

التزامات المورد الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد Pre-contract obligations of the electronic supplier



اسم ولقب المؤلف الأول¹، * واعمر فائزة طالبة دكتوراه

جامعة أحمد بوقرة بومرداس - الجزائر

f.ouamar@univ-boumerdes.dz

تاريخ الاستلام: 2021/12/03 تاريخ القبول للنشر: 2021/12/19 تاريخ النشر: 2021/12/23

ملخص:

تأثر عقد الاستهلاك بالتطور التكنولوجي وقد أصبحت كل المعاملات تتم عبر شبكة الانترنت ، ومن أجل بسط حماية قانونية على هذه المعاملات سائر المشرع الجزائري باقي التشريعات وأصدر القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، فمن خلال هذا القانون حدد المشرع التزامات طرفي العقد الإلكتروني ، وقد خص الفصل الخامس لالتزامات المورد ، حيث يلتزم في المرحلة السابقة على التعاقد بالإشهار الصادق ، كما يلتزم بإعلام المستهلك بكل البيانات والمعلومات الخاصة بالخدمة أو المنتج محل التعاقد.

الكلمات المفتاحية: المورد الإلكتروني، الإشهار، المستهلك، الإعلام ، العقد الإلكتروني.

Abstract:

The consumption contract has been affected by technological development, and all transactions are made via the Internet, and in order to extend legal protection to these transactions, the Algerian legislator went along with the rest of the legislation and issued Law No. 05-18 related to electronic commerce. Through this law, the legislator defined the obligations of the two parties to the electronic contract, and it specified Chapter ive, the obligations of the supplier, where he is obligated, in the stage and preceding the contract, to honest advertising, and he is also obligated to inform the consumer of all data and information related to the seal or the product under contract

key words: electronic resource, advertising, consumer, media, electronic contract .

*المؤلف المراسل: واعمر فائزة

مقدمة

إن العقد الإلكتروني شأنه شأن العقد التقليدي يمر بعدة مراحل وفي كل مرحلة يقع على عاتق المتعاقدين التزامات وتتوزع هذه الالتزامات بينهما بدأ من مرحلة ما قبل التعاقد وصولاً إلى مرحلة التعاقد.

وتعد المرحلة السابقة على التعاقد من أهم مراحل العقد الإلكتروني، حيث يتم وضع أسس التعاقد في هذه المرحلة وتتسم هذه المرحلة بعدم التوازن ابتداءً وبغية حماية الطرف الضعيف في هذه العلاقة وتحقيق التوازن العقدي فرض المشرع التزامات على المورد الإلكتروني وذلك حماية للمستهلك المتعاقد حتى يقدم على إبرام العقد بإرادة حرة مستتيرة. و تظهر أهمية الموضوع من خلال الإشكالات القانونية التي تثار في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني خاصة فيما يخص الالتزامات الواردة على عاتق المورد الإلكتروني باعتباره الطرف الأقوى في هذه العلاقة.

والهدف من دراسة الموضوع هو الوقوف على مدى تحقيق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من خلال فرض واجبات على المورد الإلكتروني في المرحلة السابقة للتعاقد ومدى تحقيق التوازن العقدي بين طرفيه.

ولدراسة الموضوع اعتمدنا الإشكالية التالية: ما هي الالتزامات القانونية التي فرضها المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني في المرحلة السابقة عن التعاقد الإلكتروني؟ وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج التحليلي والمنهج الوصفي وذلك عن طريق تحليل النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع واستنتاج الآثار القانونية و استعنا بالمنهج الوصفي لتحديد المفاهيم .

