

الالتزام بالإعلام الإلكتروني: آلية لحماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية

The Obligation to inform electronically: mechanism to protect Consumer of electronic banking services



ط.د/ نوار بوشخو¹ ، د/ عبد الكريم موكة²

¹مخبر حماية وترقية الأسرة وحقوق المرأة والطفل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل.

²مخبر القانون البنكي والمالي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل.

تاريخ الاستلام: 2021/08/01 تاريخ القبول للنشر: 2021/10/17 تاريخ النشر: 2021/10/30

ملخص:

فرض المشرع الجزائري على كل مهني التزامًا بإعلام المستهلك عن كل المعلومات المتعلقة بالخدمات المقدمة في جميع المجالات لا سيما المجال البنكي، حيث يمتلك البنك معلومات عديدة عن الخدمات المصرفية التي يحترفها ويجهلها المستهلك، وبالأخص منها الخدمات المصرفية الإلكترونية، إذ توسعت دائرة التفاوت في المعلومات نتيجة التطور التكنولوجي والتقني الحاصل، مما يفرض على البنك التزامًا بالإعلام الإلكتروني بشكل يضمن حماية أكبر لمستهلك الخدمات المصرفية المقدمة عن بعد.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، خدمات مصرفية إلكترونية، حماية، الالتزام بالإعلام الإلكتروني، البنك.

Abstract:

The Algerian legislator imposed on every professional an obligation to inform the consumer about all information related to the services provided in all fields, especially the banking field, where the bank has many information about banking services that are professional and unknown to the consumer, especially electronic banking services, as the circle of disparity in information has expanded as a result of the technological and technical development that has taken place, which imposes on the bank obligation to electronic inform, in a way that ensures greater protection for the consumer of remote banking services.

Keywords: Consumer, Electronic banking services, Protection, Obligation to inform electronic, The bank.

مقدمة:

يعد الالتزام بالإعلام أحد أهم المبادئ التي أقرتها مختلف التشريعات في كل عقود الاستهلاك التي تجمع بين طرفين غير متكافئين من حيث العلم بالمعلومات، فالمهني المحترف وهو الطرف القوي يكون ملماً بكل ما يتعلق بالخدمات التي يقدمها من معلومات، مقابل جهل المستهلك بخصائص وشروط الخدمة التي يطلبها، باعتباره الطرف الضعيف الذي تبقى إرادته في حاجة إلى تنوير، عن طريق نقل المهني لجزء من المعلومات التي يمتلكها إلى المستهلك، تطبيقاً لالتزامه بالإعلام حول الخدمات المقدمة.

وقد زاد طغيان التقنية من توسع دائرة المعارف والفنيات التي يملكها المهني بشأن خدماته في كل مجالات التجارة الالكترونية وبالأخص المجال المصرفي، حيث تعتبر الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك عبر شبكة الأنترنت أكثر مدعاة لتطبيق الالتزام بالإعلام الالكتروني، نتيجة احتراف البنك في تقديمها مقارنة بالعميل المستهلك الذي يطلبها من جهة، والصفة غير المادية للخدمات المصرفية الالكترونية من جهة ثانية.

إن تطبيق الالتزام بالإعلام الالكتروني في المجال المصرفي ضرورة لا مفر منها، حيث أصبح المستهلك أحوج من أي وقت مضى للحصول على الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك عن بعد، نظير ما توفره له من سرعة في التنفيذ وقلة جهد وحتى أمن صحي، ونستدل في هذا الشأن بظروف الحجر الصحي التي يعيشها المستهلك في كل أنحاء العالم والمستهلك الجزائري على وجه الخصوص بسبب انتشار وباء كورونا "كوفيد 19"، التي استدعت التعامل عن بعد مع البنوك عبر وسائط الكترونية للحصول على الخدمات المصرفية، وسوف يتم التركيز في هذه الدراسة على تلك الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك للمستهلك عن بعد دون عمليات القرض.

من هذا المنطلق؛ وبالنظر إلى تعقد فنيات وتقنيات تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية التي يحتكرها البنك ويحترفها، وازدياد حدة المخاطر التي تحيط بالمستهلك طالب هذه الخدمات لقلة خبرته ودرايته في التعاملات الالكترونية، فإن الأمر يستدعي توفير حماية أكبر لمستهلك هاته الخدمات وإحاطته علماً بطبيعتها وخصائصها وكيفية التعاقد بشأنها والحصول عليها، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال الالتزام بالإعلام الالكتروني بالنسبة لمختلف الخدمات المصرفية الالكترونية، وعليه تثار إشكالية أساسية في هذا الصدد حول: مدى كفاية الأحكام التي أقرها المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام الإلكتروني لحماية مستهلك الخدمات المصرفية الالكترونية؟.

تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج التحليلي، لتحليل النصوص القانونية المنظمة لموضوع الالتزام بالإعلام الالكتروني، ومعرفة الطرق والآليات التي يتم من خلالها إيصال المعلومات المتعلقة بالخدمات المصرفية الالكترونية للمستهلك، وتكون الإجابة عن الإشكالية المطروحة بالتطرق إلى نقطتين محورتين هما:

مبحث أول: مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني في الخدمات المصرفية الإلكترونية

مبحث ثاني: آليات إعلام مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية

المبحث الأول

مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني في الخدمات المصرفية الإلكترونية

كثيرا ما يرغب المستهلك في الحصول على الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك، وهذا يحتم عليه الدخول في علاقة عقدية مع البنك، بالتالي فمركز الضعف الذي يتواجد فيه المستهلك لعدم امتلاكه أي معلومات عن هذه الخدمات وأسعارها وكيفية التعاقد بشأنها، يفرض على البنك التزاما بالإعلام الإلكتروني اتجاهاه فيما يخص هذه الخدمات واحاطته علما بكل معلوماتها المشمولة بهذا الالتزام.

المطلب الأول: التزام البنك بالإعلام الإلكتروني في الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن خضوع البنك للالتزام بالإعلام الإلكتروني في الخدمات المصرفية الإلكترونية يستشف من التزام العون الاقتصادي بالإعلام في علاقته بالمستهلكين، باعتباره الطرف القوي في العلاقة التي تجمعها بالزبون الطرف الضعيف من حيث العلم بالمعلومات، استنادا إلى مجموعة من النصوص الخاصة التي كرست هذا الالتزام، ويتوفر شروط معينة لذلك.

الفرع الأول: تكريس التزام البنك بالإعلام الإلكتروني

التزام البنك بالإعلام الإلكتروني لا يختلف عن التزامه بالإعلام العادي فكلاهما يتم بمناسبة العقود المصرفية التي يقدم من خلالها البنك منتجات وخدمات مصرفية للزبائن، غير أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني يتعلق بعقود الكترونية يقدم من خلالها البنك لزيائنه خدمات مصرفية الكترونية عبر وسائط رقمية حديثة ويكمن وجه الخصوصية في العقد الإلكتروني في الوسيلة المستخدمة في إبرامه¹، حيث يجب على البنك في هذه الحالة استخدام المواقع الإلكترونية لتنفيذ التزامه بالإعلام الإلكتروني.

أولاً: التزام البنك بالإعلام الإلكتروني في إطار قانون الاستهلاك

بما أن البنك يقدم للزبائن أو المستهلكين خدمات بنكية فهو ينطبق عليه ما ينطبق على أي محترف أو متدخل² يقدم خدمات للمستهلكين، فيخضع للالتزام بالإعلام المنصوص عليه ضمن نصوص قانون

¹ - محجوبة بلحاج، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني ما قبل التعاقد المصرفي الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص-ص 56-80، ص 66.

