



جامعة بجاية  
Tasdawit n Bgayet  
Université de Béjaia



جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم القانون الخاص

# الإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية

مذكرة لإستكمال نيل شهادة الماستر في الحقوق  
تخصص: القانون الخاص

تحت إشراف الدكتور

د /لحضيبي وريدة

إعداد الطالبتين

عزوق نور الهدى

مزياني عائشة

## لجنة المناقشة:

د. بلاش ليندة ، أستاذة محاضرة (أ)، جامعة عبد الرحمان ميرة ..... رئيسا  
د. لحضيبي وريدة ، أستاذة محاضرة (ب)، جامعة عبد الرحمان ميرة ..... مشرفة  
الأستاذ ، خالف خالد ، أستاذ مساعد (أ)، جامعة عبد الرحمان ميرة ..... ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2020/10/05

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و تقدير

بعد حمد الله تعالى وشكره

الصلوة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

نتقدم بجزيل الشكر للأستاذة المشرفة :

**الدكتور ه لاضي وريدة**

التي تفضلت علينا بقبول إشرافها على هذه المذكرة، وعلى ما قدمته لنا من توجيهات و معلومات،

التي ساهمت بشكل كبير في إتمام هذه المذكرة.

نسأل الله تعالى أن يزيدك من فضله .

كما نتقدم بجزيل الشكر

إلى أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقراءة هذه المذكرة و قبول مناقشتها .

كما نتقدم بشكر

أساتذتنا الكرام الذين تعلمنا على أيديهم.

نور الهدى وعائشة

# الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى

أبي العزيز الذي تعجز كلماتي عن شكرك على كل ما فعلته معي طول حياتي ومهما ذكرت عبارات لشكرك لن أوافيك حقك أطال الله في عمره .

أمي الغالية التي ربنتي وساندتني يا قرة عيني أطال الله في عمرها.

إلى من قاسمني أفراحي أحزاني إخوتي و أخي الغالي.

إلى أفراد أسرتي كل بمكانته .

إلى صاحب القلب الطيب الذي ساندني طول مساري الدراسي.

كل من مد لي يد العون من قريب أو من بعيد .

كل من نسيهم قلبي لم ينساهم قلبي أهدي لكم هذا العمل المتواضع.

## نور الهدى

# الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى  
أبي رحمة الله عليه.  
أمي الغالية سندي.  
أخي العزيز.  
جدتي أطال الله في عمرها .  
كل أفراد عائلتي .  
كل من ساعدني من قريب أو من بعيد .

عائشة

# قائمة أهم المختصرات

أولا : باللغة العربية

❖ ج.ج.ر. : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية

❖ ق.م.ج : القانون المدني الجزائري

❖ ص : الصفحة

❖ صص : من الصفحة.... إلى الصفحة

❖ د.ب.ن : دون بلد النشر

❖ د.س.ن : دون سنة النشر

ثانيا : باللغة الفرنسية

**Art** : Article

**C E** : Conseil d'Etat

**J.O.R.F** : Journal Officiel République Français

**L** : loi

**L.G.D.J** : Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence

**P** : Page

**U E** :Union Européenne

# مقدمة

ساهمت التطورات التي يشهدها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في التأثير على كافة مجالات الحياة الإنسانية ، كنتيجة لهذا التقدم التكنولوجي في وسائل الإتصال الحديثة هذا ما أدى إلى ظهور التجارة الالكترونية و التي تعني : "عملية ترويج و تبادل السلع و الخدمات و إتمام صفقاتها ، باستخدام و سائل الاتصال وتكنولوجيا تبادل المعلومات الحديثة عن بعد لاسيما شبكة المعلومات الدولية الانترنت دون حاجة لإنتقال الأطراف و التقائهم في مكان معين"<sup>(1)</sup>. حيث يمكن إستعمال الوسائط الإلكترونية لعرض السلع ،الخدمات، إجراء البيع و الشراء من خلال شبكة الانترنت، فالتاجر يستخدمها في عرض بضاعته و تسويقها ،أما المستهلك يمكنه الإطلاع على ما هو جديد من البضائع كذا التعرف على أسعارها ،مما يؤدي للبيع و الشراء عبر شبكة الانترنت ذلك ما أدى إلى التحول في منهج إبرام العقود و تنفيذها فتم نقلها من عالمها المادي القائم على الدعائم الورقية إلى عالم افتراضي ، سمح بإيجاد فكرة العقود الإلكترونية .

تكمن خصوصية تعريف العقد الإلكتروني في الجانب الإلكتروني لهذا العقد و بمعنى آخر تكمن في الوسيلة التي ينعقد بها هذا العقد المتمثلة في وسيلة الإتصال المرئي المسموع (audiovisuel)، عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد<sup>(2)</sup> .

يشترط إنعقاد العقد الإلكتروني كغيره من العقود توافر التراضي بين الأطراف و المحل ،السبب فالتراضي يقوم على أساس واحد يتمثل في النقاء إرادة الطرفين و تطابقهما ، من أجل إحداث أثر قانوني ،تعتمد في إبرامها على إيجاب يصدر من طرف هذا من جهة الذي يقابله قبول من الطرف الآخر هذا من جهة أخرى ، كما يعبر كل منهما عن إرادته عبر شبكة الانترنت، من بعد ذلك يتم تحديد شروط و بنود العقد، ثم يتم التعبير عن الإرادة سواء بالبريد الإلكتروني أو شبكة المواقع أو عبر وسائل المحادثة و المشاهدة المباشرة، بعد تطابق الإرادتين بالنقاء الإيجاب و القبول ينعقد العقد الإلكتروني .

بالرغم من إدراج العقد الإلكتروني في حيز العقود التقليدية إلا أنه يتميز بخصائص عديدة، بأنه يتصف بالطابع التجاري و الاستهلاكي لذلك يطلق عليه عقد التجارة الإلكترونية، يتصف بالطابع

1 - جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة، أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015، ص 6.

2- إيمان مأمون احمد سليمان، إبرام العقد الإلكتروني و إثباته (:الجوانب القانونية لعقد التجارة الالكترونية) دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008، ص 40.



الإستهلاكي لأنه غالبا ما يتم بين تاجر أو مهني ومستهلك، يبرم عن بعد من خلال وسائل الإتصال الحديثة، كما يتسم بالطابع الدولي و تستعمل في الدفع وسائل الدفع الإلكتروني .

حققت التجارة الإلكترونية العديد من الفوائد للمستهلك، حيث وفرت الوقت والجهد، قللت من التكاليف، النفقات، بذلك أصبح بإمكان المستهلك أن يقوم بطلب السلع و الخدمات عن طريق شبكة الانترنت، دفع ثمنها إلكترونيا ، يتلقى الشروحات الوافية حول مواصفاتها دون مغادرة مكانه، إذ يعتبر الحق في التبصير وسيلة قانونية لإعادة التوازن المفقود في العلم بين المهني و المستهلك، و كذا معالجة الإختلال الناشئ بين طرفي العقد، الذي نتج عنه عدم التوازن في المراكز العقدية .

على الرغم من كل مزايا التجارة الإلكترونية إلا أنها تثير الكثير من الإشكالات، فالمستهلك الإلكتروني عرضة لكثير من المخاطر التي تنطوي عليها التجارة الإلكترونية، ابتداء من ترويج الإعلانات الكاذبة و المضللة أو المواقع المزيفة التي لا أساس لها ، كذلك عدم القدرة على الرؤية المادية للأشياء محل التعاقد .

أعطى المشرع الجزائري أهمية كبيرة للالتزام بالاعلام حيث ألزم المهني بتقديم المعلومات الأساسية إلى المستهلك، كالإلتزام قانوني ناشئ عن ضرورة معالجة الإختلال الفادح بين المتعاملين، بشأن الإحاطة بموضوع التعاقد من خلال قواعد حماية المستهلك، كما أكد المشرع على هذا الإلتزام بإرسائه قواعد خاصة بكيفيات و شروط إعلام المستهلك .

يعتبر موضوع الإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية من المواضيع المهمة في الوقت الراهن نظرا أن الإلتزام بالتبصير يعد أهم الضمانات القانونية، لتحقيق المساواة بين طرفي العلاقة التعاقدية و لسلامة إرادتهما.

من الأسباب التي دفعتنا لاختيار البحث في هذا الموضوع أسباب ذاتية تتمثل في الرغبة الشخصية و الميول إلى معرفة جوانب و تفاصيل هذا الأخير هذا من جهة، من جهة أخرى أسباب موضوعية كون أن المستهلك الإلكتروني لا يحضى بحماية تامة، فهو معرض لمجموعة من المخاطر نظرا لطبيعة هذا التعاقد الذي يتم عن بعد .

نسعى وراء دراستنا للالتزام بالتبصير الإلكتروني لتحقيق هدف المتمثل في إيضاح النقاط الأساسية عن التبصير الإلكتروني و مدى إلزامية المزود بتبصير المستهلك الإلكتروني، كذلك كون هذا الأخير الطرف

الضعيف في المعاملات التي تبرم عن طريق شبكة الانترنت ، كما يكمن الهدف من التبصير هو إعلام المشتري عن المعلومات و البيانات المتعلقة عن السلعة أو الخدمة، و يكون ذلك قبل التعاقد و إعلامه بطريقة استعمال الشيء و تحذيره من المخاطر، التي تترتب على إستعماله و كيفية تجنبها و يكون ذلك بعد التعاقد .

بغرض دراسة موضوع البحث و الإلمام بكل جوانبه اتبعنا المناهج التالية ، المنهج التحليلي بغرض تحليل مختلف النصوص القانونية و استخلاص أهم الأحكام المتعلقة بالموضوع محل الدراسة اضافة الى المنهج الوصفي الذي سمح لنا بالاطلاع على مختلف الآراء الفقهية التي قيلت على الموضوع محل الدراسة.

خلال إعدادنا لهذه المذكرة اعترضتنا صعوبات كثيرة منها قلة المراجع في مجال الإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية و صعوبة التنقل،سبب ذلك تفشي فيروس كورونا -Covid19- مما أدى إلى غلق الجامعات و الكليات و انتشار الخوف.

الإشكالية التي نود معالجتها من خلال هذه الدراسة تنصب حول مدى فعالية قواعد التبصير في مجال العقود الإلكترونية ؟

بناء على ما سبق قسمنا هذه الدراسة و فق خطة قوامها فصلين و كل فصل إلى مبحثين :

حيث قد خصصنا الفصل الأول لدراسة الإطار المفاهيمي للإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية و ذلك من خلال مبحثين، تطرقنا في المبحث الأول لمعالجة المفهوم العام للعقد الإلكتروني و في المبحث الثاني ماهية الإلتزام بالتبصير الإلكتروني.

أما الفصل الثاني تعرضنا فيه لدراسة نطاق تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الآثار المترتبة عن الإخلال به سيكون ذلك في مبحثين أيضا ،خصصنا المبحث الأول لدراسة أحكام الإلتزام بالتبصير الإلكتروني أما المبحث الثاني آليات تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الآثار المترتبة عن الإخلال به ختمنا بحثنا بخاتمة تضمنت أهم النتائج و بعض التوصيات.

## الفصل الأول

### الإطار المفاهيمي للالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية

لتحديد الإطار القانوني للالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية يقتضي علينا تحديد مفهوم العقد الإلكتروني، الذي أصبح من العقود الأكثر استخداما من طرف أفراد المجتمع، نظرا لسهولة و سرعة إبرامه مقارنة بالعقد التقليدي، يعتبر العقد الإلكتروني من العقود المبرمة عن بعد أي دون الحضور المادي للأطراف، كما أن هناك خلل في التوازن المعرفي ما بين المتعاقدين، مما أدبإلى ظهور الالتزام بالتبصير الإلكتروني.

فمع التطور التكنولوجي في مختلف مجالات الحياة، أصبح من الصعب على المستهلك التمييز ما بين هذه المنتجات و الخدمات، مقارنة بالمهني الذي يكون على دراية بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، فالالتزام بالتبصير يعد وسيلة فعالة لإعادة التوازن بين أطرافه.

لذا خصصنا تقسيم هذا المبحث إلى مفهوم العقد الإلكتروني (مبحث أول) ثم نتبعه بدراسة ماهية الالتزام بالتبصير الإلكتروني (مبحث ثاني) .

## المبحث الأول

### المفهوم العام للعقد الإلكتروني

يعد العقد الإلكتروني من العقود المستحدثة التي ظهرت نتيجة التطور التكنولوجي، باستخدام وسائل الإتصال و ازدهار التجارة الإلكترونية، فالعقد الإلكتروني كغيره من العقود، فالفرق الوحيد الموجود بينه و بين العقد التقليدي أنه يبرم عن طريق استخدام وسائل إلكترونية .

خصصنا في دراسة العقد الإلكتروني أمرين ،حيث سنتطرق إلى مقصود بالعقد الإلكتروني (مطلب أول) و كيفية تكوين العقد الإلكتروني (مطلب ثاني) .

### المطلب الأول

#### مقصود العقد الإلكتروني

يتميز العقد الإلكتروني عن غيره من العقود من حيث الطبيعة القانونية و خصائصه، كذلك من حيث الطرق المستخدمة للتعبير فيه عن الإرادة .

خصصنا في دراسة هذا المطلب إلى تعريف العقد الإلكتروني و تحديد طبيعته القانونية (فرع أول)، ثم تبيان خصائصه (فرع ثاني) ، و كذلك تبيان صور العقد الإلكتروني (فرع ثالث) .

### الفرع الأول

#### تعريف العقد الإلكتروني و طبيعته القانونية

فالحديث عن العقد الإلكتروني يدفعنا إلى تحديد تعريفه لغة،فقها و قانونيا (أولا) ،كذلك نتبعه بدراسة طبيعته القانونية (ثانيا) .

#### أولا : تعريف العقد الإلكتروني

سندرس في هذا العنصر تعريف العقد الإلكتروني لغة(أ) فقها (ب) و كذلك تعريفه القانوني(ج).

## أ-التعريف اللغوي :

## 1-لغة :

قال ابن فارس : العين و القاف و الدال أصلٌ واحدٌ يدلُّ على شَدِّ و شَدُّوثوق، و إليه ترجعُ فروع الباب كلها، من ذلك عقد البناء ،و الجمع أعقاد و عقود، و عَقَدت الحبالَ عَقَدَه عَقْدًا ،و قد إنعقد، و تلك هي العقدة، و عاقدته مثل عاهدته ،و هو العقد و الجمع عقود<sup>(1)</sup>.

## 2-اصطلاحا :

العقد إصطلاحا مرتبط ارتباطا وثيقا بمعناه اللغوي و له معنيان : عام و خاص

المعنى الخاص أنه : "ارتباط ايجاب بقبول على وجه مشروع يثبت أثره في محله. " ما يلاحظ على هذا التعريف أنه روعي فيه طرفين للعقد ،طرف صدر منه الايجاب، و طرف صدر منه القبول، فلا يدخل فيه ما كان من العقود ما صادرا عن إرادة طرف واحد. "

المعنى العام للعقد هو : "ما ألزم به المرء نفسه" ،وفق هذا التعريفلا يشترط وجود طرفين في العقد فيصدق على ما ألزم به الشخص نفسه، و لو من غير وجود طرف اخر تَوَثَّر ارادته في العقد<sup>(2)</sup>.

## ب -التعريف الفقهي :

انقسم الفقه من حيث تعريف العقد الإلكتروني إلى اتجاهين، بحيث يستند الاتجاه الأول في تعريفه إلى الوسيلة المستخدمة لإبرامه، أما الاتجاه الثاني فاعتبره من العقود المبرمة عن بعد.

فسنحاول عرض هذه التعاريف في ما يلي :

1- أحمد ابن فارس بن زكريا أبو الحسين،معجم مقاييس اللغة ،جزء 04، 1979، ص 86،متاح على الموقع :  
<http://saidagate.com/Home/BLogDetails/686#:~:text=%3%لغة%20%العقد%20%تعريف>  
(فارس،20%ج4،20%ص86)

تاريخ الإطلاع: 2020-08-10، على الساعة : 10:00.  
2- خالد حسن أحمد ،الحجية القانونية للمستندات الالكترونية بين الفقه الإسلامي و القانون الوضعي : (دراسة مقارنة ) مركز الدراسات العربية، د ب .ن ،2016،ص ص 228-229.

الاتجاه الأول: تعريف العقد الإلكتروني بحسب الوسيلة المستخدمة

عرفه هذا الاتجاه أنه : " تلك العملة التجارية التي تتم بين طرفين بائع مشتري ، و تتمثل في عقد الصفقات و تسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسوب الإلكتروني عبر شبكة الانترنت ، و ذلك دون حاجة لانتقال الطرفين أو لقاءهما ، بل يتم التوقيع إلكترونياً على العقد. " يعاب على هذا التعريف أنه اقتصر على وسيلة واحدة و هي شبكة الانترنت، بالرغم من وجود لوسائل أخرى تستخدم في التعاقد الإلكتروني.

هناك من عرفه بأنه : " أي عملية تجارية ، سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، يتم عن طريق المبادلات الإلكترونية " (1) .

عرفه كذلك جانب آخر من الفقه على أنه : " العقد الذي يتم انعقاده بوسيلة إلكترونية كلياً أو جزئياً ، و تتمثل الوسيلة الإلكترونية في كل وسيلة كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو إلكترومغناطيسية ، أو بأي وسيلة أخرى مشابهة، صالحة لتبادل المعلومات بين المتعاقدين " (2) .

الاتجاه الثاني: تعريف العقد الإلكتروني باعتباره من طائفة العقود المبرمة عن بعد

اختلف أصحاب هذا الاتجاه في تعريفهم للعقد الإلكتروني إلى اتجاهين، و سوف نتطرق إليه فيما يلي :  
عرف الفقه الأمريكي العقد الإلكتروني : " العقد الذي ينطوي على تبادل الرسائل بين البائع و المشتري، و التي تكون قائمة على مبيع معد سلفاً و معالجة إلكترونية ، وتنشئ التزامات تعاقدية " (3) .

1- ماجد محمد سليمان أبا الخليل، العقد الإلكتروني، مكتبة الرشد ناشرون، الرياض، 2009، ص ص 17-19.  
2- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني : (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص : القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة احمد دراية، أدرار، 2018، ص 10.  
3- خالد حسن أحمد، الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي و القانون الوضعي : (دراسة مقارنة) مرجع سابق، ص 231.

أما الفقه اللاتيني قد عرف العقد الإلكتروني أنه : " كل اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب و القبول على شبكة دولية مفتوحة الاتصال عن بعد ،و ذلك بوسيلة مسموعة مرئية و ذلك بفضل التفاعل بين الموجب والقابل"<sup>(1)</sup> .

### ج- التعريف القانوني :

سنحاول في هذا العنصر التطرق إلى تعريف العقد الإلكتروني من خلال المواثيق الدولية كذلك في بعض التشريعات العربية ، في الأخير سنتطرق إلى التعريف الذي جاء في التشريع الجزائري.

### 1-تعريف العقد الإلكتروني من خلال المواثيق الدولية :

اختلفت المواثيق الدولية حول تعريف العقد الإلكتروني، فنجد على الصعيد الدولي ذلك بالرجوع إلى المادة 02 ف أمن القانون النموذجي للأمم المتحدة أنها عرفت العقد الإلكتروني، خلال تعريفه لرسائل البيانات بحيث نص على أن : " يراد بمصطلح "رسالة بيانات" المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل الكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الالكترونية ،أو البريد الالكتروني، أو البرق ، أو التلكس، أو النسخ البرقي،" <sup>(2)</sup> .

كذلك عرف التوجيه الأوروبي رقم CE/97/7 الصادر في 20ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد العقد الإلكتروني في مادة 1/2 كما يلي : " عقد متعلق بالسلعة و الخدمات يتم بين مورد و مستهلك، من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد أو تقديم

1 - لزهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية، الطبعة الثانية، دار هومه، الجزائر، 2014، ص 119.

2 - قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية مع الدليل التشريعي الصادر في 16 ديسمبر 1996، و مع المادة 5 مكرر الإضافية بصيغتها النهائية المنعقد في 1998، الأمم المتحدة، 2000، نيويورك، متاح على الموقع :

<http://www.unictr.org/pdf/arabic/textes/electom/ml-elecsig-a.pdf>

تاريخ الإطلاع : 2020/08/10، على الساعة 00 :14.



الخدمات التي ينظمها المورد، و الذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الإتصال الإلكترونية حتى إتمام العقد.<sup>(1)</sup>

كما تولى المشرع الفرنسي تحديد مفهوم العقد الإلكتروني ذلك خلال تعريفه للعقد المبرم عن بعد من قانون الاستهلاك الفرنسي<sup>(2)</sup>.

## 2- تعريف العقد الإلكتروني في بعض التشريعات العربية:

عرفت القوانين الداخلية العقد الإلكتروني في بعض البلدان العربية كالقانون التونسي في الفصل الأول من قانون المبادلات و التجارة الإلكترونية على أنه: "العقود الإلكترونية يجرى عليها نظام العقود الكتابية، فيما لا يتعارض مع أحكام هذا القانون."<sup>(3)</sup>

عرف المشرع الأردني بدوره العقد الإلكتروني في المادة 02 من قانون المعاملات الإلكترونية بأنه: "الاتفاق الذي يتم انعقاده، بوسائط الكترونية كلياً أو جزئياً."<sup>(4)</sup>

<sup>1</sup> -Directive 97/7/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats a distance ,disponible sur le site :<http://eur-lex.europa.eu> ,date de consultation : 26-08-2020, à : 14 :00 .

<sup>2</sup>- Art L121-16 code de la consommation Français : « **Toute vente d'un bien ou toute fourniture d'une prestation de service conclue, sans la présence physique simultanée des parties, entre un consommateur et un professionnel qui pour la conclusion de ce contrat, utilisent exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance.** »  
disponible sur site <https://www.legifrance.gouv.fr/>, date de consultation : 26-08-2020, à : 15 :30 .

<sup>3</sup>- قانون رقم 83 مؤرخ في 09/08/2000 يتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية التونسية، الصادر بتاريخ 2000/08/11، متاح على الموقع :  
<http://www-marocdrit-marocdrit-com.cdn.ampproject.org>

تاريخ الإطلاع : 2020/08/11، على الساعة : 21:00.

<sup>4</sup>- قانون رقم 85/2001 مؤرخ في 31 ديسمبر 2001 يتعلق بقانون المعاملات الإلكترونية الأردني، ج ر ، رقم 4524، متاح على الموقع : <http://www.wipo.int>، تاريخ الإطلاع 2020 /08/16، على الساعة : 18:00.

### 3- موقف المشرع الجزائري في تعريف العقد الإلكتروني

أما المشرع الجزائري فقد تطرق لتعريف العقد الإلكتروني خلال نص المادة 06 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري على ما يلي: "العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق يونيو 23 سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي و المتزامن للأطراف باللجوء حصريا بالتقنية الاتصال الإلكتروني".<sup>(1)</sup>

#### ثانيا : الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني

اختلفت الآراء الفقهية حول تحديد الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، فهناك من يعتبره عقد إذعان و هناك من اعتبره عقد رضائي .

#### أ- عقد إذعان :

اعتبره أصحاب هذا الاتجاه أنه عقد إذعان ،لما يكون الدائن أمام موقع المدين لا يطلب إلا أن يضغط على الخانات الموجودة في الموقع ،من أجل تحديد المواصفات التي يحتاجها في محل البيع حيث يكون الثمن محدد سلفا في الموقع ، مثل هذه العقود تكون شروط التعاقد محددة مسبقا من طرف المدين، بحيث لا يمكن للدائن مناقشة هذا الأخير أو التفاوض معه ، بل يحق له فقط قبول أو رفض التعاقد.

#### ب- عقد رضائي :

اعتبر أصحاب هذا الاتجاه أن العقد الإلكتروني عقد رضائي، لأن للمتعاقد حرية التعاقد مع أي منتج أو مستورد آخر، في حالة ما لم تعجبه الشروط المعروضة عليه في الموقع<sup>(2)</sup> كما يعتبر العقد

1- قانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائرية، ج. ر. ج. ج. ، عدد 28، صادر في 16 مايو 2018.

2- خالد حسن أحمد، الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي و القانون الوضعي : (دراسة مقارنة) مرجع سابق، ص 236.

الإلكتروني عقد رضائي إذا تم إبرامه باستخدام الوسائل السمعية البصرية، أو استخدام البريد الإلكتروني بحيث يتمكن الأطراف من التفاوض و مناقشة شروط العقد (1).

## الفرع الثاني

### خصائص العقد الإلكتروني

سنحاول في هذا الفرع عرض أهم خصائص التي يتميز بها العقد الإلكتروني و هي كما يلي :

#### أولاً : العقد الإلكتروني عقد مبرم بوسيلة إلكترونية

إن استخدام الوسائل الإلكترونية لإبرام و تنفيذ العقد الإلكتروني يعد من أهم مميزاته ،ذلك كونه يبرم عبر شبكة الانترنت، فالفرق الوحيد الموجود بين العقد التقليدي و العقد الإلكتروني أن هذا الأخير يبرم و ينفذ عن طريق استخدام الوسائط الإلكترونية(2)، كما أدى استخدام الوسائل الإلكترونية لإبرام العقد الإلكتروني إلى اختفاء الكتابة التقليدية ،و استبدالها بالكتابة الإلكترونية التي تقوم على دعامة إلكترونية (3).

#### ثانياً :العقد الإلكتروني يغلب عليه الطابع التجاري و الإستهلاكي

تعتبر التجارة الإلكترونية المجال الخصب الذي يظهر فيه العقد الإلكتروني فيعد من أهم الوسائل المستخدمة في التجارة الإلكترونية ،فقد نشأ العقد الإلكتروني نتيجة ممارسة أعمال تجارية و ذلك باستخدام الوسائل الإلكترونية، يتضح لنا ذلك خلال نص المادة 06 من قانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري ،فقد أقر المشرع الجزائري أن العقد الإلكتروني ذات طبيعة تجارية، فلا تقوم الأعمال التجارية الإلكترونية إلا إذا تم ممارستها عن طريق استخدام الوسائط الإلكترونية، عليه يعتبر

1- ابقيدين سليمة- حمداش وردة ،مجلس العقد في إطار التعاقد عبر الانترنت ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص : القانون الخاص الشامل ،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية 2017،ص 21.

2-أفاسم أسماء- بوزيان نعيمة، الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة احمد دراية،أ درار ، 2019، ص 11.

3- حاسل نورية، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ،مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة عبد الحميد بن باديس ،مستغانم ،2019،ص ص 14-15.

العقد الإلكتروني تجارياً، إذا قد تام من طرف تاجر لغرض تجاري، و قد يعتبر كذلك إذا كان موضوعه تجارياً و هذا وفقاً لما جاء القانون التجاري<sup>(1)</sup>.

كما يتسم كذلك العقد الإلكتروني بالطابع الاستهلاكي، كون أنه غالباً ما يتم بين تاجر أو منتج و مستهلك فغالباً ما يعتبر من عقود الاستهلاك، كما أنه يخضع للقواعد المتعلقة بحماية المستهلك التي تفرض على عاتق المهني التزامات، من أهمها الالتزام بإعلام المستهلك عن كافة المعلومات و البيانات المتعلقة بمحل التعاقد و كذا سعر و شروط البيع<sup>(2)</sup>.

### ثالثاً: العقد الإلكتروني عقد يبرم عن بعد

إن العقد الإلكتروني يتم إبرامه دون التواجد المادي لأطرافه المتعاقدة، فالعقد الإلكتروني يتميز بأنه يتم إبرامه بين متعاقدين لا يجمعهما مجلس عقد حقيقي، فالتعاقد فيه يتم عن بعد عن طريق استخدام وسائل الإتصال لذا يعتبر من ضمن العقود المبرمة عن بعد<sup>(3)</sup>، كون أن تبادل الإيجاب و القبول يكون عبر الانترنت، فيجمع بين المتعاقدين مجلس عقد حكمي افتراضي لذا يعتبر عقد فوري معاصر، كما قد يكون غير معاصر و يكون ذلك في حالة أن الإيجاب غير معاصر للقبول، فالتعاصر يكون نتيجة التفاعل المتواجد بين أطراف العقد<sup>(4)</sup>.