وقد اعتمدنا في دراسة موضوع التزامات المورد الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد الفرضيات التالية:

ما مدى ضمان الحماية القانونية للمورد والمستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد الإلكتروني؟

وللإحاطة بجوانب الموضوع قسمناه إلى قسمين نتناول في:

المبحث الأول: الالتزام بحسن النية في الإشهار الإلكتروني

المبحث الثاني : الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة عن التعاقد

المبحث الأول : الالتزام بحسن النية في الإشهار الإلكتروني

يعد الإشهار الإلكتروني من الوسائل الحديثة التي يعتمد عليها المورد الإلكتروني في مرحلة التفاوض فمن خلال هذا المبحث نضبط تعريفه ونستخلص أهم الشروط الواجب توافرها في (المطلب الأول) ونتطرق إلى الطبيعة القانونية للإشهار الإلكتروني في (المطلب الأول)

المطلب الأول: مفهوم الإشهار الإلكتروني

نتناول من خلال هذا المطلب تعريف الإشهار الإلكتروني مستخلصين الشروط الواجب توافرها في الإشهار الإلكتروني في (الفرع الأول) ونتطرق للطبيعة القانونية للإشهار الإلكتروني في (الفرع الثاني)

الفرع الأول: تعريف الإشهار الإلكتروني

عرف المشرع الجزائري الإشهار التجاري في المادة 03 الفقرة 03 من القانون رقم 02/04 الصادر في 23 يوليو 2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه " كل إعلان يهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة لترويج السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو الوسائل الاتصال المستعملة. (القانون رقم 02/04 المؤرخ في 13 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، 2010) كما عرفه في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في المادة 1 الفقرة 06 بأنه " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية." (القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، 2018)

بالرجوع إلى قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع حدد شروط خاصة بالإشهار التجاري الذي يتم عبر الوسائط الإلكترونية وهي كالتالي:

1- عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة :

اشتراط المشرع في الإشهار الإلكتروني بأن لا يمس بالآداب العامة والنظام العام ، وهذا الشرط يتعلق بمحل وموضوع الإشهار، حيث أن فكرة النظام العام والآداب العامة من المبادئ المكرسة والمطبقة في القواعد القانونية ، وبالتالي إن إطلاق المورد لإشهار تجاري إلكتروني يجب أن يراعى فيه مقتضيات النظام العام والآداب العامة وأن لا يمس بالمصالح الجوهرية للأفراد والجمعيات خاصة وأن الفئة المستهدفة والمعنية بالإشهار هي الطرف الضعيف ، وبالرجوع إلى مقتضيات النظام العام والآداب العامة و المتمثلة في المنع من التصرف في مواجهة مصالح المجتمع أو عدم المشروعية تحت طائلة البطلان المطلق لمساسه بقيم وأفكار الجماعة والأخلاق ، وطبقا لهذه المقتضيات فإن الإشهار التجاري الإلكتروني يجب ألا يخالف هذه القيم والمبادئ بالإضافة إلى الأخلاق. (محمد، 2020، صفحة 44)

2- وضوح الإشهار الإلكتروني:

من الضروري أن يتم الإشهار الالكتروني بطريقة واضحة غير مهمة حتى يتسنى للمستهلك معرفة المنتجات التي يريد شرائها حتى لا يكون ضحية لدعاية المضللة والخادعة، (مليكه، 2018، صفحة 31) فالوضوح الإعلان التجاري الالكتروني يؤثر بشكل ايجابي على المستهلك بحيث يكون على بينة من أمره عند التعاقد. (محمود ع.، 2009، صفحة 38)

3 - ضرورة تحديد مضمون العرض التجاري:

بمعنى أن المورد أو المعلن عبر شبكة الانترنت ملزم بتحديد مضمون إشهاره التجاري ، باعتباره عرضا موجها للمستهلك الالكتروني فقد يتضمن على سبيل المثال تخفيضات في الأسعار، أو مكافآت أو هدايا تقدم نظير اقتناء المنتج محل العرض أو الإشهار التجاري الالكتروني ، (الدين، 2018، صفحة 285) والواقع إن شرط تحديد مضمون العرض التجاري يحقق مصالح للمستهلكين و مصالح المهنيين على حد سواء. (إبراهيم، 2008، صفحة 296)

4- انتفاء صفتي التضليل والغموض للاستفادة من عرض السلعة أو الخدمة :

يتطلب الإشهار الالكتروني النزاهة والشفافية وأن تكون معلوماته صحيحة ، وفقا لما ينص عليه الالتزام بالمطابقة ، الذي يشكل أساس تعاقد المستهلك الالكتروني لإرادة غير معيبة ، إذ يجب على صاحب الإعلان الالكتروني تجنب استعمال عبارات غامضة تحمل أكثر من معنى بل عليه التقيد بعبارات سهلة و بسيطة يستوعبها المستهلكين. (رشيدة، 2018، صفحة 328)

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإشهار الالكتروني.