² - نصت المادة 7/3 من القانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، صادر بتاريخ 8 مارس 2009، على أن: "المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

الاستهلاك بداية بالقانون 89-102¹ الملغى، الذي جاء بمجموعة من التدابير الحمائية للمستهلك على غرار الالتزام بالمطابقة والالتزام بالضمان والالتزام بالإعلام.

أول نص صريح على الالتزام بالإعلام في قانون الاستهلاك كان بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية²، الذي يشمل مجال تطبيقه نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات³ التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية، وذلك في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو في علاقتهم بالمستهلكين، وهذا ينطبق على البنك باعتباره عونا اقتصاديا⁴ في علاقته بالزبائن، فيكون ملزما بالإعلام الإلكتروني عن الأسعار وتعريفات الخدمات المصرفية⁵ التي يقدمها للمستهلكين.

نص المشرع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش -الذي ألغى القانون 89-02- على الزامية اعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتج في المادة 17 منه، حيث يشمل المنتج السلع والخدمات⁶ المقدمة للمستهلك على حد سواء، وقد صدر تطبيقا لهذه المادة المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك⁷، الذي تضمن إشارة ضمنية إلى اعتماد الإعلام الإلكتروني في معرض تعريف الإعلام بالمنتجات⁸ حيث لم يفرق بين الطرق التقليدية والإلكترونية التي يتم من خلالها هذا الالتزام.

¹ - قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 6، صادر بتاريخ 08 فيفري 1989، ملغى.

² - قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، صادر بتاريخ 27 جوان 2004.

³ - المادة 2 من القانون نفسه.

⁴ - يقصد بعون اقتصادي في مفهوم المادة 1/3 من القانون 04-02: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

⁵ - المادة 4 من القانون نفسه.

⁶ - عرفت المادة 10/3 من القانون 09-03 سالف الذكر المنتج، على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".

⁷ - مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر عدد 58 صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

⁸ - الإعلام حول المنتجات في مفهوم المادة 3 من المرسوم التنفيذي 13-378، هو: "كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي".

ثانيا: التزام البنك بالإعلام الالكتروني في إطار قانون البنوك

أول تكريس صريح لالتزام البنك بإعلام الزبون المستهلك كان بموجب النظام رقم 94-13 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية¹، حيث ألزم البنوك والمؤسسات المالية بتبليغ زبائنهم بالشروط البنكية التي تطبقها على عملياتها المصرفية، وقد صدرت تطبيقاً له التعليمية رقم 95-07² التي بقيت سارية المفعول إلى غاية اليوم.

كما كرس المشرع التزام البنك بالإعلام في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض³ من خلال المادة 119 مكرر 1/ 2، التي تلزم البنوك بإعلام زبائنهم المستهلكين بطريقة دورية بوضعيتهم إزاء البنك وتوجب تزويدهم بالمعلومات المتعلقة بالشروط الخاصة بالبنك.

وقد تم الإبقاء على التزام البنك بالإعلام حتى بعد إلغاء النظام 94-13 سابق الذكر الذي استبدل على التوالي بالنظام رقم 09-03⁴، ثم بالنظام رقم 13-01⁵، ثم بالنظام رقم 20-01⁶ المحدد للقواعد المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية، حيث أكد المنظم البنكي في النظام الأخير على التزام البنوك بإعلام الزبائن المستهلكين بالشروط البنكية التي تطبقها على عملياتها المصرفية، وأن يتم ذلك عن طريق كل الوسائل⁷.

في هذه العبارة "عن طريق كل الوسائل" إشارة ضمنية من المشرع لاعتماد الطريقة الالكترونية في الاعلام المصرفي إلى جانب الطريقة التقليدية، لأن الهدف من الإعلام هو تنوير إرادة المستهلك مهما كانت الوسيلة المستعملة في ذلك تقليدية أم إلكترونية، مما يعني أن البنك ملزم بالإعلام الالكتروني بالنسبة للخدمات المصرفية

¹ - نظام رقم 94-13، مؤرخ في 02 جوان 1994، يحدد القواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية ج ر عدد 72، صادر بتاريخ 06 نوفمبر 1994، (ملغى).

² - Instruction n° 95-07 du 22 février 1995 portant conditions applicables aux opérations de banque, Banque d'Algérie, instructions et notes aux banques 1995, pp. 33-36.

³ - أمر رقم 03-11، مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 52، صادر في 27 أوت 2003، معدل ومتمم.

⁴ - نظام رقم 09-03، مؤرخ في 26 ماي 2009، يحدد القواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية ج ر عدد 53، صادر بتاريخ 13 سبتمبر 2009، (ملغى).

⁵ - نظام رقم 13-01، مؤرخ في 08 أفريل 2013، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية، ج ر عدد 29، صادر بتاريخ 02 جوان 2013، (ملغى).

⁶ - نظام رقم 20-01، مؤرخ في 15 مارس 2020، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية، ج ر عدد 16، صادر بتاريخ 24 مارس 2020.

⁷ - المادة 9 من النظام 01-20، سالف الذكر.

الإلكترونية التي يقدمها عبر شبكة الأنترنت باعتباره من بين الوسائل المتاحة خصوصا في ظل التطور التقني الحاصل.

ثالثا: التزام البنك بالإعلام الإلكتروني بموجب قانون التجارة الإلكترونية

بصدور القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹ يكون المشرع قد أكد مرة أخرى على الالتزام بالإعلام الإلكتروني الملقى على عاتق المورد الإلكتروني اتجاه المستهلك، بكل الشروط التعاقدية والخصائص والمواصفات المتعلقة بالخدمة المقدمة²، وباعتبار البنك موردا إلكترونيا³ فهو ملزم بالإعلام الإلكتروني بالنسبة للخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها للزبائن المستهلكين إذا توفرت الشروط اللازمة لذلك.

الفرع الثاني: شروط التزام البنك بالإعلام الإلكتروني في الخدمات المصرفية الإلكترونية

لا تختلف شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني عنها في الالتزام بالإعلام العادي، ولقيام التزام البنك بالإعلام الإلكتروني في الخدمات المصرفية الإلكترونية يجب أن يتوفر شرطان، أحدهما يتعلق بالمدين بالالتزام بالإعلام الإلكتروني وهو البنك المهني المحترف، والثاني يتعلق بالدائن بالالتزام بالإعلام الإلكتروني وهو الزبون المستهلك.

أولا: علم البنك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الإلكترونية

إن اشتراط علم البنك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة للمستهلك شرط أساسي لقيام التزام البنك بالإعلام الإلكتروني، فمن غير المعقول إلزام أحد الطرفين بإحاطة الطرف الثاني بمعلومات هو يجهلها أصلا⁴ عن الخدمة المعنية، لأن الالتزام بالإعلام قائم على أساس عدم التكافؤ بين المهني والمستهلك من حيث المعرفة والعلم بالمعلومات.

فالعلم بالمعلومات من قبل المهني أو المتدخل وهو البنك أمر مفترض قانونا، في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي

¹ - القانون رقم 05-18، مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

² - المواد 11، 12 من القانون نفسه.

³ - المورد الإلكتروني في مفهوم المادة 6 من القانون 05-18، هو: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، وتضيف المادة 35 من نفس القانون أنه: "يخضع المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك".