## الفرع الثالث

### صور التعاقد الإلكتروني

تتعدد طرق التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني، فيمكن التعبير عنها عن طريق البريد الإلكتروني أو باستخدام شبكة الموقع، أو حتى عن طريق المحادثة، و سنعالج كل طريقة على حدا فيما يلي :

1- حاصل نورية، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ص 15-16.  
2- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني: (دراسة مقارنة)، طبعة ثانية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص 76.  
3- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 74.  
4- خالد حسن أحمد، الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي و القانون الوضعي: (دراسة مقارنة) مرجع سابق، ص 239.

**أولاً : التعاقد عن طريق البريد الإلكتروني**

عرف جانب من الفقه البريد الإلكتروني على أنه : " مكنة التبادل غير المتزامن للرسائل بين أجهزة الحاسب الآلي ."

كما عرفه جانب آخر بأنه : " طريق تسمح بتبادل الرسالة المكتوبة، بين الأجهزة المتصلة بشبكة الانترنت" (1) .

يتميز البريد الإلكتروني أنه بإمكان المتعاقد اللجوء إليه باستخدام أي نوع من الأجهزة الإلكترونية فيمكن للمتعاقد أن يتبادل و جهات النظر و التفاوض و إبرام العقد .

أما فيما يخص التعاقد عبر البريد الإلكتروني فيتم عن طريق دخول المتعاقد إلى شبكة الانترنت ثم فتح بريده الإلكتروني ، و إرسال البيانات المتعلقة بمحل التعاقد كذلك شروط التعاقد إلى أي شخص يريد التعاقد معه ، و يتم عن طريق كتابة عنوان البريد الإلكتروني الخاص بالشخص المراد التعاقد معه ، و الضغط على زر الإرسال، و من ثمة يقوم البرنامج بإرسال محتوى الرسالة إلى صندوق بريد المرسل إليه حيث يمكن لهذا الأخير فتح الرسالة و الاطلاع على ما ورد فيها، و الرد عليها بالضغط على زر الرد على الرسالة (2) .

**ثانياً : التعاقد عبر شبكة الموقع (web)**

بادر جانب من الفقه في تعريف شبكة الموقع فعرفوها على أنها : " صفحة من صفحات الانترنت التي تضم كم هائل من المستندات المحفوظة في شبكة الانترنت، و كما تتيح لأي شخص أو جهة الاطلاع على معلومات معينة" (3) .

أما التعبير عن الإرادة عبر شبكة الموقع فيتم عن طريق النقر على زر الموافقة الموجود على لوحة المفاتيح الخاصة بالكمبيوتر أو باستخدام مؤشر الفأرة ، و النقر على الخانة المخصصة لذلك كما

1- **عجالي بخالد**، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري : (دراسة مقارنة) ، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص : القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص 119.  
2- **خالد ممدوح ابراهيم**، إبرام العقد الإلكتروني : (دراسة مقارنة) ، مرجع سابق ، ص 169.  
3- **عمرون سيلية - عيسات بسمة**، التعاقد الإلكتروني وفقاً لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص : القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية 2019، ص 23.

يمكن للمتعاقد التعبير عن الإرادة باستخدام بعض الإشارات و الرموز ،مثل الوجه المبتسم الذي يدل على القبول أو إشارة الوجه العبس الذي يدل على الرفض .

فمعظم الشركات تعتمد على شبكة الموقع لعرض سلعتها أو خدماتها على الجمهور، و يكون ذلك عن طريق وضع صور المنتج، على الموقع الخاص بها ذلك بذكر المعلومات و البيانات المتعلقة بها معتدداً سعرها، بحيث يتمكن المتعاقد من البحث على السلعة أو الخدمة التي يحتاجها و الاطلاع على المعلومات المتعلقة بها و كذا سعرها (1) .

### ثالثاً: التعبير عن الإرادة عن طريق المحادثة

مع تطور تقنية المعلومات أصبح من الممكن مخاطبة أشخاص عبر شبكة الانترنت، سواء كان عن طريق الكتابة أو عن طريق المشاهدة و المحادثة ،الشيء الذي يحقق التفاعل الحواري ما بين المتعاقدين (2) .

كما يشترط استخدام هذه التقنيات أن يكون المتعاقدان متصلان ببرنامج معا، لذلك فيقسم هذا البرنامج الشاشة إلى جزئين، جزء مخصص لأحد المتعاقدين بحيث يتمكن من التعبير عن أفكاره و محاولة إيصالها للمتعاقد الآخر، حتى يستوعبها و في مقابل يمكن له أن يرى هذا الأخير فهذه الوسيلة تشكل نصاً حوارياً مكتوباً ينتج عنه تعاصر في الأفكار (3) .

## المطلب الثاني

### تكوين العقد الإلكتروني

يقوم العقد بشكل عام على أركان أساسية لا بد من توافرها، و أهم هذه الأركان ركن الرضا و الذي يعبر فيه الطرفان عن إرادتهما في إتمام العقد، متى حصل توافق بين الإيجاب و القبول ،كما يجب أن يتوافر في العقد ركنا المحل و السبب.

1- إبدقيقن سليمة- حمداش ورده ،مجلس العقد في إطار التعاقد عبر الانترنت ، مرجع سابق ،ص30.  
2- عجالي بخالد،النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري (دراسة مقارنة ) ،مرجع سابق،ص1.  
3- عمرون سيوية – عيسات بسمة، التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري،مرجع سابق ،ص24.

بما أن العقود الإلكترونية المبرمة عبر شبكة الانترنت لا تختلف في جوهرها عن العقود التقليدية فإنها لا تخرج عن إطار القواعد العامة المنظمة لأحكام العقد عموماً، غير أن عقد التجارة الإلكترونية يختلف عن غيره من العقود، كونه ينعقد دون أن يكون هناك حضور مادي لطرفيه في مجلس العقد وقت انعقاده أي أنه في حالة التعاقد الإلكتروني، نجد أن الطرفين يجمعهما مجلس عقد حكمي (افتراضي).

سوف نقسم الدراسة في هذا المطلب كما يلي :

التراضي في العقد الإلكتروني (فرع أول) ،المحل و السبب في العقد الإلكتروني ( فرع ثاني ) تحديد زمان و مكان إبرام العقد الإلكتروني ( فرع ثالث ) .

## الفرع الأول

### التراضي في العقد الإلكتروني

التراضي هو تطابق إرادتين ،وهو قوام العقد بما في ذلك التعاقد الإلكتروني حيث يتطلب تكوينه توافق الإيجاب الإلكتروني الذي يصدره الطرف الأول (أولاً) ،مع القبول الإلكتروني عبر وسيلة إلكترونية ، لإحداث أثر قانوني و يصدره الطرف الثاني (ثانياً) .

### أولاً : الإيجاب الإلكتروني

يتميز الإيجاب الإلكتروني عن الإيجاب التقليدي في أنه يتم باستخدام وسيط إلكتروني ،من خلال شبكة الانترنت<sup>(1)</sup>، الأمر الذي يجعل من هذا التعاقد ينتمي إلى طائفة العقود المبرمة عن بعد .

لم يضع المشرع الجزائري تعريف محدد للإيجاب الإلكتروني، إلا أنه نظم هذا الأخير في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05/18، أوجب أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية، مقروءة، مفهومة، و أن يتضمن المعلومات الدقيقة و الضرورية<sup>(2)</sup>، رغم أن مختلف التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية أكدت على جواز التعبير عن الإيجاب بوسائل إلكترونية، و منها رسالة البيانات عبر شبكة الانترنت عملاً بأحكام المادة 1/11 من قانون الأونيسترال النموذجي

1- لزهري بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 72.

2- حاسل نورية، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 30.

بشأن التجارة الإلكترونية بنصها " ...يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض و قبول العرض ..."(1) .

عرف التوجيه الأوروبي رقم 7/97 الصادر في 20 ماي 1997 الخاص بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد، الإيجاب بأنه: " كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة و يستبعد من ذلك مجرد الإعلان و الدعاية و الدعوى للتعاقد"(2) .

كما يعرف الإيجاب بصفة عامة أنه عرض جازم و كامل للتعاقد، وفقا لشروط معينة يوجهه شخص إلى شخص آخر، كذلك يجب أن يكون الإيجاب متضمنا لكافة العناصر الأساسية للعقد المراد كتحديد المبيع و الثمن في عقد البيع (3) .

بما أن الإيجاب في العقد الإلكتروني يخضع للقواعد العامة التي يخضع لها العقد التقليدي، لكن الفرق بينهما يكمن في الوسيلة الإلكترونية التي يتطلبها الإيجاب الإلكتروني.

بالتالي يشترط في الإيجاب الإلكتروني شروط عامة كما هو الحال في الإيجاب التقليدي ، حيث يجب أن يكون الإيجاب محددًا و واضحا أي لا يشوبه أي لبس أو غموض، ويكون كذلك باستعمال الموجب عبارات واضحة للدلالة في التعبير، و يكون الإيجاب محددًا و واضحا إذا تضمن العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه، كالبيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد(4) كما يجب أن يكون الإيجاب باتًا و جازمًا، و يكون التعبير عن الإرادة عبر الوسيط الإلكتروني باتًا أي لا رجعة فيه من قبل الموجب، بمعنى أنه إذا تجاوز الإيجاب مرحلة المفاوضات أصبح نهائيًا ، و كما يجب أن يكون الإيجاب جازمًا هذا ما يفترض وجود إرادة عازمة على التعاقد (5) .

1- عمرون سيلية - عيسات بسممة، التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مرجع سابق، ص 47-48.

2- بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص : قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015، ص 67.

3- عنوش حنان- لعلاوي عز الدين، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص : القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2019، ص 29.

4- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية : (القانون الخاص) كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجبلاي اليابس، سيدي بلعباس، 2018، ص 72.

5- مناني فراح، العقد الإلكتروني "وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري"، دار الهدى، الجزائر، 2009، ص 79.



## ثانيا: القبول الإلكتروني

لا يكفي لإبرام العقود وجود الإيجاب وحده فلا بد أن تقابله إرادة عقدية أخرى تتضمن قبولا لهذا الإيجاب مطابقا له من المتعاقد الآخر، و يجمع الفقه أن القبول الإلكتروني لا يختلف عن القبول بمفهومه التقليدي إلا من حيث الوسيلة الإلكترونية المستخدمة في التعبير عنه، و بالتالي فهو يخضع لنفس الأحكام التي تنظم القبول التقليدي<sup>(1)</sup>.

يعرف القبول على أنه التعبير الصادر عن إرادة الطرف الذي وجه إليه الإيجاب، يفيد موافقته على ما جاء في الإيجاب<sup>(2)</sup>.

يتمثل القبول الإلكتروني في : " تعبير عن الإرادة يصدر ممن وجه إليه الإيجاب يتم من خلال استخدام وسيلة الكترونية، يفيد موافقته على إبرام العقد طبقا للشروط الواردة في الإيجاب"<sup>(3)</sup>.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري أغفل عن وضع تعريف للقبول، حيث اكتفى فقط بذكر الوسائل التي يتم بها التعبير عن الإرادة في نص المادة 60 ق م ج.<sup>(4)</sup>

يخضع القبول للشروط العامة التي يتطلبها كل تعبير عن إرادة بما فيها أن يكون مطابقا للإيجاب و أن يكون صريحا، واضحا و باتا، يشترط كذلك أن يتم خلال مدة محددة إضافة إلى صدوره باستخدام وسيلة الكترونية، توافقا لطبيعته الإلكترونية<sup>(5)</sup>.

توجد طرق محددة يكون لها الأثر في إثبات القبول من عدمه، و هذه الطرق إما عن طريق الضغط على الأيقونة المخصصة لإعلان الموافقة و القبول ضمن جهاز الحاسوب، و هذه الطريقة تعتبر أكثر الطرق الشائعة لإعلان القبول، و يمكن أن يتم القبول أيضا عن طريق المحادثة الفورية أو عن

1- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، مرجع سابق، ص 75.

2- عجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 179.

3- أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث ل م د في القانون، تخصص: قانون خاص داخلي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018 ص 147.

4- تنص المادة 60 ق م ج على أن: "التعبير عن الإرادة يكون باللفظ، و بالكتابة، أو بالإشارة المتداولة عرفا، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالاته على مقصود صاحبه."

5- أكسوم عيلا م رشيدة، مرجع سابق، ص 147.

طريق البريد ، و قد يشترط الموجب في إيجابه بغرض التأكد من صحة إجراء القبول، أن يتم عن طريق النقر مرتين على الأيقونة المخصصة للقبول، ولا يعد قبولا صحيحا بالنقر مرة واحدة<sup>(1)</sup>.

## الفرع الثاني

### المحل و السبب في العقد الإلكتروني

لكي ينعقد العقد الإلكتروني صحيحا يجب أن يتوافر له ثلاثة أركان وهي الرضا ،المحل ،السبب سنخصص الدراسة على ركني المحل و السبب، حيث يشترط فيهما أن يتفقا مع النظام العام و حسن الآداب ، لذلك سنبين المحل في العقد الإلكتروني (أولا) ثم السبب في العقد الإلكتروني (ثانيا).

#### أولا :المحل في العقد الإلكتروني

يعرف محل العقد على أنه الالتزامات التي يولدها، و هو بهذه المثابة يعتبر ركنا في الالتزام .  
قد نص المشرع الجزائري على المحل في المواد من 92 إلى 98 ق م ج و لم يفصل المشرع بين المحل و السبب.

يشترط في محل العقد بصفة عامة أن يكون معينا و قابلا للتعيين و ممكنا و مشروعاً، و لكي يكون محل العقد الإلكتروني معينا و قابلا للتعيين، فإنه يتم وصف المنتج أو الخدمة عبر تقنيات الاتصال الحديثة بصورة دقيقة و كاملة، مع تجنب الإعلانات الخادعة أو المضللة<sup>(2)</sup>.

#### ثانيا : السبب في العقد الإلكتروني

لا يختلف الحال في عقد التجارة الإلكترونية عن العقود التقليدية حيث يكون السبب أحد أركان العقد و تخلفه يؤدي إلى بطلانه، و يشترط في السبب أن يكون موجودا و صحيحا، بمعنى ليس وهميا أو صوريا، كما يشترط أن يكون مشروعاً، يقصد بالمشروعية عدم مخالفة الباعث على التعاقد للنظام العام و الآداب العامة ، و أن يكون مطابقا للقانون حيث تنص المادة 97 من ق م ج على أنه : " إذا كان التزام المتعاقد لسبب غير مشروع أو لسبب مخالف للنظام العام أو للآداب، كان العقد باطلا."

1- لزهري بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ص 87-88.

2- مناني فراح ،العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص ص 111-112.

يجب أن يكون السبب مشروعاً لدى طرفي العقد، فإذا كان السبب مشروعاً لدى طرف و غير مشروع لدى الطرف الآخر كان العقد باطلاً<sup>(1)</sup>.

### الفرع الثالث

#### تحديد زمان و مكان إبرام العقد الإلكتروني

حظيت مسألة تحديد زمان و مكان إبرام العقود اهتمام كبير من الفقه و القضاء، و ذلك لأهمية النتائج التي تترتب على تحديد هذه المسألة فتحديد زمان إبرام العقد يترتب تحديد تنفيذ العقد (أولاً) ، أما من حيث المكان فتظهر الأهمية في معرفة القانون الواجب التطبيق، و المحكمة المختصة بالنظر في حالة حدوث النزاع (ثانياً).

#### أولاً : تحديد زمان إبرام العقد الإلكتروني

في بحث عن هذه المسألة اختلفت الآراء الفقهية و انقسمت إلى أربعة اتجاهات، و بتطبيقها على العقد الإلكتروني، نكون أمام أربعة أوقات لإبرام العقد و تحديد زمان نشأة الرابطة العقدية الإلكترونية.

#### أ - نظرية إعلان القبول

طبقاً لهذه النظرية فإن لحظة إبرام عقد التجارة الإلكترونية هي اللحظة التي يحرر فيها القابل رسالة إلكترونية، تتضمن القبول أو اللحظة التي يضغط فيها على الأيقونة المخصصة للقبول، و عدم تصديره و ذلك بالنقر على مفتاح التوقف، حيث إن القبول لن يخرج في هذه الحالة عن سلطة القابل و سيبقى بذلك في مرحلة إعلان القبول .

تتميز هذه النظرية بأنها تعبر عن اللحظة الحقيقية التي يفتتن فيها الإيجاب بالقبول، و لكن سيترتب على الأخذ بها صعوبة إثبات القبول و أن الرسالة الإلكترونية التي حررها القابل، ليس لها وجود إلا في حاسوبه الخاص<sup>(2)</sup>.

1- لزهري بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية مرجع سابق، ص 127.

2- لزهري بن سعيد، مرجع سابق، ص 111.

## ب - نظرية تصدير القبول

مفاد هذه النظرية أن العقد ينعقد في الوقت الذي يتم فيه تصدير القبول إلى الموجب، و بمعنى آخر ينعقد العقد في الوقت يبعث الموجب له الرسالة التي تتضمن قبوله للموجب<sup>(1)</sup>. و يؤخذ على هذه النظرية إمكانية حدوث عطل أو خلل ما في الأجهزة الإلكترونية، أثناء إرسال الرسالة الإلكترونية مما يؤدي إلى عدم وصول الرسالة إلى الموجب، الذي لا يكون على علم بالقبول الذي تم إرساله<sup>(2)</sup>.

## ج - نظرية تسليم القبول

يذهب أنصار هذه النظرية إلى أن القبول لا يكون نهائياً إلا إذا وصل إلى الموجب سواء علم الموجب أو لم يعلم به، و يعد وصول القبول إلى الموجب قرينة على علمه به، و بالتالي فإنه وفقاً لهذه النظرية فإن وقت انعقاد العقد هو وقت وصول الرسالة المتضمنة للقبول إلى الموجب، و بتطبيق هذه النظرية على التعاقد الإلكتروني نجد أن لحظة إبرام العقد ليست هي لحظة دخول الرسالة الإلكترونية للقابل، بل هي لحظة وصولها إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالموجب.

## د - نظرية العلم بالقبول

وفقاً لهذه النظرية يتم التعاقد من اللحظة التي يعلم فيها الموجب فعلاً بالقبول الصادر ممن وجه إليه الإيجاب، وفقاً لهذه النظرية يتم التعاقد من اللحظة التي يعلم فيها الموجب فعلاً بالقبول الصادر ممن وجه إليه الإيجاب، و ذلك على أساس أن الأصل في التعبير عن الإرادة لا ينتج أثرها إلا عند وصوله إلى علم من وجه إليه فلا بد من توافق الإرادتين و تطابقهما<sup>(3)</sup>.

بإسقاط ذلك على العقد الإلكتروني فإن العقد ينعقد من خلال البريد الإلكتروني في اللحظة التي يفتح فيها الموجب صندوق بريده الإلكتروني، و يطلع على رسالة القابل، و في العقد المبرم عن طريق الموقع ينعقد العقد بمجرد علم الموجب بالقبول الصادر عبر الموقع.

1- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، مرجع سابق، ص 78.

2- لزه بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 112.

3- بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، مرجع سابق، ص 114.

أخذ على هذه النظرية صعوبة إثبات علم الموجب بالقبول الصادر عن القابل و أن علم الموجب بالقبول أمر شخصي يتم منفردا دون تدخل القابل، كما أنه يصعب على القابل إثبات علم الموجب بقبوله إذ يستطيع الموجب إنكار وصول القبول إلى علمه<sup>(1)</sup>، بالتالي فهذه النظرية يصعب الأخذ بها في مجال عقود التجارة الإلكترونية .

### هـ - نظرية تأكيد وصول القبول

بالإضافة إلى النظريات الأربعة السالفة الذكر هناك نظرية أخرى ظهرت مع ظهور نظام التعاقد الإلكتروني، المتمثلة في نظرية تأكيد وصول القبول، يرى أنصار هذه النظرية أن لحظة انعقاد العقد الإلكتروني هي لحظة تأكيد القبول من قبل من وجه إليه الإيجاب، بعد تمكنه من مراجعة قبوله و عرض الموجب و تصحيح الأخطاء المحتملة، و إذا كان القبول مجردا من تأكيد الواجب تصديره لصاحب العرض فإنه لا يترتب عليه أثر بشأن انعقاد العقد<sup>(2)</sup> .

أخذ المشرع الجزائري بنظرية العلم بالقبول في تحديد لحظة إنعقاد العقد و يتضح ذلك خلال المادة 2/67 من ق م ج : " ... ويفترض أن الموجب قد علم بالقبول في المكان و في الزمان اللذين وصل إليه فيهما القبول. " و التي كانت يعتمد عليها قبل صدور قانون التجارة الإلكترونية الجزائري في تحديد زمان انعقاد العقد .

نظرا لقصور هذه النظرية كونها لا تتماشى مع متطلبات التجارة الدولية من سرعة و دقة في إبرامها فقد اعتمد المشرع الجزائري على نظرية تأكيد وصول القبول<sup>(3)</sup>، هذا ما أكدته المادة 12 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري خلال الفقرة الثالثة و الرابعة التي تنص على ما يلي: "التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، و السعر الإجمالي و الوحدوي، و الكميات المطلوبة بغرض تمكنه من تعديل الطلبية، و إلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة،

1- عجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري: (دراسة مقارنة )، مرجع سابق، ص 201.  
2- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص: قانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص ص 193-194.  
3- عمرون سييلية - عيسات بسمة، التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مرجع سابق، ص 74.

-تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد".

### ثانيا :تحديد مكان إبرام العقد الإلكتروني

ينعقد العقد الإلكتروني غالبا بغياب المتعاقدين منحيث المكان،مما جعل صعوبة تحديد مكان إبرام العقد كما يثير مكان انعقاد العقد الإلكتروني بعض الصعوبات و الجدل حول تحديده ،و من أجل احتواء هذه الصعوبات ظهرت نظريتان ،في تحديد مكان انعقاد العقد الإلكتروني التي سنستعرضها فيما يلي :

#### أ- نظرية محل إقامة الموجب

يرى أنصار هذه أن مكان انعقاد العقد الإلكتروني يتحدد بمكان علم الموجب بالقبول، لأنه هو المكان الذي ينعقد فيه العقد.(1)

فحسب أصحاب هذه النظرية فهم يعتقدون بمحل إقامة الموجب ،كمكان لإبرام العقد الإلكتروني بحيث يتحدد محل إقامته في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه-الموجب-،إذا لم يتفق المتعاقدين على خلاف ذلك، حيث يمكن لهما أن يتفقا على جعل مكان آخر للعقد الإلكتروني، كمكان إقامة القابل أو مكان تنفيذ العقد ،لكن يطرح الإشكال في حالة ما يكون للمرسل إليه -الموجب- أكثر من مقر عمل، كأن يكون له مقر عمل رئيسي و آخر فرعي ،في هذه الحالة سوف يعتد بالمقر الرئيسي أو بمقر العمل الذي تكون له صلة فعلية بموضوع أو تنفيذ التعاقد الإلكتروني، أما في حالة غياب مقر أصلا للموجب فيعتد بمحل إقامته المعتادة.(2)

انتقدت هذه النظرية لأنها تؤدي إلى حرمان المستهلك في ظل التعاقد من الحصول على حقوقه، لأنه في حالة نزاع سوف يضطر إلى مقاضاة الموجب في محل إقامته ،الأمر الذي سوف يسلب المستهلك فرصة الاستفادة من الحماية القانونية التي يوفرها قانونه الوطني الخاص بحماية المستهلكين(3) .

1 - بهلولي فاتح،النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري،مرجع سابق ، ص 197.

2- خالد ممدوح ابراهيم،إبرام العقد الإلكتروني ،مرجع سابق ، ص 391.

3 - عمرون سيلية-عيسات بسمة،التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري،مرجع سابق ،ص 77.

## ب- نظرية محل إقامة القابل

يذهب أنصار هذه النظرية إلى القول أن مكان إبرام العقد الإلكتروني هو مكان إقامة القابل بغض النظر عن مكان الموجب<sup>(1)</sup>، و عند سكوت الطرفين يرجع إلى مكان إرسال الذي انطلقت منه المبادرة التعاقدية<sup>(2)</sup>.

انتقدت هذه النظرية على أساس أنها تخل بمبدأ المساواة بين الطرفين، كونها تتحاز أكثر إلى المستهلك لكن غالبية الفقه يرى بأن هذه النظرية تحقق إيجابيات في مجال العقود الإلكترونية، و يظهر ذلك من خلال السماح للمستهلك -القابل- من أن يرفع الدعوى أمام محاكم الدولة التي يقيم فيها<sup>(3)</sup>.

1- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 199.  
 2- عنوش حنان -لعلوي عز الدين، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 37.  
 3- عمرو نسيلية - عيساتبسة، التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مرجع سابق، ص 78.

## المبحث الثاني

### ماهية الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

إن التطور الحاصل في شبكة المعلومات و الاتصالات، و ما رافقه من إزدياد عدد مستعملي التقنيات الإلكترونية في شتى المجالات التجارية خاصة في إطار إبرام العقود التجارية المعروضة عبر المواقع الإلكترونية، أدى إلى توسيع آفاق التسويق أمام المستهلك كونه يتيح له خيارات واسعة للتسوق ، مما أدى إلى إلزامية تبصير المستهلك عن المعلومات و البيانات محل التعاقد .

سنحاول دراسة مفهوم الإلتزام بالتبصير الإلكتروني (مطلب أول) ثم تبيان طبيعته القانونية (مطلب ثاني).

### المطلب الأول

#### مفهوم الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

يعد الإلتزام بتبصير المستهلك من أهم الإلتزامات التي تقع على عاتق البائع لحماية المستهلك، خاصة في عقود التجارة الإلكترونية، باعتبار أن التعاقد عن بعد يتم من خلال إستخدام وسائل الاتصال الحديثة، فإن ذلك يتطلب تزويد المستهلك بجميع المعلومات الضرورية للتعبير عن إرادته بقبول العرض و تمكنه من الموافقة على شروط التعاقد برضا تام . هذا ما يستوجب التعرض إلى :

تعريف الإلتزام بالتبصير الإلكتروني وتمييزه (فرع الأول) ثم نتبعه بدراسة أسس الإلتزام بالتبصير (فرع ثاني) كذلك نبين أطراف الإلتزام بالتبصير الإلكتروني (فرع ثالث).

### الفرع الأول

#### تعريف الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و تمييزه عن المصطلحات المشابهة له

سنحاول تعريف الإلتزام بالتبصير الإلكتروني (أولاً) ثم تمييزه عن المصطلحات المشابهة له (ثانياً) .



## أولاً : تعريف الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

يتعين بداية الإشارة إلى أن الفقه يطلق على هذا الإلتزام عدة تسميات، فالبعض يسميه الإلتزام بالإعلام والإلتزام بالتبصير، يرى البعض الآخر أنه إلتزام بالإفشاء بالبيانات و المعلومات، أو إلتزام بالإخبار أو بالإفصاح، أو الإلتزام بالشفافية، فهي تعتبر مرادفات لمعنى واحد (1)، ذلك أن الغاية من الإلتزام جعل المستهلك على بصيرة بكل ملابسات التعاقد قبل الإقدام عليه .

يعد الإلتزام بالتبصير على أنه التزام عام يشمل المرحلة السابقة للتعاقد، و بذلك عرفه الفقه بأنه : " تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر من عناصر التعاقد المزمع، حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد" (2) .

أما الإلتزام بالتبصير الإلكتروني عرفه البعض بأنه : " عبارة عن إلتزام قانوني سابق لإبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط الكترونية في الوقت المناسب، و بكل شفافية و أمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة" (3) .

