

الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني

Commitment to information in electronic contract



كاب أمار ، طالبة دكتوراه¹

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس - الجزائر

am.kab@univ-boumerdes.dz

لالوش سميرة ، أستاذة محاضرة "أ"²

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس - الجزائر

Samira.lallouch@hotmail.fr

تاريخ النشر: 2022/12/23:

تاريخ القبول للنشر: 2022/11/01

تاريخ الاستلام: 2022/10/12

ملخص:

كان للتطور التكنولوجي والمعلوماتي أثر كبير في انتشار الانترنت وشيوع المعاملات الالكترونية، فأصبحت تتم عن طريق وسائل الاتصال الحديثة، ولنجاح هذه العقود الالكترونية والتي ترتبط أساسا بالعملية الاستهلاكية، كان لبد من توفير الحماية القانونية للمستهلكين والمتعاملين بصفة عامة. اذ تهدف هذه الدراسة الى شرح أهمية الالتزام بالإعلام في مجال المعاملات الالكترونية، بهدف توفير رضا المستهلك عبر إعلامه بكل الأوصاف والمعلومات من طرف البائع المهني الذي يفوقه خبرة، وكل ذلك من أجل ارساء علاقة الثقة بالطرف الذي يتعاقد معه وما يتعلق بمحل التعاقد، فطبيعة الانترنت وحدها الكفيلة بتفسير الاساس المنطقي لهذا الالتزام، الذي يطرح العديد من التساؤلات القانونية.

الكلمات المفتاحية

الالتزام بالإعلام الإلكتروني-العقد الإلكتروني-المستهلك -المورد.

Abstract

Technological and informational development has had a significant impact on the spread of the Internet and the prevalence of electronic transactions, so they are carried out through modern means of communication, and for the success of these electronic contracts, which are

mainly related to the consumer process, it was necessary to provide legal protection for consumers and dealers in general.

As a study aims to explain the importance of the commitment to information in the field of electronic transactions, with the aim of enlightening consumer satisfaction by informing him of all descriptions and information from the professional seller who has more experience, and all in order to establish a relationship of trust with the party who contracts with him and what is related to the place of contract, the nature of the Internet is the only guarantee Explaining the rationale for this obligation, which raises many legal questions.

Keywords

Commitment to electronic media - electronic contract – consumer-the supplier.

مقدمة:

في ظل النهضة الرقمية، والتطور المعلوماتي الذي يشهده العالم اليوم، عرفت العلاقات التعاقدية مجموعة من التغيرات مست نظامها وبنيتها القانونية، فأصبحت تتم عن طريق وسائل الاتصال الحديثة مما أثار ذلك اهتمام رجال القانون والقضاء على حد سواء، نتيجة استقرار شعور بعدم الثقة في استخدام التقنية الحديثة وكثرة المحاولات لفهم الآثار المترتبة لهذا الاستخدام في ظل النظام القانوني الحالي.

ومن هذا المنظور برز الالتزام بالإعلام الإلكتروني الذي يعد أسلوب جديد، من بين أهم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع الإلكتروني عند تقديم سلعة أو خدمة، فهو يرتبط بالدرجة الأولى بضمان الثقة والأمان في التعامل، وتجريم الدعاية الكاذبة أو المضللة، إذ يلتزم بإعلام المستهلك وتزويده بالمعلومات الخاصة بالمنتج وكذلك طريقة استعماله، والاحتياجات الواجب اتخاذها، فهو من أولويات الالتزامات الواجب الاعتماد عليها في ظل التعاقد عبر شبكة الرقمية.

وتكمن أهمية الموضوع في أهم المتغيرات التي مست الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، والذي أصبح أمر ضروري من أجل تقريب وتعريف المنتجات والخدمات للمستهلك، باعتباره الوسيلة الناجح من خلال رفع اللبس على مختلف المنتجات المعروضة على شبكة الانترنت.

