

## العقد الاستهلاكي الإلكتروني

### *electronic consumer contract*

هاشم عبد الكريم مشهداني: باحث بسلك الدكتوراه في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الأول، وجدة، المغرب.

**Hachem Abdelkarim Machhadani** : PhD researcher in private law, Faculty of Legal, Economic and Social Sciences, Mohammed I University, Oujda, Morocco.

Email: hmachhadani@gmail.com

## الملخص:

إن اختراع جهاز الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت كان له عدة آثار أدت إلى تغيير شكل العقود، فانتقلت من العالم المادي الملموس التي تتم بين شخصين في مجلس واحد، إلى تعاقدات إلكترونية تتم بين شخصين في مجلسين مختلفين، وإذا كان العقد الإلكتروني يستوي مع بقية العقود الأخرى التقليدية بقيامه على مبدأ الرضائية، بحيث يلزم لانعقاده التعبير عن إرادة المتعاقد وأن تكون هذه الإرادة سليمة، فإن هذا المبدأ قد تشوبه بعض العيوب والنواقص التي تؤثر على صحته وبالتالي على صحة العقد المبرم، خاصة وأن المتعاقدين يجمع بينهما مجلس عقد افتراضي وليس حقيقي. لذلك كان لزاما سن قوانين جديدة أو تعديل القوانين السابقة لتواكب التطور الحاصل في هذا الميدان، تهدف بالأساس لضمان سلامة المعاملات التجارية الإلكترونية، وتوفير الحماية اللازمة للمستهلك وتقيه من المخاطر التي يمكن أن يتعرض جراء إقدامه على إبرام هذا النوع من العقود، بحيث لا تقف عند حدود ضمان السلامة البدنية، وإنما تتجاوزها إلى السلامة المعنوية للمستهلكين بكفالة سلامة الرضا وحرية الإرادة والاختيار المتبصر، تفاديا للوقوع في مصائد التضليل والغش والاستغلال.

**الكلمات المفتاحية:** عقد استهلاكي، عقد إلكتروني، مستهلك إلكتروني، حماية المستهلك، تجارة إلكترونية

## Abstract:

The invention of computer and internet had various impacts that lead to a change in the form of contracts. It has moved from being done in a tangible world by two individuals in one same spot, to contracts done by two individuals in two different locations. Many legislations have chosen to protect the consumer from the traditional depreciation contracts, this protection could be achieved by particular norms. This latter organizes a consumer contractual relationship between the merchant and the consumer. However, these rules could not reach the level of protection that is needed in the electronic depreciation contracts, by virtue of the privacy of these contracts and their digital character. That is why it was obligatory to produce new laws or amending the previous ones so that they could keep pace with the development seen in this field. The laws basically aim to ensure the safety

of the electronic commercial transactions and provide the right amount of protection for the consumer and secure him from any dangers that could face him while he is about to be a part of this kind of contracts. When we mention protection of the consumer we do not only talk about the physical protection but the psychological one too, it is a must on the laws to ensure the satisfaction and freedom of will of the consumer in order to avoid falling into disinformation traps, cheating and exploitation.

**Keywords :** electronic commerce, electronic contract, consumer protection, consumer contract, electronic consumer.

## الإطار المنهجي للبحث:

### مقدمة:

لا أحد ينكر الحجم الكبير الذي أصبحت تحتله التجارة الإلكترونية في العصر الحالي، فقد غزت هذه التجارة جل الدول وطرقت كل الأبواب في إطار ما يعرف بالعولمة، وأصبحت أغلب عمليات البيع والشراء تتم عبر شبكة الإنترنت، فظهور التجارة الإلكترونية وما رافقها من تطور أثر تأثيراً كبيراً على النظام القانوني للعقود التقليدية، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بالعقود الاستهلاكية الإلكترونية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - يقصد بالعقد الإلكتروني: " اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة مرئية، لإحداث أثر قانوني وإنشاء التزامات تعاقدية" للتوضيح أكثر حول مفهوم العقد الإلكتروني راجع: خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني- دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 2011، ص72 وما بعدها.

ومن البديهي أن خصوصيات هذه العقود تستوجب بالضرورة أحكاما خاصة تنسجم وطبيعتها، لذلك فإن التشريعات على المستوى الدولي والوطني ما تزال تسعى إلى وضع قوانين أكثر ملاءمة تستوعب هذه العقود<sup>1</sup>.

ورغم أن أغلب التشريعات تقرر حماية للمستهلك في العقود الاستهلاكية التقليدية، إلا أن تلك القواعد قد لا تحقق الحماية الكافية للمستهلك، فنظرا لخصوصية العقود الإلكترونية والمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في هذا النوع من التعاقد، برزت الحاجة لتوفير حماية قانونية للمستهلك أوسع من تلك المقررة في النظرية العامة للالتزامات، تحقق له الأمان التعاقدية وتقيه من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات وتحميه من الوقوع ضحية لنزعه الاستهلاكية، وتكفل له السلامة المعنوية، بحيث يتعاقد عن رضا سليم خالي من العيوب وإرادة حرة، واختيار معقول متبصر.

**إشكالية البحث:** رغم المزايا العديدة التي توفرها التجارة الإلكترونية للمتعاملين في إطارها، إلا أنها تثير العديد من الصعوبات من الناحية القانونية، الأمر الذي يطرح إشكالا يتمثل في مدى نجاعة النصوص القانونية التي جاءت بها التشريعات المختلفة في توفير الحماية للمستهلك في العقد الاستهلاكي الإلكتروني؟

**منهجية البحث:** لتحقيق أكبر قدر من الفائدة والشمولية، سيتم اتباع المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المقارن كمنهج رئيسي، بحيث يتم جمع المعلومات النظرية والنصوص القانونية المنظمة للموضوع في مختلف التشريعات وتحليلها ومقارنتها للوقوف على مكامن النجاح والقصور واستخلاص النتائج المهمة منها.

**أهمية البحث:** تتجلى أهمية الموضوع في كونه يعالج واقعا أصبح يفرض نفسه على كل المجتمعات في العالم، بحيث غدت التجارة الإلكترونية الركن الرئيسي للمعاملات الاقتصادية، وأصبحت أغلب عمليات الاستهلاك تتم عبر شبكة الإنترنت. فهذا الموضوع يعتبر من المواضيع العملية التي تدخل في الحياة اليومية للأفراد، إذ يمكن لأي شخص التعامل بالتجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> - العربي جنان، التعاقد الإلكتروني في القانون المغربي- دراسة مقارنة، المطبعة والوراقة الوطنية الداوديات، مراكش، الطبعة الأولى، 2010، ص10.

كما أن التطور الكبير والمتسارع في شبكة المعلومات وحاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية بالإضافة إلى تنامي ظاهرة الشراء عبر الإنترنت، كلها أسباب أدت إلى تعاظم الحاجة لتوفير الحماية للمستهلك في العقد الإلكتروني الاستهلاكي باعتباره الطرف الأقل قوة في العلاقة التعاقدية.

### هيكل البحث:

سنتحدث في هذا البحث عن الحماية القانونية للمستهلك عند التعاقد الإلكتروني من خلال تبيان دور القواعد العامة للالتزامات في توفير هذه الحماية (المبحث الأول)، إضافة إلى ضمانة حق المستهلك في الحصول على المعلومات عند إبرامه العقد الإلكتروني (المبحث الثاني).