كما يعرف بأنه : " إلتزام يقع على التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة، بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه ، و بياناته التجارية و بكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد ، و التي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستنيرة" (4) .

1- حجابي محمد، "الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد و تطبيقاته على العقود الإلكترونية: ( نطاقه و ضمانات المستهلك الإلكتروني)"، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية و السياسية، عدد 08، كلية القانون، العراق، 2013، ص 245.

2- نواف محمد مفلح الذيابات، رسالة ماجستير، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط 2013، ص 47 .

3- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 267 .

4- عائشة قصار الليل، "الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد" ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، عدد 10، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة 01، 2017، ص 225-226.

ذهب جانب من الفقه الفرنسي إلى القول بأن الالتزام بالإعلام هو: "إلتزام مستقل بالإدلاء بالبيانات اللازمة لانعقاد العقد، و يقصد به التزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر في مرحلة تكوين البيانات اللازمة لتبصير رضاه بمضمون هذا العقد، بناء على الثقة المشروعة بينهما"<sup>(1)</sup>.

يتضح مما سبق أن التعريفات الفقهية السابقة للإلتزام بالتبصير كلها تتفق على ضرورة الإلتزام بالتبصير في المرحلة السابقة على التعاقد غير أنها تختلف في ضرورة القيام بالتبصير في مرحلة تنفيذ العقد.

بالرجوع إلى التشريع الجزائري نجد أنه نظم الإلتزام بالإعلام بالنسبة للعقود التقليدية دون الالكترونية، في التقنين المدني باعتباره الشريعة العامة التي تنظم أغلب التصرفات القانونية، حيث أنه وفقا لأحكام القانون المدني الجزائري يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه<sup>(2)</sup>.

كما نظم المشرع الجزائري هذا الإلتزام في قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و يتضح ذلك خلال نص المادة 17 التي تنص على مايلي: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة."<sup>(3)</sup> لعل المشرع قد قصد من خلال نص المادة آليات إعلام المستهلك حتى يتحصل على المعلومات، و قد ذكرها على سبيل المثال لا الحصر و يظهر ذلك باستخدام عبارة "أية وسيلة أخرى مناسبة".

أيضا نصت المادة 52 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المتعلق بشروط و كفيات إعلام المستهلك على أنه: "يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان، أو بواسطة أي

<sup>1</sup>-ALLISE JAEN, *L'obligation de renseignements dans les contrats*, thèse, Paris1, 1975, P 224.

<sup>2</sup>- انظر المادة 1/352 من الأمر رقم 58-75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج. ر. ج. ج. عدد 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 يونيو 2005، ج ر ج ج، عدد 44، الصادر بتاريخ 26 يونيو 2005.

<sup>3</sup>- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج. ر. ج. ج. عدد 15 صادر في 08 مارس 2009، معدل و متمم.

طريقة أخرى مناسبة بالخدمات المقدمة، و التعريفات و الحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية و الشروط الخاصة بتقديم الخدمة<sup>(1)</sup>.

كذلك أشار المشرع الجزائري إلى المعلومات التي يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني خلال نص المادة 13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري: "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية :

- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات ،

- شروط و كفاءات التسليم ،

- شروط الضمان و خدمات ما بعد البيع ،

- شروط فسخ العقد الإلكتروني ،

- شروط و كفاءات الدفع ،

- شروط و كفاءات إعادة المنتج<sup>(2)</sup>.

يتضح مما سبق ذكره أن المشرع الجزائري ألزم البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأي طريقة كانت، و حسب طبيعة المنتج بالمعلومات المتعلقة بمميزات المنتج ، أو الخدمة و شروط البيع .

## ثانيا : تمييز الالتزام بالتبصير الإلكتروني عن المصطلحات المشابهة له

لتحقق مفهوم الإلتزام بالتبصير بأكثر دقة لابد من تمييزه عن المصطلحات المشابهة له:

1- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك ج ر ج ج ، عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

2- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج . ر . ج ج ، عدد 28، صادر في 16 مايو 2018.

## أ- التمييز بين الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الإعلان الإلكتروني :

إن الإعلام عبارة عن نشر حقائق و معلومات و إخبار حول شيء معين، و الهدف منه هو نشر الثقافة و الوعي لدى أفراد المجتمع ،كما أنه لا يهدف إلى تحقق الربح (1) و تتسم هذه الحقائق بالموضوعية و تكون كذلك ثابتة و سليمة الشيء الذي يساعد الفرد في أخذ فكرة صحيحة و سليمة حول الشيء محل التبصير، فمع التطور الإقتصادي و كثرة المنتجات أصبح الإلتزام بالتبصير مرآة تعكس هذه التطورات فهي تلعب دور الوسيط ،بحيث يلتزم المحترف بإعلام المستهلك بكل البيانات و المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد(2)، أما الإعلان فهو عبارة عن إقتراحات عروض منشورات تعليمات التي تهدف ترويج منتج أو خدمة معينة بإستعمال وسائل السمع البصري، فالهدف من الإعلان هو جذب المستهلك و التأثير فيه(3) .

يكنم الإختلاف في أن الإعلان هو وسيلة اتصال مدفوعة الأجر و يمكن التحكم بالرسالة الإعلانية هدفه إثارة الطلب أغراضه اقتصادية (زيادة المبيعات ) يوضح الجانب الإيجابي للسلعة. أما الإعلام وسيلة لنشر الحقائق و المعلومات و الأخبار بين الجمهور بهدف تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي .

## ب- التمييز بين الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الإلتزام بتقديم النصح و المشورة :

إن الإلتزام بالتبصير هو مجرد نقل لمعلومات و بيانات و تقديمها بطريقة حيادية دون دفع المستهلك أو حثه على أمر معين ليتخذ قراره(4) ،أما الإلتزام بتقديم النصح و المشورة فلا يقتصر فقط على

1- حاني حميدة - مزماط سامية، حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: القانون الخاص الشامل ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، 2014، ص15.

2- بوالباني فايزة، الاعلام كوسيلة لحماية المستهلك ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،فرع: العقود و المسؤولية ،كلية الحقوق بن عكنون ،جامعة الجزائر 01 ،2012، ص10.

3- مهدي ستي، حق المستهلك في الإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون اقتصادي ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة مولاي الطاهر ،سعيدة ،2016، ص09.

4 - بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام ،أطروحة مقدمة لنيل لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص : القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2019، ص25.

إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد فيقوم على تقديم الحل الأنسب لمصلحة المستهلك، فالمدین ملزم ببذل عناية أكبر كقيامه ببعض الأبحاث و الدراسات حول الشيء محل التعاقد<sup>(1)</sup>.

و يكمن الاختلاف في أن الإلتزام بالتبصير يكون دون مقابل في حين أن الإلتزام بتقديم النصح و المشورة يكون بمقابل<sup>(2)</sup>، و يختلف كذلك من حيث الطبيعة و الآثار فالإلتزام بالإعلام إلتزام قانوني يترتب عن الإخلال به مسؤولية تقصيرية، في حين أن الإلتزام بالنصح و المشورة هو التزم عقدي يترتب عن الإخلال به مسؤولية عقدية<sup>(3)</sup>.

### ج- التمييز بين الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الإلتزام بالإستعلام :

يعرف الإلتزام بالإستعلام على أنه طلب الحصول على معلومات و بيانات تتعلق بمحل التعاقد الذي من شأنه مساعدة المستهلك على فهم و توضيح أمور، كان يجهلها فالإستعلام واجب يقع على عاتق المهني .

يكمن الاختلاف بين الإلتزام بالتبصير و الإلتزام بالإستعلام الإلتزام الأول إلتزام قانوني يقع على عاتق المهني يهدف إلى التأثير على إرادة المستهلك، و يكون ذلك بإعلامه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة التي تكون محل التعاقد، بينما الإستعلام فهو واجب يلتزم به المهني مع نفسه و ليس مع غيره<sup>(4)</sup>.

1- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، مرجع سابق، ص 48.  
2- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية: (دراسة مقارنة)، مكتبة السنهوري، بغداد، 2011، ص ص 114-113.  
3- عائشة قصار الليل، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد"، مرجع سابق، ص 228.  
4- بن سالم المختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام ل م د، تخصص : قانون المنافسة و الاستهلاك، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018، ص 22.

## الفرع الثاني

## أسس الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

اختلف الفقهاء في تحديد الأساس القانوني أو مصدر الإلتزام بتقديم المعلومات و أرجع فقهاء القانون هذا الإلتزام إلى عدة مصادر و سنتطرق إليها في النقاط التالية :

## أولا : الإلتزام بالتبصير مصدره التشريعات الخاصة

يرى جانب من الفقه بأن الإلتزام الملقى على عاتق المهني هو إلتزام قانوني أي مصدره القانون، و تحديدا القوانين الخاصة بحماية المستهلك فالبنسبة للتوجيه الأوروبي رقم 97/7/CE قد ألزم التاجر بالعديد من الإلتزامات الواجب القيام بها تجاه المستهلك و من أهمها الإلتزام بالإعلام المنصوص عليه في نص المادة 4 منه<sup>(1)</sup>.

كما بين المشرع الجزائري بوضوح الإلتزام بالإعلام في قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش خلال المادة 17، و أشار إلى المعلومات التي يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني خلال نص المادة 13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري السالفة الذكر، كذلك أوجب الإعلام المسبق للمستهلك بشروط العقد من أجل تحقيق نزاهة و شفافية العمليات التجارية ، ذلك خلال المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين في المادة 04 منه .

<sup>1</sup> - Art 04 /b de Directive 97/7/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats a distance disposant : **"En temps utile avant la conclusion de tout contrat a distance le consommateur doit bénéficier des informations suivantes :**

...caractéristiques essentiels du bien ou du service ... " ,disponible sur le site : <http://eur-lex.europa.eu>, date de consultation :13-07-2020, à : 12 :30 .

ورد أيضا ذكر هذا الالتزام في المادة 04 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء فيها بأنه : "يتولى البائع و جوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و شروط البيع"<sup>(1)</sup> .

بالرجوع إلى قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05 نجد أن المشرع الجزائري نص على الإلتزام بالإعلام الإلكتروني من خلال المادتين 10 و 11<sup>(2)</sup> .

### ثانيا : الإلتزام بالتبصير أساسه نظرية صحة و سلامة الرضا

يجد الإلتزام بالتبصير قبل التعاقد مجاله في المرحلة السابقة للتعاقد، من أجل إيجاد رضا حر و مستتير مما دفع إتجاها في الفقه إلى القول بأن هذا الإلتزام يجد أساسه في نظرية صحة و سلامة الرضا لا يتحقق ذلك إلا إذا كان هذا الرضا خاليا من العيوب و بصفة خاصة الغلط و التدليس<sup>(3)</sup> .

المستقر عليه أن الغلط الذي يعيب التراضي هو الغلط الجوهرى و هذا سواء صفة الشيء الجوهرية أو في ذات المتعاقد ،و تكون هذه الصفة هي السبب الرئيسي في التعاقد بحيث ما كان المتعاقد ليبرم العقد لو لم يقع في الغلط ،إذ يمثل الغلط في القانون وهم يقوم في ذهن الشخص فيتصور الأمر على غير حقيقته و يدفعه للتعاقد،<sup>(4)</sup> و بالإستناد إلى الإلتزام بالإعلام الذي يعتبر مكمل في هذه الحالة نظرية الغلط فإذا تمكن المتعاقد الذي شاب رضاه هذا العيب، أن يثبت أنه وقع فيه بسبب عدم إفصاح الطرف الآخر له عن بيانات أو معلومات تدخل في نطاق الإلتزام بالإعلام، فإن له الحق في المطالبة بالتعويض<sup>(5)</sup> .

1- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج. ر ج . ج . عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004، معدل و متمم .

2 - تنص المادة 10: "يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني و أن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني."

تنص المادة 11: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة، و يجب أن يتضمن على الأقل، و لكن ليس على سبيل الحصر ..."

3 - موفق حماد عبد ،الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية:(دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص. 118

4 - بن سالم المختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص. 103.

5 - بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص. 56.

أما بالنسبة للتدليس يعرف بأنه "حيل يلجأ إليها المتعاقد لإيقاع المتعاقد معه في غلط يدفعه إلى التعاقد" (1).

الأصل أن الكتمان لا يعد تدليسا ما لم تصاحبه نية التضليل وهو المقتضى المنصوص عليه في المادة 86 من ق م ج (2).

قد تطورت نظرية التدليس و إتسع مداها ليستوعب العقود الإلكترونية، و خاصة أن الإعلانات التجارية عبر شبكة الأنترنت أصبحت تؤثر في سلوك المستهلك، بل قد نحرضه على التعاقد للحصول على سلعة أو خدمة التي قد يكون لا يحتاجها، و نرى أن الكذب في الإعلانات و الدعاية الإلكترونية يدخل في مجال التدليس طالما كان مؤثرا في إرادة المدلس عليه، و لهذا الأخير الحق في طلب إبطال العقد لتعيب إرادته، أو المطالبة بالتعويض دون أي ضرورة إلى إثبات نية التضليل .

### ثالثا: الإلتزام بالتبصير أساسه مبدأ حسن النية

يتفق الفقهاء على أن أساس قيام الإلتزام بالإعلام هو أساس أخلاقي ترجم قانونا في مبدأ حسن النية *l'obligation de bon foi* ، الذي يقتضي من المدين عدم الكتمان على المعلومات الجوهرية التي لا يمكن لمن تعاقد معه أن يتوصل إليها بعلمه الخاص (3)، في نفس هذا العنصر يعد هذا المبدأ وسيلة لتحقيق العدالة العقدية (4).

1- فلالي علي، النظرية العامة للعقد : (الالتزامات) ، طبعة ثانية ، موفم للنشر ، الجزائر ، 2008 ، ص 124 .  
2- تنص المادة 2/86 من ق م ج : " و يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة ."  
3- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام ، مرجع سابق ، ص 46 .  
لمزيد من التفاصيل في استناد الإلتزام بالإعلام إلى المبادئ الأخلاقية انظر :

MAHI DISDET DJAMILA, *L'obligation d'information dans les contrats du commerce électronique*, thèse de docteur en droit, Université d'Avignon et des pays de Vaucluse, 2011, P3.  
4-FRELETEAU BARBARA, *Devoir et incombance en matière contractuelle*, thèse de doctorat en droit privé et science criminelles, Université de Bordeaux, 2015, P32.



يستوجب مبدأ حسن النية مراعاة الأمانة بين المتعاقدين بما يحقق الثقة بينهما، فعلى البائع عند إبرام العقد الإدلاء بكافة المواصفات و المعلومات الضرورية عن البيع، و أي كتمان لهذه المعلومات يتنافى مع حسن النية<sup>(1)</sup>، الأمر الذي أكدته المشرع الجزائري في المادة 107 من القانون المدني .

أما إذا لم يقم التاجر المحترف بإعلام الطرف الآخر بالمعلومات الضرورية حول التعاقد المزمع إبرامه إعتبر ذلك إخلالا بمبدأ حسن النية<sup>(2)</sup> .

### الفرع الثالث

#### أطراف الالتزام بالتبصير الإلكتروني

خلال دراستنا لأطراف الالتزام بالتبصير الإلكتروني سنتطرق لدراسة و تبيان الشخص الذي يحتل مركز المدين من بين طرفي العقد (أولا) و كذا الشخص الذي يحتل مركز الدائن (ثانيا) و يكون ذلك كالتالي :

#### أولا: المستهلك الإلكتروني

لم تضع التشريعات المقارنة مفهوما خاصا للمستهلك الإلكتروني و ذلك لعدم وجود فرق بينه و بين المستهلك العادي، إذ أن الفرق فقط في الوسيلة التي يستخدمها كل منهما للتعاقد<sup>(3)</sup>، عليه سيتم تعريف المستهلك الإلكتروني من الناحية الفقهية، ثم من الناحية التشريعية.

#### أ- التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني :

تجدر الإشارة في البداية إلى أن المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية ، و لكنه فقط يتعامل عبر وسيلة إلكترونية و من خلال شبكة

1- أحمد أمين نان، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ،التخصص : قانون الشركات، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017،ص10.

2- بوالكور رقيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، مرجع سابق ،ص 48.

3- خميخم محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017،ص.12

اتصال عالمية<sup>(1)</sup> وفي هذا الصدد نجد أن الفقهاء إنقسموا إلى اتجاهين : فمنهم من يضيق من مفهوم المستهلك و منهم من يوسع من مفهوم المستهلك و هذا ما سنوضحه فيما يلي :

## 1-تعريف المستهلك الإلكتروني حسب الإتجاه الضيق :

تبنى هذا الإتجاه مفهوما ضيقا للمستهلك من خلال أنه تعبير إقتصادي بالأصل، أي هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك<sup>(2)</sup> .

كما يعرف أيضا على أنه : " كل شخص يقوم بإبرام التصرفات القانونية، اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية و العائلية ،و يخرج من ذلك كل من يبزم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة"<sup>(3)</sup> .

عرفه البعض الآخر على أنه : "كل مشتري غير مهني ،لأموال الإستهلاك التي تخصص لإستعماله الشخصي.

يمكن أن يكون المستهلك شخص معنوي، كالجمعيات الخيرية و النقابات<sup>(4)</sup> .

حجة أنصار هذا الاتجاه في تضيق لمفهوم المستهلك هو أن المهني الذي يبزم عقودا إلكترونية أو عادية في مجال تخصصه يكون لديه الخبرة و الدراية، في كل ما يتعلق بمهنته على خلاف المستهلك الذي لا يمتلك هذه الخبرة و الدراية<sup>(5)</sup> .

## 2-تعريف المستهلك الإلكتروني حسب الاتجاه الواسع :

ذهب أنصار هذا الاتجاه إلى توسيع مفهوم المستهلك حيث "يعتبر مستهلكا المحترف الذي يتصرف خارج إختصاصه المهني"<sup>(6)</sup> .

1- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية : ( دراسة مقارنة)،الدار الجامعية، الإسكندرية ص19.

2- زايدي سميرة،الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ، تخصص : قانون أعمال كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، 2016،ص 22.

3- عبد المنعم موسى إبراهيم،حماية المستهلك : (دراسة مقارنة) ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان،2007، ص 19.

4 - أكسوم عيلا م رشيدة،المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني ،مرجع سابق ،ص45.

5 - زوز هدي، "آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري"،مجلة الحقوق و الحريات العدد الرابع ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2017،ص318.

6 -JEAN CALAIS AULOY – FRANK STEINMETZ, *droit de la consommation*, 5éme édition, Dalloz 2000, P10.

كما يعرف المستهلك الإلكتروني على أنه : " ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من أجل توفير ما يحتاجه من سلع و خدمات، لإشباع حاجاته الشخصية و العائلية، دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها و دون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء و إصلاحها"<sup>(1)</sup> .

### ب -التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني :

عرف المشرع المصري في المادة 01 من القانون رقم 67 لسنة<sup>(2)</sup> 2006 بشأن حماية المستهلك بأنه : "كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص" يقصد بلفظ المنتجات في هذا القانون السلع و الخدمات<sup>(3)</sup> .

المشرع الفرنسي هو بدوره لم يحرص على و ضع تعريف للمستهلك، رغم أنه يعد أول المشرعين الذين إهتموا بحماية المستهلك، فقد ترك أمر ذلك للفقهاء و القضاء لوضع تعريف يتماشى مع التوجيهات الأوروبية<sup>(4)</sup> .

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في أول قانون لحماية المستهلك الذي صدر سنة 1989 لكن تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش في المادة 2/9 حيث عرف المستهلك أنه : "كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة للإستهلاك الوسيط أو النهائي، لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفله"<sup>(5)</sup> .

كما عرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 1/03 من القانون رقم 09-03 على أنه : "المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال

1 - لدغش سليمة، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع و الضرورة، مجلة الحقوق و الحريات، العدد الرابع كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص361.

2- قانون رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بقانون حماية المستهلك، ج ر ، عدد 20، صادر بتاريخ 20/05/2006، متاح على

الموقع : <http://www.laweg.net/>، تاريخ الاطلاع: 2020/08/10، على الساعة : 00:14.

3 - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، 2008، ص28.

4 - بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، 2017، ص260.

5 - طيهار خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص :قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص14.

النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به. " (1) بهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه و القضاء عناء البحث عن تعريف ملائم .

كذلك جاء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على أن : "مستهلك :هو كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني. " (2) يلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية و المعنوية شريطة أن تكون مجردة من الغرض المهني .

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف المستهلك الإلكتروني في المادة 06 فقرة 03 من قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كالتالي : "المستهلك الإلكتروني :كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني و بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي. " (3)

#### ثانيا : المحترف

يرتبط تطبيق قواعد قانون حماية المستهلك بتوفر صفة الإحتراف في الشخص الذي يتعامل معه المستهلك بغض النظر عن الطريقة أو الوسيلة المعتمدة في إبرام العقد (4).

بالعودة إلى التشريع الجزائري نجد أن المشرع لم يتطرق إلى تعريف المهني لكن نجد أنه استخدم مصطلح المحترف و المتدخل فقد قدم تعريف المحترف و يقصد به المهني في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات (الملغى) و الذي عرفته بأنه : "المحترف هو منتج، أو وسيط الوسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك. " (5)

1 - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، ج. ر. ج. ج. عدد 15 صادر في 08 مارس 2009، معدل و متمم.

2 - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج. ر. ج. ج. عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004، معدل و متمم .

3 - قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائرية ، ج. ر. ج. ج. عدد 28، صادر في 16 مايو 2018.

4 - أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 24

5 - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 25 صفر 1411 الموافق ل 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات ، ج. ر. ج. ج. عدد 40، صادر بتاريخ 19 سبتمبر 1990، الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 20 ذي القعدة 1434 الموافق ل 26 سبتمبر 2013، المحدد لشروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ ج. ر. ج. ج. عدد 49، صادر بتاريخ 12 أكتوبر 2013.

كما أدرج في المادة 1/3 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تعريف العون الاقتصادي الذي يفهم منه أن المشرع قد قصد به المهني حيث تنص المادة على ما يلي: " عون اقتصادي : كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفتها القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسست من أجلها ". (1)

اعتمد المشرع كلمة متدخل بدل المهني ويتضح ذلك خلال نص المادة 8/3 القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الآتي نصها: " المتدخل : كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك ". (2)

كما قد عرفت المادة 4/6 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المورد الإلكتروني و ذلك في مجال عقود التجارة الإلكترونية فجاءت المادة على النحو التالي :

" المورد الإلكتروني : كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو إقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية ". (3)

من خلال استقراء النصوص القانونية التي أقرها المشرع الجزائري نجدها تتفق فيما بينها في إعتبار المحترف أو المتدخل في مجال عمله محترفا و كما سوى المشرع بين المنتج و الموزع و الوسيط في كونهم متدخلين و أكثر دراية و خبرة بما يقدمونه من منتجات و خدمات إلى طائفة المستهلكين و في ضوء التعريفات السابقة تجدر الإشارة إلى أن المهنيين جاءوا على سبيل المثال لا الحصر لذا يمكن تقسيم المهنيين لهذا الالتزام إلى الفئات التالية :

**1- المنتج:** يقصد بالمنتج صانع السلعة المعدة في شكلها النهائي، و يدخل في مفهوم المنتج كل صغار المنتجين و أرباب الحرف الحرة الذين يعتمدون في صنع سلعهم على مهارتهم الشخصية، و قوتهم البدنية و يتم ذلك بجمعهم للمواد الأولية و الخاصة، و يقومون بإعداد تلك السلعة في شكلها النهائي لتكون

1- المادة 2/3 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل و متمم .

2- المادة 8/3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، معدل و متمم .

3- المادة 4/6 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، مرجع سابق .

جاهزة للاستخدام من طرف المستهلك<sup>(1)</sup> لذلك يقع عليه الإلتزام بالتبصير كونه على دراية بكل المعلومات و البيانات المحيطة بالسلعة<sup>(2)</sup>.

أما المشرع الجزائري فلم يقد بتعريف المنتج إكتفى بتعريف عملية الإنتاج ،و التي تنص عليها المادة 03 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش بأنها : " العمليات التي تمثل في تربية المواشي و جمع المحصول و الجني و الصيد البحري و المعالجة و التصنيع و التحويل و توضيب المنتج ، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه و هذا قبل تسويقه الأول " <sup>(3)</sup> .

**2-التاجر الإلكتروني :** هو الوسيط بين المنتج و المستهلك، فهو يقوم بشراء السلعة من المنتج و يقوم بإعادة بيعها للمستهلك، و يعتبر الطرف القوي في العلاقة الإقتصادية لذا يقع على عاتقه الإلتزام بتبصير للمستهلك عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد، و المخاطر المحيطة بها <sup>(4)</sup>، و يترتب عن عدم قيامه بالإلتزام بالتبصير عن المعلومات المتعلقة بالسلعة إلى قيام المسؤولية و التعويض عن الضرر الذي لحق المستهلك، و للإلتزام بالإعلام أهمية كبيرة في مجال عقود التجارة الإلكترونية بحيث يكون المستهلك أمام مجرد صورة لمنتج الذي يصنعه التاجر في موقع إلكتروني، لذا يكون التاجر ملزم بإعلام المستهلك بكل الخصائص و المعلومات المحيطة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد ،و ذلك من أجل تنوير إرادته<sup>(5)</sup>.

**3-المستورد :** هو الشخص الذي يقوم بجلب المنتجات الصناعية من الخارج إلى أرض الوطن <sup>(6)</sup> و يقوم بعرضها للبيع للمستهلك، فيعتبر المستورد تاجرا و تقع عليه نفس الإلتزامات كالتاجر، ومن بينها الإلتزام بتبصير المستهلك حول المعلومات و طبيعة السلعة محل التعاقد.

**4-مقدم الخدمة :** يمكن تعريفه على أنه تاجر يستعمل الوسائل الإلكترونية من أجل بيع منتجات صناعية و يقع الإلتزام بالتبصير عن المعلومات المحيطة بمحل التعاقد <sup>(7)</sup>.

1- **جلول دواجي بلحلول**، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة، أبي بكر بلقايد ،تلمسان، 2015،ص88.

2-زايدي سميرة، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ،مرجع سابق ،ص 26.

3-المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، معدل و متمم .

4-جلول دواجي بلحلول،مرجع سابق،ص89.

5- زايدي سميرة،الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ،مرجع سابق،ص27.

6- بواكور رقيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام ،مرجع سابق ،ص 74.

7- **جلول دواجي بلحلول**،الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية ،مرجع سابق ، ص ص 90-91.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلم يتم بتعريف مقدم الخدمة فقام فقط بتعريف الخدمة من خلال المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على ما يلي : " الخدمة : كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة". كما ألزم كذلك مقدم الخدمة على إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة قبل إبرام العقد<sup>(1)</sup>.

## المطلب الثاني

### تحديد طبيعة القانونية و شروط الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

للالتزام بالتبصير أهمية كبيرة، و يعد وسيلة فعالة لتحقيق التوازن بين المهني الذي يكون على دراية و علم بالمعلومات و البيانات محل التعاقد، و الذي يقع على عاتقه التزام بإعلام المستهلك الذي يكون جاهلا جهلا مشروعا بالمعلومات و البيانات محل الإلتزام بالتبصير ، كما أن تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالتبصير أهمية في تحديد القانون الواجب التطبيق و تحديد على من تقع المسؤولية وتساعد كذلك المستهلك على التمييز بين الإلتزام بالتبصير و الإلتزامات المشابهة له.

استنادا لما سبق ذكره سنبين في هذا المطلب شروط قيام الإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية (فرع أول) كما سنتطرق لدراسة التكيف القانوني للالتزام بالتبصير الإلكتروني (فرع ثاني) .