والهدف من دراسة الموضوع هو احاطة الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني بالجوانب القانونية، والوقوف على مدى حماية المشرع للمستهلك في التعاقد الإلكتروني. ومن المشاكل التي يثيرها الالتزام بالإعلام الإلكتروني ما سنطرحه على النحو التالي:

- ماهي الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني؟ وماهي الجزاءات الموقعة في حالة الإخلال بالتزام بالإعلام الإلكتروني؟ ويمكن جمع هذه الاسئلة في الاشكالية التالية:

ما مدى المام المشرع الجزائري لخصوصية الالتزام بالإعلام الإلكتروني؟

وللإجابة عن هذا الطرح تم اتباع المنهج الوصفي في بيان مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني، والمنهج التحليلي في دراسة النصوص القانونية المتعلقة بالقواعد الخاصة بالالتزام بالإعلام الإلكتروني.

وقد قسمنا الموضوع الى قسمين نتناول في:

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني

المبحث الثاني: الآثار القانونية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني.

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني

كان للقضاء الفرنسي فضل في اكتشاف الالتزام بالإعلام، استناد الى بعض النصوص القانونية العامة في القانون المدني، وهو التزام تمليه اعتبارات ضمان الأمانة والنزاهة في المعاملات. فمن خلال هذا المبحث نضبط تعريفه ونستخلص اهم الشروط الواجب توافرها في (المطلب الأول) ونتطرق الى الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني في (المطلب الأول).

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

تتعدد التعاريف للالتزام بالإعلام الإلكتروني، سنتطرق اليها بدئ بالتعريف القانوني، وبعد ذلك التعريف الفقهي.

الفرع الأول: التعريف القانوني

عرف المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام الإلكتروني من خلال المادة 17 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه "يجب على كل متدخل ان يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة

بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات او بأية وسيلة أخرى مناسبة. تحدد الشروط وكيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم."

اضافة الى المادة 18 من نفس القانون نصت على الزامية اعلام المستهلك والتي على انه "يجب ان 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 اللغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها. (قانون رقم 09-03، سنة 2009.)

حيث أكد المشرع من خلال المادتين على الزامية اعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات والمواصفات التي تتعلق بشيء المبيع محل العقد.

كما عرف ايضا الالتزام بالإعلام بمقتضى المادة 3 من المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بشروط وكيفيات اعلام المستهلك " كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى، بما في ذلك طرق التكنولوجيا الحديثة، أو من خلال الاتصال الشفهي. ". (المرسوم التنفيذي رقم 13-378، سنة 2013.)

اما بالنسبة لتشريع المقارن اذ أكد عليه المشرع الفرنسي سواء في القانون المدني اذ كرسه ضمناً في نص المادة 1602 (Code civil, 111 édition rédigée avec le)، وفي قوانين حماية المستهلك، حيث نص في المادة 18-121 منه على انه " يجب اعلام المستهلك بهذه البيانات دون لبس، ويقدم له بطريقة مفهومة وواضحة كما يجوز للبائع من أجل ذلك استعمال كل وسائل الاتصال الالكترونية عن بعد". كما نصت التشريعات العربية أيضاً على هذا الالتزام نذكر منها على سبيل المثال القانون المدني المصري، اخذ في المادة 1602 الالتزام بالإعلام المهني للمستهلك الالكتروني. (زهية ، 2019، الصفحة 425)

الفرع الثاني: التعريف الفقهي

عرف جانب من الفقه الالتزام بالإعلام الالكتروني على أنه "الالتزام يفرض على أحد طرفي عقد الاستهلاك اعلام الطرف الآخر بما يجهله من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد وذلك في الوقت المناسب، مستخدماً في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحلّه. " (صغير، 2015، صفحة 114-115)

وجاء ان الالتزام بالإعلام الالكتروني على انه "الالتزام يقع على عاتق التاجر الالكتروني او مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الالكترونية الحديثة بمقتضاه

يخبر المستهلك بشخصيته، وبياناته التجارية، وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد، والتي بناء عليها يتخذ المستهلك بالإقدام على التعاقد بناء على الإدارة الحرة مستتيرة. " (كوثر، 2012، صفحة 280)

ويعرف هذا الالتزام بأنه "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متطور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد. (خليفة، 2011، صفحة 205)

وعليه كل هذه التعريفات هدفها واحد ينصب حول الالتزام بالإعلام المستهلك وتزويده بكل مشتريات السلعة أو الخدمة حتى يتسنى له الرغبة في التعاقد.

