وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مولود معمري – تيزي وزو–
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون –نظام ل.م.د

الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي كآلية لحماية رضا المستهلك الإلكترونى

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون خاص

إعـــداد الطالبتين :

- تيغدين صونية
- أورزيق نعيمة

إشـــراف الأستاذ (ة) :

د/أعراب أحمد

لجنة المناقشة:

د/ براهيمي جمال،أستاذ محاضر "أ".....رئيسا.

د/ أعراب أحمد،أستاذ محاضر "ب".....مشرفا.

د/ زوانتي بلحسن،أستاذ محاضر "ب".....ممتحنا.

السنة الجامعية 2021/2020

كلمة شكر

بعد أن وفّقني اللّه سبحانه وتعالى لإتمام هذا البحث المتواضع،
لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتوجّه إليه بالحمد والشكر على من
رزقني من فضل ونعمة، وعلى ما أهداني به من صبر وقوّة
لإتمام هذا العمل المتواضع.

كما أتقدّم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف "أعراب أحمد" على
ما قدّمه لي من نصائح وتوجيهات,

كما نشكر لجنة المناقشة على موافقتهم على مناقشة هذا البحث
وتصحيحه فلهم منا جزيل الشكر.

إلى كل موظفي الإدارة والمكتبة وكلّ أسرة كلية الحقوق
بجامعة تيزي وزو.

وإلى كلّ من قدّم لي يد العون لإتمام هذا العمل المتواضع.

إهـــداء

الحمد لله سبحانه وتعالى الّذي ييسّر لنا طريق العلم,
وأعاننا على إتمام هذه الدراسة بأنامل تحيط بقلم أعيته
الكلمة وأرقته الخطوط أهدي ثمرة جهدي إلى :

- كل أفراد عائلتي.
- إلى كلّ أحبتي.
- إلى كلّ من أعاننا من قريب أو بعيد.

نعيمة.

إهـــداء

الحمد لله سبحانه وتعالى الّذي ييسّر لنا طريق العلم،
وأعاننا على إتمام هذه الدراسة بأنامل تحيط بقلم أعيته
الكلمة وأرقته الخطوط أهدي ثمرة جهدي إلى :

- كل أفراد عائلتي.

- إلى كلّ أحبتي.

- إلى كلّ من أعاننا من قريب أو بعيد.

صونية.

قائمة المختصرات

ج.ر.ج.ج: جريدة رسمية الجمهورية الجزائرية

ج.ر: الجريدة الرسمية

د.س.ن: دون سنة النشر

ص: الصفحة.

ط: الطبعة

مقدمة

تعتبر العلاقات الاستهلاكية من أكثر العلاقات التعاقدية انتشارا في المجتمعات، لما تلعبه من دور في توفير الحاجات الأساسية والثانوية للأفراد وأصبحت من التصرفات التي لا يمكن الاستغناء عنها، لذا ظهرت عدة إلتزامات تقع على عاتق المتدخل أو المورد الإلكتروني تعمل على خلق توازن في العلاقة الاستهلاكية باعتبار فئة المستهلكين الحلقة الأضعف فيها.

وعليه تضمنت التشريعات الوضعية عدة آليات قانونية مستحدثة في مجال حماية المستهلك عامة والمستهلك الإلكتروني على وجه الخصوص، نظرا للثورة التكنولوجية التي أدخلت تغيرات كبيرة وبوتيرة مسارعة على المنتجات ووسائل الإنتاج وكذا الدعاية المغرية عليها. ومن أهم الالتزامات الهامة التي يفرض وجودها في إبرام العلاقات الاستهلاكية خاصة في مجال التجارة الإلكترونية نجد الالتزام بالإعلام كضمانة لتنوير إرادة المستهلك في التعاقد العادي أو الإلكتروني.

يعتبر الالتزام بالإعلام شرط لصحة وسلامة العقود الاستهلاكية عند تقديم السلعة أو الخدمة، فهو يرتبط بالدرجة الأولى بضمان الثقة والأمان في التعامل، وتجريم الدعاية الكاذبة أو المضللة، إذ يلتزم عن طريقه بإعلام المستهلك وتزويده بالمعلومات الخاصة بالمنتوج وكذا طريقة استعماله، والاحتياطات الواجب اتخاذها عند استعماله، فهو من أولويات الالتزامات الواجب الاعتماد عليها لتنوير المستهلك عن شخصية المتدخل الإلكتروني وكذا الإحاطة بأوصاف المنتوج ومميزات الخدمة قبل إبرام العقد في إطار التجارة الإلكترونية، والتي يتعذر عادة على المستهلك الإلكتروني العلم بها وبتفاصيلها.

وأمام بروز إشكالية عدم علم المستهلك الإلكتروني بماهية المنتوج الإلكتروني وبهوية المستورد الإلكتروني الذي يتعامل معه، سعى المشرع الجزائري على غرار العديد من

التشريعات المقارنة إلى تعزيز الضمانات المكفولة لحماية المستهلك، بموجب قانوني: حماية المستهلك وكذا التجارة الإلكترونية، وذلك بتكريس الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني والذي بمقتضاه يفرض على المورّد أو المتدخل الإلكتروني باعتباره الجانب المحترف في العلاقة التعاقدية، تنوير وتبصير إرادة المستهلك الإلكتروني قبليا.

وبحكم الأهمية القصوى لفرض الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني على عاتق المورد الإلكتروني، خاصة في ظل التزايد المستمر على ممارسة التجارة الإلكترونية وما صاحب ذلك من عمليات التحايل والغش على فئة المستهلكين الإلكترونيين، أدرج المشرع الجزائري هذا الالتزام في المرحلة السابقة على التعاقد الإلكتروني لما لها من الفعالية في اتخاذ المستهلك الإلكتروني لقراره في إبرام العقد الإلكتروني من عدمه، كما أن وجود عيوب الإرادة ومن ثم احتمال إبطال العقد وبالتالي ظهور منازعات تؤثر على ضمان استمرارية التعاملات الإلكترونية وخلق عدم التوازن في العلاقات الاستهلاكية الإلكترونية يجعل من المستهلك الإلكتروني دائما الحلقة الأضعف مما يفرض الحماية القانونية في المرحلة السابقة للتعاقد عبر شبكة الأنترنت من المخاطر التي قد تواجهه.

بناء على ما سبق، فإن الالتزام بالإعلام الإلكتروني من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بين طرفي العلاقة ولسلامة إرادتيهما طالما أن التعاقد يتم بين متعاقد متدخل أو مورد إلكتروني من جهة، ومن جهة أخرى المستهلك الإلكتروني بإعتباره الطرف الضعيف، بما يستدعي توفر أُطُر قانونية تكفل حماية لهذا الأخير على نحو يضمن توازن المصالح في العلاقة التعاقدية.

في ضوء ذلك، تظهر ضرورة للتساؤل حول مدى تكريس المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني على النحو الذي يكفل حماية كافية للمستهلك الإلكتروني؟

للإجابة عن هذه الإشكالية قسمنا موضوع الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول: ماهية الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

الفصل الثاني: أثر الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

الفصل الأول

ماهية الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

تتعدد التزامات المتدخل إتجاه المستهلك عند إبرام العقد الإلكتروني كونه الطرف الأكثر قوة في العلاقة العقدية، ويتمثل أحد هذه الالتزامات في واجب الإدلاء بعدة معلومات حتى يبرم المستهلك الإلكتروني العقد بناءا على رضاء مستنير، وهذا ما يطلق عليه بالالتزام بالاعلام قبل التعاقدي الالكتروني، الذي من شأنه إعادة التوازن المفقود بين أطراف العقد.

يكون هذا الالتزام أكثر أهمية في مجال التعاقد الالكتروني كون التعاقد يتم من خلال استخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد دون الالتقاء الحقيقي بين أطرافه، وأن استخدام هذه الوسائل يجب ألا يحول دون تزويد المستهلك بالمعلومات اللازمة لتقرير رضاه. لذا يجب تحديد ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني لتوضيح مكانة هذا الالتزام ضمن الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل أو المورد الإلكتروني، وعليه فإن بيان ماهية الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني يقتضي منا تحديد مفهومه **(المبحث الأول)**، ثم بيان شروطه **(المبحث الثاني)**.

المبحث الأول

مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني

يعد الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني من الالتزامات التي تكون قبل إبرام العقد عبر الوسائل الالكترونية، وهذا ما يجعله من أهم الالتزامات الواجب تحقيقها لتنوير إرادة المستهلك الإلكتروني فيما يخص محل التعاقد الإلكتروني، وبالتالي توفير الأمان والطمأنينة في نفسية المستهلك لإبرام العقد.

لذا سنحاول التعرف على مفهوم الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني من خلال تعريفه وتحديد خصائصه **(المطلب الأول)**، ثم تمييزه عن غيره من الالتزامات المشابهة له **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول

تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني وخصائصه

برز مدلول حماية إرادة المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني مع إنتشار المعاملات الالكترونية، مما أدى ضرورة التحقق من وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، كما له من قيمة قانونية في تحقيق التوازن العقدي بين المستهلك والمورد الالكتروني، فاهتمت التشريعات بهذا الالتزام بتكريسه مما أدى إلى ضرورة تحديد تعريفه **(الفرع الأول)** وبيان خصائصه **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

يعتبر الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني من أهم الضمانات القانونية التي ينبغي المطالبة بها في مجال حماية المستهلك بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة[1].

المشرع الجزائري لم يعرف أو يخصص للالتزام بالإعلام الالكتروني نصوص خاصة، فقد ورد الالتزام المذكور بشكل عام يسري على كل العقود التي يكون المستهلك طرفا فيها. عرفه في المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم[2] كما يلي: "**يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة**".

إن عدم وجود تعريف تشريعي للإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي يستدعي الإستعانة بموقف الفقه، لقد تعددت التعاريف الفقهية بخصوص الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني حيث عرفه بعض الفقهاء بأنه التزام إيجابي سابق على إبرام العقد الإلكتروني بفرض على المدين (المهني، المحترف، المتدخل، للمورد الالكتروني) بأن يحيط المستهلك

---

[1] دليلة معزوز، **"الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني ومدى فعالية وشمولية قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"**، مجلة المعارف، العدد (08)، كلية الحقوق، جامعة البويرة، جوان 2010، ص 80.

[2] قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، العدد 15، صادر في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم، بالقانون رقم 18-09، صادر بـ 10 جويلية 2018، ج.ر، العدد 35، لسنة 2018.

عبر الأنترنت بالمعلومات والبيانات المتعلقة بمحل العقد وشخصية المنتج والمورد وأي إعتبار آخر يمكن أن يؤثر بمحل العقد وشخصية المستهلك ويدفعه إلى الرضا بالعقد[1].

كما عرفه البعض الآخر على أنه التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل ومتبصر على علم بكافة تفصيلات هذا العقد[2].

يلاحظ من خلال هذه التعاريف أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني ما هو إلا مرحلة سابقة للتعاقد، ويعني ذلك إحاطة المستهلك الإلكتروني بكل المعلومات الجوهرية التي يجهلها عن السلعة والخدمة والتي يتعذر الحصول عليها، لكي يكون على دراية واعية بالعقد وشروطه عند الإقبال على التعاقد وبإرادة مستنيرة.

وينفذ هذا الإلتزام من قبل التاجر أو المتدخل عبر وسائط الكترونية وقبل إبرام العقد لأنه إذا لم يحقق ذلك، فقد يجعل إرادة المستهلك معيبة، ويقع في غلط أو تدليس، وحتى وإن لم تكن إرادة المستهلك معيبة بأحد عيوب الإرادة فإنها تعد إرادة غير متكافئة، وهي بهذا الوصف غير صالحة لإنشاء عقد يفترض فيه أن يقوم على التوازن بين الطرفين[3].

