



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون الخاص

تكريس حق المستهلك في الإعلام ضمن العقود الإلكترونية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون خاص

تحت إشراف:

د. بهلولي فاتح

من إعداد الطالبتين:

● أولمي تزييري

● بوعمامة أسية

أعضاء لجنة المناقشة

/ جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - رئيسا

/ جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - مشرفا ومقررا

/ جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - ممتحنا

الأستاذ(ة): زواوي لورية

الأستاذ(ة): بهلولي فاتح

الأستاذ(ة) سلمانني الفوضيل

السنة الجامعية 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

نشكر الله تعالى أن يوفقنا على إنجاز هذه المذكرة، فله الحمد أولاً وأخيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ المشرف "الدكتور بهلولي فاتح" الذي تفضل علينا بقبول إشرافه على هذه المذكرة، والذي لم يبخل علينا بنصائحه ودعمه وتوجيهاته القيمة، نسأل الله عزوجل أن يزيده من فضله.

كما نتوجه بخالص الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل المتواضع، وكذلك أساتذتنا الكرام الذين تعلمنا على أيديهم.

تذكري وأسرة

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي، المتواضع إلى من غرسوا في قلبي حب الحياة، ونشأوني على شغف الاطلاع والمعرفة.

إلى جنتي على الأرض وملك روعي في هذه الحياة، من حملتني وهنا على وهن، وروتني من نبع حنانها المتدفق، وكان دعاؤها سر توفيقني ونجاحي، إلى تلك الإنسانية الغالية، أُمِّي حبيبية، أطل الله في عمرها وبارك فيها.

وإلى ذلك الإنسان الغالي، نور عيني وقلبي، إلى من أحمل لقبه بكل فخر وإعتزاز، من عمل بجد في سبيلي، وعلمني معنى الكفاح، وأوصلني إلى ما أنا عليه أبي العزيز، أطل الله في عمره.

إلى العقد المتين والسند الدائم أخي حبيبي سيد علي حفظه الله من كل مكروه

إلى من آمنوا بقدراتي أخواتي الغاليات آمال ليندة لامية جعل الله لهم طريق السعادة في كل موضع أحبكم

إلى من فعل كل شيء لي ولم يبقَ لآخرين ما يقدمونه لي سمير خطيبي ورقة عيني

إلى أبناء أخواتي الأعزاء وأزواجهن الكرام، أنتم النور الذي يضيء دروب العائلة، والدعوة الصادقة التي تسكن القلب، دمتم سنداً وفرحاً وجمعنا الله دائماً على المودة والخير.

أولمي نذيري

الإهداء

هذا العمل هو ثمرة جهد وعزيمة، أقدمه بكل الحب والامتنان إلى:

والدي الحبيبين اللذين زرعاً في القيم والأمل، وسهلاً لي دروب النجاح بصبر لا ينضب.

إلى عائلة زوجي وبالأخص أمي الثانية (عجوزتي)

وإلى ابنتي الغالية سجاد نور عيني وفرحة قلبي أرجو أن تكوني يوماً فخورة بي كما أنا فخورة بك وأن تري في إصراري حافزاً لك لتحقيق أحلامك.

إلى زوجي ورفيق دربي الذي كان سند وعون لي في كل خطوة خطوتها

إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع أرتوي منها إلى خيرة أيامي وصفوتها (أخي) و(أخواتي).

إلى أبناء أخواتي أنفال عماد شهرزاد جنى

إلى صديقتي وزميلتي في العمل التي سندتني رغماً ظروف

بوعمامة أسية

قائمة المختصرات

I - باللغة العربية:

ج.ر.ج.ج: الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية

د ط: دون طبعة

ص ص: من صفحة إلى صفحة

ص: صفحة

د م ن: دون مكان النشر

II - باللغة الفرنسية:

Art :Article

P : page

Éd : édition

N° : numéro

Puf : presses universitaires de France

Vol : volume

مقدمة

يشهد العالم اليوم تغيرات متسارعة في شتى الميادين المتعلقة بحياة الفرد، خاصة في جانب المعاملات التجارية، وبالنظر للتطور الهائل والمستمر في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، قد ظهرت ما يسمى بالتجارة الإلكترونية كنموذج إقتصادي جديد الذي غير بعض من أساليب البيع والشراء الكلاسيكية، أين أصبح بمقدور المستهلكين الوصول إلى منتجات وخدمات متنوعة في جميع أنحاء العالم، فإن الحدود الجغرافية لم تعد عائقا أمام المستهلكين في ظل هذا التوسع، لكن هذا الأخير في نطاق التجارة الإلكترونية قد ولد لنا تحديات جديدة خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك.

يعد المستهلك في هذه العلاقة الطرف الضعيف، وذلك نظرا لعدم توازن القوى بينه وبين المحترف أو التاجر الإلكتروني، ففي بيئة يكون الحضور فيها افتراضي يفقر التواصل المباشر، هنا تزداد حاجة المستهلك في الحصول على المعلومات والبيانات الكافية والواضحة حول السلعة أو الخدمة وأيضاً شروط العقد، وكل هذا تحت ما يسمى "بحق المستهلك في الإعلام"، الذي يعتبر الركيزة الأساسية لتجسيد الشفافية، والعدالة التعاقدية، بهذا الحق يستطيع المستهلك حماية مصالحه واتخاذ قرار صائب.

تتميز العقود الإلكترونية أنها إحدى صور العقود الحديثة التي تبرم عن بعد، دون الحضور المادي للأطراف في العلاقة التعاقدية، بالإضافة إلى أنها تتسم بميزات فريدة، السرعة، وسهولة الوصول، واتساع النطاق فيها، بالرغم من كل هذه المحاسن لمثل هذه العقود إلى أنها تحمل في طياتها مخاطر قد تؤثر وتعود سلباً على الطرف الضعيف ألا هو المستهلك، خاصة فيما يتعلق بالمعلومات ومدى توفرها وشفافيتها حول المنتجات والخدمات وشروط العقد، ومن خلالها يبرز دور التشريعات والقوانين في تكريس حق المستهلك في الإعلام، تضمن حمايته من الممارسات التجارية الغير نزيهة بالإضافة إلى تكريس بعض الحقوق الأخرى أساسية تهدف كحماية المستهلك مثل حق العدول عن الشراء.

ومن خلاله نص المشرع الجزائري على الالتزام بالإعلام في عدة قوانين منها القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹، وكذلك القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²، وكذا القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية³، وما يقع على المورد الإلكتروني من التزامات عن العرض التجاري للسلع والخدمات، ناهيك عن النصوص التنظيمية المرصودة لهذا الالتزام، أهمها المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁴.

إن أهم التحديات التي أفرزتها التجارة الإلكترونية والتي تواجه المشرعين في جميع أنحاء العالم هو تكريس حق المستهلك في الإعلام ضمن العقود الإلكترونية، وذلك لزيادة تعقيد الخدمات والمنتجات الرقمية، أين أصبح من الضروري وضع أطراف قانونية تضمن حصول المستهلك واستقباله لجميع المعلومات والبيانات اللازمة حول المنتج أو الخدمة، وذلك قبل إبرام العقد بداية من هوية المورد وخصائص هذا المنتج أو الخدمة، وكذلك ثمنها وطريقة الدفع، وشروط التسليم أو أي شروط أخرى ذات صلة بالعقد.

أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الالتزام بالإعلام بكونه الالتزام الذي يحقق الوقاية ويستهدف حماية الفرد، بوصفه مستعملا للمنتج من خلاله تكفل الحماية الجسدية والأمن الصحي لهذا المستهلك، كما

¹ - القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. ج. ج. عدد 41 مؤرخ في 27 جوان 2004 معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06، مؤرخ في 15 أوت 2010، ج. ر. ج. ج. عدد 46 صادر في 18 أوت 2010.

² - قانون رقم 09-03 المؤرخ في بتاريخ 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. ج. ج. عدد 15، المؤرخ في 08-03-2009 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج. ر. ج. ج. عدد 35 صادر في 13 يونيو 2018.

³ - قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. ج. ج. عدد 28، صادر في 16 ماي 2018 معدل ومتمم.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر. ج. ج. عدد 58، صادر في 18 نوفمبر 2013.

تكمّن أهمية الالتزام بالإعلام في إعادة التوازن المفقود في العلم بين الطرفين المتعاقدين (المستهلك والمورد)، ومن تحقيق الحماية المنشودة للمستهلك.

أسباب اختيار الموضوع:

دفعتنا لاختيار هذا الموضوع أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، تتجلى الأسباب الذاتية، رغبتنا في الاهتمام بالقضايا المرتبطة بالحياة اليومية، وبالأخص الجوانب الاستهلاكية، باعتبارنا مستهلكين بدرجة الأولى ومعنيين بهذه الحماية، وبصفتنا طلبة القانون تفرض علينا التركيز على الجوانب القانونية للالتزام بالإعلام، وذلك في إطار السعي إلى الإسهام في إثراء المكتبة القانونية الجامعية، عبر تقديم دراسة قانونية موضوعية تتضمن بعض المقترحات العلمية التي قد تساهم، ولو بقدر محدد في تطوير هذا المجال الحيوي.

أما الأسباب الموضوعية تتمثل في:

- إزالة الغموض واللبس الذي مازال يكتنف معظم عقود الإستهلاك والتي تحتاج دراية ومعرفة كبيرة لدى المستهلك.
- غالبا ما يكون هناك تفاوت كبير في المعلومات بين التاجر والمستهلك في البيئة الالكترونية.
- تزايد ظاهرة الاحتيال والنصب الالكتروني، لسبب غياب التواصل المادي المباشر.
- خطورة المعاملة في مجال التجارة الالكترونية وكذا المخاطر التي يتعرض لها المستهلكوكيفية حمايته ووقايته منها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح تكريس حق المستهلك في الإعلام ضمن العقود الالكترونية، مع بيان أوجه العلاقة بين المستهلك ومقدم الخدمة، بالإضافة إلى إبراز دور الالتزام بالإعلام الالكتروني في تحقيق التوازن المعرفي بين أطراف العلاقة التعاقدية، وكذلك تهدف الدراسة إلى توضيح الآثار القانونية المترتبة عند عدم الالتزام بالإعلام وأهم العقوبات التي ترد عليها.

إشكالية البحث:

وفي ضوء المعطيات التي سبق وأن ذكرناها وبغية تحقيق الأهداف المتوخاة من هذه الدراسة فإن الأمر يستدعي منا طرح الإشكالية التالية:

- هل وفق المشرع الجزائري في وضع ضمانات قانونية لتكريس الحق في الإعلام الإلكتروني لحماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية؟

منهجية البحث:

من أجل إستقاء الموضوع حقه، وللإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق الأهداف المسيطر، اعتمدنا على منهجين وهما: المنهج الوصفي الذي يعتمد على جميع الحقائق والمعلومات واستخلاص أهم القواعد والأحكام للإحاطة بكل ما قيل في هذا الموضوع، كما استعملنا المنهج التحليلي لتحليل مختلف النصوص القانونية التي سنت في هذا المجال، بهدف توضيح الفكرة وإزالة الغموض.

صعوبات البحث:

- كأي بحث علمي صادفتنا أثناء هذه الدراسة عددا من العراقيل، نذكر منها:
- ندرة الكتب الجزائرية الخاصة فقط بالالتزام بالإعلام، مقارنة بالمراجع المتاحة التي تتناول موضوعات عامة لحماية المستهلك.
 - قلة الوقت المتاح لا يسمح بالتعميق الكافي في دراسة الموضوع وإستقائه حقه.

خطة البحث:

لأجل دراسة هذا الموضوع دراسة دقيقة اعتمدنا على خطة تم تقسيمها إلى فصلين: الفصل الأول خصص (للإطار القانوني لحق المستهلك في الإعلام ضمن العقود الإلكترونية)، في حين تم تخصيص الفصل الثاني إلى (المسؤولية المترتبة عند الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني).

الفصل الأول

الإطار القانوني لحق المستهلك في الإعلام
ضمن العقود الإلكترونية

في ظل النهضة الرقمية والتطور المعلوماتي الذي يشهده العالم في الآونة الأخيرة عرفت المعاملات التعاقدية مجموعة من التغيرات ماسة نظامها وبنيتها القانونية، والالتزام بالإعلام أحد أبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك، وبشكل خاص في معالجة الصور الحديثة، لعدم التوازن العقدي في العقود الاستهلاكية، فقد أصبحت تتم عن طريق وسائل إتصال معاصرة، وأثر ذلك إهتمام رجال القانون والقضاء، فبرغم من الانتشار المتنامي للإنترنت وكثرة المعاملات التجارية الإلكترونية، إلا أنه لا أحد ينكر وجود فجوة بين القانون وممارسة هذا النمط الجديدة من العقود، ومن هنا حرصت التشريعات الحديثة على وضع الأطور القانونية اللازمة من أجل تنظيم التجارة الإلكترونية، وإضفاء الثقة على هذا النوع من المعاملات.

كون المستهلك الإلكتروني طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية، ولهذا يكون ضحية للإعلانات المزيفة من قبل المورد كونه افتراضيا وبالتالي يكون إلكترونيا، مما يستوجب وضعه تحت عناية قانونية لازمة وذلك عن طريق الإعلان عن كافة السلع والخدمات التي يمكن أن يقتتها.

وفي تقرير هذا الالتزام كحق أصبح ضرورة حتمية قانونية أولته التشريعات كل الاهتمام، حتى يتسنى للمستهلك المقبل على التعاقد بيئة من أمره فيبرم العقد بسلامة رضا الطرفين.

وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى بحثين، بحيث نتناول ماهية الحق في الإعلام ضمن العقود الإلكترونية (مبحث أول)، ثم بيان مضمون الالتزام بالإعلام (مبحث ثاني).

المبحث الأول

ماهية حق الإعلام ضمن العقود الإلكترونية

أصبح الإلتزام بالإعلام نظاماً قانونياً جديداً تفرضه متطلبات الحياة العصرية، حيث يعتبر جزءاً أساسياً يساهم في حماية المستهلك من المخاطر المتعلقة بالمنتجات والخدمات من خلال توعيته بطبيعتها وكيفية إستخدامها، لهذا تطرق المشرع الجزائري إلى الإلتزام بالإعلام في التقنين المدني، بإعتباره الشريعة العامة أين نص بضرورة إلتزام الحرفي أو المهني بإعلام المستهلك، بالأوصاف الأساسية للمبيع وذلك من خلال المادة 352 فقرة 1 التي تنص على أن "يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

وعليه يقصد بالإلتزام بالإعلام إحاطة المتعاقد الآخر بالمعلومات المهمة والمؤثرة في إقباله على التعاقد، فهذا الإلتزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني بمقتضاه يتيقن المستهلك بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد سواء كان محل العقد خدمة أو سلعة، والتي يتخذ المستهلك قراره بإتمام العقد أو الإنصراف عنه.

كما تجدر الإشارة أنه على البائع أن يصرح بجميع أوصاف البيع، وأن يقوم بوصفه وصفاً دقيقاً نافياً للجهالة على غرار إعلام المستهلك بكل ملبسات التعاقد، لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مفهوم حق الإلتزام بالإعلام (المطلب الأول)، مع محاولة تحديد التكليف القانوني للإلتزام بالإعلام (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم حق الإلتزام بالإعلام الإلكتروني

الإلتزام بالإعلام من أهم الإلتزامات التي تقع على عاتق المورد، حيث يحظى الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني عن كل المعلومات المتعلقة بالمنتجات بأهمية كبيرة في كل التشريعات، ذلك لما له من علاقة وطيدة بصحة وسلامة المستهلك الإلكتروني، من جهة ومصالحة الاقتصادية من

جهة أخرى⁵، ولبيان مفهومه بشكل جلي يتطلب الأمر دراسة تعريفه بدقة، مع توضيح المصطلحات المشابهة له، بالإضافة إلى الوقوف على خصائصه، ولتعميق المعرفة حول هذا الالتزام والتمكن من الولوج في دراسة أحكامه بشكل منهجي.

ومن هذا المنطلق قسمنا هذا المطلب إلى فرعين حيث نتناول المقصود بالالتزام بالإعلام وخصائصه في (الفرع الأول)، ثم التطرق إلى تمييزه عن المفاهيم الأخرى في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام يعد وسيلة هامة لتحقيق التوازن العقدي وتنوير رضاء المستهلك مما يؤدي إلى استقرار المعاملات وإزدهارها⁶، لذا تجدر الإشارة إلى تعريف الالتزام بالإعلام (أولاً)، ثم التطرق إلى الخصائص للالتزام بالإعلام (ثانياً).

أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يمكن تعريف الالتزام بالإعلام لغة هو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه، أما اصطلاحاً يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصادقية والوضوح⁷.

نظراً للأهمية الكبيرة التي يحظى بها الالتزام بالإعلام، باعتباره جزءاً لا يتجزأ من الواجبات الملقاة على عاتق المهني والمستهلك، حيث تعددت التعاريف الفقهية والقانونية للالتزام بالإعلام والتي نتناول منها ويقدم كآتي:

⁵ - شلغوم رحيمة، حماية المستهلك في ضوء القواعد العامة القانون الأعمال، دارالمعرفة، الجزائر، 2023، ص 71.

⁶ - بن عديدة نبيل، الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، 2018، ص 11.

⁷ - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، د ط، دار الهدى، عين مليلة الجزائر، 2000، ص 50.

1- التعريف الفقهي للالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني

يعرف الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني على أنه "التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة بمقتضاه يبصر المستهلك الإلكتروني مستعملا الوسائل الإلكترونية الحديثة، بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد سواء كان محل العقد سلعة أو خدمة، والتي يتخذ المستهلك بناء عليها قراره بإتمام التعاقد أو الإنصراف عنه"⁸.

ويرى جانب من الفقه في تعريفه لحقالمستهلك في لإعلام أنه: "التزام يفرض على أحد طرفي عقد الاستهلاك إعلام الطرف الآخر بما يجهله من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد، وذلك في الوقت المناسب مستخدماً في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحلّه"⁹.

بينما يرى الإتجاه الآخر من الفقه أنه: "التزام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك"¹⁰.

كما يعتبر الالتزام بالإعلام الإلكتروني بأنه: "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد"¹¹.

ويتبين من التعاريف السابقة كلها تنطوي على هدف معين هو تنوير إرادة المستهلك قبل التعاقد، مما يعنى أن الالتزام بالإعلام يقع على التاجر الإلكتروني أو المقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك عبر الوسائط الإلكترونية، بموجبه يجب على مقدم الخدمة إبلاغ المستهلك بشخصه

⁸ - خلاف فاتح، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 08، العدد 02، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جبيل، 2021، ص 138.

⁹ - أبو عمرو مصطفى أحمد، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك "دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية"، د ط، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2010، ص 36.

¹⁰ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 367.

¹¹ - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، د ط، الدار الجامعية، القاهرة، 2008، ص 76.

وبياناته التجارية، بالإضافة إلى جميع البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد، هذا الإعلام يسمح للمستهلك باتخاذ قرار مستنير وحر فيما يتعلق بالتعاقد أو عدمه.

2- التعريف التشريعي للالتزام بإعلام المستهلك

أما بالنسبة لموقف المشرع الجزائري، فنجد أنه لم يعرف الالتزام بالإعلام بشكل مباشر، غير أنه تناوله عن طريق إبراز آلياته، وكذا التوضيح بأنه تقديم لمعلومات جوهرية وتعدادها، وهذا من خلال النصوص القانونية الموجودة ضمن قانون حماية المستهلك.

إذ نجد المادة 352¹² من القانون المدني الجزائري من أحكام عقد البيع التأكيد على ضرورة التزام المحترف بإعلام المستهلك حيث تنص "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

وفقا لما يقره القانون 03/09 الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹³ أن المشرع الجزائري قد نص في المادتين 17 و18 على إلزامية إعلام المستهلك، حيث تنص المادة 17 على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

ومن خلال المادة 17 نص المشرع الجزائري على إلزامية إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الموضوع للاستهلاك، وحددت الوسيلة المستعملة للإعلام، فذكرت الوسم والعلامات وبأية وسيلة، ومن هنا نستنتج أن المشرع ذكر وسائل الإعلام على سبيل المثال لا الحصر.

