محكمه

¹ 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، 2008، ص 427

² خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الإلكتروني، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك" بجامعة عبد الرحمان مبرة بجاية، يومي 17/18 مارس 2009

³ عائشة قصار الليل، المرجع السابق، ص 227

النقض الفرنسية "على البائع المهني أن يبين للمشتري الجاهل وينصحه ويبيصره بصفة خاصة أن يلفت نظره إلى العيوب المرتبطة بنوعية المادة التي اختارها العميل".

بينما في التشريع الجزائري نجد نصت المادة 01/352 من القانون المدني الجزائري بأنه "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

2- علم المدين بالمعلومات المتعلقة بالعقد:

بحيث يجب أن يكون المدين عالما بكل المعلومات والبيانات المتعلقة بمحل العقد ، وان يكون علمه هذا مؤثرا على رضا الدائن ،ومن ثم يجب عليه التعهد بإعلام الطرف الآخر المستهلك وفقا لمبدأ حسن النية¹، وهو الأمر الواقع في العقود الالكترونية فيفترض في المدين عند عرضه للمنتج أو الخدمة من خلال الوسائط الالكترونية أن يكون محيطا بالمعلومات التي تكون ضرورية لحماية رضا المستهلك².

حيث أكدت محكمة النقض الفرنسية على ضرورة توافر شرط العلم والمعرفة لدى المدين بالمعلومات كشرط لازم وضروري لوجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد على عاتقه ، إذ أعلنت في حكم لها أن الالتزام بالإعلام الواجب على مختبرات أو معامل الأدوية فيما يتعلق بموانع الاستعمال والآثار الجانبية الخاصة بالأدوية لا يمكن أن يوجد إلا فيما يتعلق بما هو معروف فعلا لديها من هذه المعلومات لحظة دخول هذه الأدوية بالأسواق ، فمن هذا التاريخ تكون مختبرات ومعامل الأدوية مسؤولة عن الإخلال الواقع منها بخصوص أدائها لدورها في الإعلام عن هذه المعلومات³. وقد وضعت المحاكم الفرنسية قرينة في هذا الصدد تشمل أن البائع المحترف يفترض علمه بالبيانات اللازمة ولا يمكن أن يدعي جهله بها ويقر شرع القانون الفرنسي المعاصر ذلك ، ويرون بأن صفة الاحتراف في احد المتعاقدين تعد من أهم القرائن التي تبين علمه بالبيانات والمعلومات اللازمة لتتوير رضا الطرف الآخر⁴. حيث قضت محكمة النقض الفرنسية لحكم لها بأنه " ليس

¹ أسامه احمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني ، دراسة مقارنة ، دار الجامعه الجديدة للنشر الإسكندرية ص 166

² خالد ممدوح ابراهيم ، المرجع السابق ، ص 240

³ احمد خالد جمال ، المرجع السابق ، ص 127.

⁴ غستان جاك ، المطول في القانون المدني ، مفاعيل العقد ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بدون تاريخ ، ص 399

لبائع القرميد أن يدعي جهله وعدم معرفته بأن القرميد غير قادر لتحمل الجليد ومقاومته ، لا سيما وقد كشف له المشتري عن قصده في استعمالها في الجبل الذي هو عرضة للجليد عادة"¹

ثانيا : مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني .

1 - إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين .

نظرا للتقدم التكنولوجي والصناعي الذي يشهده العالم أدى إلى خلق التفاوت في المعرفة الفنية ، حيث يستحيل أن يتعرف الشخص العادي على تفاصيل السلعة المعروضة ،فعدم التساوي المعرفي بشأن محل وشروط العقد بين المتعاقدين يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية للمتعاقدين ، حيث أن المستهلك معرض للاستغلال من الطرف المحترف الذي هو صاحب الخبرة والمعرفة بالمنتج في هذه الحالة .²

وتزداد الحاجة لبلوغ المساواة في العلم بين المتعاقدين في إبرام العقود الإلكترونية نظرا لخصوصية هذا التعاقد و استعمال التاجر لأدوات الويب التي تمارس تأثيرا يتجاوز الأدوات التقليدية في الواقع ، لذا نجد عدم المساواة في المعرفة بين المتعاقدين يبرر تقرير حق الإعلام الإلكتروني الذي يقع على عاتق أصحاب الخبرة للسعي نحو تنوير رضا المستهلك عند إبرام العقد الإلكتروني .³

2 - إعادة التوازن العقدي :

من أهم الأمور العملية الضرورية التي أدت إلى تقرير حق الالتزام بالإعلام هو انعدام التوازن المعرفي بين المزود والمستهلك في العناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك ولذلك فإن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين ،فالحق بالإعلام له دور هام في الحفاظ على رضا سليم للمتعاقد ويكون هذا الحق من الضروريات الحتمية بالنسبة للعقد الإلكتروني نظرا للغياب المادي لأطرافه .⁴

¹ احمد خالد جمال ،،ص280.

² عبد المنعم موسى ابراهيم ، المرجع السابق ، ص376

³ حسن عبد الباسط الجميعي ، المرجع السابق ،ص22

⁴ عبد الله ذيب عبد الله محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2012،ص55

المطلب الثاني : صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني وتمييز عن غيره .

يتجلى الالتزام بالإعلام الإلكتروني في صورتين منها الالتزام بالإعلام الإلكتروني الذي يسبق التعاقد ومنها ما بعد التعاقد ، و نميز تداخل مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني مع غيره من الالتزامات التي يكون محلها تقديم البيانات والمعلومات ، وهذا ما يتم التفصيل فيه ، حيث نتناول في الفرع الأول صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني بينما في الفرع الثاني تمييز الالتزام بالإعلام الإلكتروني عن بعض الالتزامات ذات العلاقة.

الفرع الأول : صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني .

يعتبر الالتزام بالإعلام الإلكتروني من أهم المبادئ المقررة لحماية المستهلك ، ونجد انه التزام ممتد لا يقتصر على المرحلة السابقة على إبرام العقد ، بل يمتد إلى مرحلة إبرام العقد¹.

أولاً : الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد.

إن الالتزام السابق للتعاقد بالإعلام ينشأ في المرحلة التي قبل إبرام العقد وتكوينه ، حتى يتيح للمستهلك رضا سليم ويستطيع من خلاله إبداء رأيه بالرفض أو القبول²، ويعرفه بعض الفقهاء بأنه "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين ، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متطور على علم بكافة تفاصيل العقد"³.

فنجد أن الالتزام بالإعلام السابق للتعاقد ليس التزاماً عقدياً بل هو التزام مستقل عن العقد والوفاء به يكون قبل إبرام العقد⁴، ومن ثم نجد تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد بأنه "التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال

¹ كريمة بركات ، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني ، مجلة الحقوق والحريات ، جامعة ألكلي محند اول حاج ، البويرة ، العدد الرابع ، 2017 ، ص 291

² مزارى عائشة ، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة ، مذكرة الماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة وهران ، 2012/2013 ، ص 30.

³ عبايد فريحة حفيظة ، المرجع السابق ، ص 427

⁴ الصغير محمد مهدي المرجع السابق ، ص 119

الوسائط الإلكترونية الحديثة بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه وبياناته التجارية وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد او عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستتيرة¹.

ثانيا : الالتزام بالإعلام الإلكتروني التعاقدية .

تكون إرادة المتعاقدين في هته المرحلة متجه نحو إبرام العقد النهائي ، ولهذا تأتي هذه المرحلة بعد المرحلة السابقة على التعاقد²، فالالتزام بالإعلام التعاقدية يجد مصدره في العقد، فهنا يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بالعقد أثناء تنفيذه³، ويعتبر أيضا الالتزام بالإعلام التعاقدية الإلكتروني اثر من آثار العقد يوجب على المتعاقد أن ينفذه بعد إبرامه للعقد حيث يتم تزويد الطرف المتعاقد بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد حتى يتمكن من استعماله والانتفاع به⁴.

الفرع الثاني : تمييز الالتزام بالإعلام الإلكتروني عن غيره .

أولا : تمييزه عن الالتزام بالنصح والمشورة .

"ان الالتزام بالنصح والمشورة لا يتضمن فقط وجوب تقديم كم من المعلومات عن المحل المراد التعاقد عليه وإنما يوجب تقديم النصح بالقيام بالعمل أو الامتناع عنه ، فهو يتطلب بذل عناية اكبر في سبيل تقديم المشورة فقد يتضمن اقتراح يعرض على المستهلك كما هو الحال في عقود المعلوماتية ، كما قد تتضمن دراسة عن المنتج أو الخدمة والنتائج المترتبة عنه⁵ فالعلاقة بين الالتزام بالإعلام والنصح بمثابة علاقة الجزء بالكل ، فالالتزام بالإعلام هدفه تنوير المستهلك بإدلائه بالمعلومات عن محل العقد ، بينما الالتزام بالنصح فنجدته يتماشى ورغبات المستهلك⁶.

¹ عائشة قصار الليل ، المرجع السابق ، 226/225

² بواباني فايزة ، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك ، مذكرة ماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزائر 2011/2012 ص51

³ علي خوجة خيرة ، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بالسلامة في التشريع الجزائري ، رسالة دكتوراه ، تخصص عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2016/2015 ، ص123

⁴ عائشة قصار الليل ، المرجع السابق ، ص228

⁵ عائشة قصار الليل ، المرجع السابق ، ص228

⁶ بن سالم المختار ، المرجع السابق ، ص14

ثانيا : تمييزه عن الالتزام بالتحذير .