### **المبحث الأول: دور النظرية العامة للالتزامات في حماية المستهلك في العقد الإلكتروني**

تتمحور الوسائل التقليدية لحماية المستهلك في اتجاهين رئيسيين، الأول ينصب على حماية المستهلك من عيوب الإرادة، والثاني حمايته من الشروط التعسفية في العقد، وإذا كانت هذه الوسائل تخدم المستهلك بصورة عامة، إلا أنها قد لا توفر له الحماية الكافية، فالتساؤل المطروح في هذا الصدد هو مدى نجاعة القواعد العامة للالتزامات في توفير الحماية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني؟

هذا ما سنبينه في هذا المطلب الذي سنقسمه إلى فقرتين، بحيث نخصص (الفقرة الأولى) منه للحديث عن حماية المستهلك من عيوب الإرادة، على أن تكون (الفقرة الثانية) مجالاً للحديث عن حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

### المطلب الأول: حماية المستهلك من عيوب الإرادة عند التعاقد الإلكتروني

إن العقد الإلكتروني يستوي مع بقية العقود الأخرى بقيامه على مبدأ الرضائية، بحيث يلزم لانعقاده التعبير عن إرادة المتعاقد، ويعتبر الرضا الركن الأساسي لقيام العقد، بحيث يتعين أن يكون سليماً وخالياً من أي عيوب تؤثر عليه، وإذا كان التعبير عن الإرادة وفقاً للقواعد العامة له طرق متعددة، فقد يكون باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المفهومة، إلا أن التعبير عن الإرادة بالوسائل الإلكترونية له طبيعة خاصة من حيث الوسيلة المستخدمة، لذلك فهو تعبير إلكتروني<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> خليل زكرياء، المسؤولية المدنية للبائع المهني وتطبيقاتها على عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة القانون المدني، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة القاضي عياش، مراكش، السنة الجامعية 2010/2009، ص188.

وعلى الرغم من وجود عدة وسائل لحماية المستهلك، إلا أن نظرية عيوب الإرادة تلعب دورا مهما في نطاق العقود الإلكترونية لكونها تتسم بنوع من التعقيد التكنولوجي من حيث أساليب التعاقد ووسائله، أضف إلى ذلك أن الطرفين غير متكافئين، إذ يمتلك أحدهما معرفة وخبرة عالية يصعب على الطرف الآخر مجاراتها، مما يظهر الحاجة لإعمال عيوب الإرادة التي تتيح للمتعاقد الآخر إمكانية التمسك بفسخ وإبطال العقد استنادا لوجود عيب في إرادته<sup>1</sup>، وتتمثل عيوب الإرادة في وجود إكراه أو تدليس أو غلط أو غبن.

### أولاً: عيب الإكراه

عرف المشرع المغربي الإكراه في الفصل 46 من قانون الالتزامات والعقود<sup>2</sup> بأنه "إجبار يباشر من غير أن يسمح به القانون يحمل بواسطته شخص شخصا آخر على أن يعمل عملا بدون رضاه".

والإكراه يكون إما ماديا أو معنويا، فالإكراه المعنوي هو الذي يدفع الشخص إلى التعاقد تحت ضغط الحاجة<sup>3</sup>، وإذا كان الإكراه المادي صعب التصور في التعاقد الإلكتروني لكون المتعاقدين يجمعهما مجلس عقد حكومي ولا حقيقي، فالتساؤل يطرح حول الإكراه المعنوي، فهل يمكن اعتبار حاجة المستهلك الملحة للسلعة أو الخدمة المحتكرة واضطراره لقبول شروط التاجر بشأنها إكراها معنويا، وإلى أي حد توفقت نظرية الإكراه في توفير الحماية للمستهلك؟

باستقراء معظم التشريعات المقارنة التي تعنى بحماية المستهلك، لا نجدها تعتبر حاجة المستهلك للسلعة واضطراره لقبول شروط التاجر بشأنها إكراها معنويا، وفي هذا الصدد يرى أحد الباحثين<sup>4</sup> أن مجرد الاضطرار لا يصلح سببا للطعن في العقد بالإكراه، فمثل هذه الضغوط الواقعية والعملية التي يتعرض لها المستهلكون لا يمكن اعتبارها من قبيل الإكراه الذي يسمح بإبطال العقد،

1- فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة لنيل دبلوم الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان- الأردن، السنة الجامعية 2010/2011، ص89.

2- ظهير 9 رمضان 1331 (12 أغسطس 1913) الصادر بتنفيذ قانون الالتزامات والعقود المغربي، صيغة محينة بتاريخ 18 فبراير 2016.

3- حمزة شيكي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد البيع الإلكتروني على ضوء التشريع المغربي، مجلة الباحث للدراسات والأبحاث القانونية والقضائية، العدد12، يونيو 2019، ص193.

4- إيمان بنشانة، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، بحث نهاية تكوين الملحقين القضائيين، الفوج39، المعهد العالي للقضاء- الرباط، 2014، ص52.

ذلك أن تكيف مثل هذه الضغوط على أنها نوع من الإكراه يؤدي إلى اضطراب السوق وانهيار كافة العقود التي تتم على هذا النحو.

كما يرى البعض<sup>1</sup> بأن الإكراه المعنوي لا أساس له قانوناً، ولا يوجد في نظرية الإكراه ما يخدم قضية حماية المستهلك فعلياً.

وفي اعتقادنا أنه من الممكن حدوث الإكراه المعنوي أحياناً بسبب التبعية الاقتصادية، حيث قد يضطر المستهلك إلى إبرام العقد تحت ضغط الاحتياج الاقتصادي، كاحتكار أحد المنتجين لسلعة معينة ويعرضها للبيع بشروط مجحفة فيضطر المشتري للتعاقد بسبب حاجته لها ولا يكون أمامه سوى قبول ذلك، وفي هذه الحالة يكون له الحق في المطالبة بإبطال العقد للإكراه، وهو ما أقره قانون حماية المستهلك لدولة قطر<sup>2</sup> في المادة 10 منه التي جاء فيها: "...لا يجوز للمزود أن يخفي أي سلعة أو يمتنع عن بيعها بقصد التحكم في سعر السوق أو أن يفرض شراء كميات معينة منها أو شراء سلعة أخرى معها..." وحسنا فعل المشرع القطري بنصه على هذا الأمر، كما يجب التنصيص عليه في مختلف التشريعات الأخرى تعزيراً لحماية المستهلك باعتباره طرفاً ضعيفاً في العلاقة التعاقدية الاستهلاكية.

### ثانياً: عيب التدليس

التدليس هو إيقاع المتعاقد في غلط لدفعه على التعاقد، ويعتبر من أكثر عيوب الإرادة شيوعاً في العقود الإلكترونية، حيث يتحقق باستعمال أساليب احتيالية تظهر السلعة على غير مظهرها أو حتى بوصفها<sup>3</sup>. ويكفي لقيام التدليس مجرد كتمان واقعة أو ملابسة معينة، إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو الملابسة، والتدليس نوعان: الأول إيجابي يتمثل في القيام

1- عامر قاسم أحمد، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بغداد، 1998، ص 19.

2- قانون حماية المستهلك لدولة قطر رقم 8 صادر بتاريخ 15 ماي 2008، منشور بالجريدة الرسمية عدد 7 بتاريخ 24 يوليوز 2008.

3- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية- دراسة مقارنة، منشورات زين الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى 2011، ص 81.

بوسائل احتيالية بغرض إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، والثاني سلبي يتمثل في سكوت أحد المتعاقدين عن ذكر بيانات معينة إذا كان من شأن العلم بها إحجام المتعاقد الآخر عن إبرام العقد<sup>1</sup>.

وفي هذا الصدد نجد أن القضاء الفرنسي قد أتاح للمستهلك في مجال برامج الكمبيوتر أن يطلب إبطال العقد بسبب التدليس الناجم عن كتمان مورد البرامج للمعلومات التي كانت تتيح له حسن اختيار البرنامج، والتعاقد في ضوء إرادة واعية ومبصرة<sup>2</sup>.

وواقع أن نظرية التدليس لا توفر الحماية المطلوبة للمستهلك في هذا الميدان إذ يشترط للتمسك بالتدليس وجود عقد وإثبات استعمال طرق احتيالية، وهو مالا يتفق وطبيعة المعاملات الإلكترونية<sup>3</sup>، فالتدليس الذي يقع عبر شبكة الإنترنت يكون صعب الإثبات نظرا للطبيعة غير المادية للمعلومات والبيانات التي يمكن نقلها عبر هذه الشبكة، لا سيما وأن المدلسين غالبا ما يعتمدون إلى طرق تدليسهم وإزالة أثرها بصورة يصعب معها تحديد هويتهم أو كشف أفعالهم<sup>4</sup>.