¹² - أمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني الجزائري، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ج.ر.ج.ج، عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975 معدل ومتمم، بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007، ج.ر.ج.ج، عدد 31، صادر في 13 ماي 2007.

¹³ - قانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

وكذلك تنص المادة 18 على أنه: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة، يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومعتذر محوها"

ومن أهم آليات حماية المستهلك الإلكتروني الذي خصه المشرع الجزائري باهتمام خاص بالالتزام بالإعلام عند وضعه للقانون المنظم للتجارة الإلكترونية ، بحيث أفرد أحكامه بموجب الفصل الثالث وجعله من المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق التعاقد الإلكتروني، حيث أوجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني، حيث ألزمت المادة 11 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹⁴ المورد الإلكتروني بضرورة تقديم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة محددا البيانات الضرورية التي لا بد أن يحتوها بيان العرض.

ثانيا: خصائص الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يتميز الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد بعدة خصائص ومميزات تجعله متميزا عن الالتزامات المشابهة الأخرى، ويتضح ذلك من خلال التعاريف المذكورة سابقا ومن بين هذه الخصائص نجد مايلي:

أ- الالتزام بالإعلام التزم عام:

لا يخص تطبيق هذا الالتزام عقدا معيناً وليس مقتصر على عقد البيع فقط، وإنما التزم سابق على إبرام كل أنواع العقود ويرتبط بمرحلة تكوين العقد الذي يلزم أطرافه بالتعامل وفقا لما يقتضيه مبدأ حسن النية في العقود، وبموجبه يقوم أحد طرفي العقد بالإدلاء بالمعلومات الجوهرية التي يراها ضرورية لعلم الطرف الآخر بها¹⁵، حتى يقبل على التعاقد وهو على بينة من أمره، كما

¹⁴ - قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

¹⁵ - قاله فيروز، الالتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2024. ص28.

أنه توسع ليشمل حتى العقود الحديثة كعقود التجارة الإلكترونية، ومن المهم أن يكون هناك التزام بالإعلام عن السلع التي قد ينتج عنها خطراً عند استخدامها أو تلك التي تتطلب خبرة معينة عند استعمالها وذلك لتحقيق الفائدة المرجوة منها للحفاظ على صحة وسلامة المستهلك¹⁶.

ب- الالتزام بالإعلام التزم مستقل:

الهدف من تقرير هذا الالتزام هو مواجهة اختلال التوازن القائم بين المدين والدائن في المرحلة السابقة على التعاقد، ولقد أكد بعض الفقه على استقلالية هذا الالتزام بقوله: "إن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام التزم مستقل يقع على عاتق شخص ينوي التعاقد مع غيره وهولا يقوم لحماية رضا الطرف الآخر بل لتحقيق التكافؤ بين الطرفين إعمالاً لمقومات العدالة العقدية¹⁷".

ج- الالتزام بالإعلام التزم وقائي:

الهدف من الالتزام قبل التعاقد هو إخطار المتعاقد المحتمل بكل ما يحتاج إليه من معلومات وبيانات متعلقة بالسلع والخدمات محل العقد، المتمثلة في العمل على حماية العقود في المستقبل وضمان استقرار المعاملات ، ليتكون لديه رضا للتعاقد خال من أي عيب من عيوب الرضا، ولهذا سعى المشرع جاهدًا لتحقيق حماية شاملة للمستهلك عن طريق إعلامه قبل عزم التعاقد¹⁸، كما يجب التأكيد على أن استقرار المعاملات لا يهتم فقط المستهلك وإنما المورد أيضا فإبطال العقد يمكن أن يسبب ضرراً مالياً للمورد من خلال إرجاع السلعة أو التوقف عن توفير الخدمة، بالإضافة إلى الخسائر التي قد تمس مركزه وسمعته التجارية¹⁹.

¹⁶- نزهة بلال، الطابع الوقائي والجماعي لقانون حماية المستهلك والمنافسة (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013، ص 17.

¹⁷- بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 342.

¹⁸- نزهة بلال، مرجع سابق، ص 17.

¹⁹-قالة فيروز، مرجع سابق، ص 30.

الفرع الثاني

تمييز الالتزام بالإعلام عما يشابهه

للالتزام بالإعلام عدة تعريفات تجعله يختلف عن بعض المصطلحات المشابهة له، إلا أنه قد يحدث خلط بينهم لوجود تشابه في محليهما وهو تقديم المعلومات للطرف الآخر، لذا سنقوم بالتمييز بينهما كما يلي:

أولاً: الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم النصيحة أو المشورة

يعد الالتزام بتقديم النصح أحد متطلبات حسن النية والذي بموجبه لا يكفي المتعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد فحسب، حيث يجب عليه أيضاً أن يقدم النصيحة للطرف الآخر في العقد كلما كان هناك مقتضى لذلك، ومن ثم فهذا الالتزام جزء لا يتجزأ من الالتزام بالإعلام فهو درجة متقدمة من درجاته أي أنه التزام متشدد بالإعلام²⁰.

ومن هنا يبرز الفرق بين الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم النصيحة أو المشورة وذلك من خلال النواحي التالية:

الالتزام بتقديم النصيحة هو التزام ناشئ عن عقد محله التزام المحترف صاحب الخبرة الفنية بتقديم معلومات محددة، ويختلفان في أن الالتزام بالإعلام يهدف إلى تنفيذ العقد وتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه، من خلال الإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة باستخدام السلعة والاستفادة من الخدمة، أما هدف الالتزام بتقديم المشورة هو تمكين المتعاقد المدين من إتخاذ قرار صارم يخص الاستشارة من خلال المعلومات المقدمة له من طرف المتدخل²¹، ومن حيث المسؤولية الالتزام بالنصح تترتب عليه مسؤولية عقدية أما الالتزام بالإعلام تترتب عليه مسؤولية تقصيرية، إذ أنه يعد التزاماً بتحقيق نتيجة ويسعى لغاية معروفة تتمثل في مساعدة الدائن على إتخاذ قرار ما.

²⁰ - عبد اللاوي خديجة، قانون حماية المستهلك، دار جودة، باتنة، الجزائر، 2024، ص 80.

²¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص ص 368-369.

إن الإلتزام بالإعلام هو التزام قانوني لا يحتاج لإتفاق خاص لوجوده، عكس الإلتزامات محل المقارنة التي يستلزم لوجودها إتفاق خاص، ويتمثل محل الإلتزام بالإعلام في تقديم المورد له المعلومات والبيانات التي من شأنها التأثير في قرار الطرف الآخر وتعمل على تنوير إرادته، أما الإلتزام محل المقارنة فإن محلها يكمن في تقديم البيانات والمعلومات والتوجيهات المرتبطة بالوسائل الفنية الخاصة بالإنتاج أو إدارة المشروعات التي تتسم بالدقة والتعقيد²².

وأخيراً لا يتلقى المورد بالالتزام بالإعلام أي مقابل إنجاز، بينما يحصل المورد بالالتزام بالنصيحة على مقابل أو أجر نظير عمله.

ثانياً: الإلتزام بالإعلام والالتزام بالتحذير

حدد بعض الفقهاء الإلتزام بالتحذير على أنه: "الالتزام يقع على عاتق أحد الطرفين، بأن يحذر الطرف الآخر أو يشير انتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة، بحيث يحيطه علماً بما يكتنف هذا العقد، أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية وقانونية"²³.

مفاد ذلك أن الإلتزام بالتحذير تتمثل في إعلام المستهلك بمصادر خطورة المنتجات وكيفية التعامل معها، وذلك على النحو الذي يقيه المخاطر التي يمكن أن تتجم عنها في حال عدم إتباع التحذيرات اللازمة، فلا يكف قيام المتدخل بصفة عامة والبائع بصفة خاصة بإعلام المستهلك عموماً والمشتري خصوصاً بالبيانات المتعلقة بكيفية استعمال الشيء المبيع استعمالاً صحيحاً، بل يجب عليه أن يقوم بتحذيره من الأخطار التي قد تتجم عن استعمال هذه الأشياء سواء أثناء الاستعمال أو الاحتفاظ بها²⁴.

فهو وسيلة لبث الطمأنينة والثقة في نفس المستهلك رغم الإرتباط الوثيق والتشابك الواضح بين الإلتزام بالإعلام ونظيره الخاص بالتحذير فإنهما يظلا متميزان وتتجلى أوجه التمييز بينهما، أنهما يتفقان من حيث محل بالتحذير الذي يقتصر على الإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة

²² - أبو عمرو مصطفى أحمد، مرجع سابق، ص 46-47.

²³ - أبو عمرو مصطفى أحمد، مرجع نفسه، ص 40.

²⁴ - بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 283.

بالمنتوج، إلا أنهما يختلفان من حيث النطاق فالبيانات في حالة الالتزام بالإعلام أوسع مدى منه فيما يخص الالتزام بالتحذير، كما يختلفان من حيث الأساس القانوني ذلك أن الالتزام بالإعلام يختلف الفقه حول أساسه على خلاف الالتزام بالتحذير الذي يجد أساسه الالتزام بضمان سلامة المستهلك²⁵.

بالرجوع إلى القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجده لم يتعرض للالتزام بالتحذير، إلا أن المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك تنص على الالتزام بالتحذير للمنتجات غير الغذائية " يجب أن يحتوي الإعلام حول الإحتياطات المتخذة لاستعمال المنتجات غير الغذائية على التحذيرات المتعلقة بالأخطار المرتبطة باستعمالها، حسب طبيعتها والاستعمال الموجه إليه"²⁶.

ثالثا: الالتزام بالإعلام والالتزام بالتعاون

أصبح الالتزام بالتعاون ذا أهمية كبيرة في كل من مرحلة إبرام العقد أو تنفيذه، ويقصد به في مجال التعاقد ذلك العمل المشترك بين أطراف العقد خلال مرحلة تكوينه وتنفيذه، ومن أبرز القواعد الأساسية في عقود الاستهلاك هي إعلام إرادة المستهلك التي عادة ما تقع على عائق المهني أو المحترف الذي يصبح مجبرا على تحقيقها، دون ذلك سوف يعرض نفسه لجزاءات قضائية معينة وهذا ما يميز بين الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالتعاون فهذا الأخير تسوده روح التعاون وحسن النية وذلك بغية تحقيق مصالح مشتركة تنشأ عن العقد المراد إبرامه مثلا لا يجوز للطرفان خلال المفاوضات التي قبل إبرام العقد قطع المفاوضات بطريقة تعسفية أو مماطلة²⁷.

²⁵ - بادي عبد الحميد، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 02، العدد الثالث، جامعة الجزائر 01، جوان 2017، ص 76.

²⁶ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مصدر سابق.

²⁷ - راضية أنيس، أوهاب جابر، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020، ص 13.

وكذلك فإن التزام المهني بالإعلام يختلف عن الالتزام بالتعاون في أن الأول يتمثل في سلوك فردي يقوم به المهني يتمثل، في الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالمنتج والمعلومات الصحيحة المتعلقة به سواء كانت هناك علاقات استهلاكية أم لا، بينما الالتزام بالتعاون هو سلوكيات أو تصرفات مشتركة تهدف التعاون بين طرفي العلاقة القانونية، في حين يختلفان من حيث الهدف فالالتزام بالإعلام يهدف إلى تبصير إرادة الدائن والالتزام بالتعاون هدفه هو تحقيق المصلحة المشتركة بين الطرفين²⁸، ويمكن اعتبار الالتزام بالإعلام مشدداً على أحد الطرفين على عكس الالتزام بالتعاون الذي هو واجب على كل من الطرفين الساعية إلى تحقيق مصالح مشتركة ضمن إطار التعاون المتبادل، ومن هنا نرى أن جوهر الاختلاف بين الالتزام بالإعلام والالتزام بالتعاون هو أن الأول إتخذ طابعاً قانونياً والثاني طابعه أخلاقي²⁹.

رابعاً: الالتزام بالإعلام والإشهار

قبل التطرق إلى التمييز بين الالتزام بالإعلام والإشهار، يجب أولاً التنويه إلى وجود اختلاف بين الإعلان والإشهار، فالإعلان هو النشاط أو الفن الذي يستهدف أحداث تأثير نفسي على الجمهور وإلى إثارة وتحريك رغبة، المستهلك وإغرائه للإقبال على السلع والخدمات، وذلك تحقيقاً لأهداف تجارية وليس تنبيهه وإحاطته علماً بتفاصيل قد تصرفه عنه³⁰.

ومن ثم يعرف الإشهار على أنه: "عملية اتصال لحساب المؤسسة المشهورة التي تسدد ثمنه لصالح الوسائل المستعملة لبثه ويكون الإشهار منصب على سلع وخدمات وغالباً ما تكون تجارية أو سياسية"³¹.

²⁸ - الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك "دراسة تحليلية مقارنة"، د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 120.

²⁹ - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018، ص 20.

³⁰ - قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، 2013، ص 260.

³¹ - علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص 51.

ومن الجدير بالذكر أن الإشهار أصبح في الوقت الحالي يعتمد بشكل كبير على الوسائل الإلكترونية، حيث أصبح له دور بارز في وسائل الاتصال الإلكترونية، ما دفع بالمشرع إلى تنظيم أحكامه من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ويلتزم المورد بالإشهار الإلكتروني باستعمال وسائل الاتصال الإلكتروني³².

لقد عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في نص المادة 06/06 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية³³ على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية."

هناك تمييز بين الإشهار والإعلام، فالإشهارات هو مجموع الاقتراحات أو الدعايات أو الإعلانات المعدة لترويج سلعة أو خدمة بواسطة وسائل بصرية أو سمعية بصرية، هدفه جلب المستهلك وليس تنبيهه، أما الالتزام بالإعلام يعد وسيلة لمقاومة مخاطر الإشهارات والدعاية عن طريق تقديم معلومات موضوعة على السلع والخدمات³⁴.

المطلب الثاني

التكييف القانوني للالتزام بالإعلام الإلكتروني

يجب أن يكون لكل التزام قانوني أساس قانوني محدد وفي ظل غيابه يمكننا الحديث عن وجود التزام على عاتق المورد، وتكمن أهمية البحث عن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام في معرفة القوانين الواجبة التطبيق في مثل هذا الالتزام، ومن خلال هذه الطبيعة يمكن الوصول إلى إثبات على من تقع المسؤولية.

³² - عبد اللاوي خديجة، مرجع سابق، ص 79.

³³ - القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

³⁴ - عبد اللاوي خديجة، مرجع سابق، ص 80.

لذلك سنسعى من خلال هذا المطلب إلى توضيح الأساس القانوني للالتزام بالإعلام الإلكتروني في (الفرع الأول)، ثم تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الأساس القانوني للالتزام بالإعلام الإلكتروني

نظرا للعيوب التي برزت جراء تطبيق مبدأ سلطان الإرادة، الذي يتيح للأطراف حرية تحديد حقوقهم والتزاماتهم، مما أدى إلى حدوث خلل في التوازن بين أطراف العلاقة التعاقدية، من أجل ذلك تدخل المشرع لتقييد هذه الحرية وهذا المبدأ من خلال وضع أسس قانونية تهدف إلى تحقيق التوازن العقدي وحماية المستهلك الإلكتروني كطرف ضعيف في العلاقة.

يرى فقهاء القانون أن الالتزام بالإعلام يستند إلى مجموعة من الأنظمة القانونية العامة والخاصة، وسنوضح هذه المصادر تباعا³⁵.

أولا: الالتزام بالإعلام وفقا للقواعد العامة

يعتبر التقصير الإدلاء بالمعلومات معينة يترتب عنه عيبا في الإرادة أو ضمان العيوب الخفية أو إخلال بمبدأ حسن النية الذي له تأثير على تنفيذ العقد.

1- نظرية عيوب الإرادة

لقد إسناد الالتزام بالإعلام إلى عيوب الإرادة خاصة الغلط والتدليس لأنهما يرتبطان بهذا الالتزام إرتباطا وثيقا³⁶، والبعض يسنده من خلال إدراج عيب جديد ويتمثل في عدم المساواة في

³⁵ - رمزي بيد الله الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2016، ص 69.

³⁶ - بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2012، ص 25.

العلم بين المتعاقدين³⁷، لأن الهدف من الالتزام بالإعلام هو حماية رضا المتعاقد، وقد يصاب هذا الأخير بإرادة معيبة تؤثر على رضائه، فتتجه الإرادة إلى التعاقد وهي على غير دراية بحقيقة الأمر.

وأن الصلة الوثيقة الموجودة بين الالتزام بالإعلام ونظرية عيوب الرضا دفعت بالكثير من الفقهاء إلى اعتبار نظرية عيوب الإرادة أساساً قانونياً لحق الالتزام بالإعلام، حيث أن الإخلال به قد ينتج عنه عيب في إرادة الطرف الضعيف، وذلك في حالة عدم التوازن والمساواة في المعرفة بين الطرفين فيبطل العقد إستناداً إلى الخداع أو التدليس والغلط الواقع على صفة جوهرية³⁸، وبناءً على هذا يتبين أن الالتزام بالإعلام كأنه نوع للوقاية من عيوب الإرادة.

أ- **الغلط:** هو توهم يقوم بالنفس يصور الواقع على غير حقيقته، وبهذا فهو يؤثر في تكوين الإرادة لا في نقلها ولا في تفسيرها، مما يؤدي إلى تعييبها، فينتج عنه الانعدام الكلي للإرادة فيصور للمتعاقد الآخر الأمر على غير حقيقته ليكتشف بعدها عدم صحته فيصبح العقد قابلاً للإبطال لمصلحته³⁹.

وقد أشار المشرع الجزائري في المادتين 81 و 82 من القانون المدني⁴⁰، حيث نصت المادة 81 على أنه: "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله"، وكذلك نصت المادة 82 على أنه: "يكون الغلط جوهرياً إذا بلغ حده من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط". وللمطالبة بإبطال العقد لا بد من توفر شروط التي تطلبها المشرع في المجال الخاص بالغلط وإلا كان الطلب مرفوضاً، لكن رغم

³⁷ - دمعي العيد، الالتزام بالإعلام في العقود الاستهلاكية الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020، ص 13.

³⁸ - رمزي بيد الله الحجازي، مرجع سابق، ص 71.

³⁹ - بوضري محمد بلقاسم، "الغلط والتدليس في القانون الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 15، العدد 02، جامعة الجلفة (الجزائر)، 2022، ص 449.

⁴⁰ - الأمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مصدر سابق.

اتحاد الالتزام بالإعلام ونظرية الغلط من حيث الهدف ألا وهو حماية الطرف الضعيف إلا أنهما يختلفان أي أن نظرية الغلط تظل غير كافية للحماية⁴¹.

ب- التدليس

يعتبر التدليس اللجوء إلى طرق احتيالية من شأنها تخدع المدلس عليه لجعل المتعاقد يقوم بإبرام العقد أي كتمان بعض الصفة الجوهرية⁴².

وقد ذهب القضاء الفرنسي إلى كل هذا في المادة 1116 من ق.م. الفرنسي التي تعتبر أن التدليس سببا لبطلان العقد، حيث كرسه التعديل الجديد الفرنسي للقانون الفرنسي لسنة 2016 تنص المادة 1137⁴³ على أن "التدليس هو الفعل الذي يحصل به أحد المتعاقدين على موافقة الآخر عن طريق المناورات أو الكذب، كما يشكل تدليسا إخفاء أحد المتعاقدين عمدا لمعلومات يعلم أنها للطرف الآخر" واستوحى المشرع الجزائري ذلك بنصه في المادة 2/86 من ق.م. ج. على أنه "يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لما علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة"⁴⁴.