يعرف الالتزام بالتحذير بأنه "التزام سابق على التعاقد يلتزم بمقتضاه أحد طرفي التعاقد المزمع إبرامه أو غيرهما بتحذير الطرف الآخر أو كليهما وذلك عندما يكون التحذير صادرا من الغير من مغبة الضرر أو الخطر الذي قد يحدث به عند التعامل أو عند الاستعمال"¹، ونجد الفقه الفرنسي يميل الى وصف التزام البائع المنتج بتحذير المشتري من مخاطر الشيء محل التعاقد²، فالتحذير يكمن في لفت انتباه المستهلك إلى المخاطر السلبية لشيء أو سلوك معين ،هنا نجد ان الالتزام بالتحذير قد تجاوز الالتزام بالإعلام لأن المهني هنا لا يكتفي بمجرد إعلام المستهلك بل يكشف له مخاطر المنتج مخاطر استعماله وإحاطته بجميع الوسائل لتجنب المخاطر³.

ثالثا : تمييزه عن الاستعلام.

الاستعلام هو طلب الحصول على المعلومات لكي يفهم صاحب الاستعلام ما يجمله ،ويكمن الفرق بين الالتزام بالإعلام والاستعلام بأن الالتزام بالإعلام يعتبر التزام قانوني يقع على عاتق المهني ،والهدف منه تنوير المستهلك عن طريق إعلامه بالبيانات الضرورية المتعلقة بالعقد بينما الالتزام بالاستعلام فهو واجب يلتزم به المهني مع نفسه يتمثل في الاستعلام والاستفسار عن ما ينقصه من اجل تزويد المستهلك بالإعلام⁴.

¹ ابو حسين اشرف محمد مصطفى ،التزامات البائع في التعاقد ،الإسكندرية ،منشأة المعارف ، 2009م ،ص155

² نواح مفلح محمد الذبابات ، ،الالتزام بالتبصير الالكتروني ،رسالة استكمال درجة الماجستير ،كلية الحقوق ، قسم القانون الخاص .جامعة

الشرق الأوسط ، 2013م ص57

³ بن سالم المختار ،المرجع السابق ،ص15

⁴ بن سالم المختار ، المرجع السابق ، ص 22

الفصل الثاني

أحكام الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني

- المبحث الأول : محل الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .
- المبحث الثاني : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

تمهيد:

يعد الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني من بين أهم الضمانات القانونية التي تحمي المتعاقد الإلكتروني من الاحتيال الذي قد يتعرض له ، ولما له من خصوصية التعاقد عن بعد أي عدم وجود مجلس عقد حقيقي وغياب المعاينة المادية لمحل العقد والجهل التام للوسيلة التي يبرم من خلالها العقد ، حيث تكمن أهمية الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني بإعادة التوازن المعرفي بين المتعاقدين وهذا ما جعل المشرعين يولون اهتماما كبيرا بالزام المنتج بإعلام المستهلك إعلاما صحيحا ، وذلك عن طريق تقنين البيانات الواجب إعلامه بها لكلى الطرفين ، وسن جزاءات عند الإخلال بهذا الالتزام .

لدراسة ما سبق نقسم الفصل لمبحثين، المبحث الأول نعالج فيه محل الحق أو نطاق الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني بينما في المبحث الثاني نعالج الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

المبحث الأول: محل الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

بالرجوع لنص المادة 2 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض لاستهلاك".

بالاستناد على النص السابق نجد في التعاقد الإلكتروني التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد ، وهته من أجل إعادة التوازن المعرفي بين المتعاقدين وتنوير رضا المستهلك الإلكتروني . من هذا المنطلق نقسم المبحث لمطلبين نتناول في المطلب الأول النطاق الشخصي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، و في المطلب الثاني نتناول النطاق الموضوعي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

المطلب الأول : النطاق الشخصي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

إن الاختلاف في المراكز بين المتعاقدين هو الذي شرع الالتزام بالإعلام لإعادة التوازن بينهم والحصول على رضا سليم من قبل المستهلك ،من هنا يجب أن نحدد المدين الذي يقع عليه الالتزام بالإدلاء بالمعلومات المتصلة بالعقد (المورد الإلكتروني) وهذا ما نبينه في الفرع الثاني، والمتعاقد أو الدائن المستفيد من المعلومات التي يكسبها من المدين (المستهلك الإلكتروني) نتطرق إليه في الفرع الأول.

الفرع الأول : الدائن في الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

اختلف الفقه حول تحديد مفهوم المستهلك ،حيث اتجه بعض الفقهاء لتعريفه بتضييق بينما البعض الآخر فكان ضمن الاتجاه الموسع،ولا ننسى التعريف الذي جاءت به مختلف التشريعات العربية منه والأجنبية وهذا ما سنتناوله.

أولا : التعريف الفقهي للمستهلك .

1/ الاتجاه الفقهي الضيق :

يعرف المستهلك وفقا للاتجاه الضيق كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة وحاجات من يعولهم من الأشخاص وليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته أو مشروعه فالمستهلك في نظر فقهاء هذا الاتجاه انه من يسعى لتحقيق احتياجاته واحتياجات أفراد أسرته .¹

إن دعاة هذا الاتجاه يمثلون أغلبية الفقه الذي يتجه إلى التضييق في مفهوم المستهلك حيث يكون فيه المستهلك الذي يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية ، ويستبعد من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض مهنية أو حرفة .²

كما يذهب الفقه وفقا لهذا الاتجاه لتعريف المستهلك على أنه " كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك 'إبرام التصرفات ' التي تمكنه من الحصول على المنتجات و الخدمات ، من أجل إشباع رغباته الشخصية والعائلية "³.

مما سبق نجد انه يجب توافر شرطين أو عنصرين لاكتساب صفة المستهلك حسب هذا الاتجاه وهي ما يلي:

الشرط الأول : أن يكون المستهلك قد تحصل على المنتج أول الخدمة لغرض شخصي أو عائلي.
الشرط الثاني : أن يكون محل العقد منتج أو خدمة .

وفقا لهذا الاتجاه لا يكتسب صفة المستهلك كل من يتعاقد لأغراض مهنية أو الذي يطلب خدمة أو يقتني مالا لغرض مزدوج بين أغراضه الشخصية والمهنية.⁴

2/ الاتجاه الموسع :

¹ نبيل محمد أحمد صبيح ، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة) ،مجلة الحقوق ، عدد 02 ، الكويت ، 2007، ص174.

² السيد محمد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ط1 ، 1986، ص06.

³ حسن عبد الباسط الجميعي ، المرجع السابق ، ص 247.

⁴ محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص24

ذهب أنصار هذا الاتجاه إلى ضرورة الأخذ بمفهوم المستهلك بشكل موسع بحيث يشمل أشخاص آخرين فيعرفه البعض بأنه " كل من يبرم تصرفا قانونيا من اجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية"¹.

ويعرف أيضا : " كل شخص يقوم بعملية الاستهلاك ولو كان يتعاقد من أجل حاجاته المهنية ، مادام يتعاقد بشأن يخرج عن نطاق تخصصه"².

نجد أن المستهلك الإلكتروني في مجال معاملات التجارة الإلكترونية هو نفسه في مجال المعاملات التقليدية ، كل ما في الأمر أنه يختلف في وسيلة التعامل ، حيث يتعامل المستهلك في مجال معاملات التجارة الإلكترونية من خلال أو عبر وسيط إلكتروني ومن خلال شبكة الاتصال العالمية ، من هنا نجد أن المستهلك الإلكتروني يحظى بنفس حقوق المستهلك العادي ويتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع ، برغم من ذلك يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية التعاقد الإلكتروني وكونه من المعاملات التي تبرم عن بعد وعبر شبكة إلكترونية³.

في تعريف المستهلك الإلكتروني نجد أن بعض الفقهاء عرفه 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"⁴.

ويعرف أيضا بأنه " ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع والخدمات لغير الأغراض التجارية ويتسلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية"⁵.

ثانيا : تعريف المستهلك في التشريعات .

¹ خالد ممدوح إبراهيم ، أمن المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2008م ، ص22

² 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 ، ص22 .

³ د خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007 م ، ص90

⁴ أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي ، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 2018م ص125 .

⁵ إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، المرجع السابق ، ص. 21

بداية يعرف المستهلك في التشريع الفرنسي حسب نص المادة 02 من القانون رقم 22/78 المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني في مجال عمليات الائتمان بأنه " يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين و المعنويين والتي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني " ¹، نلاحظ أن المشرع الفرنسي هنا اتبع الاتجاه الضيق وأعتمد في تعريفه للمستهلك على معيار الغاية وهو الاستعمال الشخصي .

أما التوجيه الصادر في 05 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين نصت المادة الثانية منه 02 بأنه " أن المستهلك كل شخص طبيعي و في إطار العقود المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية " ².

وعرف المستهلك في التوجيه الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في التعاقد عن بعد بأنه " كل شخص طبيعي يتصرف خارج نشاطاته المهنية ، ويعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معفي من الحماية المقررة للمستهلك ولو كان الشخص الذي تصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا " ³.

بينما في التشريع الوطني الجزائري فلم يرد أية تعريف للمستهلك في أول قانون يخص حماية المستهلك الذي صدر في 1989 لكن في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش نجد في نص المادة 02 الفقرة 09 منه تعريف للمستهلك بأنه " كل شخص يفتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به "، وما يقارب هذا التعريف نجده أيضا في القانون 03/09 من المادة الثالثة الفقرة الأولى منه بأنه " ..كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني ، بمقابل أو مجانا ، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به .. ".

وفي القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه عرف المستهلك بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات

¹ المادة 02 من القانون الفرنسي رقم 22/78 المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني .

² المادة 02 من التوجيه الصادر في 05 افريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين.

³ المادة 02 من التوجيه الصادر في 20/05/1997 المتعلق بحماية المستهلك في التعاقد عن بعد .

عرض و مجردة من كل طابع مهني " من خلال هذا التعريف نجد أن المشرع الجزائري يشمل مفهوم المستهلك بكافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية المجردة من الطابع المهني .

