الاعلام السابق عن التعاقد في العقد الالكتروني

The preceding media about contracting in the electronic contract

د.خلوفي خدوجة[1]
[1] جامعة أكلي محند أولحاج البويرة
khelouficonstitution@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2021/11/16 تاريخ القبول: 2022/10/01 تاريخ النشر: 2022/11/24

ملخص:
لقد عرف القرن الحالي تطور في إبرام العقود، حيث ظهرت عقود إلكترونية نتيجة لتطور وسائل التكنولوجيا الحديثة التي تبرم عن طريقها عدة عقود في وقت قصير وبجهد أقل، فهي تدفع بعجلة الاقتصاد إلى الأمام ، ولكن هناك عدة إشكالات في هذا النوع من العقود التي لا يوجد فيها اتصال مباشر بين أطراف العقد، وإنما يعرض البائع في موقعه أو صفحته على شبكة الانترنت سلعته بمقابل وبما أنه لا يمكن التعرف على الشيء المبيع مثل ما هو معمول به في العقود المدنية فعليه أن يعلم المستهلك بالشيء المبيع حتى يقدم على التعاقد دون وقوعه في الغلط.

كلمات مفتاحية: العقد الالكتروني.، الالتزام بالإعلام.،الشيء المبيع.، هوية صاحب العرض.، المستهلك.

Abstract:

The current century has witnessed an evolution in concluding contracts, as electronic contracts have emerged as a result of the development of modern technology means through which several contracts are concluded in a short time and with less effort, as they push the economy onwards, but there are

several issues in this type of contracts in which there is no direct contact between the contracting parties, but the vendor displays his commodity on his site or page on the Internet for a certain price, and since it is not possible to identify the thing sold like what is done in civil contracts, he must inform the consumer of the thing sold in order to submit to the contract without falling into a mistake.

Keywords: *The electronic contract; the obligation to inform; the thing sold; the identity of the seller; the consumer.*

1- المؤلف المرسل: خلوفي خدوجة، **الإيميل:** khelouficonstitution@gmail.com

مقدمة:

إن نظام التعاقد يتأثر بشكل مباشر بالتطورات المتلاحقة التي تحدث في البيئة المحيطة به، وشهد هذا القرن تطورا كبيرا في وسائل الاتصال وتقنياته، مما أثر على نظرية العقد حيث ظهرت العقود الالكترونية التي أصبحت محرك أساسي للنشاط الاقتصادي اليوم عن طريق إبرام العقود عن بعد.

فالتشريعات المقارنة قد اتجهت إلى تنظيم هذا النوع من العقود لأن النظرية العامة للعقد لا تكفي لمواجهة الإشكالات التي أفرزها شيوع استخدام الوسائل الالكترونية في إبرام العقود نظرا لخصوصيتها في استعمال الوثائق والسندات الالكترونية بدلا من استعمال الورق، كذلك أشكال التعبير عن الإرادة عن طريق تقنيات الاتصال الحديثة، حيث تنص المادة 6 من القانون رقم 18-05 [1]المتعلق بالتجارة الالكترونية أن العقد الالكتروني يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه وانما باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني.

يعد الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية على درجة عالية من الأهمية، نظرا لافتقار هذا النوع من العقود إلى الاتصال المباشر والالي بين المتعاقدين، حيث يقدم المهني، أو التاجر، أو أيّ كان، عرضا في موقعة أو صفحته على شبكة الأنترنت، بهدف تقديم سلعة أو خدمة بعوض نقدي، ونظرا لعدم إمكانية رؤية صاحب العرض أو السلعة المعروضة عليه وجب تبصيره لتفادي وقوعه في الغلط عند إبرام العقد الإلكتروني.

وعليه يكون الالتزام بالإعلام بمثابة واجب يقع على المهني، لأن الإعلام هو الذي يسمح للمستهلك المتعاقد بتقرير الإقدام على التعاقد من عدمه، وأنّ الإخلال بحقه في الإعلام سيؤدي إلى إيقاعه في الغلط دون أن يسمح له بمراجعة العقد في حالة عدم كون الغلط جوهريا، مما يؤدي إلى إبرامه لعقود لا نفع لها، وحصوله على سلع وخدمات لن يستفيد منها، وهي المشكلة التي تصادفنا عادة في العقود الإلكترونية، أو التسويق عبر الأنترنت، لذا نتساءل حول قواعد الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد في العقود الإلكترونية؟ ونجيب على هذه الاشكالية في مبحثين ، الاول نتطرق فيه الى مفهوم الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد في العقود الالكترونية ، و الثاني يكون حول محل الالتزام بالإعلام السابق .