## الفرع الأول

### طبيعة الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

إن الهدف من وراء إقرار الإلتزام بالتبصير على عاتق المهني هو حماية المستهلك الإلكتروني، الذي هو إلى حاجة ماسة لمعرفة بالبيانات و المعلومات المتعلقة بالسلعة، أو الخدمة محل التعاقد. بناء على ما سبق فإن الإلتزام الذي يقع على عاتق المهني هو التزام بقيام عمل، و من هنا يتطرق لأذهاننا سؤال حول الطبيعة القانونية للالتزام بالتبصير هل هو التزام عقدي أو التزام غير عقدي (أولا) ، و من جهة أخرى هل هو التزام ببذل عناية أو تحقيق نتيجة (ثانيا).

<sup>1</sup>- انظر المادة 53 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بشروط و كفيات إعلام المستهلك، مرجع سابق .

## أولاً : الطبيعة العقدية للالتزام بالتبصير الإلكتروني

اختلفت الآراء حول هذا الالتزام، فهناك من يرى أنه التزام عقدي و من يرى أنه التزام غير عقدي

## أ- الالتزام بالتبصير إلتزام عقدي :

يرى أصحاب هذا الرأي أن الالتزام بالتبصير ذات طبيعة عقدية يترتب عن الإخلال به قيام المسؤولية العقدية<sup>(1)</sup>، و يستند أصحاب هذا الرأي إلى نظرية الخطأ في تكوين العقد فمضمون هذه النظرية أن الالتزامات التي تكون قبل التعاقد التزامات عقدية، فيوجود عقد سابق على العقد الأصلي يعتبر انه عقد ضمان لكل من المتعاقدين فهو يعد مصدرا لهذا الالتزام<sup>(2)</sup> ، و وفقا لما جاء في هذا الرأي فان ميزة اعتبار الالتزام بالتبصير التزام عقدي أن المستهلك يستفيد من قواعد الإثبات<sup>(3)</sup> و ذلك لتكوين حماية اكبر للمستهلك، إذ يكفي لقيام المسؤولية العقدية للمهني أن يثبت عدم قيامه بالإفضاء قبل التعاقد للمستهلك .

## ب -الالتزام بالتبصير إلتزام غير عقدي :

يرى أصحاب هذا الرأي أن الطبيعة القانونية للالتزام بالتبصير هو التزام غير عقدي و يترتب عن الإخلال به مسؤولية تقصيرية<sup>(4)</sup>، و تقوم هذه بحكم القانون و ليس بحكم التصرف الباطل و يترتب عن هذه المسؤولية تعويض كأثر ناتج عن العقد ،مع و جوب إثبات أركان المسؤولية التقصيرية للاستفادة من التعويض<sup>(5)</sup> ، و يستند كذلك أصحاب هذا الرأي إلى الرضا فهو احد أركان العقد فلا يمكن أن نعتبره عقد في حالة غياب ركن الرضا .

## ثانيا :طبيعة الإلتزام بالتبصير بحسب الهدف

اختلفت الآراء حول طبيعة الإلتزام بالتبصير من حيث الهدف، هل هو إلتزام ببذل عناية أم بتحقيق نتيجة سننتطرق إلى هذه الآراء فيما يلي :

- 1- بن صغير مراد، " الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الإلكترونية"، مجلة الحقوق، عدد02 كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017، ص ص 223-224.
- 2- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك : (دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون)، طبعة ثانية، منشأة المعارف الإسكندرية، 2008، ص 204.
- 3- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 84.
- 4- زايدي سميرة، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 14.
- 5- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية : (دراسة مقارنة) ،مرجع سابق ، ص223.



## أ- الالتزام بالتبصير التزام ببذل عناية :

يرى أصحاب هذا الرأي أن الالتزام بالتبصير هو التزام ببذل العناية، فبمقتضاه يقوم البائع بإعلام المستهلك بكافة المعلومات و البيانات المتعلقة بمحل التعاقد<sup>(1)</sup>، فالمدين ملزم ببذل العناية اللازمة و ذلك باستعمال وسائل و إمكانيات من أجل الوصول إلى الهدف المنشود<sup>(2)</sup> المتمثل في نقل كل البيانات و المعلومات و شكل مبسط و مفهوم، حتى يتمكن المستهلك من استيعابها<sup>(3)</sup>، مقابل ذلك فالالتزام لا يشمل إستعمال المستهلك للمعلومات و البيانات إستعمالا صحيحا فالتاجر ملزم فقط بنقل المعلومات المتعلقة بالمنتج و تقديم النصح و التوجيه و التحذير.

أما ما يتعلق بفهم المعلومات و الأخذ بالنصيحة و التحذير فالأمر خارج عن قدرة التاجر فهي أمور تترك لمحض اختيار المستهلك مع الإشارة أن درجة العناية المطلوبة هي عناية الرجل العادي<sup>(4)</sup>.

## ب- الالتزام بالتبصير إلتزام بتحقيق نتيجة :

يعتبر أصحاب هذا الرأي أن الالتزام بالتبصير هو التزام بتحقيق نتيجة، فهو يحقق العديد من المزايا منها توحيد القواعد التي تحكم المسؤولية عن الأضرار الناشئة عن المنتج الصناعي سواء كان ناتجة عن سوء استخدام أو لوجود عيب فيه<sup>(5)</sup>، و يعتبر أيضا التزام بتحقيق و تكريس حماية أكبر للمستهلك يعتبره الطرف الضعيف في مواجهة المهني الذي يملك النفوذ الاقتصادي<sup>(6)</sup>، فيكفي للمستهلك أن يثبت العلاقة التي تربطه بالتاجر لقيام مسؤولية هذا الأخير الذي لا يمكن له التخلص منها إلا بإثباته السبب الأجنبي<sup>(7)</sup>.

1- زايدي سميرة، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 16.  
 2- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص 38.  
 3- بن صغير مراد، " الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الإلكترونية "، مرجع سابق، ص 224.  
 4- جلول دواجي بلحلول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 86.  
 5- زايدي سميرة، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 17.  
 6- جلول دواجي بلحلول، مرجع سابق، ص 87.  
 7- بن صغير مراد، "الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص 225.

## الفرع الثاني

## شروط قيام الالتزام بالتبصير الإلكتروني

يجب لقيام الالتزام بالتبصير في إطار التعاقد الإلكتروني توفر شروط منها ما تتعلق بعلم المهني بكافة المعلومات و البيانات المتعلقة بمحل التعاقد، و منها ما تتعلق بالمستهلك الإلكتروني الذي يكون جاهلا مشروعا بالمعلومات محل التعاقد، و مدى تأثر هذه المعلومات و البيانات على إرادة المستهلك .

## أولا : علم المهني بالمعلومات و البيانات محل الالتزام بالتبصير

حتى يفرض الالتزام بالإعلام على عاتق المهني يجب أن يكون المهني عالما بالبيانات أو المعلومات التي يلزمه المشرع بالإفشاء بها للدائن الذي يكون عادة هو المستهلك، و غالبا ما يتطلب المشرع الإدلاء بهذه البيانات في المرحلة السابقة على إبرام العقد فنكون عندئذ بصدد الالتزام قبل التعاقد بالإعلام و المعلوم أن هذه البيانات أو المعلومات تختلف من عقد إلى آخر، كالإعلام على جميع المخاطر التي من الممكن أن تلحق بالمستهلك سواء في شخصه أو محله و طبيعته<sup>(1)</sup> أما البيانات التي يفترض علم المدين بها ترتكز على فكري السمات الجوهرية للمنتجات محل التعاقد، و مدى ملائمة البيانات أو المعلومات للدائن و هو المستهلك<sup>(2)</sup> .

كما تستوجب مقتضيات حماية المستهلك علم المهني بكل المعلومات الجوهرية الضرورية و لو استلزم الأمر أن يقوم بالاستعلام عنها<sup>(3)</sup> ، و تقضي مستلزمات حماية المستهلك أن لا يقبل من المحترف بالادعاء بجهله للمعلومات الجوهرية<sup>(4)</sup> ، و عليه فقد سعى القضاء بوضع قرينة تتمثل في صفة الاحتراف لدى التاجر قرينة على علمه، فلا يكفي لتحلل من هذا الالتزام إثباته ببذل عناية الشخص المعتاد و لا تمكن له دفع المسؤولية عنه إلا بإثباته السبب الأجنبي<sup>(5)</sup> .

1 - الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك : (دراسة تحليلية مقارنة ) ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 126-127.

2- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 98.

3- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية : (دراسة مقارنة) ، مرجع سابق، ص 108.

4 - زايدي سميرة، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق ، ص 46.

5- موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص ص 111-112.

## ثانياً: جهل المستهلك بالمعلومات و البيانات محل الالتزام بالتبصير

لقيام التزام المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات و البيانات المتعلقة بمحل التعاقد يجب أن يكون هذا الأخير جاهلاً مشروعاً، أي أنه ليس له علم بالمعلومات و البيانات التي تكون موضوع الالتزام<sup>(1)</sup> فلا يجوز للمستهلك أن يتذرع بالجهل في أية حالة ليلقي على التاجر المحترف التزاماً بالإفشاء بالمعلومات و يحمله جزاء الإخلال، إذ يجب على كل متعاقد أن يبذل جهداً معقولاً في التحري عن البيانات و المعلومات المتعلقة بالعقد الذي يريد إبرامه عن طريق الاستعلام<sup>(2)</sup>.

يتضح جهل الدائن بالمعلومات العقدية في الجهل المستند إلى استحالة العلم، و الاستحالة المقصودة هي التي يستحيل معها على الدائن أن يعلم بكافة البيانات المتصلة بمحل العقد<sup>(3)</sup>.

ترجع أسباب استحالة علم المستهلك للمعلومات المحيطة بمحل العقد إلى سببين الأول متعلق بموضوع العقد و تسمى بالاستحالة الموضوعية، و يقصد بها تلك الحالات التي يستحيل على المستهلك أن يحيط علماً بالبيانات و المعلومات المتعلقة بالشيء محل العقد، و تتحقق الاستحالة الموضوعية في العقود التي يتضمن محلها إعطاء شيء كما هو الحال في عقد البيع حيث تكون السلعة أو الخدمة بجزارة البائع أو المنتج، فيتعذر على المستهلك معرفة أوصاف و خصائص السلعة محل التعاقد أو طرق استخدامه. أما السبب الثاني يرجع لأسباب شخصية و تعود الاستحالة الشخصية لعدة أسباب تتعلق بالمستهلك كونه عديم الدراية أو عديم الخبرة، و عدم إمكانيته الإحاطة و استيعاب المعلومات المتعلقة بالمنتج، خاصة بعد التطور التكنولوجي و الصناعي الأمر الذي يستلزم تدخل المورد لتوفير إرادة المستهلك<sup>(4)</sup>.

فضلاً عن ذلك يمكن أن يرجع جهل الدائن إلى الثقة العقدية المشروعة إما بسبب طبيعة العقد أو بسبب صفة الأطراف، فالبنسبة إلى الثقة المشروعة المستندة إلى طبيعة العقد توجد عقود لا تتعارض فيها مصالح الأطراف فلا بد من وجود ثقة متبادلة بين الأطراف مثال ذلك عقد الوكالة<sup>(5)</sup>.

1- الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك : (دراسة تحليلية مقارنة)، مرجع سابق، ص ص 128-129.  
 2- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، مرجع سابق، ص 52.  
 3- عقيل فاضل حمد الدهان -غني ريسان جادر الساعدي، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني"، مجلة أهل البيت، عدد 05، العراق، د س ن، ص 208.  
 4- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص ص 102-103.  
 5- عقيل فاضل حمد الدهان -غني ريسان الساعدي، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني"، مرجع سابق، ص 209.

أما بالنسبة للثقة المشروعة المبنية على أساس صفة أحد المتعاقدين، و هي الثقة التي يضعها أحد المتعاقدين في الطرف الآخر مراعاة للصفة التي يتميز بها كصلة القرابة التي تربط الراغبين في التعاقد<sup>(1)</sup>، لاسيما بالنسبة للعقود التي يبرمها المستهلك مع المحترف فهي غير متكافئة فيصبح المستهلك معتمدا على أمانة المتعاقد و ثقته، و التي أولاها إياه بسبب صفته المهنية و هذه هي التي تلقي عبء الإفضاء بالبيانات و المعلومات اللازمة لتنوير إرادة المستهلك و إعادة التوازن بينهما<sup>(2)</sup>.

1 - بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص 133.

2- موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص 106.

## الفصل الثاني

نطاق تحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني و الآثار  
المرتبة عن الإخلال به

يقع على عاتق المهني عدة التزامات في مختلف مراحل التعاقد أهمها الالتزام بالتبصير الإلكتروني الذي ينقسم إلى مرحلتين، فيكون المهني ملزم اتجاه المستهلك بإعلامه عن معلومات متعلقة بمحل التعاقد و بشخصيته ،كما يلتزم بإعلامه عن طريق استخدام المنتج و تحذيره من مخاطره، من أجل توفير الحماية للمستهلك فأقر المشرع الجزائري لهذا الأخير مجموعة من الحقوق ، في مختلف مراحل التعاقد منها المستوحاة من النظرية العامة للعقد و منها المستحدثة .

عليه خصصنا دراسة هذا الأمر تحت عنوان أحكام الإلتزام بالتبصير الإلكتروني(مبحث أول).

كذلك لا يكتمل إلتزام المتدخل بتبصير المستهلك إلا بإستخدامه لآليات قانونية معينة، لعل الوسم أبرزها فيمكن المستهلك من معرفة خصائص سلعة أو خدمة معينة، لما يحمله من معلومات حتى البيانات الضرورية التي تفيد المستهلك، إلى جانب الإعلان فهي آلية تلعب دورا مهما في التأثير على إرادة المستهلك ،كما تعتبر العلامات التجارية من أهم الوسائل لجذب الزبائن و العملاء ،لما تسهله من يسر في التعرف على ما يفضلونه من سلع أو خدمات من جهة، و حرص المنتج على تحسين منتجاته و خدماته ليضمن جودتها هذا من جهة أخرى ، فقد قرر المشرع إلى جانب هذه الآليات مسؤولية و جزاء على المتدخل الذي أخل بالتزامه في تبصير المستهلك المتمثل في جزاءات مدنية و أخرى عقابية.

سننترق لدراسة لما سبق ذكره بعنوان آليات تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الآثار المترتبة

عن الإخلال به (مبحث ثاني).

## المبحث الأول

### أحكام الالتزام بالتبصير الإلكتروني

الهدف الرئيسي من الالتزام بالتبصير هو حماية إرادة المستهلك ،مما يجعل هذا الالتزام بالتبصير ينقسم إلى صورتين، تتمثل الصورة الأولى في الالتزام بالتبصير قبل التعاقد الإلكتروني، يهدف هذا الالتزام إلى تزويد المستهلك بكافة المعلومات حتى البيانات المتعلقة بمحل التعاقد ذلك من أجل تنوير إرادته و مساعدته على إتخاذ قراره ،تتمثل الصورة الثانية في الالتزام بالتبصير بعد التعاقد الإلكتروني، يقع على عاتق التاجر في هذه المرحلة الالتزام بالإفشاء للمستهلك عن طريق استعمال المنتج محل التعاقد كذلك المخاطر التي قد تنتج عن سوء إستخدامه للمنتج . في هذا الصدد سنتطرق إلى صور الالتزام بالتبصير الإلكتروني (مطلب أول).

كما منح المشرع الجزائري للمستهلك مجموعة من الضمانات ،سواء المستمدة من النظرية العامة للعقد المتمثلة في حق ضمان العيوب الخفية و حق ضمان التعرض و الإستحقاق، كما أقر ضمانات أخرى مستحدثة و التي تتمثل في الإعلام اللاحق لإبرام العقد و حق العدول.

فعليه سنتطرق في دراستنا إلى تبيان حقوق المستهلك الإلكتروني المتعاقد (مطلب ثاني).

## المطلب الأول

### صور الالتزام بالتبصير الإلكتروني

يكون الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية على مرحلتين حيث تتضمن المرحلة الأولى على عدة إلتزامات منها ما يتعلق بالتبصير حول شخصية المتدخل، و أخرى تتعلق بالتبصير عن المعلومات المتعلقة بالسلعة محل التعاقد من سعر و شروط بيعها ، يضاف إلى جانب هذه الإلتزامات إلتزام التاجر بتبصير المستهلك باللغة الوطنية ،عليه خصصنا دراسة ما سبق ذكره خلال(فرع أول) المتضمن الإلتزام بالتبصير قبل التعاقد الإلكتروني .

أما فيما يخص المرحلة الثانية التي تكون بعد إبرام العقد الإلكتروني فيلتزم فيها التاجر بتبصير المستهلك حول طريقة استخدام المنتج و تحذيره من المخاطر التي قد تنتج عنه، هذا ما سنعالجه في (فرع ثاني) المتضمن الإلتزام بالتبصير بعد التعاقد الإلكتروني .

## الفرع الأول

### الإلتزام بالتبصير قبل التعاقد الإلكتروني

يقع على عاتق التاجر الإلكتروني كغيره من التجار إلتزام بإعلام المستهلك بالمعلومات و البيانات المتعلقة بشخصية التاجر، و المعلومات المتعلقة بالمنتج ، و يكون ذلك في المرحلة السابقة للتعاقد و هذا ما سندرسه في مايلي :

#### أولا :تحديد شخصية المتدخل الإلكتروني

يعد الإلتزام بالإعلام إلتزاما أساسيا في عقود الإستهلاك و تتأكد أهميته في عقود التجارة الإلكترونية، التي يتم التعاقد فيها عن بعد دون الحضور المادي للمتعاقدين<sup>(1)</sup> فيكون المستهلك في هذه الحالة جاهلا لصفة و شخصية المتدخل الإلكتروني، فيعد السبب الرئيسي لتراجع المستهلك و تخوفه من إبرام هذا النوع من العقود ، إستنادا إلى مبدأ حسن النية و الثقة المشروعة يتوجب على المتدخل إعلام المستهلك بكافة المعلومات التي تحدد شخصيته و مركزه القانوني فيوفر هذا الإلتزام الثقة في التعاقد<sup>(2)</sup> و نص المشرع الجزائري على ذلك في المادة 54 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على أن " يجب على مقدم الخدمة أن يضع تحت تصرف المستهلك، بصفة واضحة و دون لبس ،المعلومات الآتية :

الإسم أو عنوان الشركة، و العنوان و المعلومات الخاصة بمقدم الخدمات... " <sup>(3)</sup> .

حيث أكد على ذلك في المادة 55 من المرسوم السالف الذكر على أنه : " يجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك، بكل الوسائل الملائمة، حسب طبيعة الخدمة المعلومات الآتية :

1- بن صغير مراد، " الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الإلكترونية" ،مرجع سابق،ص226.  
2- خديجة فنغور-راضية تبيسي، الحماية القانونية للمستهلك في العقود عبر الانترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، تخصص : القانون الخاص للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل ، 2015،ص46.  
3- المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 رقم 378-13 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك،مرجع سابق.



1) إسم مقدم الخدمة و معلوماته الخاصة و عنوانه، أو إذا تعلق الأمر بشخص معنوي عنوان شركة و عنوان المؤسسة، المسؤولية عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة آخر،...<sup>(1)</sup>.

## ثانيا : تبصير المستهلك بالبيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة المعروضة محل التعاقد

يعتبر حق التبصير بالبيانات و المعلومات المتعلقة بمحل التعاقد جوهر الإلتزام بالإعلام بحيث تكون تلك البيانات من شأنها دفع المستهلك للتعاقد <sup>(2)</sup> ، حيث يجب أن يكون الإفشاء عن السمات الأساسية المتعلقة بالسلعة ، بطريقة مبسطة، مفهومة ، ذلك من أجل تنوير إرادة المستهلك في إتخاذ قراره <sup>(3)</sup> .

حيث نص المشرع الجزائري عن هذا الإلتزام في المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش<sup>(4)</sup> كما يلي : "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة. "

كما أشار المشرع الجزائري إلى المعلومات التي يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني خلال نص المادة 13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية :

- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات...<sup>(5)</sup>.

1- المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مرجع سابق.

2- عبد الله نيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني : (دراسة مقارنة) ، دار الثقافة ، الأردن، 2012، ص 100.

3- بن صغير مراد، " الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص 228.

4 - قانون رقم 03/09 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، معدل و متمم.

5- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. ج

ج ، عدد 28، صادر في 16 مايو 2018.

كذلك نص على هذا الالتزام في المادة 352 من القانون المدني التي تنص على ما يلي: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا و يعتبر العلم كافيا اذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعريف عليه ... " (1) .

### ثالثا : الإلتزام بالتبصير عن الأسعار و شروط البيع

يعد السعر أحد البيانات الأساسية المتعلقة بالعقد، و هي من أهم البيانات التي يهتم لها المستهلك لذا أعطت له مختلف التشريعات أهمية خاصة ،و ألزم التاجر الإلكتروني بإعلام المستهلك عن سعر السلعة أو الخدمة محل التعاقد، و يكون تحديد الأسعار بطريقة واضحة، كون السعر قد يشمل السلعة أو الخدمة فقط ،و قد يشمل مصاريف أخرى من شحن وتسليم.

بناء على ما تم ذكره يمكن تعريف السعر و شروط البيع بأنه هو القيمة المحددة للمنفعة التي تحصل عليها المستهلك من المنتج أو الخدمة التي إبتاعها ،و يتم التعبير عن قيمتها بعدد معين من وحدات النقود ،أما في نظام السوق الحرة فيتم تحديد السعر طبقا لقواعد العرض و الطلب. فالسعر عبارة عن مبلغ من النقود الذي يمثل قيمة المنتج أو الخدمة، و لهذا يعتبر السعر من العناصر الجوهرية التي تقوم عليها المعاملات التجارية،أما فيما يخص شروط البيع فهي وسيلة لضمان الشفافية في الممارسات التجارية، بين الأعوان الإقتصاديين و بين المستهلكين (2) .

قد نص المشرع الجزائري على الإلتزام بالتبصير عن الأسعار في المادة 04 من القانون 04-02 على ما يلي: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات، و بشروط البيع". (3) أما فيما يخص شروط البيع فهي تتمثل في مجموعة من المعلومات و البيانات المتعلقة بالعقد، و التي يكون التاجر ملزم بالإفضاء بها للمستهلك سواء في مرحلة ما قبل التعاقد أو بعدها(4) هذا ما نصت عليه المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية على ما يلي: " يتعين على العون

1- الأمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج. ر. ج. ج. عدد 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975، معدل و متمم .

2- بن سالم المختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 193.

3- قانون رقم 02/04 مؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل و متمم.

4- بن صغير مراد، " الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص. 230.

الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة و الخاصة لبيع السلع و /أو تأدية الخدمات و منحهم مدة كافية لفحص العقد و إبرامه<sup>(1)</sup>.

#### رابعا : تبصير المستهلك باللغة الوطنية

تتسم المعاملات التجارية عبر الشبكة الإلكترونية بالطابع العالمي و غالبا ما تستخدم فيها اللغة الإنجليزية، الأمر الذي يؤدي إلى عدم تمكن المستهلك من إستيعاب مضمون العقد، لهذا السبب يستوجب على التاجر إعلام المستهلك باللغة الوطنية<sup>(2)</sup>، ويعتبر الإلتزام بالتبصير باللغة الوطنية وسيلة من وسائل حماية المستهلك، بإعتباره الطرف الضعيف و يساعده ذلك في إستيعاب و فهم مضمون العقد<sup>(3)</sup>.

قد نص عليها المشرع الجزائري في نص المادة 18 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش أن : "يجب أن تحرر بيانات الوسم و طريقة الإستخدام و دليل الإستعمال و شروط ضمان المنتج و كل معلومات أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا ، و على سبيل الإضافة، يمكن إستعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، و بطريقة مرئية و مقروءة و متعذر محوها".<sup>(4)</sup>

### الفرع الثاني

#### الالتزام بالتبصير بعد التعاقد الإلكتروني

يتضمن هذا الإلتزام تبصير المستهلك حول طريقة الاستعمال الصحيح للمنتج و تحذيره من المخاطر التي تكمن فيه ، و التي قد يتعرض لها أثناء حفظه للمنتج أو أثناء استعماله، إلى جانب التزامه بتسليم الشيء المطابق للمواصفات المتفق عليها أثناء التعاقد و هذا ما سنتطرق إليه في ما يلي :

1- المرسوم التنفيذي رقم 06-06 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، ج. ر. ج. ج عدد 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006، معدل و متمم.  
2- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 184.  
3- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني : (دراسة مقارنة) ، مرجع سابق ، ص 105.  
4- قانون رقم 03/09 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، معدل و متمم.

### أولاً : التبصير حول طريقة استعمال المنتج

يتعين على التاجر بعد إعلام المستهلك بخصائص المنتج أو الخدمة محل التعاقد أن يقوم بتوضيح له عن طريقة استعمال ذلك المنتج ،ليتمكن هذا الأخير من الإنقاع به، بغض النظر عنطبيعة المنتج سواء كان ذات صلة وثيقة بالصحة، أو كان من المنتجات الغذائية أو الكيماوية .

#### أ- المنتجات ذات الصلة الوثيقة بالصحة :

تعد المواد الصيدلانية من المنتجات الأكثر إستعمالا، و لا يمكن الإستغناء عنها و تتمثل هذه المنتجات في الأدوية و الأدوات و الآلات الصيدلانية .

فالنسبة للأدوية فيكون المتدخل المتمثل في الصيدلاني ملزم بتبصير المستهلك المريض حول طريقة إستخدام المنتج ،فالصيدلاني هو المختص الوحيد الذي يتمتع بصلاحية تقديم المعلومات و التوجيهات حول طريقة استعمال المنتج ،كما يمكن له رفض تقديم الدواء إذا رأى أنه يمكن أن يحدث ضررا، لذا يكون ملزم بتبصير المستهلك بأدق التفاصيل المتعلقة بطريقة الإستعمال ،لأن الخطأ في تناول الجرعات قد يؤدي إحداث ضرر، فيكون الصيدلي مسؤولا عنها سواء كان الدواء المتناول له وصفة طبية أو بغير وصفة<sup>(1)</sup>، أما بالنسبة للأدوات و الآلات الصيدلانية يقع على عاتق الصيدلي إلتزام بتقديم العون للمستهلك و ذلك بتوجيهه على حسن إستخدام الآلة<sup>(2)</sup> .

#### ب- المواد الغذائية و المنتجات الكيماوية :

نص المشرع الجزائري في المادة 35 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على ما يلي : "يجب أن تحتوي البطاقة، من أجل ضمان استعمال جيد، على طريقة الإستعمال بما في ذلك التعليمات لإعادة تشكيل بعض المنتجات الغذائية"<sup>(3)</sup>، كما يجب تفحص ما تحويه هذه المواد من مركبات فالبعض منها قد يسبب حساسية فيلحق الضرر للمستهلك، أما المواد الكيماوية فعلى المهني تبصير المستهلك بطريقة إستعمال المنتج حتى لا يلحق الضرر بالمستهلك .

1- مهدي ستي، حق المستهلك في الإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09 ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص : قانون اقتصادي ، مرجع سابق،ص ص 17-18.

2- بتقة حفيفة، الإلتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص : عقود و مسؤولية كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أكلي محند اولحاج ، البويرة ، 2013، ص 30.

3- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ج ، عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

### ثانيا :واجب التحذير على الشيء المبوع بعد عملية البيع

لا يقتصر إلتزام المتدخل في تبصير المستهلك حول طريقة إستخدام المنتج فقط، بل يجب عليه إعلامه بمحتوى المنتج و الإحتياجات الواجب إتخاذها ، و هذا ما نصت عليه المادة 1/48 من المرسوم رقم 13-378 الآتي نصها : "يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة و الأمن المرتبط باستعمال المنتج." (1)

فيلتزم المتدخل بتحذير المستهلك حول الأخطار التي قد تنتج عن سوء إستخدام المنتج، و كذلك الحالات التي لا يجب عليه إستخدامها و الإستعمالات التي لا تتفق مع طبيعتها(2)، كما يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك بالاحتياجات الواجب اتخاذها، لتفادي الأخطار التي تنتج عن سوء استخدام المنتج سواء أثناء حيازته أو أثناء استعماله(3).