بينما نجد في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية في مادته السادسة 06 الفقرة الثالثة 03 منه تعريف يخص المستهلك الالكتروني حيث ذكرت بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية ، سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي " .

نلاحظ أن المشرع الجزائري توسع في تحديده لمفهوم المستهلك الالكتروني، لأنه لم يحدد أساس الاستخدام لتلبية حاجياته أو لأغراضه الشخصية أو العائلية ، وإنما ذكرت بغرض الاستخدام النهائي ، وهنا يدخل المهني الذي يتعاقد خارج نشاطه المهني للاستعمال النهائي ¹.

الفرع الثاني: المدين في الالتزام بالإعلام في العقد الالكتروني.

يقع على عاتق المهني الالتزام بالإعلام باعتباره الطرف الأقوى في العلاقة العقدية لما تتوفر لديه من معلومات عن الشيء محل العقد ²، على عكس المستهلك ، حيث غالبا ما تنقصه المعرفة بالمعلومات والبيانات المتصلة بالعقد ، لذلك فهو بحاجة لحماية قانونية خاصة ، وما يعرف أن المهني لخبرته و احترافه فهو يتحمل القدر الأكبر من المسؤولية التي يتحملها المستهلك ³.

قدم الفقه تعريفات عديدة للمهني كما المشرع أيضا وهذا ما سنطلع عليه.

أولا: تعريف المهني حسب ما جاء به الفقه .

يجدر الإشارة أن الفقه استعمل في تعريف المهني مصطلحات متعددة كالمتمدخل ،المحترف ،المنتج ، المزود ، المورد ...، معتمدا في ذلك معايير مختلفة كمعيار الاحتراف ومعيار الربح ومعيار القوه تارة أخرى.

1/ معيار الاحتراف:

¹ جريفي محمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ،المرجع السابق ،ص35.

² رمزي بيد الله علي الحجازي ، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الالكتروني ، المرجع السابق ص 56

³ أحمد إسماعيل إبراهيم الرواي ،الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد في العقود الالكترونية ،ص 128

يرى الفقه بأن الاحتراف يقصد به "توجيه النشاط بصفة معتادة للقيام بعمل معين لتحقيق غرض معين إذا يعد الشخص مهنيا إذا ما احترف القيام بأعمال معينه بصفة مستمرة ومتكررة بحيث يمكن اعتبارها مهنته الرئيسية التي يسترزق منها"¹.

يعد وصف المهني الوصف المقابل للمستهلك بحيث نجد أن المهني هو الذي يتعاقد عند مباشرته لمهنته ، نشاطا تجاريا أو مدنيا بصفة معتادة². ويعرف بأنه " المهني كل شخص طبيعي أو معنوي خاص أو عام ، والذي يظهر في العقد كمهني محترف ،فهو الشخص الذي يعمل من حاجات نشاطه المهني ، سواء كان هذا النشاط تجاري أو زراعي أو صناعي ، وبممتلك مكانا أو محلا تجاريا قصد ممارسة نشاطه ، أو يشتري بضائع بقصد إعادة بيعها"³.

2/ معيار الربح.

يعتبر معيار الربح معيار هام لتحديد مفهوم المهني وعلاقته بالمستهلك ، فالمهني يمارس نشاطه بقصد الحصول على الربح ، ويعتمد على معيار الربح كثيرا في القانون التجاري من اجل تحديد مفهوم التاجر ،بينما نجد له دورا ثانويا في قانون حماية المستهلك ، لوجود حالات لا يكون الهدف منها الربح كما هو الحال بالنسبة للتعاونيات التي تقدم سلع أو خدمات بشكل مجاني ،الأمر الذي جعل لجنه تنقيح قانون الاستهلاك في فرنسا لا تأخذ بهذا المعيار في تحديد مفهوم المهني (المتدخل) ،فأصبحت تعتبر كل من يزاول نشاطا مهنيا يعتبر مهنيا ، لأن الطرق الذي يستخدمها هذا الأخير ، لا تختلف عن تلك التي تستخدمها الشركات الأجنبية⁴.

3/ معيار القوة في تحديد مفهوم المهني:

¹ عدنان احمد ولي ، مشار إليه في اكرم محمد حسين التميمي ، التنظيم القانوني للمهني ، دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، ط 01 ، 2010 ، ص37

² أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار ، دار الجامعية الجديدة، مصر 2008 ، ص30 . 31

³ خالد ممدوح ابراهيم ، أمن المستهلك الالكتروني ، دار الجامعية الجديدة ، مصر 2008 ، ص29.

⁴ جرعوت ياقوت ، عقد البيع و حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون جامعة

الجزائر، 2002. ص29

يعرفه جانب من الفقه حسب هذا المعيار بأنه "ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر من الأفضلية أو التفوق وهي المقدرة التقنية، بحيث يكون على دراية تامة مما يقدمه من منتجات و خدمات، والمقدرة الاقتصادية والقانونية بالتفوق على المستهلك"¹.

وفي إطار ما تم سرده نجد أن الفقه عرف المهني في العقد الالكتروني بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يظهر في العقد الالكتروني مع المستهلكين في دولة أو عدة دول ، إذن المهني هو الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه اسم التاجر و الشخص المعنوي كالشركات"².

ثانيا : تعريف المهني في التشريع الجزائري .

بداية نجد أن المشرع الجزائري لم يستخدم مصطلح المهني بل استخدم بدل من ذلك المتدخل و المحترف تارة أخرى ، وذلك من خلال نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات (ملغى) والتي عرفت من خلاله المهني بأنه " المحترف هو منتج ،أو صانع ،أو وسيط ،أو حرفي ،أو تاجر ،أو مستورد ،أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته ،في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك"³.

وعرفت المادة 07/03 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل (المهني) بأنه " المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك ". وعرفت المادة 01/3 من القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية العون الاقتصادي والذي يتبين من التعريف بان المقصود هو المهني بأنه " كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها " .

بينما في مجال العقود الالكترونية نجد في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية فقد عرف المورد الالكتروني من خلال المادة 04/06 بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية " .

¹ شعبان حنين نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم .السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012م .ص 14.

² بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراه تخصص قانون كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017 ،ص 264.

³ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات (ملغى).

من خلال التعريفات السابقة يمكننا تقسيم المدين الملزم بالإعلام إلى ثلاث طوائف باعتبارهم مهنيين وأكثر خبرة بما يقدمونه من منتجات وخدمات لطائفة المستهلك ، وهم المنتج ، الموزع ، ومقدم الخدمات .¹

أ/ المنتج :

أغفل المشرع تعريف المنتج لكنه عرف عملية الإنتاج بمقتضى المادة 02/03 من القانون 03/09 بأنها " العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والمعالجة والتصنيع والتحويل و توضيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول " . بينما فيما يخص التعاقد الإلكتروني يقوم المنتج بإعلام المستهلك أو من يتعامل معهم (الموزعين أو المستوردين) بطريقة إلكترونية ، حيث تعتبر هذه الأخيرة الأكثر استخداما ، بحيث توفر للمنتجين عرض منتجاتهم بشكل دائم دون عناء .²

ب / الموزع :

عرفه مرسوم رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه " مجموع العمليات التي تتمثل في تخزين كل المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة ، ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا " ، من هنا نجد من النادر أن يتعامل المنتج مع المستهلك بشكل مباشر ، بل غالبا ما يتم ذلك خلال وسيط يتولى عملية التوزيع وهو "الموزع" ، حيث يعتبر مهني متخصص في السلع التي تتولى بيعها ، وهؤلاء الموزعون مطالبون بحكم تخصصهم ، بالإلمام بخصائص السلع التي يتولون توزيعها ، وطرق استعمالها وخطورتها .³

ج/ مقدم الخدمة:

¹ احمد اسماعيل الراوي ، المرجع السابق ،ص129

² احمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق ، ص 130

³ منى أبو بكر الصديق ، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2013م، ص111/110

يكون مقدم الخدمة بمثابة المهني وذلك بالتزامه بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخدمة المطلوبة ، وذلك بمعرفة خصائصها وميعاد تنفيذها ، وغيرها من المعلومات التي تؤثر على رضا المستهلك ¹.

المطلب الثاني : النطاق الموضوعي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.

إن الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني يستوجب معرفة كل ما يحيط بالعقد من معلومات بخصوص التعاقد معه وبخصوص السلعة أو الخدمة محل العقد ، من هنا نقسم هذا المطلب لفرعين نتناول في الفرع الأول المعلومات المتعلقة بهوية المتعاقد ، وفي الفرع الثاني نتناول المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد .

الفرع الأول : إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بهوية المورد الإلكتروني.

إن تحديد شخصية المهني أمر يجعل المستهلك في حالة الاطمئنان قبل التعاقد ، خاصة إذا كان اسم المهني محل اعتبار ، بحيث توجد أسماء تجارية للأشخاص و الشركات لها سمعة محلية و دولية تجعل المستهلك يثق في تعاملاتها ومحتوى المعاملات الواردة على مواقعها ، لذا كان لا بد من تحديد اسم المهني بدقة وتفصيل كامل مع بيان المقر الاجتماعي ، أو الشخص المهني و رقم هاتفه ، وبريده الإلكتروني ورقم تعريف المؤسسة ².

وتكمن الأهمية القصوى لبيان هوية المورد في مجال الاستهلاك الإلكتروني ، ويرجع ذلك إلى انه يصعب في إطار هذه العقود التأكد من شخصية الطرف الآخر في التعاقد ، وهو ما قد يلحق ضررا بليغا بالمستهلك كطرف ضعيف في العقود التي تبرم عن بعد ³.