الفرع الثالث: الشروط الواجب توافرها في الالتزام بالإعلام الإلكتروني
تتمثل هذه الشروط فيما يلي:

الشرط الأول: علم المهني أو امكانية علمه بالبيانات والمعلومات محل العقد

ان يكون أحد المتعاقدين مهنيًا خبيرًا على النحو يسمح له بالعلم الشامل والكافي بالبيانات ومواصفات المبيع محل عقد الاستهلاك، (نبيل ، 2008، صفحة 208) ولقد نصت المادة 352 من القانون المدني على انه "يجب ان يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكنه التعرف عليه...". ولا يقتصر علم المهني بالمعلومات المتعلقة بالمنتج بل يتعداها الى العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك.

الشرط الثاني: جهل المستهلك بمعلومات المبيع جهلا مشروعا

في هذه الحالة ان يكون المستهلك جاهلا لهذه المعلومات حيث أن هذا الجهل هو الذي يجعل المهني في عقود الاستهلاك الإلكتروني مدين بالإعلام للمستهلك، غير أن جهل المستهلك لابد أن يكون مشروعا، باعتبار ان الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني له حدود، حيث يتعدى ما يجهله المهني شخصا ولا المعلومات التي يحملها المستهلك أو يفترض علمه بها. (خليفة، 2011، صفحة 206-207) ويشترط ان تكون تلك المعلومات التي يلتزم بها المهني، على درجة من الأهمية بالنسبة للمستهلك بحيث إن عدم علمه بها بشكل واضح يؤثر في رضاه بالعقد الإلكتروني. اما لو كانت المعلومات غير معلن عنها في الموقع الإلكتروني ثانوية غير مهمة في نظر المستهلك فلا يمكن القول بأن هنالك التزاما

على المهني أو البائع بالإفصاح عنها إلى المستهلك خاصة إذا كان المستهلك هو أيضا مهني ولديه معرفة ببعض المعلومات المرتبطة بالعقد والسلعة أو الخدمة محل العقد. (عقيل، متوفر على الموقع <https://aba.edu.iq> 2022)

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني

اختلف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني، إذ يرى اتجاه التزاما عقديا، في حين ذهب اتجاه آخر إلى أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني التزام غير عقدي، وجاء رأي ثالث يقول أنه هو التزام بتحقيق نتيجة أو بذل عناية.

الفرع الأول: الطبيعة العقدية أو الغير العقدية للالتزام بالإعلام الإلكتروني

1-التزام عقدي

يعتبر أصحاب هذا الرأي أن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني هي طبيعة عقدية، وأن المسؤولية الناشئة عنه هي مسؤولية عقدية تتسع في مجالات أخرى لتشمل أخطاء سابقة على إبرام العقد

لكن أثر الخطأ أرتد على العقد نفسه، فالفعل وإن كان سابقا على التعاقد، إلا أن أثره ونتائجه لا تظهره إلا بعد إبرام العقد مثل ضمان العيوب الخفية وتقديم المؤمن له البيانات الغير حقيقية قبل إبرام العقد. (كوثر، 2011، صفحة 274)

2-التزام غير عقدي

يرى أصحاب هذا الرأي أن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام هي التزام غير عقدي والاخلال به تترتب عليه مسؤولية تقصيرية، فهو التزام مستقل عن العقد ويجب الوفاء به قبل تكوين العقد، لأن المنتج لا يربطه بالمستهلك أي عقد، وذلك بدليل أن الالتزام بالإعلام أو بالتبصير هو التزام سابق على تكوين العقد، فكيف يعتبره التزاما عقديا والعقد لم ينشأ أصلا، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فعن فحواه امداد المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالتعاقد والتي بناء عليها يقدم المستهلك على التعاقد أو ينصرف عنه. (كوثر، 2011، صفحة 275)