⁴ - نواف محمد مفلح الذيابات، الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون الخاص كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص 87.

يضعه للاستهلاك ..."، وكذا المادة 119 مكرر 2/1 من قانون النقد والقرض¹، وهي قرينة قانونية قاطعة² على علم البنك واحاطته بالبيانات المتعلقة بالخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها لزبائنه كونه مهنيًا محترفًا، فلا يمكن له الاحتجاج في مواجهتهم بعدم العلم بالشروط والبيانات المتعلقة بها بسبب الخبرة والاحتراف فيما يقوم به من نشاطات، وقد أخذ القضاء الفرنسي بقرينة افتراض علم المهني بالمعلومات الواجب عليه تبليغها للمستهلك في مواطن عديدة، وهذا من شأنه اعفاء المتعاقد الآخر من عبء اثبات العلم³.

لا يكفي لقيام الالتزام بالإعلام الالكتروني أن يكون المهني (البنك) عالما بالمعلومات الجوهرية فقط وإنما يشترط أيضا علمه بمدى أهمية وتأثير تلك المعلومات على رضا المستهلك المستتير، وعلى تنفيذه لالتزامه الناتج عن حصوله على الخدمة، فيقع على عاتقه واجب التحري والاستعلام عما يهم المستهلك⁴، لذلك يجب على البنك أن يكون عالما بكل المعلومات المرتبطة بالخدمة المصرفية ومدى أهميتها بالنسبة للزبائن.

ثانيا: جهل المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الالكترونية

حتى يقوم التزام البنك بالإعلام الالكتروني يجب أن يكون الزبون المستهلك جاهلا بالمعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الالكترونية المراد الحصول عليها، وهذا يضع البنك موضع التزام اتجاهه بتوفير رضاه بكافة المعلومات المتصلة بالخدمة المصرفية الالكترونية بشكل يجعل التزامه ناجعا⁵، لأنه محترف ولم يكافه بالبيانات التي يجب تقديمها للمستهلك قليل الخبرة والمعرفة.

غير أن البنك لا يكون ملزما بالإعلام الالكتروني إلا إذا كان جهل المستهلك مشروعا لاستحالة علمه بالبيانات اللازمة لتكوين رضاه حول الخدمة المقدمة، وهي الاستحالة التي مردها طبيعة الخدمة أو صفة

¹ - المادة 119 مكرر 2/1 من الأمر رقم 10-04، مؤرخ في 26 أوت 2010، يتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 50، صادر بتاريخ 01 سبتمبر 2010. تنص على أن البنوك: "تعلم، بطريقة دورية، زبائنها بوضعيتهم إزاء البنك وتلزم بتزويدهم بكل معلومة مفيدة تتعلق بالشروط الخاصة بالبنك"

² - شوقي بناسي، أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 253.

³ - Cass.com., 27 November 1972, Bull. civ., IV-N°282, p.266.

نقلا عن: رقيقة بوالكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 123.

⁴ - عقيل فاضل حمد الدهان، غني ريسان جادر الساعدي، "الالتزام بالإعلام في العقد الالكتروني"، مجلة جامعة أهل البيت عليهم السلام، العدد الخامس، 2007، ص ص 204-226، ص 210.

متاح على الموقع: <http://www.ahlulbaitonline.com>

⁵ - مريم خليفي، "الالتزام بالإعلام الالكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية"، مجلة دفاتر السياسة والقانون المجلد 3 العدد 4، 2011، ص ص 201-223، ص 207.

الأطراف¹، إما لقلّة دراية وخبرة المستهلك وعدم احاطته وفهمه للمعلومات الخاصة بالخدمة المصرفية أو المعاملة الالكترونية، أو لاعتبارات الثقة المشروعة المتولدة عن صفة البنك باعتباره مهنيًا متخصصًا.

كما يشترط لتحقيق التزام البنك بالإعلام الالكتروني أن تكون المعلومات المقصودة على درجة من الأهمية بالنسبة للزبون المستهلك بحيث تؤثر في رضاه بالعقد الالكتروني²، وتحمله على قبول الخدمة المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك، وعندها يتحقق اخلال هذا الأخير بالتزامه بالإعلام خصوصًا في ظل التطور التكنولوجي، الذي زاد من درجة عدم التوازن في المعلومات بين البنك والمستهلك بسبب التعقد في الخدمات المصرفية الالكترونية، والتي لا يملك المستهلك معلومات عنها سوى صور أو ومضات اشهارية عبر وسائط الكترونية.

ويرى البعض أن للالتزام بالإعلام الالكتروني الذي يقع على عاتق البنك حدود³، حيث يصطدم بواجب الاستعلام من قبل المستهلك الزبون الذي يجب عليه أن يوضح المعلومات الضرورية التي يريد أن يستعلم عنها⁴ للبنك، لأن تنفيذ البنك لالتزامه يعتمد في أغلب الأحيان على تعاون المستهلك بالاستعلام عن الخدمة المصرفية الالكترونية التي يريد الحصول عليها، غير أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش قد ضمن للمستهلك في المادة 17 الحق في الإعلام عن الخدمات وجعل ذلك التزامًا على عاتق المحترف، وعليه فحق المستهلك في الإعلام ينشأ له بصفته مستهلكًا، وهو حق مفروض له بقوة القانون لأنه أعفاه من واجب الاستعلام⁵ حتى ولو كان بإمكانه القيام بذلك.

المطلب الثاني: المعلومات المشمولة بالالتزام بالإعلام الالكتروني في الخدمات المصرفية الالكترونية

لم يحدد المشرع ولا المنظم البنكي المعلومات المتعلقة بالخدمات المصرفية الالكترونية التي يشملها الالتزام بالإعلام الالكتروني، واكتفى بالإشارة إلى الالتزام بالإعلام العادي بعبارة عامة دون تفصيل في المعلومات التي يجب على البنك الخضوع لها وإعلام المستهلك بها.

لكن بالرجوع إلى المادة 119 مكرر 2/1 من قانون النقد والقرض، والمادة 2/9 من النظام 20-01⁶ والتعليمات 95-07 سابقة الذكر، وكذا قانون التجارة الالكترونية 18-05، وبالنظر إلى خصوصية عقود

¹ - رقيقة بوالكور، مرجع سابق، ص 130-132.

² - عقيل فاضل حمد الدهان، غني ريسان جادر الساعدي، مرجع سابق، ص 209.

³ - مريم خليفي، مرجع سابق، ص 206.

⁴ - أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك، دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2016، ص 133.

⁵ - شوقي بنّاسي، مرجع سابق، ص 258-259.

⁶ - تلزم البنوك حسب المادة 119 مكرر 2/1 من الأمر 10-04 بأن: "تعلم بطريقة دورية، زبائننا بوضعيتهم إزاء البنك وتلزم بتزويدهم بكل معلومة مفيدة تتعلق بالشروط الخاصة بالبنك"، ويتوجب عليها أيضا حسب المادة 2/9 من النظام 20-01: "... أن

الخدمات المصرفية الالكترونية كونها تتم عبر وسائط الكترونية، فالمسافة الفاصلة بين الأطراف والعملية التكنولوجية المستخدمة تتطلب توفير كل المعلومات بمختلف أنواعها وبالتحديد¹، سواء ما تعلق منها بمقدم الخدمة نفسه، أو بشروط الخدمة المصرفية الالكترونية ذاتها، أو بأسعارها المختلفة.