ورغم كل هذا فقد وجهت هذه النظرية صعوبة في تحقيق حماية المستهلك لأنها لا تتدخل إلا إذا كان المتعاقد يشكو من غلط أو تدليس أدى إليه الطرف الآخر أو كان على علم به.

2- الالتزام بضمان العيوب الخفية

لقد تم إعتبار الالتزام بضمان العيوب الخفية مصدرا للالتزام بالإعلام وهذا ما ذهب إليه بعض الفقهاء، لأنه يستحيل على المشتري العلم بكل البيانات من تلقاء نفسه⁴⁵، فالبائع هو

⁴¹ - بوالباني فايضة، مرجع سابق، ص 25.

⁴² - رمزي بيد الله الحجازي، مرجع سابق، ص 71.

⁴³ - Art 1137 au ccf «constitue également un dol. l'autre partie»....

⁴⁴ - دمعي العيد، مرجع سابق، ص 14.

⁴⁵ - رمزي بيد الله الحجازي، مرجع سابق، ص 72.

المسؤول عن الإدلاء بالبيانات اللازمة قبل إبرام العقد لتجنب في قراره، لأن هذا يعطي الحق للمستهلك في طلب الفسخ أو إنقاص الثمن أو التعويض.

وبشيء من الإمعان والتدقيق يتضح لنا أن الالتزام بضمان العيوب الخفية أضيف من نطاق الالتزام بالإعلام، لأن الأول يخص فقط الحالات التي فيها عيب غير ظاهر في الشيء المبيع على عكس الالتزام بالإعلام الذي يشمل جميع البيانات المتعلقة بطريقة استخدام المبيع والاحتياجات الواجب مراعاتها لتجنب أضراره⁴⁶.

3- مبدأ حسن النية

إنه غالبية الفقهاء والقضاء الفرنسيين إلى التصريح بأن أساس وجوهر الالتزام بالإعلام هو مبدأ حسن النية لأنه ملزم على كلا المتعاقدين ويهدف إلى تحقيق الأمانة والثقة بينهما⁴⁷.

طبقاً لمبدأ حسن النية ينبغي مراعاة الأمانة بين الأطراف المتعاقدة لتحقيق الثقة المتبادلة بينهما، لذا يجب على المورد الإلكتروني عند إبرام العقد الإدلاء بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمبيع، أي إخفاء عن هذه المعلومات يتنافى مع مبدأ حسن النية، الأمر الذي أكدته المشرع الجزائري حسب المادة 107 من القانون المدني⁴⁸ التي تنص على أنه "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما إشتمل عليه وبحسن نية".

أي دون تحقيق طرفي التعاقد مصلحته بغض النظر عن مصلحة الطرف الآخر الذي عليه أن يعلم بكافة البيانات عن الشيء المبيع ويأخذ بالتصرف الحسن بعيده عن نية الأضرار بالغير⁴⁹.

⁴⁶ - بوالباني فايذة، مرجع سابق، ص 27.

⁴⁷ - نقلا عن غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 25.

⁴⁸ - الأمر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، مصدر سابق.

⁴⁹ - رمزي بيد الله الحجازي، مرجع سابق، ص 75.

ثانيا: الالتزام بالإعلام في ظل القواعد الخاصة

لم يعد المشتري محميا من خلال القوانين العامة فقط وإنما لنقص هذه القواعد تطور ليصبح هذا الأخير محصن بموجب نصوص قانونية خاصة⁵⁰.

يعتبر الإطلاع على المبيع وعلى المعلومات الأساسية من الركائز القانونية للالتزام بالإعلام وجاء هذا القانون لمصلحة المشتري⁵¹، ونجد أن القانون الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك التونسي نص على أهم المعلومات التي يجب على البائع أن يوفرها للمستهلك قبل إبرام العقد وذلك في الفصل 25 على مايلي : "هوية وعنوان وهاتف البائع أو مسدي الخدمة، وطبيعة المنتج وخاصياته وسعره، وشروط الضمانات التجارية وخدمات ما بعد البيع، وإمكانية العدول عن الشراء وأجله، وطرق إبدال المنتج أو إعادته واسترجاع المبلغ المدفوع"⁵².

أما فيما يخص التشريع الجزائري فقد أدلا أن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في نص المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁵³ وعلاوة على ذلك أوجب المشرع بضرورة إعلام المستهلك بشروط العقد من أجل أن تكون العملية التجارية نزهة وشفافة⁵⁴ وذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المتعلق بتعيين العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين حيث جاء في نص المادة 04 على أنه: "يتعين على

⁵⁰ - بتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2012، ص20.

⁵¹ - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2002، ص 18.

⁵² - يحيوي سعاد، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، د ط، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، 2022، ص49.

⁵³ - المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

⁵⁴ - شايب بوزيان، ضمانات تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016، ص 273.

العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه⁵⁵.

ونجده في القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ينص على "إلزام تولي البائع إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"⁵⁶.

ومن خلال كل ما تم التعرض إليه من نصوص قانونية نرى أن المشرع أكد في مواقع مختلفة على أهمية الإعلام حيث إعتبره من الأساليب الفعالة التي تحقق الأمن والسلامة للمشتري وتسعى إلى جعل طرفي العقد متساويين من ناحية المعرفة.

الفرع الثاني

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني

إن طبيعة الالتزام بالإعلام تلقى بظلالها على أحكامها القانونية ومن ثم أيضا على الجزاء الواجب التطبيق في حالة الإخلال به، وأهمية البحث في هذه الطبيعة تأتي من كون هذا الالتزام قد يجد مجاله في المرحلة قبل التعاقدية، من أجل تنوير إرادة المستهلك الإلكتروني حتى تصدر صحيحة، كما يفرض على المورد المهني في مراحل تنفيذ العقد بهدف ضمان سلامة المستهلك وتمكينه من الانتفاع بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد⁵⁷.

ولهذا يجدر الإشارة إلى تبيان طبيعة الالتزام بالإعلام وذلك بالإجابة عن التساؤل المتعلق بما إذا كان هذا الالتزام التزمًا بتحقيق نتيجة أم ببذل عناية.

⁵⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج. ر. ج. ج. عدد 56، الصادر بتاريخ 11 سبتمبر 2006، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44، المؤرخ في 03 فبراير 2008، ج. ر. ج. ج. عدد 07 صادر في 10 فبراير 2008.

⁵⁶ - القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصدر سابق.

⁵⁷ - مصطفى أحمد أبو عمرو، مرجع سابق، ص 66.

أولاً: الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية

يعرف الالتزام ببذل عناية أنه: "الالتزام الذي يجب على المدين فيه بأن يأخذ في عمله الحيلة والعناية دون أن يكون عليه الوصول لنتيجة معينة يبتغيها الدائن"⁵⁸.

حسب هذا الاتجاه فإن الالتزام بالإعلام هو التزام بوسيلة⁵⁹، وفي هذا النوع من الالتزام يجب على المدين به أن يبذل مقدر معين من العناية التي يبذلها الشخص العادي، بل يتخذ فقط الوسائل اللازمة لإعلام المستهلك المتعاقد كطريقة الاستخدام والإحتياطات الواجب اتخاذها وكذا بيانات التحذير من مخاطر المنتج.

وعليه يرى غالبية الفقهاء أن التزام المتدخل بكيفية استخدام المنتج والأخطار التي يمكن أن يربتها هذا الاستخدام هو التزام ببذل عناية ويرجع اعتباره التزاما ببذل عناية لعدة أسباب:

- 1- أن النتيجة المطلوبة من الالتزام بالإعلام احتمالية وليست مؤكدة الوقوع وأن للدائن دور في تحقيق النتيجة أو منعها⁶⁰، وهذه من بين الشروط التي اقرها الفقهاء ببذل عناية.
- 2- المتدخل لا يتحكم في نتيجة المعلومات التي يقدمها ولا يستطيع أن يلزم المستهلك بإتباعها بل يتعهد فقط ببذل كل ما من شأنه إحاطة المستهلك بجميع البيانات المتعلقة بالمنتج، لأنه مهما بلغ حرص المتدخل على وضوحها فإنه لا يغني لتحقيق النتيجة المرجوة بل يتوقف الأمر على مدى استجابة المستهلك والتزامه بذلك.

- 3- الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية لا بتحقيق نتيجة، ذلك أن الإدلاء بكافة المعلومة والبيانات المتعلقة بالمنتج متوقفة على إرادة المستهلك ومدى استجابته لها في تنفيذه، بالتالي لا تقوم

⁵⁸-قالية فيروز، مرجع سابق، ص 55.

⁵⁹-Muriel Fabre-magnan, les obligations-Tom 1: contrat et engagement unilatéral, 2^e éd, paris, puf, colle. « Thémis », 2007, p 194.

⁶⁰- نزار إلهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2019، ص 23.

مسؤولية المهني إلا بإثبات خطئه والذي يكون في حالة عدم تنفيذه التزامه بالإعلام إضافة إلى حدوث نتيجة إلى ذلك⁶¹.

وقد استند هذا الاتجاه كذلك في تأكيدهم على أن الالتزام هو التزام ببذل عناية على العديد من الأحكام الصادرة عن القضاء الفرنسي، منها ما قرره محكمة استئناف باريس بتاريخ 12-07-1972 في صدد مسؤولية مورد أجهزة الإعلام الآلي أن المورد ليس ملزماً بتحقيق نتيجة⁶². وكذلك حكم صادر عن محكمة استئناف ROUEN الذي أكد أنه لا يمكن أن يطلب الصيدلي عند الالتزام بالإعلام تحمله الأضرار المحتملة للأدوية التي قد تلحق المريض إذا لم يتقيد هذا الأخير بالبيانات والإحتياطات والمقادير التي وصفها إياه الصيدلي وحثه على التقيد بها دون نقص أو زيادة لأن المحكمة توصلت إلى أن الالتزام بالإعلام هو التزام بوسيلة وليس بتحقيق نتيجة⁶³.

ثانياً: الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة

يعرف الالتزام بتحقيق نتيجة أنه: "الالتزام يتعهد المدين بمقتضاه بتحقيق نتيجة أو غاية محددة، وما لم تتحقق هذه النتيجة يكون المدين مسؤولاً أمام الدائن لكونه لم يقم بالتنفيذ"⁶⁴. لذلك يذهب جانب من الفقه إلى أن التزام المورد بإعلام المستهلك، خاصة في مجال العقود التي ترد على الأشياء الخطرة هو التزام بتحقيق نتيجة، ويؤسس هذا الاتجاه رأيه على أن هذه الطبيعة هي التي تتناسب مع الالتزام بالإعلام وتضمن تحقيق النتيجة للهدف المنشود من وجوده، وبعبارة أخرى أن هذا الالتزام لن يتحقق إلا من خلال اعتباره تطبيقاً للالتزام المحدد أي الالتزام

⁶¹ - بشير سليم، بوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقاً لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03"، مجلة الحقوق الحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، أبريل 2017، ص 33.

⁶² - جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص 54.

⁶³ - بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 35.

⁶⁴ - قاله فيروز، مرجع سابق، ص 58.

بتحقيق نتيجة، كما يستند هذا الاتجاه إلى أن هذه الطبيعة هي التي تضمن إتساق الأحكام المطبقة على حالات المسؤولية الناشئة عن الأضرار التي لحقت بالمنتجات محل التعاقد بالمستهلك⁶⁵.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري حسم الخلاف بموجب القانون رقم 03/09 سالف الذكر، أين اعتبره التزام بتحقيق نتيجة وذلك بترتيب جزاء جنائي في حالة مخالفة هذا الالتزام الذي رتبته على عاتق المتدخلين ولو لم يترتب ضرر للمستهلك، أما إذا ترتب الضرر فتقرر المسؤولية المدنية بالإضافة إلى جانب المسؤولية الجزائية⁶⁶.

بالنظر إلى تباين المواقف بشأن طبيعة التزام المتدخل بالإعلام، وحرص كل اتجاه على الدفاع عن وجهة نظره، حيث برز اتجاه فقهي جديد يدعو بضرورة معرفة ما يلتزم به المدين اتجاه الدائن حتى يتسنى تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، أي لا يمكن التأكيد بأن هذا الالتزام هو التزام ببذل عناية أو التزام بتحقيق نتيجة وإنما يمكن القول بأنه أقوى من الالتزام ببذل عناية لأن هناك أمور يجب على المدين القيام بها وأقل من الالتزام بتحقيق نتيجة، حيث هناك أمور لا تدخل تحت سيطرة المدين بل يترك الأمر فيها للدائن لذلك يرى هذا الإتجاه بأن الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة مخففة (obligation de résultat atténuée).⁶⁷

المبحث الثاني

مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني

بما أن المستهلك الإلكتروني ليس على إتصال مكاني مباشر مع المورد الإلكتروني، فإن هذا الأخير ملزم بإحاطة المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الضرورية المتصلة بالعقد، بهدف تنوير إرادة المستهلك الإلكتروني.

⁶⁵ - أبو عمرو مصطفى أحمد، مرجع سابق، ص 73.

⁶⁶ - زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، د ط، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 65.

⁶⁷ - بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 37.

وعليه فإن التزام المورد المهني بالإعلام يبقى الوسيلة المثالية لتحقيق المساواة بين أطراف العلاقة العقدية، فأغلبية عقود الإستهلاك التي نشاهدها تتم بين مورد محترف ومستهلك يفقر للمعلومات الكافية عن الخدمة أو السلعة محل العقد خصوصا إذا كان التعاقد إلكترونيا.

ولنشؤ الإلتزام بالإعلام في إطار الثقافة الإلكترونية يستلزم إستجماع شروط يجب إتباعها وعدم الخروج عنها، فحماية المستهلك أمر ضروري كونه الطرف الضعيف في العلاقة الإستهلاكية وفي مواجهة المهني الطرف المحترف، لأنه لا بد من القانون أن يستجيب لكل مقتضى أو تطور اقتصادي أو تكنولوجي بإعتباره أداة للتقدم.

ومن ههنا نتطرق في البداية إلى ذكر شروط قيام الإلتزام بالإعلام الإلكتروني ثم مبررات حاجة المستهلك للحماية (المطلب الأول)، ثم نبين طرق تنفيذ الإلتزام بالإعلام الإلكتروني وصوره (المطلب الثاني).

المطلب الأول

شروط ومبررات تقرير الإلتزام بالإعلام الإلكتروني

عقد الإستهلاك يتسم بوجود طرفان غير متكافئين من حيث المعرفة والقدرة الاقتصادية، حيث يمتلك الطرف المهني خبرة واسعة ومعرفة دقيقة بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد، بينما يعد المستهلك الطرف الضعيف من الناحية الاقتصادية والمعلوماتية وأحيانا القانونية، ولتحقيق العدالة التعاقدية أقر المشرع أن الإلتزام بالإعلام يقع على عاتق الطرف القوي، وهو المهني ومع ذلك يرى بعض الفقهاء أن هذا الإلتزام يتطلب شروطا معينة.

في هذا المطلب سنحاول أن نبين شروط الإلتزام بالإعلام (الفرع الأول)، ثم نحدد مبررات تقرير الإلتزام بالإعلام في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني

لتمكن المستهلك من ممارسة حقه في الإعلام الذي أقره المشرع الجزائري بموجب قواعد أمر لا يمكن للمتدخل مخالفتها، يجب توفر مجموعة من الشروط الأساسية، لتتوفر إرادة المستهلك الذي يقدم على التعاقد لتمكينه من الاختيار الحر والسليم لمحل التعاقد عليه وبطريقة تحمي مصالحه، ومن هنا سنقوم بتوضيح هذه الشروط.

أولاً: يجب أن يكون الإعلام مكتوباً

يعتبر وجوب مراعاة اللغة الأم لكل مستهلك من أشكال الحماية التي أضافتها المبادئ القانونية المعاصرة للمستهلك، ليتسنى له فهم مضمون العقد الذي يريد أن يقدم عليه، إذ أوجبت المبادئ القانونية الحديثة أن يكون العقد بلغة المستهلك⁶⁸.

لهذا فرض المشرع الجزائري على المتدخل، أن يكون شرط الإعلام واضحاً ومكتوباً، لإيصال البيانات والمعلومات الكاملة للمستهلك، لتجنب الوقوع في النسيان لأن الإعلام اللفظي يعتبر نادراً أو غير مستخدم حالياً، يهدف هذا الشرط إلى تجنب الإشكالات المتعلقة بالإثبات في حال نشوب نزاع حوله، وهو من نص المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378⁶⁹ الذي جاء تطبيقاً للمادة 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁷⁰، التي تنص على الالتزام بالوضوح وكان مضمونها واسعاً بحيث شملت العقد من خلال الإشارة إلى شروط ضمان المنتج والتي تنص على مايلي: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة، يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرسهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".

⁶⁸ - عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، عمان، 2012، ص104.

⁶⁹ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مصدر سابق.

⁷⁰ - القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

ونستخلص من ذلك أن مراعاة اللغة الأم للمستهلك، هي أحد أهم وسائل الحماية التي تنشأ في ظل المبادئ القانونية الحديثة، سواء تعلق الأمر بإعلام المستهلك بلغته أو إبرام العقد بلغته، إلا أن الأمر يزداد حدة في مجال التعاقد الإلكتروني، الذي يتسم بالطابع العالمي والذي يتم غالبا باللغة الإنجليزية، الأمر الذي يستلزم تبني مختلف البدائل لاستخدام مختلف اللغات في المعاملات التجارية الإلكترونية، لفهم المستهلك محتوى العقد الذي يحفزه على إبرام العقد برضاء واعي ومستنير.⁷¹

ثانيا: يجب أن يكون الإعلام مفهوماً وواضحاً

يشترط أن يكون الإعلام واضح، غير غامض بالإضافة إلى أن يكون مكتوب بخط واضح ومقروء وبعبارات سهلة ومقروءة تسمح للمستهلك فهم كل البيانات المتعلقة بالمنتج وذلك تقاديا لأي غموض قد يعتري الإعلام، ويؤدي إلى غلط تضليل المستهلك، فالمستثمر العقاري يلزم بالإعلان عن مشروعه وكل البيانات المتعلقة به بعبارات بسيطة ومفهومة وبشكل واضح، دون لبس أو غموض لتمكين المشتري من معرفة ما هو مقدم عليه معرفة تامة وواضحة⁷².

فإن المحترف بإمكانه أن يعتمد على رسومات وأشكال معينة توضح لمستهلك ملاحظات (قد تكون على شكل تحذيرات) تساعد على فهم المعلومات المقدمة خاصة إذا كان هذا الأخير غير قادر على القراءة، كأن يضع المنتج على منتجاته رسم ملون بالأحمر يلفت الانتباه على أن المنتج قد يشكل خطر في حالة عدم استعماله استعمال صحيح، ويجب أن تكون المعلومات المقدمة للمستهلك، إذا كانت مكتوبة بخط واضح وسهل القراءة، وتتضمن ألفاظاً مفهومة وبسيطة

⁷¹ - خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 70.

⁷² - كيجل كمال، تسببية أمر، "الالتزام بالإعلام في عقد البيع على التصاميم"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الثاني، العدد الثامن، جامعة أحمد دراية، أدرار، 08 ديسمبر 2017، ص 121.

غير معقدة أو غامضة، ينبغي استخدام لون داكن لتتوزع العبارات التي تعتبر مهمة وتؤثر على رضا المستهلك.⁷³

ثالثاً: يجب أن يكون الإعلام كاملاً ووافياً

يكون الإعلام كاملاً إذا كان المحترف يحيط جميع المعلومات المتصلة بالعقد المراد إبرامه، وهذا ما أصبح يفقده الإعلام في الآونة الأخيرة، حيث نشهد انتشاراً واسعاً للإعلانات الكاذبة والمضللة، إن الدقة في تقديم المحتوى الإعلاني تعد عنصراً أساسياً، إذ ينبغي أن يساهم الإعلام في تزويد المستهلك بالمعلومات الواضحة والموثوقة التي تساعد على اتخاذ القرار الصحيح بشأن العقد المقبل إبرامه.

