

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

تعزيز الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الالكترونية

Reinforcement of the information obligation in e-commerce contracts

حجاج يمينة*

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)

yamina.hadjaj@univ-sba.dz

مخبر قانون المؤسسة

تاريخ النشر: 2022/06/01

تاريخ القبول: 2022/05/01

تاريخ ارسال المقال: 2022/03/02

* المؤلف المرسل

الملخص:

يفرض القانون على المهني مجموعة من الالتزامات منها الالتزام بالإعلام الذي يعد أحد أهم الوسائل والآليات القانونية في مجال حماية المستهلك، إلا أن استعمال التكنولوجيا في العملية التعاقدية وعلى وجه التحديد في العملية الاستهلاكية أثر عليها وفرض ضرورة التدخل من أجل تعزيز أحكام الالتزام بالإعلام في العقود المتعلقة بالتجارة الالكترونية.

الكلمات المفتاحية: العقد الالكتروني - المستهلك - الالتزام بالإعلام - التجارة الالكترونية - المسؤولية.

Abstract:

The professional is required to comply with numerous obligations vis-à-vis the consumer, including the obligation to inform, which is one of the most important means of protecting the interests of the latter. However, the use of technology in contractual matters, and more particularly in consumer transactions, has influenced them and therefore required the intervention of the legislator to strengthen this obligation in e-commerce contracts.

Keywords: electronic contract; consumer; information obligations; electronic commerce; responsibility.

مقدمة:

يعد الالتزام بالإعلام من الالتزامات الحديثة نسبياً، وقد فرض بعد أن كثرت العلاقات التعاقدية المختلفة التوازن، مثل هذا العلاقات ظهرت على وجه الخصوص بعد ظهور ما يسمى بالمهني¹، فأصبح هذا الأخير يستغل ما لديه من معارف ومن خبرات ومن مركز قوي من أجل دعم مركزه أكثر على حساب الطرف المتعاقد معه. ونتيجة كثرة هذه الممارسات الواقعة من طرف المهنيين على حساب المستهلكين، كثرت النزاعات التي دفعت القضاء إلى تقرير ما يسمى بالالتزام بالإعلام، والذي أصبح بعد ذلك التزاماً قانونياً في العديد من المجالات التي يصعب فيها على الطرف ذو المركز الضعيف الاستعلام.

إن الالتزام بالإعلام المفروض على المهني في عقود الاستهلاك التقليدية² يجد له مجالاً أوسع في عقود الاستهلاك الإلكترونية³، فالبيع عن طريق الإنترنت ينم عن خصوصية، لأن اللجوء إلى تقنيات الاتصال الإلكتروني لإبرام العقد عن بعد⁴ دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه من شأنه إثارة العديد من الشكوك حول هوية المورد الإلكتروني أو حول السلعة أو الخدمة المعروضة، هذا الأمر يفرض ضرورة تعزيز وتشديد الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية، فكيف عزز المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام في مثل هذه العقود؟

محاولة الإجابة على هذا السؤال يكون باعتماد المنهج الوصفي التحليلي بالتعرض لعنصرين: الأول هو الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية والثاني هو المسؤولية القانونية الناجمة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في هذه العقود.

أولاً: الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية

إن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني يفرض على المهني تقديم المعلومات والبيانات الجوهرية للمستهلك والتي تتناول المعلومات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعروضة. وقد فرض المشرع الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية في مرحلة التعاقد وفي المرحلة ما قبل التعاقد.

أ- الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد

من أجل ضمان درجة عالية من الحماية والشفافية في المعاملات التجارية الإلكترونية، فرض القانون على كل مورد إلكتروني⁵ بأن يتضمن عرضه التجاري الإلكتروني مجموعة من المعلومات منها ما هو متعلق بتحديد هوية المورد الإلكتروني ومنها ما هو متعلق بالسلعة أو الخدمة المعروضة.

1- المعلومات المتعلقة بهوية المورد الإلكتروني

أن يعرف المستهلك الإلكتروني⁶ مع من يتعاقد فذلك عامل أساسي في إقباله على الشراء عن بعد من عدمه، ولتسهيل كذلك عملية الاتصال بين المورد الإلكتروني والمستهلك، فإن هذا الأخير يجب أن يحوز كما من المعلومات المتعلقة بهوية المورد.