الفرع الأول: المعلومات المتعلقة بمقدم الخدمة المصرفية الالكترونية

مقدم الخدمات المصرفية الالكترونية هو البنك الملزم بتقديم المعلومات الضرورية عن هويته للمستهلكين، فحسب قانون التجارة الالكترونية ألزم المشرع المورد الالكتروني على تحديد هويته للمستهلك المتعاقد معه عن طريق الاتصالات الالكترونية، حيث تنص المادة 2/8 منه على: "يجب أن يتوفر الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته"، كما أوجب حسب المادة 2/11 من ذات القانون على المورد الالكتروني أن يضمن العرض التجاري الذي يقوم به مجموعة من المعلومات للتعريف بشخصه وجعلها على سبيل المثال لا الحصر.

فيجب على البنك عند تقديمه للعرض التجاري الالكتروني عبر الوسائط الالكترونية حول الخدمات المصرفية التي يقدمها لزبائنه؛ أن يذكر البيانات التي تسمح بتحديد هويته وتعريفه، وتتمثل على الخصوص في رقم التعريف الجبائي له؛ العنوان المادي والالكتروني؛ رقم الهاتف ورقم السجل التجاري²، وفي هذا الصدد يدعو التوجيه الأوروبي الخاص بالتجارة الالكترونية إلى وضع مجموعة من المعلومات العامة المتعلقة بمقدم الخدمة ونشاطه المهني، مثل اسمه وعنوانه الجغرافي، وتفاصيل الاتصال للحصول على المعلومات وعلى وجه الخصوص عنوان بريده الالكتروني³.

والعبرة من تحديد هوية مقدم الخدمة المصرفية هو زرع نوع من الثقة في نفس المستهلك البنكي الذي سيُقبل على الخدمة المقدمة بأمان وثقة، خصوصا أن المهنة المصرفية هي مهنة الثقة بامتياز، فعدم معرفة

تطلع زبائنها على شروط استعمال الحسابات المفتوحة وأسعار الخدمات المختلفة التي تسمح بها، وكذا الالتزامات المتبادلة بين البنك والزبون".

¹ « ... Ce devoir d'information est appelé à jouer un rôle primordial dans les contrats qui se nouent sur les réseaux. La distance séparant les parties, le contexte virtuel enveloppant leurs relations et le procédé technologique utilisé pour contracter appellent la fourniture d'informations de diverses natures... ». Marie DEMOULIN, Étienne MONTERO, La conclusion des contrats par voie électronique, Etude parue dans M. FONTAINE (dir.), Le processus de formation du contrat. Contributions comparatives et interdisciplinaires à l'harmonisation du droit européen, LGDJ, Paris, 2002, p.563.

² تنص المادة 11 من القانون 05-18، سالف الذكر على: "يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية: -رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والالكترونية، ورقم هاتف المورد الالكتروني، -رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، ...".

³ - Marie DEMOULIN et Étienne MONTERO, op. cit., p. 574.

هوية المورد الالكتروني عموما والبنك بصفة خاصة يعد أهم العوائق التي تجعل المستهلك يفقد الثقة ويحجم عن الإقبال على الخدمات الالكترونية.

بالإضافة إلى تحديد هوية مقدم الخدمة المصرفية الالكترونية يلتزم البنك أيضا بإعلام المستهلك بالبيانات اللازمة للتعامل مع الموقع الالكتروني له، حتى يتسنى للمستهلك التعاقد حول الخدمة المصرفية الالكترونية بشكل صحيح وآمن¹.

الفرع الثاني: الإعلام بالشروط المتعلقة بالخدمة المصرفية الالكترونية

باعتبار الخدمة المصرفية الالكترونية الدافع إلى لجوء المستهلك إلى البنك، وجب على هذا الأخير أن يعلم المستهلك من خلال العرض التجاري المسبق² الذي يتاح للزبائن عبر موقعه الالكتروني بكل الشروط البنكية المتعلقة بها، وذلك بتحديد طبيعتها وخصائصها الجوهرية وشروط الحصول عليها، وقت أداء الخدمة وكيفية استعمالها³.

وهو الأمر الذي أكد عليه النظام 20-01⁴، فقد ألزم المشرع البنك على إعلام العميل المستهلك بشروط استعمال الحسابات البنكية، من خلال موافاة العميل بشكل دوري بوضعيته إزاء البنك⁵، حتى يتمكن الزبون من الاطلاع على حركات الحساب الخاص به ومراقبته.

كما حدد قانون التجارة الالكترونية مجموعة من البيانات التي يجب على المورد الالكتروني عموما والبنك خصوصا أن يعلم بها المستهلك ضمن العرض التجاري المسبق، وتتمثل في: ⁶ طبيعة وخصائص الخدمات المقترحة؛ حالة توفر الخدمة؛ كفاءات وإجراءات الدفع؛ وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الالكترونية؛ مدة صلاحية العرض؛ شروط وأجال العدول؛ تكلفة استخدام وسائل الاتصال الالكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.

زيادة على الشروط المتعلقة بالخدمة المصرفية تلتزم البنوك بالإعلام بشروط العقد المبرم بشأنها وكيفية تنفيذه والمتمثل في كفاءة أداء الخدمة، وكذا الالتزامات المتبادلة بين البنك والزبون بشأن تلك الخدمة من حيث حقوق وواجبات كل طرف.

¹ - محجوبة بلحاج، مرجع سابق، ص 73.

² - المادة 10 من القانون 18-05، سالف الذكر.

³ - المادة 11 من القانون 18-05، سالف الذكر.

⁴ - المادة 2/9 من النظام 20-01، سالف الذكر.

⁵ - المادة 119 مكرر/2 من القانون 10-04، سالف الذكر.

⁶ - المادة 11 من القانون 18-05، سالف الذكر.

الفرع الثالث: الإعلام بأسعار وتعريفات الخدمات المصرفية الالكترونية

تم تكريس التزام البنك بالإعلام بأسعار الخدمات المصرفية التي يقدمها بموجب النظام 94-13 (الملغى)، وأكدت على ذلك كل الأنظمة التي أتت بعده إلى غاية النظام 20-01، ويقصد بأسعار الخدمات في مفهوم هذا النظام: "المكافآت والتعريفات والعمولات المطبقة على العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك والمؤسسات المالية"¹، فيكون البنك ملزماً بإعلام المستهلك بكل الأسعار والتعريفات والعمولات التي يفرضها على الخدمات المصرفية الالكترونية.

لا تعتبر هذه الأسعار والتعريفات والعمولات فوائد إضافية على المستهلك بل يتقاضاها البنك نظير الخدمة المقدمة أي بمثابة سعر للخدمة المقدمة، وهي بذلك تجسد الفرق بين الخدمات المصرفية المجانية المذكورة في المادة 14 من النظام 20-01، وتلك التي يتلقى البنك مقابلها فوائد وعمولات.

فيجب على البنك إعلام الزبائن بمعدلات الفائدة الدائنة والمدينة² المرتبطة بحساب الودائع لأجل بتحديد سعر الفائدة المطبق عليها لحظة فتح الحساب³، مع احترام الكيفيات المقررة لحساب هذه المعدلات والمواعيد الدورية لتسديدها المحددة في المادة 12 من التعليم 95-07، كما تلتزم أيضاً بإعلام الزبائن بمستوى العمولات المطبقة على العمليات المصرفية التي تفرضها حيث حدد الملحق الثالث من التعليم 95-07 العمليات التي يسمح للبنوك باقتطاع عمولات عليها، تاركاً لها حرية تحديد نسبها⁴، شرط أن تحترم هذه النسب التي وضعتها.

