

التدليس كأساس للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني Fraud as a basis for breach of the obligation to inform in electronic commercial contract

بن عيسى فتيحة*، المخبر المتوسطي للدراسات القانونية، المركز الجامعي مغنية

benaissa.fatiha@cumaghnia.dz

المر سهام، المركز الجامعي مغنية

M.siham84@hotmail.fr

تاريخ إرسال المقال: 2022/12/08 تاريخ قبول المقال: 2023/03/27 تاريخ نشر المقال: 2023/05/15

الملخص :

في ظل عدم التوازن الذي أفرزه التطور التكنولوجي والتجارة الإلكترونية خاصة مع تطور السلع والخدمات، والتفاوت في المعرفة والخبرة بين الموردين والمستهلكين، لجأت التشريعات في سبيل سد هذه الفجوة إلى إلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد من أجل تنوير وتبصير المستهلك الإلكتروني حتى يقدم على التعاقد برضا مستنير، وإن الإخلال بهذا الالتزام سواء باستعمال الكذب و التضليل أو بالكتمان التدليسي للمعلومات يسبب تعيب إرادة المستهلك الإلكتروني بالتدليس وهو ما يثير مسؤولية المورد الإلكتروني ويعطي المستهلك الإلكتروني في المقابل الحق في إبطال العقد والتعويض.

الكلمات المفتاحية: التدليس، الالتزام بالإعلام، الكتمان، العقد التجاري الإلكتروني.

Abstract :

Under the imbalance created by technological development and electronic commerce, especially with the development of goods and services, and the disparity in knowledge and experience between suppliers and consumers, legislation has resorted to obligating the electronic supplier to provide the electronic consumer with all information and data about the good or service subject of the contract in order to enlighten the consumer and help him to willingly enter into a contract. Hence, in case of any breach of this obligation, whether by false and misleading claims or by fraudulent concealment with the intent to deceive or defraud the electronic consumer, the electronic supplier shall bear the breaching responsibilities, and the consumer is hereby granted the right the contract annulment and remedies.

Keywords: fraud - obligation to inform - fraudulent concealment - electronic commercial contract.

مقدمة:

في ظل عدم التوازن الذي أفرزه التطور التكنولوجي والتجارة الإلكترونية، والتطور الحاصل في مجال إنتاج السلع وكذلك الخدمات، خصوصاً التفاوت في المعرفة والخبرة بين الموردين والمستهلكين، لجأت التشريعات في سبيل إعادة التوازن المفقود وتوفير أكبر قدر من الحماية للمتعاقد الضعيف إلى إلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات الخاصة بالسلع والخدمات محل التعاقد، وذلك لما لهذا الالتزام من دور كبير في تنوير وتبصير المستهلك الإلكتروني حتى يقدم على التعاقد عن إدراك وبصيرة، وعليه عدم تنفيذ هذا الالتزام أو تخلف المورد الإلكتروني عن إعلام المستهلك الإلكتروني يُسبب تعييب إرادة هذا الأخير، فيكون من حقه المطالبة بإبطال العقد، كما أن العرض الإلكتروني الذي يتقدم به المورد الإلكتروني في إطار الإعلام بالمعلومات قد يكون عرضاً صحيحاً، وقد يكون عرضاً تضليلاً كاذباً مخالفاً للواقع باستعمال التدليس مما يلحق الضرر بالمستهلك الإلكتروني ويوجب التعويض، وقد يتخذ الإخلال بالالتزام بالإعلام صورة إخلال سلبي وذلك بسكوت المورد الإلكتروني عن تقديم المعلومات الضرورية، بحيث لو علمها المستهلك الإلكتروني لما أقدم على إبرام العقد، وهو ما يثير مسؤولية المورد الإلكتروني ويرتب جزاءً على إخلاله بالالتزام بالإعلام.

وتظهر أهمية الدراسة من خلال تعاظم دور الالتزام بالإعلام في إعادة التوازن المعرفي والعقدي إلى العقد وحماية رضا المستهلك الإلكتروني كونه الطرف الضعيف في العلاقة العقدية.

يثير هذا الموضوع إشكالية قانونية سنحاول معالجة أبعادها وإيجاد حلول لها تتمثل في: ما مدى كفاية التدليس كأساس لإبطال العقد التجاري الإلكتروني في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام؟

سوف نعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره يتناسب مع موضوع البحث من خلال جمع المعلومات الكافية عن الموضوع وتحليلها وتحليل النصوص القانونية والآراء الفقهية لمعالجة الإشكالية المطروحة سنتناول بحث الموضوع من خلال المحورين :

1. ماهية الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني.
2. التدليس وأثره على الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني. *

1- ماهية الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

إن الالتزام بالإعلام يلعب دوراً وقائياً يهدف من خلاله إلى العمل على استقرار المراكز القانونية الناجمة عن العقد الإلكتروني، وذلك من خلال تهيئة سبل العلم والدراية للمستهلك بكل ما يحتاج إليه من معلومات لازمة لنقاء رضائه وتصحيح إرادته، فما مفهوم الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني التجاري الإلكتروني؟ وما هي المعلومات محل هذا الالتزام؟

1-1 مفهوم الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

يقتضي بحث مفهوم الالتزام بالإعلام وضع تعريف دقيق لهذا الالتزام، فضلا عن تحديد طبيعته القانونية.

1-1-1 تعريف الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

تجدر الإشارة بداءة إلى أن الفقه يطلق على هذا الالتزام عدة تسميات، فالبعض يرى أنه التزام بالإعلام¹، و التزام بالتبصير²، في حين يذهب البعض الآخر إلى أنه التزام بالإفصاح³، والالتزام بالإفصاح⁴، بينما استخدم فقهاء آخرون لفظ الإدلاء بالمعلومات والبيانات والإخبار⁵، وكلها مسميات تعبّر عن مضمون واحد والالتزام واحد يمثل التزام عام في العقود يتوافر بصفة أساسية في المرحلة السابقة على التعاقد يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك، كما يوجد في مرحلة إبرام العقد وتنفيذه⁶، ويرجّح الباحث مصطلح الالتزام بالإعلام، لأن الإعلام لغة هو نقل معلومة لشخص ما وتأكيد درايته بها، وهذا ما اتجه إليه المشرع الجزائري، فلم يتبنى هذا التعدد المصطلحات بل استعمل مصطلح واحد في مختلف القوانين المتعلقة بحماية المستهلك والتجارة الإلكترونية وهو الالتزام بالإعلام.

قد عنى الفقه بتعريف الالتزام بالإعلام، فقد عرّفه الأستاذ نزيه محمد الصادق المهدي بأنه: "الالتزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بالتفاصيل كافة لهذا العقد، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهم أن يلم ببيانات معينة، أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات".⁷

كما عرّفه جانب آخر من الفقه بأنه: "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما، أو عنصر ما من عناصر العقد المزمع إبرامه، حتى يكون الطالب على بيّنة من أمره، بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسبا على ضوء حاجته، وهدفه من إبرام العقد"⁸، ويعرّف أيضا بأنه: "الالتزام قانوني عام سابق على التعاقد، يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا بكل ما يتعلق من معلومات جوهرية بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه الخاص"⁹، والملاحظ من هذه التعريفات ان تقرير هذا الالتزام جاء لمصلحة الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية والمقصود منه إعطاء المستهلك كل ما يحتاجه من المعلومات الهامة واللازمة ليتعاقد بإرادة حرة وسليمة، وعرّفه بعضهم بأنه: "تعريف السلعة والتحذير من أخطارها"، وقد ضيق هذا التعريف من نطاق الالتزام بالإعلام وقصره على السلع فقط دون الخدمة¹⁰، كما أن تعريف جاك غستين (Jacques Ghestin) له أهمية خاصة، حيث قال: "يجب على أحد الأطراف الذي كان يعلم أو كان يُفترض أن يعلم بسبب مؤهلاته المهنية حقيقة يعرف مدى أهميتها الحاسمة بالنسبة للطرف المتعاقد الآخر إعلام

وإخبار هذا الأخير في اللحظة التي كان يستحيل عليه معرفة ذلك بنفسه، أو لثقتة المشروعة للمتعاقد معه بسبب طبيعة العقد، أو الأطراف، أو المعلومات غير الدقيقة التي قدمها له هذا الأخير¹¹.