لقد أثارت مسألة تحديد الطبيعة القانونية للإشهار الالكتروني خلافا بين الفقهاء فقد ذهب اتجاه إلى اعتبارها إيجابا وقد ذهب اتجاه آخر إلى أن الإشهار الالكتروني هو مجرد دعوة إلى التفاوض. أولا: الإشهار الالكتروني إيجابا.

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الإشهار الالكتروني هو إيجابا، وذلك إذا تضمن هذا الإشهار عرض السلع والخدمات عن طريق الإنترنت ثمن المبيع فهذا العرض يعد إيجابا شأنه في ذلك شأن عرض البضائع على واجهات المحلات التجارية مع تبيان أثمانها (محمود ع.، 2009، صفحة 38)

فالإشهار الذي يتضمن المسائل الجوهرية للعقد يعتبر في الوقت إيجابا ، إذ يشتمل على عرض جازم للتعاقد قصد التعريف بالمنتجات أو الخدمات.

ثانيا: الإشهار الالكتروني دعوة للتفاوض

ذهب أصحاب هذا الاتجاه إلى اعتبار الإشهار الالكتروني الموجه إلى المستهلك على أنه دعوة إلى التفاوض وذلك في حالة عدم احتواء الإشهار على الشروط الأساسية للتعاقد، حيث أن تبيان أسعار السلع عبر الإنترنت يعتر إيجابا، حيث تعتبر البيانات الموجهة للجمهور أو الأفراد كالنشرات والإعلانات

ليس إيجاباً وإنما دعوة للتفاوض، (محمود ع.، 2009، صفحة 39) إضافة إلى ذلك إن عدم تعيين الشخص المقصود منه في الإشهار فهذا يعد مجرد دعوة إلى التفاوض. (الزهران ا.، صفحة 44)

المطلب الثاني: الآثار القانونية للإشهار الإلكتروني التضليلي.

قد يقع المستهلك الإلكتروني ضحية لإشهار تجاري تضليلي تدفعه للتعاقد، ويعرف الفقه الإشهار الكاذب والمضلل على أنه "الإعلان المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط وخداع فيما تعلق بعناصر أو صفات جوهرية للمنتج" (القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، 2016، صفحة 186)، و لحماية المستهلك من آثار الإشهار التضليلي رتب المشرع جزاء مدني لمواجهة كما أقر مسؤولية جزائية.

الفرع الأول: الجزاء المدني

لقد اختلف الفقهاء فيما يخص الجزاء المدني الذي يترتب على الإشهار الإلكتروني التضليلي، لكن ذهب معظمهم إلى حق المستهلك في رفع دعوى التدليس باعتبار أن المورد تحايل على المستهلك أثناء قيامه بالإشهار كما يحق للمستهلك المطالبة بالتنفيذ العيني.

أولاً: دعوى التدليس.

طبقاً لنص المادة 86 من القانون المدني يعرف التدليس أنه حيل يلجأ إليها المتعاقد لإيقاع المتعاقد معه في غلط يدفعه على التعاقد، وقد نص المشرع الجزائري على أن التدليس كعيب من عيوب الإدارة، وحتى يتمكن المستهلك بالتدليس من أجل إبطال العقد لابد من توافر عنصري التدليس المادي والمتمثل في مختلف الحيل التدليسية التي قد يلجأ إليها المتعاقد من أجل تغليط المستهلك عبر الوسائل الإلكترونية من كذب وسكوت عن بعض البيانات في العقد، كما يجب أن يتوفر العنصر المعنوي والمتمثل في اتجاه نية المدلس إلى تضليل المستهلك، وحتى يستطيع المستهلك الإلكتروني التمسك بالتدليس عليه أن يثبت أنه ما كان ليبرم العقد لولا الحيل التدليسية التي لجأ إليها المتعاقد معه أي أن التدليس لابد أن يكون مؤثراً حتى يعتد به في إبطال العقد و أن يكون التدليس صادراً من المتعاقد معه أو من يمثله أما التدليس الصادر من الغير خاصة أن الإشهار الإلكتروني يتم عبر مواقع يسهل اختراقها وقد تكون غير محمية فان هذا التدليس لا يعتد به اتجاه المتعاقد إلا إذا كان عالماً به. (منير، 2017، صفحة 79)