فإذا كان المورد الإلكتروني تاجرا فعليه أن يضمن إيجابه الإلكتروني رقم التعريف الجبائي، العناوين المادية والإلكترونية ورقم هاتفه، أما إذا كان حرفيا، فيجب أن يتضمن العرض الإلكتروني رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي⁷، وهو ما أوجبه المادة 11 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبموجب المادة 30 من نفس القانون ودون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال فإن كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه.

والهدف من هذا هو حماية المستهلك الذي يجب أن يحوز قدرا كافيا من المعلومات التي تسمح له بأن يتعرف على الشخص الذي سيتعاقد معه.

هذه المعلومات وتلك المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المعروضة يجب أن تقدم بطريقة مرئية، مقروءة ومفهومة، ولم يحدد المشرع اللغة المستعملة في تقديم العرض التجاري الإلكتروني.

2- المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المعروضة

إلى جانب ما فرضه القانون المتعلق بحماية المستهلك⁸، نص القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية على مجموعة من المعلومات يجب أن يتضمنها الإيجاب الإلكتروني المقدم من طرف المورد الإلكتروني⁹.

فقبل إبرام أي عقد بواسطة وسائل اتصال إلكترونية يجب أن يحوز المستهلك قدرا معيناً من المعلومات يجب أن تقدم بطريقة مرئية، مقروءة ومفهومة. وتتعلق هذه المعلومات بما يلي:

- المعلومات المتعلقة بخصائص المنتج

يجب على المورد الإلكتروني قبل إبرام العقد أن يعلم المستهلك بالخصائص المتعلقة بالسلع أو الخدمات المعروضة، ويتعلق الأمر بالخصائص الأساسية أو المسائل التفصيلية المرتبطة بالمنتج والتي يجب أن تصل إلى علم المستهلك قبل إعلان قبوله، فيجب وصف المنتج وصفا دقيقا يتحقق بموجبه علم المستهلك بمحل العقد علما كافيا نافيا للجهالة¹⁰.

ولابد أن تكون هذه المعلومات موضوعية، كاملة وصحيحة لضمان رضا صحيح لمستهلك يقتني عن بعد يستحيل عليه فحص المنتج المعروض للبيع.

- المعلومات المتعلقة بالثمن

يجب أن يعلم المستهلك كذلك بأسعار السلع أو الخدمات المعروضة عليه للبيع. تحديد السعر يعد من العناصر الأساسية للعقد الذي يبرم بين المستهلك والمورد الإلكتروني. ويجب على المورد الإلكتروني أن يحدد أسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، وعندما لا يكون من الممكن تحديد السعر مسبقاً فيجب أن يحتوي الإيجاب على طريقة حساب السعر.

– المعلومات المتعلقة بطرق التنفيذ

يفرض القانون كذلك على المورد الإلكتروني أن يضمن عرضه التجاري الإلكتروني مجموعة من المعلومات المتعلقة بتنفيذ العقد، فيجب أن يحدد كيفية تسليم المنتج ومصاريفه وميعاده، كما يجب أن يحدد طرق الدفع، ويلتزم المورد بإعلام المستهلك بشروط وآجال العدول.

– المعلومات المتعلقة بشروط البيع

زيادة على المعلومات السابقة لا سيما تلك المتعلقة بضمن المنتج وطرق تنفيذ العقد، يجب أن يعلم المورد الإلكتروني المستهلك بالشروط العامة للبيع لا سيما تلك المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، وأن يعلمه بالشروط المتعلقة بالضمان وخدمة ما بعد البيع وشروط فسخ العقد إن وجدت.

– المعلومات المتعلقة بمدة صلاحية العرض

طبقاً للقواعد العامة لا يلزم الموجب بأن يحدد أجلاً لإيجابه وإنما يمكنه ذلك، وفي هذه الحالة التزم بالبقاء على إيجابه إلى غاية انقضاء الأجل¹¹.

على العكس من ذلك، إذا تم التعاقد عن بعد فإن القانون يفرض على المورد الإلكتروني بأن يتضمن إيجابه مدة صلاحيته، بسبب أن الإيجاب الإلكتروني هو إيجاب موجه للجمهور الواسع وليس لشخص أو أشخاص محددين، وبسبب أن الإيجاب قد صدر عن بعد بحيث لا يمكن التواصل المباشر بين الموجب والشخص الذي وجه إليه الإيجاب. ويمكن أن تحدد المدة بطريقة صريحة أو ضمنية.