كما عرّفه آخرون بأنه: "التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظره إذا استدعى الأمر ذلك"¹²، وقد وسّع هذا التعريف من نطاق الالتزام بالإعلام، فجعله التزام سابق على التعاقد، وأثناء إبرام العقد وتنفيذه، بل ويشمل التحذير من مخاطر المنتج، هذا بالنسبة لتعريف الالتزام بالإعلام في العقود عامة، أما في عقود التجارة الإلكترونية فإنه يعرف بأنه "التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة، بمقتضاه يبصر المستهلك الإلكتروني مستعملا الوسائل الإلكترونية الحديثة بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد، سواء كان محل العقد سلعة أو خدمة، والتي يتخذ المستهلك بناء عليها قراره بإتمام التعاقد أو الانصراف عنه"¹³، بناء على إرادة حرة ومستتيرة.

وعرّفه جانب آخر في الفقه بأنه: "التزام يقع على الطرف المقابل للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية في مرحلة ما قبل إبرام العقد، وفي مرحلة تكوينه أو إبرامه، ويستمر حتى بعد إبرام العقد"¹⁴. ويتبين من التعريفات السابقة أنه لا يوجد اختلاف بين الالتزام بالإعلام في التعاقد التقليدي عنه في التعاقد الإلكتروني، فكلاهما ينطلق من أرضية مشتركة، مفادها أن هذا الالتزام يشكل التزاما عاما في العقود، ويتوافر بصفة أساسية في المرحلة السابقة على التعاقد بهدف تنوير وتبصير المستهلك بالمعلومات الأساسية، كما أنه يوجد في مرحلة إبرام العقد وتنفيذه مع بعض الخصوصية للإعلام الإلكتروني في مجال التعاملات الإلكترونية وباختلاف آلية تنفيذه.

وقد اعترف الفقه والقضاء بهذا الالتزام كأصل عام، كما اهتمت جلّ القوانين به¹⁵، على غرار المشرع الجزائري الذي أكد على وجود هذا الالتزام في التطبيقات المختلفة، سواء في القواعد العامة فأصبح هذا الالتزام مبدأ عاما مرتبطا بنظرية العقد، أو في القوانين الخاصة¹⁶ بحماية المستهلك والتجارة الإلكترونية، فإذا ما رجعنا إلى أحكام القانون المدني، فقد ألزم البائع في عقد البيع بأن يدلي للمشتري بكافة البيانات المتعلقة بالمبيع وأوصافه الأساسية¹⁷، كما ألزم قانون حماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بأي وسيلة مناسبة¹⁸، وجاء المرسوم التنفيذي رقم 13/378¹⁹ ليعرّف الإعلام في نص المادة 15/3: "الإعلام حول المنتجات هو كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة، أو من خلال الاتصال الهاتفي"، ونلاحظ من خلال التعريف أن المشرع الجزائري قد فتح المجال أمام كل الوسائل المتاحة من أجل إعلام المستهلك بما فيها الطرق التكنولوجية الحديثة والوسائط الإلكترونية والمواقع (websit)، ثم بعد ذلك صدر قانون رقم 18-05²⁰ يتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث ألزم المشرع المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني ضمن عرض تجاري إلكتروني

بكافة المعلومات والبيانات الخاصة بالسلع أو الخدمة محل التعاقد، وكذا الشروط التعاقدية، وهذا ما تضمنته المواد 10، 11، 12، 13 من هذا القانون.²¹

من خلال استعراض التعاريف السابقة يمكن تعريف الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني أنه التزام قانوني عام أوجبه المشرع على المورد الإلكتروني من أجل تبصير وتثوير المستهلك الإلكتروني بالبيانات والمعلومات الجوهرية، بغية تكوين إرادة حرة ومستتيرة.

1-1-2 الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

يجب أن تقدم المعلومات بداية تطبيقاً لمبدأ حسن النية التعاقدية إلى المستهلك، وعلى ذلك لا خلاف حول أن هذا الالتزام هو التزام بالقيام بالعمل²²، ولكن يثور الخلاف في آراء الفقهاء حول طبيعة هذا الالتزام في مسألتين، حول الطبيعة العقدية أو غير العقدية للالتزام بالإعلام، وما مدى إعتبره التزام ببذل عناية أو بتحقيق نتيجة ؟

أ- مدى اعتبار الالتزام بالإعلام التزام عقدي أو غير عقدي:

انقسم الفقه حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام إلى رأيين، أحدهما يجعل له الطبيعة غير العقدية، والآخر يضيف عليه الطبيعة العقدية، ولعل هذا الانقسام ينبع من الخلاف حول مصدر هذا الالتزام، فمن إرتأه ينبع من المبادئ العامة للقانون ومن نصوص القانون اعتبره قانونياً غير عقدي، أما من إرتأه ينشأ من عقد لاحق عليه، فقد اعتبره التزاماً عقدياً²³، ويشير أنصار الرأي الأول إلى أن الالتزام بالإعلام قبل إبرام العقد يدخل في المسؤولية التقصيرية، أي أنه التزام غير عقدي، فالعقد لم يبرم بعد بين المورد والمستهلك، ومن غير المعقول أن يسبق الفرع الأصل، ولا يمكن أن يتواجد الالتزام قبل أن يتواجد مصدره، فالرضا ركن من أركان العقد لم يتحقق بعد إلا بعد إبرام العقد، كما أنه يرتبط بالعلم بالبيانات والمواصفات الخاصة بالسلعة والخدمات²⁴، وفي تقرير هذا الالتزام عونا على وجود الرضا صحيحاً، ولا يمكن القول في هذه المرحلة بأنه ذو طبيعة عقدية، إذ قد يؤثر الإخلال به على صحة العقد، مما يؤدي لبطلانه من الأساس²⁵، أما بالنسبة لنظرية الخطأ في تكوين العقد²⁶، والتي تعتبر الالتزامات السابقة على التعاقد التزامات عقدية، حسب رأيهم أن الخطأ السابق عن التعاقد ينفصل عن العقد، ولا يمكن توقيع جزاء بشأنه إلا من خلال أحكام المسؤولية التقصيرية وليس أحكام المسؤولية العقدية.²⁷

ووفقاً للرأي الثاني يعتبر الالتزام بالإعلام التزاماً عقدياً، وأن المسؤولية المترتبة عنه مسؤولية عقدية لأن في ذلك تيسيراً على المستهلك، وأنه يستفيد من قواعد الإثبات في المسؤولية العقدية، فما عليه إلا أن يثبت عدم التنفيذ للالتزام بالإعلام حتى تتقرر مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام.