وقد نص القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وأفرد له فصلاً كاملاً، حيث جعل إعلام الزبائن بها وجوباً يتم بأية وسيلة مناسبة، على أن توافق هذه الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل حصوله على الخدمة⁵.

اعتبر قانون التجارة الالكترونية أسعار السلع والخدمات من بين عناصر العرض التجاري الالكتروني الذي يقدمه المورد الالكتروني، فيجب أن تحتسب ضمن هذه الأسعار كل الرسوم التي تخضع لها الخدمة بالإضافة إلى تبيان طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقاً⁶، نظراً لطبيعة الخدمة المقدمة أو تبعاً لتغير الظروف المحيطة بها.

¹ - المادة 2 من النظام 20-01، سالف الذكر.

² - المادة 13 من النظام نفسه.

³ - المادة 4/9 من التعليم 95-07، سالف الذكر.

⁴ - المادة 16 من النظام 20-01، سالف الذكر.

⁵ - المادة 6 من القانون 04-02، سالف الذكر.

⁶ - المادة 11 من القانون 05-18، سالف الذكر.

بعد استيفاء البنك لكافة المعلومات والبيانات المعنية بالإعلام لا يبقى عليه سوى اتباع الطرق والآليات التي يوصل من خلالها هذه المعلومات والبيانات لمستهلك الخدمة المصرفية الالكترونية.

المبحث الثاني

آليات إعلام مستهلك الخدمات المصرفية الالكترونية

تختلف آليات وطرق إعلام المستهلك الالكتروني بالبيانات والمعلومات حول الخدمة المصرفية الالكترونية حسب المرحلة التعاقدية التي يكون فيها الطرفان، لأن الالتزام بالإعلام في الخدمات المصرفية الالكترونية لا يقتصر فقط على المرحلة السابقة على التعاقد (مطلب أول)، وإن كان الالتزام بالإعلام الالكتروني ما قبل التعاقد المصرفي هو الأصل، إلا أن البنك يستمر في إعلام المستهلك حول الخدمة المصرفية الالكترونية طيلة مدة سريان العقد المصرفي المنصب عليها (مطلب ثاني).

المطلب الأول: آليات إعلام مستهلك الخدمات المصرفية الالكترونية قبل التعاقد المصرفي

يستند التزام البنك بإعلام المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد بشأن الخدمات المصرفية الالكترونية لنص المادتين 1/53 و 1/55 من المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك¹، وكذا المادتين 2 و 4 من المرسوم التنفيذي 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين²، فيلتزم البنك بإعلام المستهلك بكل خصائص الخدمة المصرفية الالكترونية قبل إبرام العقد حولها وبكل الوسائل الملائمة، ويتم ذلك عبر تقنية العرض التجاري الالكتروني أو عن طريق الاشهار الالكتروني.

الفرع الأول: تقديم العرض التجاري الالكتروني بشأن الخدمة المصرفية الالكترونية

فرض المشرع الجزائري على المورد الالكتروني تقديم عرض تجاري الكتروني في قانون التجارة الالكترونية، فحسب المادة 10 "يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن

¹ - تنص المادة 1/53 من المرسوم التنفيذي 13-378، سالف الذكر، على أنه: "يجب على مقدم الخدمة قبل إبرام العقد، إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة"، وتنص المادة 1/55 من نفس القانون على أنه: "يجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك بكل الوسائل الملائمة، حسب طبيعة الخدمة، بالمعلومات الآتية...".

² - تنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد 56، صادر في 11 سبتمبر 2006، على أنه: "تعتبر عناصر أساسية... العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك...".

وتنص المادة 4 أنه: "يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه".

توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني"، حيث يقع على عاتق المورد الإلكتروني التزام بأن يقدم للمستهلك معطيات تفصيلية حول الخدمة التي يريد الحصول عليها، لتتوير رضاه بمعرفته لمشتكلاتها.

فالعرض التجاري الإلكتروني¹ يعد آلية للإعلام الإلكتروني المسبق، تمكن المستهلك من الإحاطة بكافة المعلومات المتعلقة بالخدمة المراد الحصول عليها، والبنك باعتباره موردا الكترونيا يكون ملزما تجاه الزبون المستهلك بتقديم عرض تجاري الكتروني حول الخدمة المصرفية الالكترونية، شرط أن يقدم هذا العرض بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة²، فالمستهلك لا يملك من المعلومات إلا ما يراه ويقراه عن الخدمة المصرفية من خلال العرض التجاري الذي يضعه البنك في موقعه الإلكتروني، وهو ما يفرض عليه -البنك- الالمام بخصائص الخدمة المعروضة حتى يتمكن المستهلك من الحصول على الخدمة المرجوة عن علم ودراية.

وتجدر الإشارة هنا أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني يختلف عن الالتزام بالإعلام العادي، حيث يتم الإعلام الإلكتروني عن طريق دعامة الكترونية متاحة على الموقع الإلكتروني للبنك شرط أن تتصف هذه الدعامة بالدوام والاستمرارية والثبات ويتحقق ذلك من خلال خصائصها³، فتتميز بكونها دعامة باقة؛ واضحة؛ آمنة؛ ومتاحة للمستهلك بإمكانه الرجوع إليها في الوقت الذي يريده.

حددت المادة 11 من قانون التجارة الالكترونية سابقة الذكر مضمون العرض التجاري الإلكتروني الذي يجب أن يحتوي على مجموعة من المعلومات والبيانات⁴ الواردة على سبيل المثال لا الحصر، فيجب أن يتضمن العرض التجاري المنصب على الخدمات المصرفية الالكترونية معلومات تعرف البنك مقدم الخدمة وتحدد هويته، وكل المعلومات المتعلقة بالخدمة ذاتها من حيث طبيعتها وخصائصها وكيفية الحصول عليها وشروط التعاقد بشأنها، وكذا المعلومات المتعلقة بالأسعار المقترحة للخدمات المصرفية الالكترونية وطريقة حسابها وكل الرسوم المفروضة عليها.

رغم هذه البيانات والمعلومات التي أوجب المشرع على المورد الإلكتروني تضمينها للعرض التجاري الإلكتروني والتي تنطبق على الخدمة المصرفية الالكترونية، إلا أنها تبقى ناقصة ولا تراعي خصوصية الخدمات

¹ يعرف العرض التجاري الإلكتروني على أنه: "الالتزام قانوني سابق عن العقد الإلكتروني يتوجب فيه على المورد الإلكتروني إعلام المستهلك الإلكتروني بجميع المعلومات والبيانات والمعطيات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل الصفقة التجارية عبر شبكات الانترنت بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني".

² المادة 11 من القانون 05-18، سالف الذكر.

³ لمزيد من التفصيل حول الدعامة الالكترونية أنظر: محمد حجاري، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية -نطاقه وضمانات المستهلك الإلكتروني-"، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثامن، ص ص 239-268، ص 258-259.

متاح على الموقع: <https://www.researchgate.net/publication/330834415>

⁴ لقد تم التفصيل في المعلومات التي يلتزم البنك بالإعلام بها ضمن المطلب الثاني من المبحث الأول.

المصرفية الالكترونية ولا المخاطر التي قد تلحق بالمستهلك المتعاقد بشأنها، عكس ما أوجبته البنوك المركزية لبعض الدول؛ حيث ألزمت البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الالكترونية بإعلام زبائنهم الراغبين أو غير الراغبين في التعاقد بمخاطر العمليات البنكية الالكترونية¹.