وبما أن الإشهار الإلكتروني يتم في مرحلة التفاوض فان المسؤولية الناشئة في هذه المرحلة هي مسؤولية تقصيرية فكل إخلال بقواعد الإشهار الإلكتروني يترتب مسؤولية تقصيرية بحكم القانون وليس على أساس التصرف الباطل بمعنى أن القانون يجعل المسؤولية عن الخطأ في هذه المرحلة تقوم على تحمل التبعية في بنود العقد بعد الاتفاق عليها. (حسين، 2002، صفحة 91)

ثانياً: التنفيذ العيني

إذا أطلق المورد إشهار عبر شبكة الانترنت عن منتج أو خدمة معينة بغرض التعاقد عليها وقبل المستهلك هذا العرض وبعد ذلك امتنع المتدخل عن تنفيذ التزامه وذلك بتسليم شيء من النوع ذاته الذي تضمنه الإشهار التجاري فانه في هذه الحالة يستطيع المستهلك أن يلجأ إلى رفع دعوى التنفيذ العيني مطالبا بتنفيذ التزامه وفقاً للمادة 164 من القانون المدني الجزائري وفي حالة لم ينفذ المتدخل التزامه جاز للمستهلك أن

يطالب تسليم المنتج أو الخدمة من ذات النوع الذي تضمنه الإشهار التجاري، ويحق للمستهلك أيضا مطالبة المعلن بقيمة الشيء بطريق التعويض أي التنفيذ بالمقابل. (لامية، 2016، صفحة 40)

المطلب الثاني: المسؤولية الجزائية المترتبة عن الإشهار الإلكتروني المضلل.

الإشهار التجاري في حالة ما إذا كان مضللاً أو خادعاً ينعكس ذلك سلباً على نظام المنافسة الحرة وحق المستهلك في الحصول على المعلومات الصحيحة عن المنتجات والخدمات المعلن عنها عبر شبكة الانترنت. (الشمري، 2020، صفحة 73)

يعد الإشهار التجاري المضلل جريمة و طبقاً لقانون العقوبات كل جريمة يجب أن يتوافر فيها الركن المادي والركن المعنوي وهما كالتالي:

1- الركن المادي:

باستقراء نص المادة 28 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن الركن المادي للتضليل في الإشهار يتمثل في العناصر التالية:

- تضمين الإشهار تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته ، والكذب المقصود هنا هو الكذب في المعلومات الأساسية والجوهرية للشيء المعلن عنه. (القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، 2016، صفحة 188)
- تضمين الإشهار لعناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه .
- تعلق الإشهار بغرض معين لسلع أو خدمات في حين أن المعلن لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار

2- الركن المعنوي:

المقصود بالركن المعنوي للجريمة انصراف إرادة الجاني لارتكاب النشاط المكون لها والمعاقب عليه قانوناً إذ لا بد من توافر القصد الجنائي في الإشهار الإلكتروني التضليلي، (الشمري، 2020، صفحة 73) والمتمثل في قصد المعلن خداع المستهلك من أجل حمله على التعاقد، أي يشترط لتجريم الإعلان التجاري أن يكون المعلن سيئ النية قصد الخداع وتضليل الجمهور من خلال رسالته الإعلانية.

نصت المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على العقوبات المقررة لجريمة الإشهار التضليلي وهي كالتالي " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول: كمية المنتج المسلمة، تسليم المنتجات غير تلك المعنية مسبقاً ، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج".