حيث أن تحديد هوية المهني الذي يتعاقد الكترونيا يوفر بذلك عنصر الأمان للمستهلك ⁴، نجد في هذا الصدد التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 تناوله على وجوب تحديد شخصية

¹ احمد إسماعيل إبراهيم الراوي ، المرجع السابق ، ص 110/111

² محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2003 ، ص 129.

³ بن سالم المختار ، المرجع السابق ، ص 58

⁴ خالد ممدوح إبراهيم ، أمن المستهلك الإلكتروني ، المرجع السابق ، ص 347 و 348

البائع وذلك بتحديد اسم المنشأ وأرقام الهواتف الخاصة بها ومقر المؤسسة المسؤولة عن العرض وسجلها التجاري... الخ .

كما قرر التوجيه الأوروبي ،أنه في مجال التعاقد عن بعد يجب ألا يؤثر ذلك على المعلومات التي يلتزم المورد بإمداد المستهلك بها ،وان الالتزام الذي يقع على المورد بإعلام المستهلك يكون مشددا من خلال إعلامه بالبيانات الخاصة بشخصيته وعنوانه في الوقت المناسب ،وذلك إذا كان العقد من العقود التي تتطلب الدفع المسبق ،وكذلك يلزم ببيان العنوان الجغرافي للمؤسسة التي يمكن للمستهلك أن يتواصل معها قصد الاستعلام عن طلباته .¹

وذهب القانون الفرنسي رقم 2004-575 الصادر في يونيو 2004 في المادة 19 بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي حيث تم فرض على ممارسي التجارة الالكترونية إبراز المعلومات المتعلقة بهوية البائع عبر الشبكة في مواقع الانترنت التجارية ، وكذلك في المادة 25 من قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي لسنة 2000 في المادة 19² منه بأنه "إذا كان المهني شخصا طبيعيا فيجب أن يبصر المستهلك باسمه ولقبه إذا كان شخصا معنويا فإنه فانه يجب أن يذكر أن العنوان التجاري له ".³

ومن هنا يجب على المورد ان يعلم المستهلك الالكتروني بكافة البيانات التي تحدد شخصيته وذلك من خلال المحافظة على مبدأ حسن النية وفي نطاق الثقة المشروعة في التعاقد.⁴

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فبداية أشار لضرورة تحديد الشخص مقدم الخدمة أو السلعة في المرسوم التنفيذي 13-378 من خلال نص المادة 05 منه⁵، حيث نجد بعد استقراء المادة انه يجب أن يشمل العرض مجموع البيانات التي تسمح بتعريفه وبيان شخصه كاسمه وعنوانه ومقر شركته ورقم قيده في السجل التجاري أو سجل الصناعة التقليدية و الحرف ورقم وتاريخ الرخصة و

¹ بوالباني فايزة ، المرجع السابق ، ص55

² المادة 25 من قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي لسنة 2000

³ بوالباني فايزة ، المرجع السابق ص56

⁴ اسامه احمد بدر ، المرجع السابق ، ص168.

⁵ نص المادة 05 من المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 ، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، ج

ر ع 58 الصادرة في 18 نوفمبر 2013

اسم وعنوان السلطة التي سلمتها والتعريف، بمثل هذه البيانات عبر الوسائط الالكترونية تعزز الثقة بين المستهلك والمورد.¹

وأشارت المادة 11 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية بأنه "يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية :

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والالكترونية، ورقم هاتف المورد الالكتروني،
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.....الخ"

الفرع الثاني : إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة .

لا يختلف المدين بالالتزام بالإعلام الالكتروني عن المدين بالالتزام بالإعلام في العقود التقليدية، فهو يبقى ملزماً بإعلام وتبصير إرادة المستهلك عن طريق الإدلاء بمجموعة معلومات تجعله على قدر المساواة معه من حيث العلم بالمنتج أو الخدمة المعروضة عليه عبر الوسيلة الالكترونية.²
إذ ما يهيم المستهلك (الالكتروني) ويسعى لمعرفة عند إقباله للتعاقد عن بعد، هي المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، أو البيانات الجوهرية لمنتج التي يسعى المستهلك للحصول عليها.³

أولاً : السلع .

عرض بعض الفقهاء السلع في النطاق التجاري بأنها كل ما يمكن أن يباع ويشترى وبذلك فكل ما يخرج من دائرة التعامل التجاري لا يعتبر سلعة، في حيث البعض الآخر بأن السلعة تشمل كل شيء قابل للنقل أو الحياة سواء كان ذا طبيعة تجارية أم لا .⁴ فنجد أن الأصل في الالتزام

¹ قصار الليل ص232 و المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13

² قصار الليل، المرجع السابق، ص232

³ بن غيدة ابناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الالكترونية، مذكرة ماجستير تخصص قانون خاص معمق كلية العلوم السياسية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، 2014/2015 ص41

⁴ محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2005 ص120.

بالإعلام يشمل كافة الأشياء المبيعة ، يستوي أن يكون منقولات أو عقارات ، سواء كانت الأشياء مادية أو معنوية بسيطة أم معقدة ، عادية أم خطيرة ، مستعملة أم جديدة ، شائعة الاستعمال أم مبتكرة ، ورغم ذلك يتسم الالتزام بالإعلام بقدر من الخصوصية ، ويكون نطاقه أكثر اتساعا عندما يكون محل العقد ذا طبيعة خاصة وخطرة أو معقدة أو حديثة الابتكار¹.

بينما نجد أن المشرع الجزائري قد عرف السلعة في نص المادة 17/03 من القانون 03/09 بأنها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا " ، لكن نلاحظ أن المشرع الجزائري هنا لم يحدد نوع السلعة التي يلتزم المتدخل بالإعلام عنها وذلك لكثرتها واتساع مجالات الإنتاج وتطورها في الوقت الحاضر لكن نص المادة 140 مكرر من القانون المدني عدت البعض منها بذكرها "يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار ، لا سيما المنتوج الزراعي والصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية "

بذلك فقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الأشياء المادية ، ما يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلا للاستهلاك ، كبراءات الاختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية ، ولعل الأمر يرجع إلى طبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة مما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة أو التفتيش والمطابقة والتي تتطلب وجودا ماديا لتطبيقها².

ثانيا : الخدمة.

إلى جانب السلع نجد الخدمات والتي هي منتوج يخضع لقانون حماية المستهلك ، ويقصد بها ، الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية ، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثال على ذلك شركات التأمين ، خدمات النقل البحري والبري والجوي .. الخ³.

نجد أن المشرع الجزائري عرف الخدمة في المادة 16/ 03 من القانون 03/09 بأنها " كل عمل مقدم غير تسليم السلعة ، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما من الخدمة المقدمة " ونجد في نص المادة 04/02 من المرسوم التنفيذي 390/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، قد عرفت

¹ بن سالم المختار ، المرجع السابق، ص 51

² د طرح البحور علي حسن ، عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الدولي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر،

2007، ص 164

³ علي إبراهيم ، منظمة التجارة العالمية حول أوجواي وتقنين نهب العالم ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1998م ، ص 193

الخدمة بأنها " كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو المدعم " .

نجد في النصين السابقين أن الخدمة قد تكون مادية أو مالية ، فعلى سبيل المثال نذكر الخدمات الطبية كخدمة مادية ، بينما في الخدمات المالية نجد خدمات التأمين كمثال على ذلك ، ونجد أن المشرع الجزائري قد استثنى من مفهوم الخدمة تسليم السلعة ، حيث أبقى هذا الالتزام مستقلا يقع على المتدخل (البائع) ، وذلك حسب ما نصت عليه المادة 364 من القانون المدني الجزائري¹.

المبحث الثاني : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

إن الجزاء الذي يترتب على الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك ،يجد ضرورته في الهدف من وراء تقرير هذا الالتزام بالأصل ، وهو قصد تنوير رضا المستهلك و إرادته قبل التعاقد ، وإعادة التوازن في علاقة غير متوازنة ، بينه وبين المتعاقد معه من الناحية المعرفية ،حيث أن إخلال المنتج بهذا الالتزام يؤثر على الإرادة التعاقدية للمستهلك بصفة سلبية ، ومن ثم قد يكون سببا لتعييبها ولهذا كان من الضروري اقتران جزاء مناسب للإخلال بهذا الالتزام².

مما سبق نقسم هذا المبحث لمطلبين ،نتناول في المطلب الأول الجزاء المدني للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ، وفي المطلب الثاني الجزاء الجنائي للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.

المطلب الأول : الجزاء المدني للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .

برغم من عدم وجود نصوص قانونية تنص صراحة على أحكام الالتزام بالإعلام ، إلا أن المشرع الجزائري منح للمستهلك في العقد الإلكتروني الوسائل الكافية لحماية حقه من الضياع باستناده لنصوص القانون المدني ، أو إلى القواعد العامة . حيث كرس الحماية القضائية للمستهلك وهذا بهدف رفع دعاوي قضائية لاسترجاع حقه من الضياع إذا ما أصابه الضرر ، ولأن الإخلال

¹ رفاوي شهباز ، المرجع السابق ، ص44

² عبايد فريحة حفيظة ، المرجع السابق ، ص431

بالالتزام بالإعلام يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك فقد ذهب القضاء إلى البحث عن حل قانوني عن طريق الأحكام الخاصة بالبطلان والفسخ والتعويض ،من خلال ما سبق ورده نتطرق لقابلية العقد للبطلان في الفرع الأول بينما في الفرع الثاني نتطرق لقابلية العقد للفسخ ودعاوي التعويض والعيب الخفي.

الفرع الأول : قابلية العقد للبطلان .

عرف الفقه البطلان بأنه " الجزء الذي يرتبه القانون على تخلف ركن من أركان العقد أو اختلاله ¹ .

ويذهب أيضا إلى أن بطلان التصرف القانوني لا يترتب إلا نتيجة مخالفته للنصوص والقواعد القانونية التي تستوجب أركانها معينة و شروطا محددة بحيث يبطل التصرف عند تخلفها ² .