يقصد بالتحذير الوافي ذلك التحذير الذي يلفت انتباه المستهلك إلى كل وجوه المخاطر التي يمكن أن تلحق به، والذي يتطلب أن تكون المعلومات والبيانات المقدمة كاملة كافية، وتشمل كل ما يتعلق بالسلعة من خصائص وعناصر وأخطار، وإن كان تنفيذ هذا الالتزام بصورة وافية يقتضي من المنتج أو الموزع أن يقضي بكل المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة، إلا أنه ليس مطلوباً منه أن يسهب في عرض التفاصيل التي يفترض أن المشتري على دراية بها، بصورة تتضخم معها هذه البيانات مما يرهق البائع ويبعث الملل في نفس المستهلك هذا من جهة ومن جهة أخرى لا يكون الإعلام وافياً إلا إذا أحاط المنتج بالمخاطر التي يمكن أن تنجم عنها مجرد حيازة الشيء وإبرازها للمستعمل، وإيضاح طريقة الوقاية منها، كما لو كان الشيء مثلاً يمكن أن يفسد أو ينفجر تحت تأثير الحرارة، حيث يجب أن يتضمن التحذير ضرورة حفظه بعيداً عن المصدر الحراري.⁷⁴

⁷³ - بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 353.

⁷⁴ - ثامر كشيدة، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019، ص 11.

ليس من واجبات المهني تقديم المعلومات الأساسية فقط للمستهلك، فالمقصود من تقديم المعلومات الجوهرية يعتمد على نوع العقد، ففي العقود المتعلقة بالأجهزة الإلكترونية، تتطلب تقديم معلومات أكثر تفصيلا مقارنة بالعقود التقليدية، كما أنها تحتاج إلى مستوى معين من المعرفة⁷⁵.

رابعاً: يجب أن يكون الإعلام لصيقاً بالمنتج

من الواجب أن يكون الوسم لصيقاً بالمنتج، يتضمن بيانات يتعذر محوها، مفاده أن تكون البيانات المكتوبة على المنتج، غير قابلة للإزالة أي لا تتفك عن المنتج⁷⁶، وقد أشار المشرع الجزائري إلى نفس المضمون في المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بالشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁷⁷، على أنه: "عندما توضع المواد الغذائية على بطاقة، يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التغليف".

فلا يثور أي إشكال بالنسبة للمنتجات التي تسمح بطبع الوسم عليها، كالأجهزة الكهربائية، لكن إذا كانت من المنتجات السائلة فإن ذلك يستوجب تعبئتها في عبوات، وبالتالي ينبغي أن يوضع الوسم على العبوة مباشرة كالزجاجة مثلاً، وإذا كانت هي بدورها توضع في تغليف آخر، فإنه يستحسن أن يكرر الوسم ذاته على التغليف الخارجي⁷⁸.

الفرع الثاني

مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يتعهد المورد للسلعة أو الخدمة بتوفير المعلومات والبيانات الضرورية التي تساعد على توضيح اختيارات المستهلك الإلكتروني حين إبرامه للعقد، يحظى الالتزام بالإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بعقود الاستهلاك بأهمية خاصة، نظراً للاختلاف الملحوظ في مستويات

⁷⁵ - بن سالم المختار، مرجع سابق، ص 47.

⁷⁶ - سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص 65.

⁷⁷ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مصدر سابق.

⁷⁸ - بوخرس بلعيد، "الالتزام بالإعلام التعاقدية (آلية لضمان أمن وسلامة المستهلك من المنتج الخطير"، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 09، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2021، ص 393.

المعرفة والخبرة بين المورد والمستهلك الذي يبرم معه العقد، مما قد يؤدي إلى عدم توازن في العلاقة التعاقدية، لذلك يعد تقرير الالتزام بإعلام وسيلة لإعادة المساواة والتوازن في العلم بين المتعاقدين في العقد.

أولاً: إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين

لقد أدى التطور الصناعي والاقتصادي والتكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم إلى تغيير أسلوب البيع عن أسلوبه التقليدي، فلم يعد بسيطاً كما كان، بل أصبح التعاقد الإلكتروني أكثر تعقيداً مما يستحيل أن يتعرف المستهلك العادي فهم التفاصيل الدقيقة والخصوصيات المعروضة بسبب عدم المساواة في العلم والخبرة بين المهنيين والمستهلكين، حيث أن المورد يعرف معلومات جوهرية حول السلع والخدمات المعروضة في سوق مقارنة للمستهلك وهذا ما يؤدي إلى عدم التوازن في العلاقات بينهما، لذلك فإن عدم المساواة في المعرفة بين أطراف عقد الاستهلاك يبرر تقرير الالتزام على عاتق الطرف الذي يعلم⁷⁹.

وتزداد الحاجة إلى تحقيق هذه المساواة في إبرام العقود الإلكترونية نظراً للخصوصية التي تتمتع بها كاستعمال التاجر لأدوات الويب التي يستطيع بواسطتها الوصول لأي مكان ويمارس تأثيراً يتجاوز الأدوات التقليدية في الواقع، مما يبرر تقرير أصحاب الخبرة من المهنيين بسبب عدم المساواة بين أطراف العقد، والإعلام بالبيانات والمعلومات الضرورية تساعد على تنوير إرادة المستهلك في إبرام العقد⁸⁰.

⁷⁹ -عبد المنعم موسي، مرجع سابق، ص 371.

⁸⁰ - خالد طيهار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص 34.

ثانياً: إعادة التوازن العقدي

يلعب الالتزام بالإعلام دور مهم في حماية رضا المستهلك، الذي قد لا يتمكن بسبب مركزه الضعيف في العقد من تحديد موضوع التعاقد بتفاصيل، وبذلك يصبح هذا الالتزام أكثر أهمية بالنسبة لطبيعة العقد التجاري الإلكتروني، نظراً لطبيعته الخاصة التي تقوم على الطرفين مادياً⁸¹.

ويرى بعض الفقهاء أن الأساس القانوني لهذا الحق يجد مصدره في الحماية التقليدية للطرف المذعن في القانون المدني، إلا أن غالبية الفقهاء ترى بأن الأساس موجود في قانون حماية المستهلك الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائماً الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائع أو المورد المحترف، مما توجب على هذا الأخير إعلامه مسبقاً بكل المعلومات الضرورية حتى تتوازن الإرادتين وتتكافأ⁸².

يعد الحق في الإعلام أداة قانونية تهدف إلى استعادة التوازن المفقود في المعرفة بين المورد والمستهلك، كما يسعى إلى معالجة الاختلال الاقتصادي الذي ينشأ بين طرفي العقد، والذي يؤدي إلى عدم التوازن في مراكزهم العقدية.

المطلب الثاني

آليات تكريس حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني

لتمكين حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني أنشأ المشرع الجزائري وسائل خاصة تجعل المستهلك يحصل على منتجات تلبي رغباته، ومن بين هذه الآليات نجد طرق تنفيذ الالتزام بالإعلام في (الفرع الأول)، ثم تحديد صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني في (الفرع الثاني).

⁸¹ - عبد المنعم موسي، مرجع سابق، ص 373.

⁸² - خلوي نصيرة، مرجع سابق، ص 43.

الفرع الأول

طرق تنفيذ الالتزام بالإعلام الإلكتروني

في العديد من الحالات لو لم يتدخل المورد لتوضيح الغموض الذي يحيط ببعض المنتجات، لما استطاع المستهلك الحصول على تفاصيلها، مع إتاحة الحرية للمتدخل في أن يتخذ طرق عديدة المتمثلة في الالتزام بإعلام عن خصوصيات السلع والأسعار وشروط للبيع.

أولاً: الالتزام بالإعلام عن خصوصيات السلع والخدمات

للمورد المهني الحق في إعطاء المواصفات والمعلومات اللازمة لشيء المبيع أو الخدمة لعلم المستهلك بما هو مقدم على التعاقد بشأنه⁸³، وهذا أمر هام لأن له فضل في تطوير وزيادة معلومات المستهلك ومعارفه وحقوقه في إختيار ما يحتاجه من السلع وهذا يكون ب:

1- الوسم:

يعرف الوسم أنه وسيلة تسويقية حديثة تخدم المصالح التجارية للمتدخل بدلاً عن أسلوب العرض في الهواء الطلق، بالإضافة إلى أن هذه الطريقة تسمح بتوضيح كل المعلومات الأساسية التي يحتاجها المستهلك، ليكون على دراية وعلم بطبيعة ما يشتريه من منتجات⁸⁴.

لقد عرفه البعض على أنه " تلك البيانات الموضوعة على الغلاف أو العبوات والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك"⁸⁵

أما من الناحية القانونية فقد عرفت المادة 02 الفقرة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث نصت على أن الوسم: "جميع العلامات والبيانات وعناوين

⁸³ - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 188.

⁸⁴ - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، د ط، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 77.

⁸⁵ - بن داود إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار الكتاب الحديث، إسكندرية، 2012، ص 84.

المصنع أو التجارة أو الصور أو الشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو ختم أو طوق يرافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما⁸⁶.

كما عرفه أيضاً المشرع الجزائري في المادة 03 الفقرة 04 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على أن الوسم: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها.⁸⁷"

بناءً على هذين النصين يمكننا القول أن الوسم يتضمن البيانات والإشارات أو الرموز الموجودة على غلاف المنتج أو المرتبطة به، الهدف من ذلك تقديم تعريف واضح وكافي للمنتج، مما يساهم في تشجيع المستهلك على التعاقد بإرادة سليمة ومعرفة مسبقة بمحتوى العقد، هذا ما يساعد في الحفاظ على صحة وسلامة المستهلكين من المخاطر المحتملة للمنتجات المتاحة في الأسواق.

2- إشارات الجودة

تبعاً لوجود علامة الجودة تؤدي إلى تبسيط وتسهيل المعاملات التجارية، وضمان تنفيذ العقود على الوجه الأكمل، وهي كإشعار ضمني على المنتج أو الخدمة تتسم بجودة معينة قد منحها جهة مخولة قانوناً، هي مخصصة لتحقيق هدف ترقوي وإعلامي وتوفير جو من الثقة وضمان مطابقة المنتجات مما يكون سمعة وجودة المنتج⁸⁸.

⁸⁶ - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 05، الصادر بتاريخ 31 يناير 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج، عدد 61 مؤرخ في 21 أكتوبر 2001.

⁸⁷ - القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق

⁸⁸ - بن داود إبراهيم، مرجع سابق، ص 85.

3- دليل الاستعمال

تظهر أهمية هذه الوسيلة من خلال البيوع التي يكون محلها منتجات تتسم بالتعقيد في إستعمالها مثلما هو الحال بالنسبة للسلع الإلكترونية والكهرومنزلية التي يجب أن ترافق بدليل الإستعمال⁸⁹.

ثانيا: الالتزام بالإعلام عن الأسعار والخدمات

تعد أسعار المنتجات والخدمات من المعلومات الجوهرية التي يجب على المستهلك الإطلاع عليها لاتخاذ قرار مستنير بشأن إقتناء أو الإمتناع عن شراء السلع الإستهلاكية، وقد أشار المشرع الجزائري إلى ضرورة إعلام أسعار المنتجات وذلك في المادة 53 من الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة⁹⁰ التي تنص على ما يلي: "إشهار الأسعار إجباري ويتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع السلع أو الخدمات وشروط البيع "

وجاءت أيضا المادة 55 طبقا للأمر السالف الذكر على أنه: "يكون إشهار أسعار السلع والخدمات لفائدة المستهلكين بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع وعند الحاجة بشروطه وكيفياته الخاصة".

إذ نجد أن المشرع قد استلزم بضرورة إعلام جمهور المستهلكين من قبل المنتجين عن السلع الإستهلاكية⁹¹، ويشترط أن يكون الإعلان عن الأسعار سهل قراءته وواضح، حيث لا يحتمل أي تأويل في ذهن المستهلك حول طبيعة المنتج وخصائصه⁹².

⁸⁹ - علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون إجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د. الطاهر مولاي، سعيدة، 2016، ص 16.

⁹⁰ - المادة 53 من الامر رقم 06/95 مؤرخ في 22 فبراير 1995، متعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج، العدد 09 (ملغى)، صادر بتاريخ 22 فيفري 1995.

⁹¹ - بن داود إبراهيم، مرجع سابق، ص 86.

⁹² - KAHLOLA M et MEKHENACH G, « La protection du consommateur en droit Algériens », Revue de l'école national de l'administration, IDARA, vol 05, N°2, 1995, p 27.

ثالثا: الالتزام بالإعلام عن شروط البيع

أكد المشرع الجزائري على إلزام المورد أو المحترف بإعلام المستهلك بشروط المبيع وطريقة استعماله ومواصفاته، والتحذيرات والأمور التي قد تنتج عنه من مخاطر⁹³، وكل هذا جاء في المادة 08 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم التي جاءت كما يلي: "يلزم البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بسميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"⁹⁴، وهذه الشروط يتم تحفيزها مسبقا لكي تكون جبهة عند طلبها فهي تقوم بتتوير المستهلكين بالطرق الخاصة لتنفيذ العقد مثلا من الناحية التسليم وشروط الدفع، شروط إلغاء العقد أو تجديده... إلخ⁹⁵.

كما جاء في نص المادة 09 من القانون 04-02 على أنه: "يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كفيات الدفع، وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات"⁹⁶.

ومن هنا نرى أن شروط البيع تقع على عاتق المورد حيث يلتزم بإعلام المستهلك بكل المعلومات والبيانات وأحكام البيع الضرورية.

⁹³ - زايد محمد، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مجلة أفاق علمية، المجلد 12، العدد 04، المركز الجامعي نور البشير البيض، 2020، ص 542.

⁹⁴ - القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصدر سابق.

⁹⁵ - قرواش رضوان، مرجع سابق، ص 327.

⁹⁶ - المادة 09 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصدر سابق.

الفرع الثاني

صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام هو حق المستهلك على عاتق المتدخلين عند طلب سلعة أو خدمة ما ويتمثل في صورتين أساسيتين منها ما هو سابق للتعاقد الإلكتروني وما هو بعد التعاقد كما يلي:

أولاً: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

إن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يعتبر صادراً ونتاجاً عن العقد الذي يتم إبرامه ما بين أحد المتعاقدين⁹⁷، ويرتكز الفقه القائل إلى أن الإلتزام بالإشهار يكون في المرحلة ما بعد إبرام العقد وذلك بالاعتماد على حجج ومبررات أهمها:

- إعلام المتعاقد لحظة إبرام العقد أو أثناء تنفيذه، يعد إجراء متأخراً ولهذا يؤثر بشأن قرار المتعاقد - ليس من المعقول أن ينشأ الفرع قبل أن ينشأ الأصل، بمعنى أن ينشأ الإلتزام قبل أن ينشأ مصدره، فالعقد لم ينشأ بعد حتى يتسنى القول أن هذا الإلتزام التزاماً عقدياً⁹⁸.

في حين يرى جانب آخر من الفقهاء أن الإلتزام بالإعلام هو التزام قبل التعاقد لما يمثله من فائدة بالنسبة للمتعاقد وبالتالي الطبيعة قبل العقدية للإلتزام بالإعلام، فهو مستقل من العقد ويتعين الوفاء به في المرحلة السابقة على إبرامه⁹⁹، حيث يعتبر التزام بالإعلام السابق التعاقدية بمثابة إشهار تجاري يقوم به المورد، في سبيل تسويق لمنتجاته لكي يكون الطلب عليها كثير وتساعد المستهلك الإلكتروني في تكوين إرادة مستتيرة وشراء ما يرغب به بكل حرية وأرباحية¹⁰⁰.

⁹⁷ - غالب كامل المهيترات، إلتزام المنتج بالتبصير قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، د ط، دار اليازوري العلمية، عمان، 2018، ص 45.

⁹⁸ - بتقة حفيظة، مرجع سابق، ص 12.

⁹⁹ - بوالباني فايزة، مرجع سابق، ص 46.

¹⁰⁰ - حرية سي يوسف، مرجع سابق، ص 50.

ثانيا: الالتزام بالإعلام بعد التعاقد

الالتزام بالإعلام بعد التعاقد يعتبر اللاحق لإبرام العقد، يختص فقط في إعطاء بعض المعلومات، المتعلقة باستعمال الشيء واجب التحذير على الشيء المباع بعد عملية البيع¹⁰¹، هذا ما نصت عليه المادة 35 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378: "يجب أن تحتوي البطاقة من أجل ضمان استعمال جيد على طريقة الاستعمال بما في ذلك التعليمات لإعادة تشكيل بعض المنتجات الغذائية¹⁰²". وهذا كله لتفادي الخطر الناتج عن خطأ في الاستعمال، والحصول على فائدة نافعة من الاستعمال أي على المورد أن يعذر المشتري عن المخاطر التي يمكن أن تنتج عن استعمال المبيع أو حيازته وأن يخطره بجميع الإحتياجات اللازمة¹⁰³، وهذا ما أكدته المادة 48 من المرسوم 13-378 "يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن المرتبطة باستعمال المنتج". وذلك إما بالتغليف أو دليل الاستعمال وفي طريقة الاستعمال، إذا يحق للمستهلك الإلكتروني معرفة مكونات المادة المستعملة وطريقة استعمالها لتجنب مخاطرها وسد الفارق المعرفي والفني بين الطرفين¹⁰⁴.

¹⁰¹ - سارة قيسوس، مونية شريف، الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، 2022، ص 25.

¹⁰² - مرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مصدر سابق.

¹⁰³ - سارة قيسوس، مرجع سابق، ص 25.

¹⁰⁴ - حرية سي يوسف، مرجع سابق، ص 50.

الفصل الثاني

المسؤولية المترتبة عند الإخلال بالالتزام
بالإعلام الإلكتروني

نظرا لافتقار العقود الالكترونية إلى إتصال مباشر وآلي بين المتعاقدين، فإن الالتزام بالإعلام الإلكتروني يعتبر درجة عالية من الأهمية، فالصعوبات التي تواجه المستهلك في مثل هذه العقود هي عدم إمكانية معاينة المنتج معاينة مادية، الأمر الذي يجعل المورد الإلكتروني ملزما بإعلام المستهلك بكل المعلومات الضرورية والجوهرية المتعلقة بمحل العقد، وذلك من أجل تكوين إرادة سليمة تمكنه من إتخاذ قرار الإقبال أو التراجع، ومن ثم فإن عدم قيام المورد الإلكتروني بالوفاء بذلك الالتزام لابد أن يتبعه جزاء قانوني ردعي، لذلك يجب على المهني إخطار المستهلك بكل البيانات اللازمة لضمان توازن في العلاقة التعاقدية وتعزيز الثقة في المعاملات الرقمية لتفادي هذه الجزاءات.

وعلاوة عليها أشار المشرع إلى حق المستهلك في العدول عن العقد الذي تفره التشريعات الحديثة في عقود الإستهلاك بغرض حماية المستهلك، وهو آلية جديدة منحت للمستهلك لأن في أغلب الأحيان يقع هذا الأخير ضحية المهني لاستعماله للغش والخداع عند إقتنائه عن بعد، الأمر الذي دفع المشرع إلى منح المستهلك للحق في العدول، وذلك لإعادة التوازن للعلاقة التعاقدية التي اختلت بين الطرفين، فل للمستهلك الحق في العدول لكن دون تجاوز المدة القانونية المحددة وبشرط بعد إبرام العقد ودون التعسف في استعمال هذا الحق.

سنستعرض في هذا الفصل مبحثين، حيث (المبحث الأول) فيها جزاءات مترتبة عن الإخلال بالإعلام ضمن العقود الإلكترونية، أما (المبحث الثاني) سنتطرق إلى حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن تنفيذ العقد.