كما أن القضاء الفرنسي يقضي بأن هذا الالتزام له طبيعة عقدية حتى ولو كان في مرحلة تكوين العقد، وهو يسند إلى الالتزام بالإخلاص وحسن النية الذي يوجد في مرحلة تنفيذ العقد²⁸، كما يرتبط هذا الالتزام بالالتزام بضمان سلامة العقود، حيث يصعب أن يتحقق الضمان دون أن يكون الطرفين على علم

بكافة البيانات والمعلومات المؤثرة في اتخاذ القرار، وأغلب الآثار المترتبة على العلم بالبيانات تتراخى في حدوثها إلى ما بعد انعقاد العقد وتترتب عنها مسؤولية عقدية²⁹، ويستند أنصار هذا الرأي إلى نظرية الخطأ ويعتبرون الخطأ في مرحلة التفاوض هو خطأ عقدي يستلزم تطبيق أحكام المسؤولية العقدية، كما يذهب هذا الرأي إلى أنه ينبغي من الناحية الواقعية في مجال الالتزام بتقديم المعلومات إهمال التفرقة بين الالتزام العقدي والغير عقدي، والتي لا تستند إلى أساس من الواقع، وأنه من الأفضل بسط الطبيعة العقدية على كل منهما.³⁰

ب- مدى اعتبار الإلتزام بالإعلام إلتزام ببذل عناية أو بتحقيق نتيجة:

تعددت الآراء واختلفت في طبيعة الإلتزام، حيث يرى جانب من الفقه أن الإلتزام بالإعلام ما هو إلا الإلتزام ببذل عناية، فالمورد بصفة عامة لا يتحكم في نتيجة المعلومات التي يقدمها، ولا يستطيع أن يلزم المستهلك بإتباعها، بل يتعهد ببذل كل ما يستطيع لأجل إحاطته علما بالبيانات والمعلومات ولا يتعهد بأكثر من ذلك³¹، ويرى مؤيدي هذا الرأي أن المستهلك يلعب دور إيجابيا في تحقيق النتيجة المرجوة أو منعها، إذ أنه قد يستجيب للتوصيات والتوجيهات، وكل المعلومات التي قدمها المورد، وقد لا يعيرها اهتمام، أو قد يهمل بعض نصائح الاستعمال، مما قد يسبب له ضررا³²، والأخذ بهذا الرأي يحمل المستهلك عبء إثبات خطأ المورد بالإلتزام وأنه لم يوف بالالتزامه أو لم يبذل العناية المطلوبة في تنفيذ الإلتزام³³، وقد استند أصحاب هذا الرأي في تأكيدهم لهذا المعنى على العديد من الأحكام الصادرة عن القضاء الفرنسي، أهمها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في قضية شركة (FECHET-BLAUCH)، المتخصصة في بيع أجهزة الإنذار ضد السرقة، والتي عرضت على شركة (DICOROP) جهاز إنذار ضد السرقة مكون من أربعة رادارات، حيث رأت الشركة البائعة أنه مناسب للقيام بالمهمة المطلوبة، إلا أن الشركة المشتري رفضت هذا العرض وقبلت بجهاز أقل تكلفة، وأيدت محكمة النقض محكمة الاستئناف في رفضها طلب التعويض للشركة المشتري استنادا إلى الإخلال بالالتزام بالإعلام، وقضت بأن الشركة البائعة غير ملزمة بتحقيق نتيجة ولم تخل بالتزاماتها.³⁴

ويوجد من الفقه من يرى أن الإلتزام بالإعلام هو إلتزام محدد بنتيجة، فهو يهدف إلى ضمان سلامة المستهلك وحمايته في مواجهة المورد، ولا يستطيع هذا الأخير التخلص من مسؤوليته، إلا إذا أثبت وجود السبب الأجنبي الذي حال دون تحقق النتيجة³⁵، ويستند أنصار هذا الاتجاه إلى الرغبة في توفير حد أدنى لحماية المستهلك كونه الطرف الضعيف في العقد، بحيث يعفى من عبء إثبات خطأ المورد، كما يضيف هذا الاتجاه حجة ثانية تأكيداً على أنه إلتزام بنتيجة على اعتباره كذلك يتوافق مع ما نصت عليه التشريعات المدنية المقارنة، والتي توجب علم المشتري بحقيقة المبيع علما كافيا، بحيث يلتزم البائع بإعلام المشتري بالبيانات والمعلومات الصحيحة والمطابقة لحقيقة المبيع³⁶، حيث يجب على المورد، عرض المعلومات والبيانات على الطرف الآخر، وسكوته يعتبر تدليسا يستوجب إبطال العقد³⁷، وقد نادى البعض إلى اعتبار

الإلتزام بالإعلام إلتزام بتحقيق نتيجة مخفف، بمعنى أنه بإمكان المدين به دفع مسؤوليته عن طريق نفي الخطأ نظرا لعدم سيطرة المدين على بعض الأمور التي تترك للدائن بالإلتزام (المستهلك).

بينما هناك رأي ثالث يرى بأن الإلتزام بالإعلام يتحلل إلى التزامين، أحدهما إلتزام المورد بنفسه بنقل المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد إلى المستهلك، وهو إلتزام بتحقيق نتيجة، وثانيهما هو إلتزام المورد بإستعمال الوسائل المناسبة لنقل الإعلام للمستهلك، أي انتقاء الوسيلة الملائمة والفعالة لكي يستطيع فهم المعلومات³⁸، وبالتالي يقع على المورد إلتزاما مزدوجا.

1-2 شروط الإلتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني ومضمونه:

يتطلب الإلتزام بالإعلام شروطا تتعلق بعلم أحد المتعاقدين بالمعلومات وجهل المتعاقد الآخر بها، كما يستجوب تحديد العناصر المتعلقة بشروط العقد ومحتواه ومضمونه.

1-2-1 شروط الإلتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

يرى بعض الفقه وجوب توافر شرطين لقيام الإلتزام بالإعلام:

أ- علم المورد بالمعلومات والبيانات ومدى أهميتها بالنسبة للمستهلك:

يتمثل هذا الشرط بأن يكون المورد مهنيا خبيرا على نحو يسمح له بالعلم الشامل والكافي ببيانات ومواصفات السلع والخدمات محل العقد التجاري الإلكتروني، وبمدى أهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك³⁹، بل وإن مقتضيات حماية المستهلك توجب التشديد في معيار علم المورد بالبيانات والمعلومات، حتى لو أدى ذلك إلى إلزامه بالاستعلام عن تلك المعلومات من أجل الإفضاء بها للمستهلك⁴⁰، ويقع على كاهل المورد التأكد من صحة البيانات، ونقلها للمستهلك خاصة قبل إبرام العقد، ويتضمن هذا الشرط الامتناع عن كتمان الحقيقة على المستهلك، وخاصة إذا كانت السلعة تحتاج إلى خبرة فنية في التعامل معها، فيلتزم بتقديم هذه الخبرة للمستهلك وتزويده بالمعلومات الخاصة بتشغيل تلك السلعة⁴¹، والمعلوم أن هذه البيانات أو المعلومات تختلف من عقد لآخر وفقا لمحل وطبيعته وأطرافه.⁴²

والواقع إن استلزام هذا الشرط يعدّ أمرا منطقيا، إذ لا يعقل إلزام المدين بالإدلاء بالبيانات أو المعلومات وهو أصلا لا يعلمها، بل وليس في إمكانه العلم بها، فالقاعدة أنه لا تكليف بمستحيل، كما يجب أن يتحقق العلم بتلك المعلومات في اللحظة التي يجب الإفضاء بها للمستهلك⁴³، ولاشك أن مقدار المعلومات وأهميتها تختلف وفقا لصفة المدين بالإلتزام، فصفة المورد المحترف كمدين بهذا الإلتزام تفترض قدرا كبيرا من المعرفة وتبرّر تشديد المسؤولية وزيادة مقدار المعلومات والبيانات التي يلتزم بالإدلاء بها لصالح المستهلك، بحيث لا يمكن تصوّر جهل المورد ببند العقد التجاري الإلكتروني الذي يقوم هو أصلا بإعداده وتحديد مضمونه⁴⁴، لذلك يتعين وضع قرينة قابلة لإثبات العكس على عاتق المورد المدين بالإلتزام بالإعلام بالمعلومات عن المعرفة بتلك المعلومات أولا، ومدى أهميتها وضرورتها في تكوين الرضا الحر المستتير والاعتداد بكافة الظروف والملابسات التي تصاحب انعقاد العقد.⁴⁵