### ثالثا: عيب الغلط

يمكن تعريف الغلط بأنه "حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع"<sup>5</sup> وهو يؤدي إلى إبطال العقد إذا انصب على ماهيته أو على شرط من شروطه أو على محله، وعيب الغلط في التعاقد الإلكتروني أمر متصور الحدوث، فمثلا قد يطلب شخص استئجار سيارة من موقع إلكتروني لأحد

<sup>1</sup> عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص 318-319.

<sup>2</sup> j.chestin, les liens de dol dans la formation du contrat et de l'obligation precontractuelle de renseignement, note sous cass, civ 3eme ch, fevrier 1981, dalloz, p457.

أورده خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى 2008، ص 67.

<sup>3</sup> أسال محمد جبريل، فسخ عقد البيع الإلكتروني، رسالة للحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان-الأردن، السنة الجامعية 2017/2018، ص 33.

<sup>4</sup> مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012 ص 89.

<sup>5</sup> عبد الرزاق السنهوري، مرجع سابق، ص 289.

الشركات العالمية، فتقوم الشركة بإرسال السيارة المطلوبة ومعها عقد الملكية على أساس أنه عقد بيع، فهنا يعد العقد باطلا لاختلاف طبيعة العقدين<sup>1</sup>.

إن عدم التزام البائع بإعلام المستهلك بالخصائص الجوهرية للمبيع في العقود الإلكترونية يسهل من المطالبة بإبطال العقد بناء على عيب الغلط، على اعتبار أن الإخلال بهذا الالتزام يعتبر قرينة على ثبوت اتصال الغلط بالمتعاقد المحترف، فعند عدم توفير الطرف الأكثر خبرة للطرف الآخر المعلومات الكافية التي كان يجب عليه الإدلاء بها، جاز للطرف الآخر أن يتمسك بوقوعه في الغلط نتيجة عدم علمه الكافي بمحل العقد أو شروطه<sup>2</sup>.

#### رابعاً: عيب الغبن

يعرف الغبن بأنه "عدم التعادل بين التزامات كل من العاقدين في العقد الملزم للجانبين، أي عدم التعادل بين ما يأخذه المتعاقد وما يعطيه"، والغبن المجرى لا يعد سبباً للإبطال وفقاً للقواعد العامة للقانون المدني، فلا بد أن يكون مقترناً بأحد عيوب الرضا من غلط أو تدليس كما هو منصوص على ذلك في أغلب التشريعات، كالفصل 55 من قانون الالتزامات والعقود المغربي الذي ينص على أنه: "الغبن لا يخول الإبطال إلا إذا نتج عن تدليس الطرف الآخر..."، وتنص المادة 129 من القانون المدني المصري على: "...إذا تبين أن المتعاقد المغبون لم يبرم العقد إلا لأن المتعاقد الآخر قد اشتغل فيه طيشاً بيناً أو هوى جامحاً، جاز للقاضي بناء على طلب المتعاقد المغبون أن يبطل العقد..."، في حين جاءت المادة 191 من قانون المعاملات المدنية الإماراتية بما يلي: "لا يفسخ العقد بالغبن الفاحش بلا تغيير إلا في مال المحجور ومال الوقف وأموال الدولة".

يتبين من خلال هذه النصوص أن النصوص العامة الواردة في القانون المدني في مختلف التشريعات لا تعترف بالغبن المجرى كسبب من أسباب إبطال العقد، وإنما يجب أن يكون مقروناً بأحد عيوب الرضا الأخرى. غير أن التساؤل المطروح يتعلق بمدى تأثير عيب الغبن في العقود الإلكترونية إذا تم إبرام العقد عن طريق استغلال جهل المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالشئ المتعاقد عليه؟

<sup>1</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 69-70.

<sup>2</sup> - مرزوق نور الهدى، مرجع سابق، ص 90.

يرى أحد الفقهاء<sup>1</sup> أن الغبن لا يؤثر في العقد الإلكتروني إلا في بعض الاستثناءات المنصوص عليها في القانون، لأن الغبن عيب استثنائي في العقود، فهو لا يترتب عليه أثر إلا في العقود التي خصها القانون بذلك وبالشروط المقررة في شأن كل منها<sup>2</sup>.

والرأي في اعتقادنا أن هذه النصوص القانونية لا توفر الحماية الكافية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، خاصة مع التطور الكبير في وسائل الدعاية والإشهار ودورها الكبير في الرفع من قيمة السلع والمنتجات، بحيث يجب التنصيص صراحة على أن وجود عيب الغبن في التعاقد يخول لصاحبه إبطال العقد بعض النظر عن اقترانه بعيب آخر من عدمه.

غير أن هناك بعض التشريعات التي اهتمت بحماية المستهلك في هذا السياق، ومنها قانون حماية المستهلك المغربي<sup>3</sup> رقم 31.08 والذي نص في المادة 59 منه على أنه "يقع باطلا بقوة القانون كل التزام نشأ بفعل استغلال ضعف أو جهل المستهلك مع حفظ حقه في استرجاع المبالغ المؤداة من طرفه وتعويضه عن الأضرار اللاحقة"، وكذلك القانون التونسي للمعاملات الإلكترونية<sup>4</sup> حيث نصت المادة 50 منه على أنه "يعاقب كل من استغل ضعف أو جهل شخص في إطار عمليات البيع الإلكتروني بدفعه للالتزام حاضرا أو أجلا بأي شكل من الأشكال بخطية (غرامة) تتراوح بين 1000 و 20000 دينار...".

### المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

أصبحت حماية المستهلك من الشروط التعسفية تفرض نفسها حاليا أكثر من أي وقت مضى، خاصة في ظل المتغيرات الاقتصادية الحديثة وظهور صيغ العقود النموذجية في التعامل التجاري<sup>5</sup>،

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 72.  
<sup>2</sup> من شروط اعتبار الغبن مخولا لإبطال للعقد في القانون المغربي اقترانه بالتدليس وفقا للفصل 55 من قانون الالتزامات والعقود وكذا في حال كان الطرف المغبون قاصرا أو ناقص الأهلية حتى ولو كان الغبن مجردا أي غير مقترن بتدليس الطرف الآخر وذلك وفقا للفصل 56 من نفس القانون.  
<sup>3</sup> ظهير شريف رقم 1.1103 صادر بتاريخ 18 فبراير 2011 بتنفيذ القانون رقم 31.08 القاضي باتخاذ تدابير لحماية المستهلك، منشور بالجريدة الرسمية عدد 5932، بتاريخ 7 أبريل 2011، ص 1072.  
<sup>4</sup> قانون المبادلات التجارية التونسي رقم 83 صادر بتاريخ 9 غشت 2000، منشور بالجريدة الرسمية عدد 64 بتاريخ 11 غشت 2000.  
<sup>5</sup> غيثة ذراوي، حدود حماية المستهلك من الشرط التعسفي، منشورات المجلة المغربية للأظمة القانونية والسياسية، العدد رقم 16، مطبعة الأمنية، الرباط، الطبعة الأولى 2019، ص 167.

مما ساعد في توسيع الهوة بين التاجر المحترف والمستهلك، وبالتالي اختلال التوازن في العلاقة التعاقدية بين طرف قوي فنيا واقتصاديا يرغب في فرض شروطه لتحقيق مصالحه، مقابل طرف ضعيف يسعى لتلبية رغباته الاستهلاكية<sup>1</sup>.

### أولاً: مفهوم الشرط التعسفي

عرف التوجيه الأوروبي رقم 93-13<sup>2</sup> المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين الشرط التعسفي في المادة الثالثة منه بأنه: "يعتبر الشرط الذي لم يكن محلاً لتفاوض عقدي شرطاً تعسفياً، إذا كان ينشئ عدم توازن كبير على حساب المستهلك بين حقوق والتزامات الأطراف الناشئة من العقد".

كما عرفه المشرع الفرنسي في الفقرة الأولى من المادة 321 من قانون الاستهلاك الصادر بتاريخ 1 فبراير 1995 بأنه: "في العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين تعتبر تعسفية الشروط التي يكون موضوعها أو أثرها هو خلق اختلال مبالغ فيه بين حقوق والتزامات أطراف العقد على حساب الطرف المستهلك"<sup>3</sup>.