المبحث الأول

جزء الإخلال بالإعلام ضمن العقود الإلكترونية

جعل المشرع الجزائري الإلتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، سواء كان ذلك بسبب عدم تكافؤ العلم والمعرفة ببيانات العقد أو اختلال المراكز العقدية، ولضمان تنفيذ هذا الإلتزام، فرضت النصوص القانونية والتشريعية على المتدخلين الجزاءات في حال الإخلال بواجب الإعلام، الذي يعد من أهم آليات حماية المستهلك.

وبناء على ذلك تم تقسيم المبحث إلى مطلبين، حيث سنتطرق في (المطلب الأول) إلى الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني في العقود الاستهلاكية، أما في (المطلب الثاني) الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني في العقود الاستهلاكية.

المطلب الأول

الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني في العقود الاستهلاكية

نظرا لغياب نصوص قانونية في قانون حماية المستهلك تقرر صراحة إبطال العقد في حالة إخلال المتدخل بالتزام بالإعلام، فهذا يقضى بالرجوع إلى القواعد العامة للبطلان، والتي تقر على إمكانية إبطال العقد في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني، ومن خلال هذا المطلب سنحاول أن نبين حق المستهلك في إبطال العقد الإلكتروني (الفرع الأول)، وإمكانية المطالبة بالفسخ والتعويض (الفرع الثاني).

الفرع الأول

قابلية العقد للإبطال

إن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك عديم الخبرة بما يسمح له بالمطالبة بإبطال العقد، حيث يترتب على إبرام العقد دون أن يعلم المشتري بالبيانات المتعلقة بالخصائص الجوهرية للمبيع أو بتلك المتعلقة بطريقة الاستعمال إبطال العقد

للمصلحة المشتري¹⁰⁵، ومن هنا يمكن لهذا الأخير المطالبة بإبطال العقد الإلكتروني إستنادا إلى نظرية عيوب الإرادة (أولا)، أو إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع (ثانيا).

أولا: قابلية العقد للإبطال على أساس نظرية عيوب الإرادة

ينتج عن عدم التزام المورد الإلكتروني بواجب الإعلام تجاه المستهلك بطلان العقد الإلكتروني، وهذا البطلان يكون إما بوجود غلط أو إستعمال طرق إحتيالية (التدليس) كعيب من عيوب الإرادة التي قد تمس المتعاقد إلكترونيا.

1- إبطال العقد لوقوع المستهلك في الغلط

قد يتعرض المستهلك لوهم يصور له محل العقد الذي يريد إبرامه على غير حقيقته، وذلك بسبب المعلومات والبيانات التي قدمها له المتدخل حول سلعة أو خدمة محل العقد، فتدفعه تلك الصورة الوهمية للإقدام على إبرام العقد، وخاصة في العقود الإلكترونية نظرا لخصوصيتها، هذا ما يعرف بالغلط.

ويشترط لإبطال العقد أن يكون الغلط جوهريا حسب ما نص عليه المشرع الجزائري في المادتين 81 و 82 من القانون المدني¹⁰⁶، وطبقا لهاتين المادتين يكون العقد قابلا للإبطال كلما شاب إرادة أحد المتعاقدين أو كلاهما غلط ويجب أن يبلغ حدا من الجسامة حتى يعتد به، والغلط المعتمد به هو الغلط الجسيم، في حين نجد أن الدور الذي يقوم به الالتزام بالإعلام التعاقدية يتمثل في:

- يسهل المطالبة بإبطال العقد إستنادا إلى الغلط
- يعتبر الالتزام بالإعلام القرينة لإثبات اتصال الغلط بالمتعاقد مع المستهلك
- يعد الالتزام بالإعلام قرينة في أن الغلط جوهريا يعلم بالبيانات محل العقد كان من شأنه أن يجنب المستهلك إبرام العقد.

¹⁰⁵ - شايب بوزيان، مرجع سابق، ص 293.

¹⁰⁶ - أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، مصدر سابق.

حيث لا يختلف عيب الغلط في العقد التقليدي كعيب من عيوب الإرادة عن عيب الغلط في التعاقد الإلكتروني، فهذا العيب متصور الحدوث في كلا الحالتين وكثيراً ما يقع في العقود الإلكترونية بسبب العرض الناقص للمنتجات وبسبب البعد المكاني بين الطرفين¹⁰⁷.

2- إبطال العقد لوقوع المستهلك في التدليس

لقد نصت المادة 86¹⁰⁸ من القانون المدني، على جواز إبطال العقد في حالة إذا لجأ أحد المتعاقدين إلى استعمال حيل تدليسية جسيمة بحيث لو علم بها المتعاقد الآخر مكان ليبرم العقد. ويعتبر التدليس كذلك من عيوب الرضا التي لها إرتباط وثيق بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني لما ينطوي عليه من إيقاع المستهلك بطرق إحتيالية تدفعه إلى التعاقد بإعطائه بيانات كاذبة وغير كافية، وللتدليس عنصرين، عنصر مادي هو استعمال طرق إحتيالية قد تقتصر على كتمان الحقيقة على المستهلك، وإخفاء بيانات لو اطلع عليها المستهلك لما أقدم على التعاقد، وعنصر نفسي هو نية التضليل لدى المتدخل¹⁰⁹.

حيث لا يختلف التدليس الإلكتروني عن التدليس التقليدي إلا من حيث الوسيلة المستخدمة وهي شاشة العرض، حيث يلجأ المورد إلى استخدام كل الأساليب الاحتيالية، سواء بالصوت أو الصورة، لإيهام المتعاقد وتغلطيه وتضليله بهدف دفعه إلى إبرام العقد، لذلك يجب توفير حماية للمستهلك تمكنه، في حال تعرضه لضرر نتيجة الإعلان التجاري المضلل، أن يستفيد بوصفه متعاقد من إبطال العقد وفقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية أو التعاقدية¹¹⁰.

ثانياً: قابلية العقد للإبطال لعدم العلم الكافي

استلزم المشرع الجزائري بموجب المادة 352 من القانون المدني علم المشتري بالمبيع علماً كافياً، ويتحقق ذلك من خلال تضمن العقد تفاصيل المبيع وخصائصها الأساسية، ولهذا أقر المشرع البطلان النسبي كعقوبة للإخلال بهذا الشرط، إلا أنه وفقاً للرأي الفقه المصري فإنه يكفي للمشتري

¹⁰⁷ - بادي عبد الحميد، مرجع سابق، ص 85.

¹⁰⁸ - أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، مصدر سابق.

¹⁰⁹ - نوال كموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011، ص 130.

¹¹⁰ - بنت الخوخ مريم، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية"، مجلة دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، المجلد 06، العدد 02، المركز الجامعي عبد الله مرسل، تيبازة، 2022، ص 77.

في هذه الحالة أن يثبت أنه لم يعلم بالمبيع، لا عن طريق الرؤية، ولا عن طريق الوصف أو الإقرار في العقد بأنه عالم به، فيتقرر البطلان النسبي لمصلحته لعدم العلم الكافي بالمبيع، حتى ولو لم يقع في الغلط ولو وجد المبيع مطابقاً لما تصوره¹¹¹.

كما تشير المادة 352 الفقرة الثانية من القانون المدني، على سقوط حق المشتري في المطالبة بإبطال العقد إذا كان على علم بالمبيع، إلا إذا ثبت غش البائع¹¹².

ويرى بعض الفقه¹¹³، أن عدم العلم الكافي بالمبيع يعد تطبيقاً تشريعياً نموذجياً للالتزام قبل التعاقد بالإعلام.

ويرى جانب آخر من الفقه ونحن نؤيدهم على ذلك، أن نظرية عدم العلم الكافي بالمبيع يستحيل تطبيقها بعقود التجارة الإلكترونية، لأن هذه النظرية وردت في القواعد العامة ضمن أحكام عقد البيع دون غيره، إذا أن ذلك لا يتناسب مع طبيعة العملية الاستهلاكية التي تشمل كافة أنواع العقود إلا ما استثنى بنصوص قانونية صريحة، كما أن محل عقد الاستهلاك ليس فقط السلع بل يشمل كذلك الخدمات، مما يجعل من الصعوبة إعتبار نظرية عدم العلم الكافي بالمبيع ضماناً لحماية المستهلك الإلكتروني¹¹⁴.

الفرع الثاني

قابلية العقد للفسخ وإمكانية طلب التعويض

يترتب على عائق المورد تنفيذ الالتزامات التي تم الاتفاق عليها في العقد، وإذا تخلف عن تنفيذها، يحق للمستهلك الإلكتروني المطالبة بفسخ العقد وحل العلاقة التعاقدية، كما يحق له المطالبة بالتعويض عن الأضرار الناتجة.

¹¹¹ - عليان عدة، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2009، ص 108.

¹¹² - أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، مصدر سابق.

¹¹³ - نزيه محمد الصادق المهدي، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص 278.

¹¹⁴ - رحالي سيف الدين، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2024، ص 59.

أولاً: قابلية العقد للفسخ

في حالة إخلال المورد بالتزامه بإعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد الإلكتروني، فإنه يجوز للمستهلك المطالبة بفسخ العقد.

وعليه يمكن تعريف فسخ العقد الإلكتروني على أنه "رخصة قانونية أو مكنة تسمح للمستهلك فسخ العقد الإلكتروني بإرادته المنفردة خلال المهلة القانونية المحددة بموجب القانون أو الاتفاق، وأن لم يخل المحترف أو المنتج بالتزاماته، تتم ممارسة هذا الخيار من المستهلك دون مقابل مادي باستثناء مصاريف رد السلع أو الخدمات"¹¹⁵، وهذا حسب ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 119¹¹⁶ الفقرة الثانية من القانون المدني الجزائري بأنه: "يجوز للقاضي أن يمنح المدين أجلا حسب الظروف، كما يجوز له أن يرفض الفسخ إذا كان ما لم يوف به المدين قليل الأهمية بالنسبة إلى كامل الالتزامات".

وبالتالي من حق المستهلك في فسخ العقد الإلكتروني وإعادة الحال لما كان عليه قبل التعاقد ليس دائما هو الأمثل لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك، وبالإضافة إلى حق الفسخ، يحق له أيضا المطالبة بالتعويض، فلا شك أن إخلال المورد بالتزامه قد يؤدي إلى وقوع ضرر على المستهلك، مما يمنحه الحق في الجمع بين الفسخ والتعويض¹¹⁷.

ثانياً: طلب التعويض

بالإضافة إلى حق المستهلك الإلكتروني في فسخ العقد، أقر المشرع الجزائري لهذا الأخير حق المطالبة بالتعويض عن الضرر الإلكتروني الذي وقع له جراء عدم التزام التاجر الإلكتروني بتنفيذ التزامه، وذلك ما نص في المادة 124 من القانون المدني على أنه: "الفعل أيا كان يرتكبه

¹¹⁵ - أسأل محمد جبريل، فسخ عقد البيع الإلكتروني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، أيار، 2018، ص 41. الوارد على [WWW. Meu.edu.jo/library/theses](http://WWW.Meu.edu.jo/library/theses) اطلاع عليه: 2025-05-27.

¹¹⁶ - أمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، مصدر سابق

¹¹⁷ - رمزي بيد الله الحجازي، مرجع سابق، ص 119.

الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض¹¹⁸، وذلك لإحداث نوع من العدالة وإعادة التوازن المفقود في العقود الالكترونية.

وينشأ الحق في التعويض إذا توفرت أركان المسؤولية التقصيرية المتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية¹¹⁹.

وكذلك نظم المشرع الجزائري حق التعويض وفقا لما ورد في المادة 14 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، حيث أن أساس الحكم بالتعويض يعتمد على تحقق الضرر، حيث لا يمكن الحصول على تعويض دون وجود الضرر، لذلك يعتبر التعويض جزاء مناسبا، سوء كان بديلا أو مكملا للإبطال وذلك لعدة أسباب أهمها عدم كفاية البطلان في تعويض المستهلك عما لحقه من ضرر أو أن المستهلك يتمسك بالعقد، ولا يريد إبطاله فيطالب بالتعويض فقط، في سبيل جبر الضرر الذي تعرض له المستهلك الإلكتروني جزاء إخلال المورد الإلكتروني بتنفيذ التزامه بالإعلام.¹²⁰

والتعويض هنا يكون إما نقديا وهذا ما يتغلب الحكم به من الناحية الواقعية، يتمثل في المبلغ المالي الذي يقدره القاضي لجبر الضرر لحق بالمضرور، وإما أن يكون عينيا بإعادة الحال إلى ما كان عليه من قبل وقوع الفعل الضار¹²¹.

المطلب الثاني

الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني في العقود الاستهلاكية

لتحقيق حماية فعالة للمستهلكين في عقود التجارة الالكترونية، اعتمدت بعض التشريعات إلى إقرار مسؤولية جنائية على المورد الإلكتروني عند إخلاله بالالتزام بالإعلام أو تقديمه لمعلومات

¹¹⁸ - المادة 124 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، مصدر سابق

¹¹⁹ - لرقط فريدة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2017، ص 177.

¹²⁰ - زعيم محاسن ابتسام، حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب، 2024، ص 113.

¹²¹ - بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص ص 369-370.

كاذبة أو مضللة أو التأخير فيها، وقد تم تحديد العقوبات المقررة لهذه الجرائم تبعا لجسامتها، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال، (الفرع الأول) جرائم تضليل وخداع المستهلك الإلكتروني، وفي (الفرع الثاني) جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك الإلكتروني.

الفرع الأول

جرائم تضليل وخداع المستهلك الإلكتروني

قام المشرع الجزائري بتجريم عدة أفعال تؤثر على رضا المستهلك، لاسيما المستهلك الإلكتروني، والتي تندرج ضمن المخالفات المتعلقة بالالتزام بواجب الإعلام قبل التعاقد، وتتمثل هذه الجرائم في جريمة الإشهار المضلل أو جريمة خداع المستهلك، وجريمة الغش.

أولاً: جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

مع توسع نطاق الإشهار الإلكتروني وتطور أسسه، نتيجة للإقبال الكبير على شبكة الانترنت، خاصة منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيلة فعالة للوصول إلى المستهلكين، إلا أن الممارسات الغير النزيهة التي يلجأ إليها بعض المعلنين بهدف التأثير على إرادة المستهلك وتعيبه وتوقعه في تضليل¹²².

ومن هنا يمكن القول أن الإشهار المضلل هو الإعلان الذي يؤدي إلى خداع جمهور المستهلكين، إذ أنه لا يذكر بيانات كاذبة، ولكن يصاغ في عبارات تؤدي إلى خداع متلقي هذا الإعلان¹²³.

1- أركان جريمة الإشهار المضلل

لقيام جريمة الإشهار المضلل لابد من توفر ركنين أساسيين، والمتمثلان في الركن المادي والركن المعنوي.

¹²² - رمزي بدر الدين لعصامي، وليد كحول، "الإشهار الإلكتروني المضلل جانب جديد للجريمة المعلوماتية"، مجلة

الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 09، العدد 01، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 01، 2022، ص 716.

¹²³ - عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2006، ص 12.

أ- الركن المادي:

لم يعرف المشرع الجزائري الإشهار المضلل بل اكتفى بذكر حالاته في المادة 28 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على مايلي¹²⁴: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية التنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعيا وممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته
- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع باع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه
- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

يتمثل الركن المادي في السلوك المجرم الذي يرتكبه المورد الإلكتروني، أو غيره اتجاه المستهلك الإلكتروني عبر الوسائل الإلكترونية، ويتمثل بوجود إشهار إلكتروني مضلل أو كاذب¹²⁵.

ب- الركن المعنوي:

يهدف المعلن من خلال السلوك الذي يقوم به إلى خلق الالتباس والغموض في أذهان فئة المستهلكين، بهدف إبعادهم عن السلع والخدمات أو تضليلهم بمعلومات تخص منتج معين، وذلك لدفعه على اقتناء المنتج، وأن يكون غرضه هو تضليل المستهلك الإلكتروني¹²⁶.

¹²⁴ - القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصدر سابق.

¹²⁵ - بادي عبد الحميد، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2019، ص 52.

¹²⁶ - بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص ص 208-209.

2- العقوبات المقررة لجريمة الإشهار المضلل

رتب المشرع الجزائري عقوبة ردعية لمرتكب جريمة الإشهار التضليلي وذلك وفق المادة 40 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية¹²⁷، حيث يعاقب عليها بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000) إلى خمسة ملايين (5.000.000) كل من يخالف أحكام المواد 30 و31 و32 و34 من هذا القانون.

يتضح من نص المادة 30 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه "يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الالكترونية يمس بالنظام العام والأمن العمومي، ولا يكون العرض التجاري مضللاً وغامضاً"¹²⁸.

كما تمنع الاستبيان المباشر اعتماداً على إرساء الرسائل عن طريق الاتصالات الالكترونية باستعمال بأي شكل من الأشكال معلومات شخص طبيعي لم يبد موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الالكتروني¹²⁹.

كما ألزم المورد الالكتروني تسليم وصل استلام عن طريق الاتصال الالكتروني يؤكد من خلاله للمستهلك تسجيل طلبه، بالإضافة إلى اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة¹³⁰.

كذلك نصت المادة 38 من القانون رقم 02-04 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الإشهار المضلل أو الكاذب ممارسة تجارية غير نزيهة، وأقر له عقوبة بغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى خمسة ملايين (5.000.000 دج)¹³¹.

¹²⁷ - القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مصدر سابق.

¹²⁸ - المادة 30 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مصدر سابق.

¹²⁹ - المادة 31 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مصدر سابق.

¹³⁰ - المادة 32 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مصدر سابق.

¹³¹ - القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصدر سابق.

ثانيا: جريمة خداع المستهلك الإلكتروني

قد يلجأ المورد الإلكتروني إلى استخدام أساليب دعائية تتطوي على الكذب والتضليل، من خلال تقديم معلومات غير صحيحة أو مواصفات خاطئة للسلعة أو الخدمة المعلن عنها، وذلك بهدف دفع المستهلك الإلكتروني إلى إبرام العقد، وتعد هذه الأفعال جريمة يعاقب عليها القانون¹³².
لم يعرف المشرع الجزائري الخداع، لكن عرفه الفقه على أنه "القيام ببعض الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء موضوع العقد على نحو مخالف للحقيقة"¹³³.
وعليه فإن الخداع يؤثر على إرادة المستهلك ويوقعه في غلط بشأن طبيعة المنتج، وهو يختلف عن جريمة الغش والنصب.

1- أركان جريمة الخداع

يشترط القانون للعقاب على جريمة الخداع توفر ركنين أساسيين، والمتمثلان في الركن المادي والركن المعنوي.

أ-الركن المادي:

يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة بتوافر الخداع أو محاولة خداع المستهلك بأي طريقة أو وسيلة كانت، المنصوص عليها في المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹³⁴، المتمثلة في:

- كمية المنتوجات المسلمة
- قابلية استعمال المنتج
- النتائج المنتظرة من المنتج
- تسليم منتوجات غير تلك المعينة مسبقا

¹³² - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، رسالة لنيل درجة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017، ص 61.

¹³³ - منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2015، ص 176.

¹³⁴ - قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

- تاريخ أو مدد صلاحية المنتج

- طرق أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج

ووفقا للمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، الركن المادي لهذه الجريمة قد يتوفر في كل فعل يصدر من الجاني يخدع أو يحاول أن يجده المتعاقد سواء في: الطبيعة، التركيب أو الكمية أو الصفات الجوهرية للمنتج، نوع ومصدر المنتج، سواء كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها¹³⁵.

حيث نجد أن هذه الجريمة تتحقق بشكل كبير في مجال التجارة الالكترونية خاصة، لأن التعاقد الالكتروني يتم عن بعد.