ب- جهل المستهلك بالمعلومات:

لا يكفي لقيام الإلتزام بالإعلام في إطار عقود التجارة الإلكترونية أن يكون المورد عالما بالمعلومات الجوهرية والتي يكون لها الأثر في رضا المستهلك وتوجيه إرادته، بل يتعين أن يكون المستهلك في مركز لا يسمح له بمعرفة هذه البيانات والمعلومات، ويشترط في أن يكون هذا الجهل من جانب المستهلك مبررا ومشروعا ويبرر إلتزام المورد بالإفصاح عن هذه البيانات⁴⁶، أي أنه لا يكفي للمستهلك أن يثبت جهله بالمعلومة، وإنما يجب أن يثبت عدم قدرته على أداء واجب الاستعلام عن المعلومات، وهذا ما أكدته الفقيه (GHESTIN) بقوله: "بأنه لا يكفي لكي يكون الشخص دائنا بالالتزام بتقديم المعلومات أن يتذرّع بجهله بل يجب أن يكون جهلا مشروعا"⁴⁷، ويكون الجهل مشروعا في حالتين، الأولى متى ما كانت المعلومة مستحيل على المستهلك العلم بها، ويحول دون استعلامه ومعرفته بها، وقد تكون استحالة موضوعية ترجع إلى طبيعة الشيء ومحل العقد، وقد تكون استحالة شخصية ترجع إلى شخص المستهلك ذاته⁴⁸، لكونه عديم الدراية أو قليل الخبرة.

وقد اتجه أغلب الفقه المعاصر إلى الأخذ بالمعيار المختلط الذي يمزج بين المعيارين الشخصي والموضوعي، وذلك لتفادي الآثار السلبية التي تنتج عند الاعتماد على معيار واحد، كما أن المعيار المختلط يحقق العدالة ويحفظ للعقد توازنه، على أن يراعى في ذلك تغليب جانب المعيار الشخصي على جانب المعيار الموضوعي⁴⁹، أما الحالة الثانية عندما يضع ثقته المشروعة في التعاقد معه، فيعول عليه وعلى إعلامه، والمقصود بالثقة هنا، هي ثقة خاصة تقود صاحبها إلى عدم الشك في سلامة موقف المقابل له، وكما ترجع إلى اعتبارات أخرى كطبيعة العقد، أو صفة الطرف الآخر⁵⁰، وهي تلعب دورا مزدوجا فهي تعفي المستهلك من واجبه في الاستعلام والتحري في الوقت الذي تلقى فيه على عاتق المورد إلتزاما بالإفصاح للمستهلك بالمعلومات كافة التي من شأنها تنوير إرادته.⁵¹

1-2-2 مضمون الإلتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

يقصد به نطاق المعلومات والبيانات التي تكون محلا للإلتزام بالإعلام، ويكون المورد ملزما بإعلامها للمستهلك، وإلا تعرض للمسؤولية⁵²، حتى تستنير إرادة المستهلك ويكون على بيّنة من أمره ويتخذ قراره بالإقدام أو التراجع، وقد نص المشرع الجزائري صراحة على هذا الإلتزام وحدد بالتفصيل المعلومات التي يجب على المورد الإدلاء بها في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر..."⁵³، من أهم هذه المعلومات مايلي:

أ- تحديد هوية المورد الإلكتروني:

يجب على المورد الإلكتروني في نطاق الثقة المشروعة ومبدأ حسن النية أن يعلم المستهلك بكافة بياناته التي تحدد شخصيته وقت عرض الإيجاب الإلكتروني، لقد حددت المادة 6 من القانون 18-05 مفهوم

المورد الإلكتروني بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح... الاتصالات الإلكترونية"، كما أوجب المشرع تقديم المعلومات التي تسمح بتعريفه، كإسمه وعنوانه، ورقم تسجيله ومكانه، وبريده الإلكتروني⁵⁴، وهذا ما أكدته المادة 11 من نفس القانون: "... رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني، رقم التسجيل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي..."، وقد حسم المشرع كذلك إشكالية عدم معرفة هوية المورد الإلكتروني بفرضه لشروط ممارسة التجارة الإلكترونية بموجب نفس القانون، حيث فرض على كل من يريد مزاولة التجارة الإلكترونية أن يقوم بتسجيل نفسه في السجل التجاري أو في سجل الصناعات الحرفية أو التقليدية، كما ألزمه بنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية تتوفر على وسائل تسمح بالتأكد من صحته⁵⁵، كما يقوم بتسجيل اسم موقعه لدى المركز الوطني للسجل التجاري الذي يضم بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين تحمل أسماء الموردين الإلكترونيين المسجلين، تنشر هذه البطاقة عن طريق الاتصالات الإلكترونية حتى تكون في متناول المستهلك الإلكتروني يتأكد بموجبها من هوية المورد الإلكتروني⁵⁶، وقد أصاب المشرع الجزائري بوضع البطاقة المهنية في متناول المستهلك الإلكتروني حتى يتبين له المورد الحقيقي من الوهمي، كما أنه إذا كان المورد شخصا اعتباريا فيجب بيان عنوانه، وإذا كان له فروع بيان المقر الرئيسي وعنوان الفرع المعني بتنفيذ العقد مع المستهلك، ورأسماله ورقم تسجيله.

هذا ما أكدته بعض التشريعات المعنية بالتعاقد عن بعد، حيث يتفق المشرع الفرنسي في هذا الصدد مع التوجيه الأوروبي رقم 7/97 بمقتضى المادة 1/4 أ، وكذلك المادة 1/5⁵⁷، والمادة (L111-1-4) من قانون الاستهلاك الفرنسي⁵⁸، وعليه فإن كافة التشريعات قد منحت المستهلك الحق في أن يتعرف على من يتعاقد معه فصفة المنتج أو المورد وهويته كلها ضمانات للتعرف عليه، والتيقن من شخصيته لعدم إلحاق ضرر بالمستهلك في حالة إخلاله بالتعاقد، كما أنه يمكنه من الرجوع عليه بالوسائل القانونية إذا أخل بالتزاماته.⁵⁹

ب- الإدلاء بالمعلومات والبيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة:

يتسم الالتزام بالإعلام الإلكتروني بقدر من الخصوصية، حيث يتسع نطاقه أكثر عندما يكون محل العقد سلعة، أو خدمة معروضة بوسيلة إلكترونية، ونظرا للاستخدام المتطور والمتزايد للعقود الإلكترونية، وظهور الكم الهائل من السلع والخدمات المعروضة، ما أدى إلى فقدان التركيز للتعرف على أصلح وأنسب ما يحتاج إليه المستهلك، مع فقدان الخبرة⁶⁰، فكان لابد من تزويده بالمعلومات الكافية عن هذه السلع والخدمات، فيجب تحديد الخصائص الأساسية للسلع والخدمات المعروضة بدقة ودون غموض، ويتعلق الأمر بوصفها في التسمية، المكونات، والنطاق، الأوصاف والتوافر الفعلي، طرق ونصائح الاستخدام، طرق التسليم، الضمانات وخدمات ما بعد البيع⁶¹، أما إذا كانت السلعة غير مادية كبرامج الحاسب الإلكتروني التي يتم تدوينها مباشرة على جهاز الحاسب الآلي للمستهلك وجب عليه أيضا أن يبين مواصفاتها من حيث حجم البرنامج ونظام التشغيل أو التجهيزات المطلوبة لاستخدامه بصورة صحيحة⁶²، وقد أكد المشرع