نجد نص المادة 11 من القانون 03/ 09 على أنه " يجب أن يبلي كل منتج معروض للاستهلاك ،الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته ... "وعليه يجوز للمستهلك الذي يحصل على منتج لا يستجيب لهذه الرغبة المشروعة أن يطلب بإبطال العقد ، على أساس عيوب الإرادة ³ .

أولا : عيوب الإرادة .

1/ التدليس : يعتبر التدليس تضليل المتعاقد عن طريق ممارسة التحايل لدفع المتعاقد إلى التعاقد بحث لولا الوسائل الاحتمالية لما رضي بالتعاقد ⁴ .

بينما يعتبر المشرع الجزائري انه بمجرد الكتمان عن واقعة أثناء التعاقد تعتبر تدليسا وتجزير للمدلس عليه إبطال اعقد وهذا ما نجده في نص المادة 86 من القانون المدني الجزائري ⁵ .

¹ محمد سعيد جعفرور ، نظرات في صحة العقد وبطلانه في القانون المدني والفقه الإسلامي ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2003 ، ص38 .

² رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ،ص125

³ بوالباني فايزة ، المرجع السابق ، ص 109

⁴ محمد سعيد جعفرور ، المرجع نفسه ،ص40

⁵ بلحاج العربي ، الجوانب القانونية للمرحلة قبل التعاقدية ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، 2014 ص159

وهو أيضا الاتجاه الذي اعتنقه القضاء الفرنسي الحديث ، وحكم باعتبار السكوت تدليسا في كل حالة يقع فيها على المتدخل الالتزام بالإعلام مع اختلاف مصدر الالتزام ، وهذا استنادا لفكرة الثقة التي ينبغي أن تسود المعاملات بين الأفراد.¹ وهذا ما نجده في المادة 1137 من القانون المدني الفرنسي .

ويرتبط الكتمان التدليسي بالواجب العام بالإعلام الذي يقع على عاتق المحترف ولفائدة المستهلك، ومع هذا فلا يعفى المستهلك من الإثبات أن هذا التدليس كان دافعا له للتعاقد،² ولا يشترط الكتمان لكي يعد تدليسا، أن يتعلق بكافة المعلومات التي يجب الإدلاء بها، بل يمتد ليشمل أجزاء بسيطة يراها المتعاقد ضرورية.³

إضافة إلى أن التدليس يجب أن يمس عنصر مؤثر من عناصر السلعة أو الخدمة وهو عادة من الخصائص الجوهرية ، وبذلك تضيق الحماية القانونية التي يوفرها التدليس للمستهلك ، إذا كان محل الإعلام عناصر ذاتية أو خارجية للسلعة مثل شروط البيع أو إجراءاته ، أو ثمن البضائع أو أصلها.⁴ نجد أن التدليس يثبت من قبل المدعي وهو إثبات صعب لوجود عنصر نفسي وكذا يثير الإثبات الكثير من الصعوبات بالنسبة للمستهلك العادي في مواجهة المعلن الذي هو المهني المتخصص.⁵

وبالنسبة للمتعاقد الإلكتروني نجد أن طرق التدليس كثيرة ومتعددة ، من بينها استعمال العلامة التجارية لشخص آخر ، أو التعمد بنشر معلومات غير واضحة على الموقع بصدد ترويجها ، ومن بين أشهر طرق التدليس المستخدمة عبر الإنترنت إنشاء موقع لمؤسسات وهمية لا وجود لها على الإطلاق، وهو أمر متوقع في المعاملات الإلكترونية.⁶

2/ الغلط :

¹ عليان عدة ، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2008-2009.ص103/104

² بوالباني فايزة ، المرجع السابق ، ص 111

³ عجالي خالد ، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري ، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية

،مولود معمري تيزي وزو 2014م،ص217/218

⁴ بوالباني فايزة ، المرجع السابق ، ص 112

⁵ محمد بودالي ص 346

⁶ الطيب حسن عبد الله عوض ، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني ، رسالة ماجستير ، في القانون ، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ، جامعة

الرباط الوطني ، 2015م ، ص 90

نصت المادة 81 من القانون المدني الجزائري على الغلط بأنه " يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد ، أن يطلب إبطاله " ويمكن تعريف الغلط بأنه حالة توهم النفس بشيء غير الواقع ، و الواقع إما أن يكون واقع غير صحيحة توهم الشخص صحتها ، و إما أن تكون الواقعة صحيحة توهم الشخص عدم صحتها .¹

ومن شروط الغلط أن يكون جوهريا كما في نص المادة 82 من القانون المدني بحيث يكون الغلط قد وقع في صفة الشيء أو في ذات التعاقد ، أو صفة من صفاته ، وتكون هته الصفة أو تلك كانت دافع للتعاقد أي السبب الرئيسي في التعاقد إذ لولاها لما أقدم المستهلك على التعاقد .²

ومن أمثلة الغلط في صفة جوهرية في الشيء ، شراء قطعة أرض لبناء مصنع عليها ، ثم يتضح أن السلطات الإدارية تحرم إقامة المصانع في المنطقة التي بيعت فيها قطعة الأرض .³

ووجوب أن يتصل الغلط بالمتعاقد الآخر حيث يعتقد الكثير من الفقهاء أنه يجب أن يتصل بالمتعاقد الآخر ، وذلك بأن يقع هو بدوره في الغلط ، أو أنه يعلم بأن المتعاقد الآخر قد وقع في غلط ، أو على الأقل كان من السهل عليه أن يتبين ذلك .⁴

برغم مما سبق نجد أن المشرع الجزائري في المادة 85 من القانون المدني قد قضى بعدم جواز التمسك بالغلط بوجه يخالف حسن النية ، فالمتعاقد الذي وقع في الغلط ملزما بالعقد الذي قصد إبرامه إذا ما أظهر الطرف الآخر استعداده لتنفيذ العقد ، فمثلا إذا اشترى المستهلك قطعة أثاث متوهما أنها أثرية ، لأن البائع لم يعلمه بحقيقتها قبل إبرام العقد فإنه لا يجوز للمستهلك أن يتمسك بالغلط إذا كان البائع على استعداد تام بأن يعطيه القطعة الأثرية التي يريدتها .⁵

لا نلاحظ أي اختلاف في عيب الغلط في العقود التقليدية عن الغلط في العقود الالكترونية ، فهذا أمر متوقع الحدوث في كلا الحالتين ، سواء كان التعاقد تقليديا أم إلكترونيا ،⁶ ولكن كثيرا ما يقع

¹ عبد الرزاق السنهوري ، ص 311

² المادة 82 من القانون المدني

³ مصطفى جمال ، مصادر الإلتزام ، دار المطبوعات الجامعية الاسكندرية 1999 ، ص 151

⁴ المادة 120 من القانون المدني الجزائري

⁵ رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص 128

⁶ بادي عبد الحميد ، الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني مرحلة ما قبل التعاقد ، بادي عبد الحميد ، الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني

مرحلة ما قبل التعاقد ، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الجزائر 1 ، العدد الثالث 2017 ص 85.

الغلط في العقود الالكترونية لسبب العروض الغير واضحة للمنتجات أو الغير مفهومة وغالبا ما تكون عروض ناقصة ،¹ وعليه يلزم المورد الالكتروني بإعلام المستهلك الالكتروني الذي يتعاقد معه في العقد الالكتروني بالمعلومات الجوهرية المتعلقة به ، بالقدر الذي يتمتع معه احتمال التباس الأمر على المستهلك .²

ثانيا :إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع .

يجيز القانون للمشتري إذا ما اشترى شيئا لم يره أن يبقى عليه أو يرده عن طريق طلب إبطال العقد ، وبذلك فإن هذا الحق يثبت للمشتري بنص القانون على الرغم من عدم اشتراطه في شروط العقد .³

وقد أستمد أحكام العلم بالمبيع من خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية بحيث يقصد بالخيار أن يكون لأحد المتعاقدين أو لكليهما حق إمضاء العقد أو فسخه، وقد شرع الخيار في الشريعة الإسلامية ليكون وسيلة إلى كمال الرضا والتأكد من سلامته وبنائه على أساس صحيح وهو يثبت بالشرع لا بالشرط⁴ ، ونجد في القانون المدني قد بين لنا طرق للعلم بالمبيع عبر بيان المبيع المبيع وأوصافه الرئيسية وإقرار المشتري في العقد بأنه عالم بالمبيع ، بحيث إقراره يكون حجه عليه ولا يستطيع الطعن في البيع بحجة عدم رؤية المبيع ، وعليه يمكن للبائع أن يقوم بتعيين المبيع في العقد تعيينا كافيا ونافيا للجهالة ، إلا أن هذا التعيين قد لا يكون كافيا للمشتري بالذات بل يجب زيادة على ذلك أن يذكر أوصاف المبيع الأساسية التي من شأنها أن تعطي للمشتري فكرة واضحة عن المبيع⁵ .وهذا ما نصت عليه المادة 352 من القانون المدني في الفقرة الثانية بأنه "وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع "⁶.

¹ إلياس ناصيف ، العقد الالكتروني في القانون المقارن ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، ط 1 ، 2009 ص 130

² عبايد فريحة حفيضة ، المرجع السابق ، ص 432

³ خليل احمد حسن قداد ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، الجزء الرابع ، عقد البيع ، ط 3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر ، 2003 ص 60 .

⁴ علي احمد صالح المهداوي ، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الالكتروني ، مجلة الشريعة والقانون العدد 42 ، ابريل (دم ن) 2010 ص 208 .

⁵ رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص 141

⁶ المادة 352 الفقرة 2 القانون المدني الجزائري

الفرع الثاني : قابلية الفسخ و دعاوى التعويض والعيب الخفي.