### ثالثا :الإلتزام باحترام مواصفات المطابقة أثناء التسليم

يعتبر التسليم من أهم الإلتزامات التي تقع على عاتق التاجر في العقود الإلكترونية، فيتم وضع المنتج أو الخدمة تحت تصرف المستهلك بصورة تمكنه من حيازتها و الإنتفاع ،بها أما فيما يتعلق بالمطابقة فيكون بعد تسليم المنتج فيجب أن يكون مطابقا للمواصفات المتفق عليها أثناء إبرام العقد، و إلا إعتبر التاجر قد أخل بالتزامه(4).

حيث نصت المادة 1/11 من القانون 03-09 على ما يلي : " يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته و منشئه و صنفه و مميزاته الأساسية و تركيبته و نسبة مقوماته اللازمة و هويته و كميته و قابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن إستعماله." (5)

1- المرسوم رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ج، عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.  
2 -بتقة حفيظة، الإلتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك ، مرجع سابق، ص 33.  
3 - مهدي ستي، حق المستهلك في الإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09 ،مرجع سابق، ص 21.  
4 -زايدي سميرة، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني،مرجع سابق، ص 66.  
5 -قانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، معدل و متمم.

## المطلب الثاني

### حقوق المتعاقد الإلكتروني

منح المشرع الجزائري للمستهلك مجموعة من الضمانات منها المستوحاة من النظرية العامة للعقد كما أقر ضمانات أخرى مستحدثة، سنحاول التفصيل أكثر خلال هذا العنصر و عليه قسمنا الدراسة إلى حقوق المستهلك في النظرية العامة للعقد (فرع أول) ثم نتبعه بدراسة حقوق المستحدثة (فرع ثاني).

### الفرع الأول

#### حقوق المستهلك في النظرية العامة للعقد

سننتظر خلال هذا الفرع إلى استبيان حقوق المستهلك في النظرية العامة للعقد (أولا) ثم سندرس الحقوق المستحدثة في مرحلة تنفيذ العقد (ثانيا).

#### أولا: حق المستهلك في ضمان العيوب الخفي

##### أ- تعريف العيب الخفي :

لقد اختلفت الآراء حول تعريف العيب الخفي فهناك من عرفه بأنه : " حالة تظهر في المبيع لا تتوفر في مثله ، و تؤدي إلى تدني قيمة الشيء أو المنفعة الموجودة فيه". لم ينص المشرع الجزائري على تعريف العيب الخفي في القانون المدني الجزائري، إلا أنه أورد حالاته في نص المادة 1/379 ق م ج<sup>(1)</sup> فالعيب الخفي هو ذلك العيب الذي يصيب المبيع فتتقص من قيمته أو منفعته، و لا يمكن اكتشافه عن طريق فحص المبيع بعناية الشخص العادي، فيكون البائع ملزما بالضمان، إذا لم تتوافر في المبيع وقت التسليم الصفات التي أراد المشتري وجودها فيه .

1- تنص المادة/3791 من ق م ج : "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان المبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع ، أو حسبما يظهر من طبيعة أو استعماله. فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب و لو لم يكن عالما بوجودها."

ب - شروط العيب الخفي الموجب للضمان :

1- أن يكون العيب قديماً : على البائع أن يضمن العيب الموجود في محل التعاقد وقت التسليم، فبمجرد اكتشاف العيب الخفي يقع على البائع الالتزام بالضمان، حتى لو لم يكن العيب موجود وقت التعاقد، فالبايع يضمن العيب الموجود وقت التعاقد كذلك العيب الذي ينشأ بعد التعاقد و قبل التسليم.

2- أن يكون العيب مؤثراً : ويعتبر العيب الخفي مؤثراً إذا نقص من قيمة الشيء أو من منفعة فيتعذر على المشتري استعمال المبيع، للغرض المتفق عليه في العقد .

3- أن يكون العيب خفي : يعتبر العيب خفياً في حالة عدم تمكن المشتري من إدراك هذا العيب وقت التسليم حتى و لو قام بفحصه، أما إذا كان العيب ظاهراً أو كان المشتري عالماً، فهنا لا يقع على عاتق البائع الالتزام بالضمان، فسكوت المشتري عن العيب يعتبر بمثابة قبول.

4- أن لا يكون المشتري عالماً بالعيب وقت التسليم : يجب لضمان العيب الخفي أن لا يكون المشتري عالماً به فيعتبر هذا الشرط بديهي، فإذا كان المشتري على علم بهذا العيب يسقط حقه فلا يقع على عاتق البائع التزام بضمان العيب الموجود في محل التعاقد<sup>(1)</sup>.

ج - كيفية التمسك بضمان العيوب الخفية :

نص المشرع الجزائري خلال نص المادة 380 م ج أنه يتوجب على المشتري عند التسليم أن يقوم بالفحص حتى يتأكد من سلامته، أما العناية التي يستوجب بذلها هي عناية الرجل العادي<sup>(2)</sup> كما يستوجب عليه إخطار البائع فور اكتشاف العيب، حتى لا يعتبر البائع أن المشتري قابل للعيوب الموجودة في المبيع، فإذا قام المشتري بإخطار البائع في الوقت المناسب فيحقق له الرجوع عليه بدعوى الضمان<sup>(3)</sup> . حفاظاً على حقه في ضمان العيب الخفي يجب على المشتري رفع دعوى الضمان خلال سنة من وقت تسلم المبيع، فإذا انقضت هذه المدة يسقط حق المشتري في رفع الدعوى، و يجدر الإشارة أن المادة 383 م ج التي تنص على تقادم الدعوى ليست من القواعد الآمرة فيجوز مخالفتها و الاتفاق على مدة أطول،

1- علي نجيدة، الوجيز في عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 246.  
2- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني: (عقد البيع)، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2001، ص ص 179-180.  
3- لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع: العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 01، 2011، ص 58.

كما يستوجب إدراج هذا الاتفاق في العقد، و في حالة ما إذا قام البائع بإخفاء العيب فلا يجوز له التمسك بالتقادم القصير المذكور في المادة 380 ق م ج ، وإنما التقادم الطويل و هو 15 سنة وفقا للأحكام العامة<sup>(1)</sup> .

من خلال ما سبق يتبين لنا أن ضمان العيوب الخفية الذي قرره القواعد العامة يجد تطبيقا له في المعاملات الإلكترونية ذلك في سبيل حماية المستهلك المتعاقد، غالبا لا يملك الدراية الكافية لفحص محل العقد، و متى توافرت شروط الضمان فإنه من حق العميل طلب الفسخ أو إصلاح أو إستبدال المنتج أو المطالبة بإسترداد جزء من الثمن، هذا بالإضافة الى أحقية التعرض عن الأضرار الحاصلة كما يجوز الإتفاق على زيادة أو إنقاص الضمان أو إسقاطه ما لم يعتمد البائع على إخفاء العيب<sup>(2)</sup> .

### ثانيا :حق المستهلك بضمن التعرض و الإستحقاق

لا يقتصر ضمان التعرض و الاستحقاق على العقود التقليدية فقط بل يشمل أيضا العقود الإلكترونية ،حيث يلتزم البائع اتجاه المشتري بضمن عدم التعرض سواء كان هذا الفعل صادر منه أو من الغير، و لفترة زمنية محددة<sup>(3)</sup> و تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري قد نظم ضمان التعرض خلال نص المادة 371 من ق م ج<sup>(4)</sup> .

### أ-ضمان التعرض الشخصي :

يشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري كل عمل مادي، و كل تصرف قانوني يصدر منه و يؤدي إلى استحقاق كلي أو جزئي<sup>(5)</sup> .

1- خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني: (عقد البيع) ،مرجع سابق،ص ص 179-180.

2- لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مرجع سابق ،ص ص 59-60.

3 -MALAURIE Philippe- AYNES Laurent-GAUTIER Pierre-Yves, *Droit des contrats*

*spéciaux*, 8ème édition, L.G.D.J, Paris, 2016, p190.

4- تنص المادة 371 من ق م ج : "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري. و يكون البائع مطالبا بالضمان و لو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه."

5- عيساوي سهيلة، تنفيذ عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص : القانون الخاص الشامل ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2017 ،ص 27.



من الأمثلة عن التعرض الشخصي قيام شخص بتصميم برنامج معلومات لشخص معين، ثم يقوم بإتلافهم خلال فيروس معين، أو بإعادة التصرف في لشخص آخر منافس<sup>(1)</sup>.

**1- التعرض المادي:** قد يكون التعرض ماديا يصدر عن البائع، و يكون من شأنه حرمان المشتري من الانتفاع بالمبيع حرمانا كلياً أو جزئياً، دون أن يستند في القيام به إلأى حق يدعيه على المبيع مثال ذلك قيام البائع المهني بزراعة فيروس داخل برنامج الكمبيوتر المبيع، أو بتوجيه الفيروس عن بعد من خلال جهاز المودم الموجود داخل جهاز الكمبيوتر، مما يسبب تدمير كلي أو جزئي للنظام المعلوماتي لجهاز الكمبيوتر الخاص بالمشتري عند تشغيله<sup>(2)</sup>.

**2- التعرض القانوني:** يقصد بالتعرض القانوني أن يدعي البائع حق على المبيع في مواجهة المشتري من ملكية المبيع كله أو بعض مزاياه<sup>(3)</sup>.

### ❖ جزء الإخلال بالالتزام بضمان التعرض الشخصي

إذا كان التعرض ماديا فيكون للمشتري أن يطلب التنفيذ العيني إذا كان ممكناً، و ذلك بمنع البائع من القيام بالفعل الذي يشرع فيه، أو بمنعه من الاستمرار فيما بدأ فيه أو بإزالة ما وقع من تعرض، أما إذا كان التعرض قانونياً فإن للمشتري أن يرفع دعوى لإلزام البائع بضمان عدم التعرض.

تقتضي المادة 1/378 من ق م ج على أنه: "يبقى البائع مسؤولاً عن كل نزع يد ينشأ عن فعله و لو وقع الاتفاق على عدم الضمان و يقع باطلاً كل اتفاق يقضي بغير ذلك" <sup>(4)</sup>.

### ب- ضمان التعرض الصادر من الغير :

لا يقتصر التزام البائع بضمان التعرض على تصرفاته الشخصية فحسب بل يتعداه إلى ضمان التعرض الصادر من الغير، و الذي من شأنه أن يؤدي إلى إعاقة الانتفاع بمحل العقد على النحو الذي أعد له<sup>(5)</sup>، و عند استقرائنا لنص المادة 371 ق م ج السالفة الذكر يتضح أن مقتضى التعرض أن البائع

1- عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2009، ص 248.

2- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 233.

3- عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سابق، ص 248.

4- أمر رقم 75/58 المتضمن القانون المدني، معدل و متمم.

5- لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 61.

يتمتع عن كل فعل مادي أو قانوني يعيق المشتري في حيازته للمبيع، بعد تسليمه له سواء كان التعرض صادرا منه أو من الغير.

من أمثلة التعرض الصادر من الغير من يقوم بتأجير برنامج معلومات، فيتعرض مؤلف البرنامج مستندا إلى أن المؤجر ليس له سوى حق الاستعمال الشخصي<sup>(1)</sup>.

حتى يضمن البائع تعرض الغير يجب أن تتوفر فيه شروط :

1- أن يكون التعرض قانونيا :بمعنأن البائع يضمن التعرض القانوني و لا يضمن التعرض المادي الصادر من الغير ،سواء تتمثل في أعمال مادية محضة أو تصرفات قانونية لا تستند إلى حق.

2- أن يكون التعرض فعلا :بمعنيلتزامالبائعبدفع تعرض الغير إذا كان هذا التعرض وقع بالفعل،أيأن حق الضمان ينشأ للمشتري ابتداء من اللحظة التي ينازعه الغير فعلا في انتقاعه بالمبيع و حيازته له و لا يكفي بمجرد احتمال أو خشية وقوع التعرض أو التهديد بوقوعه<sup>(2)</sup>.

3- أن يكون هذا الحق سابقا على المبيع :لتحقق ضمان البائع للتعرض الصادر من الغير،أن يكون الحق الذي يدعيه الغير على المبيع حقا يدعي انه موجود قبل البيع الصادر إلى المشتري<sup>(3)</sup> و هذا ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 371 ق م ج السالفة الذكر.

تجدر الإشارة أن البائع يلتزم بدفع تعرض الغير و توقي استحقاق الشيء المبيع في الدعوى المقامة ضد المشتري ،و في هذه الحالة يصبح البائع منفذا لالتزامه تنفيذا عينيا ،أماإذا ثبت استحقاق المبيع للغير فالبائع يلتزم بتنفيذ التزامه بالضمان عن طريق التعويض<sup>(4)</sup>.

## الفرع الثاني

### حقوق المستهلك المستحدثة

تعتبر حقوق المستهلك المقررة في مرحلة تنفيذ العقد من الضمانات الأساسية التي تمكنه من الانتفاع بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، أو الاستغناء عنها إذا لم تلبى رغباته المشروعة و عليه سندرس

1- عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية، مرجع سابق ص 248.

2- لزعر وسيلة،تنفيذ العقد الإلكتروني،مرجع سابق،ص 61.

3 - عيساوي سوهيلة،تنفيذ عقود التجارة الإلكترونية،مرجع سابق،ص30.

4- خالد ممدوح ابراهيم،حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية:(دراسة مقارنة)،مرجع سابق،ص 232.

أهم الحقوق التي استحدثتها التشريعات الحديثة، حيث أنه سوف يكون محل الدراسة حق المستهلك في الإعلام اللاحق لإبرام العقد (أولاً) و كذلك حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني (ثانياً).

### أولاً: حق المستهلك في الإعلام اللاحق لإبرام العقد

يلتزم مقدم السلعة أو الخدمة في المرحلة اللاحقة لإبرام العقد عبر الانترنت بتأكيد بعض المعلومات التي قام بالإدلاء بها للمستهلك في المرحلة السابقة لإبرام العقد، و قد ألزم التوجيه الأوروبي رقم 97-07 الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين عن بعد المورد أن يقوم بتأكيد المعلومات التي سبق تبصير المستهلك الإلكتروني بها، حيث تقتضي المادة 15 منه على ما يلي: "يجب أن يحصل المستهلك كتابة أو على دعامة دائمة تحت تصرفه و التي يكون له الوصول إليها تأكيد المعلومات المذكورة في المادة 04 فقرة أ في الوقت المفيد عند تنفيذ العقد أو لاحقاً وقت التسليم إلى الغير ما لم تكن هذه المعلومات قد وردت إلى المستهلك قبل انعقاد العقد كتابة أو على دعامة أخرى دائمة تحت تصرفه و التي تكون له الوصول إليها"<sup>(1)</sup>.

قد نقل المشرع الفرنسي هذا النص بموجب المادة 13-221L من قانون الاستهلاك الفرنسي، ألزم المحترف أو المهني بضرورة تأكيد بعض المعلومات التي سبق له الإدلاء بها في المرحلة السابقة على التعاقد<sup>(2)</sup>.

عليه فإن الالتزام بتأكيد لبعض المعلومات التي سبق الإدلاء بها في مرحلة السابقة للتعاقد فهذا الأخير مشروط أن لا يكون المزود قد سبق و قام بتأكيدها للمستهلك قبل إبرام العقد لكن في حالة تأكيده للمعلومات فإنه يعفى من إعادة تأكيدها مرة ثانية بعد إبرام العقد<sup>(3)</sup>.

أما المشرع الجزائري بالرغم من بعده عن تنظيم التعاقد عن بعد إلا أنه أعطى للمستهلك الجزائري الحق في الإعلام اللاحق على إبرام العقد، و يتضح لنا ذلك خلال نص المادة 08 من قانون رقم-02

<sup>1</sup> -Directive 97/7/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats a distance ,disponible sur le site :

<http://eur-lex.europa.eu>, date de consultation : 20-07-2020 ,à : 21 :00.

<sup>2</sup> - جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، مرجع سابق، ص 189.

<sup>3</sup> - بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق جامعة الباز 02، سطيف، 2013، ص 62.

04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على إلزام المزود أو البائع قبل اختتام عملية البيع بتزويد المستهلك بمميزات المنتج أو الخدمة أو شروط البيع.

كما نصت المادة<sup>(1)</sup>10 من القانون السالف الذكر على إلزامية تسليم البائع فاتورة للمستهلك مع وجوب تحرير عليها البيانات المتعلقة بالبائع و المشتري .

## ثانيا : حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني

أقرت مختلف التشريعات حق الرجوع عن العقد المتم لحق التبصير، و ذلك من أجل حماية المستهلك متيحة له العدول عن عقد تسرع في إبرامه أو أبرمه دون معرفة كافية .

يعد حق العدول عن العقد الإلكتروني حقا إراديا محضا ،يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك و هو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الإلكتروني، كما يعتبر حق العدول حق شخصي يخضع لتقدير المستهلك<sup>(2)</sup> .

### أ- مفهوم الحق في العدول :

#### 1-تعريف الحق في العدول :

رغم تعدد المصطلحات التي تطلق على الحق في العدول، كما يسميه البعض حق الخيار، مهلة التفكير، حق الندم، إعادة النظر، إلا أنها تدل على معنى واحد و هو تمكين المستهلك من التحل من العقد بكامل إرادته، وفقا لضوابط قانونية و يتم العدول بدون مقابل<sup>(3)</sup>.

1- تنص المادة10من قانون رقم 04-02المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه : "يجب أن يكون كل بيع سلع ،أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة.

يلزم البائع بتسليمها ،و يلزم المشتري بطلبها منه ،و تسلم عند البيع أو عند تأدية الخدمة.

يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، و يجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون ."

2- عبد العالي فارس، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ،مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، تخصص : قانون أعمال كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي، 2014،ص44.

3- خلوي عنان نصيرة،الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم ، تخصص : قانون ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،2018،ص231.

في ذات الإتجاه نص المشرع التونسي في الفصل 30 من تشريع المبادلات و التجارة الإلكترونية<sup>(1)</sup> على أنه: "مع مراعاة مقتضيات الفصل 25 من هذا القانون يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في أجل عشرة أيام عمل تحتسب :

بالنسبة إلى البضائع بداية من تاريخ تسليمها من قبل المستهلك

بالنسبة إلى الخدمات بداية من إبرام العقد

يتم الإعلام بالعدول بواسطة جميع الوسائل المنصوص عليها سلفا في العقد في هذه الحالة يتعين على البائع إرجاع المبلغ المدفوع إلى المستهلك في أجل عشرة أيام عمل من تاريخ إرجاع البضاعة أو العدول عن الخدمة و يتحمل المستهلك المصاريف الناجمة عن إرجاع البضاعة ."

عرف المشرع الجزائري العدول في المادة 19/2 من القانون رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقوله : "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتج ما دون وجه سبب"<sup>(2)</sup> يتضح لنا خلال نص المادة أن المشرع أكد على أن حق العدول يمارسه المستهلك، دون سبب و بالتالي يمكنه العدول في أي وقت كان، دون حاجة لتبرير عدوله .

## 2-مدة ممارسة حق العدول :

يعتبر شرط المدة من الشروط المستمدة من النصوص القانونية التي تقرر حق العدول، لكون هذا الأخير يشكل مخالفة لمبدأ القوة الملزمة للعقد ،لأنه يسمح للمستهلك بالتحلل من العقد الإلكتروني بإرادته المنفردة دون موافقة الطرف الآخر<sup>(3)</sup> ، و إذا مرت مدة ممارسة العدول يسقط حق المستهلك في العدول و

1- انظر الفصل 30 من القانون التونسي رقم 83 لسنة 2000 مؤرخ في 9 أوت 2000 يتعلق بالمبادلات التجارية التونسية ج ر عدد 64، مؤرخ في 11 أوت 2000، متاح على الموقع :

<http://www-marocdrit-marocdrit-com.cdn.ampproject.org>

تاريخ الإطلاع : 10-07-2020،، على الساعة 00 :22 .:

2- قانون 09-18 مؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل و المتمم للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، ج ر ج ، عدد 06، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.

3- بن حجاز زهيرة، حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة العربي بن مهدي ،أم البواقي، 2016، ص 82.

ذلك حفاظاً على استقرار التعامل، إذ ليس من العدالة أن يبقى المركز القانوني للتاجر المحترف قلقاً مدة طويلة، إذ يمكن أن يفاجأ بطلب نقض عقد مضت على إبرامه مدة طويلة<sup>(1)</sup>.

يختلف حساب مدة ممارسة حق العدول باختلاف محل العقد، فالنسبة للسلع من يوم التسليم، أما بالنسبة للخدمات تبدأ من اليوم الذي يتم فيه إبرام العقد<sup>(2)</sup> و حدد التوجيه الأوروبي خلال نص المادة 1/06 مدة ممارسة المستهلك لحقه في العدول بسبعة (7) أيام كاملة ابتداءً من تسلّم السلعة، إلا أن المشرع رأى أن هذه المدة غير كافية و بعد ذلك تم تعديل هذه المدة و أصبحت أربعة عشر يوماً (14)، و هذا الأجل نصت عليه المادة 09 من التوجيه الأوروبي رقم 83-2011 المتعلق بحقوق المستهلكين<sup>(3)</sup>.

في حين حددته الفقرة الأولى من المادة 20-121 L المضافة بالمرسوم 2001-741 من تقنين الاستهلاك الفرنسي بمدة سبعة (7) أيام كاملة، و بعد ذلك عدل عن هذه المدة في نص المادة 12121 L من قانون الاستهلاك رقم 2014/344 و جعلها أربعة عشر (14) يوماً يستطيع فيها المستهلك ممارسة حق الرجوع بدلاً من سبعة أيام<sup>(4)</sup>.

أما بالنسبة للتشريعات العربية المنظمة للتعاقد الإلكتروني التي أقرت الحق في العدول نجد القانون المصري، فقد نص على مدة ممارسة حق العدول في المادة الثامنة من قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 كما يلي " ... للمستهلك خلال 14 يوماً من تسلّم أية سلعة، الحق في استبدالها أو إعادتها مع استرداد قيمتها و ذلك إذا شاب السلعة عيب أو كانت مطابقة للمواصفات أو الغرض الذي

1- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 235.

2- أحمد أمين نان، حماية المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 14.

3- Directive 2011/83UE du parlement européen du conseil du 25 octobre 2011 relative aux droit des consommateurs, disponible sur le site : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR> date de consultation : 14-08-2020, à : 17 :00 .

4- Loi N°2014-334 du 19 mars 2014 relative a la consommation J.O.R.F du 18 mars 2014, disponible sur le site : [www.legifrance.gov.fr](http://www.legifrance.gov.fr), date de consultation : 14-08-2020, à : 18 :00.

تم التعاقد عليها من أجله. و يلتزم المورد في هذه الحالة بناء على طلب المستهلك بإبدال السلعة أو إستعادتها مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية<sup>(1)</sup>.

من جانب آخر حدد المشرع التونسي الحق في العدول عن عقود التجارة الإلكترونية، في الفصل 30 من قانون المبادلات و التجارة الإلكترونية، حين مكن للمستهلك الحق في العدول عن البيع الإلكتروني خلال مدة 10 أيام<sup>(2)</sup>.

### ثالثا : إستثناءات الواردة على حق العدول

استنتت القوانين المقارنة الخاصة بحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، حالات معينة لا يجوز فيها العدول عن العقد بعد إبرامه حفاظا على توازن العقد من جهة، و عملا على مبدأ عدم الإضرار بالتاجر من جهة أخرى. و قد تم النص على هذه الاستثناءات في التوجيه الأوروبي رقم-2011/83 المتعلق بحقوق المستهلكين في نص المادة 16 و قانون الاستهلاك الفرنسي في المادة 18-221 L وهذه الحالات يمكن إجمالها فيما يأتي :

1- إذا كان ثمن السلعة أو الخدمة يخضع لتقلبات السوق صعودا و هبوطا و التي ليس بوسع المورد السيطرة على أسعارها<sup>(3)</sup>

2- عقود توريد الخدمات التي بدأ تنفيذها بالإتفاق مع المستهلك قبل إنتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول خلالها .

3- عقود توريد السلع التي تم تصنيعها وفقا لتعليمات المستهلك أو وفقا لمواصفات حددها وفقا لطابعه الشخصي .

4- السلع التي لا يمكن إعادتها للمحترف بسبب طبيعتها أو التي يسرع إليها الهالك أو التلف .

1- سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد 02، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 22.

2- القانون التونسي رقم 83 لسنة 2000 مؤرخ في 9 أوت يتعلق بالمبادلات التجارية التونسية، مرجع سابق.

3- عبوب زهيرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص : القانون، ، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 231.

5- عقود توريد التسجيلات السمعية أو البصرية أو أجهزة الكترونية و برامج الحاسوب الإلكتروني عندما يتم نزع الأختام عنها بمعرفة المستهلك .

6- عقود توريد الصحف و المجالات و الدوريات باستثناء حالة اشتراك المستهلك في هذه المنشورات .

7- عقود خدمات الرهان و أوراق اليانصيب المصرح بها .

8- العقود التي يكون محلها أداء خدمات الإقامة أو خدمات نقل السلع أو عقود كراء السيارات أو خدمات الإطعام و الاستجمام<sup>(1)</sup> .

### الفرع الثالث

#### آثار ممارسة الحق في العدول

يترتب على اختيار المستهلك العدول عن التعاقد انتهاء العقد و انقضائه ،كما يترتب عدول المستهلك عن العقد الأثر الجوهري لممارسة هذا الحق بعد تنفيذ العقد هو رد الثمن للمستهلك الذي يلتزم برد السلعة إلى المحترف، و يلتزم الأطراف بإعادة الحالة التي كان عليها قبل التعاقد .

سندرس آثار ممارسة حق العدول في أمرين نبحت في الأمر الأول عن آثار العدول بالنسبة للبائع المحترف (أولا) فيما نخصص الأمر الثاني في تلك الآثار بالنسبة للمستهلك الإلكتروني (ثانيا).

#### أولا: آثار العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني

يترتب على تنفيذ حق العدول الإلكتروني آثار يتحملها البائع المحترف بصفته صاحب السلعة أو الخدمة .

لقد تضمنت المادة 12 من التوجيه الأوروبي رقم 83-2011 في حالة عدول المستهلك يجب على المتدخل رد ثمن السلعة للمستهلك<sup>(2)</sup> و قد أخذ المشرع الفرنسي بنفس الحكم في المادة 15-222 من

<sup>1</sup>-Art L221 -28 Code. Consommation .Français ( créé par Ordonnance n° 2016-301 ) disponible sur site : [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte\\_lc/](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/), date de consultation :

20-08-2020, à : 20 :00.

<sup>2</sup>- لخضر داخية، حق المستهلك في العدول عن التعاقد، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص : قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2018، ص 35.



قانون الإستهلاك الفرنسي 2017 على أن يرد البائع المبالغ التي دفعها له المستهلك، مقابل الحصول على المبيع خلال 30 يوما تحتسب من تاريخ إبلاغ المستهلك له بالعدول عن العقد<sup>(1)</sup>.