لقد رتب المشرع مسؤولية جزائية بسبب الإعلانات المضللة والخادعة التي تكون صادرة من المعلن. (مليكه، 2018، صفحة 42) و من خلال نص المادة 68 من القانون 03/09 نجد أن المشرع أحالنا إلى نص

المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي تنص على أنه " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج أو إحدى 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 السلعة .
- سواء في نوعها أو في مصدرها.
- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها دون حق "

المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام

الالتزام بالإعلام السابق على العقد هو من الالتزامات المستحدثة وقد ارتبط هذا المصطلح بالعقود الاستهلاكية، وهو من الالتزامات التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني في نفس الوقت تعزز ثقة المستهلك في التعاقد عبر الانترنت، فمن خلال هذا المبحث نتطرق الى مفهوم الالتزام بالإعلام (المطلب الأول) ونتناول الآثار القانونية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام (المطلب الثاني)

المطلب الأول : مفهوم الالتزام بالإعلام

يعتبر الالتزام بالإعلام أحد الوسائل التي يستعين بها المورد الإلكتروني للتعريف بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد لذا نتناول من خلال هذا المطلب إلى تعريف الالتزام بالإعلام في (الفرع الأول) ونتطرق إلى الآثار القانونية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في (الفرع الثاني).

إن المشرع الجزائري ووفقا لما تضمنه القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لم يعرف الالتزام بالإعلام، و بالرجوع لنص المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشرع نص على أنه يجب على كل متدخل أن يقوم بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بالإضافة إلى تحديد الوسيلة المستعملة وهي الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى يراها المحترف مناسبة. (المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، 2009)

والملاحظ أن مضمون هذا النص لم يأتي بتعريف للالتزام بالإعلام فالمشرع ترك مهمة التعريف للفقه حيث عرفه جانب من الفقه على أنه " التزام سابق على التعاقد يتعلق بإلزام أحد المتعاقدين ، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات العقد ". (ابراهيم، 2008)

كما عرفه جانب آخر من الفقه على أنه " إحاطة المتعاقد الآخر بالمعلومات الهامة والمؤثرة في إقدامه أو إحجامه على التعاقد ". (القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، 2016، صفحة 276)

وبالرجوع إلى نص المواد 11 و12 و13 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يتضح أن مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ينعصر في:

- تحديد شخصية المورد الإلكتروني
- تحديد المواصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة وتحديد بنود العقد الرئيسية.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لالتزام المورد بالإعلام

اختلف الفقهاء في تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام فقد ذهب جانب إلى اعتباره التزام ببذل عناية (أولا) في حين ذهب اتجاه آخر إلى اعتباره التزام بتحقيق نتيجة (ثانيا).

أولا: الالتزام بالإعلام التزاما ببذل عناية

يرى جانب من الفقه إلى أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية ، مستندا في ذلك ما أقره القضاء الفرنسي ، وذلك أن المورد يلتزم فقط بتقديم المعلومات الكافية لكيفية استعمال الشيء المبيع وتجنب مخاطره علما بجميع البيانات والمعلومات دون إمكانية إرغام المستهلك على تطبيقها. (حسن، ضمان السلامة في عقد البيع، صفحة 106)

فالمعلومات المقدمة تكون الغاية منها تنوير المستهلك وتحقيق الرضا السليم لإرادته وليست معلومات مفروضة على المستهلك أثناء اتخاذ القرار فالمسؤولية تكون في حدود تقديم الخدمات وليس في حسن أو سوء استعمالها من المستهلك . (المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك)

وفي هذه الحالة فإن المستهلك يكون دائما في موقف ايجابي عند حلول الخطر أو الضرر وبالتالي إذا أحس بأضرار من الأشياء الخطيرة المباعة بحيث عليه أن يقدم الدليل على تقاعس المورد عن إعلامه بالطريقة الكفيلة لاستعمال الشيء المبيع أو الخدمة المقدمة وكذا بالاحتياطات الكفيلة لتجنب أخطاره. (حسن، صفحة 105)