ب- الالتزام التعاقدي بالإعلام

إن التزام المهني بالإعلام في مجال التعاقد عن بعد لا يتوقف عند لحظة إبرام العقد وإنما هو التزام ممتد للمرحلة اللاحقة لإبرامه، فيلتزم المهني بأن يؤكد للمستهلك بعض المعلومات التي سبق الإدلاء بها، ومن ناحية أخرى يلتزم بالإدلاء بمعلومات جديدة تناسب وهذه المرحلة¹².

1- التأكيد على المعلومات السابقة

إن السمات الخاصة بالتعاقد الإلكتروني تتطلب المزيد من التعمين والوضوح والإعلام بشأن الإطار العام للعقد، وتستلزم إعلام المتعاقد بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد، ولذلك حرص المشرع على

تحديد المعلومات محل التزام المهني بإعلام المستهلك وجعل هذه المعلومات جزء لا يتجزأ من العقد، بل وألزم المهني بتأكيد هذه المعلومات للمستهلك نظرا لأهميتها¹³.

وتشمل المعلومات التي يجب على المورد الإلكتروني إعادة التأكيد عليها في العقد ما يلي:

- الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات.
- شروط وكيفيات التسليم.
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.
- شروط فسخ العقد.
- شروط وكيفيات الدفع.
- شروط وكيفيات إعادة المنتج.
- شروط وكيفيات الطلبية المسبقة.

2- المعلومات الجديدة الواجب الإدلاء بها

يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني زيادة على المعلومات السابقة كما آخر من المعلومات وهي:

- كيفيات معالجة الشكاوى.
- الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب.
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع طبقاً لأحكام المادة 2.
- ومدة العقد حسب الحالة.

ثانياً: المسؤولية القانونية الناتجة عن مخالفة الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية

لقد تدخل المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية من أجل أن يقر بمسؤولية المورد الإلكتروني المخل بالتزامه بالإعلام اتجاه المستهلك المتعاقد معه فنص على المسؤولية المدنية، الإدارية، والجزائية.

1- المسؤولية المدنية

لم ينص المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية على المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني عن إخلاله بالتزامه بالإعلام ما قبل التعاقد، في حين نص على مسؤوليته عن إخلاله بالالتزام التعاقدي بالإعلام.

أ- المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام التعاقدي بالإعلام

إن من شأن الجزاء أن يؤكد ويدعم ويضمن تنفيذ الالتزام¹⁴، فقد جاء المشرع الجزائري بنص خاص حدد فيه الجزاء المترتب على مخالفة التزام المورد الإلكتروني بالإعلام والذي يجب أن يتضمنه العقد الإلكتروني، حيث يحق للمستهلك

الإلكتروني طلب إبطال العقد في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأحكام المادة 13 من القانون وعلى حقه في التعويض عن الضرر الذي لحق به.

ب- المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد

سبق القول بأن المشرع لم ينص على مسؤولية المورد الإلكتروني المدنية في قانون التجارة الإلكترونية نتيجة إخلاله بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد، ورجوعاً للقواعد العامة فيمكن للمستهلك الإلكتروني أن يستند على نظرية عيوب الإرادة فيمكنه أن يتمسك إما بالغلط أو بالتدليس.

عرف المشرع التدليس على أنه السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة، بحيث إذا علم بما المدلس عليه ما كان ليبرم العقد¹⁵، فيقوم التدليس على عدم إعلام المستهلك بالمعلومة أو بتقديم معلومة لا تتوفر فيها شروط المعلومة محل الالتزام بالإعلام.

ولإبطال العقد للتدليس يشترط أن تكون الأفعال التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد¹⁶.

من جهة أخرى يستطيع المستهلك الإلكتروني أن يتمسك بالغلط، فيجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله¹⁷، فإذا لم يقدم المورد الإلكتروني المعلومة إلى المستهلك فقد يؤدي إلى وقوعه في الغلط ويجوز إبطال العقد إذا كان جوهرياً، وبعد كذلك إذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقدان جوهرياً أو يجب اعتبارها كذلك نظراً لشروط العقد ولحسن النية، أو إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد.

وإذا أدى الإخلال بهذا الالتزام إلى إحداث ضرر بالمستهلك الإلكتروني فيمكن لهذا الأخير المطالبة بالتعويض عن الضرر الحاصل له طبقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية.

2- المسؤولية الإدارية

تعد غرامة الصلح¹⁸ وسيلة غير قضائية لتسوية النزاعات ذات الصلة بالمستهلك وكذا المتصلة بالنشاطات التجارية عموماً، وهي الأثر القانوني المترتب على اتفاق الصلح المبرم بين الهيئات الإدارية الرقابية المختصة بمراقبة النشاط التجاري والاقتصادي وبين المتعامل أو العون الاقتصادي¹⁹.