الجزائري على ضرورة هذه المعلومات من خلال نص المادة 11 و 12 من قانون التجارة الإلكترونية⁶³، كما اتفق كل من قانون الاستهلاك الفرنسي والتوجيه الأوروبي على هذه الطائفة من المعلومات⁶⁴، و أوجبت على المورد الإلكتروني إعلام المستهلك الإلكتروني بسعر كل سلعة أو خدمة بالإضافة إلى التكاليف ذات الصلة والرسوم والضرائب المطبقة والتي يجب أن تكون ضمن بيان مفصل، مع تقديم وصف لجميع التكاليف الإضافية مستحقة الدفع بسبب إجراءات العقد الإلكتروني أو تدخل طرف ثالث في تنفيذه.⁶⁵

ج- الإعلام بشروط العقد الإلكتروني وكيفية تنفيذه:

من البيانات التي يجب أن يتضمنها الإعلام الإلكتروني شروط العقد والتي غالبا ما يكون المستهلك جاهلا بها، فمنها ما يتعلق بمدة العقد وشروط إنهاءه، ومنها ما يتعلق بالقانون الواجب التطبيق، ومنها ما يتعلق بتحديد مسؤولية المورد⁶⁶، ولقد راعت التشريعات والتنظيمات المخاطر التي قد تحيط بالمعاملات الإلكترونية، فألزمت المورد بإعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمرحلة التقنية اللازمة لإبرام العقد الإلكتروني⁶⁷، وتزويده بالشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، ومدة صلاحية العرض، وشروط وأجال العدول، والأحوال التي يمارس فيها هذا الحق، وطريقة ممارسته، كذلك شروط فسخ العقد، شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.⁶⁸

والملاحظ في هذا الصدد أن المشرع الجزائري قد سائر التشريعات المقارنة في المعلومات محل التعاقد سواء معلومات قبل التعاقد أو أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني⁶⁹، والواقع أن هذه البيانات المتعلقة بشروط العقد الإلكتروني وكيفية إبرامه إذا ما تم الإدلاء بها على النحو الصحيح، تكون كفيلا بإيضاح الوضع القانوني والاقتصادي للمستهلك قبل أن يقدم على إبرام العقد⁷⁰، على الرغم أن المشرع لم يحصر كل المعلومات التي يجب أن يتضمنها العرض الإلكتروني.

وقد أكدت كافة التشريعات باعتبار اللغة الوطنية هي الأساس، كما يعتبر إلزام المورد بالإدلاء بالبيانات باللغة التي يفهمها الطرف الضعيف من وسائل حماية المستهلك باعتباره الطرف الأضعف⁷¹، وقد اشترط المشرع الجزائري إعلام المستهلك باللغة العربية.⁷²

2- التدليس وأثره على الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

يعتبر التدليس عيب من العيوب التي تشوب الإرادة وتجعل رضا المتعاقد معيبا وناقصا، وفي مجال العقود الإلكترونية يرى البعض أن عيوب الإرادة لا تخرج عن كونها أمثلة تقليدية تستوعبها القواعد العامة، حيث تقوم نظرية التدليس على حماية المتعاقد من الحيل وسوء النية، ويتصور وقوع التدليس على نحو واسع في العقود الإلكترونية، ذلك أن المستهلك لا يرى السلعة حقيقة، كما أن المورد قد يظهر السلعة بغير مظهرها الحقيقي أو يكتفم بعض البيانات المهمة حول السلعة، لهذا فقد منحت التشريعات للمستهلك الإلكتروني الحق في طلب إبطال العقد والتعويض.

2-1 مفهوم التذليس:

التذليس هو إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، وسنبيّن مفهومه من خلال تعريفه وذكر عناصره ثم شروطه وأنواعه.

2-1-1 تعريف التذليس وعناصره:

هو إيهام الشخص بغير الحقيقة بالالتجاء إلى الحيلة والخداع لحمله على التعاقد ويقترب التذليس من الغلط، حيث أن الغلط وهما تلقائيا⁷³، أما التذليس وهم مستثار، فهو بوجه عام خدعة موجهة لإيقاع شخص في غلط يدفعه إلى التعاقد⁷⁴، والتذليس بهذا التحديد يختلف عن الغش، لأن التذليس إنما يكون أثناء تكوين العقد، أما الغش فقد يقع بعد تكوين العقد، أو يقع خارجا عن دائرة العقد، كذلك يختلف التذليس المدني عن التذليس الجنائي (النصب)⁷⁵، وقد نص القانون المدني الجزائري على أحكام التذليس في المادتين 86، 87⁷⁶، حيث تنص المادة 86: "يجوز إبطال العقد للتذليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد ... ويعتبر تذليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة إذا أثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة"، فالتذليس بهذا المفهوم يؤدي إلى إيقاع المتعاقد في الغلط، ولذا فهو يعيب الرضا لأنه يجعله مشوبا بالغلط، فهو إذن يفترض قيام عنصرين: عنصر مادي (موضوعي)، وعنصر نفسي.

أ- **العنصر المادي**: ويتمثل في استعمال الطرق الاحتيالية وهي تنطوي على الطرق المادية التي تستعمل للتأثير في إرادة الغير، وهي لا تقتصر على مجرد الكذب، بل كثيرا ما يصحب الكذب أعمال مادية تدعّم لإخفاء الحقيقة عن المتعاقد، بحيث تكون هذه الأعمال كافية للتضليل حسب حالة كل متعاقد، فالمعيار ذاتي⁷⁷، كالتاجر أو المورد الذي يروج لسلعته فينتحل لها أحسن الأوصاف.

ويجب ملاحظة أن هذه الحيل لا يستلزم فيها أن تصل من الجسامة إلى الحد الذي تستلزمه جريمة النصب الجنائية، كما أن الأصل في الكذب أنه لا يرقى إلى مستوى التذليس إذا كان عاديا، أما إذا كانت طبيعة المعاملة تقتضي تجنب الكذب لما يتضمن من خطورة فإنه يعتبر من طرق التذليس⁷⁸، خاصة إذا كان المدلس عليه لم يستطيع اكتشافه وكان هو الدافع إلى التعاقد، فيعتبر الكذب تذليسا في إعطاء بيانات غير صادقة فيكون عملا إيجابيا، وقد يكون عملا سلبيا محضا، وذلك بمجرد السكوت أو الكتمان، إذا كان المدلس قد سكت عمدا عن واقعة أو ملاحظة حاسمة في العقد⁷⁹، وهو ما يتعلق بموضوع البحث، حيث أنه إذا سكت الملتزم بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني عن بيان معلومات مهمة تتعلق بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، مع علمه بضرورة الإفضاء بها للمتعاقد الآخر، بحيث لو علم بها لما أقدم على إبرام العقد، فيعد ذلك تذليسا منه، وقد سبق وذكرنا أنه من شروط الالتزام بالإعلام علم المورد الإلكتروني بالمعلومات الخاصة بالسلع والخدمات ومدى أهميتها بالنسبة للمستهلك، وبالتالي فإن كتمان هذه المعلومات اعتبره المشرع الجزائري من الطرق الاحتيالية.