يكتسي العرض التجاري الالكتروني أهمية بالغة في تنوير رضا المستهلك حول الخدمة المصرفية الالكترونية، حيث يوضح الخدمة المراد الحصول عليها بشكل ينتفي معه وقوعه في الغلط أو التدليس، فإذا أحل البنك بالتزامه بتقديم المعلومات اللازمة حول الخدمة المصرفية الالكترونية عن طريق العرض التجاري الالكتروني، أمكن للمستهلك المطالبة بإبطال العقد المبرم حولها؛ والمطالبة بالتعويض جراء الضرر الذي يلحقه.

أحسن المشرع الجزائري عملا بتقرير حق المستهلك في طلب الإبطال وطلب التعويض في قانون التجارة الالكترونية²، وجعله جزاء لإخلال المورد الالكتروني (البنك) بالتزامه بالإعلام عن طريق آلية العرض التجاري الالكتروني المسبق، إلا أنه أغفل وضع معيار يقدر على أساسه التعويض المستحق للمستهلك.

الفرع الثاني: الإشهار التجاري الالكتروني للخدمة المصرفية الالكترونية

يقصد بالإشهار في مفهوم قانون الممارسات التجارية³: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"، أما الإشهار الالكتروني فقد عرفه المشرع الجزائري في قانون التجارة الالكترونية، على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية".

فالإشهار الالكتروني يعد من آليات إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة في المرحلة السابقة على التعاقد بشأنها، ويتم عن طريق الاتصالات الالكترونية كالإنترنت أو أي وسيلة الكترونية أخرى، إذ تجسد هذه الوسيلة الفرق بينه وبين الإشهار العادي أو التقليدي، وباعتبار البنك مقدما للخدمات المصرفية الالكترونية فإنه يلتزم بإعلام المستهلك بخدماته المقدمة وما يرتبط بها من معلومات والترويج لها بواسطة الاشهار الالكتروني.

يشترط في الإشهار الالكتروني الذي يستخدمه البنك للإعلام بخدماته الطبيعية أو الهدف التجاري⁵ لأن تحقيق الربح مطلب كل مورد إلكتروني، وأن يكون واضحا مفهوما وغير غامض⁶، من حيث كفاية البيانات التي

¹ - محجوبة بلحاج، مرجع سابق، ص 76.

² - المادة 14 من القانون 05-18، سالف الذكر.

³ - المادة 3/3 من القانون 02-04، سالف الذكر.

⁴ - المادة 6/6 من القانون 05-18، سالف الذكر.

⁵ - وهو ما أكدت عليه المادة 30 من القانون نفسه: "... كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية...".

⁶ - المادة 30 من القانون نفسه.

يستعملها البنك في الإشهار للتعبير عن خدماته المصرفية، فيجب أن يتضمن معلومات عن الخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة¹، مما يجعل المستهلك يُقبل للحصول عليها بإرادة مستتيرة.

في ذات السياق نص المشرع الفرنسي على وجوب اشتغال العمليات التجارية الالكترونية والدعاية المصاحبة لها على بيانات واضحة وسهلة للخدمة المقدمة، بشكل يسمح للمستهلك اتخاذ قراره بإرادة واعية بعيدا عن أي ضغوط².

أكثر من ذلك، يجب التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري عن طريق الإشهار التجاري الالكتروني ليست مضللة ولا غامضة³، وقد حدد المشرع الحالات التي يعتبر فيها الإشهار تضليلا في قانون الممارسات التجارية⁴، واعتبره إشهارا غير شرعي وممنوع، كما يمنع نشر أي إشهار الكتروني لكل خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الالكترونية⁵.

بالرغم من أهمية الإشهار الالكتروني في إعلام المستهلك إلا أنه يعد منبرا ترويجيا دعائيا أكثر منه إعلاميا، لأن الهدف الرئيسي بالنسبة للبنك هو الترويج لخدماته، وإغواء المستهلك ببيانات تظهر محاسن الخدمة المصرفية دون مساوئها⁶.

¹ - المادة 52 من المرسوم التنفيذي 13-378، سالف الذكر.

² - نور الدين يوسف، محمد دمانة، "الإشهار الالكتروني التجاري والمستهلك"، مجلة المفكر، المجلد 13، العدد 1، جوان 2018، ص ص 287-299، ص 295.

³ - المادة 30 من القانون 05-18، سالف الذكر.

⁴ - تنص المادة 28 من القانون 04-02، سالف الذكر، على: "... يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي، لا سيما إذا كان:

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته؛

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه؛

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

⁵ - المادة 34 من القانون 05-18، سالف الذكر.

⁶ - محمد بن مغنية، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2005-2006، ص 93.

المطلب الثاني: آليات إعلام مستهلك الخدمات المصرفية الالكترونية بعد التعاقد المصرفي

إن إعلام المستهلك حول الخدمات المصرفية الالكترونية في المرحلة السابقة على التعاقد يعد جوهر الالتزام بالإعلام الالكتروني، لكن تنفيذ البنك لهذا الالتزام لا يعني اعفاءه من تقديم المعلومات المرتبطة بالخدمات التي يقدمها، بل ينشأ في ذمته التزام لاحق على التعاقد المصرفي بالإعلام الإلكتروني حول الخدمات المصرفية الالكترونية، وتختلف آلية القيام به في المرحلة السابقة على التعاقد عنه في هذه المرحلة، حيث يتم إعلام المستهلك عن طريق الرسالة الالكترونية¹ التي يرسلها له المورد الالكتروني (البنك) والمتضمنة نسخة الكترونية من اتفاقية الخدمة المصرفية، أو عن طريق تزويده من قبل البنك بالمعلومات الضرورية التي يحتاجها بشكل دوري.

الفرع الأول: ارسال نسخة الكترونية من اتفاقية الخدمة المصرفية الالكترونية للمستهلك

بمجرد إبرام اتفاقية حول الخدمة المصرفية الالكترونية يلتزم البنك بالإعلام بكل ما هو وارد فيها من معلومات عن طريق ارسال نسخة إلكترونية عنها إلى المستهلك²، أو إرسال مستندات لهذا الغرض³، فلا يكفي البنك بإتاحة المعلومات على موقعه الالكتروني فقط كما هو الحال في الإعلام الالكتروني السابق على التعاقد بل يجب ارسال رسالة إلى المستهلك تتضمن اتفاقية الخدمة وكافة المعلومات والبيانات الواجب إعلامه بها سواء اطلع المستهلك على هذه الرسالة واستفاد منها أم لا.

يشترط في الاتفاقية المبرمة بشأن الخدمة المصرفية الالكترونية أن تتضمن كافة العناصر الأساسية للعقد والمرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك⁴؛ من شروط الخدمة المصرفية المقدمة والأسعار المطبقة عليها وكذا الالتزامات المتبادلة بين البنك والمستهلك⁵ التي تنشأ بشأن تلك الخدمة، وقد حدد قانون التجارة الالكترونية المعلومات التي يجب أن يتضمنها العقد الالكتروني⁶.

غير أنه لا يعد من قبيل الوفاء بالالتزام بالإعلام الالكتروني كتابة البنك لأي بيان أو إرساله للمستهلك وإنما يجب أن تكون هذه المعلومات والبيانات على درجة من الوضوح والدقة تدل على المقصود منها وبشكل

¹ - أنظر في ذلك: محمد حجاري، مرجع سابق، ص 259.

² - المادة 19 من القانون 05-18، سالف الذكر.

³ - المادة 9 من النظام 01-20، سالف الذكر.

⁴ - المادة 2، و3 من المرسوم التنفيذي 06-306، سالف الذكر.

⁵ - المادة 3/9 من النظام 01-20، سالف الذكر.

⁶ - حددت المادة 13 من القانون 05-18 سالف الذكر، هذه المعلومات، وتتمثل بالنسبة للخدمات في: الخصائص التفصيلية للخدمات؛ شروط فسخ العقد الالكتروني؛ شروط وكيفية الدفع؛ كيفية معالجة الشكاوى؛ مدة العقد حسب الحالة، وهي بمثابة الحد الأدنى من المعلومات الواجب استيفائها في العقد الالكتروني.

يسمح بوصولها إلى المستهلك عن طريق الوسائل الالكترونية¹، إذ يفترض وجود نموذج موحد للمعلومات التي يجب أن يعلم بها المستهلك حسب نوع الخدمة المصرفية المقدمة تتضمن حقوقه وواجباته.

ويشترط في الرسالة الالكترونية والنسخة التي تحتويها باعتبارها آلية للإعلام الالكتروني أن تكون محررة بلغة واضحة ومفهومة، وهي لغة المستهلك الأصلية مع إمكانية استعمال لغات أخرى حسب ما فرضته غالبية التشريعات الوطنية²، وقد فرض المشرع الجزائري تحرير أي معلومة باللغة العربية من خلال المادة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش³.

غير أن الواقع العملي يكشف عن عدم احترام البنوك لهذا الشرط، إذ درجت البنوك على تحرير اتفاقيات وعقود الخدمات المصرفية التي تقدمها باللغة الفرنسية، وهذا يعد تقصيرا منها في إعلام المستهلكين على اعتبار أن اللغة الرسمية للمستهلك الجزائري هي اللغة العربية.

الفرع الثاني: إعلام المستهلك دورياً حول الخدمات المصرفية الالكترونية

إن إرسال نسخة الكترونية للمستهلك عن الاتفاقية المبرمة بينه وبين البنك لا يعفي هذا الأخير من التزامه بالإعلام، لأن الخدمات المصرفية -بغض النظر عن الخدمات العابرة- تكون مستمرة في الزمن تتطلب إعلاماً دورياً، فيلتزم البنك بالإعلام طوال فترة تقديم الخدمة مادام المستهلك في حاجة إلى هذه المعلومات⁴، عن طريق تزويده بكشف دوري للحساب الخاص به، أو إعلامه بأي تغيير في شروط الخدمة المصرفية.

أولاً: إرسال كشف دوري لحساب الخدمة المصرفية الالكترونية إلى المستهلك

حسب المادة 14 من النظام 20-01 فإن البنك يلتزم ب: "إعداد وتسليم أو إرسال، عند الاقتضاء كشف حساب سنوي للزبون"، أي تبليغ المستهلك بالعمليات المنجزة على حسابه بشكل دوري -كل سنة- ورصيده المثبت في الحساب خلال هذه الفترة.

¹ - محجوبة بلحاج، مرجع سابق، ص 74.

² - لمزيد من التفصيل أنظر: نصيرة خلوي (عنان)، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018/07/02، ص 67-68. - أنظر أيضاً، محجوبة بلحاج، مرجع سابق، ص 74.

³ - تأكيداً لما جاء في القانون 91-05، المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية (قانون رقم 91-05، مؤرخ في 16 جانفي 1991 يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، ج ر عدد 3، صادر في 16 جانفي 1991)، الذي نص على أن الإشهار بجميع أنواعه يتم باللغة العربية، وأن تكتب بهذه اللغة الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات.

⁴ - محجوبة بلحاج، مرجع سابق، ص 74.

وقد اعتمد المشرع هذه الطريقة في إعلام المستهلك في قانون النقد والقرض المعدل والمتمم، حيث ألزم البنك على موافاة العميل بشكل دوري بوضعيته إزاء البنك¹، وموافاته بكشف للعمليات التي يقوم بها كل ثلاثة أشهر، سواء تعلق الأمر بحسابات الودائع لدى الاطلاع، أو الودائع لأجل، أو حتى الحسابات الجارية² لأن الحساب البنكي يعتبر الإطار القانوني الذي ينظم كل العمليات والخدمات التي يمكن أن تجمع بين البنك والزبون³ المستهلك، واتفاقية الحساب التي تبرم بين الطرفين هي اتفاقية إطار لكل الخدمات البنكية التي يقدمها البنك للمستهلكين بما فيها الخدمات المصرفية الالكترونية، بغض النظر عن تلك الخدمات الظرفية العابرة.

تلتزم البنوك أيضا بإشعار عملائها بالعمليات التي تجريها خلال الأربعة أيام الموالية للقيام بها⁴ بهدف تمكين الزبون من الاطلاع على حركات الحساب الخاص به ومراقبته، لتصحيح الأخطاء المحتمل ورودها في الحساب من قبل البنك في الوقت المناسب⁵، ويعتبر عدم ابداء المستهلك لأي اعتراض على كشف الحساب المرسلة إليه من البنك خلال مدة معينة قبولا منه لمضمون الكشف.

ثانيا: إعلام المستهلك بأي تغيير في شروط الخدمة المصرفية الالكترونية

قد تتغير المعطيات والظروف الاقتصادية للبنك مما يحتم عليه تغيير الشروط المتعلقة بالخدمات المصرفية التي يقدمها، وبالأخص تلك المتعلقة بأسعار الخدمات -الفوائد والعمولات- وفي هذه الحالة يجب على البنك أن يعلم المستهلك بأي تغيير يحدث.

وبما أن شروط الحصول على الخدمات المصرفية وكذا أسعارها وتعريفاتها تكون مدرجة ضمن بنود العقد أو الاتفاقية، إذ تخضع الفوائد والعمولات لشروط الكتابة في الاتفاقية أو المستندات المرسلة⁶، فأى تغيير في هذه البنود يستوجب إعلام المستهلك به خلال مدة معينة يتم الاتفاق عليها مسبقا، ولا يمكن للبنك أن يجبر المستهلك على قبول التعديل الوارد في أسعار الخدمات أو تحمل أعباء إضافية.

فإذا أبدى المستهلك رفضه للتعديل يمكنه التخلي عن الخدمة المصرفية بطلب فسخ العقد المبرم بشأنها بينما يعتبر سكوته قبولا ورضا منه بالشروط الجديدة، غير أن المشرع لم يعالج موضوع تغيير شروط الخدمة

¹ - المادة 119 مكرر 2/1 من القانون 10-04، سالف الذكر.

² - المادة 25 من التعليم 95-07، سالفة الذكر.

³ - لمزيد من التفصيل أنظر: عبد الحق قريمس، المسؤولية المدنية للبنوك في مجال الحسابات، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010-2011، ص 2.

⁴ - المادة 25 من التعليم 95-07، سالفة الذكر.

⁵ - عبد الحق قريمس، مرجع سابق، ص 135.

⁶ - المادة 9 من النظام 20-01، سالف الذكر.

المصرفية أو تعديل بنود الاتفاقية المبرمة بشأنها سواء في قانون النقد والقرض أو في النصوص التنظيمية المطبقة له، ولا حتى ضمن أنظمة بنك الجزائر وتعليماته.

الخاتمة:

إن موضوع حماية مستهلك الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال آلية الالتزام بالإعلام الالكتروني من المواضيع الحديثة، التي تستدعي تأطيرها لمواكبة التطور التكنولوجي والتقني الذي أجبر المستهلك على التعاقد المصرفي الالكتروني، وبالأخص في ظل ظروف الحجر الصحي الناتجة عن وباء كوفيد 19.

من خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نوجزها في النقاط التالية:

* عدم وجود نص قانوني خاص ينظم الالتزام بالإعلام الالكتروني في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية في قانون النقد والقرض والنصوص التنظيمية المطبقة له، حيث اكتفى المشرع والمنظم البنكي بالنص على الالتزام بالإعلام عامة، دون التفريق بين الإعلام العادي والإعلام الالكتروني، غير أن حماية مستهلك الخدمات المصرفية الالكترونية تستوجب تفصيلا وتنظيما لهذا الالتزام يتماشى مع تعقد تقديم هذه الخدمات.

* نظم قانون التجارة الالكترونية الالتزام بالإعلام الالكتروني الملقى على عاتق المورد الالكتروني، ويمكن تطبيق النصوص التي تضمنها هذا القانون على الالتزام الذي يقع على عاتق البنك، باعتباره يقدم خدمات مصرفية الكترونية للعميل المستهلك، إلى جانب تطبيق النص الوارد في قانون النقد والقرض بشأن الالتزام العام بالإعلام.

* إن الالتزام بالإعلام الالكتروني حول الخدمات المصرفية الالكترونية وعلى خلاف بعض الخدمات الالكترونية يبقى ملزما للبنك في كل مراحل تقديم تلك الخدمات، فالالتزام بالإعلام الالكتروني السابق على التعاقد وهو الأصل، ويمتد طوال فترة الاستفادة من تلك الخدمة، غير أن المشرع لم ينص على التزام البنك بإعلام العميل المستهلك بالتغيير الذي قد يطرأ على بنود الاتفاقية أو شروط الخدمة المصرفية خلال فترة تقديمها.

* رتب المشرع جزاء لعدم التزام البنك بالإعلام الالكتروني باعتباره مقدما للخدمات المصرفية الالكترونية في قانون التجارة الالكترونية، حيث أقر للمستهلك حق طلب ابطال العقد المبرم بشأن تلك الخدمة والتعويض عن الضرر، وإن كان قد أغفل تقدير التعويض المستحق للمستهلك.

من خلال النتائج المتوصل إليها يمكن وضع مجموعة من التوصيات نراها ضرورية نظرا للتطور التقني الحاصل في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية، لتوفير حماية أكبر لمستهلك هذه الخدمات باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التي تجمعها بالبنك، كالاتي:

* وجب سن قواعد قانونية جديدة ضمن قانون النقد والقرض تنظم التزام البنك بالإعلام الإلكتروني بشكل يضمن للمستهلك حماية أكبر تتماشى وطبيعة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الكترونيا والوسيلة المستخدمة للحصول عليها.

* يتعين على المشرع عند تنظيم أحكام الالتزام بالإعلام الإلكتروني أن يفصل في المعلومات المعنية بالإعلام ووقت الادلاء بها، وكذا الطرق التي يجب أن تتبع لإيصال هاته المعلومات للمستهلك.

* يجب إلزام البنوك بإعلام المستهلك عن مخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية، نظراً لتزايد المخاطر الناتجة عن استخدام الوسائط الالكترونية عبر شبكة الأنترنت لتقديم تلك الخدمات، خصوصا مع قلة دراية وخبرة المستهلك في التعامل بهذه الوسائط.

* تقرير جزاء لكل من يخل بالالتزام بالإعلام الإلكتروني فيما يخص الخدمات المصرفية الالكترونية، بشكل يكفل لمستهلك هذه الخدمات الحماية اللازمة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: باللغة العربية

أ- الكتب:

- أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك، دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2016.

ب- الرسائل الجامعية:

1- رفيقة بوالكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.

2- شوقي بنّاسي، أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص قانون خاص، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، 2015-2016.

3- عبد الحق قريمس، المسؤولية المدنية للبنوك في مجال الحسابات، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010-2011.

4- نصيرة خلوي (عنان)، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018/07/02.

5- نواف محمد مفلح الذيابات، الالتزام بالتبصير في العقود الالكترونية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص القانون الخاص كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2013.

6- محمد بن مغنية، حق المستهلك في الإعلام، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2005-2006.

ج-المقالات:

1- عقيل فاضل حمد الدهان، غني ريسان جادر الساعدي، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني"، مجلة جامعة أهل البيت عليهم السلام، العدد الخامس، 2007، ص ص 204-226. متاح على الموقع: <http://www.ahlulbaitonline.com>

2- فهيمة قسوري، "خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الإلكتروني طبقا للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الخامس، ديسمبر 2018، ص ص 182-194.

3- محجوبة بلحاج، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني ما قبل التعاقد المصرفي الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص ص 56-80.

4- محمد حجاري، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية -نطاقه وضمانات المستهلك الإلكتروني-"، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثامن، ص ص 239-268. متاح على الموقع: <https://www.researchgate.net/publication/330834415>

5- مريم خليفي، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 3 العدد 4، 2011، ص ص 201-223.

6- نور الدين يوسف، محمد دمانة، "الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك"، مجلة المفكر، المجلد 13 العدد 1، جوان 2018، ص ص 287-299.

د- النصوص القانونية:

1/ النصوص التشريعية:

1- قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 6 صادر بتاريخ 08 فيفري 1989، ملغى.

2- قانون رقم 91-05، مؤرخ في 16 جانفي 1991، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، ج ر عدد 3، صادر في 16 جانفي 1991.

3- أمر رقم 03-11، مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 52، صادر في 27 أوت 2003، معدل ومتمم.

- 4- قانون رقم 02-04، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج ر عدد 41، صادر بتاريخ 27 جوان 2004.
- 5- قانون رقم 03-09، مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 صادر بتاريخ 8 مارس 2009.
- 6- أمر رقم 04-10، مؤرخ في 26 أوت 2010، يتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 50، صادر بتاريخ 01 سبتمبر 2010.
- 7- قانون رقم 05-18، مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

2/ النصوص التنظيمية:

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 06-306، مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد 56، صادر في 11 سبتمبر 2006.
- 2- مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر عدد 58، صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

3/ أنظمة بنك الجزائر

- 1- نظام رقم 94-13، مؤرخ في 02 جوان 1994، يحدد القواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية، ج ر عدد 72، صادر بتاريخ 06 نوفمبر 1994، (ملغى).
- 2- نظام رقم 03-09، مؤرخ في 26 ماي 2009، يحدد القواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية، ج ر عدد 53، صادر بتاريخ 13 سبتمبر 2009، (ملغى).
- 3- نظام رقم 13-01، مؤرخ في 08 أفريل 2013، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية، ج ر عدد 29، صادر بتاريخ 02 جوان 2013، (ملغى).
- 4- نظام رقم 20-01، مؤرخ في 15 مارس 2020، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية، ج ر عدد 16، صادر بتاريخ 24 مارس 2020.

ثانيا: باللغة الفرنسية

• **Ouvrages :**

- Marie DEMOULIN, Étienne MONTERO, La conclusion des contrats par voie électronique, Etude parue dans M. FONTAINE (dir.), Le processus de formation du contrat. Contributions comparatives et interdisciplinaires à l’harmonisation du droit européen, LGDJ, Paris, 2002.

• **Textes Juridiques :**

- Instruction n° 95-07 du 22 février 1995 portant conditions applicables aux opérations de banque, Banque d’Algérie, instructions et notes aux banques 1995.