

الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك

عبايد فريجة حفيظة؛ طالبة الدكتوراه؛ السنة الخامسة-دكتوراه؛ ل م د؛ جامعة عبد الحميد ابن باديس-

مستفانم؛ عضو بمخبر القانون السولي للتنمية المستدامة

تحت إشراف البروفيسور : سلام عبد الله

الملخص :

لقد أدت كثرة عروض السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت، إلى عدم التساوي بين المتعاقدين بشأن محل العقد، وذلك لاختلاف المراكز القانونية نتيجة لافتقار الخبرة و المعرفة لدى المستهلك، ما دفع بهذا الأخير إلى فقدان تركيزه في التعرف على أفضل ما يحتاج إليه من سلع وخدمات، وخصوصا عندما تتحدث عن المستهلك الإلكتروني، فهذا الأخير لا يستطيع معاينة محل العقد، ولهذا استلزم الأمر إيجاد قواعد تحمي المستهلك الإلكتروني.

فتتجسد فكرة سلامة المستهلك الإلكتروني وأمنه من خلال إلزام المنتج (المهني، المتدخل) بإعلامه وتزويده بالمعلومات الضرورية حتى يتسنى له الاختيار السليم، ويكون رضاؤه مبنيا على علم و دراية كاملة بما يقدم عليه من تعاقد، باعتباره الخطوة الأولى للتعاقد .

وهذا ما يرر تقرير الحق في الإعلام الإلكتروني الذي يقع على عاتق المهني الالتزام به باعتباره أهم وسيلة لحماية المستهلك الإلكتروني الأمر الذي جعل منه يمثل أهمية كبيرة في مجال العقود بصفة عامة والعقود التي تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة - شبكة الانترنت بصفة خاصة .

وهذا ما سوف نعالجه من خلال هذه الدراسة الموسومة ب : " الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك " .

الكلمات المفتاحية : الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد ، العقد الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني .

Summary :

The large number of offers of goods and services over the Internet has led to a lack of equality between contractors on the subject of the contract, due to the lack of legal centers due to lack of experience and knowledge of the consumer, which led to the loss of its focus in identifying the best needed goods and services, Especially when we talk about the electronic consumer, the latter can not preview the place of the contract, so it was necessary to find rules that protect the consumer electronic.

The idea of electronic consumer safety and security is embodied by obliging the producer (professional, intermediary) to inform him and provide him with the necessary information

so that he can make the right choice, and his satisfaction is based on knowledge and full knowledge of the contract, as the first step of the contract.

This is justified in determining the right to electronic media, which falls on the professional commitment as the most important means to protect the electronic consumer, which made him represents a great importance in the field of contracts in general and contracts that are made through modern means of communication - the Internet in particular. This is what we will address through this study, which is described as: "Commitment to information prior to electronic contracting as a mechanism for consumer protection".

Keywords: pre-contract, e-contract, e-consumer.

المقدمة

تربعت شبكة الانترنت على عرش الوسائل الالكترونية كوسيلة توفر الاتصال و التفاعل الدائم بين طرفي التعاقد، ولما تمتاز به و تحفته من سرعة و سهولة ويسر الاتصال بين المتعاملين ولأنها لا تعرف الحدود و القيود فقد وجد فيها أصحاب الحرفة و المهن ضالتهم المنشودة حيث شاع و انتشر- التعامل عبر هذه الشبكة¹، وبسبب ما تتميز به الشبكة من قدرة على الاتصال من خلال خدماتها

و مواقع الويب، أمكن إجراء العديد من العقود كعقود البيع E-mail المختلفة : كالبريد الالكتروني والإيجار والشركة و القرض وعقود تقديم الخدمات

ومع ازدياد وتيرة استخدام شبكة الانترنت في التعاملات التجارية، ظهر ما يعرف بالمعاملات الالكترونية أو التجارة الالكترونية، فأصبحت واقعا يفرض نفسه على صعيد التجارة و التعاملات اليومية.

ونظرا لانتشار ظاهرة التسوق عبر شبكة الانترنت من جهة وظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية من جهة أخرى، تذهت العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم على حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فنجد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، كذلك جهود الإتحاد الأوربي من خلال مختلف التوصيات التي نجد على رأسها التوجيه رقم 97-07 الصادر في 1997/05/20، عن البرلمان الأوربي و المتعلق بالتعاقد عن بعد وحماية المستهلك في هذا المجال²، انتهت بفرض مجموعة من الالتزامات على عاتق المنتج (المهني، المتدخل، البائع) باعتباره الطرف الأقوى في العلاقة التعاقدية، تحقيقا لمصلحة الطرف الأضعف (المستهلك)، ومن بين هذه الالتزامات التي فرضتها الالتزام بالإعلام، لهذا سنحاول من خلال هذه الدراسة البحث في الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد

¹ عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الانترنت (دراسة تحليلية)، دار الحماد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 23.
² خلوي (عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013، ص 03.

الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ومن هنا يثار التساؤل: فهل تفتظن المشرع بوضع قواعد قانونية تكفل حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني؟ وهل رتب جزاءات في حالة الإخلال بها؟ وعليه سنحاول الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال الخطة التالية:

القسم الأول: الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في العقد الإلكتروني.

القسم الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني وجزاء الإخلال به.