وقد فرض المشرع الجزائري غرامة الصلح على عدد من المخالفات المرتكبة من طرف الموردين الإلكترونيين من بينها الإخلال بالالتزام بالإعلام.

إن الجهة المكلفة بفرض غرامة الصلح هي الإدارة المكلفة بحماية المستهلك، حيث تؤهل هذه الأخيرة بالقيام بإجراءات غرامة الصلح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون²⁰. واستناداً لنص المادة 2/45 من

نفس القانون يجب على الأعوان المنصوص عليهم في المادة 36 اقتراح غرامة الصلح على المخالفين. وبالرجوع لنص هذه المادة، فإن الجهة المكلفة باقتراح غرامة الصلح هي: ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية، الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة. عند القيام بعمليات الرقابة ومعاينة المخالفات يجر محضر بالمخالفة وتبلغ الجهة المكلفة المورد الإلكتروني المخالف بالأمر بالدفع باستعمال جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار الاستلام خلال مدة لا تتجاوز سبعة أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر.

ويجب أن يتضمن الأمر بالدفع البيانات التالية: هوية المورد الإلكتروني، عنوان بريده الإلكتروني، تاريخ وسبب المخالفة، مراجع النصوص المطبقة، مواعيد وكيفيات الدفع ومبلغ الغرامة المفروضة.

وقد قدر المشرع مبلغ غرامة الصلح بالحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، وفي حالة قبول المورد الإلكتروني لغرامة الصلح تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10%²¹، وإذا لم يقم المخالف بدفع الغرامة أو لم يمثل للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل 45 يوما يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.

3- المسؤولية الجزائية

لم ينص المشرع على المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد وإنما نص على المسؤولية الجزائية له وهو ما احتوته نص المادة 39 من القانون وقرر عقوبة أصلية وأخرى تكميلية.

أ- العقوبة الأصلية

يعد الإخلال بالمعلومات التعاقدية في التعاقد الإلكتروني مخالفة يعاقب عليها القانون حتى ولو لم يلحق ضرر بالمستهلك²² حيث يعاقب قانون التجارة الإلكترونية كل مورد الكتروني يخالف أحكام الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد بالغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج.

ب- العقوبة التكميلية

إلى جانب العقوبة الأصلية فرض القانون عقوبة تكميلية، حيث يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذ كل مورد الكتروني خالف أحكام الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة أشهر.

والملاحظ أن المشرع قد قرر جزاء جزائيا على مخالفة أحكام المادة 11 دون أن ينص على جزاءات ذات طابع آخر (مدني على وجه التحديد)، والمغزى من ذلك هو أن يتجنب المستهلك الدخول في نزاع مع شخص قد يكون مجهولا يستحيل رفع دعوى قضائية ضده²³.

خاتمة:

إن الاعتماد على التقنيات الحديثة للاتصال بالأشخاص كان له انعكاس على العملية التعاقدية، فخصوصية هذا النوع من التعاقد فرضت ضرورة استحداث قواعد قانونية خاصة تناسب هذا الشكل من التعاقد فأخضع المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني لنظام قانوني معزز ومنحه حماية زائدة عن تلك الممنوحة للمستهلك التقليدي بتعزيز وتشديد الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية كآلية مهمة من آليات حماية المستهلك.

قائمة المصادر والمراجع:

1. الأمر 75-58 الصادر بتاريخ 1975/09/26 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
2. القانون 04-02 الصادر بتاريخ 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.
3. القانون 09-03 الصادر بتاريخ 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.
4. القانون 18-05 الصادر بتاريخ 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
5. المرسوم التنفيذي 03-306 الصادر بتاريخ 2006/09/10 المحدد للعناصر الأساسية في العقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.
6. النظام 09-03 الصادر بتاريخ 2009/05/25 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية المعدل والمتمم.

الكتب باللغة العربية:

1. أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، 2018.
2. بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري وأحدث اجتهادات المحكمة العليا (دراسة مقارنة)، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 2017.
3. سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية، ط 1، 2008.
4. يمينة حوجو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، ط 1، 2016.

رسائل الدكتوراة:

1. بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، رسالة دكتوراه، جامعة باتنة، 2014-2015.