الفرع الثاني: اعتبار الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية أو التزام بتحقيق نتيجة

1-التزام ببذل عناية

ويرى جانب من شراح القانون ان الالتزام بالإعلام الالكتروني هو التزام ببذل عناية، اذ يستعمل المتدخل كل الوسائل المناسبة عند تنفيذ الالتزام، ولا يتحكم في نتيجة النصائح التي يقدمها للمستهلكين، كما لا يمكنه الزامهم باتباعها، ويرى جانب من شراح القانون ان الالتزام بالإعلام الالكتروني هو التزام ببذل عناية، اذ يستعمل المتدخل كل الوسائل المناسبة عند تنفيذ الالتزام، ولا يتحكم في نتيجة النصائح التي يقدمها للمستهلكين، كما لا يمكنه الزامهم باتباعها، (محمد، 2006، صفحة75)، فعلى المدين بالالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد ان يبذل في سبيل تنفيذ التزامه عناية المهني المتوسط الحريص الذي يعمل في ذات المهمة التي ينتمي اليها، فيكون قد قام بالالتزامه حتى ولو لم يستفد المستهلك بهذه البيانات والمعلومات، ذلك ان المهني ليس مطالبا بأكثر لتوفير رضا المستهلك باستخدام كافة الوسائل التي تجعل التزامه ناجحا، ولكنه في المقابل لا يمكن له ان يضمن اتباع المستهلك لما ابداه له من نصائح ومعلومات وفهمها او تفييده بتوجيهاته او تحذيراته. (زهية، 2019، صفحة429)

2-التزام بتحقيق نتيجة

بينما يرى جانب آخر من الفقه ان الالتزام بالعلام الالكتروني هو التزام بتحقيق نتيجة خاصة في مجال العقود التي ترد على المنتجات الخطيرة، ويؤسس هذا الاتجاه رأيه على ان هذه الطبيعة هي التي تتناسب مع الالتزام بالإعلام وتتضمن تحقيق النتيجة للهدف المنشود من وجوده، كما يستند على ان هذه الطبيعة هي التي تضمن اتساق الاحكام المنطقية على حالات المسؤولية الناشئة على الاضرار التي تلحقها المنتجات محل التعاقد بالمستهلك. (بولباني، 2012، صفحة31)

الّا ان المشرع الجزائري حسم الخلاف بموجب المادة 68 من القانون رقم 09-03 السالف الذكر، واعتبره التزام بتحقيق نتيجة وذلك بترتيب جزاء جزائي في حالة مخالفة هذا الالتزام الذي رتبته على عائق المتدخل ولو لم يرتب ضرر للمستهلك، اما إذا ترتب ضرر فتتقرر بذلك المسؤولية المدنية، بالإضافة الى المسؤولية الجزائية التي سنتناولها في المبحث الثاني.

المبحث الثاني: الآثار القانونية المترتبة عن الاخلال بالالتزام بالإعلام الالكتروني

من أهم الصعوبات التي تواجه المستهلك في العقود الالكترونية، هي عدم إمكانية معاينة المنتج معاينة مادية، وذلك نظرا لعدم تواجد أطراف العقد في المكان واحد. الامر الذي يجعل المورد الالكتروني ملزم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد، من أجل تكوين إرادة سليمة تمكنه من اتخاذ قرار التعاقد، ومن ثم فإن عدم قيام المورد بالوفاء بذلك الالتزام يترتب عنه جزاء قانوني، اذ رتب المشرع مسؤولية مدنية عن هذا الالتزام (المطلب الأول) ولم يكتفي بهذا فقط بل رتب أيضا مسؤولية جزائية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المسؤولية المدنية

يحق للمستهلك الالكتروني الذي يتعاقد عبر فضاء افتراضي في حالة عدم اعلامه من طرف البائع الالكتروني الذي يفوقه خبرة في هذا المجال ان يطالبه بإبطال العقد او المطالبة بالتعويض.

الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال

ان فرض الالتزام بالإعلام الالكتروني هو حماية إرادة المتعاقد غير محترف بالمقارنة مع المدين بالإعلام وبالتالي تحصينه من الوقوع في عيوب الرضا. لم تنص أغلب التشريعات التي قررت هذا الالتزام ووجدته في المرحلة السابقة على التعاقد على الجزاءات في حالة الاخلال به، أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد تناول في المادة 14 من القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه في حالة عدم احترام المادة 10 وأحكام المادة 13 من طرف المورد الالكتروني يمكن للمستهلك الالكتروني ان يطلب ابطال العقد والتعويض عن الضرر اللاحق به. (زهية، 2019، صفحة 431)

1- حق المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في الغلط

تشتط القواعد العامة في القانون المدني عند طلب ابطال العقد لغلط ان يكون جوهريا وان يتصل بالمتعاقد الآخر، (علي، 2013، صفحة 177-178) وهذا ما نصت عليه المادة 82 من القانون المدني الجزائري، ويكون كذلك إذا وقع في صفة الشيء أو في ذات المتعاقد، أو في صفة من صفاته، ويكون هذا الأخير السبب في التعاقد، اذ لولا هذه الصفة لما أقدم المستهلك على التعاقد، اذ يجب على هذا الأخير اثبات جوهرية المعلومات التي

وقع الغلط في شأنها، إضافة الى اثبات اتصال هذا الغلط بالمتعاقد الآخر، وهذا ما جعل البعض يعتبر ان الطعن بالبطلان للغلط يعتبر وسيلة محدودة لتحقيق الحماية للمستهلك الالكتروني بالنظر الى شروط والقيود التي تحكم تمسك المستهلك بإبطال العقد. (عمر، 2008، صفحة 271)، إلا ان هنالك من يرى ان تقدير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد من شأنه أن يتيح للمستهلك التراجع عن التعاقد متى أثبت عدم قيام المهني بإعلامه اعلاما كافيا ببنود العقد دون الحاجة الى اثبات وقوعه في الغلط، بل ان اثبات عدم الوفاء بالالتزام بالإعلام من طرف المهني كفيل بإثبات وقوع المستهلك في الغلط.

2-المطالبة بالإبطال للتدليس

إنّ هذا الطلب يستوجب اثبات استعمال وسائل احتيالية من طرف البائع او المهني، والذي ينتج من مجرد الاحتفاظ بالمعلومات بالكتمان وعدم اعلام المستهلك بها، ولا بد على هذا الأخير ان يثبت التدليس بالعنصرين المادي والمعنوي، اذ لو لا هذه الطريقة الاحتياطية لما أقدم على ابرام العقد. وكما يلاحظ في بعض الأحيان أنه لا يمكن إقرار ببطلان العقد إلا إذا اثبت أن إرادة المستهلك المتعاقد قد عيبت نتيجة امتناع المتدخل عن اعلامه قبل التعاقد أو إمداده بمعلومات كاذبة، وهذا الامتناع هو الذي يجعل منه كتماننا تدليسيا وينتج عنه طلب إبطال العقد وهذا ما نصت عليه المادة 2/86 من القانون المدني الجزائري.(كريمة ، 2017 ، صفحة 11-12)

3-ابطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع

هو ما اشترطته المادة 352 من القانون المدني، فإذا كان المستهلك جاهلا للمعلومات التي لم يعلمه بها البائع، والذي يكون مخلا في هذه الحالة بالتزامه بالإعلام الواقع على عاتقه فيحق بتالي طلب ابطال العقد.(زهية ، 2019 ، صفحة 432)