القسم الأول: الإطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني:

بداية ينبغي الاعتراف مع جانب من الفقه بوجود صعوبة في وضع حدود تفصل ما بين الالتزام ما قبل التعاقد بالإعلام و الالتزام التعاقدية بالإعلام، على الرغم أنه قد يتبادر بالذهن من الوهولة الأولى ما توحيه التسمية الخاصة بكل منهما من فروق ظاهرة، ولعل هذه الصعوبة هي التي دفعت البعض إلى المنازعة حتى في وجود التزام عام بالإعلام¹، وبما أن المستهلك الإلكتروني لا يمكنه معاينة محل العقد معاينة مادية حقيقية فيجب إعلامه قبل التعاقد بكل المعلومات الضرورية، ومنع استخدام أي وسيلة من شأنها أن تؤثر على إرادته بشكل يؤدي إلى تكوين معلومات مغلوطة بعناصر و أوصاف السلعة أو الخدمة، وقبل الحديث عن المعلومات والبيانات التي يجب الإدلاء بها، يجب علينا تعريف العقد الإلكتروني (أولاً) ثم مفهوم الالتزام بالإعلام (ثانياً) وصولاً إلى مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني.

أولاً: مفهوم العقد الإلكتروني:

حاول الفقه والقضاء الفرنسي إيجاد حلول للإشكالات التي يثيرها التعاقد الإلكتروني انطلاقاً من فكرة التعاقد بين غائبين²، إلا أنها ظلت مبهمّة وغير واضحة، فتعددت المبادرات التشريعية سواء على الصعيد الأوربي عموماً، أو في فرنسا خصوصاً، بهدف وضع الإطار القانوني للتعاقد عن بعد، وعليه سنعرض لمختلف التعاريف التي جاءت بشأنه.

- تعريف العقد الإلكتروني:

يعرف العقد بأنه: "اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما"³.

¹ بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 63.

² حمد تنص المادة 67 من ق م ج على أنه: "يعتبر التعاقد ما بين الغائبين قد تم في المكان وفي الزمان اللذين يعلم فيها الموجب بالقبول ما لم يوجد اتفاق أو نص قانوني يقضي بغير ذلك. الأمر 58/75 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن التقنين المدني الجزائري المعدل والمتمم.

³ المادة 54 من القانون المدني الجزائري.

عرف التوجيه الأوربي للعقود عن بعد، في مادته الثانية: "كل عقد يتعلق بسلعة أو خدمة يتم إبرامه بين بائع السلعة أو الخدمة والمستهلك في إطار نظام لبيع أو تقديم الخدمات عن بعد نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد فقط تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد وتنفيذه"¹.

وبما أن العقد يتم بوسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الحديثة فقد عرف التوجيه وسائل الاتصال بأنها " أية وسيلة تستخدم في التعاقد ما بين المورد والمستهلك بدون التواجد المادي و المتزامن لهما وذلك حتى إتمام التعاقد بين الأطراف " .

فالعقد الإلكتروني هو التقاء إيجاب صادر من الموجب بشأن عرض مطروح بطريقة إلكترونية سمعية ومرئية أو كليهما على شبكة للاتصالات والمعلومات بقبول مطابق صادر من الطرف القابل بذات الطرق دون الحاجة للالتقاء المادي للأطراف في مكان معين بهدف تحقيق عملية أو صفقة معينة يرغب الطرفان في إنجازها².

- كما يعرفه بعض الفقه القانوني بأنه: " اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب لبيع شيء أو تقديم خدمة مع القبول الذي يتم عبر شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة مرئية، بفضل التفاعل بين الموجب و القابل".

لكن يلاحظ على هذا التعريف أنه اقتصر وسيلة التعاقد الإلكتروني بشبكة دولية مفتوحة، في حين أن أي عقد يتم بأية وسيلة إلكترونية سواء كانت دولية أم داخلية، يعد عقدا إلكترونيا³.

و اتجه جانب آخر من الفقه لمحاولة إيجاد تعريف عام للعقد الإلكتروني مركزا في ذلك على وسيلة إبرامه وتنفيذه فجاء فيه ما يلي: "العقد الإلكتروني هو اتفاق يبرم وينفذ كلياً أو جزئياً من خلال تقنية الاتصال عن بعد، بدون الحضور مادي متزامن للمتعاقدين، بإيجاب وقبول، يمكن التعبير عنها من خلال ذات الوسائط وذلك بالتفاعل فيما بينهم لإشباع حاجاتهم المتبادلة بإبرام العقد " .

وفيما يخص المشرع الفرنسي- التزاما منه بأحكام التوجيه الأوربي رقم 07-97 و 31-2000، صدر الأمر رقم 741-2001 المتعلق بالبيع عن بعد، الذي تولى فيه المشرع وضع مفهوم للعقد عن بعد من خلال إضافة المادة 16-121 إلى تقنين الاستهلاك الفرنسي التي تضمنت تعريفا للعقد عن بعد حيث نصت على: "تنطبق أحكام

¹ « Le contrat à distance comme tout contrat concernant des biens ou services, conclu entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestation de services à distance organisé par le fournisseur qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication du contrat y-compris la conclusion du contrat elle-même »

مقتبس من سماح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص 241.

² خلوي (عنان) نصيرة، المرجع السابق، ص 02.

³ فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 23.