1.1.المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد في العقود الالكترونية

نص المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون حماية المستهلك[2] على التزام المهني بإعلام المستهلك بكل المعلومات المهمة للتعاقد، غير انه لم يشر إلى العقود الإلكترونية، عكس المشرع الفرنسي، لذا يمكن القول أنّ المهني ملزم بإعلام المستهلك قبل ابرام العقد حتى يكون على بصيرة بمحله والالتزامات الناشئة عنه.

1.1. المطلب الأول: تعريف الإعلام السابق عن التعاقد في العقود الإلكترونية وشكله

يكتسي الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية أهمية خاصة، حيث لا يتمكن المستهلك من معرفة المبيع معرفة تامة وكافية، كما لا يتمكن في غالبية الأحيان من طرح تساؤلاته حول المبيع أو العقد، وذلك بسبب غياب الاتصال المباشر بينه وبين البائع، مما يستدعي وجود قواعد قانونية تلزم البائع بقدر أدنى من الإعلام حول المبيع حماية للمستهلك.

1.1.1.الفرع الأول: تعريف الإعلام السابق عن التعاقد في العقود الإلكترونية

يعرف الفقه الالتزام بالإعلام بانه التزام سابق على التعاقد، يتعلق بتعهد أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم ومتنور، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد، أو صفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله[3].

أمّا الالتزام بالإعلام الإلكتروني فيعرفه البعض بأنه: "التزام قانوني سابق على العقد الالكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط الكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وامانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة[4].

2.1.1.الفرع الثاني: شكل الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد في العقود الإلكترونية

يمكن للمتعاقد أن يفي بالتزامه بالإعلام في أيّ صورة شاء، المهم أن تتفق وقواعد حسن النية في التعاقد، لكن قد يلزم المشرع المتعاقد الإلكتروني بأن يكون في صورة معينة، حيث يمكن أن يكون مكتوبا، مع احترام نموذج كتابي معد مسبقا، كما يمكن أن يتخذ شكل صورة مكتوبة في نسخة من العقد تسلم للمتعاقد الآخر وقت التعاقد، أو حتى القيام بالإعلام في مرحلة الإيجاب، كذلك يمكن أن يتخذ بالإعلام شكل بنود إلزامية واجبة الورود في العقود، وهي

الصورة المألوفة في عقود الاستهلاك، والتي نص عليها المشرع الفرنسي في قانون الاستهلاك [5].

2.1.المطلب الثاني: مبررات الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد في العقود الإلكترونية

يكتسي الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية أهمية خاصة، حيث لا يتمكن المستهلك من معرفة المبيع معرفة تامة وكافية، كما لا يتمكن في غالبية الأحيان من طرح تساؤلاته حول المبيع أو العقد، وذلك بسبب غياب الاتصال المباشر بينه وبين البائع، مما يستدعي وجود قواعد قانونية تلزم البائع بقدر أدنى من الإعلام حول المبيع حماية للمستهلك، حتى تتحقق المساواة في العلم ببنود العقد وتحقيق التوازن التعاقدي، كما يبرر الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد بقصور نظرية عيوب الإرادة في تحقيق الحماية اللازمة للمستهلك في المرحلة السابقة عن التعاقد.

1.2.1.الفرع الأول: تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين

باعتبار أنه عادة ما يكون صاحب العرض الالكتروني خبيرا في المجال الذي يتعامل فيه، مقارنة بالمستهلك المستهدف بالعرض، فعادة ما نجد عدم مساواة في العلم ببنود العقد وعناصره بينهما مما يخلق فجوة بين المستهلك والمهني ويثير شبهة استغلال الأول من قبل الأخير.

لذا يعتبر الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد بمثابة معدل لهذا الاختلال، حيث أن عدم معرفة المستهلك بمحل العرض الالكتروني بسبب جهله بميدان البيئة الالكترونية، وبسبب جهله بالبائع والمبيع يجعل رضاه بالعقد ناقصا ومعيبا، فلا يتحقق الرضا السليم إلا عند وفاء المهني بالتزامه بإعلام المستهلك مسبقا بهويته و عناصر العقد، وكيفية التعاقد، كيفية تنفيذ العقد، فهذه هي الوسيلة الكفيلة بتحقيق المساواة بين المتعاقدين فيما يخص بالعلم ببنود العقد[6].

2.2.1.الفرع الثاني: إعادة التوازن العقدي

يشبه التعاقد الالكتروني عبر شبكة الانترنت عقود الإذعان، حيث لا يمكن المستهلك التفاوض حول بنود العقد، فإما يقبل العرض كما هو، أو يرفضه جملة وتفصيلا، وهو ما يجعل المستهلك طرفا ضعيفا في التعاقد الالكتروني، هذا ما دقع الفقهاء إلى اعتبار الاعلام السابق عن التعاقد بمثابة تعديل لمركز طرفي العقد، حيث أن تبصير المستهلك، بما يقدم عليه يرفع مركزه، مما يعيد للعقد الإلكتروني توازنه(7).

3.2.1.الفرع الثالث: قصور نظرية عيوب الارادة في حماية المستهلك

بالرجوع إلى القواعد العامة للعقد؛ تتم حماية المتعاقد في مرحلة ما قبل ابرامه بواسطة نظرية عيوب الإدارة، والتي تعطي الحق للمتعاقد الذي وقع في الغلط مراجعة موقفه منه ، غير أنَ التشدد في شروطه(8)، يصعب من امكانية وقفه وابطاله وهذا ما جعل الاعلام ضروري خاصة في العقود الالكترونية.

حيث أن تقرير الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد من شانه أن يسمح للمستهلك بالتراجع عنه أثبت عدم قيام المهني بإعلامه اعلاما كافيا العقد دون الحاجة إلى اثبات وقوعه في الغلط، بل أنّ اثبات وقوع المستهلك في الغلط.

إذ ذهب بعض الفقه إلى القول بأن تقرير الالتزام بالإعلام قبن التعاقد من شأنه أن يعالج أوجه قصور نظرية عيوب الإرادة، خاصة فيما يتعلق بالرجوع على التاجر بالتعويض عن إثبات إخلاله بالالتزام بالإعلام(9).

2. المبحث الثاني: محل الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد في العقود الإلكترونية

الثقة أساس التجارة وهي نابعة من امكانية التواصل المباشر والحي بين التاجر وزبائنه، الأمر الذي يستحيل في حالة التعاقد الإلكتروني، مما يستوجب ضوابط غير تقليدية لتحديد هوية التاجر وبالتالي استعادة عنصر الثقة، والذي نظرا لأهميته، دفع المتعاملين الإلكترونيين إلى إعطاء قدر من المعلومات التي تمكن الزبون من تحديد هويتهم، وذهب بعضهم إلى حد ذكر أسماء مؤسسي

الشركة أو أعضائها أو مسيريها، سيرتهم وصورهم، وذلك حتى يبعثوا روح الاطمئنان في نفس الزبون ويقبل على التعامل معهم[10].

فإذا كان الزبون في النظام التقليدي، يعرف التاجر ويحاوره حول السلعة، لن يتمكن من ذلك في غطار التجارة الالكترونية ، حيث يتصفح عرض التاجر دون أن يتمكن من محادثته أو مفاوضته فيما يخص السلعة التي يريد اقتنائها، فهو لا يعرفه بشكل مباشر، مما يستوجب على التاجر الإلكتروني أن يضع في صفحته التي يعرض فيها سلعه وخدماته معلومات كافية للتعرف عليه ومعرفة هويته اللازمة في حال وجدت مشاكل مرتبطة بالعقد الذي يتم إبرامه معه، وذلك تحت طائلة العقاب الجزائي.

1.2.المطلب الأول: الالتزام بالإعلام بهوية البائع الإلكتروني

يحدد القانون الفرنسي رقم 2004- 575 المتعلقة بالثقة في مجال الاقتصاد الرقمي[11] المعلومات التي يقع على المهني أن يعلم بها الأشخاص الذين يوجه إليهم العرض، وذلك تطبيقا لتعليمة الاتحاد الأوروبي رقم 2000/31 في مادته الخامسة، والمادة 19 من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي.

حيث يجب أن يضع المهني تحت تصرف الزبون المعلومات التالية:

- اسمه [12] ولقبه.
- عنوان سكنه أو موطنه.
- كل معلومة تساعد على الاتصال المباشر به على وجه السرعة سيما عنوان بريده الإلكتروني.
- إذا كان صاحب العرض تاجرا أو كان مسجل في أي سجل وطني يجب عليه أن يذكر نوع السجل الذي سجل فيه، رقم تسجيله أو أية وسيلة أخرى مذكورة في السجل تساعد على كشف هويته المهنية.

- إذا كان النشاط الذي يمارسه صاحب العرض خاضع لأي نوع من أنواع التراخيص يجب عليه أن يذكر الهيئة المانحة للرخصة والتي يخول لها مراقبة نشاطه.
- إذا كان صاحب العرض ذو مهنة حرة منظمة كالمحامي أو الطبيب يجب عليه أن يذكر في العرض الهيئة التي يتبع لها والتي منحته رخصة مزاولة مهنته، وأن يسمي مهنته هذه والدولة التي منحت فيها الرخصة، أي إشارة إلى النظام القانوني الذي ينظم هذه المهنة كما يجب عليه ذكر طريقة الحصول على هذا النظام القانوني.
- إذا كان نشاطه خاضع للضريبة على القيمة المضافة يجب عليه ذكر رقمه الضريبي طبقا لقواعد الاتحاد الأوروبي.
- إذا كان صاحب العرض شخصا معنويا فيجب إضافة إلى ما سبق ذكر اسم الشركة، مقرها الاجتماعي، رأسمالها ورقم تسجيلها.

العرض التجاري الالكتروني يجب ان يتضمن طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.

حيث تنص المادة 11 من القانون رقم 18- 05 على أنه يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرتبة ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والالكترونية ورقم هاتف المورد الالكتروني.
- رقم السجل التجاري ورقم البطاقة المهنية للحرفي.

رغم أن المشرع الجزائري قد تأخر في تنظيم التجارة الالكترونية إلا أنه ذكر بعض البيانات ليس على سبيل الحصر التي يجب أن يتضمنها العرض الالكتروني.

كما يلتزم المهني أن يوفر هذه المعلومات بشكل يسهل الاطلاع عليها، حيث لا يجبر الزبون على البحث في صفحات متوالية من موقع صاحب

العرض، بل يجب على هذا الأخير أن يوفر في الصفحة الرئيسية أيقونات أو روابط تحيل مباشرة إلى الصفحة التي توجد فيها هذه المعلومات[13].

إضافة لكل هذا، يلتزم المهني بإعطاء بيانات عن صاحب الموقع الذي قدم من خلاله العرض، إذا لم يكن هو نفسه صاحب الموقع، حيث تلزم المادة 6/3 من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي (LICEN) أن يذكر في صفحة العرض الإلكتروني البيانات نفسها المتعلقة بالمهني، المذكورة أعلاء، إضافة إلى ضرورة ذكر اسم مدير الموقع أو اسم نائبه.

وقد أقر القانون الفرنسي جملة من العقوبات في حال مخالفة هذه القواعد واهمال ذكر البيانات المذكورة أعلا، وذلك في كل من القانون التجاري وقانون حماية المستهلك.

كما تنص المادة 39 من القانون رقم 18-05 على أنه يعاقب بغرامة من 50.000دج إلى 500.00دج كل مورد الكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الالكتروني لمدة لا تتجاوز ستة (06) أشهر.

على غرار المشرع الجزائري الذي أدرك أهمية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الالكتروني وذلك حماية للمستهلك الالكتروني عن طريق اصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، حيث حرص على إعلام المستهلك بجملة من البيانات في المرحلة السابقة عن التعاقد منها: المتعلقة بهوية المورد الالكتروني، حيث تنص المادة 8 من القانون 18-05 على أنه يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة وينشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنيت. يجب أن يتوفر الموقع الالكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته، كما تنص المادة 9 من نفس القانون على انشاء بطاقية وطنية للموردين الالكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري حيث تظم الموردين

الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري ، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية ولا يمكن ممارسة أي نشاط للتجارة الالكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري وتنشر هذه البطاقية عن الاتصالات الالكترونية وتكون في متناول المستهلك الالكتروني .

وتضيف المادة 11 من نفس القانون على أنه يجب أن يقدم المورد الالكتروني بطريقة واضحة ومقروءة وواضحة بعض المعلومات منها:رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والالكترونية ورقم هاتف المورد الالكتروني ورقم السجل التجاري ورقم البطاقة المهنية للحرفي ...الخ.