ب- **العنصر النفسي:** فينحصر في أن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد، بحيث لولاه لما أبرم المدلس عليه العقد⁸⁰، فهو قصد التضليل للوصول إلى الغرض غير المشروع، فلا بد من وجود نية التضليل لدى المدلس لأن التدليس ليس خطأ عمدي.

2-1-2 شروط التدليس:

علاوة على ضرورة توافر عنصري التدليس فإنه يلزم توافر شرطين حتى يكون التدليس مبطلاً للعقد.

أ- يلزم أن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد:

يجب أن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد حتى يُعيب الرضا، وقضت بذلك المادة 1/86، فإذا ثبت أن التدليس لم يكن الدافع إلى التعاقد، كأن لم تبلغ الحيل المستعملة فيه من الجسامة إلى حد تضليل المتعاقد، أو وصلت إلى ذلك الحد ولكن الطرف المضلل كان ليرتضي العقد بنفس الشروط حتى ولو لم يضل، لا يكون لهذا التدليس أثر على صحة العقد⁸¹، ويميز الفقه عادة بين التدليس الدافع (تدليس رئيسي) كما سبق وقدمنا، والتدليس غير الدافع (تدليس عرضي) وهو تدليس لا يحمل على التعاقد وإنما يغري بقبول شروط باهظة، فلا يكون سببا في إبطال العقد، بل يقتصر الأمر فيه على التعويض يسترد به العاقد المخدوع ما غرمه بسبب هذا التدليس وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية⁸²، وهذا التمييز منقذ ولم يأخذ به المشرع الجزائري واكتفى بأن يكون التدليس من الجسامة، بحيث لولاه لما أبرم المدلس عليه العقد⁸³.

ب- اتصال التدليس بالمتعاقد الآخر:

يلزم أن تكون الطرق الاحتيالية صادرة من المتعاقد أو من نائبه أو أن يكون على الأقل عالما بها، أو كان من المفروض حتما أن يكون كذلك، فتقضي المادة 87: "إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد، ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم، أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس"⁸⁴.

ومفاد هذه المادة أنه لكي يستطيع المدلس عليه أن يبطل العقد للتدليس يجب عليه أن يثبت أن المتعاقد معه كان يعلم، أو من المفروض حتما أن يعلم بقيام الغير بهذا التدليس، فهو يعتبر في هذه الحالة متواطئا أو على الأقل سيء النية⁸⁵، وفي حالة عدم اتصال المتعاقد الآخر بالتدليس الذي صدر من الغير، فللمتعاقد المخدوع الرجوع بالتعويض على هذا الغير⁸⁶.

كما يكون الكتمان والسكوت عن المعلومات التي يلتزم المورد بإعلامها للمستهلك تدليسا، إذا توافرت الشروط الآتية في الأمر الذي بقي مكتوما:

1. أن يكون هذا الأمر خطيرا، بحيث يؤثر في إرادة المتعاقد الذي يجهله تأثيرا جوهريا.
2. أن يعلمه المتعاقد الآخر (المورد) ويعلم خطره أو قيمته وأهميته بالنسبة للمستهلك، وهو من بين شروط الالتزام بالإعلام.
3. أن يتعمد كتمان عن المتعاقد أو المستهلك.

4. ألا يعلمه المتعاقد أو المستهلك، وهو كذلك من بين شروط الالتزام بالإعلام.⁸⁷

2-2- أثر التدليس على الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني:

إن هدف المشرع من تقرير الالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني، هو تنوير إرادة المستهلك الإلكتروني وإعادة التوازن العقدي، وإن الإخلال بهذا الالتزام يؤثر على رضا المستهلك فيما لو استعمل المورد الطرق الاحتيالية سواء بالكذب والتضليل في المعلومات أو كتمانها عن المستهلك، مما يؤدي إلى تعيب الإرادة فيكون له الحق في طلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به.

2-2-1- إبطال العقد التجاري الإلكتروني:

لاشك أنه إن لم يخبر المدين بالالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالتعاقد، فإنه يتعاقد عن جهل، والفقه والقانون مستقر على أن مخالفة الالتزام بالإعلام يؤدي إلى إبطال العقد.⁸⁸

ويشترط وفقا للقواعد العامة لطلب إبطال العقد بسبب التدليس أو التزوير أن يقوم المتعاقد باستخدام طرق احتيالية، سواء قولية أو فعلية⁸⁹، وإذا كانت الطرق الاحتيالية بشقها السلبي المتمثل في كتمان المورد أمرا جوهريا يتصل بموضوع العقد، أو شقها الإيجابي المتمثل في تقديم المورد معلومات وبيانات كاذبة وغير حقيقية، تمثل العنصر المادي اللازم لوجود الغلط الناتج عن التدليس، فإنه لا يكفي لإبطال العقد على أساس التدليس، وإنما يجب أن تقترب بنية تضليل المستهلك (العنصر النفسي)، ولاشك أن إثبات هذين العنصرين أمر غير يسير على المستهلك⁹⁰، حيث أن هذا الأخير مُلزم بإثبات العنصر المعنوي في التدليس، والمتمثل في وجود نية التضليل لدى الطرف المُدلس، ويجب عليه أيضا أن يثبت أنه بدون ما قام به المدلس من وسائل تدليسية ما كان ليقدم على التعاقد، وكل منها يعد أمرا نفسيا يصعب إثباته كما سبق القول.⁹¹

عندئذ يتدخل الالتزام بالإعلام ويبدو دوره الفعلي في تقادي التدليس الواقع على المستهلك من خلال تيسير سبل إثبات توافر أركانه، ما يؤدي إلى تسهيل مسألة إبطال العقد لمصلحة المستهلك، إذ يكفي للتوصل إلى إبطال العقد أن يثبت المستهلك شروط قيام هذا الالتزام وعدم قيام المورد بتنفيذه مع افتراض علمه بالمعلومات الواجب الإدلاء بها وتأثير كتمانها على رضائه⁹²، وطلب الإبطال حق مقرر للمستهلك الإلكتروني فقط دون المورد استنادا لنص المادة 14 من القانون 05-18: "في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".⁹³

2-2-2- طلب التعويض:

قد لا يكفي إبطال العقد لتعويض المستهلك الإلكتروني عما أصابه من ضرر نتيجة إخلال المورد الإلكتروني أو مقدم الخدمة بإعلامه، لذلك فاللجوء إلى التعويض في هذه الحالة يمثل الجزاء المدني الرئيسي للإخلال بهذا الالتزام، كما أنه ليس في كل الأحوال يطلب المستهلك إبطال العقد، فقد يتلقى إعلاما غير

صحيح ويرغب في الحفاظ على العلاقات العقدية بسبب أن العقد في مجمله ملائماً له⁹⁴، فيرى أن من مصلحته أن يطلب التعويض بدل الإبطال، وأحياناً يطلب التعويض إلى جانب الإبطال بسبب ما تكبّده من خسائر ومصاريف للعقد الذي حُكم ببطلانه⁹⁵.