فضلا عن ذلك عد المشرع الفرنسي إذا رفض المتدخل رد الثمن مخالفة من المخالفات التي يتم معابنتها و التحقق منها من قبل الجهات المختصة، و قد يؤدي ارتكاب هذه المخالفات إلى توقيع عقوبات تتمثل في الحبس لمدة 06 أشهر و غرامة مالية قدرها 7500 يورو و هذا طبقا لنص المادة -121 1/2<sup>(2)</sup>، أما المادة -16 121- فمن نفس التقنين فقد أشارت إلى أنه يحق للمستهلك إعادة السلعة أو الخدمة أو إستبدالها بأخرى، إذا كانت مصلحته في إستبدال أفضل من الرد<sup>(3)</sup>، و لقد ألزم التوجيه الأوروبي و التقنين الفرنسي المتعلقان بحماية المستهلك المتدخل برد الثمن في أجل 14 يوما، من تاريخ تنفيذ المستهلك خيار العدول ، في حين حدد القانون التونسي مدة عشرة أيام عمل لقيام المهني برد الثمن للمستهلك.

### ثانيا :آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني

من بين آثار العدول عن العقد بالنسبة للمستهلك فإنه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه، و يترتب كذلك إرجاع البضاعة كما تسلمها و إذا كانت خدمة، فعليه أن يتنازل عنها دون أن يتحمل أية جزاءات أو مصاريف ما عدا تلك المتعلقة برد السلعة<sup>(4)</sup>، يعود سبب ممارسة حق العدول دون جزاءات أو مصاريف لحماية المستهلك لأن في تحميل هذا الأخير مصاريف مما سيؤدي إلى تجنبه في إستعمال حق العدول. كما يتحمل المستهلك مقابل ممارسة حقه في العدول عبئ المصاريف، التي تكون من إرجاع المبيع إلى المهني

1- ابلعيد ديهية -لعناني حكيمة، أحكام العدول عن العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 44.

2- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 242.

3- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك في التجارة الإلكترونية : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 861.

4- عبد الرحمان خلفي، " حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري : (دراسة مقارنة) " ،مجلة جامعة النجاح للابحاث ، مجلد 27 ،كلية الحقوق ،جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية،ص 18.

## المبحث الثاني

### آليات تحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني والآثار المترتبة عن الإخلال به

تكون الأعمال التجارية الإلكترونية بصفة عامة مسبقة بشكل من أشكال الدعاية و الإعلان عبر شبكة الانترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى، و لاشك أن الإعلان أصبح من أهم آليات النشاط التجاري في تحقيق الربح عبر الشبكات الإلكترونية لكن رغم الضوابط التي وضعها القانون للإعلان التجاري فإنه يبقى مجرد وسيلة ترويجية، دعائية للمنتج، تتسم بالمبالغة و ذكر المزايا دون العيوب.

كما يعد الوسم طريقا نموذجيا لتنفيذ المهني لإلتزامه بالتبصير ،لأنه يتضمن كل المعلومات المتعلقة بالمنتج و طريقة إستخدامه و التحذير من مخاطره، و كذلك يكون مرفقا بالسلعة يعود إليه المستهلك عند حاجته إليه،كذلك تعتبر العلامة التجارية من بين آليات تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني فهي كل إشارة يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضاعته التي يقوم ببيعها أو صنعها تمييزا لها عن غيرها من المنتجات و البضائع و الخدمات المماثلة .

مما سبق ذكره سنسلط الضوء على آليات تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني خلال (مطلب أول).

كما يقع على عاتق المهني الإلتزام بالتبصيرالإلكتروني و يكون ملزم بتنفيذه، و في حالة الإخلال بهذا الإلتزام تترتب على عاتقه مسؤولية عقدية أو تقصيرية ،كما اقر المشرع الجزائري جزاءات مدنية او جزائية في حالة الإخلال بالإلتزام بالتبصير ،لما سبق ذكره سنحاول دراسة جزاءات المترتبة عن الإخلال بالإلتزام بالتبصير (مطلب ثاني) .

### المطلب الأول

### آليات تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني

يعد الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك من طائفة العقود الرضائية ،التي تبرم و تنفذ عبر شبكة الانترنت أو بأي وسيلة الكترونية أخرى، فهو عقد مبرم بين طرفين هما المعلن و وكالة الإعلان،حيث يخضع من حيث إبرامه و تنفيذه للقواعد العامة شأنه في ذلك شأن العقود الأخرى، غير أن المشرع لم يشترط شكلا معينا لإبرامه فهو من العقود غير المسماة ،و كما تجدر الإشارة على أنه لا

يختلف الإعلان التجاري الإلكتروني عن الإعلان التقليدي، إلا في الوسيلة المستخدمة، سواء كانت هذه الوسيلة من الانترنت أو غيرها من الوسائل الإلكترونية الأخرى.

للتعرف أكثر على آليات التبصير الإلكتروني قسمنا هذا المطلب إلى ما يلي (فرع أول) سندرس فيه الإعلان التجاري كآلية لتحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني و في (فرع ثاني) سننظر إلى الوسم كآلية لتحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني و ننظر إلى العلامة التجارية في (فرع ثالث) .

## الفرع الأول

### آلية الإعلان التجاري الإلكتروني

مادام الإعلان التجاري الإلكتروني من أهم وسائل جذب المستهلكين عبر الانترنت و بحكم إنتشاره و تنوع أساليبه، فقد يلجأ المهني إلى إستخدام أساليب دعائية مبنية على خداع و غش من أجل التأثير على إرادة المستهلك، و جذبه للتعاقد على شراء سلعة أو خدمة.

لذلك من الأهمية دراسة مفهوم الإعلان التجاري الإلكتروني تمييزه عن المصطلحات القرية منه (أولاً) ، نتبعه بدراسة شروط الإعلان الإلكتروني (ثانياً) ، كذلك نبين أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني (ثالثاً) .

### أولاً : مفهوم الإعلان التجاري الإلكتروني

يجد المستهلك نفسه ضائعاً عند إبرامه للعقد الإلكتروني بين عدد هائل من الإعلانات، و ما هو المنتج النافع و الخالي من العيوب و يكون محتار مع أي تاجر يتعاقد معه. لذلك سوف نتناول في هذا العنصر تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني (أ)، ثم تمييزه عن المصطلحات القرية منه (ب) .

### أ - تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني :

يعرف الإعلان بأنه : " نشاط يهدف إلى نشر العلامة التجارية ،للتشجيع على شراء المنتجات و استخدام الخدمات التي تحمل تلك العلامة." (1)

<sup>1</sup>-YVES PICOD- HELENE DANO ,Droit de la consommation, Dalloz ,Paris, 2005, p 67 .

أما الإعلان الإلكتروني فيمكن تعريفه بأنه : " كل إخبار تجاري أو مهني ،يقوم به التجار و مقدمو الخدمات باستخدام الوسائل الإلكترونية، ليعرف جمهور المستهلكين بمزايا السلع و الخدمات من أجل تحفيزهم و إقبالهم على التعاقد." (1)

عرف المشرع الجزائري هو بدوره الإعلان بكلمة الإشهار خلال نص المادة 07 من قانون 04/14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري بأنه : " أي شكل مصمم أو رسالة محررة أو صوتية أو سمعية بصرية تثبت مقابل أجر أو تعويض سواء من أجل ترقية سلع أو خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو مهنة حرة أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة." (2)

كما أدرج له المشرع الجزائري تعريف في قانون التجارة الإلكترونية 05/18 خلال المادة 6 منه التي تنص على أن : " الإشهار الإلكتروني : كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية." (3)

كما عرفته المادة 3/3 من القانون رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه : " إشهار : كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة." (4)

يمكن أن نستخلص خلال النصوص القانونية السالفة الذكر، أن المشرع الجزائري خلال هذه التعاريف قد أعطى للإعلان صورة واضحة ،و يظهر ذلك من خلال التطرق للهدف الذي وجد من أجله.

## ب - تمييز الإعلان التجاري الإلكتروني عن المصطلحات القريبة منه :

### 1- الإعلان التجاري الإلكتروني و الدعاية :

الدعاية هي النشاط الذي يؤدي إلى تأثير في عقيدة الجمهور ،سواء لجعله يؤمن بفكرة أو مبدأ أو عقيدة معينة ،فالدعاية تستهدف نشر أفكار و آراء معينة و تجميع أنصار لهذه الأفكار (5)،وعلى الرغم من

1- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي ،مرجع سابق،ص 24.

2- قانون رقم 04/14 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق ل 24 فبراير 2014،يتعلق بالنشاط السمعي و البصري، ج ر ج ، عدد 16، صادرة في 23 مارس 2014.

3- قانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، مرجع سابق.

4- قانون 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،معدل و متمم.

5- حاني حميدة -مزماط سامية، حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني ،مرجع سابق،ص 15.

أن الإعلان الإلكتروني يعتبر وسيلة دعائية، إلا أنه غالباً ما يحتوي على بيانات و معلومات الهدف منها بيان طبيعة السلعة و ثمنها و مكوناتها<sup>(1)</sup>، و يكمن الفرق بين الدعاية و الإعلان التجاري الإلكتروني ، في كون الدعاية مجانية و لا تستهدف بتحقيق ربح أو كسب مادي ، على عكس الإعلان التجاري الإلكتروني الذي يكون مدفوع الأجر و يهدف بالتأثير على إرادة المستهلكين و جعلهم يقبلون على التعاقد.

## 2- الإعلان التجاري الإلكتروني و الإعلام :

الإعلام هو نشر الحقائق و المعلومات و الأخبار بين الناس ، بهدف نشر الثقافة و تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي و ليس بقصد الربح، فهو يتميز عن الإعلان من الناحية الموضوعية في حين أن الإعلان يقدم المعلومات التي تخدم المعلن او الشيء المعلن عنه<sup>(2)</sup>، و عليه يكمن الفارق الأساسي أن الإعلان التجاري الإلكتروني غالباً ما تروج المنتجات و الخدمات لإغراء و جلب المستهلك لإقتناء سلعة أو منتج أو أداء خدمة ، في حين أن الإعلام هو وسيلة لمقاومة الدعاية الكاذبة و الإعلان المزيف<sup>(3)</sup>.

## ثانياً : شروط الإعلان التجاري الإلكتروني

إن الإعلان التجاري الإلكتروني أصبح من بين أهم المعالم البارزة لعصر الثورة التكنولوجية و المعلومات، و عليه قد يلجأ المهني إلى إستخدام أساليب دعائية ،منطوية على غش و خداع و تضليل، حتى يكون الإعلان مشروعاً وضعت شروط لحمايته<sup>(4)</sup> و من هذه الشروط ما يلي :

## أ- إشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني :

ألزم المشرع الجزائري في نص المادة 10 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05/18<sup>(5)</sup> المورد الإلكتروني بتقديم العرض التجاري بطريقة "مرئية"، "مقروءة"، و "مفهومة"، و تتجلى نية المشرع في إلزام المورد الإلكتروني بتقديم العرض بطريقة واضحة، لا لبس فيها ليتسنى للمستهلك

1- خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام ،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2017، ص30.

2- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية : (دراسة مقارنة) ،الدار الجامعية الجديدة ،مصر ، 2008، ص112.

3- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي ،مرجع سابق ،ص 29.

4- خديجة فنغور -راضية تبيسي، الحماية القانونية للمستهلك في العقود عبر الانترنت ،مرجع سابق، ص39.

5- تنص المادة 10: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية مقروءة و مفهومة و يجب أن يتضمن على الأقل و ليس على سبيل الحصر المعلومات التالية..."

الإلكتروني إستعابه<sup>(1)</sup>، إن شرط وضوح الإعلان الإلكتروني يعني أن يتضمن هذا الأخير البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، و التي من شأنها خلق تفكير واع و متبصر، يعمل على تكوين إرادة واعية مستتيرة لدى المستهلك و هو بصدد الإقبال على التعاقد<sup>(2)</sup>.

### ب- أن لا يكون هذا الإعلان الإلكتروني كاذب ومظلل :

يتوجه المعلن بالإعلانات التجارية إلى المستهلك، وإذا كانت هذه الإعلانات مضللة فإنها توقعه في لبس، و لذلك يجب حماية المستهلك منها و عن كل ما يعرضه التاجر من خلال شبكة الانترنت، و هذا تجنباً في أن يقع المستهلك في فخ الإعلانات الخادعة، و لن يكتشف ذلك إلا بعد أن يدفع ثمن السلعة أو المنتج محل الإعلان، و ربما يكون قد تسلمها أيضاً<sup>(3)</sup>.

### ثالثاً: أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني

تتعدد أشكال الإعلان الإلكتروني بحسب التقنية المتبعة في تعريفو عرض السلع و المنتج عبر الانترنت و التي سنتطرق إليها فيما يلي :

#### أ- مواقع الانترنت

الموقع الإلكتروني هو عبارة عن مواد معلوماتية، يمكن أن تحتوي على نصوص أو صور أو رسومات أو مواد سمعية أو بصرية ثابتة، و متحركة كالأغاني أو مقاطع الفيديو<sup>(4)</sup> و تمثل المواقع الإلكترونية إحدى التقنيات التي يلجأ إليها المتعاقدين عبر الانترنت، كما يمكن أن يقتصر الإعلان الإلكتروني عبر هذه المواقع على تقديم إرشادات على كيفية الحصول على المنتج، و يبين الإجراءات التي يجب إتباعها في اقتناء و استعمال المنتج<sup>(5)</sup>.

1- خلوي عنان نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، مرجع سابق، ص 28.  
2- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 89.  
3- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 342.  
4- حسان دواجي سعاد، المسؤولية المدنية و الجزائية عن الإعلان الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص : قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد ، وهران، 2019، ص 26.  
5- اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني ، مرجع سابق، ص 325.

## ب- الشروط الإعلانية

يعتبر هذا النوع من الإعلانات الأكثر انتشاراً على شبكة الانترنت، فيستعمل المعلن على هذه الشروط عبارات مغرية هدفها جذب المستهلك مثلاً "شارك و اربح مجاناً... الخ" (1)، وتظهر الشروط الإعلانية في أعلى أو أسفل الشاشة، و يكون عبارة عن مربع أو مستطيل، و لا يستطيع المتصفح أو المستخدم التخلص منه، لعدم وجود أيقونة بحذفه من الموقع (2) و يمكن أن يختفي و يعود للظهور بذات الإعلانات السابقة أو بإعلانات جديدة .

## ج- البريد الإلكتروني

يعد البريد الإلكتروني وسيلة لنقل الرسائل إلكترونياً، و أصبح يتم من خلاله عرض المنتجات و الخدمات ، و يتميز البريد الإلكتروني أنه أهم وسيلة لإعلان ناجح لسرعته و مجانيته مما يحبذ استعماله (3).

## رابعاً: الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل كصورة من الإعلانات التجارية الإلكترونية

خصصنا في دراسة هذا العنصر تعريف الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل، و الشروط الواجب توافرها فيه حتى يعتبر إعلاناً كاذباً و مضللاً.

### أ- تعريف الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل :

يعرف الفقه الإعلان الكاذب على أنه: "مجموعة من الإعلانات تتضمن بيانات و معلومات غير حقيقية، تعرض على المستهلك من أجل خداعه".

أما الإعلان المضلل فيعرف على أنه : " الإعلان الذي من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن أن تؤدي إلى ذلك." (4)

1 - حسان دواجي سعاد، مرجع سابق ، ص 27.

2- خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ، ص 35.

3 - حسان دواجي سعاد، المسؤولية المدنية و الجزائية عن الإعلان الإلكتروني، مرجع سابق ، ص 29.

4 - حسان دواجي سعاد، مرجع سابق، ص ص 334-335

أما بالنسبة للتعريف القانوني فلم يقد المشرع الجزائري بتعريف الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل، بل أشار فقط إليه في المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش<sup>(1)</sup> باستعماله لعبارة "...أو يحاول أن يخدع"، ففي حقيقة الأمر النص يخص جريمة الخداع إلا أنه يمتد إلى الإعلان الكاذب و المضلل<sup>(2)</sup>.

أما الإعلان التضليلي فقد نصت عليه المادة 28 من القانون 04-02 على أنه: "... يعتبر إشهارا غير شرعي و ممنوعا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان : يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أو تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته".<sup>(3)</sup>

وقد منع المشرع الجزائري الإعلان الكاذب و ذلك من خلال المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية الآتي نصها: "يمنع... استعمال أي إشارة أو أي علامة أو أي تسمية خالية أو أي طريق للتقديم أو الوسم أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك".<sup>(4)</sup>

## ب- شروط الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل :

حتى نتمكن من القول أننا أمام إعلان إلكتروني كاذب و مضلل يجب أن تتوفر الشروط التالية :

1- إستخدام المعلن معلومات كاذبة عن الخصائص الجوهرية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها :

يكون الكذب و التضليل في الرسائل الإعلامية، و ذلك بامتناع المعلن من ذكر البيانات و المعلومات الجوهرية المتعلقة بمحل التعاقد، فيعتبر إخفاء المعلومات و البيانات الأساسية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، صورة من صور الإعلان الكاذب و المضلل<sup>(5)</sup>.

1- قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، معدل و متمم .  
2- معاوي بيبيرس، حماية المستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد الإلكتروني ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص : قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة العربي بن مهدي، ام البواقي ،2018،ص16.  
3- قانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، معدل و متمم .  
4- المرسوم التنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية ج ر ، عدد 50 الصادرة سنة 1990، معدل و متمم .  
5- خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ،مرجع سابق ، ص 45.



2-تضليل المستهلكين بهدف جذبهم للتعاقد أو زيادة التعاقد :

قد يلجأ التاجر الإلكتروني من أجل جذب المستهلك أو لزيادة التعاقد معه، أن يستعمل الإعلان الكاذب و المضلل، و يكون ذلك من خلال ذكره له مميزات و خصائص سلعة أو خدمة غير موجودة أصلا في محل التعاقد (1).

## الفرع الثاني

### الوسم كآلية لتحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني

يعد الوسم من أهم الوسائل التي استخدمها المشرع الجزائري من أجل حماية المستهلك، فمن خلال الوسم يتمكن المستهلك من التعرف على المنتج و كيفية استعماله و الأخطار التي قد تنتج عنه، لذا سنتطرق في هذا الفرع إلى مفهوم الوسم (فرع أول)، و من ثمة إلى الشروط الواجب توافرها في الوسم (فرع ثاني).

#### أولا : مفهوم الوسم

سنحاول في هذا العنصر تحديد مفهوم الوسم من خلال التعريف الفقهي و القانوني له، و من ثمة ننتقل إلى تحديد أهميته من خلال الدور الذي يلعبه في إعلام المستهلك.

#### أ- تعريف الفقهي للوسم :

لقد قدم الفقهاء للوسم عدة تعاريف فهناك من عرفه على أنه : " مجموعة من البيانات الضرورية لإعلام المستهلك، توضع على الغلاف أو العبوات بطريقة واضحة يفهمها المستهلك، كما لا يجب أن تحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الشك في ذهن المستهلك " .

1- بوشرقن زهرة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد: (دراسة مقارنة) ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص عقود و مسؤولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة اقلي محند اولحاج ، البويرة ، 2017، ص 20.

هناك من الفقه من عرفه أنه : "مجموع البيانات و التنبيهات الإلزامية، الواجب إظهارها علنا لمنتوج المعروض للبيع و اللصيق به" (1).

### ب - تعريف الوسم في التشريع الجزائري :

عرف المشرع الجزائري الوسم في المادة 2 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المتعلق بالوسم و السلع الغذائية و عرضها على أنه : " كل نص مكتوب أو مطبوع ، أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع. " (2)

كما عرفه في المادة 03 فقرة 04 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على ما يلي : " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو خاتم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة و وضعها. " (3) و تقابلها المادة 17 من نفس القانون بحيث تنص : " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم" (4)

### ثانيا : أهمية الوسم

يلعب الوسم دورا مهما و يعتبر وسيلة فعالة لحماية المستهلك، بتقديمه كل المعلومات و البيانات الجوهرية المتعلقة بالسلعة و كيفية استعمالها و تحذير من مخاطرها، فبفضل الوسم يكون المستهلك عالما علما كافيا بالمبيع، و تجسد أهمية الوسم من خلال الأدوار المختلفة التي يلعبها (5) و هي :

1- نزار إلهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص : قانون أعمال ،كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي ،2019،ص49.  
2- المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 2005/12/22 الذي يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 367-90 المؤرخ 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها ج ر ج ج عدد 50 صادرة بتاريخ 1990/11/21.  
3- قانون رقم 03/09 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،معدل و متمم.  
4- قانون رقم 03/09 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،معدل و متمم.  
5- نزار إلهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك ،مرجع سابق ص 50.

## 1- الدور الإعلامي :

أن الوسم و من خلال عناصره يمكن المستهلك في أن يكون عالما بكل خصائص المنتج ،كونه يحتوي على مجمل المعلومات و البيانات الخاصة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد ،فالمعلومات التي يحتويها الوسم هي التي تساعد المستهلك على اتخاذ قراره بشأن ابتعاء المنتج من عدمه ،فالوسم يسهل عليه التعرف عن السلع المتنوعة<sup>(1)</sup>.

## 2- الوظيفة الأمنية :

يعد الوسم وسيلة يستخدمها المتدخل و ذلك من أجل لفت انتباه المستهلك عن المخاطر التي قد تواجهه من خلال استعماله للمنتج، و عادة ما يستخدم المتدخل في الوسم كتابة بألوان مختلفة أو يستخدم عبارات أو رموز تؤدي المعنى المقصود ،مثل "عبارة خطر الموت أو ممنوع تناوله..." الخ و عادة ما نجدها في المنتجات السامة كمبيد الحشرات، و من شأن هذه المعلومات أو يتمكن المستهلك من الانتفاع بالمنتج دون عائق أو خطر<sup>(2)</sup>.

## ثالثا : الشروط الواجب توفرها في الوسم

سنحاول استبيان الشروط الواجب توفرها في الوسم و المتمثلة في التغليف (أ) و تثبيت البيانات بشكل لا يمكن إزالتها (ب) هذا ما سنتطرق إليه فيما يلي :

### أ- التغليف :

عرف المشرع الجزائري التغليف خلال المادة 03 من القانون 03/09 كما يلي : " كل تغليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها، موجهة لتوضيب و حفظ و حماية و عرض من كل منتج و السماح بشحنه و تفريره و تخزينه و نقله و ضمان إعلام المستهلك بذلك . " اعتبر المشرع الجزائري أن التغليف يلعب دورا إعلاميا للمستهلك إضافة إلى حفظه للمنتج و السماح بشحنه تفريره و تخزينه و

1- مهدي ستي، حق المستهلك في الإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09، مرجع سابق، ص 46.

2- بتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك ، مرجع سابق ، ص 72.

نقله<sup>(1)</sup>، و قد أكد على ذلك من خلال نص المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 إذ تنص :  
يجب أن يحمل تغليف المواد الغذائية المعبأة مسبقا و الموجهة للمستهلك أو للجماعات ،كل المعلومات المنصوص عليها في هذا المرسوم ."<sup>(2)</sup>

ب - تثبيت البيانات بشكل لا يمكن إزالته :

نصت عليه المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على أنه : " عندما توضع بيانات المواد الغذائية على بطاقة، يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التغليف. "  
فوضع البيانات يعد أمر ضروري و يشمل كل المنتجات المتواجدة في الأسواق، سواء كانت مواد غذائية أو غيرها<sup>(3)</sup>.

### الفرع الثالث

#### آلية العلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من الآليات الفعالة لحماية المستهلك و التي تجسد حق الإعلام هذا من جهة و من جهة أخرى تعتمد العلامة على كسب المستهلكين، هذا ما يجعلنا نحاول البحث عن تعريفها (أولا) شروط العلامة "الشروط الموضوعية" (ثانيا)، كذلك تبصير المستهلك بالعلامة التجارية (ثالثا).

#### أولا : تعريف العلامة التجارية

هي إشارة يستخدمها التجار شعارا لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر جملة أو من المنتج مباشرة، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع<sup>(4)</sup> و قد نصت المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على أنها : "العلامات :كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ،لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام ،و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها

1- بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مرجع سابق ، ص 231.

2- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مرجع سابق.

3- بن سالم المختار، مرجع سابق، ص 23.

4 - فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، د ب ن 2013، ص 163.

و الألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره "(1) .

تعرف أيضا بأنها : " وضع على التغليف أو على المنتج كل إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة لمنتج أو يميزه عن غيره "(2) .

### ثانيا :شروط العلامة "الشروط الموضوعية"

خصصنا دراسة شروط الموضوعية دون الشكلية لانه ما يخصنا في الدراسة الشروط الموضوعية فقط يلتزم لاكتساب العلامة تحقيق مجموعة من الشروط ،أدرجها المشرع الجزائري في الأمر 03-06التي سندرسها كالتالي :

1-أن تكون العلامة التجارية مشروعة : أي غير مخالفة للنظام العام و الاداب العامة، فلا يجوز إتخاذ الشعارات الوطنية و الدولية كالهلال الأحمر ،الصليب الأحمر كعلامات، تعتبر العلامة غير مشروعة إذا خالفت أحكام المادة7/4 من الأمر03-06السالف الذكر على ما يلي : "الرموز المخالفة للنظام العام أو الاداب العامة و الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف" (3) .

2-أن تكون العلامة مميزة : فلا يعد علامة لسلعة معينة ما يتألف من أشكال شائعة و عادية ، بل يجب أن تؤدي العلامة دورها في تمييز المنتجات و السلع(4)، فالغاية من فرض المشرع لشرط التمييز في العلامة هو تفادي وقوع المستهلكين في اللبس الذي يفضي الى صعوبة الاختيار بين منتجين من نفس النوع.

3-أن تكون العلامة جديدة.

1- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424هـ، الموافق ل 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات ، ج ر ج ج ، عدد 44، الصادر بتاريخ 23 يوليو 2003.

2- بن سالم المختار، الإلتزام بالاعلام كالية لحماية المستهلك، مرجع سابق ، ص 172.

3- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424هـ، الموافق ل 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات ، ج ر ج ج ، عدد 44، الصادر بتاريخ 23 يوليو 2003.

4 - فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري مرجع سابق ، ص 168.

### ثالثاً : تبصير المستهلك بالعلامة التجارية

إن التاجر ملزم بإعلام المستهلك بالعلامة التجارية الخاصة به و التي تميز منتجاته عن غيرها، فكل شخص اكتسب صفة التاجر يتخذ علامة تجارية خاصة بمتجره و بمنتجاته<sup>(1)</sup>، كما أن العلامة التجارية تتداخل مع الية الإعلان التجاري و اللذان بدورهما وسائل إعلامية اختيارية متاحة للمهني من أجل التعريف بمنتجاته ،و بالتالي فإن اعتبار العلامة وسيلة لحماية المستهلك بالرغم من تعدد التنظيمات القانونية لها إلا أنها تبقى أداة غير فعالة في حماية المستهلك ، فالعلامة اختيارية و ليس الزامية بالنسبة للمهني يلجأ إليها من أجل تجارته لا أكثر<sup>(2)</sup> .

## المطلب الثاني

### الآثار المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير

ألزم المشرع الجزائري على عاتق المتدخل الالتزام بتبصير المستهلك، و في حالة إخلاله لهذا الالتزام يترتب عليه مسؤولية مدنية التي يكون أساسها العقد فنكون أمام مسؤولية عقدية، و إما أساسها القانون فنكون في هذه الحالة أمام مسؤولية تقصيرية ،و لا تقوم المسؤولية المدنية إلا بتوافر أركانها و هذا ما سنحاول دراسته في المسؤولية القانونية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني (فرع أول) لتوفير للمستهلك حماية أكبر و من أجل ضمان تحقيق الالتزام بالتبصير ،أقر المشرع الجزائري على كل من أخل بهذا الالتزام مجموعة منالجزاءات، منها جزاءات مدنية و أخرى جزائية، و هذا ما سنتطرق إليه في الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني(فرع ثاني) .

## الفرع الأول

### المسؤولية القانونية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني

تعد المسؤولية المدنية أحد ركائز النظام القانوني، و التي تشمل إما التعويض على الضرر الذي ينتج عن إخلال المتعاقد عن إلتزام واقع على عاتقه، فنكون أمام مسؤولية عقدية ،كما قد يكون مصدر

<sup>1</sup>- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية،مرجع سابق، ص 100.