ب-الركن المعنوي:

ترتبط جريمة خداع المستهلك الالكتروني بتحقيق القصد الجنائي لدى المورد المتدخل في عرض المنتج للاستهلاك، حيث يسعى عمدا خداع المستهلك من خلال علمه وإرادته الموجهة نحو ارتكاب الفعل المخالف، مستخدما في ذلك الوسائل الالكترونية، يعد الركن المعنوي في هذه الجريمة تمثيلا لعلاقة نفسية تربط بين السلوك الإجرامي ونتائجه، بحيث يكون الفاعل هو الذي يصدر هذا السلوك بقصد¹³⁶.

2-العقوبات المقررة لجريمة الخداع

أحالت المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى المادة 429 من قانون العقوبات بخصوص عقوبة هذه الجريمة، حيث يعاقب بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وغرامة من (2.000 دج) إلى (20.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين.

وتشدد العقوبة المقررة حسب المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المادة 430 من قانون العقوبات إلى 5 سنوات حبس وغرامة قدرها خمسمائة ألف 500.000 دج، إذا كنت الجريمة أو الشروع فيها ارتكاب بإحدى الوسائل المنصوص عليها في المادتين السابقتين.

¹³⁵ - المادة 429 من الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج، عدد49، صادر في 8 يونيو 1966، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 24-06، المؤرخ في 28 أبريل 2024.

¹³⁶ - أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 398.

بالإضافة إلى تقرير مسؤولية الشخص المعنوي جزئيا عن جريمة الخداع وذلك حسب ما جاء في نص المادة 431 من قانون العقوبات، وتطبق عليه عقوبة الغرامة حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر من قانون العقوبات، وعقوبة من العقوبات التكميلية.

بالإضافة إلى مصادرة المنتوجات والأدوات والوسائل المستعملة في جريمة الخداع أو محاولة الخداع¹³⁷.

ثالثا: جريمة الغش الإلكتروني

المشرع الجزائري لم يعرف الغش، سواء من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أو في قانون العقوبات، بل عرفه الفقه بأنه: "كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على السلع والمنتجات، سواء كان ذلك بإضافة عناصر مغايرة للتكوين الطبيعي للسلعة أو خلطها بمواد أخرى مختلفة عنها أو من نفس طبيعتها، ولكن صنف أقل جودة أو أقل ثمنا، أو كان ذلك بإنتزاع أو سلب عنصر أو أكثر من عناصر السلعة، أو كان ذلك بالصناعة لتعديل شكل السلعة أو مظهرها لتمثيل مادة أخرى مغايرة في حقيقتها"¹³⁸.

حيث يعتبر الغش المرتبط بالتجارة في المجتمع الإلكتروني أحد أشكال الجرائم الإلكترونية، وفي الوقت ذاته يعد من الجرائم الاقتصادية، أي أن الغش التجاري عبر الوسائط الإلكترونية نفسه الغش التقليدي، بالتالي نتعرض لهذه الجريمة طبقا للقواعد العامة¹³⁹.

1- أركان جريمة الغش

جريمة الغش ككل جرائم القانون العام لقيامها يستلزم توفر ركنين أساسيين، والمتمثلان في الركن المادي والركن المعنوي.

أ- الركن المادي:

تنص المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري على مجموعة من الأفعال جاءت على سبيل الحصر.

¹³⁷ - المادة 82 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

¹³⁸ - خميخ محمد، مرجع سابق، ص 263.

¹³⁹ - خلوي (عنان) نصيرة، مرجع سابق، ص 92.

غير أنه نجد المادة 70 استعملت لفظ التزوير بدلا من لفظ الغش الذي ورد في المادة 431 من قانون العقوبات، كما استعملت المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش كذلك لفظ الغش والتي أحالت إلى المادة 432 من قانون العقوبات الجزائري، ويمكن إيجاز الركن المادي لجريمة الغش في 3 صور:

- إنشاء مواد أو سلع مغشوشة: ويقصد بالغش كل تغيير أو تشويه يقع على جوهر المادة سواء بتغيير عناصر الشيء بذاته أو خلطه بمنتجات أخرى أو إضافة مادة غريبة أو إنقاص شيء من عناصرها النافعة.

- عرض المواد أو البضائع المغشوشة للبيع، فيكفي لقيام الجريمة أن تكون لبضاعة المغشوشة معروضة أو موضوعة للبيع.

- التعامل في مواد خاصة تستعمل في الغش: تنص المادة 3/431 من قانون العقوبات الجزائري على تجريم التعامل في مواد وأجهزة خاصة تستعمل في الغش، قصد تكريس مبدأ وقاية الصحة العامة وهو ما منتشر في المواقع الالكترونية خاصة في غياب الرقابة على السلع المعروضة¹⁴⁰.

ب- الركن المعنوي:

إن جريمة الغش تكون عمدية تتطلب توافر القصد الجنائي، الذي يتمثل في العلم والمعرفة بحالة السلعة من الغش أي اتجاه إرادة الجاني إلى الغش أو محاولة غش المستهلك، وهو يعلم بأنه معاقب عليه قانونا ويقوم بذلك، وتعتبر هذه الجريمة من الجرائم الوقتية التي تقع بمجرد وقوع الغش أو استعمال مواد الغش¹⁴¹.

¹⁴⁰ - بن سماعيل سلسيل، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة معالم للدراسات

القانونية والسياسية، العدد الثاني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، ديسمبر 2017، ص 296.

¹⁴¹ - خلوي (عنان) نصيرة، مرجع سابق، ص ص 99، 100.

2- العقوبات المقررة لجريمة الغش

نص المشرع الجزائري على هذه العقوبات في المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش كما نص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري، وهي كالتالي: "يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من (10.000 دج) إلى (50.000 دج).

أما إذا أدى الغش إلى أضرار بصحة المستهلك بأن تسبب المواد المغشوشة أو الفاسدة للشخص مرضاً أو عجزاً فإن ذلك يكون ظرفاً مشدداً للحبس والغرامة، لذلك يعاقب مرتكب الغش في هذه الحالة بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات والغرامة من (500000 دج) إلى (1000000 دج)¹⁴².

أما إذا تسببت المادة المغشوشة أو الفاسدة في مرض غير قابل للشفاء أو أدت إلى عاهة مستديمة للمستهلك، فيعاقب المنتج بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وغرامة تتراوح بين 01 مليون و 02 مليون دينار جزائري، وفي حالة وفاة المستهلك جراء المادة المغشوشة فتكون العقوبة السجن المؤبد كجزاء.

الفرع الثاني

جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك الإلكتروني

قد يخل المتدخل بواجب الإعلام، إما بالامتناع عن تزويد المستهلك بالمعلومات، أو يكون إعلامه مخالفاً للنظام القانوني الذي فرضه المشرع، دون أن يقصد تضليل المستهلك أو خداعه، ويشمل ذلك الامتناع عن الإعلام بالأسعار، أو شروط البيع، أو وسم المنتجات.

أولاً: جريمة عدم الإعلام بشروط البيع

حيث يعتبر عدم إعلام المستهلك بشروط البيع مخالفة، فعادة شروط العقد لا تقرأ وإن قرأت لا تفهم بشكل جيد، حيث نجد أن المشرع الجزائري قد ألزم البائع بإعلام المستهلك قبل إختتام

¹⁴² - المادة 432 من الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، مصدر سابق.

عملية البيع، وبأية طريقة كانت، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بشروط البيع، وذلك بأن يشرح ويوضح الآثار المترتبة عليها، بالإضافة إلى المخاطر المحتملة لمخالفتها¹⁴³.

أما العقوبة المقررة على عدم الإعلام بشروط البيع، فقد نص عليها المشرع الجزائري في نص المادة 32 من القانون 04-02 "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مئة ألف دينار (100.000 دج)".

أما في مجال المعاملات التجارية ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بتقديم عدة معلومات المتعلقة بعرضه التجاري، من بينها الشروط العامة للبيع خاصة البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، كإجراءات الدفع¹⁴⁴.

فإذ لم يرق المورد الإلكتروني بتنفيذ الالتزامات المنصوص عليها في المادة 11 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، يكون قد أخل بالتزامه بالإعلام، مما يترتب عليه تطبيق العقوبات المنصوص عليها في المادة 39 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية "يعاقب بغرامة مالية 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 (6) أشهر¹⁴⁵".

¹⁴³ - حنان طرطار، علي اليازيد، "الجرائم الواقعة على حق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة طينة للدراسات

العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 03، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2021، ص 1019.

¹⁴⁴ - المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

¹⁴⁵ - المادة 39 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

ثانيا: جريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات

تعتبر جريمة عدم الإعلام عن الأسعار من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، كما تعد أيضا من الجرائم السلوكية فلا يشترط لقيامها تحقق نتيجة معينة، حيث تقوم الجريمة بمجرد الامتناع عن الإعلام سواء كان الشيء المادي المعروض أمام المستهلك مقنن السعر أم حر¹⁴⁶.

فإن عدم إعلام المتدخل للمستهلك بأسعار وتعريفات السلع وإخلاله بالتزامه، يرتب جزاء نصت عليه المادة 31 من القانون 04-02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على أنه "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 4، 6، 7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).

أما في مجال العقود الإلكترونية، فإذا أخل المورد الإلكتروني بالتزامه تجاه المستهلك بالإعلام عن الأسعار، فإنه يعاقب بغرامة من (50.000 دج) إلى (500.000 دج)¹⁴⁷.

ثالثا: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

نص المشرع الجزائري في المادتين 17 و18 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على إلزامية كل متدخل إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج بواسطة وسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى، والمادة أوجبت أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها باللغة العربية وبطريقة مرئية ومقروءة ومعتذر محوها¹⁴⁸.

في حالة عدم تنفيذ المتدخل لالتزامه، نصت المادة 78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يعاقب عليها بعقوبة أصلية تتمثل في غرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج¹⁴⁹.

¹⁴⁶ - ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام "دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص 176.

¹⁴⁷ - المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

¹⁴⁸ - المادتين 17 و18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

¹⁴⁹ - المادة 78 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر نفسه.

كما وضع المشرع الجزائري إلى جانب العقوبة الأصلية عقوبة تكميلية وفق ما نصت عليه المادة 82 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مضمونها مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت في ارتكاب المخالفة.

المبحث الثاني

حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن تنفيذ العقد

لقد نظم المشرع حقوق المستهلك اتجاه المورد، وعنوانه بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلكين وذلك من خلال المادتين 19 و20 من القانون المتعلق التجارة الالكترونية اللاتين **تنصان على:** حق المستهلك في العدول، ويعتبر من أحد الآليات القانونية لحماية المستهلك في المعاملات الرقمية، وهذا لأنها تتم عن بعد دون تلاقي الطرفين ورؤية السلعة عن قرب وهو يهدف، إلى تحقيق التوازن التعاقدي بين الأطراف حيث جاء لمنح المستهلك الحق في إعادة النظر في العقد الذي أبرامه، وهذا ما أدى بالفقهاء والقانونيين إلى تقديم مفهوم يوضح مضمونه وخصائصه التي يتجالحا وإعطاء المبررات التي يتميز بها وسوف نوضحها في **(المطلب الأول)**، وأهم الآثار التي تنجم عن العلاقة التعاقدية بين الطرفين والإجراءات التي تما الاعتماد عليها **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول

مفهوم حق العدول الإلكتروني

يعكس مفهوم الحق في العدول الحاجة إلى تقديم تعريف قانوني مناسب له، بصفته آلية مستحدثة في التشريع الجزائري ولم تكون مألوفة سابقا لدى المجتمع، على الرغم من وجود العديد من الاختلافات الفقهية حول مسألة تعريفه.

طبقا لهذا سنحاول تقديم التعاريف الفقهية والتشريعية للحق في العدول مع ذكر أهم الخصائص التي يتميز بها **(الفرع الأول)** مبررات الحق في العدول، وكذا الطبيعة القانونية **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

تعريف الحق في العدول

الحق في العدول يعتبر من الوسائل القانونية، حيث يسمح المشرع بمقتضاه لأحد الطرفين المتعاقدين لإعادة النظر في إرادته، لهذا سوف نبين التعاريف التي منحها له الفقه والتشريع (أولا) بعدها نذكر أهم خصائصه (ثانيا).

أولا: تعريف الحق في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني

بالنظر إلى الأهمية الكبيرة التي يتسم بها الحق في العدول أو التراجع بالنسبة للمستهلك اختلفت التعريفات الفقهية له¹⁵⁰ حيث ذهب اتجاه فقهي إلى القول أن حق العدول في عقود الاستهلاك "ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد أن تم إبرام العقد صحيحا أو قبل إبرامه دون أن يترتب على ذلك مسؤولية المتعاقد الآخر، عما قد يصيبه من أضرار بسبب الرجوع"¹⁵¹.

وقد عرفه رأي فقهي آخر على أنه "وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقا"¹⁵²، وهذا التعريف لم يأخذ بعين الاعتبار من له حق العدول.

وعرفه أيضا بعض الفقه الفرنسي بقوله "الإعلان عن إرادة مضادة يقوم من خلالها المتعاقد بالرجوع عن إرادته وسحبها واعتبارها كأن لم تكن، وذلك بهدف تجردها من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل"¹⁵³.

¹⁵⁰ - خلفي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)"، مجلة جامعة للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد 25، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013، ص 13.

¹⁵¹ - أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك (دراسة في القوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني)، مركز الدراسات العربية، مصر، 2016، ص 947.

¹⁵² - عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص 200.

¹⁵³ - حلا محمود شاكر الملاحف، الحماية القانونية للمدعن (في قانون الإذعان)، دار اليازوري العلمية، د م ن، 2024، ص 163.

كما جاء جانب آخر ليعرفه على أنه "سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر".¹⁵⁴

وظهرا أيضا جانب آخر يقر بأن حق العدول بأنه "منح المستهلك الحق في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة خلال مهلة معينة من استلام السلعة أو إبرام العقد بالنسبة للخدمة دون إبداء أي مبرر".¹⁵⁵

إذا من خلال كل هذه التعاريف نلاحظ أن حق العدول يتمثل في إمكانية المستهلك في التراجع عن التعاقد الذي نفذه وهو بمثابة استثناء للقوة الملزمة للعقد، التي تقضى بعدم إمكانية تراجع المستهلك عن التعاقد بإرادته المنفردة.

إلى جانب التعاريف الفقهية لجأت التشريعات القانونية أيضا لتعريف الحق في العدول الإلكتروني، حيث عرفته على أن الحق في العدول من الوسائل القانونية التي أقرها المشرع للمستهلك لحمايته باعتباره، هو الطرف الضعيف في العقد الذي ليس لديه دراية ومعرفة كافية مقارنة بالطرف الآخر في العقد، وهو استثناء على المبدأ العام للقوة الملزمة للعقد وهذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى السير على حذو كل تشريعات.¹⁵⁶

لذلك عرف المشرع حق العدول في المادة 19 الفقرة الثانية من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب".¹⁵⁷

¹⁵⁴ - لأكلي نادية، حماية المستهلك في ظل قانون التجارة الإلكترونية الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2024، ص17.

¹⁵⁵ - محتال أمينة، "حماية المستهلك الإلكتروني بطريق حق العدول - دراسة تحليلية مقارنة-"، مجلة القانون والعلوم

السياسية، المجلد 09، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهر محمد، بشار، 2023، ص34.

¹⁵⁶ - قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

¹⁵⁷ - قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

كما جاء أيضا تعريف آخر في المرسوم التنفيذي رقم 114/15 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي،¹⁵⁸ وذلك في المادة 11 الفقرة الثانية: «غير أنه يتاح للمشتري اجل للعدول مدته ثمانية 08 أيام عمل، تحسب من تاريخ إمضاء للعقد، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما. »

يعرف حق العدول قانونا على انه: "حق يثبت للمشتري للعدول عن العقد خلال مدة معينة يحددها القانون ويمارس هذا الحق دون تبريرات أو جزاءات".¹⁵⁹

إذا من خلال كل هذه التعاريف نلاحظ أن، من أهم الأسباب التي جعلت معظم التشريعات تتبنى فكرة حق المستهلك في العدول هو لحمايته لكونه الطرف الضعيف في علاقته التعاقدية مع الموردين، لتحقيق التوازن المعرفي بين الطرفين ورضا خلى من عيوب الإرادة.¹⁶⁰

ثانيا: خصائص الحق في العدول الإلكتروني

يتمتع الحق في العدول بمجموعة من السمات المميزة التي تجعله يختلف عن العقود التقليدية، وهو ما يسمح للمستهلك في الرجوع عن العلاقة التعاقدية إذا ما توافرت مجموعة من الشروط، ويتميز الحق في العدول الإلكتروني بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- العدول يتم بالإرادة المنفردة

يثبت حق العدول للمستهلك المتضرر من السلعة أو الخدمة التي تم الاتفاق عليها في العقد الرقمي لأسباب يراها هو بعد تفكير بتأني، أن تلك السلعة تسبب له خسارة¹⁶¹، سواء من الناحية الإقتصادية أو الإجتماعية أو حتى النفسية مما أدى إلى تغيير رغبته، انطلاقا من المنطق القانوني كان من الضروري تقرير حق العدول للمستهلك وهذا ما يحقق التوازن في عقود الاستهلاك، ويكون

¹⁵⁸ - مرسوم التنفيذي رقم 114/15 مؤرخ في ماي 2015 يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج. ر. ج. ج، عدد 24، صادر في 13 مايو 2015.

¹⁵⁹ - نفلا عن معزز دليلة، "حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني"، مجلة معارف، العدد 22، جوان 2017، ص 05.

- عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص 199.

¹⁶¹ - خلفي عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 04.

بمثابة ضمانه حقيقة يحظى به من غير أسباب، ويمارسه بإرادته المنفردة، دون تدخل الطرف الآخر أو اللجوء إلى القضاء أو إثبات التعرض¹⁶².

2-الصفة الأمرة

يعد حق المستهلك في العدول عن العقد من النظام العام الحمائي لا يمكن الاتفاق على مخالفة قواعده أو التخلي عنها مسبقاً، كما أن كل شرط أو اتفاق يقيد من ممارسته أو يحد منه يقع باطلاً، لأنه يهدف إلى التزام البائع بتحلي بمبدأ حسن النية عند تنفيذ العقد.

أي لا يجوز للمشتري أن يتخلى عن حقه في الرجوع عند تنفيذ التعاقد الإلكتروني، حرصاً على توفير حماية فعالة وشاملة لنفسه كونه طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية¹⁶³.

3-العدول بدون مقابل

يتسم حق العدول أنه حق يتم مزولته دون مقابل مالي، وأي اتفاق يخلف ذلك ويفرض مقابلاً مالياً يعتبر باطلاً.

إذ لو ألزم القانون تعويضاً مالياً لممارسة حق العدول لأصبح من الصعب على المستهلك التراجع ولما تحقق التوازن الذي يهدف إليه هذا الحق وهو ضمان حماية المستهلك¹⁶⁴.

4- حق العدول محدد المدة

يعتبر حق العدول من الحقوق المؤقت أي أنه مقيدة بمدة زمنية يحددها القانون أو الاتفاق ويعد معيار المدة جوهرياً في تنظيم ممارسة حق العدول في العقود الإلكترونية¹⁶⁵ إذ ينقضي حق

¹⁶² - عبد الله وليد رشيد، "حق المستهلك في العدول عن التعاقد (دراسة مقارنة)"، مجلة الشرق الأوسط، المجلد 05، العدد

01، كلية الحقوق، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2025، ص 273.

¹⁶³ - محتال أمينة، مرجع سابق ص36.

¹⁶⁴ - أومدور إلهام، أومدور منال، خصوصية قواعد حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في

قانون خاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020، ص ص

82، 83.

¹⁶⁵ - معزوز دليلة، مرجع سابق، ص 09.

العدول باستعماله أو بفوات المدة المحددة لذلك حفاظا على استقرار الطرف الضعيف في العقد وحفظا على المعاملات بين المتعاقدين، وبعد انتهاء هذه المدة يصبح العقد ملزما للطرفين، ولا يحق للمستهلك التمسك بهذا الحق بعد ذلك¹⁶⁶.