ونجد المشرع الجزائري في المادة 14⁹⁶ السابقة الذكر قد خوّل المستهلك الإلكتروني الحق في طلب التعويض عن الضرر الذي لحق به في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأحكام المادة 10، و13. وقد أصاب المشرع في تقرير التعويض لجبر ضرر المستهلك الإلكتروني لإحداث نوع من العدالة وإعادة التوازن المفقود في العقود الإلكترونية، إلا أنه سكت عن تقدير قيمة المبلغ المستحق للتعويض، ومن هنا يثور التساؤل حول الإضرار التي تكون محلاً للتعويض وكيفية تقدير التعويض ؟

إن غالبية الأضرار الناجمة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام تتمثل في الأضرار المادية كتلف السلع، أو أضرار جسمانية، والأضرار الأدبية والمعنوية التي قد يصاب بها الشخص بسبب الإصابات الجسمانية والآلام النفسية⁹⁷، كما أن المستهلك الإلكتروني يستحق التعويض الكامل من الضرر دون زيادة أو نقصان وإعادة المركز المالي للمضرور إلى ما كان عليه قبل وقوع الضرر، ويفترض فيه إمكانية رفع الضرر وإزالته، ويكون ذلك إما عن طريق دفع مبلغ من النقود، وإما عينا بإصلاح الضرر إصلاحاً تاماً بإعادة الحال إلى ما كان عليه⁹⁸.

خاتمة:

يشكل الالتزام بالإعلام أحد الآليات الأساسية لحماية المستهلك الإلكتروني، أوجبه المشرع على المورد الإلكتروني من أجل إعادة التوازن للعلاقة العقدية، وتوفير حماية أكبر للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، وإن الإخلال بهذا الالتزام بإستعمال الطرق الاحتيالية يترتب عنه حق المستهلك في طلب إبطال العقد والتعويض.

وفي ختام هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- يعتبر الالتزام بالإعلام من أهم الأحكام الخاصة بحماية المستهلك الإلكتروني ويعرّف بأنه الالتزام القانوني يقع على عاتق المورد الإلكتروني، يلتزم بمقتضاه بإعلام وإخبار المستهلك الإلكتروني بمعلومات وبيانات شاملة وكافية عن السلع والخدمات محل التعاقد، وعن الشروط التعاقدية.
- اختلف الفقه المعاصر حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام وخلصت الدراسة إلى أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني ذو طبيعة قانونية، يجد أساسه ومصدره في النصوص القانونية التي فرضته.
- كما حدث اختلاف حول مدى اعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة أو التزام ببذل عناية، وخلصت الدراسة إلى أنه التزام يتحلل إلى التزامين أحدهما التزام المورد بنقل

- المعلومات إلى المستهلك، وهو التزام بتحقيق نتيجة، وثانيهما التزام المورد باستعمال الوسائل المناسبة لنقل الإعلام إلى المستهلك، وبعد ذلك التزاما ببذل عناية.
- يشترط لقيام الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية علم المورد بالمعلومات والبيانات ومدى أهميتها للمستهلك، وجهل هذا الأخير بتلك المعلومات والبيانات.
 - يجب على المورد الإلكتروني في نطاق عقود التجارة الإلكترونية أن يقوم بتبصير المستهلك بهويته وبياناته التجارية، وبخصائص السلعة أو الخدمة وصفاتها الأساسية وأسعارها.
 - يترتب على إخلال المورد بالتزامه بالإعلام قيام مسؤوليته، وفي المقابل يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد، والتعويض عن الضرر الذي لحق به.
 - يعتبر عيب التدليس أساسا للإخلال بالالتزام بالإعلام على اعتبار أنه يمكن للمورد الإلكتروني أن يعطي معلومات كاذبة ومضللة للمستهلك الإلكتروني تدفعه إلى التعاقد، كما يعتبر الكتمان والسكوت تدليسا، ومن صور الإخلال بالالتزام بالإعلام يوجب إبطال العقد لمصلحة من وقع عليه التدليس.
 - إذا كان طلب إبطال العقد لا يتناسب مع غاية وهدف المستهلك في تلبية حاجياته ورغباته، كان له الحق في طلب التعويض المناسب له.
- وبناء على هذه النتائج يمكننا أن ندرج التوصيات التالية:
- نهيب بالمشعر الجزائري بأن يوسع في مسؤولية المورد الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال افتراض علم المورد بالمعلومات الأساسية الواجب عليه الإدلاء بها للمستهلك، وبالتالي يقع عبء إثبات وتنفيذ الالتزام بالإعلام من عدمه على عاتق المورد الإلكتروني.
 - تفعيل دور القضاء الجزائري في مواجهة إخلال المورد الإلكتروني للالتزام بالإعلام بعقد نوات ودورات تدريبية لرجال القضاء لمسايرة المستجدات في مجال عقود التجارة الإلكترونية.

الهوامش:

- ¹- خالد مصطفى فهمي، الالتزام بالإعلام في التعاقد عن بعد في ضوء قانون حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019، ص20، 21.
- ²- يوسف محمد خير الحاج قدور، الالتزام بالتبصير في مجال العقود المهنية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021، ص23.
- ³- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، ط1، مكتبة السنهوري، مكتبة زين الحقوقية، 2011، ص91.

- 4- سهام سوادي طعمة الطائي، الالتزام بالإفصاح على المسائل التجارية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019، ص27.
 - 5- إيمان خميس سالم اليحيائي، حماية رضا المستهلك في قوانين دول مجلس التعاون الخليجي (دراسة نقدية مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2020، ص219.
 - 6- أحمد توج الزيداوي، الالتزام بالإعلام في عقد البيع عبر الوسط الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2021، ص72.
 - 7- موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص ص 92، 93، أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص75، إيمان خميس سالم البجائي، المرجع السابق، ص220.
 - 8- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2018، ص16، عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، ط2، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص189.
 - 9- علاء عمر محمد الجاف، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2017، ص192.
 - 10- يلس آسيا، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص22.
- 11 _ Serge Kablan et Arthur Oulali, la formalisation du devoir d'information dans les contrats de cyberconsommation, analyse de la solution québécoise, MECGLL LAW JOURNAL, Revue de droit de McGill, Volume 54, Numéro 4, winter 2009, (627-668), P632.
- 12- رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2016، ص52.
 - 13- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص276.
 - 14- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص18، علاء عمر محمد الجاف، المرجع السابق، ص194.
 - 15- أشار المشرع السوري في القانون 2 لسنة 2008 بشأن حماية المستهلك ضمن فصل خاص، وهو الفصل الثامن بعنوان الإعلام والمستهلك، في حين المشرع المصري في القانون 181 لسنة 2018 قد وضع الإلتزام بالإعلام ضمن الإلتزامات العامة في الباب الأول، والقانون المدني الفرنسي المعدل لسنة 2016 الذي بيّن نطاق الإلتزام بالإعلام وآليات تنفيذه وجزاء مخالفة ذلك، خالد مصطفى فهمي، الإلتزام بالإعلام في التعاقد عن بعد في ضوء قانون حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019، ص22.
 - 16- كرس المشرع الجزائري الإلتزام بالإعلام كضرورة عملية لإعادة التوازن العقدي بين الطرفين العقد من خلال تشريعات متتالية منها المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، ج.ر، ع.50، لسنة 1990، والرسوم التنفيذية رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، ج.ر، ع.50، لسنة 1990، والقانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ

في 23 يونيو 2004، ج.ر، ع.41، لسنة 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر، ع.46، لسنة 2010.

¹⁷ - المادة 1/352 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 هـ الموافق لـ 26 سبتمبر 1975م، المتضمن القانون المدني، ج.ر، ع.78، المؤرخة في 24 رمضان 1395 هـ الموافق لـ 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.

¹⁸ - المادة 17 من القانون 03/09، المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ، الموافق لـ 25 فبراير 2009م، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، ع.15، المؤرخة في 11 ربيع الأول 1430 هـ، الموافق لـ 08 مارس 2009م، المعدل والمتمم.

¹⁹ - المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 05 محرم 1435 هـ، الموافق لـ 9 نوفمبر 2013م، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، ع.58، المؤرخة في 14 محرم 1435 هـ، الموافق لـ 18 نوفمبر 2013م.