هذا القسم على كل بيع لمال أو أداء خدمة يبرم دون الحضور المادي المعاصر للأطراف بين مستهلك ومهني، واللذين يستخدمان لإبرام هذا العقد، على سبيل الحصر، وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد¹.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري نص بموجب القانون 13-378 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك² في المادة الثالثة الفقرة 13 على أنه: " تقنية الاتصال عن بعد: كل وسيلة بدون الحضور الشخصي- والمتزامن للمتدخل والمستهلك، يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين".

وعليه فالمشرع وإن لم ينص صراحة على التعاقد الإلكتروني لكن يمكن استنتاجه من عبارة الاتصال عن بعد، فالعقد عن طريق شبكة الانترنت يعدّ وسيلة من وسائل الاتصال عن بعد.

ثانيا : مفهوم الالتزام بالإعلام

استعملت المحاكم الفرنسية تسميات مختلفة تشير لهذا الالتزام، و من هذه الألفاظ الإعلام Renseignement، النصيحة Conseil، التحذير Mise en garde، لفت أو حث الانتباه Attirer l'attention، ومصطلح الإعلام والإخبار Information، فأثارت هذه التسميات جدلا لدى الفقه الفرنسي- حول حقيقة هذا الالتزام تبعا لاختلاف هذه الألفاظ³.

1- تعريف الالتزام بالإعلام :

الالتزام بالإعلام هو تعريف أو تزويد المنتج للمستهلك بكيفية استعمال السلعة بالشكل الذي يحقق له أقصى- مدى من الأهداف التي يبتغيها من اقتنائها، أو البوح للمستهلك بكل ما يجعله على بينة من عيوب الشيء المباع و إدراك خصائصه، وكذلك إبراز الاحتياطات التي يجب على المستهلك اتخاذها عند حيازته أو استعماله المنتوج⁴.

كما عرفه جانب من الفقه الفرنسي بأنه :

Par l'obligation de renseignement ou d'information, le contractant prévient son contractant des risques avantage de telle mesure ou de tel acte envisage. Il l'éclaire, par des

¹ « les dispositions de la présente section, s'appliquent à tout vente d'un bien ou toute fourniture d'une prestation de service conclue, sans présence physique simultanée des parties, entre un exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance »

مقتبس من مجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، معمري تيزي وزو، 2014، ص 24.

² جريدة رسمية، عدد 58 الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

³ محمود عبد الرحيم الشريقات، التراضي في تكوين العقد عبر الانترنت، ص 97.

⁴ الحاج بن علي محمد، تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطيرة للشيء المباع (دراسة مقارنة)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 6، 2011، ص 75.

renseignements et des avertissements, afin que son choix soit effectué en pleine connaissance de cause. Mais l'a s'arrête son devoir : il n'a pas, en principe, à prendre partie, à favoriser l'adoption d'une solution plutôt qu'une autre¹.

وبالرجوع للتشريع الجزائري نجد هذا الالتزام منصوص عليه عادة في قانون العقود، بحيث يفترض أن يكون كل متعاقد على علم كاف بما هو مقدم عليه، ويأتي هذا تطبيقاً للقواعد العامة خاصة المادة 1/352 ق م ج بنصها: " يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه ".

أما بالنسبة للتشريعات الخاصة بحماية المستهلك، فإن المشرع أكد حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة ولم يحدد هل يكون هذا الالتزام في مرحلة ما قبل التعاقد أم أثناء التعاقد، وذلك من خلال المادة 04 من القانون 02/89 (الملغى) المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، على خلاف المشرع الفرنسي الذي نص صراحة على حق المستهلك في الحصول على المعلومات قبل إبرام العقد من خلال تقنين الاستهلاك الجديد رقم 93-949 الصادر في 26 يوليو 1993، حيث خصص الفصل الأول من الباب الأول من هذا القانون للالتزام بالإعلام، وذلك بموجب المادة 1/111 بقولها: " يلتزم كل بائع مهني للسلع أو الخدمات قبل إبرام العقد، بأن يضع المستهلك في موقف يمكنه من معرفة الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة " ².

لنأتي النصوص القانونية بعده لتؤكد هذا المبدأ وبموجبها أُلقي هذا الالتزام على عاتق المنتج، وذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها، والرسوم التنفيذية رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1991 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها (الملغى).

كما كرس المشرع الحق في الإعلام بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية³، من خلال تولي المنتج أو البائع وجوباً بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة والمتعلقة بمميزات السلعة أو الخدمة، ثم جاء بعدها بقانون 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ضمن الفصل الخامس منه تحت عنوان " إلزامية إعلام المستهلك " بمقتضى المادتين 17 و 18 منه ⁴.

¹ Philippe le Tourneau et Michel Leroy , contacts et obligations, classification des obligations, principe de la distinctions des obligations de moyens et des obligations de résultat ,fasc.20, édition du jurisclasser,2002,alinéa5.

² Art l 111-1 : « Tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de services doit, avant la conclusion du contrat mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service » .

³ قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، عدد 41.

⁴ جريدة رسمية، عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009.

2- تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني :

يعرف البعض الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد بأنه: " التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الأخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد .

ومن هنا يمكن تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني بأنه: " التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط الكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية و أمانة للطرف الأخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة ."

وعليه يتضح لنا من خلال التعريفات أن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد لا يختلف عن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني من حيث المضمون، إلا أنها يختلفان فقط من حيث الوسيلة المستعملة في الإعلام بحيث هذا الأخير (التعاقد الإلكتروني) يتم بوسائط الكترونية مختلفة .