أولا : قابلية الفسخ .

يعرف الفسخ بأنه " حل الرابطة العقدية بناء على طلب أحد طرفي العقد إذا أخل الطرف الآخر بالتزامه"، نجد أن الفسخ هو الجزاء الذي يتبع إخلال المتعاقد بالتزامه ليتحرر المتعاقد الآخر نهائيا من التزاماته التي يفرضها عليه العقد¹، ونجد في نص المادة 119 الفقرة الثانية في القانون المدني الجزائري "يجوز للقاضي أن يمنح المدين أجلا حسب الظروف ، كما يجوز له أن يفرض الفسخ إذا كان ما لم يوف به المدين قليل الأهمية بالنسبة إلى كامل الالتزامات " .

ثانيا : دعاوى العيب الخفي و التعويض .

1/ دعوى العيوب الخفية.

نصت المادة 379 من القانون المدني الجزائري على العيب الخفي وذكرت " يكون البائع ملزما للضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان عيب ينقص من قيمته ، أو الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور في عقد البيع ، أو حسبما يظهر من طبيعته أو من استعماله ، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ، حتى ولو لم يكن عالما بوجودها " ، من هنا نجد من شروط العيب الخفي أن يكون العيب قديما ، أو مؤثرا ، و أن يكون المشتري لا يعلم به ، ولا يكون البائع ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع ، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها².

ثانيا : دعوى التعويض عن الضرر .

بالرجوع لنص المادة 140 مكرر 01 من القانون المدني الجزائري نجد بأنه "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية " نجد أن دعوى التعويض عن الضرر الناشئ عن الإخلال بالالتزام القانوني في نص المادة 124 من القانون

¹ محمد صبري السعدي ، الواضح في شرح القانون المدني ، النظريات العامة للالتزامات ، دار الهدى ، عين مليلة ، الجزائر ، 2011 ،

ص162

² المادة 379 من القانون 58/75 يتضمن القانون المدني .

المدني " كل فعل أيا كان ، يرتكبه الشخص بخطئه ، و سبب ضررا للغير يلوم من كان سببا في حدوثه بتعويض ".¹

كما فرض المشرع الجزائري في القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التزاما على عاتق المنتج ، ويرتب على الإخلال به تعويض عن الضرر الذي يلحقه بالمستهلك بسبب المنتجات المعيبة.¹

وهذا ما أقرته المواد 11 و 12 منه بحيث ألزما المنتج بأن يكون منتجاً مطابقاً للرغبات المشروعة للمستهلك²، كما فرضت على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك³.

ونجد في مجال المعاملات الالكترونية أن المشرع الجزائري في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية قد خول للمستهلك الالكتروني الحق في أن يبطل العقد والتعويض عن الضرر الذي أصابه ، وذلك عند عدم احترام المورد الالكتروني قواعد المادة 10 ، و 13 من نفس القانون . ويكون التعويض إما نقدياً وهو التعويض بمبلغ مالي⁴، و إما أن يكون التعويض نقدياً بإعادة الحال إلى ما كان عليه قبل وقوع الفعل الضار⁵.

¹ بوالباني فايزة ، المرجع السابق ، ص 124

² المادة 11 من القانون 03/09 .

³ المادة 12 من القانون 03/09 .

⁴ احمد اسماعيل ابراهيم الراوي ، المرجع السابق ، ص 268.

⁵ بالحاج العربي ، المرجع السابق ، ص 265 ص 266

المطلب الثاني :الجزاء الجنائي للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الالكتروني.

نجد في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بمقتضى المادة 68 إلى قانون العقوبات لا سيما المادة 429 وما بعدها لتجريم كافة صور الغش والخداع الممارس من طرف المتدخل ضد المستهلك و تعتبر جريمة الحجز والغرامة المالية الصورة الغالبة لكافة الجرائم الاقتصادية بما فيها الإخلال بالالتزام بالإعلام .

نقسم المطلب إلى فرعين الأول نتناول فيه العقوبة السالبة للحرية ، وفي الفرع الثاني العقوبة المالية .

الفرع الأول : العقوبات السالبة للحرية .

أولا : جريمة الغش والخداع .

نص المشرع الجزائري على جريمة الغش والخداع في المواد 429، 430، 431، 432 من قانون العقوبات الجزائري ، حيث نجد نص المادة 429 من الأمر 156/66 المؤرخ في 08-يونيو 1966 على ما يلي " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد :

-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب ، أو نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .

-سواء في نوعها أو في مصدرها .

-سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها .

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق ."

مما سبق نجد أنه يكمن الركن المادي في جريمة الغش والخداع في استعمال الكذب أو الكتمان عن حقيقة ،الكيل أو الميزان ، أو طبيعة المادة الغذائية ، أو الطبية المبيعة ، أو المعروضة للبيع ، وتعتبر جريمة الغش والخداع من الجرائم العمدية التي تشترط فيها توافر القصد الجنائي بعناصره

متى أقدم الجاني على الغش والكذب ، يكمن الأساس القانوني لهته الجريمة لنص المادتين 288 و 289 من قانون العقوبات ، في حالة ما إذا أدت هذه الأفعال لعجز كلي أو جزئي أو وفاة .

وبالرجوع للقانون 03/09 لحماية المستهلك وقمع الغش فقد نصت المادة 68 منه على أنه "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول :

- كمية المنتجات المسلمة .
- تسليم المنتجات غير تلك المعينة سابقا .
- قابلية استعمال المنتج .
- تاريخ أو مدة صلاحية المنتج .
- النتائج المنتظرة من المنتج .
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج .

كما رفع المشرع من العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى 05 خمس سنوات حبسا وغرامة مالية قدرها خمسمائة ألف دينار جزائري 500,000 إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة ، أو بطرق ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج ، أو إشارات أو إدعاءات تدليسية ، أو كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو مطابقات أو أية تعليمات أخرى ، هذا ما نصت عليه المادة 69 منه .

ونجد في نص المادة 83 من نفس القانون على أنه يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يعرض أو يضع للبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 منه إذا ألحق هذا المنتج بالمستهلك مرضا أو عجزا عن العمل .

ويعاقب في الفقرة الثانية من المادة المتدخلون المعنيون بالسجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة وبغرامة مالية من مليون دينار 1,000,000 دج إلى مليوني دينار 2,000,000 دج

إذا تسبب هذا المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة ، ويتعرض المتدخلون لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص .

ثانيا : جريمة الإشهار الكاذب.

نجد أن المشرع الجزائري قد ساوى في العقاب بين الشروع في الجريمة التامة لجريمة الإشهار الكاذب على خلاف القاعدة العامة التي تجعل عقوبة الشروع أخف درجة من عقوبة الجريمة التامة واعتبرها جنحة وقرر لها عقوبات من بينها الحبس كعقوبة أصلية ومدته ما بين شهرين إلى ثلاث سنوات ، وغرامة مالية أيضا تعتبر بدورها عقوبة أصلية في الجرح والمخالفات وفقا ما جاءت به المادة 02/05 من قانون العقوبات ، وتقدر في جريمة الإشهار الكاذب ما بين 2000 دج إلى 20000 دج¹ ، وأيضا رد الربح الغير مشروع ويكون بالإلزام المتدخل المخالف بتسديد الزائد من المبالغ المالية التي تحصل عليها بصورة غير مشروعة لصالح خزينة الدولة لجر الضرر العام الناتج عن مخالفة القوانين ، أما عن الطبيعة القانونية لهذا الجراء فهو تدبير أمن عيني لأنه بمثابة مصادرة لأشياء غير مباحة².

الفرع الثاني : العقوبات المالية.

أولا : عدم الإعلام بشروط البيع.

تضمنت المادة 09 من القانون 02/04 شروط البيع وكيفيات الدفع إضافة إلى الحسوم ، التخفيضات والمسترجعات . حيث نجد أن المشرع الجزائري قد ألزم البائع بإعلام المستهلك قبل اختتام عملية البيع ، وبأية طريقة كانت³ ، بالمعلومات النزيهة و الصادقة التي تتعلق بمميزات

¹ مامش نادية ، مسؤولية المنتج دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، شهادة لنيل الماجستير ، تخصص قانون الأعمال ، جامعة مولود معمري ،

تيزي وزو ، كلية الحقوق مدرسة الدكتوراه للعلوم القانونية والسياسية ، 2012م ، ص137

² مامش نادية ، المرجع نفسه ، ص146

³ المادة 09 من القانون 02/04

المنتج وشروط البيع الممارس¹، والمقصود بهذا الأخير إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد أو نصوص القانون.²

ونجد أيضا في المادة 32 من القانون السالف الذكر جاء فيها " يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع ، مخالفة لأحكام المادتين 08 و09 من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار 10000 دج إلى مائة ألف دينار 100000 دج "³.

وفي المعاملات الالكترونية نجد أن المشرع الجزائري قد ألزم المورد الالكتروني بتقديم المعلومات المتعلقة بغرضه التجاري ، ومن بينها الشروط العامة للمبيع ، خاصة البنود المتعلقة بالطابع الشخصي وكيفيات وإجراءات الدفع⁴، فإن عدم قيام المورد بالالتزامات المذكورة في المادة 11 يكون قد أخل بالتزامه بالإعلام ، وبالتالي يعاقب بموجب نص المادة 39 من القانون 05/18 " بغرامة من 50,000 دج إلى 500,000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون ، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني ، لمدة لا تتجاوز ستة أشهر " .

ثانيا : مخالفة عدم الإعلام عن الأسعار وعدم الوسم.

1/ مخالفة عدم الوسم :

يعاقب المشرع الجزائري مخالفة إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في القانون 03/09 بغرامة مالية مائة ألف دينار 100000 دج إلى مليون دينار 1000000 دج ، حيث يعتبر الوسم من بين أهم الوسائل التي تؤدي لإعلام المستهلك حول تفاصيل المنتج حيث يعتبر بطاقة تعريفية حول منتج معين.⁵

2/ مخالفة عدم الإعلام بالأسعار .