الفرع الثاني : الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية

يرى جانب من الفقه إلى أن القول بان الالتزام بالإعلام هو التزاما ببذل عناية من شأنه ألا يحقق هدف السلامة التي يلتزم به المورد إذا على هذا الأخير حتى يتحلل من مسؤوليته ، الأمر الذي لا يتحقق معه مبدأ ضمان السلامة لفائدة المشتري أو المستهلك. (سميرة، صفحة 346)

كما أن اعتبار الالتزام بالإعلام هو التزاما ببذل عناية فانه يصعب تحديد هذه العناية في العقد الإلكتروني أو الجهد الذي يبذله المورد في تزويد المستهلك بالمعلومات حتى لو تم الاعتماد على معيار الرجل الحريص الحرفي (المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك ، صفحة 145).

وبالتالي فإن طبيعة الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة وهذا ما جعل عبئ الإثبات لا يقع على عاتق المورد إذا أراد التحلل من المسؤولية وذلك بإقامة الدليل على قيامه بواجب التحذير (سميرة، صفحة 346).

المطلب الثاني: الآثار القانونية للإخلال بالالتزام بالإعلام

يؤثر إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بإعلام على سلامة رضا المستهلك، ويرتب هذا الإخلال جزاء مدني (الفرع الأول) كما يترتب مسؤولية جزائية (الفرع الثاني).

الفرع الأول : الجزء المدني

إن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد يمنح للمستهلك الحق في رفع دعوى إبطال العقد نتيجة عيوب الإرادة ، حيث تتضمن نظرية عيوب الإرادة القائمة على مبدأ سلطان الإرادة على وجود واجب ضمني بالإعلام له انعكاساته على رضا المتعاقد بالإعلام ، فعدم تقديم المعلومات والبيانات الخاصة بالشيء المبيع للمشتري قد يوقعه في غلط كما أن كتمان البائع لأحد البيانات لكيفية استعمال الشيء المبيع يؤدي إلى تدليس المشتري ودفعه إلى التعاقد ، كما أن عدم العلم الكافي بالشيء المبيع يجعل هذا الأخير قابلاً للإبطال. (سميرة، الالتزام بالإعلام في عقد البيع)

الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية

من خلال أحكام القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشرع لم ينص على العقوبات المتعلقة بإعلام المستهلك الإلكتروني، ولكن بالرجوع إلى القانون المنظم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم 02/04 فرض غرامات مالية تتراوح ما بين خمسة آلاف (5000 دج) ومائتي ألف (200000 دج) على الإخلال بالالتزام بالإعلام. (بوجانة، 2020، صفحة 483)، كما أقر المشرع أيضاً من خلا نص مادة 31 عقوبات تتمثل في عرامة من خمسة آلاف دينار جزائري 500 د ج الى مائة ألف دينار جزائري 100.000 د ج اضافة الى مخالفة عدم الاعلان بشروط البيع المعاقب عليه بغرامة من عشرة الاف دينار جزائري 10.000 د ج الى مائة الف دينار 100.000 دج في حالة عدم اعلام المستهلك بأسعار المنتوجات المعروضة للبيع.

وقد أقر المشرع من خلال قانون حماية المستهلك رقم 03/09 في المادة 84 بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 435 من قانون العقوبات كل من يعرقل أو يقوم بكل فعل آخر من شأنه أن يعيق مهام الرقابة التي يجريها الأعوان

الخاتمة

تعتبر مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني مرحلة مهمة من أجل التحضير لمرحلة لاحقة هي مرحلة تكوين العقد أي مرحلة إبرام العقد، حيث يتم في هذه المرحلة الترويج للمنتوجات والخدمات محل التعاقد، كما يلتزم المورد الإلكتروني في هذه المرحلة إعلام المستهلك وتبصيره بالخدمة أو المنتج الذي هو بصدد التعاقد عليه حتى تكون إرادة المستهلك واعية بعيدة عن كل تضليل أو تدليس، والخدمات، فمن خلال القوانين التي تضمنت في طياتها الإشهار و الالتزام بالإعلام حاول المشرع الجزائري إعطاء هذه المرحلة أهمية قانونية وصولاً إلى القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أين أقر المشرع التزامات على عاتق المورد الإلكتروني من أجل تحقيق التوازن العقدي وحماية المستهلك الإلكتروني في هذه المرحلة باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقة

ومن خلال ما تم طرحه يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات والمتمثلة في:

- النص على الجزاء المدني للإخلال بالالتزام بحسن النية في الإشهار الإلكتروني في القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية.
- على المشرع الجزائري مسايرة التشريعات المقارنة فيما يتعلق بجواز لمحكمة الموضوع وقف بث الإشهار الخادع في حال ثبوت ذلك ويمكن طلب من المعلن إما تعديله أو تصحيحه.
- من خلال نصوص القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع لم ينص على الالتزام بالإعلام على الرغم من أهمية هذا الالتزام في حماية المستهلك الإلكتروني وكان من الضروري النص عليه من خلال هذا القانون .

قائمة الإحالات

- 1- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 13 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم ب القانون رقم 06/10، ج ر، عدد 46، الصادرة في 15 غشت 2010.
- 2- القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، عدد 28 الصادرة في 16 مايو سنة 2018
- 3- حوحو يمينه، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الطبعة الأولى الجزائر 2006، ص 63.
- 4- علاق عبد القادر و بوراس محمد، الإشهار التجاري الإلكتروني على ضوء القانون رقم 05/18، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34 العدد 04، سنة 2020، ص 285.
- 5- جامع مليكه، ص 31.
- 6- محمد ديب، ص 44.
- 7- دمانة محمد و يوسف نور الدين، ص 285.
- 8- خالد ممدوح إبراهيم، ص 150.
- 9- أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص الداخلي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2018، ص 328.
- 10- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه قانون خاص، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص 38.
- 11- عبد الله ذيب عبد الله محمود، ص 39.
- 12- اباتراب فاطمة الزهراء، ص 44.
- 13- كوثر سعيد عدنان خالد و سميحة مصطفى القليلوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الجامعة الجديدة، سنة 2016، ص 186.

- 14- براج منير ، حماية رضا المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك ، مجلة الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، العدد الخامس ، المركز الجامعي بريكة، سنة 2017، ص 79.
- 15- محمد عبد الطاهر حسين، الجوانب القانونية للمرحلة السابقة على التعاقد، المؤسسة الفنية للطباعة والنشر، القاهرة سنة 2002، ص 91.
- 16- حسين يحي عباس الشمري، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني (دراسة مقارنة) دار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، سنة 2020، ص 73.
- 17- لعجال لامية ، حماية المستهلك في معاملات التجارة الإلكترونية ، أطروحة الدكتوراه قانون خاص ، جامعة الجزائر 1، سنة 2016، ص 40.
- 18- كوثر سعيد عدنان خالد و سميحة مصطفى القليلوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الجامعة الجديدة، سنة 2016، ص 188.
- 19- عبد الله حسان ، ص 349.
- 20- حسن يحي عباس الشمري، المرجع السابق، ص 73.
- 21- جامع مليكة، ص 42.
- 22- المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- 23- خالد ممدوح ابراهيم ، ص 94.
- 24- كوثر سعيد عدنان ، ص 276.
- 25- علي السيد حسن ، ضمان السلامة في عقد البيع – دراسة مقارنة – القاهرة ، 1980 ص 105.
- 26- بن سالم المختار ، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك ، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ، 2017-2018.
- 27- علي السيد حسن ، ص 105.
- 28- محرش سميرة ، الالتزام بالإعلام في عقد البيع ، مجلة البحوث والدراسات القانونية، العدد 10، ص 346.
- 29- بن سالم المختار ، ص 145.
- 30- محرش سميرة ، ص 346.
- 31- عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة - دراسة مقارنة- ، ص 395.
- 32- هوارى ليلى و محمد بوجانة، الالتزام بإعلام المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني ، مجلة الاجتهاد القضائي ، المجلد 12 ، العدد 2 ، ص 483، 2020 .