وبالرجوع للتشريع الجزائري نجده عرف الإعلام من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-378 السالف الذكر في مادته الثالثة الفقرة الخامسة عشر بقولها: " الإعلام حول المنتوجات هو: كل معلومة متعلقة بالمنتوج 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 الشفهي " .

من خلال نص المادة نستشف أن المشرع حاول تدارك الوضع بالنسبة للالتزام بالإعلام الإلكتروني وذلك من خلال إلزامه للمنتج (المتدخل) بإعلام المستهلك بأي وسيلة بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة وهذا ما ينطبق على التعاقد الذي يتم عبر شبكة الانترنت .

كما تنص المادة الخامسة على: " بغض النظر عن أحكام هذا المرسوم، تطبق على المنتوجات المعروضة للبيع عن طريق تقنيات الاتصال عن بعد، القواعد الآتية :

(1) تقدم البيانات الإلزامية المنصوص عليها في هذا المرسوم، باستثناء تلك المتعلقة بمدى صلاحية المنتجات، قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل المعني،

(2) تقدم كل البيانات الإلزامية وقت التسليم...." .

نستنتج من نص المادة أن المشرع لم يتوقف عند مفهوم الإعلام، وإن لم ينص صراحة على الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني، إلا أنه أشار إليه بقوله قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، وبهذا يكون المشرع فرق بين البيانات والمعلومات التي ينبغي تقديمها قبل التعاقد وبعد التعاقد، بدليل قوله: تقدم كل

البيانات الإجبارية وقت التسليم... وبالتالي يمكن اعتباره اعترافا قانونيا بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني.

القسم الثاني : مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني وجزء الإخلال به :

يقع على عاتق المنتج التزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بمعلومات وبيانات حتى يتسنى له الاختيار السليم (أولا) وفي حالة إخلال المنتج بالتزامه يجب أن تترب عليه جزاءات قانونية (ثانيا) .

أولا: مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني

يتحدد مضمون الالتزام بالإعلام بمجموعة العوامل الواجب مراعاتها عند أداء المنتج لالتزامه بإعلام المستهلك الإلكتروني، كما يجب تحديد كيفية أدائه لهذا الالتزام، بمعرفة كافة البيانات و المعلومات اللازمة لتوريدها للمستهلك الإلكتروني والتي تساعد على تنوير بصيرته¹، فالمستهلك لا يمكنه معاينة المنتجات (السلعة) معاينة مادية وليس لديه فكرة مع من يتعامل ولهذا يقع على عاتق المنتج الالتزام بالإعلام².

فيختلف مضمون الالتزام بالإعلام بحسب طبيعة العقد المبرم وحسب المتعاقدين أنفسهم، ومدى توافر المعلومات لديهم، وقد اختلفت التشريعات القانونية في تحديدها للمعلومات التي يلتزم المنتج (المهني) بتقديمها للمستهلك فنجذ بعض التشريعات توسعت في نطاق هذه المعلومات لتشمل المعلومات الضرورية و المعلومات التفصيلية، في حين نجد تشريعات أخرى قصرتها على المعلومات الضرورية فقط³.

فجاء في قرار محكمة النقض الفرنسية الصادر بتاريخ 14/12/1982 " أن المنتج يلتزم بتقديم جميع البيانات الضرورية لاستعمال السلعة وعلى وجه الخصوص إخطار المستهلك بجميع الاحتياطات عندما تكون السلعة خطرة " ففي بادئ الأمر كانت المعلومات التي يتعين على المنتج الإدلاء بها تتوقف على المعلومات الضرورية فقط، إلا أن المشرع الفرنسي سعيا منه في حماية المستهلك وسع من مضمون الالتزام بالإعلام من خلال إصداره لمجموعة من القوانين لحماية المستهلك، ومنها القانون رقم 90-96 و بمقتضاه أوجب المنتج (البائع) أن يقدم للمستهلك (المشتري) المعلومات و الأوصاف الأساسية للشيء المبيع قبل إبرام العقد وبيان شروط استعمال الشيء والمدة التي يكون صالحا للاستعمال خلالها⁴

فالمستهلك غالبا ما يبرم العقد بسرعة وبدون تبصر معتمدا على الأمانة و الثقة التي أولاها للمنتج كونه خبيرا بالمنتج و على دراية تامة بخفاياه، إضافة إلى جهل المستهلك الإلكتروني به نظرا لما تتمتع به هذه المنتجات من تعقد في التركيب و صعوبة في الاستعمال نتيجة التطور التكنولوجي، فعدم الدراية هنا ليست قاصرة على

¹ محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص 296.

² خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص 22.

³ محمود عبد الرحيم الشريفات، المرجع السابق، ص

⁴ محمود عبد الرحيم الشريفات، نفس المرجع، ص 102.