²⁰ - القانون 05/18، المؤرخ في 24 شعبان 1439 هـ الموافق لـ 10 ماي 2018م، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، ع.28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 هـ الموافق لـ 16 ماي 2018.

²¹ - المادة 10: "يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرضه تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني"، المادة 11: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات..."، المادة 12: "تمر طلبية المنتج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية: - وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني..."، المادة 13: "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية..." من قانون 05/18، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، السابق ذكره، ص ص 6، 7.

²² - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 283.

²³ - حمود عبد العزيز المرسى، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، مجلد 9، عدد 18، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، 2000، دار المنظومة، ص 295.

²⁴ - خالد مصطفى فهمي، المرجع السابق، ص 69.

²⁵ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 285.

²⁶ - الفقيه الألماني إهرنج (Ihering) هو أول من نادى بنظرية الخطأ في تكوين العقد التي تقتضي بقيام المسؤولية العقدية تأثراً بالأخطاء التي تقع بمناسبة إبرام العقد على أساس افتراض وجود عقد ضمنى سابق على العقد الأصلي بين الطرفين، يلتزم بمقتضاه كل واحد من المتفاوضين اتجاه الآخر بأن يكون في وضع يسمح له بإبرام العقد موضوع التفاوض، والامتناع عن أي عمل يعوق إبرام هذا العقد، انظر: كريم عزت حسن الشاذلي، النظام القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية مقارنة في ضوء النظرية العامة للعقد ونظرية عقود الاستهلاك مع إشارة إلى التعديلات الواردة على قانون العقود الفرنسي الجديد عام 2016)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019، ص 48.

- 27- فرحاوي عبد العزيز، إلتزام البائع بضمان سلامة المشتري من الأضرار التي يحدثها المبيع، رسالة دكتوراه علوم في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2020/2019، ص219.
- 28- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص284.
- 29- شامي يسين، لقاء خالد عبد علي، أثر التدليس على الإلتزام بالإعلام في التفاوضات التعاقدية (دراسة مقارنة)، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد.06، ع.02، (128-150)، ص139.
- 30- موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص122.
- 31- أيوب يوسف سالم محمد العبيدي، المرجع السابق، ص ص139، 140.
- 32- منى أبو بكر حسان، الإلتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص91.
- 33- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص287.
- 34- أيوب يوسف سالم محمد العبيدي، المرجع السابق، ص ص 141، 142.
- 35- أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص128.
- 36- أنظر: المادة 1/352 من الأمر 58-75، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، السابق ذكره، والتي تقابلها المادة 419 من القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948.
- 37- خالد مصطفى فهمي، المرجع السابق، ص74.
- 38- أحمد إسماعيل إبراهيم الزاوي، المرجع السابق، ص48.
- 39- أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص184.
- 40- موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص108.
- 41- خالد مصطفى فهمي، الإلتزام بالإعلام في التعاقد عن بعد، المرجع السابق، ص79.
- 42- يوسف محمد خير الحاج قدور، المرجع السابق، ص33.
- 43- مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2011، ص77.
- 44- مصطفى أحمد أبو عمرو، الإلتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك (دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص ص 56-57.
- 45- علي الجاسم، الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مجلة جامعة دمشق للعلوم القانونية، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة دمشق، العدد.01، 2021، ص149.
- 46- أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص ص 193، 194.
- 47- سهام سوادي طعمة الطائي، الإلتزام بالإفصاح في المسائل التجارية، ط1، دار الفكر الجامعي، 2019، ص58.

- 48- عبد العزيز المرسي حمود، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مجلد 9، العدد 18، أكتوبر 2000، (من 145 إلى 430)، ص 333.
- 49- سهام سوادي طعمة الطائي، المرجع السابق، ص 60.
- 50- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص 116.
- 51- موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص 107.
- 52- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص 138.
- 53- المادة 11 من القانون 05-18، المتعلق قانون التجارة الإلكترونية، السابق ذكره.
- 54- رمزي بيد الله علي الحجازي، المرجع السابق، ص ص 89، 90.
- 55- أنظر: المادة 08 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، السابق ذكره، ص 6.
- 56- المادة 09 من القانون 05-18 المرجع نفسه، الموضع نفسه.
- 57- Article 4/1/a, et l'article 5/1, directive 97/7 CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière des contrats à distance, Joue L144 du 4 Juin 1997, , Vu 3/11/2022 a 6:50.
- 58- Article L111-1-4 du code de consommation Français, , Vu 3/11/2022 a 7:06.
- 59- خالد مصطفى فهمي، المرجع السابق، ص 118.
- 60- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص 148.
- 61- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 338.
- 62- كريم عزت حسن الشاذلي، المرجع السابق، ص 102.
- 63- المادة 11: "يجب على أن يتقدم المورد الإلكتروني... طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة بإحتساب كل الرسوم، حالة توفر السلعة أو الخدمة"، المادة 12: "تمر طلبية منتج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية: ... - التحقق من تفاصيل الطلبية من طرق المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، أو السعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة"، من قانون 05-18، السابق ذكره، ص 6.
- 64- Articl L111-1 du code de consommation Français, op.cit, Article 4/1/b, Directive 97/7/CE, op.cit.
- 65- Serge Kablane, Arturoulaii, op.cit, P641.
- 66- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص 145.
- 67- أنظر: المادة 11: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني... - وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية"، من القانون 05-18، السابق ذكره، ص 6.

- 68- المادة 11، المرجع نفسه، الموضع نفسه.
- 69- المادة 13: "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية: - الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات، شروط وكيفيات التسليم...".
- 70- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص 148.
- 71- أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص 170.
- 72- المادة 18 من القانون رقم 03-09: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال ... باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين"، السابق ذكره، ص 15.
- 73- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للإلتزامات، مصادر الإلتزام، العقد والإرادة المنفردة (دراسة مقارنة في القوانين العربية)، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، دون سنة نشر، ص 176.
- 74- أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص 294.
- 75- عبد الرزاق أحمد السنهاوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الإلتزام، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، ص 319.
- 76- المادة 86 و 87 من القانون 58-75، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السابق ذكره.
- 77- عبد الرزاق أحمد السنهاوري، المرجع السابق، ص 321.
- 78- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 178.
- 79- المادة 2/86 من القانون 58-75، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السابق ذكره.
- 80- علي علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام - مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري -، ط 7، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2007، ص 61.
- 81- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 180.
- 82- عبد الرزاق السنهاوري، المرجع السابق، ص 326.
- 83- علي علي سليمان، المرجع السابق، ص 61.
- 84- المادة 87 من القانون 58-75، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، السابق ذكره.
- 85- علي علي سليمان، المرجع السابق، ص 64.
- 86- محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 182.
- 87- عبد الرزاق السنهاوري، المرجع السابق، ص 325.
- 88- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 378.
- 89- أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص 295.
- 90- كريم عزت حسن الشاذلي، المرجع السابق، ص 123.
- 91- أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص ص 238، 239.

- ⁹² - كريم عزت حسن الشاذلي، المرجع السابق، ص123.
- ⁹³ - المادة 14 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، السابق ذكره، ص7.
- ⁹⁴ - كوثر صعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص380.
- ⁹⁵ - أحمد توج الزيداوي، المرجع السابق، ص300.
- ⁹⁶ - المادة 14 من القانون 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، السابق ذكره.
- ⁹⁷ - أيوب يوسف سالم محمد العبيدي، المرجع السابق، ص262.
- ⁹⁸ - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، المرجع السابق، ص238.