فالمشرع الجزائري من أجل تحديد هوية التاجر الالكتروني ألزمه بالتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات الحرفية وعليه أن يضع موقعه لدى مصالح المركز الوطني للسجل ويمكن التأكد من هوية المورد الالكتروني من خلال بطاقية وطنية موجودة لدى المركز ومنشورة الكترونيا بالإضافة إلى بيانات أخرى حتى لا تكون المواقع الالكترونية غير معروفة والتي يمكن الرجوع إليها في حالة نشوب أي نزاع اي معرفة الخصم.

2.2.المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام ببنود العقد الإلكتروني

يلزم قانون حماية المستهلك الفرنسي بشكل عام كل صاحب عرض بأن يضع تحت تصرف المستهلك معلومات حول عناصر العقد، سيما المتعلقة بمحل العقد، آجال تنفيذ، وثمن الشيء محل أو الخدمة[14]. بالإضافة إلى تحديده لالتزامات معينة متعلقة ببعض العقود الخاصة، لذا لا بد من التطرق للمسألتين كل على حدا الالتزام بالإعلام حول البنود العامة للعقد، والالتزام بالإعلام حول البنود الخاصة في بعض العقود.

1.2.2.الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام ببنود العقد الإلكتروني

تنص المادة 1369 مكرر 4 من القانون المدني الفرنسي، على التزام كل صاحب عرض إلكتروني العين أو خدمة بأن يضع تحت تصرف الزبون شروط العقد، غير أنها لا تحدّد كيفية الوفاء بهذا الالتزام فماذا يجب على المهني القيام

به حتى نقول أنه نقل إلى علم الزبون شروط العقد عامة كانت أو خاصة، كما أن النص يحوي على آليات تكفل معرفة ما إذا كان الزبون أو المتعامل قد اطلع فعلاً على شروط العقد، فماذا لو لم يضع المتعامل الإلكتروني آلية في موقعه أو صفحته على الأنترنت تفيد اطلاع، أو اطلاع وموافقة الزبون على شروط العقد، وماذا لو عدل شروط العقد دون أن يخبر الزبون بذلك، فالنص لم يحدد جزاء لعدم الوفاء بهذا الالتزام(15).

كما أن كل من المادتين 111 مكرر من قانون الاستهلاك الفرنسي، والمادة 162 من القانون المدني الفرنسي، تلزمان كل متعاقد بإعلام الطرف الآخر بصفات محل العقد، عبئا كان أو خدمة، دون أن ينتج عن الاخلال بهذا الالتزام أي جزاء، سوى ما يعرف في القواعد العامة من القانون المدني، من إبطال للعقد للخطأ أو الاستغلال أو التدليس، إضافة إلى التعويض.

غير أن المشرع الفرنسي قد خص بعض أنواع التجارة بقواعد صارمة فيما يخص الالتزام بالإعلام، خاصة إذا كان المنتوج له علاقة بصحة المستهلك، حيث يقع على المهني عقوبات في حال عدم قيامه بإعلام المستهلك بصفات وخصائص العين أو الخدمة محل التعاقد.

ويتضمن الالتزام بالإعلام ببنود العقد إعلام المتعامل الإلكتروني بثمن الشيء أو الخدمة محل العرض طبقا لنص المادة L 112-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي، وذلك بأي طريقة يراها مناسبة، حيث ينص قرار 08/12/1987 على وجوب تحديد السعر في العقود المبرمة بين غائبين وهو حال العقود الإلكترونية التي توضع فيها العروض على الشبكة العنكبوتية سلفا(16).

إضافة إلى ثمن المبيع، تنص المادة 02 من قرار 1987/12/08 على وجوب أن يتم إعلام المتعاقد بمصاريف النقل مسبقا، إذا لم تكن مدمجة في ثمن المبيع، حيث يجب أن يتم الإعلام حول مقدار المصاريف، وإذا كانت تختلف من منطقة إلى أخرى فيجب إعلام المتعاقد الآخر بها.

كما أن المشرع الجزائري قد نص في المادة 12 من القانون رقم 18-05 على انه تمر طلبية منتوج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:

-وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الالكتروني بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة.

-التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الالكتروني لا سيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، أو إلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة، كما نصت على ذلك المادة 11 من قانون 18-05 -

ونشير إلى ان عدم احترام القواعد المتعلقة بالالتزام بالإعلام بثمن المبيع أو سعر الخدمة يعرض لصاحبه لعقوبات مالية.

ويتضمن الالتزام بالإعلام ببنود العقد، التزام المهني بتحديد المدة التي يكون فيها عرضه صالحا، وإذا لم يحددها أعتبر عرضه ملزما له طالما لا يزال متواجدا على صفحته أو موقعه على شبكة الأنترنت، حيث تنص المادة 1127 مكرر 1 من القانون الفرسي على التزام البائع الإلكتروني بعرضه طالما كان هذا العرض متوفر على موقعه الإلكتروني.

كما تنص على ذلك المادة 111 في الشطر 12 على مدة صلاحية العرض عند اقتضاء وكذلك شروط وأجال العدول.

ويشدد القانون الفرنسي على ضرورة إعلام المستهلك بمدة العرض الوارد في العقود المبرمة بين غائبين، والتي تطبق على العقود الإلكترونية المبرمة على شبكة الأنترنت، سيما إذا تعلق الامر بعرض استهلاكي، حيث يجب أن يحدد المدة التي يكون فيها العرض ساريا وعلى نفس النهج جاء القانون التجارة الالكترونية الجزائري.

2.2.2.الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام حول محتوى العرض الإلكتروني

تنص المادة 1127 مكرر 1 فقرة 3 من القانون المدني الفرنسي، أن يلتزم المهني بأن يوفر على صفة العرض المعلومات التي تمكن المتعامل

الإلكتروني من معرفة المراحل الواجب اتباعها لإبرام العقد، حيث يجب إعلامه بكافة مراحل إبرام العقد، وإعطائه المعلومات الكافية التي تمكنه من اتباع هذه المراحل بغية إبرام العقد.

كما يجب طبقا لنص المادة أعلاه تمكين المتعامل الإلكتروني من الوسائل التقنية اللازمة لاتباع مراحل الإبرام، والتي تسمح له باكتشاف الأخطاء التي يرتكبها عند ملأ الاستمارات المرتبطة بالتعاقد، وتمكينه من تصحيحها.

كما يلتزم المهني، طبقا لنص المادة المذكورة، بأن يحدد للمتعامل معه عند ملأ استمارات التعاقد لغة أو لغات العقد، والتي يجب لزوما أن تكون اللغة الفرنسية من بينها، كما يعلمه بطريقة أرشفة العقد، وشروطه وكيفية الاطلاع على عقده بعد أرشفته.

حيث يلزم المهني حسب نص المادة أعلاه بالاحتفاظ بنسخة من العقد الإلكتروني وأرشفته، وهو التزام خاص بالعقود التي تبرم عبر صفحات الانترنت دون تلك التي تبرم عن طريق البريد الإلكتروني.

وتجدر الإشارة إلى أن عدم احترام هذه القواعد لا ينتج عنه جزاء حيث لم يربط المشرع الفرنسي هذه القواعد بعقوبات ماعدا ما تعلق منها بحق المتعامل في الاطلاع على البيانات التي ملأها في استمارة التعاقد وسعر المعاملة، حيث لا يعتبر العقد مبرما إلا إذا تمكن من الاطلاع على هذه المعلومات وهذا حسب نص المادة 1127 مكرر 1/2 من القانون المدني الفرنسي، على خلاف المشرع الجزائري الذي أخضعها لعقوبات نص عليها في المادة 39 من القانون رقم 18-05.

خاتمة:

يتجاوز الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية نطاق الالتزام الكلاسيكي المتمثل في تضمين الإيجاب للعناصر الجوهرية للعقد، حيث يتسع النطاق ليشمل عناصر أخرى وهي ضرورية للالتزام بالإعلام.

ففي جميع الأحوال، يجب على التاجر الإلكتروني أن يحيط زبائنه علمًا بالعناصر الجوهرية للعقد في العرض الذي يقدمه عبر حسابه على الانترنت، حيث أن عدم ذكرها يؤدي إلى تعاقد مغلط وقابل للإبطال.

وبالتالي فالالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية عادة ما يتجاوز ذكر العناصر الأساسية للعقد، ولكن يمكن أن يقتصر عليها إذا غاب النص الذي يلزم التاجر الإلكتروني بذكرها، حيث أننا نجد أن نطاق الالتزام بالإعلام غالبا ما يكون في عقود الاستهلاك، حيث يكون البائع أو مقدم الخدمة خبيرا مقارنة بالمشتري، مما يستلزم وضع معلومات أكثر حول العقد ويكون في متناول المستهلك عديم الخبرة في غالب الأحيان، رغم أن المشرع الجزائري قد حاول إلزام الشخص بإعلام المستهلك ببعض البيانات على غرار المشرع الفرنسي إلاّ انها غير كافية ولهذا نقترح بعض التوصيات:

- وضع البيانات الواجبة الذكر على سبيل الحصر في العرض
- اقتران عدم ذكر البيانات بجزاء مناسب.
- حتى يحقق تطبيق قانون التجارة الالكترونية الجزائري أرضية صلبة يجب أن يطبق على أرض الواقع مع تنقيحه في حالة الاصطدام بالثغرات.

التهميش و الإحالات :

[1] - قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية عدد 28 الصادر في 16 مايو 2018.

[2] - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق لـ 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، ع 15 المؤرخة في 11 ربيع الأول عام 1430ه الموافق لـ 8 مارس سنة 2009م.

[3] - عيبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، ص ص 138-139، على الموقع الالكتروني:

https://www.asjep.cerist.dz/en/downArticle/141/1/6769

[4] - عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الانسانية (المجلد 27)، 2013، ص07.

[5] ART 111-1 C.CS: "Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes….."

[6] _ جازم نعيم الصمادي، المسؤولية الالكترونية المصرفية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 49.

[7] - عبد الرحمان خلفي، مرجع سابق، ص08.

[8] - راجع المواد من 81 على 85 من القانون المدني الجزائري.

[9] - عيبوب زهيرة، المرجع السابق.

[10] Djamila Mahi-Disdet, L'obligation d'information dans les contrats du commerce électronique , droit, Université d'Avigon, 2011, Français, p93.

[11] la loi LCEN a integré dans la législation nationale les règles fixées, en la matière , par l'article 5 de la directive 2000/31 au sujet des informations nécessaire à l'indentification du prestataire .

[12] - لم تنص تعليمة الاتحاد الأوروبي على ضرورة ذكر صاحب العرض لاسمه الشخصي، بل اكتفت بضرورة ذكر لقبه غير أن المادة 19 من قانون الثقة في الاقتصاد الالكتروني الفرنسي ألزمته بذكر اسمه الشخصي.

[13] Voire: Djamila Mahi-Disdet, Op Cit, p p 95-101.

[14] ARTS L111-1 et L111-2, L114-1, L113-3 du Code de la consommation fançais.

[15] - خالد ممدوح، إبرام العقد الالكتروني –دراسة مقارنة-، دار الفكر الجامعي، الطبعة الثانية، مصر، 2019، ص 50.

[16] La circulaire du 09 Juillet 1988 confirme l'application de cette arête aux contrats conclus via internet, voire: Circulaire ministérielle du 9 juillet 1988, JO du 4 aout 1988.

قائمة المراجع :

النصوص القانونية

1- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق لـ 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، ع 15 المؤرخة في 11 ربيع الأول عام 1430ه الموافق لـ 8 مارس سنة 2009.
2- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية عدد 28 الصادر في 16 مايو 2018.

الكتب:

باللغة العربية

1- خالد ممدوح،(2019)، إبرام العقد الالكتروني –دراسة مقارنة-، دار الفكر الجامعي، الطبعة الثانية، مصر، ص 50.
2- **لا**جازم نعيم الصمادي،(2003)، المسؤولية الالكترونية المصرفية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص 49.

المقالات:

1- عبد الرحمان خلفي،(2013)، حماية المستهلك في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الانسانية (المجلد 27)، ص07.
2- عيبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام،(ص ص 138-139)، على الموقع الالكتروني:

.https://www.asjep.cerist.dz/en/downArticle/141/1/6769

باللغة الفرنسية

1- ARTS L111-1 et L111-2, L114-1, L113-3 du Code de la consommation fançais.
2- Djamila Mahi-Disdet,(2011) L'obligation d'information dans les contrats du commerce électronique , droit, Université d'Avigon, Français, p93.
3- La circulaire du 09 Juillet 1988 confirme l'application de cette arête aux contrats conclus via internet, voire: Circulaire ministérielle du 9 juillet 1988, JO du 4 aout 1988.

4- la loi LCEN a integré dans la législation nationale les règles fixées, en la matière , par l'article 5 de la directive 2000/31 au sujet des informations nécessaire à l'indentification du prestataire .