في حين عرفه المشرع الجزائري الشرط التعسفي في المادة 3 من القانون رقم 04-02<sup>4</sup> الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه: "كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

<sup>1</sup>- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، السنة الجامعية 2014/2015، ص148.

<sup>2</sup>- التوجيه الأوروبي رقم 93-13 الصادر بتاريخ 5 أبريل 1993 عن البرلمان الأوروبي المتعلق بالشروط

التعسفية، انظر الرابط: [https://eur-lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31999L0093)

[content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31999L0093](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31999L0093)

<sup>3</sup>- الحسين بلحساني، الموجز في العقود الخاصة، العقود الاستهلاكية- البيوع العقارية- الاكزية السكنية، دون ذكر دار النشر، 2014-2015، ص33.

<sup>4</sup>- القانون الجزائري رقم 04-02 الصادر بتاريخ 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بالقانون 06-10، منشور بالجريدة الرسمية عدد 41 بتاريخ 27 يونيو 2004، ص6147.

يستشف من هذه التعريفات أن العنصر الأساسي الذي يقوم عليه الشرط التعسفي هو إحداث خلل في التوازن العقدي بين حقوق والتزامات أطراف العقد على نحو يضر بالمستهلك.

### ثانياً: مظاهر حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني

إن البيئة الإلكترونية التي تيرم فيها عقود التجارة الإلكترونية ساعدت في انتشار ظاهرة اختلال التوازن العقدي بين طرفي عقد الاستهلاك، وجعل التاجر يميل إلى وضع شروط قد تكون تعسفية تجاه المستهلك مستغلاً الضعف الفني والاقتصادي لهذا الأخير<sup>1</sup>.

لذلك كان من الضروري على مختلف التشريعات إصدار قوانين تقرر الحماية للمستهلك وتحدد مضمون العقد المبرم بين المستهلك والتاجر المحترف وذلك في إطار العقود النموذجية المعدة مسبقاً من قبل التاجر، والتي أصبحت منتشرة لاسيما في ميدان التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>، وفي هذا الإطار صدر التوجيه الأوروبي رقم 93/13 بتاريخ 5 أبريل 1993 بشأن حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي تفرض عليه من جانب المهني، كالشرط الذي يعفي البائع من ضمان العيوب الخفية و ضمان سلامة المنتج<sup>3</sup>.

وبالنسبة للمشرع المغربي، فقد نص المشرع صراحة في المادة 19 من القانون 31.08 بشأن حماية المستهلك على بطلان الشرط التعسفي الوارد في العقد المبرم بين المورد والمستهلك، ووضع في المادة 18 من نفس القانون لائحة بالشروط التي تعتبر تعسفية حيث جاءت هذه المادة على سبيل المثال لا الحصر، وهو ما يعني أن للقاضي سلطة تقديرية واسعة في تحديد الشرط التعسفي عند طرح النزاع عليه، بالإضافة إلى اعتبار أحكام هذا القسم – حماية المستهلك من الشروط التعسفية- من النظام العام<sup>4</sup>، وبالتالي لا يجوز الاتفاق على مخالفته ويمكن للقاضي إثارته من تلقاء نفسه وفي جميع

1- الراضي عثمانى، الأسس القانونية لحماية المستهلك في العقود التقليدية والإلكترونية، بحث لنيل دبلوم السلك العالي في التدبير الإداري للمدرسة الوطنية للإدارة، الفوج الثامن، السنة الدراسية 2010/2009، ص20.

2- ياسين المفقود، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في ضوء قانون 31.08 المتعلق بتحديد تدابير حماية المستهلك، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة الحسن الأول- سطات، السنة الجامعية 2012/2011، ص46.

3- CALAIS Aulo Y CJ, Linfluence du droit de loi consommation sur le droit civil des contrats; R.T.D Civ, éd, 1994, p248. أورده خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص77.

4- حسب المادة 20 من القانون 31.08 القاضي باتخاذ تدابير لحماية المستهلك.

مراحل الدعوى، كما نص المشرع في المادة 15 على أن أحكام هذا القانون تطبق على عقود الاستهلاك كيفما كان شكل أو وسيلة إبرام العقد وهو ما يجعل عقود الاستهلاك الإلكترونية تدخل ضمنها.

وفي مصر نص المشرع على إبطال الشروط المدرجة في العقد والتي من شأنها أن تخفف أو تعفي المورد من التزاماته<sup>1</sup>، ففي نطاق التعاقد الإلكتروني يتم مراعاة الظروف الخاصة بالمحتوى الإلكتروني وتباعد الأطراف، وقد يتم الإبقاء على العقد وإلغاء الشروط التعسفية إذا كان ذلك لا يؤثر في مضمون العقد<sup>2</sup>، كما منح المشرع للقاضي سلطة تقديرية تجاه الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، إذ يجوز له إبطالها إذا رأى أنها ذات طابع تعسفي<sup>3</sup>.

نستنتج مما سبق أن معظم التشريعات تنص على بطلان الشروط التي تمنح للبايع امتيازات في العقد أو تعفيه من التزاماته أو تلك التي تؤدي إلى الانتقاص من حقوق المستهلك وذلك بهدف تحقيق أكبر قدر من التوازن في العلاقة التعاقدية.

وفي إطار توسيع نطاق الحماية المقررة للمستهلك، أقرت محكمة العدل الأوروبية في أحد قراراتها بسلطة القاضي في التعرض من تلقاء نفسه للشرط التعسفي، حيث أكدت أن سلطة القاضي في الفصل من تلقاء نفسه في الطابع التعسفي للشرط يكون وسيلة خاصة للوصول إلى الهدف والنتيجة المحددة في المادة السادسة من التوجيه الأوروبي وهي منع ارتباط المستهلك بشرط تعسفي<sup>4</sup>، وبهذا تكون محكمة العدل الأوروبية قد أرست مبدئاً قضائياً وهو جواز تعرض القاضي من تلقاء نفسه

<sup>1</sup> - حسب المادة 28 من قانون الاستهلاك المصري لسنة 2018.

<sup>2</sup> - حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص65.

<sup>3</sup> - كما أن المشرع المغربي هو الآخر منح للقاضي سلطة تقديرية لمواجهة الشروط التعسفية، بحيث أحال بموجب المادة 16 من قانون حماية المستهلك على قواعد التأويل المنصوص عليها في قانون الالتزامات والعقود، بحيث يمكن للقاضي تفسير ألفاظ العقد إذا عتراها غموض أو كانت صياغة الشروط عامة قصد إخفاء المعنى الحقيقي لها، كما أن القاضي في حالة الشك في مضمون أحد الشروط يكون مجبراً على تأويله لصالح المستهلك. للتوضيح أكثر راجع: حمزة شيكي، مرجع سابق، ص210 وما بعدها.

<sup>4</sup> - Lionel Archambault, la formation du contrat de vente en ligne et la protection du consommateur, mémoire, université paris 1 panthéon sorbonne, des droit de l'internet, administration et entreprise, année 2003/2004, p26.

للشروط التعسفي، لأن مقتضيات حماية المستهلك تتطلب إبطال الشروط التعسفية التي تضمن بالعقد سواء دفع المستهلك بذلك أو لم يدفع.

## المبحث الثاني: ضمانات حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام الموضوعي

زاد التعاقد الإلكتروني من خطورة تعرض المستهلك لمخاطر الاحتيال والقرصنة، الناتجة عن عدم قدرته على معاينة الأشياء المتعاقد عليها معاينة حقيقية، فالمستهلك في التعاقد الإلكتروني لا يستطيع معرفة جميع المعلومات المتعلقة بالشئ محل العقد.

وقد شهدت القوانين المعاصرة تطورا سريعا وأهمية متعاظمة في مجال حماية المستهلك ودرء المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها في هذا الإطار، بحيث لم تقف عند حد ضمان السلامة البدنية، وإنما تجاوزتها إلى السلامة المعنوية للمستهلكين بكفالة سلامة الرضا وحرية الإرادة والاختيار المتبصر، تفاديا للوقوع في حبال التضليل والغش والاستغلال<sup>1</sup>.

فالالتزام بالإعلام في المعاملات التجارية الإلكترونية يكتسي أهمية كبيرة، لكون هذا الالتزام يخول نوعا من الحماية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، إذ يعتبر من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بجوانب العقد بين طرفي العلاقة التعاقدية، خاصة أنه من الشائع في العقود المبرمة عبر الإنترنت أن تكون الشروط التعاقدية مخفية<sup>2</sup>، حيث يمكن المستهلك من معرفة خصوصيات السلعة أو الخدمة المعروضة، فمن حق المستهلك معرفة جميع المعلومات المتعلقة بالسلعة حتى يعبر عن إرادته في التعاقد برضا سليم ومستنير.

وسنقسم هذا المطلب للحديث عن مضمون الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية (الفقرة الأولى)، ثم سنتناول جزاء الإخلال بهذا الالتزام في العقود الإلكترونية (الفقرة الثانية).

### المطلب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

يعرف الالتزام بالإعلام بأنه: "التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى

<sup>1</sup> الحسين بلحساني، مرجع سابق، ص4.

<sup>2</sup> مريم بن خليفة، التسويق الإلكتروني وآليات حماية المستهلك، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة- مصر، الطبعة الأولى، 2017، ص99.

المستهلك"<sup>1</sup>. كما عرفه أحد الفقهاء<sup>2</sup> بأنه: " التزام قانوني سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور، بحيث يكون المتعاقد الآخر على علم بكافة تفاصيل هذا العقد".

يتضح من خلال هذين التعريفين أن جوهر التزام المهني بإعلام المستهلك، هو تقديمه للبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المزمع التعاقد عليها، وكذا المعلومات المتعلقة بالخصائص والصعوبات والمخاطر التي قد تواجه المستهلك في استعماله وكافة البيانات الخاصة بثمن السلعة أو الخدمة، وإخباره عن أية شروط تتعلق بالمسؤولية التعاقدية أو الضمانات<sup>3</sup>، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره ويتخذ قراره بالإقدام أو الإحجام على التعاقد بناء على إرادة واعية.

وأهمية الالتزام بالإعلام تدرج في إطار سلامة العقود في ظل عدم المساواة بين المتعاقدين، نظرا للتفوق الذي يحظى به المهني على المستهلك، فهدفه هو إعادة التوازن للعلاقة التعاقدية ولو بشكل بسيط من خلال تنوير إرادة المستهلك بالمعلومات الضرورية للشئ المتعاقد عليه<sup>4</sup>.

ونظرا لخصوصية الالتزام بالإعلام، فقد فرضت معظم التشريعات التزاما على عاتق المهني بإعلام المستهلك، كما ذهب إلى ذلك المادة 1/111 من قانون الاستهلاك الفرنسي حيث ألزمت كل مهني يعرض السلع للبيع أو يقدم الخدمات أن يعلم المستهلك قبل إبرام العقد بالخصائص الضرورية للبطاعة أو الخدمة<sup>5</sup>.

1- محمد سعيد أحمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005، ص363.

2- المهدي نزيه محمد صادق، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، ص15، أورده عبد الرحمان البازي، مرجع سابق، ص20.

3- حسب المادة 30 من القانون 08-31 التي تنص على أنه: "يجب على المورد أن يمكن المستهلك من الولوج بسهولة والاطلاع على الشروط التعاقدية المطبقة على توريد المنتجات والسلع أو على تقديم الخدمات عن بعد..."

4- يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007، ص30.

5- الغزوي محمد، حماية المستهلك في التعاقد عن بعد، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، وحدة التكوين والبحث في قانون العقود والعقار، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الأول- وجدة، السنة الجامعية 2014/2015، ص19.

وهو نفس ما أكده المشرع المغربي في القانون 08-31 القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك، حيث نصت المادة الثالثة منه على أنه: " يجب على كل مورد أن يمكن المستهلك بأي وسيلة ملائمة من معرفة المميزات الأساسية للمنتج أو السلعة أو الخدمة وكذا مصدر المنتج أو السلعة وتاريخ الصلاحية إن اقتضى الحال، وأن يقدم إليه المعلومات التي من شأنها مساعدته على القيام باختيار معقول باعتبار حاجياته وإمكانياته..."

وجاء في المادة 3 من قانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لسنة 2017<sup>1</sup> مايلي: " للمستهلك الحق في: ... الحصول بصورة واضحة على المعلومات الكاملة والصحيحة عن السلعة أو الخدمة التي يشتريها وشروط البيع لها".

يتضح مما سبق، أن معظم التشريعات تلقي التزاما على عاتق التاجر، يتعلق بتقديم كافة المعلومات الجوهرية للمستهلك المتصلة بالسلعة أو الخدمة المراد التعاقد بشأنها، وخاصة المعلومات المتعلقة بالثمن وشروط البيع وكذا المعلومات المرتبطة بصفات السلعة وخصائصها الأساسية، والتي من شأنها مساعدته على القيام باختيار معقول.

غير أن مضمون الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية يرتبط بمسألتين أساسيتين: تتعلق الأولى بتحديد شخصية المورد (أولا)، في حين ترتبط المسألة الثانية بوصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد (ثانيا).

#### أولا: تحديد شخصية البائع

يكتسي تحديد شخصية أو هوية البائع أهمية كبيرة في عقود التجارة الإلكترونية، لكونه يسمح بجمع المعلومات الخاصة به، والتعرف على وضعيته المالية ومدى قدرته على الوفاء بالتزاماته. وقد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93/949 بيان هوية البائع في المادة L 18/121 فحددها فيما يلي:

<sup>1</sup> القانون الأردني رقم 7 لسنة 2017 في شأن حماية المستهلك، منشور بالجريدة الرسمية عدد 2725 بتاريخ 2017/03/15.

الاسم الكامل، وأرقام الهاتف التي تسمح بالدخول مع المورد في اتصال مباشر إذا كان شخصا طبيعيا، أما إذا كان شخصا معنويا فمقره الاجتماعي، وإذا تعلق الأمر بغير المورد فعنوان المؤسسة المسؤولة عن العرض<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للمشرع المغربي فقد أوجب على البائع أن يشير إلى هويته وغرضه من الاتصال بالمستهلك، حيث جاء في الفقرة الثانية من المادة 29 من قانون حماية المستهلك رقم 08-31 أنه: " يجب على المورد أن يبين اسمه وتسميته التجارية والمعطيات الهاتفية التي تمكن من التواصل الفعلي معه وبريده الإلكتروني وعنوانه، وإذا تعلق الأمر بشخص معنوي فمقره الاجتماعي..."

كما نصت المادة 31 من نفس القانون على أنه: "... يجب على المورد إذا تعلق الأمر ببيع عن بعد باستعمال الهاتف أو أية تقنية أخرى للاتصال عن بعد، أن يشير صراحة في بداية المحادثة مع المستهلك إلى هويته والغرض التجاري من الاتصال"

والمشرع الجزائري بدوره نص على هذا الأمر في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-205 على أنه: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل المعلومات التالية:

رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية الإلكترونية ورقم هاتف المورد الإلكتروني ورقم التسجيل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي".

يتبين إذا أن تحديد شخصية المورد يعتبر من أهم المعلومات التي يجب إعلام المستهلك بها في العقود الإلكترونية، حتى يطمئن المستهلك لسعة المورد ويتحقق من أهليته وقدرته على تنفيذ التزاماته، وحتى يستطيع كذلك مقاضاته في حالة الإخلال بالتزاماته، كما يجب على المورد أن يبادر بنفسه بتقديم المعلومات للمستهلك، وهو ما أكدته محكمة النقض الفرنسية في أحد قراراتها<sup>3</sup>، حيث

<sup>1</sup> عبد الرحمان البازي، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، وحدة التجارة والأعمال، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الأول- وجدة، السنة الجامعية 2011/2012، ص21.

<sup>2</sup> القانون الجزائري رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 مايو 2018 المتضمن قانون التجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> أورده محمد -cour de cassation , la premier chambre civil a jugé (infra, n 844),8 avril 2012. محمد حسن الحسني، مرجع سابق، ص 109

أكدت فيه على أن المهني هو من يحمل زمام المبادرة في تقديم المعلومات اللازمة للعميل عند إبرام العقد، دون إغفال ذكر المعلومات والبيانات الجوهرية المنصوص عليها قانوناً.

### ثانياً: وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد

إن الحديث عن وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد يقتضي التطرق لبيان السمات الأساسية للسلعة أو الخدمة (1)، ثم مسألة اشتراط إعلام المستهلك باللغة الوطنية (2).

### 1- بيان السمات الأساسية للسلعة أو الخدمة

يعتبر هذا البيان جوهر فكرة الالتزام بالإعلام، فما يدفع المستهلك إلى التعاقد هو مميزات السلعة أو الخدمة موضوع العقد الذي يرغب في إبرامه.

وفي هذا الإطار، نصت المادة 29 من قانون حماية المستهلك رقم 08-31 على مايلي: "دون الإخلال بالمعلومات المنصوص عليها في المادتين 3 و5 أو في أي نص تشريعي أو تنظيمي آخر جاري به العمل، يجب أن يتضمن العرض المتعلق بعقد البيع عن بعد المعلومات التالية:" التعريف بالمميزات الأساسية للمنتج أو السلعة أو الخدمة محل العرض..."

أما بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05 فقد أكد على هذا الأمر في المادة 11 منه حيث ألزم المورد ببيان طبيعة وخصائص السلعة، وسعر المنتج وموعد التسليم، وشروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، وكيفية وإجراءات الدفع وشروط فسخ العقد عند الاقتضاء، إضافة إلى وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية. وحسنا فعل المشرع الجزائري بإلزامه المورد الإلكتروني بتقديم كل هذه المعلومات للمستهلك حتى يكون هذا الأخير على بينة من أمره ويتعاقد على ضوء إرادة واعية ومستنيرة.

كما يجب على المهني تبصير المستهلك بكيفية استخدام المبيع وخصوصاً إذا كان من الأجهزة الكهربائية أو التقنية التي تحتاج لطرق محددة في الاستخدام، بالإضافة إلى ضرورة إعلامه بخطورته وكيفية الوقاية من تلك الخطورة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- كوثر سعيد عدنان خالد، سميحة مصطفى القليوبي، مرجع سابق، ص358.

وتجدر الإشارة إلى أنه في حالة حدوث نزاع بين المورد والمستهلك، فإن عبء الإثبات يقع على المورد خاصة فيما يتعلق بالتقديم المسبق للمعلومات المتعلقة بالشيء المبيع وتأكيدهما واحترام الآجال وكذا قبول المستهلك<sup>1</sup>.

## 2- اشتراط إعلام المستهلك باللغة الوطنية

يعتبر وجوب مراعاة اللغة الأم لكل مستهلك من أشكال الحماية التي أضافتها المبادئ القانونية المعاصرة للمستهلك ليتسنى له فهم مضمون العقد<sup>2</sup>، وأن يقدم على التعاقد وهو على علم ودراسة كافيين بطبيعة ومضمون محل التعاقد والشروط التعاقدية وكيفية السداد، فالإيجاب عبر شبكة الإنترنت غالباً ما يتسم بالطبيعة العالمية ويتم باللغة الإنجليزية، وهو ما يستتبع معه أن يتم الإعلام قبل التعاقد وكذلك إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني بنفس اللغة، وبالتالي احتواء العقد على مصطلحات فنية وقانونية غير مألوفة أو ذات دلالات قانونية مختلفة تعبر عن النظام القانوني المتبع في دولة التاجر أو المورد، وقد يختلف عن النظام القانوني المتبع في دولة المستهلك، أو قد يحتمل المصطلح ترجمة إلى أكثر من معنى، وهو ما يثير إشكالا يتعلق بمدى اعتبار التاجر المحترف قد أوفى بالتزامه قبل التعاقد بالإعلام إذا تم إعلام المستهلك بلغة أجنبية<sup>3</sup>.

وقد فرض المشرع الفرنسي في القانون المتعلق باستخدام اللغة الفرنسية رقم 94/665 الصادر في 4 أغسطس 1994 والمسمى قانون توبون Toubon صياغة الإيجاب باللغة الفرنسية في كل أنواع التجارة بما في ذلك التجارة الإلكترونية، وبصفة خاصة في التعليمات الخاصة بالتشغيل وشروط الضمان ووصف المنتج أو الخدمة والفواتير والإيصالات<sup>4</sup>.

أما في المغرب، فرغم عدم تنصيب المشرع على ضرورة إعلام المستهلك باللغة العربية في القانون رقم 31-08، فإن المرسوم رقم 2.12.503<sup>5</sup> المتعلق بتطبيق بعض أحكام القانون رقم 08-31 نجده يؤكد هذا الأمر في المادة 27 منه التي تنص على أنه: " يجب أن تحرر المعلومات الإجبارية

<sup>1</sup> - حسب المادة 34 من قانون حماية المستهلك المغربي.

<sup>2</sup> - كوثر سعيد عدنان، سميحة مصطفى القليوبي، مرجع سابق، ص24.

<sup>3</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص122.

<sup>4</sup> - نفس المرجع السابق، ص128.

<sup>5</sup> - المرسوم رقم 2.12.503 المتعلق بتطبيق بعض أحكام القانون 31-08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، منشور بالجريدة الرسمية عدد 6192 بتاريخ 26 ذو القعدة 1434 الموافق 3 أكتوبر 2013، ص6384.

الموجودة على اللصيقة كما تم تحديدها طبقا للمادة 26 أعلاه باللغة العربية، وعند الاقتضاء بلغة أو لغات أجنبية أخرى..."

كما أن القانون الاتحادي الإماراتي بشأن حماية المستهلك، ألزم المورد بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بنوع السلعة ومكوناتها ومواصفاتها وقواعد استعمالها ومخاطرها وغير ذلك من البيانات باللغة العربية<sup>1</sup>، ولم يحدد الوسيلة المستخدمة في الإعلام مما يستفاد منه أن الإعلام عن السلع والخدمات عبر الإنترنت يجب أن يكون أيضا باللغة العربية.

كما أكد المشرع الجزائري على هذا الأمر في القانون رقم 09-203<sup>2</sup>، حيث نص في المادة 18 على أن: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا..."

استنادا على ما سبق، يتبين أن معظم التشريعات الحديثة توجب على المورد ضرورة إعلام المستهلك باللغة الوطنية، حتى يتمكن من معرفة وفهم كل البيانات الضرورية التي تساعد على القيام باختيار معقول عند التعاقد، تعزيزا لحمايته ووقاية له من الوقوع في عيب من عيوب الرضا.

### المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية

إن الالتزام بإعلام المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية هو التزام يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك مما يجعله عالما بظروف التعاقد وخصائص السلعة أو الخدمة محل العقد، وبالتالي فإن الإخلال بهذا الالتزام يؤثر لا محالة على رضا المستهلك ويؤدي إلى تعيب إرادته، مما يخول له المطالبة بإبطال العقد المبرم بطريقة إلكترونية مع إمكانية حصوله على تعويض جراء ما لحقه من ضرر نتيجة لإخلال البائع بهذا الالتزام.

إن جزاء الإخلال بالالتزام بتقديم المعلومات ينبنى على الحالة التي يقوم فيها المهني بتقديم المعلومات للمستهلك بطريقة لا تتفق مع نصوص القانون ومبادئ حسن النية، أو أن يمتنع عن تقديمها أو يقدمها بصورة مغايرة للحقيقة، فالبايع يجب عليه تقديم المعلومات الكافية للمستهلك ليضعه في صورة واضحة حول العقد المزمع إبرامه، وبالتالي فإن سكوته عن تقديم أي جزء من هذه المعلومات

<sup>1</sup> - المادة 7 من القانون الاتحادي الإماراتي رقم 24 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك.

<sup>2</sup> - قانون الجزائري رقم 09-03 بتاريخ 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 بشأن حماية المستهلك وقمع الغش. منشور بالجريدة الرسمية عدد 15، بتاريخ 8 مارس 2009، ص12

يعتبر إخلالا واضحا بالتزام قانوني يسهل على المستهلك إثباته، فإذا كان العرض متوفرا على شبكة الإنترنت فإن المستهلك يستطيع أن يثبت بأن موقع الويب لا يحتوي على المعلومات الكافية عن المبيع<sup>1</sup>، والجزاء المترتب عن الإخلال بالتزام البائع بتقديم المعلومات للمستهلك يكون إما جزاء مدنيا (أولا)، وقد يكون جزاء جنائيا (ثانيا).

### أولا: الجزاء المدني

يؤدي الإخلال بالتزام بالإعلام قبل التعاقد إلى تعيب إرادة المتلقي عديم الخبرة، مما يسمح له بالمطالبة بإبطال العقد بناء على غلط أو تدليس.

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

إن الإخلال بالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية يؤدي إلى وقوع المستهلك في الغلط، وبالتالي يكون من حقه طلب إبطال العقد كلما كانت إرادته غير سليمة نتيجة للمعلومات الصادرة عن المهني، فهذه المعلومات تكون ذات قيمة بالنسبة للمستهلك وتنصب بالأساس على الصفة الجوهرية للتعاقد، مما يعني معه أن غلط المستهلك في حالة عدم العلم بالمبيع غلط مفترض<sup>2</sup>.

وبالرغم من أن الشروط القانونية تقيد من استخدام الغلط التعاقد في إبطال العقد، فإن وجود الالتزام بإعلام المستهلك يسهل كثيرا من المطالبة بالإبطال استنادا إلى الغلط، ذلك أن وجود الالتزام بالإعلام يعتبر قرينة لا تقبل إثبات العكس في ثبوت اتصال الغلط بالمتعاقدين المحترف، كما أن سكوت البائع عن عرض المعلومات للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية يؤدي حتما إلى قيام الأخير بإبرام العقد تحت تأثير الغلط الذي سببه المتعاقد الآخر، كذلك فإن إعطاء المستهلك معلومات غير صحيحة عن المبيع سيؤدي إلى التفرير به لأنه لو علم بالمعلومات الصحيحة لما أقدم على التعاقد، وعليه فإن عدم إعلام المستهلك بصورة صحيحة يرتبط ارتباطا وثيقا بوجود إرادته معيبة غير واعية لماهية التصرف<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمود عبد الرحيم الشريقات، التراضي في تكوين العقد عبر الإنترنت- دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص120.

<sup>2</sup> - أمينة أضربيينة، الحماية القانونية للمستهلك في نطاق عقود التجارة الإلكترونية، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة قانون الأعمال والمقاولات، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الخامس، الرباط، السنة الجامعية 2014/2015، ص177.

<sup>3</sup> - نفس المرجع السابق، ص178.

## 2- المطالبة بالإبطال والتعويض لوقوع المستهلك في التدليس.

يشترط لإبطال العقد تأسيساً على تدليس أحد المتعاقدين، قيام المدلس بأفعال احتيالية تعد من قبيل التدليس وأن تتوفر لديه نية التضليل استناداً إلى هذه الأفعال.

ويعتبر الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات المرتبطة بالعقد من أهم حالات الكتمان التدليسي المكون للعنصر المادي في التدليس المؤدي لإبطال العقد، كما أن هذا الأمر يرتب جزءاً آخر وهو مطالبة المستهلك بالتعويض نتيجة قيام المسؤولية المدنية للبائع في الالتزام بالإعلام، فطلب التعويض يأتي لتعزيز إبطال العقد وتوقيع الجزاء على المهني، وتعويض المستهلك بشكل فعال عن الضرر الذي لحق به، كما قد ينحصر الجزاء على مخالفة الالتزام بالتبصير في منح التعويض دون المساس بالعقد<sup>1</sup>.

إلا أن قيام مسؤولية البائع نتيجة إخلاله بهذا الالتزام يجعلنا نتساءل حول الطبيعة القانونية لهذه المسؤولية، ما إذا كانت مسؤولية عقدية أو تقصيرية؟

احتدم النقاش بين أهل الفقه حول تحديد طبيعة هذه المسؤولية، فذهب اتجاه<sup>2</sup> إلى القول أن واجب الإعلام هو التزام عقدي يثير الإخلال به مسؤولية المنتج العقدية، وسنده في ذلك نظرية الخطأ في تكوين العقد، ويعني وجود عقد سابق على هذا العقد الأصلي وأن هذا العقد السابق هو عقد ضمان مفترض لصحة عقد البيع التالي عليه، فالمسؤولية العقدية تقوم عند الإخلال بالالتزامات التي تضمنها العقد صراحة، وكذلك تلك التي تدخل في دائرة التعاقد لكونها من مستلزمات العقد في ضوء الأحكام القانونية والعرفية وكذا طبيعة المعاملة.

بينما يذهب اتجاه آخر<sup>3</sup> إلى القول بالطبيعة التقصيرية لهذه المسؤولية، مادام يترتب على قيام هذه المسؤولية نشوء حق المتعاقد المتضرر في التعويض عن الضرر الذي أصابه، كما يقول أنصار

<sup>1</sup>- الراضي العثماني، مرجع سابق، ص48.

<sup>2</sup>- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1983، ص24، ومحمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مطبعة جامعة القاهرة، 1978، ص113.

<sup>3</sup>- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص35، عبد المنعم مرسي إبراهيم، حماية المستهلك- دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2007، ص384-385.

هذا الاتجاه أن العقد لم ينشأ أصلاً حتى نؤسس المسؤولية بناء عليه، ولا يوجد ما يثبت وجود اتفاق ضمنى سابق على العقد، وبالتالي فإن المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام هي مسؤولية تقصيرية تخضع لأحكام الفعل الضار،

ونحن نرى أن التوجه الثاني هو الأقرب للصواب، لأن البائع لا يخل بالتزام تعاقدي مدرج في عقد البيع، وإنما يخل بالتزام قانوني يفرضه عليه القانون ويكون سابقاً على إبرام العقد، وهذا الإخلال يؤدي إلى حدوث ضرر للمستهلك، وبالتالي فهو ملزم بتعويض هذا الضرر بناء على المسؤولية التقصيرية.

### ثانياً: الجزاء الجنائي

عملت مختلف التشريعات الحديثة رغبة منها في توفير حماية أكبر وأوسع للمستهلك، على إتباع الجزاءات المدنية بجزاءات جنائية، تساهم في حماية المستهلك من إخلال المهني بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد.

فبالنسبة للمشرع الفرنسي، نجد أن قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي في الفصل 6 منه تشدد في العقوبة عند إخلال المهني بالتزامه بالإعلام، حيث عاقبه بسنة حبسا وغرامة مالية قد تصل إلى 75.000 يورو، وفي حالة العود تضاعف العقوبة<sup>1</sup>. أما المشرع المغربي فقد عاقب هو الآخر على الإخلال بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في القانون رقم 08-31 وتحديدًا في المادة 177، حيث اعتبر عدم الإدلاء بالبيانات المنصوص عليها في المواد 29 و 30 و 32 من نفس القانون والمتعلقة بإعلام المستهلك، مخالفة يعاقب عليها بغرامة من 1.200 إلى 10.000 درهم.

وفي القانون الجزائري، نصت المادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03<sup>2</sup> على أنه: "يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون".

يتبين مما سبق، أن معظم التشريعات تفرض على البائع عقوبات نتيجة إخلاله بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد، غير أن هذه العقوبات المنصوص عليها قد تعتبر هزيلة إذا ما قورنت بحجم نشاط

<sup>1</sup> عبد الرحمان البازي، مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> القانون الجزائري رقم 03.09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، صادر بتاريخ 8 مارس 2009، الجريدة الرسمية عدد 15، ص 12.

ومداخل المهنيين، لذلك يجب على مختلف التشريعات التشدد في فرض العقوبة لأن ذلك من شأنه درع المهني عن الإخلال بالتزامه المفروض تجاه المستهلك وهو الالتزام بالإعلام، وذلك في سبيل تحقيق حماية فعالة للمستهلك باعتباره الطرف الأقل قوة في العلاقة التعاقدية الاستهلاكية.

## الخاتمة:

ختاماً يمكن القول أن موضوع حماية المستهلك في العقد الاستهلاكي الإلكتروني، وهو من المواضيع التي فرضت نفسها على الساحة القانونية، نظراً لأهميته من الناحيتين النظرية والعملية، وقد حاولنا الإحاطة بجوانب الموضوع الأساسية، وتبيان مظاهر الحماية التي جاءت بها مختلف التشريعات الوطنية والدولية في مجال حماية المستهلك.

وعموماً، فقد خلصنا من خلال مناقشة هذا الموضوع إلى مجموعة من النتائج، وهي أن جل التشريعات المقارنة تقرر الحماية للمستهلك في هذا النوع من التعاقد وتحقق له نوعاً من الأمان القانوني والتعاقدية، رغم اختلاف حجم هذه الحماية من تشريع لآخر، وأن النظرية العامة للالتزامات التعاقدية لا تزال قاصرة عن تحقيق حماية فعالة للمستهلك في التعاقد الإلكتروني وينبغي تعزيزها بنصوص قانونية واضحة وصريحة لسد النواقص والثغرات التي تشوب حماية المستهلك في هذا النوع من التعاقد.

وانطلاقاً من الملاحظات والإشكالات التي تعرضنا لها من خلال موضوع هذا البحث، ارتأينا إدراج بعض التوصيات والاقتراحات التي قد تساعد على سد هذه الثغرات وتحقق حماية فعالة لفئة المستهلكين بشكل عام، والمستهلكين المتعاملين بالوسائل الإلكترونية على وجه الخصوص، ويمكن إجمال هذه الاقتراحات كما يلي:

- تكوين أطر متخصصة في ميدان العقود الإلكترونية.
- سن قوانين جديدة توطر المعاملات التجارية الإلكترونية وتواكب التطورات التي يشهدها هذا الميدان.
- تشديد الجزاءات الجنائية المتعلقة بإغفال تقديم المعلومات المتعلقة بالمنتج أو تقديم معلومات مغلوطة أو غير صحيحة.
- إنشاء مزيد من الجمعيات التي تعنى بحماية المستهلك الإلكتروني، وتمكينها من الدعم المادي والقانوني.

- إنشاء مراكز افتراضية معلوماتية، تقدم معلومات للأفراد وتوضح لهم كيفية التعامل بالتجارة الإلكترونية.
- إنشاء مؤسسات مالية عبر شبكة الإنترنت تقوم بدور الوسيط بين المستهلك والتاجر لضمان عدم تعرض المستهلك للسرقه والاحتيال.
- القيام بحملات توعية توضح للمستهلك المخاطر التي قد يتعرض لها جراء إقدامه على التعامل بالتجارة الإلكترونية، وتعرفه بحقوقه في العلاقة الاستهلاكية، ومن ثم العمل على زيادة المتعاملين بالتجارة الإلكترونية.

### قائمة المصادر والمراجع:

#### أولاً: الكتب

- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- الحسين بلحساني، الموجز في العقود الخاصة، العقود الاستهلاكية- البيوع العقارية- الاكزية السكنية، دون ذكر دار النشر، 2014.
- عبد الحكيم زروق، تنظيم التبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية عبر الإنترنت، سلسلة الشؤون القانونية والمنازعات رقم 7، دار الأمان، الرباط، الطبعة الأولى 2016.
- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني- دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 2011.
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى 2008،
- العربي جنان، التعاقد الإلكتروني في القانون المغربي- دراسة مقارنة، المطبعة والوراقة الوطنية الداوديات، مراكش، الطبعة الأولى، 2010.
- كوثر سعيد عدنان وسميحة القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني في ضوء قانون حماية المستهلك المصري والتوجيهات الأوروبية والقانون الفرنسي وقانون اليونسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 2016.

- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية- دراسة مقارنة، منشورات زين الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى 2011.
- حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997.
- العربي جنان، التعاقد الإلكتروني في القانون المغربي- دراسة مقارنة، المطبعة والوراقة الوطنية الداوديات، مراكش، الطبعة الأولى، 2010.
- محمد محمد حسن الحسني، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.
- محمود عبد الرحيم الشريفات، التراضي في تكوين العقد عبر الإنترنت- دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- محمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مطبعة جامعة القاهرة، 1978.
- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
- عبد المنعم مرسي إبراهيم، حماية المستهلك- دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، 2007.
- مريم بن خليفة، التسويق الإلكتروني وآليات حماية المستهلك، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة- مصر، الطبعة الأولى، 2017.
- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1983، ص24، ومحمود جمال الدين زكي، الوجيز في النظرية العامة للالتزامات، مطبعة جامعة القاهرة، 1978.
- محمد سعيد أحمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.
- المهدي نزيه محمد صادق، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى.

## ثانيا: الأطروحات والرسائل الجامعية

### 1- الأطروحات

- أمينة اضربيينة، الحماية القانونية للمستهلك في نطاق عقود التجارة الإلكترونية، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة قانون الأعمال والمقاولات، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الخامس، الرباط، السنة الجامعية 2015/2014.
- خليل زكرياء، المسؤولية المدنية للبائع المهني وتطبيقاتها على عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، وحدة القانون المدني، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة القاضي عياش، مراكش، السنة الجامعية 2010/2009.
- عامر قاسم أحمد، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بغداد، 1998.

### 2 - الرسائل

- يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007.
- سعيد البتولي، مآل التجارة الإلكترونية عبر الأساليب التعاقدية للقانون رقم 05-53، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة القاضي عياش- مراكش، السنة الجامعية 2012/2011.
- فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة لنيل دبلوم الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان- الأردن، السنة الجامعية 2011/2010.
- أسال محمد جبريل، فسخ عقد البيع الإلكتروني، رسالة للحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان-الأردن، السنة الجامعية 2018/2017.
- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، السنة الجامعية 2015/2014.
- مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

- الغزاوي محمد، حماية المستهلك في التعاقد عن بعد، رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، وحدة التكوين والبحث في قانون العقود والعقار، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الأول- وجدة، السنة الجامعية 2015/2014.

### ثالثا: المقالات والمجلات

- حمزة شيكي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد البيع الإلكتروني على ضوء التشريع المغربي، مجلة الباحث للدراسات والأبحاث القانونية والقضائية، العدد 12، يونيو 2019.

- غيتة دكراوي، حدود حماية المستهلك من الشرط التعسفي، منشورات المجلة المغربية للأنظمة القانونية والسياسية، العدد رقم 16، مطبعة الأمنية، الرباط، الطبعة الأولى 2019.

### رابعا: الأبحاث المؤتمرات

- الراضي عثمانى، الأسس القانونية لحماية المستهلك في العقود التقليدية والإلكترونية، بحث لنيل دبلوم السلك العالي في التدبير الإداري للمدرسة الوطنية للإدارة، الفوج الثامن، السنة الدراسية 2010/2009.

- إيمان بنشانة، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، بحث نهاية تكوين الملحقين القضائيين، الفوج 39، المعهد العالي للقضاء-الرباط، 2014.

### خامسا: المراجع باللغة الأجنبية

j.chestin,les liens de dol dans la formation du contrat et de l'obligation precontractuelle de renseignement, note sous cass, civ 3eme ch, fevrier 1981, dalloz.

CALAIS AuloY CJ, Linfluence du droit de loi consommation sur le droit civil des contrats;R.T.D Civ,éd, 1994.

Lionel Archambault, la formation du contrat de vente en ligne et la protection du consommateur, mémoire, université paris 1 panthéon sorbonne, dess droit de linternet, administration et entreprise, anné 2003/2004.