<sup>2</sup>- بن سالم المختار،الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ،مرجع سابق، ص 191.

هذه المسؤولية القانون فنكون أمام مسؤولية تقصيرية (أولا)، و يشترط لقيام المسؤولية المدنية توافر أركانها المتمثلة في الخطأ الضرر و العلاقة السببية (ثانيا).

### أولا :طبيعة المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني

اختلفت الآراء حول طبيعة المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني، فهناك من يرى أن أساسها التزام قانوني فيترتب عنها مسؤولية تقصيرية (أولا) ، و هناك من يرى أن أساسها التزام عقدي فيترتب عنها مسؤولية عقدية (ثانيا).

### أ -الاتجاه القائل بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية قبل التعاقد :

إتجه فريق من الفقهاء إلى إعتبار المسؤولية الناشئة عن الإلتزام بتبصير المستهلك أنها مسؤولية تقصيرية ،و يعتبرون أن الخطأ الذي يقع قبل التعاقد منفصل تماما عن العقد، و لا يمكن إعتبارها مسؤولية عقدية ،كون العقد منعدم و يؤدي قيام المسؤولية العقدية إلى ضرورة تعويض المتضرر<sup>(1)</sup>.

إن الفترة السابقة للتعاقد تهدف إلى تنوير إرادة المستهلك و إقامة التوازن بين الأطراف، فيما يخص المعلومات المرتبطة بالعقد، فيعتبر الإلتزام بالإعلام في هذه المرحلة إلتزام قانوني، بمعنى أن المشرع هو الذي يقرر المعلومات التي يجب الإدلاء بها، و الجزاء المترتب في حالة مخالفتها<sup>(2)</sup> و يتحقق الضرر في حالة قيام المهني بإخفاء المعلومات المتعلقة بالمبيع، سواء كان كتمان كلي أو جزئي و على الطرف الثاني أن يثبت الخطأ حتى يتمكن من الحصول على تعويض<sup>(3)</sup>.

1- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص ص 384-385.

2- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام ، مرجع سابق ،ص 236

3- زايدي سميرة، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص ص 73-74

## ب - الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسؤولية قبل التعاقد

يرى أصحاب هذا الرأي أن طبيعة المسؤولية التي تنشئ عن الإخلال بالالتزام بالتبصير قبل التعاقد هي مسؤولية عقدية، فأساس المسؤولية العقدية هو عدم أو تأخر العاقد عن تنفيذ التزامه الناشئ عن عقد صحيح، و يكون دون مبرر فيؤدي إلى الإضرار بالطرف الثاني، مما يستوجب تعويضه عن ما لحقه من ضرر، و يستند أصحاب هذا الرأي على وجود عقد سابق على العقد الأصلي<sup>(1)</sup>، و أن أساس هذه المسؤولية الخطأ، فيعتبرون الخطأ الواقع في المرحلة السابقة على التعاقد خطأ عقدياً، سواء ترتب عليه عدم إنعقاد العقد أو بطلانه .

كما يستند كذلك هذا الرأي إلى فكرة العقد الضمني، الذي يتعهد فيه المتعاقدان بصحة التصرف و بأن لا يصدر منهما أي تصرف يؤدي إلى إبطال العقد<sup>(2)</sup> .

## ثانياً : أركان المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني

لا تقوم المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني إلا باجتماع أركانه الثلاثة المتمثلة في الخطأ، الضرر و العلاقة السببية، و هذا ما سنتطرق إليه فيما يلي :

### أ - الخطأ

يعتبر الخطأ أول ركن من أركان المسؤولية المدنية، و يعرف على أنه انحراف سلوك الشخص مع إدراكه لهذا الانحراف، و يتحقق ركن الخطأ في حالة إخلال المهني لالتزامه بالتبصير<sup>(3)</sup> .

فإخلال المهني لالتزامه بتبصير المستهلك حول المعلومات و البيانات المتعلقة بسلعة أو خدمة يعد إخلالاً لالتزام قانوني يفرضه القانون، و يتخذ ركن الخطأ صورتين، قد تتم بصورة سلبية ككتم المهني المعلومات و البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، رغم علمه بأهمية هذه المعلومات بالنسبة للمستهلك فهي التي تؤثر على رضاه، و قد يكون إيجابياً، و يتمثل ذلك من خلال تقديم المهني معلومات

1- زايدي سميرة، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، ص72.

2- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص 23.

3- زايدي سميرة، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 74.



كاذبة عن المنتج، أما فيما يخص عبء الإثبات على المستهلك إثبات أن المهني لم يحم بالتزام بالإدلاء بالمعلومات و البيانات المتعلقة بالمنتج<sup>(1)</sup>.

### ب -الضرر

يمكن تعريف الضرر على أنه ذلك الشيء الذي يمس الشخص سواء كان في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة، و يعد ركن الضرر شرطا ضروريا لقيام المسؤولية المدنية و لا يكفي أن يقع الخطأ بل يجب أن يحدث الخطأ ضررا و يترتب عن هذا الخطأ التزام بتعويض الطرف المتضرر<sup>(2)</sup>.

الضرر نوعان قد يكون الضرر مادي و هو كل ما يمس الشخص في جسمه أو ماله، أما النوع الثاني فهو ضرر أدبي الذي قد يصيب الشخص في سمعته أو شرفه ، حيث الضرر المادي الذي يخالف الالتزام بالتبصير في عدم إعلام المستهلك بمخاطر المنتج فيؤدي ذلك إلى إلحاق الضرر بجسم الدائن، كما قد يكون الضرر ماليا يمس الذمة المالية للمستهلك ،أما الضرر الأدبي فيمكن أن نتصوره بعدم إعلام المتدخل المستهلك بالأضرار النفسية التي قد تمسه جراء استخدام المنتج<sup>(3)</sup>.

### ج -العلاقة السببية

تعتبر الركن الثالث من أركان المسؤولية المدنية ، مفادها أن الخطأ هو السبب في حدوث الضرر و في هذا الإطار يعتبر خطأ المهني بعدم تنفيذ التزامه القانوني بتبصير المستهلك بالمعلومات الكاملة عن محل التعاقد و شروطه و كيفية استعماله و المخاطر المحتملة التي ينطوي عليها هذا المحل هو السبب في حدوث الضرر<sup>(4)</sup>، كما يقع على عاتق المدين عبء نفي العلاقة السببية إذا ادعى عدم قيامها و لا يجوز له هذا إلا بإثبات أن الضرر يرجع إلى سبب أجنبي، لا يد له فيه و ذلك بأن يثبت بأن الضرر قد وقع بسبب القوة القاهرة أو فعل الغير أو خطأ المضرور نفسه<sup>(5)</sup>.

1- نزار الهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك ،مرجع سابق، ص 73.  
2- علي بن بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، د س ن، ص ص 91 - 92  
3- نزار الهام، مرجع سابق، ص ص 73 - 74  
4- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام ،مرجع سابق، ص 255.  
5- نواف محمد مفلح الذبابات ، الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية ،مرجع سابق، ص 109.

## الفرع الثاني

### الجزاء المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني

يلتزم المورد الإلكتروني بتبصير المستهلك عن طريق تقديم معلومات و خصائص الشيء أو الخدمة محل العقد من أجل حثه على التعاقد أو التراجع عنه، و من ثمة فإن إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بالتبصير الإلكتروني يرتب جزاء قانوني<sup>(1)</sup> و عليه نتصدى لدراسة هذا الجزء في أمرين الأمر الأول سنعالج الجزاءات المدنية (أولا) و كذا دراسة الجزاءات الجزائية (ثانيا).

#### أولا: الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني

لم ينظم المشرع الجزائري الجزاءات المترتبة عن إخلال المهني بمهامه في الالتزام بالإعلام في قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك ، لكن أدرج المشرع جزاء مخالفة المورد الإلكتروني لالتزامه في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05/18<sup>(2)</sup> منه يمكن للمستهلك إما أن يطلب إبطال العقد مستندا في ذلك إلى مخالفة الالتزام قبل التعاقد (أ) أو عن طريق الفسخ في حالة مخالفة الالتزام بالإعلام أثناء تنفيذ العقد (ب) كما يمكن مطالبة التعويض في حالة ما أصابه ضرر (ج) .

#### أ - قابلية العقد للإبطال :

يعرف البطلان على أنه : " الجزاء الذي يترتب عليه تخلف ركن من أركان العقد أو على الإخلال به "<sup>(3)</sup> و بتطبيق هذا التعريف على الالتزام بالإعلام الإلكتروني فإن الإخلال بهذا الالتزام يؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك، و تعيب إرادته فإنه إستوجب علينا اللجوء إلى القواعد العامة و بإمكان المستهلك أن يطلب البطلان مستندا إلى عيوب الإرادة و بالضبط نظرية الغلط و التدليس.

1 - عقيل فاضل حمد الدهان- غنيريسان جادر الساعدي، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني" ، مرجع سابق ، ص 213.

2- ثامر كشيدة، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ،فرع علوم قانونية و إدارية ،تخصص قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2019، ص 59.

3- زايدي سميرة، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مرجع سابق ، ص 69.

## 1/قابلية العقد للإبطال استنادا لنظرية عيوب الرضا :

### 1-1 : المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في الغلط

الغلط وهم يقوم في ذهن الفرد يجعله يعتقد الأشياء على غير حقيقتها حيث يتبين للشخص أن للشيء مواصفات معينة إلا أن الحقيق غير ذلك (1) و قد أجاز المشرع الجزائري للمتعاقد الذي وقع في غلط أن يطالب بإبطال العقد، بشرط أن يكون الغلط جوهريا وفقا لما اقتضت به المادة 81 ق م ج (2).

يكون كذلك إذا وقع في صفة الشيء أو في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، و تكون هذه الصفة أو تلك الذات السبب الرئيسي في التعاقد إذ لولاها لما أقدم المستهلك على التعاقد (3) و عليه حتى يتسنى للمستهلك طلب إبطال العقد، عليه أن يثبت جوهرية المعلومات التي وقع في الغلط بشأنها إضافة إلى إثبات اتصال هذا الغلط للمتعاقد الآخر (4)، كما لا ينبغي على المستهلك ممارسة حقه في إبطال العقد لغلط أن يكون تعسفيا، بل يجب أن يستجيب لطلب المتعاقد الآخر متى أظهر هذا الأخير استعداده لتنفيذ العقد وفقا لما يقتضيه مبدأ حسن النية في التعامل (5).

لا يختلف عيب الغلط في العقد التقليدي عن عيب الغلط في التعاقد الإلكتروني، فهذا العيب متصور الحدوث في كلا الحالتين، و كثيرا ما يقع في العقود الإلكترونية بسبب العرض الناقص للمنتجات (6).

### 1-2:المطالبة لإبطال العقد لعيب التدليس :

يعرف التدليس على أنه استخدام شخص لوسائل و طرق احتيالية لإيقاع شخص آخر في غلط يؤدي به إلى التعاقد،فهو يقوم على عنصران (7)عنصر موضوعي يتمثل في استعمال طرق احتيالية سواء

1 - جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي ، فمرجع سابق ،ص61.  
2 - تنص المادة 81 ق م ج على مايلي: " يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهرى وقت إبرام العقد، أن يطلب بإبطاله. "  
3- انظر المادة 82 من الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج. ر. ج. ج. عدد 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم  
4- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك : (دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون)مرجع سابق ص 61.  
5- انظر المادة 85 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.  
6- أقاسم أسماء- بوزيان نعيمة، الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية ،، مرجع سابق ، ص 58.  
7- نزار الهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك ،، مرجع سابق،ص 70.

كانت من طرف احد المتعاقدين أو من الغير، و عنصر نفسي يتمثل في تضليل المتعاقد عن طريق الطرق الإحتيالية من أجل دفعه إلى التعاقد<sup>(1)</sup>.

نص المشرع الجزائري في المادة 2/86 ق م ج على أن السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة تعتبر تدليسا، إذا اثبت المتعاقد انه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة.

وطبقا للفقرة الأولى من المادة السالفة الذكر من ق م ج فإنه يجوز إبطال العقد للتدليس باعتباره عيبا من عيوب الرضا متى توفرت شروطه، و هي استعمال طرق احتيالية و صدورهما من طرف المتعاقد الآخر، و أن تكون هذه الطرق الاحتيالية هي الدافع إلى التعاقد .

تجدر الإشارة أن في عقود التجارة الإلكترونية فإن كتمان أية معلومات عن المستهلك يعد إخلالا بمبدأ حسن النية، التي يجب أن يسود في هذا النوع من التعاقد، حيث لا يكون أمام المستهلك إلا ما يقدمه التاجر المحترف من معلومات عن السلعة أو الخدمة أو المعلومات المتعلقة به<sup>(2)</sup>، وهذا ما أكده المشرع الجزائري في المادة 107 ق م ج : "يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه و بحسن نية. " بالرجوع إلى نصوص القانون المدني يجب أن ترفع دعوى الإبطال للغلط أو التدليس خلال خمس سنوات ابتداء من اليوم الذي يكتشف فيه التدليس، أو في خلال عشرة سنوات من وقت تمام العقد<sup>(3)</sup>.

## 2/إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع :

يحق للمستهلك طلب الإبطال بدعوى عدم العلم الكافي بالمبيع، و قد تقرر هذا الحق للمشتري دون البائع<sup>(4)</sup> و ذلك استنادا إلى نص المادة 352 ق م ج التي تنص على أنه : " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"<sup>(5)</sup>.

1- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني الجزائري : (النظرية العامة للالتزامات)، الطبعة الرابعة، دار الهدى، الجزائر، 2007، ص177.

2- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية : (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 136.

3- انظر المادة 101 من قانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

4- اقسام أسماء- بوزيان نعيمة، الالتزام بالإعلام في العقود الالكترونية، مرجع سابق، ص57.

5- الأمر رقم 58-75 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم .

و إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع، سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا اثبت غش البائع ."

اشترط المشرع الجزائري بموجب المادة السالفة الذكر علم المشتري بالمبيع علما كافيا و يتحقق ذلك عن طريق إشتمال العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية، فقرر البطلان النسبي كجزء للإخلال به<sup>(1)</sup> حتى و لو لم تصب إرادته بأي عيب من عيوب الإرادة، إذ يعفى المشتري من إثبات شروط الغلط أو التدليس، بحيث يقوم حقه في الإبطال بمجرد إثبات خلو العقد من الصفات الأساسية للمبيع<sup>(2)</sup>.

### ب- قابلية العقد للفسخ :

يعرف الفسخ بأنه : "حل الرابطة العقدية بناء على طلب احد طرفي العقد إذا اخل الطرف الآخر بالتزامه"<sup>(3)</sup>.

ففي حالة إخلال المتعاقد بالتزامه بإعلام المستهلك بكافة المعلومات و البيانات الضرورية المتعلقة بالعقد، فإنه يجوز للمستهلك الخيار بين طلب تنفيذ العقد أو فسخه<sup>(4)</sup>.

فضلا عن ذلك فحسب الفقرة الثانية للمادة 2/119 ق م ج التي تنص : "ويجوز للقاضي أن يمنح المدين أجلا حسب الظروف، كما يجوز له أن يرفض الفسخ إذا كان ما لم يوف به المدين قليل الأهمية بالنسبة إلى كامل الالتزامات." يتبين لنا من خلال هذه الفقرة أن للقاضي السلطة التقديرية في أن يمنح للمدين أجلا لتنفيذ التزامه وان يقضي بفسخ العقد، فإذا طلب الدائن تنفيذ الالتزامات و تبين للقاضي أنه يمكن الحصول فلا شك انه يقضي به، و ليس له أن يحكم بالفسخ، أما إذا طلب الدائن الفسخ فللقاضي الخيار بين أن يمنح المدين أجلا لتنفيذ التزامه، أو أن يرفض الفسخ إذا كان ما لم يوف به قليل الأهمية بالنسبة إلى كامل الالتزامات.

1- بتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مرجع سابق، ص 103.

2- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك : (دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون)، مرجع سابق ص 279.

3- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني الجزائري : (النظرية العامة للالتزامات)، مرجع سابق، ص 162.

4- تنص المادة 1/119 ق م ج " في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف احد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد اعدار المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك. "

## ج- التعويض

إن إبطال العقد للغلط أو التدليس قد لا يكون كافيا لتوفير حماية للمستهلك الذي يلحقه ضرر نتيجة العيب الذي يلحق بإرادته ، جراء عدم تنفيذ الالتزام بالتبصير، كذلك قد يكون جزاء البطلان غير متناسب مع ما اقترفه التاجر من خطأ، الأمر الذي ينبغي تقرير جزاء يعد مكملا له أي إبطال العقد مع التعويض<sup>(1)</sup>، فهذا الجزاء يجد مصدره في تعيب إرادة المستهلك عن طريق عيوب الرضا، باعتبار أن التدليس فعل ضار يلتزم على كل من ارتكبه بتعويض الضرر الناتج عنه، وفقا لأحكام المسؤولية التقصيرية و هذا ما تقتضيه المادة 1/124 ق م ج التي تنص بأن: " كل فعل أيا يرتكبه الشخص بخطئه و يسبب ضررا للغير ،يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض."

### 1- طرق التعويض :

يتضح خلال نص المادة 132 من ق م ج<sup>(2)</sup> أن هناك طريقتين للتعويض إما التعويض العيني أو التعويض النقدي .

التعويض العيني أو التنفيذ العيني و يكون ذلك بإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل وقوع الفعل الضار، أما التعويض النقدي هو المبلغ الذي يقدره القاضي لجبر الضرر الذي لحق بالمضور ،غير أن التعويض يجب أن لا يتجاوز قدر الضرر و أن لا يعلى عنه<sup>(3)</sup> .

و قد نصت المادة 131 من ق م ج بأن: " يقدر القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي لحق المصاب طبقا لأحكام المادتين 281 و 281 مكرر مع مراعاة الظروف الملائمة... "

نجد أن المشرع الجزائري في مجال المعاملات الالكترونية قد منح للمستهلك الإلكتروني الحق في أن يطلب إبطال العقد و التعويض عما أصابه من ضرر ، و ذلك في قانون رقم 18-05 المتعلق

1- موفق حماد عبد ،الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية : (دراسة مقارنة) ،مرجع سابق،ص ص 138- 139.  
2- تنص المادة 132 ق م ج على مايلي: " يعين القاضي طريقة التعويض تبعا للظروف ،و يصح أن يكون التعويض مقسما، كما يصبح أن يكون إيرادا مرتبا ،و يجوز في هاتين الحالتين إلزام المدين بان يقدم تأمينا .  
و يقدر التعويض بالنقد، على أنه يجوز للقاضي ،تبعا للظروف و بناء على طلب المضور ،أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه ،أو أن يحكم و ذلك على سبيل التعويض، بأداء بعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع. "  
3- زايدي سميرة، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ،مرجع سابق،ص 79.

بالتجارة الإلكترونية الجزائري و هذا ما تقتضيه المادة 14<sup>(1)</sup>.

## 2-الجمع بين الإبطال و التعويض :

لا شك في أنه إذا ترتب على بطلان العقد ضرر للمتعاقد فإنه يجوز له بالإضافة إلى طلب البطلان أن يطلب التعويض عن الضرر الذي لحق به ، باعتبار المستهلك الطرف الضعيف في العقد يكون له الحق في الجمع بيندعوى البطلان و دعوى التعويض، إذا كان ذلك في مصلحته كما له الحق في الخيار بين الدعويين بأن يختار دعوى التعويض إذا كان الإبقاء على العقد يحقق له الفائدة، مثال ذلك إذا لم يفضي المهني للمستهلك عند إبرام عقد البيع بالبيانات الأساسية اللازمة فيما يخص عملية البيع،كذلك يمكن للمستهلك الحق في مطالبة بإبطال العقد، و يجوز له أن يبقي على العقد و يحتفظ بالشيء المبيع إذا كان يهمه، يقتصر الأمر على طلب التعويض عما لحقه من ضرر<sup>(2)</sup>.

## ثانيا -الجزاء العقابية المترتبة عن مخالفة الالتزام بالتبصير الإلكتروني :

قرر المشرع الجزائري مجموعة من العقوبات على كل متدخل استخدم إعلان كذب و مضلل (أولا) و كذلك على كل من خالف آلية الوسم (ثانيا) أو خالف التزامه بالتبصير عن الأسعار و شروط البيع (ثالثا).

### أ- جزاء الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل :

لقد أقر المشرع الجزائري عقوبات جزائية على كل متدخل قام بإعلام المستهلك عن طريق استخدامه لإعلان كاذب و مضلل، و هذا ما نصت عليه المادة 38 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>(3)</sup> على ما يلي : " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة و ممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28 من هذا القانون، و يعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 د ج ) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 د ج )"

1- تنص المادة 14 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري على أنه : " في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني، يمكن المستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد و التعويض عن الضرر الذي لحق به. "

2- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص ص 257- 258.

3- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر ج . ج ، عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004، معدل و متمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر ج ج عدد 46، صادر بتاريخ 15 غشت 2010.

أقر المشرع الجزائري عقوبات إضافية إلى جانب العقوبة المالية، تتمثل الأولى في مصادرة السلع المحجوزة فإذا كانت السلع ضمن حجز عيني فتسلم إلى إدارة أملاك الدولة، حتى تقوم ببيعها أما إذا كانت ضمن الحجز الاعتباري فتكون المصادرة على قيمة الأملاك بكاملها أو جزء منها (1).

أما العقوبة الأخرى فتتمثل في غلق المحلات التجارية و التي نص عليها المشرع في المادة 46 من القانون السالف الذكر " يمكن الوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، بأن يتخذ بواسطة قرار، إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز (30) ثلاثين يوما... " (2).

تجدر الإشارة أن هذه العقوبات تتعلق بالإعلانات الكاذبة و المضللة العادية، رغم أن المشرع الجزائري لم يشر إلى الإعلانات الإلكترونية، و مادام أنه لا توجد نصوص خاصة بها فإنه ما يطبق على الإعلانات العادية، يتقرر لها لأن الإختلاف يكمن في الوسيلة المستعملة للإعلان .

#### ب- جزاء تخلف آلية الوسم :

لقد نص المشرع الجزائري على جزاء تخلف آلية الوسم في نص المادة 78 من القانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش (3) على ما يلي: " يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 د ج) إلى مليون دينار (1.000.000 د ج ) ، كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون " (4).

فالمادتين 17 و 18 متعلقتان بإعلام المستهلك فقرر المشرع الجزائري عقوبات مالية متماثلة في القيمة على كل من يخالف الالتزام بالإعلام، و كيف الجريمة الواقعة على أنها مخالفة (5).

بالنسبة لعقوبة العود فقد نص عليها المشرع الجزائري في نص المادة 85 من القانون السالف الذكر على ما يلي: " طبقا لأحكام المادة 36 من قانون العقوبات، تضم الغرامات المنصوص عليها في

1- بوشريقن زهرة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد: (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص ص 28- 29.  
2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل و متمم .  
3- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج. ر. ج. ج. عدد 15 صادر في 08 مارس 2009، معدل و متمم .  
4- قانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، معدل و متمم .  
5- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، مرجع سابق، ص 64.



هذا أحكام القانون. و في حالة العود، تضاعف الغرامات و يمكن للجهة القضائية المختصة إعلان شطب السجل التجاري للمخالف."

### ج - جزاء تخلف عدم التبصير عن الأسعار و شروط البيع

لقد نص المشرع الجزائري على العقوبة المقررة على عدم التبصير عن الأسعار في المادة 31 من القانون 02/04 التي تنص على ما يلي : " يعتبر عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات، و مخالفة أحكام المواد 4 و 6 و 7 من هذا القانون ،و يعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار(5.000دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 د ج ). "

أما العقوبة المقررة على عدم الإعلام بشروط البيع، فقد نص عليها المشرع الجزائري في نص المادة 32 من نفس القانون على ما يلي : " يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع ،مخالف لأحكام المادتين 8 و 9 من هذا القانون، و يعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار(10.000د ج ) إلى مائة ألف(100.000د ج ) " (1) .

فنكون أمام جريمة كاملة في حالة اجتماع الفعل المادي المتمثل في عدم إعلام المستهلك بالأسعار و شروط البيع، و توفر القصد الجنائي فتعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية(2) .

1 - قانون رقم 02-04 مؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،ج.ر ج . ج ، عدد 41، معدل و متمم .

2- بن سالم المختار،الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ،مرجع سابق،ص ص 202 203.

خاتمة

بعد دراستنا لموضوع الإلتزام بالتبصير في العقود الالكترونية ، قد استخلصنا أن الإلتزام بالتبصير الإلكتروني وسيلة فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني، الذي يعد الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

توصلنا كذلك في دراستنا إلى مجموعة من النتائج التي سنعرضها فيما يلي :

- تناولنا العقد الإلكتروني من ناحية التعريف به و بيان أهم الخصائص المميزة له، و قد تبين لنا أن أهم ما يميزه عن غيره من العقود هو الطابع غير المادي في إبرامه، و يتم بإستخدام دعائم إلكترونية و كذلك دون التواجد المادي للأطراف .
- عرفنا أن الإلتزام بالتبصير وسيلة تهدف إلى حماية المستهلك، و يكون ذلك بإعلامه بكامل المعلومات و البيانات المتعلقة بمحل التعاقد، حسن المشرع الجزائري ما فعل في إقراره لهذا الإلتزام لما له من أثر في تنوير إرادة المستهلك، و أن يقدم على إبرام عقد بناء على رضا حر و مستتير
- للإلتزام بالتبصير الإلكتروني أطراف يتمثل الطرف الأول في المستهلك و هو الدائن في العلاقة التعاقدية ، فقد تبنى المشرع الجزائري المفهوم الضيق في تعريفه، أما المدين فينقسم إلى عدة فئات فيمكن أن يكون منتج أو تاجر إلكتروني ،مستورد أو مقدم خدمة.
- يقع على عاتق المدين إلتزام بتبصير المستهلك حول الخصائص و البيانات الجوهرية المتعلقة بمحل التعاقد ،من شأنها توفير الثقة في التعاقد ،كما تزيل كل المخاوف و التساؤلات التي تدور في ذهن المستهلك .
- لقيام الإلتزام بالتبصير الإلكتروني يشترط أن يكون المدين عالما بكل المعلومات و البيانات المتعلقة بمحل التعاقد ،حيث تقضي مستلزمات حماية المستهلك أن لا يقبل من المحترف بالادعاء بجهله للمعلومات الجوهرية ،كما يشترط أن يكون المستهلك جاهلا جهلا مشروعا أي ليس له أي علم بالمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد.
- منح المشرع الجزائري للمستهلك مجموعة من الضمانات منها المستوحاة من النظرية العامة للعقد ، المتمثلة في ضمان العيب الخفي ،و ضمان التعرض و الاستحقاق حيث لا يقتصر على العقود التقليدية فقط بل يشمل أيضا العقود الالكترونية حيث يلتزم البائع اتجاه المشتري بضمان عدم التعرض سواء كان هذا الفعل صادر منه أو من الغير .
- أقر ضمانات أخرى مستحدثة حيث لا يقتصر الإلتزام بالتبصير على المرحلة السابقة على التعاقد بل يمتد كذلك إلى مرحلة تنفيذ العقد ،حيث يلتزم المهني بالإعلام اللاحق لإبرام العقد عبر

الانترنت ، وذلك بتأكيد بعض المعلومات التي قام بالإدلاء بها للمستهلك في المرحلة السابقة لإبرام العقد، وعليه يكمن هدف التبصير في تنوير إرادة المستهلك .

- كرس المشرع الجزائري حق العدول عن العقد الإلكتروني ضمن الحقوق المستحدثة و اعتبره حقا إراديا يخضع لتقدير المستهلك ،الذي له أن يمارسه دون أن يبدي أسباب و دون أن تترتب عليه أي مسؤولية، فمن المعروف أن هذا النوع من العقود تتم بالسرعة في إبرامها ،مما قد يؤثر سلبا على رضا المستهلك لذا أقر المشرع هذه الوسيلة التي من شأنها توفير حماية أكبر للمستهلك.
- حرص المشرع الجزائري على وضع آليات من أجل إعلام المستهلك و التي ذكرناها على سبيل المثال لا الحصر،التمثلة في الوسم ،الاعلان التجاري الإلكتروني، كذاالعلامة التجارية .
- في حالة إخلال المدين بالتزامه بتبصير المستهلك فقد تترتب عليه مسؤولية مدنية بشقيها فقد اختلف الفقهاء حول إعتبارها مسؤولية عقدية، أو إعتبارها مسؤولية تقصيرية ، كما أقر كذلك المشرع الجزائري مجموعة من الجزاءات،فالنسبةللجزاءات المدنية مكن المستهلك من إبطال العقد كما أمكنه من مطالبة المدين عن الضرر الذي لحقه ،أما الجزاءات العقابيةفتتمثل جزاءاتها في غرامات مالية إلى جانب عقوبات إضافية .

بعد عرض أهم النتائج المتوصل إليها في دراستنا ،نقدم بعض الاقتراحات و التوصيات المتحصل عليها على النحو التالي :

- اكتفى المشرع الجزائري بالنص على الالتزام بالإعلام في نص المادتين 17و18من القانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، فهذا لا يكفي لحماية المستهلك حبذا لو أن المشرع ينظم الالتزام بالتبصير الإلكتروني في قانون خاص، لكون المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية و مدى توسع نطاق التجارة الإلكترونية في المعاملات الإلكترونية .
- يقتضي إعطاء تعريف دقيقا للمدين في الالتزام بالتبصير الإلكتروني، حتى يحدد الأشخاص الذين يدخلون في مفهومه و ذلك لضمان حق المستهلك في التعويض .
- لم يتعرض المشرع الجزائري للإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل ،و نظرا للدور الذي يلعبه الإعلان في تعريف المستهلك بخصائص و مميزات السلع المعروضة، و دوره في توفير حماية أكثر للمستهلك كان لابد من النص على الإعلان، و بعض صورته و متى يكون مضللا .

- محاولة تحديد اليات الالتزام بالتبصير بشكل عام ما يتماشى مع مصلحة المستهلك لا مصالح المهني مما يقتضي تنظيم أحكام تحدد الاليات و كيفية استخدامها .
- نقترح على المشرع الجزائري أن ينظم حق العدول عن العقد الالكتروني في قانون التجارة الإلكترونية و إعطائه لتعريف العدول غير كافي فالفراغ القانوني و في ظل غياب التنظيم يزيد الخطورة أكثر على المستهلك .
- ضرورة تنظيم كفيات الإلتزام بالتبصير الإلكتروني في قانون خاص.
- تشديد العقوبات و الجزاءات المقررة لحماية المستهلك.

## قائمة المراجع

## أولا : قائمة المراجع باللغة العربية

### أ-الكتب

1. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك: (دراسة تحليلية مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
2. إيمان مأمون أحمد سليمان، إبرام العقد الإلكتروني و إثباته: (الجوانب القانونية لعقد التجارة الالكترونية ) ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008.
3. خالد حسن أحمد ،الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي و القانون الوضعي : (دراسة مقارنة ) ،مركز الدراسات العربية، د. ب. ن. ، 2016.
4. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 20065.
5. \_\_\_\_\_، إبرام العقد الإلكتروني: (دراسة مقارنة)، طبعة ثانية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
6. \_\_\_\_\_ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية : (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007.
7. \_\_\_\_\_، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية 2008.
8. \_\_\_\_\_، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية : (دراسة مقارنة) ،الدار الجامعية الجديدة ،مصر 2008.
9. خليل أحمد حسن قداة،الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الجزء الرابع : (عقد البيع) ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2001.
10. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك : (دراسة مقارنة) ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان، 2007.
11. عصام عبد الفتاح مطر ،التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية ،دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، 2009.
12. علي بن بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، د س ن .

13. علي نجيدة، الوجيز في عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
14. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك : (دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون)، طبعة ثانية، منشئة المعارف، الإسكندرية، 2008.
15. فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية ، ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ن، 2013 .
16. فلالي علي، النظرية العامة للعقد : (الإلتزامات) ، طبعة ثانية ، موفم للنشر ، الجزائر ، 2008.
17. لزهري بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية ، دار هومه الجزائر، 2014.
18. ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني ، مكتبة الرشد، الرياض ، 2009.
19. محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني الجزائري : (النظرية العامة للإلتزامات)، الطبعة الرابعة ، دار الهدى، الجزائر ، 2007.
20. مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2009.
21. موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية : (دراسة مقارنة) ، منشورات زين الحقوقية ، بيروت ، 2011.

## II- الأطروحات و المذكرات الجامعية

### أ- الأطروحات الجامعية :

- 1- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني : (دراسة مقارنة) ، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق ، تخصص : القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أحمد دراية، أدرار ، 2018.
- 2- أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني ، أطروحة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث ل م د في القانون، تخصص : قانون خاص داخلي ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2018.



- 3- **بلفاسم حامدي**، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص : قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.
- 4- **بن سالم المختار**، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك ،رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام ل م د تخصص : قانون المنافسة و الاستهلاك ، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2018.
- 5- **بهلولي فاتح**، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري ،أطروحة لنيل درجةالدكتوراه في العلوم، تخصص : قانون ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2017.
- 6- **بوالكور رفيقة**، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام ،أطروحة مقدمة لنيل شهادةالدكتوراه في العلوم،تخصص : القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2019.
- 7- **جامع مليكة** ،حماية المستهلك المعلوماتي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية (القانون الخاص) ، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2018.
- 8- **حسان دواجي سعاد**،المسؤولية المدنية و الجزائية عن الإعلان الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم ،تخصص: قانون الأعمال المقارن ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة محمد بن أحمد ، وهران ، 2019.
- 9- **خلوي عنان نصيرة**، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم ، تخصص : قانون ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو 2018.
- 10- **خميم محمد**، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان ، 2017.
- 11- **عبوب زهيرة**، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الالكترونية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص : القانون ، كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

## قائمة المراجع

12-عجالي بخالد،النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري ( دراسة مقارنة ) ،رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص : القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو،2014.

ب -المذكرات الجامعية :

ب 1-مذكرات الماجستير :

1-بوالباني فايذة ،الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،فرع :العقود و المسؤولية ،كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر01،2012.

2-بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ،كلية الحقوق ،جامعة الباز02، سطيف ،2013.

3-جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة، أبي بكر بلقايد، تلمسان،2015.

4-لزعر وسيلة،تنفيذ العقد الإلكتروني ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع :العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون ،الجزائر01،2011.

5-نواف محمد مفلح الذيابات، الإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية ، رسالة ماجستير ، تخصص :القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الشرق الأوسط،2013.

ب 2-مذكرات الماستر :

1-إبقيدين سليمة حمداش وردة ،مجلس العقد في إطار التعاقد عبر الانترنت ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص : القانون الخاص الشامل ،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ،2017.

- 2- **إبلعيد ديهية- لعناني حكيمة**، أحكام العدول عن العقد الإلكتروني ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص : قانون أعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو،2018.
- 3- **أحمد أمين نان** ، حماية المستهلك الإلكتروني ،مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي التخصص : قانون الشركات، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2017.
- 4- **أقاسم أسماء -بوزيان نعيمة** ، الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة احمد دراية،أدرار، 2019.
- 5- **بتقة حفيظة**، الإلتزام بالإعلام في عقد الإستهلاك،مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص : عقود و مسؤولية ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ،2013.
- 6- **بن حجاز زهيرة** ،حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ،تخصص : قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2016.
- 7- **بوشريقن زهرة** ، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد : (دراسة مقارنة) ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص :عقود و مسؤولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ،2017.
- 8- **ثامر كشيدة**،الإلتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ،فرع :علوم قانونية و إدارية ،تخصص : قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف ،المسيلة ،2019.
- 9- **حاسل نورية**،النظام القانوني للعقد الإلكتروني في ظل القانون رقم18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر ،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،2019.

10-حاني حميدة -مزماط سامية،حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني ،مذكرة تخرج لنيل شهادة  
الماستر تخصص :القانون الخاص الشامل ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة عبد الرحمان ميرة،  
بجاية ،، 2014.

11-خالد طيهار ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ، تخصص :  
قانون أعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة ،2019.

12-خديجة فنغور- راضية تبيسي، الحماية القانونية للمستهلك في العقود عبر الانترنت، مذكرة مقدمة  
لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، تخصص : القانون الخاص للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم  
السياسية ،جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ، 2015.

13-زايد سميرة ، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ،  
تخصص : قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهدي ، أم  
البواقي 2016.

14-عبد العالي فارس، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ،مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر،  
تخصص :قانون أعمال ، كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهدي ، أم البواقي،2014.

15-عمرون سيلية -عيسات بسمة ،التعاقدالإلكتروني وفقا لقانون التجارة الالكترونية الجزائريمذكرة  
مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص : القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة  
عبد الرحمان ميرة ،بجاية ،2019.

16-عنوش حنان- لعلاوي عز الدين، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري ،مذكرة  
لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص : القانون العام للأعمال،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة  
عبد الرحمان ميرة ،بجاية،2019.

17-عيساوي سوهيلة، تنفيذ عقود التجارة الإلكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص :  
القانون الخاص الشامل ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية،2017.

18 - لخضر دايدة،حق المستهلك في العدول عن التعاقد ،مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل  
شهادة الماستر ،تخصص : قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة الشهيد حمه لخضر،  
الوادي ،. 2018

## قائمة المراجع

19-لعريبي وهيبة - رحمانى حدة ، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت : (دراسة مقارنة ) ، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون الخاص ، تخصص :قانون أعمال ، كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، 2018.

20 - معاوي بيبيرس،حماية المستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد الالكتروني ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص :قانون أعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي 2018.

21-مهدي ستي ، حق المستهلك في الإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09 ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص : قانون اقتصادي ، كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة مولاي الطاهر ، سعيدة ، 2016.

22-نزار الهام ، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص : قانون أعمال ،كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهدي ، أم البواقي 2019.

### III-المقالات

1-بن صغير مراد، " الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في عقود التجارة الالكترونية"،مجلة الحقوق، عدد02،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة أبي بكر بلقايد،تلمسان،2017،صص 216 - 249 .

2-حجاري محمد، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد و تطبيقاته على العقود الالكترونية: ( نطاقه و ضمانات المستهلك الإلكتروني)"،مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية و السياسة، عدد 08 ،كلية القانون، العراق 2013،صص 239-268.

3-زوز هدى ، "آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري" ،مجلة الحقوق والحريات،العدد الرابع ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2017، صص 316 - 330 .

4-عائشة قصار الليل ،"الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد" ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية عدد 10، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة 01،2017،صص 223-235.

- 5- عبد الرحمان خلفي ، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)" ،مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم السياسية ، مجلد 27، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2013 ، ص ص 02-24
- 6- عقيل فاضل حمد الدهان - غني ريسان جادر الساعدي ، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني" مجلة أهل البيت، عدد 05 ، العراق، د س ن ، ص ص 204 - 226 .
- 7- لدغش سليمة، "حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الواقع و الضرورة"،مجلة الحقوق و الحريات، عدد04، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2017، ص ص 358 - 378.
- 8- سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"،مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الإقتصادية ، العدد02، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص ص 11-30.

#### IV- النصوص القانونية :

##### أ- النصوص التشريعية :

- 1- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 هـ ،الموافق ل 19 يوليو 2003،يتعلق بالعلامات ، ج ر ج ج ، عدد 44، الصادر بتاريخ 23 يوليو 2003.
- 2- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج . ر . ج . ج ، عدد 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005 ج ر ج ج، عدد 44 الصادر بتاريخ 26 يونيو 2005.
- 3- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 27 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج . ر ج . ج ، عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004، المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر ج ج ، عدد 46، صادر بتاريخ 15 غشت 2010.
- 4- قانون رقم 04/14 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق ل 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي و البصري، ج ر ج ج ، عدد 16، صادرة في 23 مارس 2014.

## قائمة المراجع

5- قانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج . ر . ج . ج ، عدد 28، صادر في 16 مايو 2018.

6- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، ج . ر . ج . ج ، عدد ، 15، صادر في 08 مارس 2009، المعدل و المتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 25 رمضان 1439 الموافق ل 10 يونيو 2018، ج ر ج ، عدد 35، الصادر 13 في جوان 2018.

### ب - النصوص التنظيمية :

1- المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ج ر ج ج عدد 5 سنة 1990 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 ج ر عدد 61 لسنة 2001.

2- المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم السلع الغذائية ، ج ر ج ج، عدد 50 الصادرة سنة 1990، معدل و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج ر ، عدد 83، لسنة 2005.

3- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، ج . ر . ج . ج ، عدد 56 الصادر في 11 سبتمبر 2006، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 03 فبراير 2008، ج . ر . ج . ج ، عدد 07، صادر بتاريخ 10 فبراير 2008.

4- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 25 صفر 1411 الموافق ل 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، ج ر ج ج ، عدد 40 ، صادر بتاريخ 19 سبتمبر 1990، الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434 الموافق ل 26 سبتمبر 2013، المحدد لشروط و كفايات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ ، ج ر ج ج ، عدد 49، صادر بتاريخ 12 أكتوبر 2013.

5- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكفايات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ج ، عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

ج - النصوص الأجنبية

1- القانون رقم 83 لسنة 2000، مؤرخ في 9 أوت 2000 يتعلق بالمبادلات و التجارة الالكترونية التونسي  
ج ر عدد 64، مؤرخ في 11 أوت. 2000، متاح على الموقع :

<http://www-marocdrit-marocdrit-com.cdn.ampproject.org>

2- قانون رقم 85/2001 مؤرخ في 31 ديسمبر 2001 يتعلق بقانون المعاملات الالكترونية الأردني ج ر  
رقم 4524. متاح على الموقع : <http://www.wipo.int>

3- قانون رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بقانون حماية المستهلك ج ر عدد 20 صادر  
بتاريخ 20/05/2006 متاح على الموقع : <http://www.laweg.net/>

V- الوثائق

1- قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية مع الدليل التشريعي الصادر في 16  
ديسمبر 1996، و مع المادة 5 مكرر الإضافية بصيغتها النهائية المنعقد في 1998، الأمم  
المتحدة، 2000، نيويورك، متاح على الموقع :

<http://www.unictr.org/pdf/arabic/textes/electcom/ml-elecsig-a.pdf>

VI- المعاجم

1- أحمد ابن فارس بن زكريا ابو الحسين، معجم مقاييس اللغة ، جزء 04 ، 1979 ، ص 86، متاح على  
الموقع :

<http://saidagate.com/Home/BLogDetails/686#:~:text=%>

[A, فارس، 20% ج 4، 20% ص 86](#)

ثانيا: قائمة المراجع باللغة الفرنسية

I-OUVRAGES

1- JEAN Calais Auloy- FRANK Steinmetz, droit de la consommation 5ème édition,  
Daloz, 2000 .

2- MALAURIE Philippe, AYNES Laurent, GAUTIER Pierre-Yves, Droit des  
contrats spéciaux 8ème édition , L.G.D.J , Paris , 2016.



**3- YVES Picod –HELENE Dano**, droit de la consommation, Dalloz, Paris, 2005.

## II-THESES :

**1-ALLISE Jean**, L'obligation de renseignements dans les contrats, Thèse, Paris1, 1975.

**2- MAHI DISDET Djamila**,L'obligation d'information dans les contrats du commerce électronique, Thèse présentée pour obtenir le grade de docteur en droit, Université d'Avignon et des pays de Vaucluse, France, 2011.

**3-FRELETEAU Barbara**, Devoir et incombance en matière contractuelle, Thèse de docteur en droit privé et science criminelles, Université de bordeaux, 2015.

## III-TEXTES Juridiques :

### 1- DIRECTIVES

**1-Directive97/7/CE** du parlement européen et du conseil du 20mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats a distance ,disponible sur le site : <http://eur-lex.europa.eu>

**2-Directive 2011/83 UE** du parlement européen du 25 octobre 2011

relative aux droit des consommateurs, disponible sur le site :

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR>

### 2- TEXTES LEGISLATIFS

**1-Code de la consommation**(créé par ordonnance n°2016-301) ,disponible sur site :<https://www.legifrance.gouv.fr/>

**2-Loi N°2014-334** du 19 mars 2014, relative a la consommation, J.O.R.F, du 18 mars 2014,disponible sur le site : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)

# فهرس المحتويات

كلمة شكر

الإهداء

قائمة أهم المختصرات

02-----مقدمة

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية

07-----المبحث الأول: المفهوم العام للعقد الإلكتروني

07-----المطلب الأول: مقصود بالعقد الإلكتروني

07-----الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني و طبيعته القانونية

07-----أولا: تعريف العقد الإلكتروني

08-----أ-التعريف اللغوي

08-----ب-التعريف الفقهي

10-----ج-التعريف القانوني

12-----ثانيا: الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني

12-----الفرع الثاني: خصائص العقد الإلكتروني

13-----أولا : العقد الإلكتروني عقد مبرم بوسيلة إلكترونية

13-----ثانيا: العقد الإلكتروني يغلب عليه الطابع التجاري و الإستهلاكي

14-----ثالثا:العقد الإلكتروني عقد يبرم عن بعد

14-----الفرع الثالث : صور العقد الإلكتروني

14-----أولا:التعاقد عن طريق البريد الإلكتروني

15-----ثانيا:التعاقد عبر شبكة الموقع

16-----ثالثا : التعبير عن الإرادة عن طريق المحادثة

16-----المطلب الثاني : تكوين العقد الإلكتروني

17-----الفرع الأول : التراضي في العقد الإلكتروني

17	أولا :الإيجاب الإلكتروني-----
18	ثانيا :القبول الإلكتروني-----
20	الفرع الثاني :المحل و السبب في العقد الإلكتروني-----
20	أولا :المحل في العقد الإلكتروني-----
20	ثانيا : السبب في العقد الإلكتروني-----
21	الفرع الثالث :تحديد زمان و مكان إبرام العقد الإلكتروني-----
21	أولا : تحديد زمان إبرام العقد الإلكتروني-----
24	ثانيا : تحديد مكان إبرام العقد الإلكتروني-----
26	<b>المبحث الثاني :ماهية الالتزام بالتبصير الإلكتروني-----</b>
26	المطلب الأول : مفهوم الالتزام بالتبصير الإلكتروني-----
26	الفرع الأول : تعريف بالالتزام بالتبصير الإلكتروني و تمييزه عن المصطلحات المشابهة له-----
27	أولا :تعريف بالالتزام بالتبصير الإلكتروني-----
29	ثانيا :تمييز بالالتزام بالتبصير عن المصطلحات المشابهة له-----
31	الفرع الثاني :أسس الالتزام بالتبصير الإلكتروني-----
32	أولا : الالتزام بالتبصير مصدره التشريعات الخاصة-----
33	ثانيا : الالتزام بالتبصير أساسه نظرية صحة و سلامة الرضا-----
34	ثالثا : الالتزام بالتبصير أساسه مبدأ حسن النية-----
35	الفرع الثالث :أطراف الالتزام بالتبصير الإلكتروني-----
35	أولا : المستهلك الإلكتروني-----
38	ثانيا :المحترف-----
41	المطلب الثاني :تحديد طبيعة القانونية و شروط الإلتزام بالتبصير الإلكتروني-----
41	الفرع الأول :طبيعة الإلتزام بالتبصير الإلكتروني-----
42	أولا : الطبيعة العقدية للإلتزام بالتبصير الإلكتروني-----

- ثانيا : طبيعة الالتزام بالتبصير بحسب الهدف -----43
- الفرع الثاني :شروط قيام الالتزام بالتبصير الإلكتروني -----44
- أولا : علم المهني بالمعلومات و البيانات محل الالتزام بالتبصير الإلكتروني -----44
- ثانيا : جهل المستهلك بالمعلومات و البيانات محل الالتزام بالتبصير الإلكتروني -----45
- الفصل الثاني : نطاق تحقيق الإلتزام بالتبصير الإلكتروني و الآثار المترتبة عن الإخلال به**
- المبحث الأول :أحكام الالتزام بالتبصير الإلكتروني -----49**
- المطلب الأول :صور الالتزام بالتبصير الإلكتروني -----49
- الفرع الأول : الالتزام بالتبصير قبل التعاقد الإلكتروني -----50
- أولا :تحديد شخصية المتدخل الإلكتروني -----50
- ثانيا :تبصير المستهلك بالبيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة المعروضة محل التعاقد -----51
- ثالثا :الإلتزام بالتبصير عن الأسعار و شروط البيع -----52
- رابعا :تبصير المستهلك باللغة الوطنية -----53
- الفرع الثاني : الإلتزام بالتبصير بعد التعاقد الإلكتروني -----54
- أولا :التبصير حول طريقة استعمال المنتج -----54
- ثانيا :واجب التحذير على الشيء المبيع بعد عملية البيع -----55
- ثالثا :الالتزام باحترام مواصفات المطابقة أثناء التسليم -----55
- المطلب الثاني : حقوق المتعاقد الإلكتروني -----56
- الفرع الأول حقوق المستهلك في النظرية العامة للعقد -----56
- أولا :حق المستهلك في ضمان العيوب الخفية -----56
- ثانيا :حق المستهلك بضمن التعرض و الإستحقاق -----58
- الفرع الثاني : حقوق المستهلك المستحدثة -----61
- أولا :حق المستهلك في الإعلام اللاحق لإبرام العقد -----61
- ثانيا :حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني -----63

63	أ- مفهوم الحق في العدول
63	1- تعريف الحق العدول
64	2- مدة ممارسة حق العدول
66	ب- استثناءات الواردة على حق العدول
67	ج- آثار ممارسة حق العدول في العقد الإلكتروني
67	1- آثار العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني
68	2- آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني
69	<b>المبحث الثاني : آليات تحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني و الآثار المترتبة عن الإخلال به</b>
69	المطلب الأول : آليات تحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني
70	الفرع الأول : آلية الإعلان التجاري الإلكتروني
70	أولا : مفهوم الإعلان التجاري الإلكتروني
70	أ - تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني
71	ب- تمييز الإعلان التجاري الإلكتروني عن المصطلحات القريبة منه
71	1- الإعلان التجاري الإلكتروني و الدعاية
72	2- الإعلان التجاري الإلكتروني و الإعلام
72	ثانيا : شروط الإعلان التجاري الإلكتروني
73	ثالثا : أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني
73	أ - مواقع الانترنت les cites
74	ب - الشرائط الإعلانية Bandeaux publicitaire
74	ج - البريد الإلكتروني E-mail
74	رابعاً: الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل كصورة من الإعلانات التجارية الإلكترونية
74	أ- تعريف الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل
75	ب- شروط الإعلان الإلكتروني الكاذب و المضلل

## فهرس المحتويات

76	الفرع الثاني : الوسم كآلية لتحقيق الالتزام بالتبصير الإلكتروني
76	أولا : مفهوم الوسم
76	أ-تعريف الفقهي الوسم
77	ب-تعريف الوسم في التشريع الجزائري
77	ثانيا : أهمية الوسم
78	ثالثا : الشروط الواجب توافرها في الوسم
78	أ-التغليف
79	ب-تثبيت البيانات بشكل لا يمكن إزالته
79	الفرع الثالث : آلية العلامة التجارية
79	أولا : تعريف العلامة التجارية
80	ثانيا : شروط العلامة "الشروط الموضوعية"
81	ثالثا :تبصير المستهلك بالعلامة التجارية
81	المطلب الثاني :الآثار المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير
82	الفرع الأول : المسؤولية القانونية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني
82	أولا : طبيعة المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني
82	أ-الاتجاه القائل بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية قبل التعاقد
83	ب-الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسؤولية قبل التعاقد
83	ثانيا :أركان المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني
83	أ-الخطأ
84	ب-الضرر
84	ج -العلاقة السببية
85	الفرع الثاني :الجزاء المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني
85	أولا :الجزاء المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الإلكتروني

## فهرس المحتويات

85	أ-قابلية العقد للإبطال
86	1/إبطال العقد للإبطال استنادا لنظرية عيوب الرضا
86	1-1 المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في الغلط
86	2-1 المطالبة بإبطال العقد للتدليس
87	2/إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع
88	ب -قابلية العقد للفسخ
89	ج -التعويض
89	1/طرق التعويض
90	2/الجمع بين الإبطال و التعويض
90	ثانيا: الجزاءات العقابية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالتبصير الالكتروني
90	أ-جزاء الإعلان الالكتروني الكاذب و المضلل
91	ب-جزاء تخلف آلية الرسم
92	ج-جزاء تخلف عدم التبصير عن الأسعار و شروط البيع
94	خاتمة
98	قائمة المراجع
110	الفهرس
	الملخص



# الإلتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية

## L'obligation d'informations dans les contrats électroniques

### Résumé

Le développement technologique et les moyens de communication ainsi que l'apparition du commerce électronique ont contribué à la création de l'idée du contrat électronique, lequel se caractérise par l'absence de ses parties lors de, l'heure de la conclusion du contrat pour ce l'obligation d'information électronique constitue le motif principal pour remettre l'équilibre du contrat entre ses parties, lequel a pour mission de veiller à la protection du consommateur cette vigilance se fait en deux étapes, une étape pré contrat de la quelle découle la responsabilité délictuelle et une étape post contrat qui donne lieu à la responsabilité contractuelle.

Le législateur algérien a veillé a mettre des mécanisme a titre d'exemple, pour informer le consommateur, consistant en le marquage et la publicité commerciale et électronique, marque de commerce,comme il a consacré un droit récent qui consiste en la renonciation au contrat électronique afin de veiller a une plus grande protection du consommateur.

Le législateur Algérien a également reconnu des peines civiles, telle que la demande de résolution du contrat, l'annulation et la préparation du préjudice qui pourraient être subis par le consommateur, et d'autres sanctions pénales prévues par la loi.

**Les mots- clés :** le contrat électronique , l'obligation d'information, le consommateur électronique , le professionnel , le droit a la renonciation ,mécanismes -L'étiquetage .

### الملخص

ساهم التطور التكنولوجي و وسائل الاتصال و ظهور التجارة الإلكترونية إلى ابتكار فكرة العقد الإلكتروني الذي يتميز بغياب أطرافه أثناء التعاقد لذا يعد الإلتزام بالتبصير الإلكتروني الذي من شأنه توفير حماية للمستهلك و السبب الرئيسي لإعادة التوازن العقدي بين أطرافه، و يكون هذا التبصير على مرحلتين مرحلة سابقة على التعاقد و تترتب عليه مسؤولية تقصيرية و مرحلة بعد التعاقد تترتب عنه مسؤولية عقدية .

حرص المشرع الجزائري على وضع آليات على سبيل المثال من أجل إعلام المستهلك و من بينها الوسم و الإعلان التجاري الإلكتروني، و العلامة التجارية، كما كرس حق مستحدث المتمثل في العدول عن العقد الإلكتروني لتوفير حماية أكبر للمستهلك .

أقر كذلك المشرع الجزائري إجراءات مدنية كطلب إبطال العقد و الفسخ و التعويض عن الضرر الذي يصيب المستهلك ،وأخرى جزاءات جزائية يعاقب عليها القانون .

**الكلمات المفتاحية:** العقد الإلكتروني-الإلتزام بالتبصير -المستهلك الإلكتروني- المحترف - حق العدول-آليات- الوسم.