وهذا ما أقر به المشرع الجزائري في المادة 22 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تنص على أنه: "في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل التسليم، يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض"¹⁶⁷.

الفرع الثاني

مبررات حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني وطبيعته القانونية

يتميز الحق في العدول بمجموعة من المبررات الأساسية التي خصصها المشرع لضمان حماية للمستهلك (أولا) وتحديد طبيعته القانونية التي هي محل إختلاف فقهي (ثانيا).

أولا: مبررات حماية إرادة المتعاقدين

تعتبر العقود المبرمة عن بعد في الوقت الرهن من أكثر العقود شيوعاً، ولهذا خصص المشرع حماية خاصة للمستهلك الذي قد يقدم على إبرام عقد دون دراسة كافية لموضوع العقد، وقد يجد نفسه ملتزماً بشروط ظالمة بعد التوقيع، نظراً لتقنيات التي قد يستعملها العون الاقتصادي لمنتجاته والتي قد يقع ضحيتها المشتري خصوصاً مع التطورات الأخيرة التي طرأت على المعاملات التجارية والخدمات عبر شبكة الأنترنت التي يفقهها المورد دون المستهلك لأنها تعتبر من مجاله¹⁶⁸.

وجاء هذا الحق لصون وحماية إرادة المستهلك من التسرع في التعاقد لاسيما عندما يكون ضحية إعلانات تضليلية يستعملها الحرفي، لذا فإن أحسن وسيلة لحمايته هي تحديد مدة زمنية

¹⁶⁶ - أومدور إلهام، أومدور منال، مرجع سابق، ص 82.

¹⁶⁷ - قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

¹⁶⁸ - لاکلي نادية، مرجع سابق، ص 20.

معينة لكي تكون له فرصة يعيد التفكير في العقد الذي قد يقدم على إبرامه متسرعاً دون أن تكون له فكرة واعية وكافية عن المبيع¹⁶⁹.

ثانياً: مبررات تأثير الإعلانات والدعاية

قد يتأثر المستهلك من الدعاية والإعلانات بشكل سلبي لأنها في بعض الأحيان تكون مخادعة ومضللة فيصدقها ويقتنيها دون التفكير في النتائج الوخيمة، وفي الآخر يقع في الغلط ويكتشف أن المنتج عكس الإعلانات والدعايات¹⁷⁰.

إذا من الضروري جداً إقرار حق العدول لحماية المستهلك من الممارسات المغشوشة، ويقبل على التعاقد مطمئن دون شكوك، وتردد في تنفيذ التزاماته التعاقدية¹⁷¹.

ثالثاً: المبررات المتعلقة بوسائل العقد الإلكتروني

في ظل الثورة الرقمية التي طورت مفاهيم التعامل، أصبحت وسائل الاتصال الحديثة أداة رئيسية في إبرام العقود، وهذا الذي جعل الأمر صعب على المستهلك بالحكم الدقيق على المنتج فمهما بلغت دقة الوصف المقدم، يبقى المشتري عاجزاً عن فحص المنتج أو الخدمة المقدمة بشكل مباشر ودقيق، بالإضافة إلى التزامه الفوري بشروط العقد قد لا يدرك تبعاتها إلا لاحقاً، أي بعد فوات الأوان بعدها يكتشف أنه لم يعبر عن رضاه الحقيقي¹⁷².

إن ضرورة احتياج المشتري إلى السلع والخدمات الإلكترونية التي تبرم عن بعد كالخدمات السياحية والمصرفية والتأمين... إلخ أداة به إلى الاعتماد على الشبكة العنكبوتية، التي تسهيل عليه

¹⁶⁹ - حوالي حكيمة، خوخي كاتية، حق العدول عن التعاقد بين مقتضيات القانون المدني والقانون رقم 05/18، مذكرة لنبل شهادة الماستر في القانون، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2023، ص 18.

¹⁷⁰ - المرجع نفسه، ص 19.

¹⁷¹ - زيغم محاسن إبتسام، مرجع سابق، ص 30.

¹⁷² - بوهنتالة أمال، "الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الخامس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، ديسمبر 2018، ص 140.

الخدمات، لكن هذا قد يؤدي به إلى الهلاك والغش، واقتناء سلع غير ضرورية، لهذا من الضروري حماية رضا المستهلك من الضغط النفسي والأثر السلبي¹⁷³.

ثانيا: الطبيعة القانونية لحق العدول

يعد تحديد الطبيعة القانونية لحق المستهلك في العدول من أهم الإشكالات وأكثرها تعقيدا في المجال القانوني، كما أنه يشكل محورا للنقاش الفقهي الواسع نظرا لعدم وجود نص قانوني واضح يضبطه، فقد ذهب بعض الفقهاء إلى اعتباره حق شخصيا (أولا)، بينما رأى آخرون أنه مجرد رخصة (ثانيا)، ونتجه للصراع القائم بين الاتجاهين ظهر اتجاه آخر اعتبارا العدول حق إرادي محض (ثالثا).

1- خيار العدول حق مقرر للمستهلك

يرى هذا الاتجاه من الفقه أن خيار الرجوع حق من الحقوق الخيار، وهذه الحقوق قد تكون حقوق شخصية أو حقوق العينية:

أ- حق العدول حق شخصي

يندرج حق المستهلك من الطائفة الشخصية على أساس الرابطة التي تجمع بين المتعاقدين في العلاقة الاستهلاكية، إذا يعتبر هذا الحق بمثابة سلطة مقررة للمستهلك في مواجهة المورد (المحترف)، تجعله قدر على التحلل والرجوع عن العقد بإرادة منفردة (برغبته الذاتية).

إلا أنه انتقد هذا الاتجاه نتيجة لأن المستهلك لا يمكن له مواجهة المهني، وكل ما يثبت له هو إمضاء العقد أو إبطاله، مما يعني انعدام الطابع الشخصي لحق العدول¹⁷⁴.

¹⁷³ - آدحيمن محند الطاهر، "حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك"، مجلة جزائرية لعلوم والسياسية، المجلد 57، العدد 01، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2020، ص 36.

¹⁷⁴ - بهلولي فاتح، النظام القانوني لتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص ص 287، 288.

ب: حق العدول حق عيني

لجأ اتجاه أخر من الفقه إلى تكييف حق العدول على أنه حق عيني أي من الحقوق العينية حيث للمستهلك الحق في نقض العقد بشكل مباشر يجعل له سلطة مباشرة على الشيء محل العقد لكن لقي هذا الرأي معارضة إذ أن خيار الرجوع لا يعد حقا عينيا ولا تقدم للدائن السلطة المباشرة على شيء معين، بل يمنح له هذا الحق السلطة في إكمال العقد أو التفكك منه فقط دون أية مسؤولية¹⁷⁵.

2- خيار العدول رخصة

نظرا لإتجاه الذي اعتبار حق العدول حقا، ظهر رأي آخر يرى بأن خيار العدول هو بمثابة رخصة قررها المشرع للمشتري لكونه الطرف الضعيف في العقد الاستهلاكي أمام المورد، حيث بموجب هذه الرخصة يمكن للمستهلك نقض العقد بدون إعطاء مبرر حتى دون أن يخل المهني بالتزاماته، وتعتبر وسيلة قانونية يستطيع بها الفرد من أن يحدث أثار قانونية كما هو الحال في العدول، لكن لا يمكن اعتبار العدول من بين الرخص أو الحرية لأن تتقرر لجميع الناس بموجب نص وهذا لا يتماشى مع مفهوم خيار العدول.¹⁷⁶

3- خيار العدول حق إرادي محض

بعد انتقاد الرأيين السابقين، ظهر رأي آخر ثالث حاول بالتوفيق بينهما فخيار العدول يحتل موقعا وسيطا بين الحق المطلق والرخصة المحدودة حيث يمنح لصاحبه سلطة أوسع من مجرد إذن عارض، مما يجعل العقد يتمتع بمرونة أكبر في إنهاء الالتزام التعاقدية.

وهذا الاتجاه هو الأقرب إلى الصواب لكون خيار العدول عن العقد الإلكتروني يعتبر مجرد حق إداري محض ويختلف عن الحقوق العادية.¹⁷⁷

¹⁷⁵ - زيغم إيتسام محاسن، مرجع سابق، ص ص 46 47.

¹⁷⁶ - المرجع نفسه، ص ص 91، 92.

¹⁷⁷ - هلا علي شلهوب، العدول عن العقد في ظل التعاقد الإلكتروني، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية، الجامعة اللبنانية، 2020، ص 40.

المطلب الثاني

إجراءات ممارسة حق المستهلك في العدول الإلكتروني

بما أن ثبوت الحق في العدول آلية حتمية تمكن المستهلك من فسخ العقد الإلكتروني خلال مهلة محددة، دون الحاجة إلى تبرير أو تحمل المسؤولية، وذلك عبر إجراءات بسيطة فقط تسعى إلى إعادة التوازن التعاقدية (الفرع الأول) لكن قد ينتج أو ينجم عن ذلك آثار قانونية بالنسبة لطرفي العلاقة التعاقدية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

كيفية ممارسة الحق في العدول الإلكتروني

يعتبر الحق في العدول حقا معلق على إرادة المستهلك في فسخ العلاقة التعاقدية حتى في حالة عدم وجود أي مبرر لذلك، إذا سوف نتناول في هذا الفرع الإجراءات المتنوعة لممارسة الحق في العدول وذلك بذكر أهم شروط لممارسته (أولا)، والوسائل المهمة لممارسته (ثانيا)، وعبء إثبات ممارسة حق العدول (ثالثا).

أولا: شروط ممارسة حق العدول

يمكن استنتاج شروط ممارسة الحق في العدول من خلال التشريعات التي تقرر هذا الحق، فثمة شرطين أساسيين لمزاويلته وهما:

1- العدول وفق المدة المحددة قانونا

لكي ينتج حق العدول أثره القانوني يجب أن يمارس من قبل المستهلك خلال المدة المحددة قانونا، فوفقا لتشريع الجزائري تختلف مدة تحديد العدول من عقد لآخر، إذ يبدأ سريان مهلة الرجوع من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج وهذا ما نصت عليه المادة 14 من المرسوم التنفيذي 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي

بالنسبة للبيع على مستوى المنزل،¹⁷⁸ كما سمح للمستهلك الإلكتروني بإعادة السلعة للمورد الإلكتروني في أجل 4 أيام ابتداء من التسليم الفعلي للمنتج¹⁷⁹ وهو ما جاء في نص المادة 22 و23 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري،¹⁸⁰ بينما أحال موضوع الأجل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 18-09 في المادة 19 فقرة 3 إلى النصوص التنظيمية.¹⁸¹

أما المشرع الفرنسي أقر هذه المدة ب 14 يوما تحتسب من الفترة التي يتم فيها تسليم السلعة إلى المستهلك إذا كان محل العقد سلعة، أما إذا كان محل العقد خدمة فحددها ب 14 يوما تسري من اليوم الذي يتم فيه العقد.¹⁸²

2- أن يمارس المستهلك حقه في الرجوع في نطاق العقود التي تجيز له ذلك

الأصل أن كل العقود التي تبرم عبر الشبكة العنكبوتية بين المستهلك والمحترف تخضع لحق العدول. لكن هناك طائفة من العقود مستثناة من الحق في العدول والتراجع، وذلك وفقا لنصوص تشريعية خاصة، فلا يجوز للمستهلك ممارسة حق العدول فيها¹⁸³. بالعودة إلى التشريع الجزائري نجد أنه لم يتطرق إلى هذه المسألة بشكل صريح، ولا حتى أشار إليها في النصوص القانونية.

فقد أشار فقط إلى العقود الاستهلاكية الإلكترونية، التي يمكن فيها ممارسة حق العدول على النحو التالي:

- عندما يسلم البائع منتوجا لم يقدم المستهلك على طلبه إذا في هذه الحالة لا يمكن لمورد السلعة المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم.

¹⁷⁸ -مرسوم التنفيذي رقم 15-114 يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، مصدر سابق.

¹⁷⁹ - لأكلي نادية، مرجع سابق، ص 82.

¹⁸⁰ -قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

¹⁸¹ -القانون رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق.

¹⁸² - لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه علوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2024، ص 387.

¹⁸³ - جامع مليكة، "حق العدول عن العقد كآلية مستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 13، العدد 01، المركز الجامعي عليكافي، تندوف، 2020، ص 458.

-عندما لا يلتزم المورد بآجال التسليم وشروطه.

-عندما يقدم المورد منتوجا معيبا للمستهلك.

-في حالة موافقة المورد على طلبية غير متاحة في مخزونه مما يؤدي إلى الخروج عند الآجال المتفق عليها¹⁸⁴.

ثانيا: وسائل ممارسة حق العدول الإلكتروني

يعتبر حق العدول من العقود المطلقة لا تخضع لرقابة القضاء، ولم يحدد المشرع الجزائري شكلا معينا لتعبير المستهلك عن رغبته في العدول، فقد يأتي بأسلوب صريح أو ضمني، وعليه يمكن له مباشرة ذلك من خلال خطاب أو الفاكس أو رسالة إلكترونية أو عبر الهاتف، أو استمارة قابلة للانفصال خاصة إذا كان بصدد العدول عن عقد تم إبرامه إلكترونيا، إلى أن من الناحية العلمية يكون من صالح المستهلك عند استخدامه لهذا الخيار أن يعبر عن تراجعه من خلال وسيلة تمكنه من إثبات العدول عند حدوث منازعة مع المحترف وهو ما يمكن تحقيقه مثلا من خلال تضمين عدوليه لخطاب موصى عليه بعلم الوصول¹⁸⁵.

ثالثا: عبء إثبات ممارسة حق العدول

يكون عبء الإثبات عند ممارسة حق العدول على عاتق المستهلك بكافة وسائل الإثبات تطبيقا لقاعدة "البينة على من إدعى" وذلك في حالة إغفال المشرع تحديد وسيلة كتابية محددة، ولقد أشار التوجيه الأوروبي الصادر سنة 1997 إلى ضرورة تنظيم التشريعات الوطنية بما يتيح بإلقاء

¹⁸⁴ - لاكمي نادية، مرجع سابق، ص 82.

¹⁸⁵ - بسعدي نورة، حق العدول في العقد الإلكتروني الاستهلاكي في القانون المقارن، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، تخصص قانون المقارن للعقود وقانون الاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، 2002، ص 200.

عبء الإثبات على كاهل المهني ولكن المرسوم الفرنسي الصادر سنة 2001 أغفل هذا الأمر، ومن ثم يرجع في ذلك القواعد العامة في الإثبات.¹⁸⁶

الفرع الثاني

أثار ممارسة الحق في العدول

يتبين من تحليل و دراسة مبدأ العدول أنه حق تقديري يخضع لإرادة المستهلك المنفردة، دون الحاجة إلى موافقة الطرف الآخر أو اللجوء إلى المحكمة أو تقديم أضرار، وهذه المكنة المقررة للمستهلك لها مدة قانونية مخصصة لممارستها إذا لم يمارسها في الوقت المحدد يؤدي إلى عدم سريان مفعول العقد بشكل بات، مما يجعله ملزما لكلا الطرفين وواجب التنفيذ وفقا لأحكامه إذا أوقع المستهلك على خيار العدول فترتب على ذلك جملة من الآثار النظامية التي تتحقق بمجرد إتمامه هذا الإجراء، منها ما يتعلق بالمشتري (أولا) و منها ما يتعلق بالمهني (ثانيا).

أولا: آثار العدول بالنسبة للمستهلك

إن ممارسة المشتري لمكنة العدول قد يؤدي إلى نقض للعقد السابق الذي تم إبرامه، ويترتب على ذلك فسخ أي عقد آخر ارتبط بالعقد الأصلي، ورد السلعة أو المنتج من قبل المستهلك إلى المورد أو التنازل على الخدمة، وهذا ما أقرت به بعض التشريعات، مثالا المادة 02/23 من قانون التجارة الإلكترونية التي تنص: يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض.¹⁸⁷

ونص على هذا أيضا التوجيه الأوروبي المادة 01/14 من التوجيه الأوروبي رقم 83/2011 الذي جاء فيه أنه يتم إرجاع خلال 14 يوما اعتبارا من إعلام المحترف عدله عن العقد، أما فيما يخص مسؤولية المشتري التي تقع عليه بسبب حق العدول فقد تناولتها المادة

¹⁸⁶ - عبد الحكيم فرحان، حق المستهلك في العدول عن التعاقد وتطبيقاته في القانون الجزائري، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03، بن يوسف بن خدة، جامعة الجزائر، 03 سبتمبر 2021، ص 507.

¹⁸⁷ - القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

02/13 من التوجيه حيث يتضح أن المستهلك تتشأ مسؤوليته إذا ثبت فعله أن له تأثير على تخفيض من قيمة السلعة سواء كان ذلك كلياً أو جزئياً، وذلك من خلال استخداماته أو استعمالاته الغير ضرورية اللازمة، لكن على الرغم من أن المستهلك لا يتحمل عادة غرامات أو مصاريف عند العدول عن قراره إلا أن الأمر لا يكون كذلك بالنسبة للتكاليف المباشرة المترتبة عن ممارسة هذا الحق، والمقصود بهذه النفقات تلك التي تتشأ بسبب إعادة السلعة إلى التاجر، حيث تعتبر تكاليف متوقعة نظراً لطبيعة العقد المبرم عن بعد من قبل المستهلك.¹⁸⁸

1 - التزام المستهلك برد السلعة

إذا أردا المستهلك التراجع عن العقد الإلكتروني يتوجب عليه إرجاع المنتج الذي تسلمه إلى المورد بالحالة ذاتها التي تسلمها بها، دون إحداث أي تعديلات أو تلفيات ناتجة استعملها أو تجربتها وذلك خلال المدة المحددة قانوناً التي تختلف من تشريع لآخر، غير أنه يجب على المستهلك عدم التعسف في استعمال حقه وأن يتسم بالنزهة بحيث لا يكون الهدف من استخدام السلعة الإنقاص من قيمتها أو إلحاق أضرار بها، بالتالي لا يمكن حرمان المستهلك من ممارسة حقه في تجربة السلعة للتأكد من سلامتها.¹⁸⁹

2-التزام المستهلك بدفع أعباء رد السلعة

يعد حق العدول حق مطلقاً لأن هذا الحق يخضع للإرادة المنفردة للمستهلك، دون الحاجة إلى تبرير قراره، كما أنه حق غير مالي أي دون مقابل، إذ لا يتحمل المشتري أي تكليف إضافية عند ممارسته هذا الحق في خلال الفترة القانونية المحددة لذلك باستثناء المصاريف المباشرة المرتبطة بإرجاع السلعة محل العقد، كتكاليف المرتبطة بإرجاع الشحن أو النقل أو التأمين، باعتباره الطرف المبادر بالعدول.¹⁹⁰

¹⁸⁸-الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2015، ص 161 162.

¹⁸⁹- بوساحة نجاه، جروني فايزة، "القيود القانونية الواردة على ممارسة الحق في العدول في عقد الاستهلاك الإلكتروني وأثاره"، مجلة الباحث القانوني، المجلد 01، العدد 02، جامعة حمة لخضر، الوادي، 2022، ص 101.

¹⁹⁰- المرجع نفسه، ص 101.

ثانياً: آثار العدول بالنسبة للمحترف

في حال عدول المستهلك عن العقد، وإخبار المهني بهذا القرار يجب على هذا الأخير إعادة المبلغ المدفع من قبل المستهلك، وينتج عن هذا العدول فسخ عقد التمويل الخاص بالعقد الملغى، ويتجسد الآثار القانوني الجوهري عند العدول عن العقد المبرم عبر الأنترنت التزام المحترف برد الثمن الذي دفعه المستهلك له مقابل حصوله على السلعة، أو مقابلاً لخدمة، وذلك في حالة ما إذا دفع المستهلك بدل الخدمة أما إذا لم يقدم المستهلك ثمن الخدمة فلا يترتب على المحترف أي التزام بإعادة المبلغ¹⁹¹.