¹ المادة 08 من القانون 02/04

² رفاوي شهيناز ، المرجع السابق ، ص181

³ المادة 32 من القانون 02/04

⁴ المادة 11 من 05/18

⁵ زويبر أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، شهادة لنيل الماجستير ، فرع المسؤولية المهنية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ،

كلية الحقوق والعلوم السياسية ، 2011م ، ص126

يعتبر السعر أهم عنصر يركز عليه المستهلك عند رغبته في اقتناء سلعة أو الاستفادة من الخدمة المعروضة.¹

وأكدت المادة 04 من القانون 02/04 " يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع و الخدمات وبشروط البيع " ، وبذلك فإن امتناع المتدخل عن تنفيذ التزامه بالإعلام عن الأسعار يرتب جزاء جنائياً نصت عليه المادة 31 من القانون 02/04 السالف الذكر بأن " يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات ، مخالفة لأحكام المواد 04 و 06 و ، 07 من هذا القانون ، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار 5000 دج إلى مائة ألف دينار 100000 دج ."

بنما في مجال العقود الالكترونية ، فإذا أخل المورد الالكتروني بالتزامه اتجاه المستهلك بالإعلام عن الأسعار ، فإنه يعاقب من 50000 دج إلى 500000 حسب ما نصت عليه المادة 11 من القانون 05/18.

ثالثاً : غرامة الصلح .

نص القانون 03/09 على إمكانية فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفات المنصوص عليها أعلاه ، و إذا لم تسدد هذه الغرامة في الأجل المحدد 30 يوماً بعد تاريخ الإنذار ، الذي توسله مصالح حماية المستهلك وقمع الغش لمخالف (في أجل 07 سبعة أيام من تاريخ تحرير المحضر) ، لكن لا يمكن فرض غرامة الصلح ، في حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها ، إما على عقوبة أخرى غير العقوبة المالية و إما تتعلق بتعويض عن الشرر المسبب للأشخاص والأموال.²

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 84. ص 85

² بوالباني فايزه ، المرجع السابق ، ص 130

الخاتمة :

يشكل الالتزام بالإعلام إحدى الضمانات الأساسية لحماية المستهلك من التعاملات التي يجريها خاصة المعاملات الإلكترونية منها ،لما تحتويه من مخاطر الاحتيال والغش وسهولة تضليل المستهلك لدفعه على التعاقد ، من هنا بادرت التشريعات كما سبق ذكرنا لسن الأحكام لتنظيم هذا النوع من القوانين ولمجارات التطور الذي يمر بيه العالم خاصة في هذا الصدد وتشريع عقوبات منها مالية وأخرى سالبة للحرية لما له من أهمية .

من بحثنا هذا توصلنا على مجموعة نتائج من بينها :

- إن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني أي تم تنظيمه في نصوص القانون ، يقع على عاتق كل متدخل في العملية الاستهلاكية لحساب المستهلك الذي يعتبر الطرف الضعيف في التعاقد لجهله بمحل العقد ،على أن يقدم له كل المعلومات المتعلقة بالتعاقد وشخص المتعاقد لاعتباره الطرف الأعم بما يحتويه محل العقد .
- إن المشرع الجزائري أولى مسؤولية كبيرة للمهني (المتدخل) اتجاه المستهلك ، تجلت هته المسؤولية في تقنين مجموعة التزامات فرضت عليه من قبل المشرع ،منها التزامات قبل عرض المنتج وبعد عرضه للسوق وعند تسليمه للمستهلك وما يترتب عليه.
- لم يحدد المشرع الجزائري الوسيلة التي يتم من خلالها إعلام المستهلك الإلكتروني .
- يكمن دور الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني عن طريق سد الفجوة المعرفية بين المتعاقدين من خلال إعلام المستهلك بالبيانات الواجب معرفتها عن طريق المهني الذي يكون عالم بمحل العقد أكثر من المستهلك الذي يجهل محل التعاقد ويجهل أيضا وسط التعامل بنسبة للعقود الإلكترونية .
- عدم وجود معاينة مادية و فعلية لمحل العقد تبرز مدى أهمية الالتزام بالإعلام الإلكتروني حيث يذهب الغموض عن محل العقد للحصول على رضا مستتير .
- يعتبر العقد الإلكتروني كغيره من العقود التقليدية من ناحية اشتراكهم في نفس الأركان إلا انه يتميز بعدم وجود مجلس عقد حقيقي مثلما يوجد في العقد التقليدي ويتم الانعقاد عن بعد، لكن هذا يمكن أن يقتصر على مرحلة إبرام العقد لا على تنفيذ العقد.

- يصنف العقد الإلكتروني على أنه من العقود الدولية ، بحيث يتم بين شخصين أو أكثر يتواجد كل منهم في بلد مختلف ، لكن ليس بشيء قطعي بحيث يمكن إبرام عقد الإلكتروني في نطاق الإقليم الوطني .

- لا يقتصر الالتزام بالإعلام على المرحلة السابقة للتعاقد بذكره لبيانات محل التعاقد لتوفير رضا المستهلك وتحفيزه على إكمال التعاقد بل يمتد إلى مرحلة تنفيذ العقد بتزويد الطرف المتعاقد لكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد ليتمكن المستهلك من استعماله والإنتفاع به .

كما اقترحنا مجموعة من التوصيات :

- العمل على إنشاء محكمة خاصة أو غرفة خاصة في المحكمة تخص النظر في المعاملات الإلكترونية والعقود المبرمة عن بعد خاصة .
- جعل الالتزام بالإعلام مقياس يدرس في الجامعات نظرا لمدى أهميته لضمان حماية المستهلك .
- تخصيص ندوات علمية بخصوص العقود المبرمة عن بعد .

وفي الأخير بإمكانني أن أشير أن كل عمل إذا ما تم نقصان، فالكمال الله وحده تعالى، ولقد صدق العلامة العمد الأصفهاني بقوله: "إني رأيت أنه لا يكتب إنسان كتابا في يوم إلا وقال في غده لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد كان يستحسن ولو قدم لكان أفضل، ولو ترك لكان أجمل".

والله ولي التوفيق

الملخص :

يعتبر الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني من بين أهم الضمانات التي تحمي رضا المستهلك، خاصة في هذا المجال (الإلكتروني) حيث يكثر فيها الاحتيال وتبنيان الشيء محل التعاقد على غير حقيقته ، و لعدم وجود معاينه مادية للشيء محل العقد وعدم وجود مجلس عقد حقيقي كالعقود التقليدية شرعت الصفة العقابية لحالة الإخلال بهذا الالتزام ،منها ما هي سالبة للحرية ومنها العقوبة المالية لتعزيز الثقة وتبنيان حماية المستهلك الإلكتروني .

الكلمات المفتاحية :

العقد الإلكتروني ، الالتزام بالإعلام ،الضمانات ، حماية المستهلك الإلكتروني .

The commitment to media in an electronic contract is among the most important safeguards that protect consumer satisfaction, especially in this (electronic) area where fraud is frequent and the object being contracted is not true. In the absence of a physical preview of the object in question and of a genuine contract board such as traditional contracts, the punitive nature of the breach of this has been established, including negative aspects of freedom, including financial punishment, to enhance confidence and demonstrate consumer protection.

Keywords

Electronic Contract . Commitment to information . Guarantees, consumer electronic protection

فهرس المصادر والمراجع

أولا :الكتب

1. ابو حسين اشرق محمد مصطفى ،التزامات البائع في التعاقد ،الإسكندرية ،منشأة المعارف، 2009م.
2. أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي ، الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد في العقود الالكترونية ،دار الجامعة الجديدة للنشر ،الإسكندرية ،مصر ،2018م.
3. أحمد محمد محمود خلف ،الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار ،دار الجامعة الجديدة، مصر 2008،.
4. أسامة أبو الحسن مجاهد ،الوسيط في قانون المعاملات الإلكترونية ،دار النهضة العربية ، مصر ،2007.
5. أسامه احمد بدر ،حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني ،دراسة مقارنة ،دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية ،2008.
6. إلياس ناصيف ، العقد الالكتروني في القانون المقارن ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، ط 1 ، 2009 .
7. بالحاج العربي ،النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، الجزء 1 ، 1995.
8. بلحاج العربي ، الجوانب القانونية للمرحلة قبل التعاقدية ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، 2014 .
9. حسن عبد الباسط الجميعي حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الإستهلاك)،دار النهضة العربية ،مصر 1992 .
10. حسن فاروق،البريد الإلكتروني،الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر ،1999م.
11. حسين عبد الباسط الجميعي ،شروط التحقيق والإعفاء من ضمان العيوب الخفية ،دار النهضة العربية ،ط1،مصر 1992 ..
12. حمودي محمد ناصر ، عقد البيع الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2012.

13. خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية ،دار الجامعية ، الإسكندرية ،2007 م .
14. خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ،ط1،دار الفكر الجامعي .الإسكندرية ، مصر ، 2006.
15. خالد ممدوح ابراهيم ، أمن المستهلك الالكتروني ، دار الجامعية الجديدة ، مصر 2008.
16. خليل احمد حسن قداة ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ،الجزء الرابع ، عقد البيع ، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر ، 2003.
17. رمزي بيد الله الحجازي ،الحماية المدنية بعد التعاقد الإلكتروني ، منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت ، ط1 ، 2016 م .
18. السيد محمد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ،منشأة المعارف ، الإسكندرية ،ط1، 1986.
19. الصغير محمد مهدي ،قانون حماية المستهلك ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2015 م .
20. طرح البحور علي حسن ، عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الدولي ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2007.
21. عبد الرزاق أحمد السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، ج 1 ،مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000.
22. عبد الله ذيب عبد الله محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،2012.
23. عبد المنعم موسى ابراهيم ،حماية المستهلك دراسة مقارنة ،منشورات الحلبي الحقوقية ،سوريا ،2007.
24. عدنان احمد ولي مشار إليه في كتاب أكرم محمد حسين التميمي ، التنظيم القانوني للمهني ، دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية ،منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، ط 01 ، 2010 .