المستهلك الإلكتروني فحسب بل يمتد إلى أشخاص قد يكونون محترفين ليسوا في نفس درجة خبرة المنتجين لهذه السلعة.¹ ومن بين البيانات التي ينبغي على المنتج الإدلاء بها :

1: تحديد شخصية البائع (المنتج)

تعتبر مشكلة شخصية التاجر الإلكتروني من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وتحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية فهوية أو اسم المنتج عبر الانترنت من أهم المعلومات التي

ينبغي على هذا الأخير تبصير المستهلك الإلكتروني بها، فنصت المادة (1/19) من قانون تعزيز الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي على: " إذا كان المهني شخصاً طبيعياً فيجب أن يصر - المستهلك باسمه ولقبه إذا كان شخصاً معنوياً فإنه يجب أن يذكر أن العنوان التجاري له "² فتحديد شخصية المنتج (المهني) يحمل المستهلك على الاطمئنان وربما كان ذلك محل اعتبار في التعاقد عن بعد، فهناك أسماء تجارية لأشخاص وشركات لها سمعة محلية و دولية تجعل من المستهلك يثق في التعامل معها وفي محتوى المعاملات الواردة على موقعها، ولهذا يجب ذكر اسم المنتج (المهني) بالتفصيل و بدقة مع تحديد المقر الاجتماعي أو الشركة ورقم هاتفه ، وبريده الإلكترونيالخ³.

فإذا كان المنتج (المهني) خاضعاً لإجراءات التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الشركات أو في قائمة المهن، فإنه يجب أن يذكر رأس مال الشركة وعنوان مركز الشركة، و الهدف من هذا البيان أن يرجع المتعاقد مع المهني إلى رقمه في السجل حتى يستطيع أن يستعلم عن حقيقة هويته ويتأكد منه.

2: بيان السمات الأساسية للسلعة أو الخدمة و الشروط العامة للبيع :

يجب على المنتج (الموجب) وصف المنتج أو الخدمة وصفاً دقيقاً يتحقق بمقتضاه علم المستهلك الإلكتروني بمحل العقد علماً كافياً نافياً للجهالة، حيث نصت اتفاقية فينا للبيع الدولي للبضائع في مادتها 14 الفقرة 01 على ضرورة بيان الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة، كما ألزمت المادة 06 من تقنين حماية المستهلك في مصر- الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2006 كل مورد ومعلن بإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط⁴.

¹ بن مغنية محمد ، حق المستهلك في الإعلام ، جامعة أبي بكر بلقايد (تلمسان)، 2006، ص 12.

³ القانون رقم (575-2004) في 21 يونيو 2004، لتعزيز الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي، نواف محمد مفلح الديابات، الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية، ص 102.

³ خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص 22.

⁴ عجالي بخالد، ص 175.

ويتعين على المنتج تأكيد المعلومات السابقة للمستهلك كتابة أوبأي طريقة أخرى ثابتة يمكن اللجوء إليها في أي حين، فتكمن أهمية الكتابة في الطابع الاحتمالي للمعلومات التي يتم تزويد المستهلك بها. كما يجب أن تتضمن الكتابة أمام البيانات الخاصة بخدمة ما بعد البيع والضمانات التجارية المقدمة، والعنوان الجغرافي للمؤسسة التي يستطيع المستهلك التوجه إليها بمطالباته وشروط فسخ العقد، بالإضافة إلى شروط وإجراءات استعمال الحق في العدول عن العقد¹.

كما حرص المشرع الفرنسي إثر تنظيمه للتعاقد عن بعد وأكد في المادة 18/21 الجديدة من التقنين الاستهلاك على التزام المهني بإعلام المستهلك في هذا المجال، بمعنى أنه لم يكتفي بما تضمنته نص المادة 01/111 من ذات التقنين من تقرير الالتزام بالإعلام، الذي يقع على عاتق المهني بائع أو مقدم خدمة لصالح المتعاقد معه، كما لم يكتفي بتلك التي تضمنت ضرورة الإداء بالبيانات معينة لصالح المستهلك بصفة عامة، بل عاد وأضاف قدرا من المعلومات التي يجب الإداء بها في حالة التعاقد عن بعد، ويأتي في مقدمتها تمكين من التعرف على خصائص السلعة أو الخدمة، والتمن بما يشمله من الضرائب والرسوم والشروط الخاصة بالمسؤولية العقدية².

أما فيما يخص المشرع الجزائري فقد جسد مبدأ إعلام المشتري بالمبيع في المادة 352 من القانون المدني بقولها: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافها الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.."³

كما تعرض قانون 02/89 الملغى المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك لمبدأ الالتزام بإعلام المستهلك بخصوصيات المبيع، طبيعته، صنفه، حسب ما تتطلب البضاعة المعنية في المادة 04 منه

كما تطرق المرسوم التنفيذي رقم 65/09 لمبدأ إعلام المستهلك وخاصة المادة 5 منه، ولقد أخذ المشرع الجزائري بمبدأ الالتزام بالإعلام عن خصائص أو مميزات الخدمات والمنتجات، فكان نتيجة هذا الالتزام أن وضع نظام خاص تكمله له و تشجيعا لحماية المستهلك عرف بنظام الوسم والتغليف الذي يهدف لحماية المستهلك في مرحلتي إبرام العقد والتنفيذ .

بالإضافة إلى ذلك و في مجال المنتجات الصيدلانية نجد المرسوم التنفيذي 286/92 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري و المنتجات الغذائية .

¹ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الإلكترونية، الإسكندرية، 2007، ص 122.

² خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص 25.

⁴ القانون رقم 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة الرسمية عدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم بالقانون 05-07 .

كما نجد كل من المادة 17 و18 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ تفرض على المنتج أو المتدخل إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بالإضافة إلى بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ..