ونصت أيضاً المادة 22 الفقرة 2 من القانون رقم 18-05 المتضمن التجارة الإلكترونية أن المحترف ملزم بما يلي: "تسليم جديد موافق للطلبية أو إصلاح المنتج المعيب أو استبدال منتج بأخر مماثل، أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك بالتعويض في حالة وقوع الضرر، كما يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل 15 يوما من استلامه المنتج".¹⁹²

في حال تعرض المستهلك الإلكتروني لأي ضرر ناتج عن أخطاء المهني المتمثلة في عدم الالتزام بالموصفات المتفق عليها، أو عدم مطابقة المنتج للمواصفات المعلنة، أو تأخير تسليم السلعة ضمن المدة المحددة، فإن للمستهلك الحق في المطالبة بالتعويض، وأيضاً يمكن له المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقه به نتيجة تلك الأخطاء

وكما جاء في المادة 121-20-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي أنه في حالة استعمال الحق في العدول فإن المحترف الإلكتروني ملزم برد كامل المبالغ المدفوعة إلى المستهلك في أقرب وقت بشرط ألا يتجاوز 30 يوماً التالية لتاريخ ممارسة هذا الحق وخلال هذه المدة فإن المبلغ المستحق يرتب الفوائد القانونية المحددة السارية، ويكون الرد بأية طريقة دفع مع جواز أن يختار

¹⁹¹ - لأكلي نادية، مرجع سابق، ص 24.

¹⁹² - القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

المستهلك، بناء على عرض البائع آلية بديلة لاسترداد المبلغ حتى لو كان قد قرر الرجوع عن الشراء.¹⁹³

¹⁹³ - مرغني حيزوم بدر الدين، حاقة العروسي، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول"، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، المجلد 05، العدد 01، جامعة الجزائر 01، 2020 ص 13 ص 14.

خاتمة

نستخلص من خلال تطرقنا ودراستنا لموضوع تكريس حق المستهلك في الإعلام ضمن العقود الإلكترونية، أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني يعتبر أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها السياسة العامة لحماية المستهلك، فهو من أهم الضمانات القانونية لحماية المتعاقد الإلكتروني الذي يقدم على إبرام العقد عن بعد عبر وسائل حديثة كشبكة الأنترنت، وحق المستهلك في الإعلام لم يعد خيارا بل ضرورة تفرضها متطلبات حماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، في ظل ما يشهده العالم من تطور تقني متسارع وتوسع في المعاملات عن بعد. فالإعلام المسبق والدقيق بات هو حجر الأساس في تحقيق رضا المستهلك وتنوير بصيرته لتحقيق المساواة بينه وبين المحترف الذي يفقه خبرة، لكن رغم تأخره في الظهور إلا أنه لا يمكن تصور تحقيق الحماية المرجوة للمستهلك في غياب هذا الالتزام.

ومن خلال القوانين التي تضمنت في طياتها الالتزام بالإعلام. نحاول من خلال ما تم طرحه تقديم مجموعة من النتائج تدرج فيما يلي:

- الالتزام بالإعلام الإلكتروني يعتبر نظاما قانونيا حديثا نظرا لتطور التكنولوجي السريع الذي تفرضه حاجيات الحياة العصرية.

- الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية لا يختلف عن الالتزام بالإعلام في العقود التقليدية، إلا من حيث الوسيلة.

- يلزم المهني في عقود التجارة والخدمات الإلكترونية بالإعلام المستهلك بمجموعة من البيانات الجوهرية من خلال توعيته بطبيعتها وكيفية استخدامها.

- على الرغم من اختلاف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام والتي تتمثل أهميتها خاصة من جهة الإثبات، إلا أنه من وجهة نظرنا لا يجب إغفال إن السبب من فرض الالتزام بالإعلام هو إعادة التوازن المعرفي بين أطراف العلاقة الاستهلاكية والذي يعني أن العلاقة التعاقدية تكون متوازنة كليا.

- أشار المشرع الجزائري إلى الالتزام بالإعلام في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذلك في المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المحدد لشروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، إلا أنه وسع من مضمونه في القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ليشمل المعلومات بشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، فيما اكتفى في مضمون الالتزام بالإعلام في القانون رقم 03/09 على ذكر المعلومات المتعلقة بالمنتج الموضوع للاستهلاك.

- البيانات والمعلومات التي يقدمها المتدخل للمستهلك ولو كانت صحيحة إلا أنها لا تحقيق الغاية منها إذا اشتملت على غش أو خداع، وبالتالي هو إذا إلتزام أخلاقي قائم على ضمير المدين به بدرجة أولى قبل أن يكون التزاما قانونيا.

- يعد الحق في الرجوع من أهم الضمانات التي كرسها المشرع لحماية المستهلك في عقود البيع الإلكتروني نظرا لطبيعة التعاقد الذي يتم عن بعد حيث يبرم دون أن يتمكن المستهلك من معاينة المبيع أو المنتج بشكل مادي قبل إبرام العقد.

- إن حق العدول من الخيارات المؤقتة فهو مكنة مرتبطة بمدة زمنية محددة، وهذا من أجل الحفاظ على شفافية المعاملات ومراكز الأطراف.

- حق العدول من الآليات القانونية التي أقرها المشرع لتشمل في الأصل جميع العقود لكن هذا لا يمنع من وجود بعض الاستثناءات على بعض العقود سواء تعلق الأمر بسلع أو خدمات.

بناء على ما سبق يتضح لنا ضرورة تقديم مجموعة من التوصيات تتمثل في الآتي:

- تخصيص ندوات علمية بخصوص العقود المبرمة عن بعد لتوعية المستهلك الإلكتروني.

- إصدار نصوص قانونية تحمي المستهلك الإلكتروني وتكون أكثر مواكبة مع هذا النوع من العقود.

- يجب أن يتطور سلوك المستهلك الجزائري من استهلاك عشوائي بدون تأني إلى استهلاك رشيد عقلاني والتأمل في الخدمات والمنتجات بعناية لكي يحقق الغايات المرجوة.

- وضع قوانين تكون صريحة تتضمن جزاءات ردعية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني.
- يجب تعزيز الرقابة على المنصات الإلكترونية وإلزامها على توفير الشفافية في المعاملات، تظهر للمستهلكين حقوقهم ومعلومات العقد الأساسية قبل الإبرام.
- تفعيل التعاون الدولي في مجال حماية المستهلك الإلكتروني، من خلال تنسيق التشريعات الوطنية مع المعايير الدولية في هذا المجال.
- تعزيز النصوص القانونية التي تنظم حق العدول في العقود الإلكترونية وتكييفها بما يخدم المستهلك الذي هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية

قائمة المراجع

أولا. باللغة العربية

I. الكتب

- 1- أبو عمرو مصطفى أحمد، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك "دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية"، د.ط، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 1010.
- 2- أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك (دراسة في القوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني)، مركز الدراسات العربية، مصر، 2016.
- 3- الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك "دراسة تحليلية مقارنة"، د. ط، دار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2015.
- 4- بن داود إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار الكتاب الحديث، الإسكندرية، 2012.
- 5- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 6- حلا محمود شاعر الملاخف، الحماية القانونية للمدعى (في قانون الإذعان)، دار اليازوري العلمية، 2024.
- 7- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، د. ط، الدار الجامعية، القاهرة، 2008.
- 8- رمزي بيد الله الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2016.
- 9- زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك الجزائر، د. ط، دار هومة، الجزائر، 2007.
- 10- شلغوم رحيمة، حماية المستهلك في ضوء القواعد العامة القانون الأعمال، دارالمعرفة، الجزائر، 2023.
- 11- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، عمان، 2025.

- 12- عبد اللاوي خديجة، قانون حماية المستهلك، دار جودة، باتنة، الجزائر، 2024.
- 13- عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2016.
- 14- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، د. ط، دار الهدى، عين مليلة الجزائر، 2000.
- 15- غالب كامل المهيرت، التزام المنتج بالتبصير قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، دار اليازوري العلمية، 2018.
- 16- لاكلي نادية، حماية المستهلك في ظل قانون التجارة الإلكترونية الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2024.
- 17- نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، مصر، 1999.
- 18- يحيوي سعاد، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، د. ط، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، 2022.

II. الأطروحات والمذكرات الجامعية

أ- أطروحات الدكتوراه

- 1- أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.
- 2- بادي عبد الحميد، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2019.

- 3- بسعدي نورة، حق العدول في العقد الإلكتروني الاستهلاكي في القانون المقارن، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، تخصص قانون المقارن للعقود وقانون الاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، 2022.
- 4- بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018.
- 5- بن عديدة نبيل، الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الإستهلاك، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، 2018.
- 6- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 7- خميخم محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017.
- 8- رحالي سيف الدين، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2024.
- 9- زيغم محاسن إبتسام، حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب، 2024.
- 10- شايب بوزيان، ضمانات تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016.
- 11- قاله فيروز، الالتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2024.

12- قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، 2013.

13- لحراري شاح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2024.

14- هلا علي شلهوب، العدول عن العقد في ظل التعاقد الإلكتروني، رسالة ليل دبلوم الدراسات العليا في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية، الجامعة اللبنانية، 2020.

ب-مذكراتالجامعية

ب - 1- مذكرات الماجستير:

1-الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2015.

2-بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2012.

3- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2002.

4- خلوي(عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت(دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

5- عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2009.

6- عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2006.

7- غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

8- لرقط فريدة، الالتزام بالإعلام في عقد الإستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2017.

9- ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام "دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009.

10- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2015.

11- نزهة بلال، الطابع الوقائي والجماعي لقانون حماية المستهلك والمنافسة (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013.

12- نوال كموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011.

ب - 2- مذكرات الماستر:

1- أومدور إلهام، أومدور منال، خصوصية قواعد حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون خاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020.

- 2-بنتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الإستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2012.
- 3- ثامر كشيدة، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، فرع علوم قانونية وإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.
- 4-حوالي حكيمة، خوخي كاتية، حق العدول عن التعاقد بين مقتضيات القانون المدني والقانون رقم 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2023.
- 5- خالد طيهار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.
- 6- دمعي العيد، الالتزام بالإعلام في العقود الاستهلاكية الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020.
- 7- رضاضة أنيس، أوهيب جابر، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020.
- 8- سارة قيسوس، مونية شريف، الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريج، 2022.
- 9- علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون إجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، 2016.

10- نزار إلهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2019.

III. المقالات

1- آدحيم محمد الطاهر، "حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك"، مجلة جزائرية لعلوم والسياسية، المجلد 57، العدد 01، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2020، ص ص (24-44).

2- بادي عبد الحميد، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 02، العدد الثالث، جامعة الجزائر 01، جوان 2017، ص ص (72-88).

3- بشير سليم، بوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، أفريل 2017، ص ص (24-48).

4- بنت الخوخ مريم، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية"، مجلة دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، المجلد 06، العدد 02، المركز الجامعي عبد الله مرسللي، تيبازة، 2022، ص ص (68-84).

5- بن سماعيل سلسبيل، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد الثاني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، ديسمبر 2017، ص ص (285-306).

6- بوخرس بلعيد، "الالتزام بالإعلام التعاقدية (آلية لضمان أمن وسلامة المستهلك من المنتج الخطير)"، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 09، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2021، ص ص (379-403).

- 7- بوساحة نجاة، جروني فايزة، "القيود القانونية الواردة على ممارسة الحق في العدول في عقد الاستهلاك الإلكتروني وأثاره"، مجلة الباحث القانوني، المجلد 01، العدد 02، جامعة حامة لحضر، الوادي، 2022، ص ص(91-107).
- 8- بوصري محمد بلقاسم، "الغلط والتدليس في القانون الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 15، العدد 02، جامعة الجلفة، الجزائر، 2022، ص ص(491-503).
- 9- بوهنتالة أمال، "الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الخامس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، ديسمبر 2018، ص ص(135-149).
- 10- جامع مليكة، "حق العدول عن العقد كآلية مستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الواحات البحوث والدراسات، المجلد 13، العدد 01، المركز الجامعي عليكافي، تندوف، 2020، ص ص(451-478).
- 11- حنان طرطار، علي اليازيد، "الجرائم الواقعة على حق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 03، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2021، ص ص (1014-1037).
- 12- خلاف فاتح، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 08، العدد 02، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2021، ص ص (136-149).
- 13- خلفي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)"، مجلة جامعة للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد 25، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013، ص ص(1-24).
- 14- رمزي بدر الدين لعصامي، وليد كحول، "الإشهار الإلكتروني المضلل جانب جديد للجريمة المعلوماتية"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 09، العدد 01، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 01، 2022، ص ص(714-728).

- 15- زايد محمد، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مجلة أفاق علمية، المجلد 12، العدد 04، المركز الجامعي نور البشير البيض، 2020، ص ص(538-557).
- 16- عبد الحكيم فرحان، "حق المستهلك في العدول عن التعاقد وتطبيقاته في القانون الجزائري"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، 03 سبتمبر 2021، ص ص(497-515).
- 17- كيجل كمال، تسببية أمر، "الالتزام بالإعلام في عقد البيع على التصاميم"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الثاني، العدد الثامن، جامعة أحمد دراية، أدرار، 08 ديسمبر 2017، ص ص(586-593).
- 18- محتال أمينة، "حماية المستهلك الإلكتروني بطريق حق العدول -دراسة تحليلية مقارنة-"، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 09، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد طاهر محمد، بشار، 2023، ص ص(30-52).
- 19- مرغني حيزوم بدر الدين، حاقة العروسي، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول"، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، المجلد 05، العدد 01، جامعة الجزائر 01، 2020، ص ص(78-94).
- 20- معزوز دليلة، "حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني"، مجلة معارف، العدد 22، جوان 2017، ص ص(1-18).

IV. النصوص القانونية

أ- النصوص التشريعية

- 1- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، صادر بتاريخ 8 مارس 2009، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر.ج.ج، عدد 35 صادر في 13 يونيو 2018.
- 2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، عدد 41 المؤرخ في 27 جوان 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06، مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر.ج.ج، عدد 46 صادر في 18 أوت 2010.

3-أمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، ج.ر.ج.ج، عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم، بالقانون رقم 05-07 المؤرخ في 13 ماي 2007، ج.ر.ج.ج، عدد 31.

4-أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج، عدد 49، صادر في 8 يونيو 1966، المعدل والمتمم بموجب القانون 06-24 المؤرخ في 28 أبريل 2024.

5- قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، عدد 28، صادر في 16 ماي 2018 معدل ومتمم.

ب-النصوص التنظيمية

1-المرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2016، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر.ج.ج، عدد 56، الصادر بتاريخ 11 سبتمبر 2006، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44، مؤرخ في 03 فبراير 2008، ج.ر.ج.ج، عدد 07 صادر في 10 فبراير 2008.

2- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 05، الصادر بتاريخ 31 يناير 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-351 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج، عدد 61 صادر في 21 أكتوبر 2001.

3- المرسوم التنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر.ج.ج، عدد 58، صادر في نوفمبر 2013.

4-المرسوم التنفيذي رقم 15-114 مؤرخ في ماي 2015 يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج.ر.ج.ج، عدد 24، صادر في 13 مايو 2015.

V- مواقع الأنترنت

1-أسأل محمد جبريل، فسخ عقد البيع الإلكتروني، الورد على:

[Www.Meu.Edu.jo/library/theses.](http://Www.Meu.Edu.jo/library/theses)

I- ouvrages

1- KAHLOLA M ET MEKHEN G, «la protection du consommateur en droit algériens », revue de l'école nationale de l'administration, IDARA, vol 05, N°2, 1995.

2- MURIEL FABRE-MGNAN, les obligations- tom1 : contrat et engagement unilatéral, 2^e éd, paris, puf, coll. « Thémis », 2007.

الفهرس

الفهرس

شكر وعرفان

الإهداء

قائمة المختصرات

1 مقدمة

الفصل الأول: الإطار القانوني لحق المستهلك في الإعلام ضمن العقود الإلكترونية

8 المبحث الأول: ماهية حق الإعلام ضمن العقود الإلكترونية

8 المطلب الأول: مفهوم حق الالتزام بالإعلام الإلكتروني

9 الفرع الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني

14 الفرع الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام عما يشابهه

18 المطلب الثاني: التكيف القانوني للالتزام بالإعلام الإلكتروني

19 الفرع الأول: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام الإلكتروني

24 الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني

27 المبحث الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني

28 المطلب الأول: شروط ومبررات تقرير الالتزام بالإعلام الإلكتروني

29 الفرع الأول: شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني

32 الفرع الثاني: مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني

34 المطلب الثاني: آليات تكريس حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني

35 الفرع الأول: طرق تنفيذ الالتزام بالإعلام الإلكتروني

Erreur ! Signet non défini. الفرع الثاني: صور الالتزام بالإعلام الإلكتروني

41 الفصل الثاني: المسؤولية المترتبة عند الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني

43 المبحث الأول: جزاء الإخلال بالإعلام ضمن العقود الإلكترونية

المطلب الأول: الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني في العقود الاستهلاكية	43
الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال	43
الفرع الثاني: قابلية العقد للفسخ وإمكانية طلب التعويض	46
المطلب الثاني: الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني في العقود الاستهلاكية	48
الفرع الأول: جرائم تضليل وخداع المستهلك الإلكتروني	49
الفرع الثاني: جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك الإلكتروني	56
المبحث الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن تنفيذ العقد	59
المطلب الأول: مفهوم حق العدول الإلكتروني	59
الفرع الأول: تعريف الحق في العدول	60
الفرع الثاني: مبررات حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني وطبيعته القانونية	64
المطلب الثاني: إجراءات ممارسة حق المستهلك في العدول الإلكتروني	68
الفرع الأول: كيفية ممارسة الحق في العدول الإلكتروني	68
الفرع الثاني: آثار ممارسة الحق في العدول	71
خاتمة	75
قائمة المراجع	79

سن المشرع الجزائري مجموعة من القوانين الهادفة إلى حماية المستهلك، واعتمد على حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام كوسيلة محورية لتحقيق هذه الحماية، حيث يتضمن هذا الحق عدة آليات تختلف من حيث طابعها الإلزامي ودرجة فعاليتها، حيث يلزم المنتجين بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بخصائص المنتجات، والأسعار، وشروط البيع، مع التحذير من المخاطر التي قد تترتب عن استخدامها، كما أقر المشرع الجزائري المسؤوليتين المدنية والجنائية عند الإخلال بالإلتزام بالإعلام، وذلك بهدف التصدي لأي استغلال قد يتعرض له المستهلك من طرف العون الاقتصادي الذي يمتلك الخبرة، وفي نفس الإطار أدرج المشرع حق العدول لتعزيز حماية المستهلك.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، التجارة الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني، العدول.

Résumé

Le législateur algérien a promulgué un ensemble de lois visant à protéger les consommateurs et s'est appuyé sur le droit du consommateur électronique à l'information comme moyen central pour parvenir à cette protection ; ce droit comprend plusieurs mécanismes qui diffèrent en termes de caractère obligatoire et de degré d'efficacité car il oblige les producteurs à informer le consommateur de toutes les informations relatives aux caractéristiques des produits aux prix et aux conditions de vente tout en avertissant des risques qui peuvent résulter de leur utilisation, le législateur algérien a également établi des responsabilités civiles et pénales en cas de manquement à l'obligation d'information dans le but de faire à toute exploitation à laquelle le consommateur pourrait être exposé par l'agent économique qui en possède, l'expérience dans le même contexte le législateur a inclus le droit de rétractation pour renforcer la protection du consommateur.

Les mots clés : information, commerce électronique, consommateur électronique, renonciation.