المقالات:

1. عبد المنعم النعيمي، "قراءة في أحكام غرامة الصلح كآلية لحماية المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، ع. 7، سبتمبر 2015.

الكتب باللغة**الفرنسية:**

1. Ph. Le Tourneau, Contrats informatiques et électroniques, Dalloz, 8^e éd, 2014/2015.

رسائل الدكتوراة:

1. D. Mahi-Disdet, L'obligation d'information dans les contrats du commerce électronique, thèse de doctorat, univ. D'Avignon, 2011.

الهوامش:

¹ يسميه المشرع بالمتدخل في القانون 09-03 الصادر بتاريخ 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وعرفه على أنه: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عرض المنتجات للاستهلاك، وبالعون الاقتصادي في القانون 04-02 الصادر بتاريخ 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وعرفه على أنه: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو يقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.

² نص القانون الجزائري على الالتزام بالإعلام في العديد من المواضع إذ ألزم البائع في عقد البيع بأن يدلي للمشتري بكافة البيانات المتعلقة بالمبيع وأوصافه الأساسية (المادة 1/352 من القانون المدني)، كما جسد المشرع الالتزام بالإعلام عبر مجموعة من التشريعات التي تعنى بحماية المستهلك وفي أكثر من مكان منها ما ورد في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي عنون الفصل الخامس منه بالزامية إعلام المستهلك (المادة 17)، وفرض الإعلام المسبق للمستهلك بشروط العقد من أجل تحقيق نزاهة وشفافية العمليات التجارية في المرسوم التنفيذي 03-306 الصادر بتاريخ 2006/09/10 المحدد للعناصر الأساسية في العقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية (المادة 2 و 4)، وأكد المشرع على ضرورة تمكين المستهلك من معرفة ثمن وأسعار السلع والخدمات وشروط البيع في القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية (المادة 4)، وفرض على البنوك إعلام زبائنها عند فتح حساب بالشروط المتعلقة باستعمال الحساب وبالأسعار كذلك، وإعلامهم بالشروط البنكية التي تطبقها بعنوان العمليات المصرفية في المادة 7 من النظام 09-03 الصادر بتاريخ 2006/05/25 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بشروط البنوك المطبقة على العمليات المصرفية.

³ أو ما يسمى كذلك بعقود التجارة الإلكترونية. نشاط التجارة الإلكترونية عرفه المشرع الجزائري في المادة 6 من القانون 18-05 الصادر بتاريخ 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

⁴ إذا كان المتعاقد غير حاضرين في مجلس العقد عد العقد عقدا عن بعد. وتعتبر العقود المبرمة عبر الانترنت عقودا عن بعد والتي تشكل ما يصطلح عليه بالتجارة الإلكترونية. راجع في ذلك:

Ph. Le Tourneau, Contrats informatiques et électroniques, Dalloz, 8^e éd, 2014/2015, p. 394.

⁵ عرف المشرع المورد الإلكتروني في المادة 6 من القانون 18-05 على أنه: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح أو توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

⁶ المستهلك الإلكتروني حسب المادة 6 من القانون 18-05 هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

⁷ أخضع المشرع ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية لشروط تضمنتها المادتين 8 و 9 من القانون 18-05.

⁸ تنص المادة 17 من القانون 09-03 المعدل والمتمم على ما يلي: يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسوم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

⁹ المادة 11 من القانون 18-05.

¹⁰ بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، رسالة دكتوراه، جامعة باتنة، 2014-2015، ص. 72.

¹¹ المادة 63 من القانون المدني.

¹² سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية، ط 1، 2008، ص. 31.

¹³ بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري وأحدث اجتهادات المحكمة العليا (دراسة مقارنة)، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 2017، ص. 139.

¹⁴ أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، 2018، ص. 212.

¹⁵ المادة 2/86 من القانون المدني.

¹⁶ المادة 1/86 من القانون المدني.

¹⁷ المادة 81 من القانون المدني.

- ¹⁸ غرامة الصلح كما سماها القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أو غرامة المصالحة كما سماها القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- ¹⁹ عبد المنعم النعيمي، "قراءة في أحكام غرامة الصلح كآلية لحماية المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، ع. 7، سبتمبر 2015، ص. 227.
- ²⁰ المادة 1/45 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- ²¹ المادة 46 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- ²² يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، ط 1، 2016، ص. 86.
- ²³ انظر:

D. Mahi-Disdet, L'obligation d'information dans les contrats du commerce électronique, thèse de doctorat, univ. D'Avignon, 2011, p. 103.