3: بيان ثمن المنتج أو مقابل الخدمة :

يقع على عاتق المنتج (المهني) عند عرض إيجابه إعلام المستهلك بسعر كل منتج أو كل أداء خدمة شاملا كافة الضرائب والرسوم، فجاء في القرار الفرنسي الصادر في 13 ديسمبر 1987 في مادته 14 فقرتها الأولى على أن الثمن المقابل لكل منتج أو لقاء أداء خدمة، تقدم لكل مستهلك عن طريق كل وسيلة تيسر- الإثبات وذلك قبل تمام العقد، ثم صدر منشور فرنسي في 19 جويلية 1988 لتأكيد تطبيق نصوص القرار الرسمي السابق، موضحا أن المهنيين يمكنهم إعلام المستهلكين بالأسعار من خلال كل وسيلة ملائمة مع ضرورة تحديد سعر الثمن الفعلي يتضمن كافة التقديرات بالتفصيل².

هذا وجاء في المادة (2/19) من قانون تعزيز الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي- يجب على المهني الذي يمارس أعمال التجارة الالكترونية أن يصر المتعاقد الأخر بسعر السلعة أو الخدمة وذلك بطريقة واضحة وغير غامضة ويجب أن يوضح المهني إن كانت الضرائب و رسوم التسليم داخلة في هذا السعر أم لا³.

كما نص المشرع الجزائري في المادة 04 من قانون 02/04 المنظم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"

فالهدف من إلزامية الإعلام عن السعر هو توعية المستهلك حتى يكون في مأمن عن أية مفاجأة في مبلغ الإنفاق الكلي للحصول على المنتج أو تقديم الخدمة المقترحة، فهنا يكون المستهلك على علم بالثمن الذي سيدفعه .

ثانيا: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني :

إن الجزاء الذي يترتب على الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك، يجد ضرورته في الهدف من وراء تقرير هذا الالتزام بالأصل، وهو تنوير رضا المستهلك، وإرادته قبل التعاقد، وإعادة التوازن في علاقة غير متوازنة بينه وبين المتعاقد معه من الناحية المعرفية، حيث إن إخلال المنتج بهذا الالتزام يكون ذا تأثير كبير في الإرادة التعاقدية للمستهلك، ومن ثم قد يكون سببا لتعيبها ولهذا كان من الضروري اقتران جزاء مناسب للإخلال بهذا الالتزام.

¹ القانون رقم 03-09، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

² إساعيل قطاف، المرجع السابق، ص 52.

³ نواف محمد مفلح الذيابات، الالتزام بالبصير في العقود الالكترونية، ص 77.

وقف كل من الفقه والقضاء على بعض الأسس التي يمكن الاستناد إليها كأساس قانوني للالتزام بالإعلام قبل التعاقد، فما أن المتعاقد ارتكب خطأ قبل تنفيذ العقد فيجب أن يعاقب عليه بموجب قواعد المسؤولية التصريحية وبالتالي خضوعه لنص المادة 1382 ق م ف ، وكجزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد اتجه القضاء الفرنسي للحكم بالتعويض (المادة 1386 ق م ف) تنمة للحكم بالإبطال للغلط والتدليس، هذا وحكم بالتعويض حتى في غياب أي حكم بالإبطال للعيين السابقين¹.

أما المشرع الجزائري نجده نقل الاجتهاد القضائي الفرنسي- وتضح ذلك من نص المادة 2/86 ق م ج، ولهذا سنتعرض لعيوب الإرادة (الرضا) نظرا لأهميتها في صحة العقد الإلكتروني وبالتالي ما يؤدي إليه جزاء الإخلال بها وهي :

1: الغلط

الغلط وهم يقوم في ذهن المتعاقد فيصور له الأمر على غير حقيقته و يدفعه إلى التعاقد وما كان ليتعاقد لو علم الحقيقة وقد اشترطت المادة 81 مدني في الغلط الذي يعيب الإرادة ويجعل العقد قابلا للإبطال أن يكون جوهريا².

فيقع على عاتق المنتج تبصير المستهلك المتعاقد معه في العقد الإلكتروني بالأمور الجوهرية للعقد المزمع إبرامه بالقدر الذي يمتنع معه احتمال التباس الأمر على المستهلك الإلكتروني ويندفع بالتالي إلى العقد تحت تأثير الوهم فينشأ بذلك عيب الغلط³.

فالغلط احد العيوب التي تشوب الرضا، وللمطالبة بإبطال العقد لا بد أن يكون الغلط جوهريا وبالإضافة إلى بلوغه حدا من الجسامة وهذا ما جاء في نص المادة 82 من القانون المدني الجزائري بقولها :

" يكون الغلط جوهريا، إذا بلغ حدا من الجسامة، بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط "

ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقدان جوهرية، أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد وحسن النية .

إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي- في التعاقد".

¹ محمد بودالي، المرجع السابق، ص 63.

² فاضلي ادريس، الوجيز في النظرية العامة للعقد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 79.

³ بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2006، ص 65.

فوجود الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني يسهل كثيرا في مطالبة المستهلك بإبطال العقد استنادا إلى الغلط، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 83 ق م ج بقولها: " يكون العقد قابلا للإبطال لغلط في القانون، إذا توافرت فيه شروط الغلط الواقع طبقا للمادتين 81 و82 ما لم يقض القانون بغير ذلك " فقيام المنتج قبل التعاقد بتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك من خلال تقديم المعلومات والبيانات الجوهرية المتصلة بالعقد، والتي قد يستحيل على المستهلك العلم بها أو الاستعلام عنها بوسائله الخاصة، قد يؤثر ذلك في تنوير إرادة المستهلك، وبذلك قد يحول أو يقلل من احتمالية وقوعه في الغلط¹.