25. علي إبراهيم ، منظمة التجارة العالمية حول أوجواي وتقنين نهب العالم ،دار النهضة العربية ، القاهرة 1998م .
26. علي احمد صالح المهداوي ، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الالكتروني ، مجلة الشريعة والقانون العدد 42 ، ابريل (دم ن) 2010 .
27. علي فيلاي ، الالتزامات . النظرية العامة للعقد ، الطبعة الثانية ، دار فوهم للنشر والتوزيع ،الجزائر ، 2005م.
28. غستان جاك ،المطول في القانون المدني ،مفاعيل العقد، منشورات الحلبي الحقوقية ، بدون تاريخ.
29. ماجد محمد سليمان أبا الخليل ،العقد الإلكتروني ، ط1، مكتبة الرشد ،ناشرون ،المملكة العربية السعودية،الرياض،2009.
30. محمد حسين منصور ،المسؤولية الإلكترونية ،دار الجامعة الجديدة للنشر،الإسكندرية ، مصر ، 2009.
31. محمد امين الرومي،التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت ،ط1،دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية ،مصر ،2004م.
32. محمد بودالي ،شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية ، ط1 ،دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2005.
33. محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2003.
34. محمد سعيد جعفرور ، نظرات في صحة العقد وبطلانه في القانون المدني والفقہ الإسلامي ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2003 .
35. محمد صبري السعدي ، الواضح في شرح القانون المدني ، النظريات العامة للالتزامات ، دار الهدى ، عين مليلة ، الجزائر ، 2011 .
36. مصطفى جمال ، مصادر الالتزام ،دار المطبوعات الجامعية الإسكندرية 1999 .
37. مناني فراح ،العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري ،دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ،الجزائر ،2009.

38. منى أبو بكر الصديق ، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2013م.

39. نبيل محمد أحمد صبيح ، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة (،مجلة الحقوق ، عدد 02 ، الكويت ، 2007. ثانيا :المذكرات والرسائل الجامعية :

1-المذكرات:

1. الطيب حسن عبد الله عوض ، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني ، مذكرة ماجستير ،في القانون ، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ،جامعة الرباط الوطني ،2015م .
2. بن غيدة ايناس ،الحماية المدنية للمستهلك في العقود الالكترونية ،مذكرة ماجستير تخصص قانون خاص معمق كلية العلوم السياسية، جامعة ابو بكر بلقايد ،تلمسان، 2015/2014 .

3. بواباني فايزة ،الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك ،مذكرة ماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ،كلية الحقوق بن عكنون ،الجزائر 2012/2011 .

4. بوشارب إيمان ، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ،مذكرة ماجستير ، تخصص قانون العقود المدنية ، كلية الحقوق ، والعلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهدي ،أم البواقي ، 2012/2011.

5. جرعوت ياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون جامعة الجزائر، 2002/2001.

6. رفاوي شهيناز ،الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام في عقود الإستهلاك ،مذكرة ماجستير ،تخصص قانون الأعمال ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،سطيف 02، 2016/2015 .

7. زوبير أرزقي ،حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ،شهادة لنيل الماجستير،فرع المسؤولية المهنية ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،2011م.

8. شعبان حنين نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم .السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012م .

9. عليان عدة ، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2008-2009..

10. مامش نادية ، مسؤولية المنتج دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ،شهادة لنيل الماجستير، تخصص قانون الأعمال ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، كلية الحقوق مدرسة الدكتوراه للعلوم القانونية والسياسية ،2012م.

11. نواح مفلح محمد الذبابات ، ،الالتزام بالتبصير الإلكتروني ،رسالة استكمال درجه الماجستير ،كلية الحقوق، قسم القانون الخاص .جامعة الشرق الأوسط ،2013م .

12. مزاري عائشة ،علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة ،مذكرة الماجستير ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،وهران ،2012/2013.

13. خالد الصباحين ،انعقاد العقد الإلكتروني،بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والحاسوب ،جامعة اليرموك ،الأردن 13/12 جويلية ،2004.

الرسائل الجامعية :

1. بلقاسم حامدي ،إبرام العقد الإلكتروني ،أطروحة دكتوراه ، جامعة الحاج لخضر ،بانتة ،2014/2015.

2. بن سالم المختار ،الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ،رسالة دكتوراه ،تخصص قانون المنافسة والاستهلاك ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة ابي بكر بلقايد ،تلمسان ،2017/2018.

3. بن عديدة نبيل ،الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك ،أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون خاص ، جامعة وهران 02 ، 2017/2018 .

4. بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراه تخصص قانون كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعه مولود معمري، تيزي وزو، 2017 .

5. جريفلي محمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون معمق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة ادرار 2018/2017.
6. عجالي خالد ، النظام القانوني للعقد الالكتروني في التشريع الجزائري ، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، مولود معمري تيزي وزو 2014م.
7. علي خوجة خيرة ، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بالسلامة في التشريع الجزائري ، رسالة دكتوراه ، تخصص عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2016/2015 .
8. غرنوج حسام الدين ، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون الاعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة حاج لخضر ، باتنة ، 2018/2017.
9. مخلوفي عبد الوهاب ، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت ، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012/2011.

المجلات والدوريات :

1. عائشة قصار الليل ، الالتزام بالإعلام الالكتروني السابق للتعاقد ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة باتنة 1 ، العدد 10 ، 2017 جانفي .
2. عبايد فريحة حفيظة ، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني كآلية لحماية المستهلك ، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، العدد الثاني ، 2008.
3. بادي عبد الحميد ، الالتزام بإعلام المستهلك الالكتروني مرحلة ما قبل التعاقد ، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الجزائر 1 ، العدد الثالث 2017.
4. كريمة بركات ، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني ، مجلة الحقوق والحريات ، جامعة أكلي محند اوحاج ، البويرة ، العدد الرابع ، 2017 .
5. خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك" بجامعة عبد الرحمان مبرة "بجاية" ، يومي 17/18 مارس 2009.

النصوص القانونية :

1. الأمر 156/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.
2. الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13/05/2007 الجريدة الرسمية عدد 31، الصادرة بتاريخ 2007/05/13.
3. القانون رقم 03/09 " المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجريدة الرسمية العدد 15 الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 الجريدة الرسمية العدد 35 الصادرة بتاريخ 13 جوان 2018.
4. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. الجريدة الرسمية عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004 .
5. القانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية.
6. المرسوم التنفيذي رقم 13/378 مؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق 09 نوفمبر 2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .
7. المرسوم التنفيذي رقم 90/390 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش .
8. المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات (ملغى).

القوانين الأجنبية:

1. القانون الفرنسي رقم 78/22 المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني.
2. قانون المعاملات الإلكترونية الأردني 85 لسنة 2001.
3. التوجيه الأوروبي رقم 97/07 الصادر في 20 ماي 1997م المتعلق بحماية المتعاملين والمستهلكين عن بعد.
4. قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية، 1996م.
5. القانون المدني الفرنسي المعدل حسب رقم 131/2016 الصادر في 10 فبراير 2016 والنافذ في 1 أكتوبر 2016 .
6. القانون الفرنسي رقم 2004/575 المتعلق بالاقتصاد الرقمي .

7. قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي لسنة 2000.

1. Mazeand(H.2)jet chabas (f) le çons de droit ,civil précite ,p401

2. Coor d'appel de rouen 14fév.1979,d,s;1979,l,r,note II ,p,3vo¹
larroumet ,ch,j,c,p,198o

المقدمة	أ.د.
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .	5
المبحث الأول : مفهوم الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني	6
المطلب الأول : مضمون العقد الإلكتروني.	6
الفرع الأول : تعريف العقد الإلكتروني .	6
الفرع الثاني : خصائص العقد الإلكتروني .	10
المطلب الثاني : مضمون الالتزام بالإعلام العام .	12
الفرع الأول : تعريف الالتزام بالإعلام العام .	12
الفرع الثاني : أساس الالتزام بالإعلام العام القانوني وطبيعته	13
المبحث الثاني : خصوصية الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .	20
المطلب الأول : مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني.	20
الفرع الأول : تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني.	20
الفرع الثاني : شروط ومبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني.	21
المطلب الثاني : صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني وتمييزه عن غيره	24
الفرع الأول : صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني.	24
الفرع الثاني : تمييز الالتزام بالإعلام الإلكتروني.	25
الفصل الثاني : أحكام الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	27
المبحث الأول : محل الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	29
المطلب الأول : النطاق الشخصي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	29
الفرع الأول : الدائن في الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	29
الفرع الثاني : المدين في الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني	33
المطلب الثاني : النطاق الموضوعي للالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	36
الفرع الأول : إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بهوية المورد الإلكتروني.	37
الفرع الثاني : إعلام المتعاقد بالبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة .	39
المبحث الثاني : : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	41
المطلب الأول : الجزاء المدني بالإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني.	41
الفرع الأول : قابلية العقد للبطلان .	42
الفرع الثاني : قابلية الفسخ ودعاوي التعويض والعيب الخفي .	46
المطلب الثاني : الجزاء الجنائي للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني .	48
الفرع الأول : العقوبات السالبة للحرية .	48
الفرع الثاني : العقوبات المالية .	50
الخاتمة	53
الملخص	55
فهرس المصادر والمراجع	56