كما يمكن تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني أنه: "**إلتزام يقع على عاتق التاجر الالكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الالكترونية الحديثة، بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه وبياناته التجارية وبكافة البيانات**

---

[1] نقلا عن عقيل فاضل حمد النهان، غني ريسان جادر الساعدي، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني"، مجلة أهل البيت، العدد 05، العراق، د.س.ن، ص 208.

[2] نقلا عن خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص 94.

[3] سميرة زايدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة أم البواقي، 2016/2015، ص 45-46.

الجوهرية المتعلقة بالعقد والتي بناء عليه يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستنيرة"[1].

"ويقصد به أيضا أنه التزام سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بالتزام مزود الخدمة بإعلام وتبصير المستهلك بالمعلومات الشاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الأنترنت أو أي وسيلة إلكترونية، وهذا حتى يكون المستهلك على بينة من أمره باتخاذ القرار المناسب على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد الإلكتروني.

ويقصد به أيضا الالتزام القانوني الذي يسبق العقد الالكتروني والذي يلتزم بموجبه أحد المتعاقدين الذي يملك المعلومات الجوهرية التي تخص العقد المراد إبرامه، وتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"[2].

وعرف كذلك الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني بشكل مختصر بأنه إلتزام قانوني يقع على المهني قبل إبرام العقد الالكتروني[3].

---

[1] عائشة قصار الليل، **"الالتزام بالإعلام الالكتروني السابق للتعاقد"**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة1، العدد 10، جانفي 2017، ص 225-226.

[2] بن ناصر رضوان، لموسخ محمود، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2020/2019، ص 40-41.

[3] مريم خليفي، **"الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية"**، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 04، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، جانفي 2011، ص 206.

الفرع الثاني

خصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني

يتميز الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني بعدة خصائص تتمثل في: خاصية العمومية **(أولا)**، ثم خاصية الاستقلالية **(ثانيا)**، وتميزها بخاصية الوقائية **(ثالثا)**، وأخيرا أنه إلتزام سابق عن إبرام العقد **(رابعا)**.

أولا: طابع العمومية

طابع العمومية يعني أن هذا الالتزام لا يقتصر تطبيقه على عقود خاصة فقط، وإنما يطبق على جميع العقود قبل إبرامها مهما كان نوعها أو طبيعتها، إلا أن الواقع العملي أثبت أهمية وجود هذا الإلتزام في بعض العقود الالكترونية التي يكون محلها سلع معقدة فنيا[1].

ثانيا: طابع الاستقلالية

يعد الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي التزام مستقل عن غيره من الالتزامات الأخرى التي حاول بعض الفقهاء ربطها به كجعل الالتزام قبل التعاقدي تابع لنظرية عيوب الرضا أو جعله تابع لنظرية ضمان العيوب الخفية أو نظرية التسليم أو نظرية السلامة، مع العلم أن نظرة القضاء الفرنسي إلى هذا الالتزام كالتزام مستقل هو الأمر الذي برر نشأته ووجوده، فتمييزه عن غيره من الالتزامات الأخرى لأكبر دليل على أنه متمتع بخصوصيات تجعله يحظى بالاستقلالية[2].

---

[1] بن عديدة نبيل، إلتزام المحترف بالإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2010/2009، ص 29-30.

[2] محمد إبراهيم الدسوقي، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للنشر والتوزيع، مصر، 1985، ص 42.

ثالثا: الطابع الوقائي

ينطوي الالتزام بالإعلام وفق هذه الخاصية على إعلام المستهلك الإلكتروني بكل المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد، حتى يتكون لديه رضاءا حرا خالي من أي عيب من عيوب الإرادة، وبذلك يستطيع من خلاله إبرام العقد أو الامتناع عن إبرامه، الأمر الذي يؤكد الطابع الوقائي لهذا الالتزام طبقا لمبدأ الوقاية خير من العلاج، وكذلك لتفادي الحكم بإبطال العقد بعد إبرامه خاصة في مجالي الغلط والتدليس، ومن ثم عدم استقرار المعاملات والعقود التي تجري بين المتعاقدين، وهذا ما يبين الأهمية الكبيرة لهذا الالتزام[1].

رابعا: التزام سابق عن إبرام العقد

يعتبر الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي وفق هذه الخاصية التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم بموجبه المورد الالكتروني بأن يخبر أو يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة به، والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالتعاقد من عدمه بإرادة حرة مستنيرة[2].

[1] بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 31.

[2] غبابشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة باتنة 1، 2021/2020، ص 97.

المطلب الثاني

تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني عن غيره من الإلتزامات الأخرى

يدخل الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني ضمن الالتزامات التي تقع على عاتق المورد الالكتروني، والتي تعتبر في نفس الوقت حقوق المستهلك الإلكتروني في إطار المعاملات الإلكترونية، مما يجعله يتميز عن بعض الالتزامات الأخرى المشابهة له، مما يؤدي بنا إلى تناول مسألة تمييزه عن الالتزام بالإعلام التعاقدي الالكتروني **(الفرع الأول)**، ثم تميزه عن الالتزام بتقديم المشورة **(الفرع الثاني)**، وأخيرا تمييزه عن الالتزام بالإعلان **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول

تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن الالتزام بالإعلام التعاقدي الإلكتروني

تظهر أهمية التمييز بين هذين النوعين من الالتزامات في ضوء تماثل الهدف في كل منهما، فكل منهما يهدف إلى تنوير وتبصير أحد المتعاقدين بالأمور الأساسية للعقد، والتي يصعب الإحاطة بها إلا من خلال المتعاقد الآخر، وهو ما دفع جانب من الفقه إلى القول بصعوبة التمييز بينهما[1].

[1] موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقد التجارة الالكترونية، ط1، مكتبة السنهوري، القاهرة، 2011، ص 115.

يتميز الحق في الإعلام قبل التعاقد الإلكتروني وكذا أثناء تنفيذ العقد بذاتيته الخاصة، ورغم ذلك فإنه قد يثار الخلط بين هذا الحق وغيره من الحقوق السابقة له لوجود تماثل بينهما في بعض الجوانب إذ أن محلها جميعها تقديم معلومات للطرف الآخر، وتكمن مظاهر تميز الإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن الإعلام التعاقدي الإلكتروني في الاختلاف من حيث المصدر ووقت النشوء **(أولا)**، الاختلاف من حيث المضمون **(ثانيا)**، و الاختلاف من حيث جزاء الاخلال بالالتزامين (ثالثا) [1].

أولا: الاختلاف من حيث المصدر ووقت النشوء

يرى بعض الفقه أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني يجد أساسه في المبادئ العامة للقانون وعلى رأسها مبدأ حسن النية فضلا عن النصوص التي تقره صراحة لاسيما في الدول التي سنت تشريعات خاصة بحماية المستهلك، وبمعنى آخر فإن الالتزام قبل التعاقدي هو التزام عام يطبق بشأن كافة عقود الاستهلاك[2].

بينما يجد الالتزام التعاقدي بالإعلام أساسه ومصدره في العقد الذي يتضمن التزام أحد طرفي العقد بإعلام الطرف الآخر بالمعلومات الهامة والجوهرية أثناء تنفيذ العقد.

[1] لعوامري وليد، الحماية القانونية لحقوق المستهلك التعاقدية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2016، ص 24.

[2] عبد الباقي عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 224.

أما من حيث وقت نشوء كلا الالتزامين يعتقد البعض أن وقت نشوء الالتزام يشكل معيارا فاصلا، فبينما ينشأ الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في المرحلة السابقة على نشوء العقد وقبل إبرامه نجد أن الالتزام التعاقدي بالإعلام ينشأ بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه[1].

ثانيا: الاختلاف من حيث المضمون

في الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني تكون المعلومات من أجل تنوير المستهلك، أما الالتزام بالإعلام العقدي الإلكتروني تتجاوز تلك المعلومات إذ تظهر كل ما يتعلق بالعقد من طريقة الاستعمال والتدابير الاحتياطية والنتائج المترتبة عن الاستعمال وما قد يشوب ذلك من تأثيرات أخرى.

فالبيانات والمعلومات التي تتعلق بالمنتوج والتي تهم المستهلك وكانت معرفتها حتى يكون على بينة من أمره، إما معلومات قبل تعاقدية والتي تتعلق بحالة المنتوج وكذا الأسعار وشروط البيع، بالإضافة إلى دواعي استخدام المنتوج أو الأخطار الناجمة عن طبيعة، أما المعلومات العقدية فتتمثل في مستجدات العقد وكيفية حفظ المنتوج[2].

ثالثا: الاختلاف من حيث جزاء الاخلال بالالتزامين

يترتب على الاخلال بالإلتزام قبل التعاقدي الالكتروني سواء إتخذ ذلك الإخلال بشكل الامتناع عن الإدلاء بالبيانات أو الإدلاء الجزئي أو المغلوط وتثار في هذه الحالات المسؤولية التقصيرية للمتدخل، أما في حالة الاخلال بالالتزام التعاقدي بالإعلام الالكتروني

[1] لرقط فريدة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2017/2016، ص 44-45.

[2] رفاوي شهيناز، الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقود الاستهلاك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة سطيف، 2016، ص 33.

فإن الأمر يتعلق بإثارة المسؤولية العقدية المتمثل في عدم الإدلاء بالبيانات المطلوبة أو الإدلاء الجزئي أو المغلوط بها، ويستطيع المستهلك في هذه المرحلة أن يطالب بالتنفيذ العيني بالالتزام متى توافرت شروطه، كما يجوز للمستهلك أن يطالب بالفسح أو يتمسك بالدفع بعد التنفيذ متى توافرت شروطه[1].

الفرع الثاني

تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن تقديم المشورة

يعد الالتزام بتقديم المشورة أو المساعدة الفنية ذلك الاتفاق بين شخصين أحدهما مهني يسمى الاستشاري متخصص في فرع من فروع المعرفة الفنية يلتزم بمقتضاه في مواجهة الطرف الآخر يسمى العميل مقابل أجر، أن يقدم على وجه الاستقلال استشارة ودراسة هي أداء من طبيعة ذهنية من شأنها أن تؤثر بطريقة فعالة في توجيه قرارات العميل[2].

أما ما يميز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني هو أن تنفيذ هذا الالتزام يكون سابقا لتكوين العقد فهو ليس التزاما عقديا وليس إلتزاما خاصا للقيام بعمل محدد أو الإمتناع عن عمل محدد يتفق عليه بين الدائن والمدين، كما أن تنفيذ الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني يكون بدون أجر، في حين يكون تنفيذ الالتزام بتقديم المشورة الفنية مقابل أجر[3]، وفي هذا الصدد يرى بعض الفقه أن الالتزام بتقديم المشورة لا يعدو أن يكون إحدى صور

[1] لرقط فريدة، مرجع سابق، ص 45-46.

[2] بولنوار عبد الرزاق، الالتزام المهني بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2017/2016، ص 76.

[3] موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص 113.

الالتزام بالإعلام فهو جزء لا يتجزأ من الالتزام بالإعلام، لذا كان إلتزام المدين بالنصح في المجال المعلوماتي أكثر شدة من الالتزام بالإدلاء بالبيانات فهو إلتزام يتجاوز مجرد إدلاء المورد بمن يتعاقد معه ببيانات حول خصائص المعدات والبرامج بإيجابياتها وسلبياتها، فالإدلاء بالبيانات إنما يتم على سبيل النصح والإيصاء، وتترتب على الإخلال به مسؤولية تقصيرية، في حين الإخلال بالإلتزام بالنصيحة تترتب عليه المسؤولية العقدية، ولقد تبنى المشرع الجزائري الالتزام بوجوب تقديم النصيحة تعزيزا لحماية المستهلك حتى وإن لم ينص عليه صراحة كون مصطلح الإلتزام بالنصيحة يدخل ضمن المفهوم العام للالتزام بالإعلام[1].

كما يختلف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني عن الالتزام بتقديم المشورة بأن الأول ينشأ دون حاجة لوجود إتفاق خلافا للالتزامات المقارنة والتي يستلزم لوجودها وجود إتفاق خاص يفرضه ويحدد مضمونه[2].

فضلا عن ذلك فإن الالتزام بتقديم المشورة أو النصيحة يمكن أن يكون في حالات التزام ببذل عناية، وفي حالات أخرى إلتزاما بتحقيق نتيجة، فيكون إلتزاما بتحقيق نتيجة عندما يضمن المدين به نتيجة القرار الذي يتخذه الدائن إعتمادا على تلك المشورة فدور المدين المحترف هنا لا يقتصر على مجرد تقديم الاستشارة وبذل العناية اللازمة لتوجيه قرار للدائن بل ذهب لما هو أبعد من ذلك[3].

[1] لمزيد من التوضيحات فيما يخص هذه النقطة أنظر: عبوب زهيرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018، ص 103.

[2] السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على شبكة الأنترنت، الدار الجامعية، لبنان، 2006، ص 43.

[3] عبوب زهيرة، مرجع سابق، ص 104.

الفرع الثالث

تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن الإعلان الإلكتروني

يعتبر الإعلان الإلكتروني عبارة عن ملصقات إلكترونية تحمل إسم الأنشطة التجارية والصناعية المعلنة للجمهور، بحيث يكون وسيلة تهدف إلى التأثير في نفسية هذا الأخير تحقيقا لغايات تجارية، والتي تكون بطرق مختلفة كالصحف التي توزع على الناس لقراءة الإعلان أو النشرة أو عبر شبكة الأنترنت، ويعلن ما يراد إعلانه ترويجا له[1].

لذا فمكمن تميز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن الإعلان الإلكتروني، هو أن هذا الأخير حتى ولو كان وسيلة من وسائل الإعلام المسبق فإن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني يتميز بالموضوعية لأنه يهدف إلى تقديم المعلومات والبيانات للمستهلكين التي ترمي إلى تكوين رضاء حر وسليم وإرادة خالية من العيوب على عكس الإعلان الإلكتروني فهو يتميز بالذاتية ويعتمد على المبالغة في وصف السلع والخدمات المعروضة للإشهار مركزا على الإيجابيات فقط من أجل حث وتحفيز وإغواء المستهلكين على إقتناءها دون ذكر سلبيات هذه السلعة أو الخدمة المقدمة، وهذا ما يجعل الإعلان الإلكتروني غير محايد بخلاف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني فهو محايد يسعى إلى تقديم معلومات صحية وموضوعية[2].

بالتالي يختلف كل من الالتزامين في الهدف المرجو منه، ذلك أنه إذا كان الإعلان الإلكتروني يهدف إلى تشجيع المستهلكين على إقتناء السلع والخدمات، فإن الالتزام بالإعلام

[1] سميرة وايدي، مرجع سابق، ص 18.

[2] بن عديدة نبيل، مرجع سابق، ص 58.

يهدف إلى نقل المعلومات وخصائص المنتجات للمستهلك بغرض تبصيره حتى يتمكن من إتخاذ قرارات سليمة وهادفة. فالشيء الذي يميز الإعلان عن الإعلام هو أن الإعلان الإلكتروني يهدف إلى ترويج المنتجات والخدمات بقصد تحقيق كسب مادي، ويكون هذا الإعلان مدفوع الأجر[1].

المبحث الثاني

شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني وطبيعته القانونية

يعتبر الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني صورة من صور الالتزام بالإعلام الذي يدخل ضمن الحقوق المقررة لفئة المستهلكين والتي تعد من الالتزامات التي تقع على عاتق المورد أو المتدخل، وقد كرسها المشرع الجزائري في مجموعة من النصوص القانونية ونظمها بما يتلائم مع التوازن الفعلي والميداني للعلاقة الاستهلاكية. فنجد أن مركز المستهلك دائما يبقى ضعيفا في مواجهة الطرف الآخر من العلاقة، لذا حدد المشرع الجزائري شروطا للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني **(المطلب الأول)** ليكفل حماية للمستهلك، وهو ما يستدعي تبعا لذلك تحديد الطبيعة القانونية لهذا النوع من الالتزام لتوضيح الهدف المرجو من إقراره ضمن الالتزامات المقررة لحماية المستهلك **(المطلب الثاني)**.

[1] لعوامري وليد، مرجع سابق، ص 26.

المطلب الأول

شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

يتعين لنشوء الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني توافر شرطين، وأن هذين الشرطين يتعلقان بالإعلام بشكله التقليدي أو الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد. يتمثل الشرط الأول في جهل المستهلك بالمعلومات التي تؤثر في رضاه **(الفرع الأول)**، أما الشرط الثاني يكمن في علم المورد الإلكتروني بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

جهل المستهلك بالمعلومات

إن القاعدة المستقر عليها فقها وقضاء أن كل متعاقد يقع عليه واجب الاستعلام عن المعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، غير أن هذه القاعدة ليست مطلقة، وذلك لصعوبات مادية قد تحول دون ذلك كالمميزات التقنية للمنتوج المراد استهلاكه أو الظروف التي سيبرم فيها، مثل المسافة بين المنتوج أو الخدمة ومكان تواجد أحد المتعاقدين في العقود الإلكترونية او كإنعدام المساواة بين المتعاقدين في العلم بموضوع العقد الإلكتروني، خاصة وأن البائع الإلكتروني وبحكم التعامل من قبل في المجال الإلكتروني يفقه أكثر من المستهلك[1]. وأنه ترتيبا على ذلك يشترط في هذا الالتزام أن يكون المستهلك جاهلا لهذه المعلومات، حيث أن هذا الجهل هو الذي يجعل المتدخل في عقود التجارة الإلكترونية مدين بالإعلام للمستهلك.

[1] فرحات ريموش، الالتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2010/2009، ص 30.

غير أن جهل المستهلك لابد أن يكون مشروعا، باعتبار أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني الذي يقع على عاتق المتدخل له حدود، حيث لا يتعدى إلى ما يجهله المتدخل شخصيا ولا المعلومات التي يعلمها المستهلك أو يفترض عمله بها[1].

تجدر الإشارة في هذا الإطار أن جهل المستهلك بمعلومات محل الإعلام قد يكون مفترضا في التعاقد الإلكتروني، لأنه مجال تتعدد فيه وسائل الغش والخداع، وهذا ما يستوجب حماية المستهلك في هذا النطاق. ونتيجة لذلك فإن القضاء الفرنسي في سبيل توفير الحماية الكافية للمستهلك يتوسع في تبرير جهل المستهلك بالمعلومات ومن ثمة يعفيه من واجب الاستعلام وكل ذلك بناء على الثقة المشروعة والمبررة في الطرف الآخر[2].

وهكذا فإن المستهلك لا يستطيع أن يدعي مشروعية جهله بالمعلومات والبيانات الضرورية إلا إذا أثبت عدم إمكانية الاستعلام عنها. وقد صاغ الفقهاء الفرنسيون هذه الفكرة في مبدأ يقضي بوجود إلتزام بإعلام المتعاقد الذي لا يمكنه الاستعلام، وقد أرجع هذا الفقه الجهل المشروع إلى إعتبارين وهما:

- الجهل المستند إلى إستحالة العلم.
- الجهل المستند إلى إعتبارات الثقة المشروعة[3].

وعليه لا يملك المستهلك إزاء ضعفه الشديد وقلة خبرته إلا أن يركز على ثقته في الشخص المتدخل وأن ينتظر منه أقصى درجة من درجات الأمانة والتعاون في تعريفه بكافة

---

[1] نقلا عن فدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012، ص 15.

[2] بوشريقن زهرة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد (دراسة مقارنة)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، 2017، ص 47.

[3] لرقط فريدة، مرجع سابق، ص ص 24-25.

الأمور اللازمة لتنوير وسلامة رضائه، دون أن يكون من حق المتدخل الاحتجاج عليه بأنه كان قادر على تلك المعرفة بوسائله الخاصة. وتلعب هذه الثقة دورا مزدوجا في إعفاء الشخص غير المحترف أو المستهلك من واجبه في الاستعلام والتحري في الوقت الذي تلقى فيه على عاتق المحترف إلتزاما بإعلام المتعاقد الآخر وتنوير إرادته[1].

يبدو مما سبق تساهل القضاء في تبرير مشروعية جهل الشخص غير المحترف، وبالتالي في إعفاءه من واجب الاستعلام والتحري إستنادا إلى عنصر الثقة الذي يتولد لديه عن تعامله مع شخص محترف. أما بالنسبة لتقدير مدى كفاية عنصر الثقة في القيام بهذا الدور، فتلك مسألة موضوعية أمرها بيد قاضي الموضوع الذي يجب أن يأخذ في إعتباره بجانب الظروف الخاصة للشخص غير المحترف طبيعة المهنة التي يشغلها الشخص المحترف والأعراف السائدة[2].

والجدير بالذكر أن المورد الإلكتروني أو المتدخل إذا رغب في إبرام عقد مهني آخر بنفس تخصصه لا يمكن أن يكتسب صفة الناشئة في الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني في مواجهته، وذلك نظرا لتكافئ وتساوي الطرفين من حيث وسائل المعرفة والدراية، إلا إذا أثبت أن أحدهما مارس أعمالا تدليسية وطرق إحتيالية كان من شأنها إيقاع الطرف الآخر في الغلط، فحق له الرجوع عليه لإخلاله بإلتزامه بالإعلام[3].

[1] عبد الباقي عمر محمد، مرجع سابق، ص 247.

[2] داهم صبرين، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في ظل قانون حماية المستهلك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، 2017/2016، ص42-43.

[3] خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 81.

الفرع الثاني

علم المورد الإلكتروني بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج

من الطبيعي إشتراط إلتزام المورد الإلكتروني إعلام المستهلك بكل المعلومات الضرورية حول المنتوج أو الخدمة ويبرر هذا الشرط إعتبارين إثنين هما:

الأول أنه من غير المعقول أن يلتزم المتعاقد بالإدلاء بالمعلومات هو نفسه يجهلها، أما الثاني فهو متسمه من أساس هذا الالتزام وهو مبدأ حسن النية[1].

وما يجب التنويه إليه أنه يصعب حصر وتحديد كافة البيانات والمعلومات التي يتعين على المورد الإلكتروني الإفصاح بها إلى المستهلك، فذلك أمر يتفاوت من عقد لآخر، إلا أنه وما يهم أكثر في مجال عقود الاستهلاك هو معرفة المستهلك المعلومات والبيانات للخصائص الأساسية والسمات الجوهرية للسلع والخدمات التي يسعى للتعاقد بشأنها[2].

مع الإشارة أن صفة المورد الإلكتروني كمدين بالإلتزام بالإعلام تفترض قدرا كبيرا من المعرفة وتبرر تشديد المسؤولية وزيادة مقدار المعلومات والبيانات التي يلتزم الإدلاء بها لصالح المستهلك، إذ لا يعقل أن يجهل المورد خصائص المنتجات التي ينتجها أو يوزعها، كما لا يمكن أن يتصور جهله بعقد هو أصلا من أعد مضمونه[3].

---

[1] بن يحي وفاء، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2015، ص 29.

[2] خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 98-99.

[3] بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2012/2011، ص 37.

بالنسبة للمشرع الجزائري فلم يكتفي بشرط الإعلام على محل التعاقد بل كذلك يجب الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني على هوية المورد الإلكتروني. وقد تضمن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[1] ضرورة علم المستهلك الإلكتروني بالهوية المهنية للمورد الإلكتروني، حيث أشار المشرع في المادة 11 من هذا القانون إلى ضرورة تضمين العرض التجاري الإلكتروني معلومات خاصة متعلقة بالهوية المهنية لممارسة النشاط على سبيل الدوام، وتدخل في جانب التعريف بالهوية المهنية القانونية كذكر رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم الهاتف ورقم السجل التجاري ونشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت[2].

أوجب المشرع الجزائري على كل مورد إلكتروني عند ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية في الجزائر إلزامية تقديم عرض تجاري إلكتروني مسبق بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، وعلى ضرورة تضمينها بكل تفاصيل المعاملة التجارية الإلكترونية[3].

وفي هذا السياق نصت المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على عناصر العرض التجاري الإلكتروني، والذي يجب أن يتضمن على الأقل البيانات التالية:

- رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية الإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني.

[1] قانون رقم 18-05، مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، العدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

[2] لمزيد من التفاصيل أنظر: أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018، ص 362.

[3] عيساوي نبيلة، جحايشية نورة، الالتزام بإعلام المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية، مداخلة في الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05، يومي 02-03 أكتوبر 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، ص 236.

- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي بعد التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.
- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
- حالة توفر السلعة أو الخدمة.
- كيفيات ومصاريف وآجال التسليم.
- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي الواردة في المادة 26 من نفس القانون.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
- طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا.
- كيفيات وإجراءات الدفع.
- شروط فسخ العقد عند الإقتضاء.
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
- مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء.
- شروط وآجل العدول عند الاقتضاء.
- طرقة تأكيد الطلبية.
- موعد التسليم وسعر المنتوج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.
- طريقة إرجاع المنتوج أو استبداله أو تعويضه.

– تكلفة إستخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها[1].

المطلب الثاني

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

تكمن أهمية البحث عن الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني في معرفة القوانين الواجبة التطبيق في مثل هذا الالتزام، وأنّه من خلال هذه الطبيعة يمكن الوصول إلى إثبات على من تقع المسؤولية. وفي هذا الإطار يتم التعرض للطبيعة القانونية وفقا لموقف الفقه **(الفرع الأول)**، وكذا موقف المشرع الجزائري **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

موقف الفقه من االطبيعة القانونية

حاول الفقه تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي من حيث مدى اعتباره ذو طبيعة عقدية أم غير عقدية **(أولا)**، أو من حيث مدى اعتباره إلتزام ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة **(ثانيا)**.

أولا: الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني ذو طبيعة عقدية أم غير عقدية

إن اختلاف الفقهاء حول تحديد الطبيعة القانونية للالتزام قبل التعاقدي بالإعلام الالكتروني هل هو إلتزام عقدي أو غير عقدي، يرجع إلى الأساس الذي يبني عليه هذا الالتزام، فمن يرى أن أساسه هو العقد اللاحق عليه وبالتالي فإنه إلتزام عقدي يترتب عن

[1] المادة 11 من القانون رقم 18-05، السالف الذكر.

الإخلال به قيام المسؤولية العقدية ويقع على عاتق المستهلك إثبات عدم تنفيذ المورد الإلكتروني لإلتزامه بالإعلام، وهو الرأي الذي أخذ به القضاء الفرنسي، إذ يعتبر أن الالتزام قبل التعاقدي الإلكتروني بالإعلام التزام ذو طبيعة عقدية يستند إلى الإلتزام بالإخلاص وحسن النية الذي يوجد في مرحلة تنفيذ العقد[1].

في حين يذهب جانب آخر من الفقه إلى إعتبار الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني إلتزاما ذو طبيعة غير عقدية لأنه لا يعقل أن يتصور نشأة الالتزام قبل نشوء العقد الذي يعتبر مصدرا أو أساسا لوجود الالتزام فالرضا الذي يعد أحد أركان العقد لم ينشأ بعد، وأن الاخلال به يرتب قيام المسؤولية التقصيرية[2].

لذلك فهو التزام مستقل عن العقد ويجب الوفاء به قبل تكوين العقد وحججهم في ذلك تتمثل فيما يأتي:

- أن هذا الالتزام يعد امتدادا لمبدأ حسن النية من مجال التنفيذ إلى مجال الإبراء.
- أن هذا الالتزام يعد وسيلة لحماية الإرادة بجانب نظرية عيوب الإرادة ويكمل نقص وعدم فعالية هذه النظرية.
- أن الإعتراف بهذا الالتزام قبل التعاقدي من شأنه إيجاد أساس قانوني للبطلان[3].

[1] كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 283.

[2] عبد الباقي عمر محمد، مرجع سابق، ص 205-206.

[3] نقلا عن خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018، ص 59.

ثانيا: الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني هو التزام ببذل عناية أم تحقيق نتيجة

يرى جانب من الفقه أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني هو التزام بتحقيق نتيجة لأنه يهدف إلى ضمان سلامة المستهلك، فيكفي أن يثبت ما أصابه من ضرر وما على المورد إلا إثبات أن الضرر يرجع لسبب أجنبي[1].

ويستند أنصار هذا الاتجاه إلى أن إعتبار الالتزام بالإعلام حسبهم يهدف إلى تحقيق سلامة المستهلك، وما على المدين إلا أن يبذل في تنفيذ إلتزامه العناية اللازمة سواء وجد الالتزام بضمان السلامة أم لم يوجد، لأن الالتزام بالسلامة حسبهم لابد أن يكون إلتزاما بتحقيق نتيجة المرجوة، وهو الرأي الذي تم إنتقاده لأنه سيخلق معيارا جديدا لتحديد طيعة الالتزام بالإعلام، يستمد وجوده من جدوى هذا الالتزام بالنسبة للدائن[2].

ومن ثم يكفي لقيام مسؤولية المورد أن يثبت المستهلك ما أصابه من ضرر، وليس أمام المورد سوى إثبات السبب الأجنبي الذي حال دون تحقيق نتيجة، والقول أن الالتزام بالإعلام هو إلتزام بتحقيق نتيجة يؤدي إلى تخفيف عبء إثبات المستهلك في طلب التعويض بمجرد إثبات النتيجة المطلوبة أي بموجب حصول الضرر[3].

أما الجانب الآخر من الفقه فقد إستقر على وجود معيارين لاعتبار الالتزام بالإعلام إلتزاما ببذل عناية، يتعلق المعيار الأول بدرجة إحتمال النتيجة، في حين يتمحور المعيار الثاني حول الدور الذي يلعبه المستهلك في تحققها أو عدم تحقيقها، فإذا كانت النتيجة حسب المعيار الأول إحتمالية غير مؤكدة الوقوع يكون الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

[1] قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2016، ص 282.

[2] نقلا عن مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016، ص 74.

[3] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الحديث، الجزائر، 2006، ص 75.

هو التزام ببذل عناية، فما على المدين به إلا تقديم المعلومات والبيانات اللازمة، ولا يضمن إهتمام المستهلك بها، ولا فهمه أو الاستفادة منها، حيث تبدأ ذمته بمجرد تقديم المعلومات التي تنور إرادة المستهلك قبل التعاقد أو تضمن سلامته حين تنفيذ العقد، وحسب هذا المعيار فإن الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة للمبيع يدخل ضمن إطار الالتزام ببذل عناية، لأن الهدف هو تجنب المستهلك لمخاطر الاستعمال فقط دون أن يتعهد المدين بأكثر من ذلك، فالتحذير لا يكفي لوحده لتجنب مخاطر الاستعمال وهي النتيجة المرجوة بل يتوقف على مدى استجابة المستهلك له والالتزام به.

أما المعيار الثاني فيتعلق بالدور الذي يلعبه الدائن في تنفيذ الالتزام بالإعلام فقد يكون دورا إيجابيا، وبالتالي يكون الإلتزام بالإعلام التزام ببذل عناية، وقد يكون دورا سلبيا فيكون إلتزاما بتحقيق نتيجة، فالمستهلك حينئذ يلعب دورا مهما في تحقيق النتيجة المرجوة من عدم تحققها، فقد يستجيب للتحذير وقد لا يستجيب له، بل الأكثر من ذلك قد يخالف التعليمات المقدمة له، فتكون النتيجة إحتمالية فلا تكون محلا لالتزام المورد بها[1].

الفرع الثاني

موقف المشرع الجزائري من الطبيعة القانونية

بالرجوع إلى موقف المشرع الجزائري حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، فإننا نجده موقفا صريحا، وذلك في القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ اعتبره التزام بتحقيق نتيجة، وما يؤكد ذلك أنه فرض جزاء جنائي على كل من يخالفه في المادة 86 التي تنص على :"**يمكن الأعوان**

[1] قرواش رضوان، مرجع سابق، ص 285-286.

المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقا لأحكام هذا القانون.

و إذا لم تسددغرامة الصلح في الأجل المحدد في المادة 92 أدناه، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.

و في هذه الحالة، ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى".

يلاحظ أن موقف المشرع الجزائري صريح بخصوص مسألة الطبيعة القانونية، ولا يحتاج لتأويل، إذ يعتبر الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي مثل الالتزام بالإعلام التعاقدي، إذ هذا الموقف الذي تبناه المشرع قد تأكد من خلال نص المادة 52 من المرسوم التنفذي رقم 13-378 كما يأتي: "**يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الاستثمار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة**"[1].

في الأخير يمكن القول أن الالتزام بالإعلام يكون قبل التعاقد، كما يترتب عنه مسؤولية تعاقدية[2].

[1] المادة 52 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، ج.ر، العدد 58 لسنة 2013.

[2] بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2018/2017، ص 171.

خلاصة

الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني ما هو إلا مرحلة سابقة للتعاقد،ويعني ذلك إحاطة المستهلك الإلكتروني بكل المعلومات الجوهرية التي يجهلها عن السلعة والخدمة والتي يتعذر الحصول عليها، لكي يكون على دراية واعية بالعقد وشروطه عند الإقبال على التعاقد وبإرادة مستنيرة.

وينفذ هذا الالتزام من قبل المتدخل أو المورد الإلكتروني عبر وسائط الكترونية وقبل إبرام العقد لأنه إذا لم يحقق ذلك، فقد يجعل إرادة المستهلك معيبة، ويقع في غلط أو تدليس، وحتى وإن لم تكن إرادة المستهلك معيبة بأحد عيوب الإرادة فإنها تعد إرادة غير متكافئة، وهي بهذا الوصف غير صالحة لإنشاء عقد يفترض فيه أن يقوم على التوازن بين الطرفين.

أما موقف المشرع الجزائري حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني، فإننا نجده موقفا صريحا، وذلك في القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ اعتبره التزام بتحقيق نتيجة، وما يؤكد ذلك أنه فرض جزاء جنائي على كل من يخالفه في المادة 86 منه.

الفصل الثاني

أثر الاخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

لا يوجد نص صريح في التشريع الجزائري سواء في الأحكام العامة أو الخاصة تشير إلى جزاء الاخلال بالالتزام قبل التعاقدي الإلكتروني، ما يستدعي إلى إعمال القواعد العامة فيها. وبما أن تقرير الإلتزام بالإعلام هو توفير حماية للمستهلك، وأن عدم تنفيذ هذا الالتزام يؤدي إلى المساس بمصالح المستهلك وإلحاقه أضرار معتبرة، لذا كان لزاما توقيع الجزاء على المتدخل لإخلاله بإلتزامه بالإعلام ومنه المسؤولية عن الاخلال بالإلتزام قبل التعاقدي الإلكتروني. فهذا الالتزام يدخل ضمن الواجبات المفروضة على المتدخل أو المورد الإلكتروني، والتي تضمن تنوير إرادة المستهلك وتحمي رضاه عند التعاقد عبر شبكة الأنترنت. وحرصا من المشرع الجزائري على ضمان حماية فعالة للمستهلك أقر المسؤولية على عاتق المتدخلين أو الموردين الإلكترونين بتقرير الجزاء المدني عن الاخلال بالإلتزام قبل التعاقدي الإلكتروني **(المبحث الأول)**، وتقرير الجزاء الجنائي عن نفس الإخلال بالإلتزام **(المبحث الثاني)**.

المبحث الأول

الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

يترتب على إخلال المتدخل أو المورد الإلكتروني بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني قيام المسؤولية المدنية، حتى وإن لم يقرر المشرع الجزائري في القانون الخاص بحماية المستهلك جزاءات مدنية مترتبة عن مخالفة المتدخل لإلتزامه بالإعلام، على خلاف قانون التجارة الإلكترونية،حيث أنه نص صراحة على جزاء مخالفة المورد الإلكتروني لإلتزامه بالإعلام، وهو نفس الجزاء المنصوص عليه في القواعد العامة، وذلك من خلال حق المستهلك في إبطال العقد إستنادا إلى مخالفة الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني **(المطلب الأول)**، فضلا عن ذلك، يمكن للمستهلك الرجوع بالمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول

الإبطال

نظرا لعدم وجود نص قانوني يبين أحكام الإلتزام بالإعلام فهذا يقضي صراحة بقابلية العقد للإبطال في حالة الإخلال بهذا الالتزام، فهذا يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة للبطلان، والتي تنص على إمكانية إبطال العقد في حالة الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، إما إستنادا إلى نظرية عيوب الرضا **(الفرع الأول)**، أو إبطال العقد إستنادا لعدم العلم الكافي بالمبيع **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

إبطال العقد إستنادا إلى نظرية عيوب الرضا

يفرض البحث عن تقرير البطلان الناشئ عن الاخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني اللجوء إلى القواعد العامة التي تقرر البطلان وفقا لنظرية عيوب الرضا أو الإرادة، وذلك للإرتباط الوثيق الذي لوحظ بين الاخلال بهذا الالتزام وبين تلك العيوب خصوص في المرحلة السابقة على التعاقد[1].

يهدف المشرع بتقريره للالتزام بالإعلام إلى حماية المستهلك من أي تلاعب أو إحتيال فضلا عن حماية الرضا ليتعاقد المستهلك بإرادة حرة ومستنيرة، فإذا أخل المتدخل بهذا الالتزام فإن العقد يكون قابلا للإبطال إما بوجود غلط أو لإستعمال طرق إحتيالية (تدليس) كعيبين من عيوب الإرادة التي قد تمس المستهلك المتعاقد إلكترونيا، وسيتم إستبعاد عيب الإكراه والاستغلال لعدم تصور وجودهما في العقود المبرمة عن بعد، حيث أن الإكراه يتطلب خلق رهبة نفسية في ذهن المتعاقد من طرف المتعاقد معه ودون وجه حق، أما في العقود الإلكترونية فإنها تبرم بين شخصين لا يعرفان بعضهما البعض (لا يجمعهما مجلس عقد واحد)[2]. لذا نستعرض حق الإبطال المستمد من نظرية الغلط **(أولا)**، ثم بعد ذلك نتناول حق الإبطال إستنادا لنظرية التدليس **(ثانيا)**.

[1] بولنوار عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 301.

[2] غباشة أميرة، مرجع سابق، 2021/2020، ص 134.

أولا: إبطال العقد على أساس وقوع المستهلك في غلط

يعتبر الغلط عيبا من عيوب الإرادة التي تفسد الرضا دون أن تزيله، حيث نظمت مختلف التشريعات أحكامه، وقد عُرّف الغلط بأنه وهم أو إعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المتعاقد فيدفعه إلى التعاقد[1]، كما عُرّف بأنه حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، وغير الواقع إما أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها[2].

يلعب الغلط دورا هاما في نطاق العقد الإلكتروني عبر الأنترنت، حيث تتسم المعاملات خلال هذه الشبكة بالتعقيدات التكنولوجية، وخاصة أن العقد يتم عن بعد بين طرفين غائبين غير متكافئين في أغلب الأحيان[3]، ويكثر عيب الغلط في التعاقد الإلكتروني لإنعدام المعاينة المادية أو إنعدام توفر خيار الرؤية، وهذا يعكس الوسائل التي تستعمل عند تقديم العرض التجاري الإلكتروني، والتي قد تلجأ أحيانا للإعلانات المضللة أو وجود مواقع وهمية والغلط المبطل للعقد هو الذي ينصب على ماهية العقد أو شرط من شروطه[4].

بالتالي يمكن للمستهلك الذي وقع في غلط بسبب زيف وكذب في المعلومات المتعلقة بمحل العقد أن يطلب إبطال العقد إستنادا إلى عيب الغلط، ونجد أن المشرع الجزائري أخذ

[1] السعدي محمد صبري، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012، ص 162.

[2] السنهوري عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني، المجلد الأول، ط3، دار النهضة العربية، مصر، 1981، ص 382.

[3] بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 67.

[4] خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 144.

بنظرية الغلط في القانون المدني بموجب المادة 81 منه التي نصت على أنه: "**يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله**"[1].

لذلك فأهم شرط من شروط الغلط هو قيام ذلك الوهم في ذهن المتعاقد، والذي لولاه ما كان المتعاقد ليبرم العقد، ويسمى هذا الشرط عند الفقهاء بالغلط الجوهري أو الغلط في الصفة الجوهرية،وهي أن يبلغ الغلط أو الوهم حدا من الجسامة يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط منذ البداية، سواء كان في صفة الشيء أو في شخص المتعاقد أو غير ذلك[2].

وعيب الغلط في التعاقد الإلكتروني هو ذلك الذي يعيب الإرادة ولا يعدمها، لأن هذا الأخير يؤدي إلى بطلان العقد بطلانا مطلقا، وهنا يثور التساؤل بشأن حالة الغلط في إبلاغ الرسالة الإلكترونية أو في الإعلان عبر شبكة الأنترنت، فهنا لا نكون بصدد غلط طرأ بعد تكوين الإرادة، وإنما غلط في نقلها على غير مقصدها، في هذه الحالة فإن العقد الإلكتروني لا ينعقد لعدم تطابق الإرادتين. ويلاحظ هنا أنه حتى وإن نتج عن هذا الغلط غلط آخر حال دون تطابق عنصري التراضي وإبرام العقد إلا أن ذلك لا يمنع من رجوع المستهلك على مقدم الخدمة الإلكترونية بالتعويض إن كان لذلك مقتضى، وذلك إذا كان الغلط أو التحريف في نقل الإرادة راجع إلى خطأ منه أو لعيب في أجهزة الربط التي يستخدمها[3].

[1] أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، ج.ر، العدد 78، صادر في 30 سبتمبر1975.

[2] أنور سلطان، مصادر الإلتزام، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 89.

[3] خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 145.

ثانيا: إبطال العقد على أساس عيب التدليس

يقصد بالتدليس إلهام الشخص بغير الحقيقة بالإلتجاء إلى الحيلة والخداع لحمله على التعاقد أو أنه وهم بفعل شخص آخر ولهذا يسمى التغليط[1].

يعتبر التدليس كذلك من عيوب الرضا التي لها إرتباط وثيق بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني لما ينطوي عليه من إيقاع المستهلك بطرق إحتيالية تدفعه إلى التعاقد بإعطائه بيانات كاذبة وغير كافية. وللتدليس عنصران، عنصر مادي هو إستعمال طرق إحتيالية وعنصر نفسي هو نية التضليل[2].

وطرق التدليس في التعاقد الإلكتروني كثيرة ومتعددة ومن بينها إستعمال العلامة التجارية لشخص آخر، وتعمد نشر معلومات غير واضحة على الموقع بقصد ترويجه ومن أشهر طرق التدليس المستخدمة عبر الأنترنت إنشاء موقع لمؤسسات وهمية لا وجود لها على الإطلاق، وهو أمر متصور الوقوع في المعاملات الإلكترونية[3].

إن للتدليس أهمية كبيرة في إطار العقود الإلكترونية المبرمة عبر الأنترنت، لذلك فإن النظام الجديد للتعاقد الالكتروني أعطى للمستهلك الذي لا تتوفر فيه الخبرة الحق بأن يتمسك بتعييب إرادته نتيجة لغلط وقع فيه أو لتدليس ناجم عن كتمان المتعاقد الآخر للمعلومات التي كان يجب عليه الإدلاء بها، إلا أن الوسائل الإحتيالية في العقد الإلكتروني

[1] السعدي محمد صبري، مرجع سابق، ص 176.

[2] بن مغنية محمد، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق،جامعة تلمسان، 2006/2005، ص 101.

[3] الطيب حسن عبد الله عوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الرباط الوطني، المغرب، 2015، ص90.

عبر شبكة الأنترنت لها معنى أوسع وتطبيقات جديدة وأساليبها متنوعة، نظرا لقدرة لبعض العابثين والمحتالين على إختلاف النظام المعلوماتي للشبكة[1].

ولتوضيح العلاقة القائمة بين مخالفة الالتزام بالإعلام وبين إبطال العقد للتدليس، أي ترتيب الحكم بالإبطال لدى مخالفة الإلتزام بالإعلام، نجد أن القانون يعتبر الكتمان التدليسي أحد حالات الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، كما أن تقرير هذا الالتزام يساهم في إثبات شروط التدليس اللازمة لإبطال العقد.

وإضافة إلى ما سبق فإن دعوى التدليس تعد إحدى الطرق الكفيلة بحماية المستهلك من الإشهار التضليلي[2]؛ وعليه فإن المستهلك الإلكتروني أثناء التعاقد لا يتمكن من معاينة الشيء المبيع كما في التعاقد التقليدي، وإنما يعين الشيء من خلال شاشة الكمبيوتر، لذلك يرى البعض أنه في حالة عقد البيع الإلكتروني إذا قام بخداع المشتري عن طريق استخدام الحيل الالكترونية في عرض المنتج أو الخدمة فإنه يجب إبطال العقد للتدليس[3].

الفرع الثاني

إبطال العقد استنادا لعدم العلم الكافي بالمبيع

لم يكتف المشرع بصدد تعيين محل عقد البيع بالقواعد العامة التي تشترط أن يكون محل الإلتزام معينا أو قابلا للتعيين بل إشترط إلى جانب ذلك ضرورة تحقق علم المشتري

---

[1] خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018، ص 51.

[2] بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2019، ص 183.

[3] بلعابد فاروق، النظام القانوني لحماية المستهلك المعلوماتي في ظل قانون 18-05، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم البواقي، 2020/2019، ص 17.

بالشيء المبيع علما كافيا، فنص في المادة 352 من التقنين المدني الجزائري على أنه: "**يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا...**"، لأن مجرد تعيين الشيء لا يكفي أن يحقق العلم الكافي للمشتري، لذلك يجب أن يشمل العقد على بيان كامل وشامل لأوصاف المبيع الأساسية، حتى يتمكن المشتري من التعرف عليه وهو ما أشار إليه المشرع في نفس المادة كما يأتي: "**ويعتبر العلم كافيا إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه**". ولبيان حدود العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني وإبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع ينبغي بداية تسليط الضوء على الجزاء المترتب على عدم العلم[1].

يتطلب الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني قيام المتدخل أو المورد الإلكتروني بالإدلاء عبر شبكة الأنترنت بكل المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد وإلا كان العقد باطلا[2]. مع الإشارة أن الجزاء المقرر عند عدم العلم الكافي بالمبيع هو البطلان النسبي، أي أن العقد يكون قابلا للإبطال لمصلحة المشتري، وبالتالي فهو يختلف عن الجزاء المقرر عند عدم تعيين المحل في عقد البيع الذي يجعل العقد باطلا بطلانا مطلقا[3].

ينبغي التنويه ان وصف المتدخل لمحل العقد المراد إبرامه وصفا دقيقا جامعا مانعا قبل إبرام العقد يمثل تنفيذا الإلتزامه بالإعلام ليتعاقد المستهلك بإرادة حرة ومستنيرة، فيكون عالما بمحل العقد المراد إبرامه، وهو ما يؤدي إلى إعتبار شرط العلم الكافي بالمبيع تطبيقا تشريعيا نموذجيا للالتزام قبل التعاقدي الإلكتروني بالإعلام، فيما يتعلق بالمعلومات التي

[1] بوالكور رفيقة، مرجع سابق، ص 189.

[2] سايح عبد الرزاق- أحمد حنيفي، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، 2021/2020، ص 59.

[3] بوالكور رفيقة، مرجع سابق، ص 189.

تتصل بمحل العقد فقط، حيث أن نطاق المعلومات الواجب الإدلاء بها تنفيذا للإلتزام قبل التعاقدي الإلكتروني بالإعلام أوسع من شرط العلم الكافي بالمبيع، فضلا على أن جزاء عدم العلم الكافي هو البطلان النسبي للعقد ما لم يتضمن العقد إشارة إلى علم المشتري بالمبيع فحينها يسقط حقه في المطالبة بالبطلان، وهو ما يتطابق مع الجزاء المقرر لدى الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني إعمالا لوحدة الأساس، وهو جهل المستهلك لبعض المعلومات التي لو علمها لما أبرم العقد، وعملا بوحدة الهدف وهو إعادة الطرفين للحالة التي كانا عليها قبل إبرام العقد[1].

المطلب الثاني

المطالبة بالتعويض

يحق للمستهلك الإلكتروني المطالبة بالتعويض عن الإخلال في تنفيذ الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، وهذا جراء الضرر الذي لحق به لعدم إعلامه قبل التعاقد، لذا أقر المشرع الجزائري حق التعويض للمستهلك حماية له من عدم إلتزام المتدخل بواجبه بالإلتزام بالإعلام، لذا سنتناول نطاق التعويض جراء الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني **(الفرع الأول)**، ثم تحديد طرق تقدير هذا التعويض**(الفرع الثاني)**.

[1] عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2004، ص 279-280.

الفرع الأول

نطاق التعويض

إن الغاية من التعويض هي تمكين المضرور من جبر الضرر الذي أصاب المستهلك الإلكتروني، وتتعدد الأضرار الذي تصيبه نتيجة إخلال المتدخل بإلتزامه بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، فإخلال المتدخل بإلتزامه بالتحذير من مخاطر المنتوج وعدم وضعه للبيانات اللازمة لتفادي وقوع الضرر ينتج عنه عدة أضرار منها أضرار مادية**(أولا)**، وكذا أضرار أدبية أو معنوية **(ثانيا)**.

أولا: الأضرار المادية

الضرر المادي هو الذي يصيب المضرور في حق من حقوقه التي يحكمها القانون سواء في جسمه أو في ماله أو يصيبه في مصلحة مادية مشروعة[1].

لذا يكون الضرر ماديا إذا إنصب على حق مالي كالحقوق الشخصية والعينية وبالتالي فإن الضرر المادي هو الذي من شأنه المساس بحق أو بمصلحة مشروعة للمضرور، سواء كان ذلك الحق أو تلك المصلحة مالي أو غير مالي يترتب عليه تفويت فرصة مالية تنتج لصاحب هذا الحق من إستعماله أو يكيده خسائر مالية[2].

[1] علي علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام، مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2005، ص 162.

[2] بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2018/2017، ص 368.

ولقد نصت المادة 124 من القانون المدني على أنه: "**كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض**"[1].

يفهم من هذه المادة أن المستهلك المتضرر من فعل المتدخل لاسيما إذا أخل هذا الأخير بالتزامه قبل التعاقدي بالإعلام وخاصة الالتزام بالاستعلام يحق له طلب التعويض عن الضرر الذي أصابه وغالبا ما يكون ضرر مادي، كما ينبغي أن يكون التعويض حسب جسامة الضرر، بمعنى أن يكون عادلا. ويشمل التعويض عن الضرر المادي لاسيما في مجال المسؤولية التقصيرية التعويض عن الضرر المباشر المتوقع وغير المتوقع، أما الضرر المباشر فلا يجوز التعويض عليه لانقطاع العلاقة السببية بينه وبين الخطأ[2].

ثانيا: الضرر المعنوي أو الأدبي

تنص المادة 182 مكرر من القانون المدني على أنه: "**يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية أو الشرف أو السمعة**"؛ وعليه إذا أخل البائع الإلكتروني بالتزامه السابق للتعاقد من إعلام أو الكذب في الإعلام، وجب عليه التعويض للمستهلك المضرور الذي يقع عليه عبء إثبات أنه بذل كل ما في وسعه لإنجاح المرحلة والوصول لإبرام العقد، أي إقتناء المنتوج المعروض إلكترونيا، وكذا إثبات عدم قيام البائع الإلكتروني بتنفيذه إلتزامه[3].

[1] المادة 124 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر.

[2] بن عديدة نبيل،مرجع سابق،ص 368.

[3] بن يحي وفاء، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2015، ص 83.

ومعنى ذلك أنه إذا أخل المتفاوض عن تنفيذ إلتزامه بالتفاوض عينا، لم يكن أمام المتفاوض الآخر إلا المطالبة بالتنفيذ بمقابل أو التعويض، والذي يتمثل في تعويض نقدي عادل وشامل لكل ما لحقه من ضرر مادي أو معنوي من جراء قطع مفاوضات العقد[1].

الفرع الثاني

طرق تقدير التعويض

حسب ما نصت عليه المادة 132 من القانون المدني الجزائري فإنه: "**يعين القاضي طريقة التعويض مقسطا، كما يصح أن يكون إيرادا مرتبا ويجوز في الحالتين إلزام المدين بأن يقدم تأمينا ويقدر التعويض بالنقد، على أن يجوز للقاضي تبعا للظروف وبناء على طلب المضرور أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه، وأن يحكم على سبيل التعويض بأداءات تتصل بالفعل غير المشروع**"[2].

الملاحظ من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري منح للقاضي سلطة تعيين طريقة التعويض المناسبة قصد جبر الضرر حسب الظروف، والملاحظ أيضا أن كلمة تعويض في هذه المادة وردت بصفة عامة ومفهومها واسع لذلك يمكن أن يكون هذا التعويض عينيا، ويمكن أن يكون بمقابل، فالتعويض العيني يقوم على أساس إرجاع وإعادة الحال إلى ما كانت عليه، حيث يعتبر هذا النوع من التعويض الطريقة الأفضل للمضرور لكونه يهدف إلى محو الضرر الذي لحق المضرور، ويعد التعويض العيني شائعا في إطار المسؤولية

[1] بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 192.

[2] المادة 132 من الأمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، السالف الذكر.

العقدية، أما في المسؤولية التقصيرية فلا يكون له إلا منزلة الإستثناء لأنه في هذه الأخيرة الإلتزام بمقابل هو الأصل[1].

المبحث الثاني

الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

بالإضافة إلى الحماية المدنية المقررة للمستهلك الإلكتروني الضعيف في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، توجد أيضا الحماية الجنائية وتتمثل في المسؤولية الجزائية التي يتحملها المتدخل أو المورد الإلكتروني عند إخلاله بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، وهذه المسؤولية تمثل ضمانة قانونية للمستهلك، بحيث تدفعه إلى الانخراط في المعاملات الإلكترونية برضاء شامل؛ وعليه يمكن القول أن الجزاء الجنائي هو ردع لكل متدخل يخل بإلتزامه إتجاه فئة المستهلكين خاصة إخلاله بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، لذا جرم التشريع الجزائري هذه الأفعال واعتبرها جرائم يعاقب عليها القانون، وتتمثل الجرائم المتعلقة بالإخلال بالإلتزام بالإعلام في جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك **(المطلب الأول)**، وجرائم خداع وتضليل المستهلك **(المطلب الثاني)**.

[1] لعوامري وليد، مرجع سابق، ص 127.

المطلب الأول

جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك الإلكتروني والجزاءات المقررة لها

نكون أمام هذه الحالة لما يمتنع المتدخل أو المورد الإلكتروني في هذا النوع من الجرائم عن إعلام المستهلك الإلكتروني جزئيا أو كليا، أو يكون ذلك الإعلام مخالف للنظام القانوني الذي نص عليه المشرع بموجب نصوص خاصة دون قصد أو نية خداعية أو تضليلية للمستهلك سواء بالإمتناع عن الإعلام بأسعار منتوجاته أو خدماته أو الامتناع عن وسم المنتجات، لذلك سنتناول جريمة عدم الإعلام بالأسعار **(الفرع الأول)**، وكذا جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

جريمة عدم الإعلام بالأسعار

ألزم المشرع الجزائري كل متدخل أو مورد إلكتروني في السوق الاستهلاكية الإلكترونية بإعلام المستهلك الإلكتروني بأسعار السلع والخدمات، وهذا بموجب نص المادة 04 و05 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تحت طائلة الجزاء الجنائي في حالة المخالفة. وقد أورد المشرع الجزائري: أنه في حالة عدم تمكين المستهلك من حقه في الإعلام فإنه يطبق على المتدخل الجاني نص المادة 31 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية السالف الذكر. وفي هذا الإطار يعتبر الامتناع عن الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة جريمة، يشترط لقيامها

توافر ثلاث أركان وهي[1]: الركن الشرعي **(أولا)**، الركن المادي المعنوي **(ثانيا)**، والركن المعنوي **(ثالثا)**.

أولا: الركن الشرعي للجريمة

يعتبر الركن الشرعي من أركان الجريمة والذي مؤداه: لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص، بمعنى النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقابا. وفي وضعية الحال حدد المشرع الجزائري الأساس القانوني الذي يجرم فعل الامتناع عن الإعلام بالأسعار تطبيقا لمبدأ شرعية العقوبات المنصوص عليها في القانون العقابي[2]،حيث نصت المادة 31 من القانون رقم 04-02 على ذلك كما يلي: "**يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 04 و06 و07 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار(5000دج) إلى مائة ألف دينار (100.000دج)**"[3].

ثانيا: الركن المادي للجريمة

يقصد بالركن المادي للجريمة المظهر الخارجي لنشاط الجاني والمتمثل في السلوك الإجرامي الذي يجعله القانون محلا للعقاب. وتعد جريمة الامتناع عن الإعلام بالأسعار والتعريفات من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، حيث يمتنع الجاني عن القيام بعمل استوجبه القانون وباستطاعته القيام به، كما تعد أيضا من الجرائم السلوكية إذ لا يشترط لتمامها تحقيق نتيجة معينة، ولا يتحقق التجريم فقط عند الامتناع الكلي عن الإعلام

[1] قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، العدد 41، صادر في 27جوان 2004، المعدل والمتمم، بالقانون رقم 10-06، ج.ر.ج.ج، العدد 46، صادر في 18 أوت 2010.

[2] سعيدة العابئي، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2012/2011، ص 47.

[3] المادة 31 من القانون رقم 04-02، الذي يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل، السالف الذكر.

بالأسعار بل يتحقق كذلك عندما لا تتوافق الأسعار أو التعريفات المعلن عنها مع المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة، وهذا تطبيقا لنص المادة 31من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي اعتبرت التجريم مرتبط بمخالفة المواد04 و06 و07 منه.

كما أن التجريم يتحقق سواء كان عدم الإعلام بالأسعار كاملا أو جزئيا كأن يعلن عن سعر الجملة دون تفرقة[1].

ثالثا: الركن المعنوي للجريمة

يقصد بالركن المعنوي تلك النية الداخلية التي يضمرها الجاني في نفسه وتتمثل في صور الخطأ العمدي المرتكبة من المتدخل وصور الخطأ غير العمدي وجرائم عدم الإعلام بالأسعار جرائم عمدية، يتوفر فيها القصد الجنائي للمتدخل لإنصراف إرادته إلى إرتكاب جريمة عدم إعلام المستهلك الإلكتروني بالأسعار[2].

أما عن العقوبة المقررة لجريمة عدم الإعلام بالأسعار فتتمثل في غرامة مالية من خمسة آلاف دينار جزائري إلى مائة ألف دينار جزائري، وذلك بمقتضى المادة 31 من القانون رقم 04-02[3].

[1] لرقط فريدة، مرجع سابق، ص 199.

[2] حدوش كريمة، مرجع سابق، ص 168.

[3] لمزيد من التفاصيل حول هذه النقطة أنظر: ميري عبد المالك، مرجع سابق، ص 65.

الفرع الثاني

جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

يوضع الوسم من أجل إبراز وإيضاح نوع البضاعة ومكان صنعها ومقاسها...إلخ، وهذه الإيضاحات لازمة لتمكين المستهلك الإلكتروني من حقه في الإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، وقد ألزم المشرع الجزائري المتدخلين أو الموردين الإلكتروني في السوق وسم منتجاتهم بغية إعلام المستهلك الإلكتروني بخصائص تلك المنتجات المميزة لها وإبراز طريقة إستعمالها والمخاطر التي قد تنجم عنها بطريقة سهلة وأسلوب بسيط وباللغة الوطنية، وأن يكون هذا الوسم تابعا للمنتوج وغير قابل للإزالة ولا المحو. وفي حالة مخالفة هذا التشريع تقوم الجريمة إذا توافرت أركانها[1].

وتتمثل أركان هذه الجريمة في ركنين وهما: الركن المادي **(أولا)** والركن المعنوي **(ثانيا)**.

أولا: الركن المادي للجريمة

ينطوي الركن المادي للجريمة على كل فعل يقوم به المتدخل أو المورد الإلكتروني مهما كانت صفته يخالف فيه أحكام الوسم المنصوص عليها في القوانين، حيث ألزم المشرع كل متدخل أو مورد إلكتروني في عملية وضع المنتوج للاستهلاك بإدراج بيانات فوق هذا المنتوج، فإذا أغفل ذكر إحدى البيانات المتعلقة بالوسم المذكورة في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 قامت مسؤولية الجزائية[2].

[1] لعوامري وليد، مرجع سابق، ص 227.

[2] نقلا عن بوالكور رفيقة، مرجع سابق، ص 286.

فيما يخص المحل الذي ينصب عليه النشاط الإجرامي لهذه الجريمة فيتمثل في البطاقة الإعلامية للمنتوج. لقد نظمت المراسيم التنفيذية عملية الوسم بحيث حددت البيانات الواجب توافرها على الوسم، أي أن وسم المنتوج يجب أن تذكر فيه جميع البيانات الإجبارية التي تحدد المواصفات القياسية الجزائرية، ومنه في حالة عدم وضع البيانات أو بيان من البيانات الإجبارية فتكون بصدد جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم[1].

ثانيا: الركن المعنوي للجريمة

تعد جنحة مخالفة النظام القانوني للوسم جريمة عمدية يشترط لقيامها توفر القصد الجنائي المتمثل في علم المتدخل أو المورد الإلكتروني بأن عدم وسم منتوجاته يشكل جريمة مع إرادته إرتكاب هذا الفعل. ونجد في الأحكام القضائية أنها تستلزم توفر الركن المعنوي للجاني، والذي يتمثل في إتجاه إرادته إلى عدم إحترام إلتزامية إعلام المستهلك الإلكتروني[2].

في الأخير يمكن القول أنه في حالة توفر الركن المادي والمعنوي تقوم في حق المتدخل أو المورد الإلكتروني جنحة مخالفة النظام القانوني للوسم المعاقب عليها بموجب المادة 78 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والتي نصت على ما يلي: "**يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار(100.000دج) إلى مليون دينار (1.000.000دج)كلمن يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون**"[3].

[1] لعوامري وليد، مرجع سابق، ص 228.

[2] حدوش كريمة، مرجع سابق، ص 170.

[3] المادة 78 من القانون رقم 09-03، الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

المطلب الثاني

جرائم خداع وتضليل المستهلك الإلكتروني

والجزاءات المقررة لها

جرم المشرع الجزائري عدة أفعال تمس برضا المستهلك وخاصة تلك التي تمس المستهلك الإلكتروني والتي تدخل ضمن الأفعال المخلة بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني ومنها جريمة خداع المستهلك **(الفرع الأول)** وكذلك جريمة الإشهار غير المشروع **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول

جريمة خداع المستهلك الإلكتروني

نصت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على أنه: "**يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000دج إلى 20.000دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:**

- **سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.**
- **سواء في نوعها أو مصدرها.**
- **سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.**

في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق"[1].

وقد أضفى المشرع الجزائري المزيد من الوضوح والتفصيل على هذه الجريمة من خلال نص المادة 68 من القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم التي جاء فيها: "**يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول:**

- **كمية المنتوجات المسلمة.**
- **تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقا.**
- **قابلية إستعمال المنتوج.**
- **النتائج المنتظرة من المنتوج.**
- **طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لإستعمال المنتوج"**[2].

وعليه يعد الخداع كل إعلام غير نزيه يهدف إلى تغطية المستهلك ودفعه للتعاقد الإلكتروني، أو بمعنى أصح هو القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهرا يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع[3].

يشترط القانون للعقاب على جريمة الخداع توافر ركنين وهما:

[1] أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج، العدد 49، صادر في 11 جوان 1966، معدل ومتمم.

[2] المادة 68 من القانون رقم 09-03، الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

[3] بن يحي وفاء، مرجع سابق، ص 93.

أولا: الركن المادي للجريمة

يتمثل الركن المادي في جريمة الخداع في نوع من التدليس، والذي يتحقق كما نصت عليه المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأي وسيلة أو طريقة كانت، ويقع الخداع أو محاولة الخداع على إحدى خصائص المنتوج. والجدير بالذكر أن نص المادة 429 من قانون العقوبات سقط منها سهوا عبارة "**بأي وسيلة أو طريقة كانت**"، وبذلك جاء النص خاليا من الإشارة إلى وسائل الخداع.

يشار إلى أنه يجوز أن يرتكب الخداع بواسطة الغير، كما يجوز أن يكون عن استعمال وسائل تدليسية بشرط أن تشكل هذه الوسائل خداعا حقيقيا[1]. إذن يكفي القيام بأي من الوسائل السالفة الذكر حتى تقوم الجريمة، سواء تم خداع المستهلك أو لم يتم وهذا بهدف إصدار عقوبات جزائية على المتدخلين حماية للمستهلكين، ونشير هنا إلى أن الحماية التي جاءت بها المادة 68 من قانون رقم 09-03 المعدل والمتمم أوسع وأشمل من الحماية التي نصت عليها المادة 429 من قانون العقوبات، وذلك لأن المادة الأولى تحمي المستهلك سواء كان متعاقدا مع المتدخل أم لا، أما نص المادة الثانية فلا تنصب على حمايتها إلا على الشخص المتعاقد فحسب وبالتالي فهي تحمي عدد أقل من المستهلكين[2].

ثانيا: الركن المعنوي للجريمة

تعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لقيامها توافر القصد الجنائي لدى المتهم بعنصرية العلم والإرادة، فيجب أن يعلم الجاني أن إستعمال الطرق المنصوص عليها

[1] إيمان بن وطاس، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش وفقا للقانون رقم 09-03 الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وقانون العقوبات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2018/2017، ص 255.

[2] لعوامري وليد، مرجع سابق، ص 213.

في المادة 68 المذكورة أعلاه ستؤدي إلى خداع المتعاقد وأن تتجه إرادته إلى ذلك وأن القانون يعاقب عليها[1]، وإنصراف إرادة الجاني إلى إرتكاب جريمة الخداع مع العلم بتوافر أركانها، وعليه يستلزم إثبات أن إرادة الجاني قد إنصرفت إلى الخداع أو الشروع فيه، وأن يكون على علم بغش أو فساد ما يعرضه للبيع أو بيعه وأنه مما يدخل في عداد أغذية الإنسان أو الحيوان، ويشترط توفر هذا القصد وقت التعاقد، أما إذا لم يعلم التاجر بأن المواد مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة، فلا يتحقق الركن المعنوي، ومن ثم تنتفي المسؤولية الجنائية[2].

أما فيما يخص الإطار القمعي فقد تضمنت المادة 429 من قانون العقوبات على العقوبة المقررة لجريمة الخداع وهي عقوبة الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000دج إلى 20.000دج، مع امكانية تشديد العقوبة طبقا لنص المادة 69 من القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي نصت على ما يلي: "**ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى خمس (5) سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000دج) إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت بواسطة:**

- **الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة.**
- **طرق ترمي إلى التغليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتوج.**

[1] أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة- دراسة مقارنة، ط1، المكتبة العصرية للنشر، مصر،2007، ص 212.

[2] قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال،كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2013/2012، ص 106.

- **إشارات أو إدعاءات تدليسية.**
- **كتيبات أومنشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى".**

الفرع الثاني

جريمة الإشهار غير المشروع

يعرّف الإشهار على أنه كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاستعمال، ولم يطبق على هذه الجريمة نصوص جريمة الخداع، على اعتبار أن جريمة الخداع لا توفر حماية كافية من الإعلان الكاذب أو الخداع، لأنه لم يستهدف المشرع من خلال سنها مواجهة الإشهار الكاذب بوجه خاص[1]. لذلك ظهرت ضرورة تجريم الإشهار غير المشروع الذي نص عليه المشرع بموجب المادة 28 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولقيام جريمة الإشهار غير المشروع لابد من توافر الركن المادي **(أولا)** والمعنوي **(ثانيا)**.

أولا: الركن المادي للجريمة

يشتمل العنصر المادي في الإشهار غير المشروع على أي سلوك من شأنه خداع المستهلك وتضليله ويتحقق هذا التضليل كأثر لقيام المعلن بفعل إيجابي يظهر للوجود، ويعد الكذب في الرسالة الإعلانية الإلكترونية أحد صور هذه الأفعال، بالنظر إلى أنه في جوهره وما ينطوي عليه من أخبار عن السلعة أو الخدمة محل الإعلان بخلاف ما هي عليه في

[1] أنظر: محمد بودالي، مرجع سابق، ص 196.

الحقيقة، يؤدي إلى خداع المستهلك خاصة إذا إقترن ذلك بقصد دفعه إلى الحركة في إتجاه التعاقد[1].

لذلك اعتبر نص المادة 28 من القانون رقم 04-02 إشهار غير مشروع كل إشهار تضليلي تضمن تصريحات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل، ويقصد بها كل ما هو مكتوب أو مقروء أو مصور أو مسموع أيا كان الشكل الذي يتخذه الإشهار[2].

وعليه يتمثل الركن المادي في تضمين الإشهار معلومات أو بيانات كاذبة أو ناقصة متعلقة بالمنتوج أو الخدمة وذلك باستعمال أحد وسائل الإعلام خاصة الإلكترونية منها. والملاحظ أن المشرع قد عدد بعض الحالات التي تعد إشهارا تضليلي على سبيل المثال وليس الحصر[3].

ثانيا: الركن المعنوي للجريمة

لم ينص المشرع عند عرضه لحالات الإشهار غير المشروع على ضرورة توافر سوء نية المتدخل أو المورد الإلكتروني مقدم الإشهار، ما يوحي بأن جريمة الإشهار التضليلي من الجرائم المادية التي لا تقوم إلا بإثبات الركن المادي دون الإعتداد بالركن المعنوي أي القصد الجنائي على نحو يجعلها من الجرائم غير العمدية، وهو ما ذهب إليه الفقه والقضاء الفرنسين الذين استقرا في نهاية المطاف على أن جريمة الإشهار التضليل غير عمدية وتقوم بمجرد إهمال وعدم تبصر المعلن سواء كان حسن النية أو سيء النية، استنادا إلى أن سلطة الإتهام غير ملزمة بإثبات قيام سوء النية.

---

[1] عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 158.

[2] حدوش كريمة، مرجع سابق، ص 178.

[3] إبراهمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 الذي يتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013/2012، ص 121.

بما أن القانون يفرض تقوية جهة فئة المستهلكين في مواجهة الموردين الالكترونيين وخلق توازن في العلاقة الاستهلاكية، وهو ما يتماشى وحركة حماية المستهلك التي تقتضي تشديد مسؤولية المتدخلين أو الموردين الإلكترونين عن طريق إفتراض سوء نيتهم، لذلك لا يمكن للمتدخل أو المورد الإلكتروني أن يتخلص من المسؤولية الجنائية بحجة أنه كان حسن النية[1].

في الأخير لقد تضمنت المادة 38 من القانون رقم 04-02 على العقوبة المقررة لجريمة الإشهار غير المشروع، وتتمثل هذه العقوبة في غرامة من خمسين ألف دينار (50.000دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000دج)[2] وعقوبات أخرى تتمثل في إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفة، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية[3].

[1] نقلا عن بوالكور رفيقة، مرجع سابق، ص 296.

[2] المادة 38 من القانون رقم 04-02، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

[3] المادة 39 من القانون نفسه.

خلاصة

إن تقرير الالتزام بالإعلام هو توفير حماية للمستهلك، وأن عدم تنفيذ هذا الالتزام يؤدي إلى المساس بمصالح المستهلك وإلحاقه أضرار معتبرة، لذا كان لزاما توقيع الجزاء على المتدخل لإخلاله بالتزامه بالإعلام ومنه المسؤولية عن الإخلال بالالتزام قبل التعاقدي الإلكتروني.

فهذا الالتزام يدخل ضمن الواجبات المفروضة على المتدخل أو المورد الإلكتروني، والتي تضمن تنوير إرادة المستهلك وتحمي رضاه عند التعاقد عبر شبكة الأنترنت، وحرصا من المشرع الجزائري على ضمان حماية فعالة للمستهلك أقر المسؤولية على عاتق المتدخلين أو الموردين الإلكترونين بتقرير الجزاء المدني عن الاخلال بالالتزام قبل التعاقدي الإلكتروني، وذلك من خلال حق المستهلك في إبطال العقد إستنادا إلى مخالفة الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، فضلا عن ذلك، يمكن للمستهلك الرجوع بالمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر.

توجد أيضا الحماية الجنائية وتتمثل في المسؤولية الجزائية التي يتحملها المتدخل أو المورد الإلكتروني عند إخلاله بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني، لذا جرم التشريع الجزائري هذه الأفعال واعتبرها جرائم يعاقب عليها القانون، وتتمثل الجرائم المتعلقة بالإخلال بالالتزام بالإعلام في جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك، وجرائم خداع وتضليل المستهلك.

خاتمة

يستخلص من الدراسة أن المشرع الجزائري قد حدد الطبيعة القانونية للالتزام بالاعلام قبل التعاقدي الالكتروني في إطار القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم واعتبره إلتزام بتحقيق نتيجة، وما يؤكد ذلك أنه فرض جزاء جنائي على كل من يخالفه في المادة 68 منه، وبالتالي يعتبر الإلتزام قبل التعاقدي مثل الإلتزام بالاعلام التعاقدي وليس هناك أي داع للفصل بينهما من حيث الطبيعة القانونية.

كما عوين أنه لنشوء الالتزام بالاعلام قبل التعاقدي الالكتروني ينبغي توافر شرطين، يتعلقان بالاعلام بشكله التقليدي أو الالكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد وهما: جهل المستهلك بالمعلومات التي تؤثر في رضاه، وكذا علم المورد الالكتروني بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج .

لوحظ أن الإخلال بتنفيذ الإلتزام بالاعلام قبل التعاقدي الالكتروني يترتب عنه قيام المسؤولية المدنية من ناحية، والتي تتمثل في الجزاء المدني المتمثل في إبطال العقد الالكتروني وإمكانية مطالبة المستهلك الالكتروني بالتعويض عما أصابه من ضرر، من ناحية أخرى قرر المشرع الجزائري الجزاءات الجنائية من خلال تحديد الجرائم الخاصة بالإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني وهي جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وكذلك جريمة خداع المستهلك الالكتروني و جريمة الإشهار غير المشروع .

في الأخير يمكن القول أن المشرع الجزائري قد كرّس وأطر الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني بالنحو الذي يكفل حماية للمستهلك الإلكتروني، ولكن يبقى أن هذه الحماية غير كافية، وبالتالي هي بحاجة إلى تعزيز، ولعل أهم الضمانات المكفولة لذلك نذكر:

- فرض شروط إضافية على فئة الموردين الإلكترونيين من أجل تحقيق التوازن في المعاملات الالكترونية خاصة أنها تعرف تعقيدات عملية كبيرة وأنها عابرة للحدود الوطنية.
- تكوين هيئات متخصصة بمتابعة المواقع الإلكترونية التي تعمل على الترويج للمنتوجات والتحقق من عدم استعمال الحيل والخدع لتغليط المستهلك الإلكتروني.

قائمة المراجع

المصادر والمراجع

أولا:الكتب

1. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة– دراسة مقارنة، ط1، المكتبة العصرية للنشر، مصر،2007.
2. أنور سلطان، مصادر الإلتزام، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
3. السعدي محمد صبري، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012.
4. السنهوري عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني، المجلد الأول، ط3، دار النهضة العربية، مصر، 1981.
5. السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على شبكة الأنترنت، الدار الجامعية، لبنان، 2006.
6. بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني السعدي محمد صبري، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012.
7. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الحديث، الجزائر، 2006.
8. خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004.
9. عبد الباقي عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

10. علي علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام، مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2005.
11. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2004.
12. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
13. محمد إبراهيم الدسوقي، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للنشر والتوزيع، مصر، 1985.
14. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016.
15. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقد التجارة الالكترونية، ط1، مكتبة السنهوري، مصر، 2011.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- أطروحات الدكتوراه:

1. أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018.
2. إيمان بن وطاس، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش وفقا للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وقانون العقوبات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه

في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2018/2017.

3. بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2018/2017.

4. بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2018/2017.

5. بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2019.

6. بولنوار عبد الرزاق، الالتزام المهني بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2017/2016.

7. خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018.

8. خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018.

9. عبوب زهيرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018.

10. غبابشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة باتنة 1، 2021/2020.
11. فرحات ريموش، الالتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2010/2009.
12. قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016.
13. قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2013/2012.
14. لعوامري وليد، الحماية القانونية لحقوق المستهلك التعاقدية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2016.

ب- مذكرات الماجستير:

1. إبراهمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013/2012.
2. بن عديدة نبيل، إلتزام المحترف بالإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2010/2009.
3. بن مغنية محمد، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق،جامعة تلمسان، 2006/2005.

4. بن يحي وفاء، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2015.
5. بن يحي وفاء، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016/2015.
6. بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2012/2011.
7. رفاوي شهيناز، الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقود الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة سطيف، 2016.
8. سعيدة العابئي، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في الحقوق، تخصص قانون جنائي،كلية الحقوقوالعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2012/2011.
9. الطيب حسن عبد الله عوض، إبرام وتنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الرباط الوطني، المغرب، 2015.
10. فدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012.
11. لرقط فريدة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2017/2016.

ج- مذكرات الماستر:

1. بلعابد فاروق، النظام القانوني لحماية المستهلك المعلوماتي في ظل قانون 18-05، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم البواقي، 2020/2019.
2. بن ناصر رضوان، لموسخ محمود، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2020/2019.
3. بوشريقن زهرة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، 2017.
4. داهم صبرين، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في ظل قانون حماية المستهلك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، 2017/2016.
5. سايح عبد الرزاق- أحمد حنيفي، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، 2021/2020.
6. سميرة زايدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة أم البواقي، 2016/2015.

ثالثا: المقالات

1. دليلة معزوز، "**الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني ومدى فعالية وشمولية قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**"، مجلة المعارف، العدد (08)، كلية الحقوق، جامعة البويرة، جوان 2010.
2. عائشة قصار الليل، "**الالتزام بالإعلام الالكتروني السابق للتعاقد**"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة1، العدد 10، جانفي 2017.
3. عقيل فاضل حمد النهان، غني ريسان جادر الساعدي، "**الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني**"، مجلة أهل البيت، العدد 05، العراق، د.س.ن.
4. مريم خليفي، "**الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية**"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 04، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، جانفي 2011، ص 206.

رابعا: المدخلات

1. عيساوي نبيلة، حجايشية نورة، الالتزام بإعلام المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية، مداخلة في الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، يومي 02-03 أكتوبر 2018.

خامسا: النصوص القانونية

أ- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج، العدد 49، صادر في 11 جوان 1966، معدل ومتمم.
2. أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، ج.ر، العدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975.
3. قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، العدد 41، صادر في 27جوان 2004، معدل ومتمم، بالقانون رقم 10-06، ج.ر.ج.ج، العدد 46، صادر في 18 أوت 2010.
4. قانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، العدد 15، صادر في 08 مارس 2009، معدل ومتمم، بالقانون رقم 18-09، صادر بـ 10 جويلية 2018، ج.ر، العدد 35، لسنة 2018.
5. قانون رقم 18-05، مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، العدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

ب- النصوص التنظيمية:

1. مرسوم التنفيذي رقم 13-378، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، ج.ر، العدد 58 لسنة 2013.

الفهرس

فهرس الموضوعات

مقدمة 07

الفصل الأول

ماهية الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني..... 12

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني وخصائصه 12

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني..... 13

الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني..... 16

أولا: طابع العمومية: 16

ثانيا: طابع الاستقلالية:..... 16

ثالثا: الطابع الوقائي: 17

رابعا: التزام سابق عن إبرام العقد 17

المطلب الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني عن غيره من الإلتزامات الأخرى 18

الفرع الأول: تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن الالتزام بالإعلام التعاقدي الإلكتروني 18

أولا: الاختلاف من حيث المصدر ووقت النشوء 19

ثانيا: الاختلاف من حيث المضمون 20

ثالثا: الاختلاف من حيث جزاء الاخلال بالالتزامين 20

الفرع الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن تقديم المشورة 21

الفرع الثالث: تمييز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني عن الإعلان الإلكتروني 23

المبحث الثاني: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني وطبيعته القانونية 24

المطلب الأول: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني 25

الفرع الأول: جهل المستهلك بالمعلومات..... 25

الفرع الثاني: علم المورد الإلكتروني بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج 28

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني..... 31

الفرع الأول: موقف الفقه من الطبيعة القانونية 31

أولا: الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الالكتروني ذو طبيعة عقدية أم غير عقدية 31

ثانيا: الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني هو التزام ببذل عناية أم تحقيق نتيجة 33

الفرع الثاني: موقف المشرع الجزائري من الطبيعة القانونية 34

خلاصة 36

الفصل الثاني

أثر الاخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني

المبحث الأول: الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني 39

المطلب الأول: الإبطال 39

الفرع الأول: إبطال العقد إستنادا إلى نظرية عيوب الرضا 40

أولا: إبطال العقد على أساس وقوع المستهلك في غلط..... 41

ثانيا: إبطال العقد على أساس عيب التدليس 43

الفرع الثاني: إبطال العقد استنادا لعدم العلم الكافي بالمبيع 44

المطلب الثاني: المطالبة بالتعويض..... 46

الفرع الأول: نطاق التعويض 47

أولا: الأضرار المادية 47

ثانيا: الضرر المعنوي أو الأدبي..... 48

الفرع الثاني: طرق تقدير التعويض..... 49

المبحث الثاني: الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإلكتروني 50

المطلب الأول: جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك الإلكتروني والجزاءات المقررة لها..... 51

الفرع الأول: جريمة عدم الإعلام بالأسعار 51

أولا: الركن الشرعي للجريمة..... 52

ثانيا: الركن المادي للجريمة..... 52

ثالثا: الركن المعنوي للجريمة..... 53

الفرع الثاني: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم 54

أولا: الركن المادي للجريمة..... 54

ثانيا: الركن المعنوي للجريمة..... 55

المطلب الثاني: جرائم خداع وتضليل المستهلك الإلكتروني والجزاءات المقررة لها..... 56

الفرع الأول: جريمة خداع المستهلك الإلكتروني 56

أولا: الركن المادي للجريمة..... 58

ثانيا: الركن المعنوي للجريمة..... 58

الفرع الثاني: جريمة الإشهار غير المشروع..... 60

أولا: الركن المادي للجريمة..... 60

ثانيا: الركن المعنوي للجريمة..... 61

خلاصة 63

خاتمة..... 65

قائمة المصادر والمراجع..... 68

الفهرس..... 77