● فطريقة عرض المنتج في عقود البيع عن طريق الانترنت، والتي تكون في الغالب عرض صورة الشيء المباع في الموقع الإلكتروني، لا تعد كافية لإحاطة المشتري بكافة خصائص المنتج المعروض، وتقاديا للوقوف في الغلط ألزم التوجيه الأوروبي رقم 31/2000 الخاص بالتجارة الإلكترونية في المادة 11 منه مقدمي الخدمات بان يقوموا بإعلامه بوسائل مناسبة و فعالة وسهلة البلوغ على نحو يمكنه من فهم المعطيات الإلكترونية و يتفادى الوقوع في الغلط².

2- التدليس

هو استعمال شخص طرق احتيالية لإيقاع شخص آخر في غلط يدفعه إلى التعاقد، أي التدليس غلط مستثار يقع فيه الشخص تحت تأثير حيل يقوم بها شخص آخر³ وهو ما نص عليه المشرع في المادة 86 من القانون المدني .

فقد يقوم المنتج أو البائع بكتان معلومات جوهرية لو علم بها المستهلك لما أقدم على التعاقد، وقد يقدم معلومات كاذبة ويستعمل وسائل احتيالية كإعطاء مواصفات كاذبة واصطناع مستندات كاذبة لحمل المتعاقد الآخر على إبرام العقد ، فالكذب يعتبر تدليسا متى تعلق الأمر بمعلومات تهم المتعاقد الآخر سواء أكان هذا التدليس قولاً أو فعلاً.

ففي العقود العادية يستطيع المستهلك معاينة الشيء المباع، على خلاف المستهلك في العقود الإلكترونية الذي لا يمكن لهذا الأخير معاينة المبيع وبالتالي يكون عرضة لتوهم صفات غير موجودة في محل العقد نتيجة المناورات المضللة التي يمارسها الطرف الآخر باسم المنافسة و حرية الإعلانات وكثيرة هي طرق التدليس في التعاقد الإلكتروني ومن بينها استعمال العلامة التجارية لشخص آخر و تعتمد نشر معلومات غير صحيحة على الموقع بقصد ترويجها وإنشاء موقع وهمي لا وجود له⁴.

¹ سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك وأحكامه (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2016، ص 239.

² عجالي بخالد، المرجع السابق، ص 215.

³ فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 85.

⁴ عجالي بخالد، نفس المرجع، ص 217

فغالبا ما يميل المنتج أو البائع إلى انتهاز فرصة الضعف لدى المستهلك الإلكتروني من خلال سكوته وعدم الإفصاح عن المعلومات المؤثرة.¹ وبالتالي استعمال المدلس للتزوير الحقائق و استخدام الطرق الاحتمالية يعد إخلالا بالالتزام بالإعلام وهنا يحق للمستهلك طلب إبطال العقد فالمنتج لا يقتصر- دوره على تزويد المستهلك بالمعلومات بل يجب أن تكون تلك المعلومات موضوعية ، حقيقية و آمنة.²

وعليه يكون المشرع الجزائري قد فتح المجال للمستهلك المضرور للمطالبة بإبطال العقد بالإضافة إلى التعويض وهنا بطبيعة الحال نكون بصدد مسؤولية تقصيرية على أساس أن الإخلال بالالتزام بالإعلام قد وقع في مرحلة ما قبل التعاقد وهذا ما جاء في نص المادة 352 من ق م ج و الذي اشترط علم المشتري (المستهلك) علما كافيا، بالإضافة لحق المستهلك في إبطال العقد في حالة الإخلال بإعلامه. وهذا ماتنص عليه كذلك كل من المادة 17 و 18 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.³

واتجهت العديد من المنظمات والهيئات الدولية والإقليمية جهودا كبيرة في مجال مكافحة الاحتيال في إبرام العقود الإلكترونية بهدف التقليل من مخاطر الظاهرة، فقد قدمت مل من غرفة التجارة الدولية، و منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية وكذلك المجلس الأوروبي قواعد توجيهية وإرشادية للمشرعين في الدول الأوروبية تحثهم على تشديد التشريعات الوطنية في مجال الكشف عن حالات الاحتيال ومعاينة مرتكبيها والزام الأطراف المتعاقدة عبر تلك الوسائل بالتأكد من هوية المتعاقد معه والتحري عن سمعته التجارية ومركزه المالي قبل البدء في عملية إبرام العقد.⁴

3- الإكراه:

قيام شخص بممارسة ضغط نفسي على شخص آخر ليحمله على إبرام عقد معين⁵ (نصت عليه المادة 88 من القانون المدني) لكن من غير المحتمل وقوع الإكراه المادي في العقود الإلكترونية وذلك لعدم تواجد أطراف العقد في مكان واحد بالإضافة إلى أن عرض المنتجات يكون عن طريق شبكة الانترنت أو التلفزيون وبالتالي فالمستهلك له الخيار في الخروج من الموقع او تغيير القناة .

4- الاستغلال

هو أن يستغل المتعاقد الحالة النفسية للمتعاقد الآخر، فيبرم معه عقدا يصيبه بغبن فاحش، والغبن هنا أمر مادي يقصد به عدم التعادل بين ما يعطيه المتعاقد وبين ما يأخذه¹ (المادة 90 من القانون المدني)

² سه نكه علي رسول، المرجع السابق، ص 240.