الفرع الثاني: التعويض

قد يرى المستهلك انّ مصلحته لا تكمن في اللجوء الى ابطال العقد بل في طلب التعويض من البائع لعدم التزامه بالإعلام، اذ انه لو كان على علم بهذه البيانات والمعلومات التي امتنع البائع عن تزويده او قصر في اعلامه بها، لما أقدم على التعاقد معه .(عبد العزيز ، 2000 ، صفحة 398) وحسب ما ورد في المادة 2/107 من القانون المدني فأخلال المتدخل بهذا الالتزام يؤدي الى قيام المسؤولية العقدية على اعتبار البائع الالكتروني

يمثل طرف القوي في العلاقة العقدية، وبالتالي له دراية الواسعة بالمنتج الذي يعرضه على المستهلك بواسطة الشاشات الكمبيوتر، وفي الطرف الآخر هنالك متعاقد متواجد في وضعية جهل تعاقدية تبرز حاجاته للإعلام، خاصة أنه متعاقد عبر فضاء افتراضي لا مادي ولا يتمكن من معاينة المنتج أمامه. (زهية ، 2019، صفحة433)، وهنالك كذلك من يرى ان مسؤولية البائع عن الاخلال بالالتزام بالإعلام ذات طبيعة التقصيرية. (عبد الفتاح ، 2004، صفحة10) اذ يترتب عنها نشوء حق المتعاقد المتضرر في التعويض عن الذي أصابه، وهذا ما ذهب اليه المشرع الجزائري من خلال نص المادة 352 السالفة الذكر ان الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني ينتج عن مخالفته قيام المسؤولية التقصيرية، وان الاعتراف بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية عن اخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني في العقود الالكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت توفر حماية فعالة للطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وهو المستهلك، حيث يحق له بمجرد الاثبات ما لحقه من ضرر ناتج عن عدم تزويده بالمعلومات المتصلة بالعقد وبكل ما يتعلق بالمنتج واوصافه لتمكينه من الانتفاع به وتجنب أضراره. (زهية ، 2019، صفحة433) ، المطالبة بالتعويض. وهنالك من يرى ان الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام قانوني ينتج عن مخالفته قيام مسؤولية تقصيرية للمتدخل.(كريمة ، 2017، صفحة13)

المطلب الثاني: المسؤولية الجزائية

ألزم المشرع الجزائري البائع بإعلام المستهلك قبل اختتام عملية البيع، وبأي طريقة كانت، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج، ومتى امتنع البائع عن ذلك يكون قد أخل بالتزامه بالإعلام ويكون بذلك مرتكبا لجريمة يعاقب عليها القانون. وطبقا لقانون العقوبات كل جريمة يجب ان يتوافر فيها الركن المادي والركن المعنوي، وبالرجوع الى جريمة اخلال بالتزام بالإعلام الالكتروني لا تقوم أيضا إلا بتوافر ركنين أساسيين هما:

الفرع الأول: جريمة الخداع

أولاً-تعريفها

ان المشرع الجزائري لم يعرف جريمة الخداع، وإنما اكتفى ببيان نطاقها وعقوبتها من خلال المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وقبلتها المادة

429 من قانون العقوبات، وتدخل الفقه في إعطاء تعريف للخداع على أنه "القيام بأعمال من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته وإلباسه مظهرًا يخالف ما هو عليه في الواقع." (مجدوب، 2016، صفحة 267)

ثانياً- أركانها

1- الركن المادي: يتم الخداع في صورتين هما

أ- صورة إيجابية: وهو سلوك صادر عن المتدخل، كأن يستلم سلعة غير تلك المتفق عليها بأن يستبدلها بسلعة أخرى أقل جودة منها أو يغير في تاريخ الصلاحية.

ب- صورة سلبية: هو سكوته عن بعض العناصر التي من اللازم أن يعلم بها المستهلك. (أسيا، 2012-2013، صفحة 165)

وبالتالي هو ارتكاب الفعل المادي أو الشروع فيه، أي الخداع بشأن منتج يفترض فيه توافر صفات هي غير متوفرة فيه أو غير موجودة كلية، ولقد حددت المادة 68 من القانون 09-03 سالف الذكر موضوع الخداع أو حالاته على سبيل الحصر، ويلاحظ الفقه بأن العناصر التي يقع عليها الخداع هي محل تداخل وتكرار يصعب تحديد الفواصل بينها بدقة، وذلك أن الخداع الجنائي يشترط لتوافره أن يتخذ إحدى الصور التي حددها القانون كالاتي:

- كمية المنتوجات المسلمة
- تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقاً
- قابلية استعمال المنتج
- تاريخ أو مدة صلاحية المنتج
- النتائج المنتظرة من المنتج
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.

2- الركن المعنوي

أن جريمة الخداع من الجرائم التي يلزم لقيامها ضرورة توافر الركن المعنوي أي القصد الجنائي لدى المتهم، وهو يتحقق باتخاذ إرادة الجاني على نحو مخالف للمواصفات المقررة قانوناً وإن نتجته إرادته لذلك، فيجب أن تتوفر نية الخداع بأن تتجه إرادة المتدخل إلى خداع المستهلك أو محاولة خداع بأن يخفي الحقيقة عنه باستعمال طريقة معينة، لذا فسوء النية

غير مفترض فمثلا بيع مواد منتهية الصلاحية لا يعني بضرورة انصراف إرادة المتدخل الى خداع المستهلك. (معوض، 2001، صفحة 46)

الفرع الثاني: العقوبات المقررة بجريمة الخداع

بالنسبة للعقوبات المقررة لجريمة الخداع أو محاولة خداع المتعاقد إحالة المادة 68 من القانون 03-09 لتطبيق العقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات حيث يعاقب مرتكب هذه الجريمة بالعقوبات التالية الحبس من شهرين الى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2.000 الى 20.000 دج او بإحدى هاتين العقوبتين فقط. (المادة 429 من الامر 66-156، المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق لـ يوليو 1966)

كما شدد المشرع في العقوبة حيث نص في المادة 69 من القانون 03-09 "ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه الى الحبس (5) سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسا مئة ألف دينار 500.000 دج إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكب سواء بواسطة:

- الوزن او الكيل او بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة.
 - طرق ترمي الى التخليط في عمليات التحليل أو المقدار او الوزن او الكيل او التغيير عن طريق الغش في التركيب او وزن او حجم المنتج.
 - إشارات او ادعاءات تدليسيه.
 - كتيبات او منشورات او نشرات المعلقات او إعلانات او بطاقات او اية تعليمات أخرى.
- (المادة 69 من القانون 03-09)، وهي نفس العقوبات الواردة في نص المادة 430 من قانون العقوبات التي تنص " ترفع مدة الحبس الى خمس(5) سنوات والغرامة الى 500.000 دج... (المادة 430 من الامر 66-156)

الخاتمة

يعتبر الالتزام بالإعلام في العقود الالكترونية حاليا من أهم الضمانات القانونية لحماية المتعاقد الالكتروني، الذي يقبل إبرام العقد عن بعد عبر وسائل اتصال حديثة وعلى رأسها شبكة الانترنت، اذ يتبادل المعلومات والبيانات الخاصة بالعقد عن طريق هذه شبكة، وذلك بدءا بالتكوين الى غاية تنفيذه، وباعتباره طرف ضعيف في العلاقة العقدية فلا بد من اعلامه

وتتوير بصيرته لتحقيق المساواة بينه وبين البائع المحترف الطرف القوي الذي يفوقه خبرة، ومن خلال القوانين التي تضمنت في طياتها الالتزام بالإعلام. نحاول من خلال ما تم طرحه تقديم مجموعة من النتائج تدرج فيما يلي:

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

- رغم اختلاف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام إلا أنه في نظرنا لا يجب الإغفال أن السبب من فرض الالتزام بالإعلام هو إعادة التوازن المعرفي بين أطراف العلاقة التعاقدية.

- أن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني ملقى على عاتق كل متدخل في العملية التعاقدية بأن يقدم المعلومات المتعلقة به وبالعلاقة التعاقدية وذلك من خلال وسائل معينة تحت طائلة جزاءات قانونية

- أن القانون 09-03 قد وفق إلى حد ما في إعادة التوازن العقدي بين أطراف العلاقة التعاقدية بما يضمن سلامة إرادة المستهلك بالنص على الالتزام بالإعلام.

وبناء على ما سبق بيانه تبين لنا وجوب إعطاء مجموعة من التوصيات تتمثل فيما يلي:

- تجميع النصوص القانونية المتناثرة المتعلقة بالالتزام بالإعلام وإعادة صياغتها على النحو الذي لا يحتمل التأويل، وإصدار نصوص قانونية تحمي المتعاقد الالكتروني لتكون أكثر مواكبة لهذا النوع من العقود.

- وضع قوانين صريحة تتناول جزاءات ردية في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام الالكتروني.

قائمة المراجع:

- 1- قانون رقم 09-03، المؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ الموافق لـ 08 مارس 2009م، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، سنة 2009
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 05 محرم 1435 هـ الموافق لـ 09 نوفمبر 2013م، يحدد بشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 58، 2013.

3Code civil, 111 édition rédigée avec le concours de français, JACOB DALLOZ 2012.

- 4-زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، جامعة البويرة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، 2019، الصفحة 425.
- 5-صغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2015، الصفحة 114-115.
- 6-كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، د-ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، الصفحة 280.
- 7-خلفي مريم، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، جامعة بشار، دفاتر السياسة والقانون، العدد الرابع، جانفي 2011، الصفحة 205.
- 8-نبيل محمد أحمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 02، السنة الثانية والثلاثون، يونيو 2008، الصفحة 208.
- 9-خلفي مريم، المرجع السابق، الصفحة 206-207.
- 10-عقيل فاضل حمد الدهان، عني ريسان جادر الساعدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، متوفر على الموقع <https://aba.edu.iq> طلع عليه 2022-01-24 على 22:02.
- 11-كوثر سعيد عدنان، الصفحة 274.
- 12-كوثر سعيد عدنان، الصفحة 275.
- 13-محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتب الحديثة، الجزائر، 2006، الصفحة 75.
- 14-زهية ربيع، الصفحة 429 .
- 15-بولباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2011-2012، الصفحة 31.
- 16-زهية ربيع، الصفحة 431.
- 17-علي فلالي، الالتزامات، النظرية العامة للعقد، طبعة 03، موفم للنشر، الجزائر، 2013، الصفحة 177-178.

- 18- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، طبعة 2، منشأ المعارف، مصر، 2008، الصفحة 271 .
- 19- كريمة بركات، المسؤولية عن الاخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقد البيع الالكتروني، مداخلة ألقيت ضمن فعاليات اليوم الدراسي تحت عنوان الالتزام بالإعلام في العقود، جامعة أكلي محمد اولحاج، البويرة، يوم 17 أكتوبر 2017، الصفحة 11-12.
- 20- زهية ربيع، الصفحة 432.
- 21- عبد العزيز مرسي محمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة "دراسة مقارنة" مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، العدد 18، السنة التاسعة، مصر، أكتوبر 2000، الصفحة 398.
- 22- زهية ربيع، الصفحة 433.
- 23- عبد الفتاح حجابي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، الصفحة 10.
- 24- زهية ربيع، الصفحة 433.
- 25- كريمة بركات، الصفحة 13.
- 26- مجدوب نوال، حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية، مجلة الدفاتر السياسية والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، أو بكر بلقايد، العدد 15، تلمسان، 2016، الصفحة 267.
- 27- آسيا يلس، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، مذكرة ماجستير، جامعة ام البواقي، 2011-2012، الصفحة 165.
- 28- معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية، طبعة 06، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2001، الصفحة 46.
- 29- انظر المادة 429، من الامر 66-156، المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل يوليو 1966، جريدة الرسمية عدد 49، المؤرخة في 21 صفر 1386، الموافق ل يونيو 1966، المعدل والمتمم.
- 30- المادة 69 من القانون 09-03.
- 31- المادة 430 من الامر 66-156، المعدل والمتمم.