³ عدنان إبراهيم سرحان، حق المستهلك في الحصول على الحقائق، مجلة الفكر، العدد الثامن، الإمارات، ص 20.

⁴ تريكي هدى، المرجع السابق، ص 20.

⁵ عجالي بخالد، المرجع السابق، ص 219.

¹ زكريا سرايش، الوجيز في مصادر الالتزام، الطبعة الثانية، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 82.

ومن تعاقداً تحت وقع استغلال يمكنه رفع دعوى إبطال العقد خلال سنة من تاريخ إبرام العقد فهذا الأخير قابل للإبطال .

أما في مجال العقود الالكترونية فكثيرة هي العقود التي تبرم نتيجة الاستغلال وذلك راجع لشيوع استخدام وسائل الاتصال الالكترونية، ولانعدام أو قلة الخبرة بين المستهلك ومن يحترف إجراء العقود بنفس الوسيلة، وهذا ما دفع بالتشريعات المنظمة للمعاملات الالكترونية إلى الاهتمام بمسألة حماية المستهلك في العقد الالكتروني من خلال تقرير أحكام خاصة بحماية المستهلك الالكتروني، فنصت المادة 50 من قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي على توقيع عقوبة جزائية على كل من يستغل ضعف او جهل شخص في إطار عمليات البيع الالكتروني يدفعه للالتزام حاضرا أو أجلا بأي شكل من الأشكال بغرامة تتراوح بين 1000 و20.000 دينار، وذلك إذا اثبت من ظروف الواقعة أن هذا الشخص غير قادر على تمييز أبعاد تعهداته، أو كشف الحيل أو الخدع المعتمدة بالالتزام أو أثبت أنه كان تحت الضغط مع مراعاة أحكام المجلة الجنائية².

وأخيرا يمكن القول أن الأساس القانوني الذي يمكن الاستناد عليه كجزاء الإخلال بالالتزام ما قبل التعاقد الالكتروني هو نظرية عيوب الإرادة، وقواعد المسؤولية التقصيرية وذلك لأننا نكون بصدد إخلال بالالتزام بالإعلام الالكتروني قبل مرحلة التنفيذ، هذا ولا يكفي إخلال المنتج (المتدخل) بالتزامه بالإعلام حتى تقوم المسؤولية التقصيرية بل يجب أن يحدث هذا الإخلال ضررا بالمستهلك الالكتروني حتى يستطيع هذا الأخير المطالبة بالتعويض جراء ما لحقه من ضرر فلا مسؤولية ولا تعويض بدون ضرر .

خاتمة:

إن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد هو من أهم الحقوق التي يجب أن يتمتع بها المستهلك بصفة عامة، والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة، فالهدف من وراء تقرير هذا الالتزام هو تنوير إرادة المستهلك وبصيرته قبل إبرام العقد، وهو التزام تزداد الحاجة إليه كلما ازداد تطور التقانة والصناعة وتعقدت سبل إنتاجها، فيبقى المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وما بالك بالمستهلك الإلكتروني. وعلى الرغم من استقلالية الالتزام بالإعلام إلا انه حبذا لو تكون هناك جزاءات قانونية واضحة وصریحة على مخالفة الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد خاصة في مجال التعاقد الالكتروني، وهذا ما لم يتفطن له المشرع الجزائري لحد الساعة، على الرغم من بعض التعديلات الطفيفة، فالقواعد العامة أصبحت قاصرة على الإحاطة به، الأمر الذي اقتضى مواجته بحلول غير تقليدية.

² زكريا سرايش، نفس المرجع، ص 86.

³ عجالي بخالد، المرجع السابق، ص 222.

- 1 محمود عبد الرحيم الشريفات، التراضي في تكوين العقد عبر الإنترنت، دار الثقافة العربية للنشر- و التوزيع، عمان، 2009
- 2 محمد أحمد عبد الحميد احمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي و الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
- 3 محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة في القانون الفرنسي-)، دار الكتاب الحديث القاهرة، 2006.
- 4 محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007
- 5 بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت دار الثقافة للنشر- و التوزيع، عمان 2006.
- 6 عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الانترنت (دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
- 7 سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب الجامعية، مصر، 2008.
- 8 سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك وأحكامه (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2016.

- 1-حاج بن علي محمد، تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطرة للشيء المبيع (دراسة مقارنة)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد6، 2011، شلف..
- 2عقيل فاضل احمد الدهان، غني ريسان جادر الساعدي، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، جامعة أهل البيت، العراق، متواجد على الموقع الإلكتروني. www.ahlubaitonline.com.

- 1 إساعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، جامعة الجزائر، 2006/2005.
- 2 بن مغنية محمد، حق المستهلك في الإعلام، جامعة أبي بكر بلقايد (تلمسان)، 2006، عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الانترنت (دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
- 3 فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية ————— المجلد 03 / العدد 02

4 خلوي (عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013.

6- عجالي بخالد، النظام القانوني للعقد الالكتروني في التشريع الجزائري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

5 تريكي هدى، الحماية الإجرائية المدنية للمستهلك، جامعة ابن خلدون (تيارت)، 2013

القوانين

القانون رقم 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة الرسمية عدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم بالقانون 05-07 .

القانون رقم 03-09، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش.