

الإلتزامات المترتبة على عقد الإعلان الإلكتروني

أ.د. جليل حسن الساعدي

طالبة الماجستير فاطمة نجم محمد

كلية القانون - جامعة بغداد

مُلخص

إن التطور المستمر في مجال نظم المعلومات والإتصالات أدى الى ظهور العديد من العقود الحديثة الخاصة بتجهيز خدمات الإنترنت وكيفية الإستفادة منها والتي يعتبر عقد الإعلان الإلكتروني نوعاً منها ، إذ يُعد الإنترنت من أبرز وسائل الإعلان عن المنتجات والخدمات في الوقت الحاضر ، بوصفه يقدم لناشري الإعلانات وسطاً إعلانياً إلكترونياً يفوق بكثير ما يقدمه الإعلان التقليدي ، وهذا ما دفع الكثير من المعلنين اللجوء الى نشر إعلاناتهم إلكترونياً ، ووسيلتهم في ذلك هي التعاقد مع الناشر الإلكتروني أو وكالة الإعلان الإلكتروني التي بدورها تتعاقد مع الناشر للغرض ذاته ، ويترتب على عقد الإعلان الإلكتروني جملة إلتزامات تقع على عاتق كل من طرفيه وهما الناشر الإلكتروني والمعلن الإلكتروني ، ولعل من أبرز إلتزامات الناشر الإلكتروني هي الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد والإلتزام بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني والإلتزام بالمحافظة على سرية المهنة ، أما إلتزامات المعلن الإلكتروني فتتمثل بالإلتزام بدفع المقابل النقدي والإلتزام بتزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الإعلاني والإلتزام بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله .

Abstract:

The continuous development in the field of information and communication systems led to the emergence of many new contracts for the processing of Internet services and how to use them , Which is the online advertising contract some kind of them. Nowadays, the internet is considered one of the most important media advertising for products and services comparing to what traditional advertising services present, a lot of advertisers are resorting to publish their ads electronically , Their means of doing so is to contract with an online publisher or an e-advertising agency that in turn contracts the publisher for the same purpose , The electronic advertising contract entails a set of obligations on both the publisher and the online advertiser , One of the most prominent obligations of an online publisher is the commitment to electronic media before contracting , And commitment to provide electronic advertising service and commitment to provide confidentiality of the profession , The obligation of the online advertiser is to be obliged to pay cash , The obligation to provide the electronic publisher with information necessary for the performance of the advertising work and the obligation to review and accept the electronic advertisement .

المقدمة

أولاً : موضوع البحث :

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد الصادق الأمين وعلى أهل بيته الطيبين الطاهرين وأصحابه المنتجبين ، أما بعد ...

يُعد الإنترنت من أبرز وسائل الإعلان عن السلع والخدمات في الوقت الحاضر، إذ لجأ إليه الأفراد والشركات للإعلان عن منتجاتهم وخدماتهم من خلال أرشاد المستهلكين لكل ما هم بحاجة إليه من معلومات ، بوصفه يقدم لناشري الإعلانات وسطاً إعلانياً إلكترونياً يفوق بكثير ما يقدمه الإعلان التقليدي ، وهذا ما دفع المعلنين اللجوء الى نشر إعلاناتهم إلكترونياً ، والوسيلة التي يلجأ إليها المعلن الإلكتروني لنشر إعلانه عبر شبكة الإنترنت هي التعاقد مع الناشر الإلكتروني أو اللجوء الى وكالة الإعلان الإلكتروني لتتولى إبرام العقد مع الأخير ، فعقد الإعلان الإلكتروني هو عقد يتعهد بمقتضاه شخص وهو الناشر الإلكتروني بتحقيق عمل إعلاني لمصلحة الطرف الآخر وهو المعلن الإلكتروني ونشر إعلانه عبر شبكة الإنترنت ، بحيث يستطيع أي متصفح لهذه الشبكة أن يطلع على هذا الإعلان ، ويكون ذلك لقاء أجر يلتزم به المعلن الإلكتروني ، ويترتب على هذا العقد جملة إلتزامات على عاتق كل من طرفيه وهما الناشر الإلكتروني والمعلن الإلكتروني ، فبعد إنعقاد عقد الإعلان الإلكتروني بين طرفيه فإنه يدخل في مرحلة التنفيذ ، الأمر الذي يترتب عليه جملة إلتزامات تختلف وفقاً لطبيعة هذا العقد الذي يُبرم ويُنفذ في أغلب الأحيان في العالم الافتراضي .

وسنحاول في هذا البحث أن نسلط الضوء على هذه الإلتزامات ، ولعل من أبرز إلتزامات الناشر الإلكتروني هي الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد والإلتزام بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني والإلتزام بالمحافظة على سرية المهنة ، أما إلتزامات المعلن الإلكتروني فتتمثل بالإلتزام بدفع المقابل النقدي والإلتزام بتزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الإعلاني والإلتزام بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله .

ثانياً : أهمية موضوع البحث :

ترجع أهمية البحث في عقد الإعلان الإلكتروني بشكل عام الى كونه يُعد من العقود الحديثة المتعلقة بتجهيز خدمات الإنترنت وكيفية الإستفادة منها ، نظراً للثورة الهائلة التي أحدثها الإنترنت ، فالدراسات الحديثة أثبتت أن أغلب الأفراد يقضون أوقاتهم في تصفح المواقع الإلكترونية والتي تتضمن بشكل أو بآخر إعلانات إلكترونية تجذب أنتباههم .

ويتجرد موضوع البحث عموماً من الفائدة العملية التي تُمثل الغاية الرئيسة لبحثه إذا لم ينتج أثراً قانونية تتمثل بالحقوق والإلتزامات المترتبة على عاتق كل من طرفيه ، فأذا ما أبرم عقد الإعلان الإلكتروني بالشكل الصحيح فإنه يرتب جملة إلتزامات على عاتق كل من الناشر الإلكتروني والمعلن الإلكتروني ، ولامجال لبحث حقوق كل طرف من أطرافه ، ذلك إن عقد الإعلان الإلكتروني كغيره من العقود الملزمة لجانبين يعتبر إلتزام كل طرف فيه حقاً للطرف الآخر ، لذا فإن بحثنا هذا سوف يقتصر على بيان إلتزامات طرفي العقد .

ثالثاً : مشكلة البحث وأسباب اختياره :

مما لا شك فيه أن عقد الإعلان الإلكتروني أصبح عنصراً مهماً من عناصر التجارة الإلكترونية ، إذ وجد التجار ضالهم في شبكة الإنترنت التي تتسم بالسرعة في تحديث الإعلانات عن السلع والخدمات المعروضة ، والآثار التي تترتب على عقد الإعلان الإلكتروني تُثير مشكلات عدة وخاصة فيما يتعلق بكيفية تنفيذه في العالم الافتراضي ، فتثار مشكلة المكان الذي يُنشر فيه الإعلان الإلكتروني وعدد مرات نشره ، وكذلك مدى الضرر الذي يلحق بالمعلن الإلكتروني لكي تتحقق مسؤولية الناشر الإلكتروني عن إفشاء أسرار المهنة إضافة الى مشكلة الدفع الإلكتروني ومدى إمكانية تعديل المقابل النقدي المحدد في العقد ، وغيرها من التساؤلات التي سنحاول أن نجيب عليها في هذا البحث.

رابعاً : منهجية البحث :

إن البحث في موضوع الإلتزامات المترتبة على عقد الإعلان الإلكتروني أكثر ما يكون بحاجة الى الدراسة التحليلية التي تقوم على تحليل الآراء الفقهية والأحكام القضائية والقواعد

القانونية ذات الصلة بموضوع البحث ، وحتى تؤتي الدراسة ثمارها لا بد أن يكون البحث مقارناً ، وسوف نعتد في مقارنتنا على التشريعين المصري والفرنسي مع التشريع العراقي .

خامساً : خطة البحث :

تُملّي ضرورة البحث في الموضوع أن نطرحه وفقاً لخطة علمية مقسمة الى مطلبين :

المطلب الأول سنخصه للإلتزامات المترتبة على الناشر الإلكتروني ، والذي بدوره ينقسم الى ثلاثة فروع ، الفرع الأول سيكون للإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد ، أما الفرع الثاني فسنخصه للإلتزام بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني ، في حين سنكرس الفرع الثالث للإلتزام بالمحافظة على سرية المهنة .

أما المطلب الثاني فسيكون مخصصاً لبيان إلتزامات المعلن الإلكتروني ، والذي سنقسمه الى ثلاثة فروع ، الفرع الأول سنخصه للإلتزام بدفع المقابل النقدي ، أما الفرع الثاني فسيكون للإلتزام بتزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الإعلاني ، في حين سيأتي الفرع الثالث مخصصاً للبحث في الإلتزام بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله .

وأخيراً نختم البحث بخاتمة تتضمن أبرز النتائج التي توصلنا إليها .

المطلب الأول

الإلتزامات المترتبة على الناشر الإلكتروني

يُرتب عقد الإعلان الإلكتروني جملة من الإلتزامات على عاتق الناشر الإلكتروني ، فهو الطرف الرئيس والفعال في العقد ، ولعل أبرز تلك الإلتزامات هي الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد ، والإلتزام بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني ، والإلتزام بالمحافظة على سرية المهنة ، وهذا ما سنبينه بشيء من التفصيل في ثلاثة فروع .

الفرع الأول

الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

يُعتبر الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد^(١) من أهم الضمانات القانونية التي تهدف الى تحقيق المساواة في العلم بين طرفي العلاقة العقدية بصورة عامة وضمن سلامة إرادتهما، خاصة وإن العقود الإلكترونية عادة ما تتم بين متعاقد مهني ومستهلك يحتاج الى حماية القانون^(٢).

١. ويُعرف الإلتزام بالإعلام بأنه "الإلتزام سابق على التعاقد يتعلق بالإلتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل ومتنور على علم بالتفصيلات كافة لهذا العقد ؛ وذلك بسبب ظروف وأعتبارات معينة قد ترجع الى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهم أن يُلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على هذه الإعتبارات الإدلاء بالبيانات"^(٣)، وقيل في تعريفه أيضاً بأنه " الإلتزام الذي ينشأ في مرحلة المفاوضات العقدية والذي يفرض على كل طرف فيها والذي يعلم أو ينبغي له أن يعلم بمعلومات تتعلق بمحل العقد، أن يزود الطرف الآخر بها والذي لا يعلم أو ليس بإمكانه العلم بها"^(٤)، كما إن هناك من الفقه الفرنسي يُعرف الإلتزام بالإعلام بأنه "الإلتزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الإستهلاك ، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حرسليم لدى المستهلك"^(٥).

ويرجع أساس الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد الى قصور الحماية التقليدية للإرادة التعاقدية من خلال نظرية عيوب الإرادة ، إذ أن هناك الكثير من العقود يحتاج المتفاوض فيها قبل التعاقد الى حماية خاصة وفعّالة بسبب طبيعة هذه العقود ، أما لأن أحد الأطراف مهني محترف ، أو لأن المتفاوض الآخر ليس على دراية تامة أو إن خبرته غير كافية بالشئ محل

التعاقد ، أو بسبب حادثة الشيء محل العقد وتعدد إستعمالاته ، كما ويرجع أساسه أيضاً الى عدم التكافؤ بين طرفي العقد المتفاوض عليه من حيث العلم بعناصر العقد وظروفه ، مما يلقي على الطرف المحترف في العقد الإلتزام بالإدلاء للطرف الآخر بكافة المعلومات لكي يتسم بالوضوح والشفافية وحسن النية^(٦) .

ويكتسب هذا الإلتزام أهمية بالغة في نطاق عقد الإعلان الإلكتروني؛ وذلك بسبب الطبيعة الخاصة لهذه العقد ، إذ أن الناشر الإلكتروني يلتزم بتقديم المعلومات اللازمة للمعلن الإلكتروني قبل التعاقد وتختلف هذه المعلومات حسب نوع عقد الإعلان الإلكتروني ، ففي عقد شراء المساحة الإعلانية مثلاً يلتزم بائع المساحة الإعلانية (الناشر الإلكتروني) بأن يُعلم مشتري المساحة الإعلانية (المعلن الإلكتروني) بأسعار نشر الإعلانات والشروط العامة للإعلان قبل التعاقد بغية حماية المعلن الإلكتروني عند شراءه للمساحة الإعلانية^(٧)، وقد يتم هذا الإعلام مباشرة للمعلن الإلكتروني أو من خلال وكالة الإعلان الإلكتروني التي ستصبح وكيلاً عن المعلن عند إبرام العقد مستقبلاً^(٨).

وبخصوص موقف التشريعات المقارنة من هذا الإلتزام في عقد الإعلان الإلكتروني ، فيلاحظ أن المشرع الفرنسي قد أولى له أهمية خاصة في عقد الشراء غير المباشر للمساحة الإعلانية ، وقد تم فرض هذا الإلتزام قبل صدور القانون الخاص بمراعاة الشفافية في إداء الخدمة الإعلانية والمسعى بقانون (Sapin) على عاتق كل من يقوم ببيع منتج معين وذلك في الأمر الخاص بحرية الأسعار والمنافسة رقم (١٢٤٣-٨٦) الصادر في (١) كانون الأول ١٩٨٦^(٩) في المواد (٣٣ و٣٦) منه ، وبعد صدور قانون (Sapin) تم النص على هذا الإلتزام في المادة (١٨) منه^(١٠) والتي ألزمت كل بائع لمجال إعلاني (أي الناشر) بإعلام المعلن الإلكتروني قبل التعاقد بجدول الأسعار المعمول بها في عقود الإعلانات عندما تتدخل وكالة الإعلان كوكيل عنه في التعاقد، وبذلك نجد إن قانون (Sapin) قد وسّع من نطاق الإلتزام بالإعلام ليشمل كل من يقدم خدمة وبصفة خاصة بائع المساحة الإعلانية بخلاف الأمر الصادر في (١) كانون الأول ١٩٨٦ الذي كان يحصر هذا الإلتزام على (بيع المنتجات فقط) ، فالمعلن الإلكتروني يجب أن يحاط علماً بالأسعار والشروط العامة للتعاقد كضرورة إبلاغه من جانب وكالة الإعلان

الإلكتروني بالمبالغ التي تحصل عليها قبل أن يقدم على التعاقد معها^(١١) ، ومن أجل ضمان تنفيذ هذا الإلتزام فقد فرضت المادة (١/٢٥) من قانون (Sapin) غرامة مالية في حالة مخالفته من قبل بائع المساحة الإعلانية (الناشر الإلكتروني) أو وكالة الإعلان الإلكتروني، ويزداد مقدار هذه الغرامة في حال تقديم معلومات كاذبة أو مضللة عن الأسعار بشكل متعمد من قبل أحدهما^(١٢) .

أما على صعيد التشريعين المصري والعراقي فأنهما قد أشارا الى الإلتزام بالإعلام من قبل المجهز والمعلن تجاه المستهلك في قوانين حماية المستهلك ويمكن تطويع هذه النصوص على إلتزام الناشر الإلكتروني بالإعلام قبل المعلن الإلكتروني وعلى النحو الذي لا يتعارض مع طبيعة إلتزامات الناشر الإلكتروني .

فقد أشار المشرع المصري الى الإلتزام بالإعلام في المادة (٦) من قانون حماية المستهلك^(١٣) والتي تنص على أنه " على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق إنطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط ، ويعفى المعلن من المسؤولية متى كانت المعلومات التي تضمنها الإعلان فنية يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها ، وكان المورد قد أمده بها" ، أما المشرع العراقي فأن قانون حماية المستهلك^(١٤) أورد في المادة (٧) منه بإلزام المجهز أو المعلن بالتأكد من تثبيت البيانات والمواصفات والمكونات الكاملة للمنتج وخاصة بدء وإنهاء الصلاحية وبلد المنشأ قبل طرحها في السوق أو قبل إجراء عملية البيع أو الشراء أو الإعلان عنها ، أما المادة (٩) من ذات القانون فقد حظرت على المجهز والمعلن إنتاج أو بيع أو عرض أو إعلان عن السلع والخدمات المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة وكذلك السلع التي لم يدون على أغلفتها أو عليها وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها، أو التحذيرات (إن وجدت) وتاريخ بدء وإنهاء الصلاحية ، كما وحظرت أيضاً إخفاء أو تغيير أو إزالة أو تحريف تاريخ الصلاحية وإعادة تغليف المنتجات التالفة أو المنتهية الصلاحية بعبوات وأغلفة تحمل صلاحية مغايرة للحقيقة ومضللة للمستهلك .

وعليه يتضح لنا إن الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد يعتبر ضرورة لابد منها من أجل حماية المعلن الإلكتروني وتزويده بكافة المعلومات المتعلقة بالعقد موضوع البحث .

الفرع الثاني

الإلتزام بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني

يلتزم الناشر الإلكتروني بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت ، ويعتبر هذا الإلتزام من أهم إلتزامات الناشر الإلكتروني ، فهو إلتزام بتحقيق نتيجة ، والنتيجة المرجوة هي تحقيق العمل الإعلاني ، أي نشر الإعلان عبر شبكة الإنترنت ، ومعنى ذلك أن الناشر الإلكتروني لا تبرأ ذمته إلا بتحقيق هذه النتيجة ، ولا يكفي لأعتبار الناشر الإلكتروني موفياً لإلتزامه هذا أن يقوم بنشر الإعلان الإلكتروني على موقعه الخاص به فحسب بل يجب أن يكون ما يقوم بنشره مطابقاً لما هو منصوص عليه في العقد من شروط ومواصفات ومتفقاً مع أصول المهنة^(١٥) .

ويترتب على ذلك عدم إمكانية قيام الناشر الإلكتروني إدخال أي تعديل في صيغة الإعلان الإلكتروني أو شكله إلا بعد الحصول على موافقة المعلن الإلكتروني ، ومع ذلك يحق للناشر الإلكتروني أن يمتنع عن نشر الإعلان على الموقع الإلكتروني الخاص به إذا كانت محتوياته أو صيغته مما يمكن أن تعرضه للمسؤولية سواء أكانت مسؤولية مدنية أم جنائية^(١٦) كما لو كان الإعلان الإلكتروني يتعلق ببضائع ممنوعة أو كانت طبيعة الإعلان الإلكتروني مخلة بالنظام العام أو الآداب العامة لبلد المعلن الإلكتروني .

ويذهب رأي في الفقه الفرنسي^(١٧) الى إن إلتزام الناشر الإلكتروني لا يقف عند هذا الحد وإنما يلتزم أيضاً في حال حصول تغيير في الموقع الإلكتروني الخاص به بعد نشر الإعلان الإلكتروني على النحو الذي يضطره الى تغيير موقع نشر الإعلان بأن يخطر المعلن الإلكتروني بذلك ، وكذلك إذا حصل تغيير في ظروف نشر الرسالة الإعلانية فيلتزم الناشر الإلكتروني بأخطار المعلن الإلكتروني بهذه الظروف والحصول على موافقته على هذه التعديلات .

إن البحث في هذا الإلتزام يقتضي بنا أن نفصّل في مكان نشر الإعلان الإلكتروني وحجمه وعدد مرات نشره وكذلك في تاريخ نشر الإعلان الإلكتروني ، وهذا ما سنعمل على بيانه في ثلاث نقاط فرعية:

أولاً : مكان نشر الإعلان الإلكتروني :

يختلف المكان الذي يتم فيه نشر الإعلان الإلكتروني بحسب طبيعة موضوع الإعلان ، ومن الطبيعي أن المعلن الإلكتروني عندما يتعاقد مع الناشر الإلكتروني يرغب في أن يصل إعلانه الى أكبر عدد من الجمهور ، فعلى سبيل المثال يرغب المعلن عادة بنشر الإعلان عن المنتجات التي تخص النساء من مواد تجميل و أكسسوارات على المواقع الإلكترونية الخاصة بالأمور الإجتماعية التي تهتم النساء ، ذلك أن تفضيل موقع معين للناشر الإلكتروني يعتمد أساساً على طبيعة المنتج أو الخدمة المراد الإعلان عنها^(١٨) .

وعادة ما يتم الاتفاق بين طرفي عقد الإعلان الإلكتروني على مكان نشر الإعلان الإلكتروني ، كأن يكون مثلاً في أعلى الموقع أو أدناه أو في أحد جوانبه ، وعندما يطلب المعلن الإلكتروني نشر إعلانه على مكان بارز ومتميز من الموقع الإلكتروني الخاص بالناشر الإلكتروني فيجب عليه أن يأخذ بالحسبان دفع مقدار أكبر من المقابل النقدي لقاء تفضيله لهذا المكان والذي يتراوح عادة بين ٢٥% الى ٧٥% ك مبلغ إضافي على الأجر المحدد^(١٩) ، وفي حال عدم الإتفاق بين طرفي العقد على المكان الذي يُنشر فيه الإعلان الإلكتروني فأن على الناشر الإلكتروني أن ينشر الإعلان في نفس المكان أو الموقع المخصص عادة من قبله لنشر بقية الإعلانات المتشابهة من حيث الموضوع^(٢٠) .

ويُثار التساؤل بهذا الصدد عن مدى إمكانية قيام الناشر الإلكتروني (في حال إذا ما تعاقد على نشر إعلان عن منتج أو خدمة معينة) التعاقد مع معلن آخر لنشر إعلان عن منتج أو خدمة منافسة لمنتج أو خدمة المعلن الأول ؟

أختلف الفقه في الإجابة على هذا التساؤل وأنقسم في ذلك الى رأيين:

الرأي الأول^(٢١): يذهب هذا الرأي الى عدم إمكانية قيام الناشر الإلكتروني بالتعاقد على نشر إعلان منافس لإعلان آخر سبق له نشره وإلا عُد مَخْلًا بتنفيذ إلتزامه تجاه المعلن الأول ؛ ذلك لأن من شأن هذه المنافسة حرمان المعلن الأول من الإنتفاع بثمرة الإعلان الإلكتروني .

الرأي الثاني^(٢٢): يذهب الى إمكانية قيام الناشر الإلكتروني بمثل هذا العمل ، ويكون موفياً بإلتزامه تجاه المعلن الأول الذي تعاقد معه ، طالما أنه قام بنشر الإعلان الإلكتروني على الوجه المطلوب ، فلا يوجد ما يمنعه من التعاقد مع معلن آخر لنشر إعلان عن منتج أو خدمة منافسة ، ويذهب أصحاب هذا الرأي الى أكثر من ذلك بالقول بإمكانية قيام الناشر الإلكتروني بنشر مقال على الموقع الذي نشر فيه الإعلان الإلكتروني يُبين فيه مضار المنتج أو الخدمة المعلن عنها بشكل عام طالما أن هذا المقال لا يقصد المنتج أو الخدمة بالذات بل يرمي الى تنبيه الجمهور وتحقيق المصلحة العامة ، كما لو تم نشر إعلان إلكتروني يروج لسكائر (GAULOISES) ونشر مقال بجانبه في ذات الفترة التي نشر فيها الإعلان الإلكتروني يُبين فيه أضرار السكائر على الصحة العامة .

ثانياً : حجم الإعلان الإلكتروني وعدد مرات نشره :

غالباً ما يتم الإتفاق بين طرفي العقد على حجم الإعلان الإلكتروني أو المساحة الإعلانية التي سيتم فيها نشر الإعلان ووقت الإعلان فيما لو كان عبارة عن فيديو يبث على مواقع اليوتيوب (YouTube) مثلاً، فالمعلن الإلكتروني قد يرغب في الحصول على بنر كامل (Full Banner) أو نصف بنر (Half Banner) على الموقع والناشر الإلكتروني ملزم بتلبية رغبة المعلن الإلكتروني على الوجه المطلوب ، وغالباً ما تتضمن عقود الإعلان الإلكتروني النموذجية حقلاً يوضح فيه حجم الإعلان الإلكتروني الذي يرغب المعلن الإلكتروني في الحصول عليه، هذا ويختلف مقدار المقابل النقدي الذي يدفعه المعلن الإلكتروني حسب حجم المساحة الإعلانية التي يرغب في الحصول عليها، وحسب المدة التي سيتم فيها بث الإعلان الإلكتروني ، أما عن عدد مرات نشر الإعلان الإلكتروني فالأصل إن اتفاق الطرفين المتعاقدين هو الذي يحدد ذلك ، وفي حالة عدم الاتفاق فأن الناشر الإلكتروني يكون مؤدياً لإلتزامه إذا قام بنشر الإعلان الإلكتروني على موقعه ولو لمرة واحدة^(٢٣) .

ثالثاً : تاريخ نشر الإعلان الإلكتروني :

يلتزم الناشر الإلكتروني بأن ينشر الإعلان الإلكتروني في التاريخ الذي تم الاتفاق عليه في العقد ، وإذا لم يوجد اتفاق على تاريخ معين يتم فيه النشر فهذا لا يعني أن الناشر الإلكتروني يكون ملزماً ببث الإعلان الإلكتروني على الفور ، إذ يعتبر في هذه الحالة مؤدياً لإلتزامه إذا قام بنشر الإعلان الإلكتروني في أقرب وقت يتمكن فيه من النشر^(٢٤) ، ومع ذلك فأن هناك عقوداً نموذجية للإعلان الإلكتروني تحدد تاريخاً معيناً لنشره ، في حين أن هناك عقوداً أخرى تجيز تأخير النشر مدة معينة أو حتى تقديمه عن الموعد المتفق عليه لكي يتاح للناشر الإلكتروني نشر الإعلان في الموقع المخصص لنشره وسط زحام الإعلانات على شبكة الإنترنت^(٢٥) .

ولا تتحقق مسؤولية الناشر الإلكتروني عن التأخر في نشر الإعلان الإلكتروني متى ما كان هذا التأخير راجعاً الى خطأ المعلن الإلكتروني ، كما لو تأخر في تقديم مادة الإعلان أو نوع البضاعة أو الخدمة التي يرغب بالإعلان عنها^(٢٦) ، ومع ذلك فقد يحتفظ الناشر الإلكتروني في العقد بحقه في تأخير نشر الإعلان لمدة معينة ، ففي هذه الحالة لا يعتبر مخالفاً بتنفيذ إلتزامه إذا ما تأخر في نشر الإعلان على موقعه الإلكتروني على اعتبار أن المعلن الإلكتروني قد قبل بهذا التحفظ عند إبرام العقد ، وفي هذه الحالة فقط يصبح إلتزام الناشر الإلكتروني بتقديم خدمة الإعلان إلتزاماً ببذل عناية وليس بتحقيق نتيجة ، فيكفي أن يثبت الأخير أنه قد بذل عناية الشخص المعتاد في نشر الإعلان الإلكتروني في التاريخ المحدد إلا أنه لم يتمكن من ذلك ، ومع ذلك يذهب رأي في الفقه^(٢٧) الى القول بأن إلتزام الناشر الإلكتروني يبقى في هذه الحالة إلتزاماً بتحقيق نتيجة ضمن المدة المعقولة .

الفرع الثالث

الإلتزام بالمحافظة على سرية المهنة

قد يعهد المعلن الإلكتروني الى الناشر الإلكتروني مهمة دراسة جودة خدماته أو منتجاته والمقارنة بين مزاياها وعيوبها ودرجة ثباتها في وجه المنافسة للمنتجات والخدمات الأخرى المعلن عنها وكيفية التغلب عليها ، ومن شأن ذلك أن يؤدي الى إطلاع الناشر الإلكتروني على الأسرار

الصناعية أو التجارية الخاصة بالمنتج أو الخدمة المراد الإعلان عنها والتي لا بدّ للمعلن أن يحتفظ بها تجنباً للمنافسة ، كما أن الناشر الإلكتروني قد يطّلع بحكم عمله على بعض المعلومات والبيانات الخاصة بالمعلن الإلكتروني ، لذا فغالباً ما يتضمن عقد الإعلان الإلكتروني شرطاً يوجب على الناشر الإلكتروني المحافظة على سرية المهنة طوال مدة العقد المبرم بين الطرفين وحتى بعد إنتهاءه^(٢٨) ، كما يبقى الناشر الإلكتروني ملزماً بهذا الإلتزام حتى لو لم يتضمن العقد مثل هذا الشرط وذلك بحكم مهنته وباعتباره من مستلزمات العقد الذي جرى العرف على الأخذ به^(٢٩) ، كما إن الناشر الإلكتروني يلتزم بالمحافظة على سرية مهنته حتى يدراً عن نفسه المسؤولية الجنائية^(٣٠) والمدنية التي تنشأ إذا ما خالف واجب الحيطة الذي يثقله بهذا الشأن^(٣١).

وبصدد تحديد معنى السرية المهنية ، فليس من السهل تحديده في هذا المجال لخلو التشريعات من إيراد تعريف محدد له ، لذا فأن هناك من الفقه يُعرف السرية المهنية بصدد عقود خدمة المعلومات الإلكترونية بأنها "الإلتزام الذي يقع على عاتق مقدم الخدمة ، بعدم إفشاء أي وقائع أو معلومات أو بيانات تخص شخص العميل أو مهنته أو الأسرار التي تصل الى علمه بطريقة مباشرة من العميل أو بطريقة غير مباشرة بمناسبة ممارسته لمهنته"^(٣٢).

ويمكننا تعريف السرية المهنية بصدد عقد الإعلان الإلكتروني بأنها "الإلتزام الملقى على عاتق الناشر الإلكتروني بعدم إفشاء الأسرار الصناعية أو التجارية الخاصة بالمنتج أو الخدمة المراد الإعلان عنها إلكترونياً أو الأسرار الخاصة بشخص المعلن الإلكتروني والتي تصل الى علم الناشر الإلكتروني ، سواء تضمن العقد شرطاً يفرض عليه هذا الإلتزام أم لم يتضمن".

هذا ويلاحظ أن ما يميز هذا الإلتزام عن غيره من الإلتزامات السابق ذكرها للناشر الإلكتروني هو إنه يعتبر من الإلتزامات السلبية ، إذ إن المحافظة على السرية المهنية يعد إمتناعاً عن القيام بعمل ، وهو إلتزام بتحقيق نتيجة فلا يستطيع الناشر الإلكتروني أن يعفي نفسه من المسؤولية بالإدعاء أن إفشاء السر قد حدث على الرغم من إتخاذ الحيطة والحذر ، ولكن قد يتبادر الى الذهن تساؤلاً حول مدى أشتراط إلحاق الضرر بالمعلن الإلكتروني لكي تتحقق مسؤولية الناشر الإلكتروني عن إفشاء أسرار المهنة ؟

بالرجوع الى القواعد العامة في القانون المدني ، نجد أن الضرر ركن أساس لقيام المسؤولية المدنية ، ومن ثم لا يصح الكلام عن المسؤولية إذا لم يوجد ضرر ، سواء أكانت المسؤولية الناشئة عن إفشاء السر عقدية أم تقصيرية^(٣٣) ، مع ملاحظة أن مسؤولية الناشر الإلكتروني عن الأضرار التي تلحق بالمعلن الإلكتروني نتيجة لإفشاء أسرار المهنة هي مسؤولية عقدية ناشئة عن عقد الإعلان الإلكتروني المبرم بين الطرفين، ويتم اللجوء الى التعويض هنا لإن الإلتزام بالمحافظة على السرية المهنية هو إلتزام بالإمتناع عن عمل ، فالناشر الإلكتروني يعتبر مؤدياً لإلتزامه ما دام ممتنعاً عن إفشاء السر ، فأن أفشاه يكون مخالفاً بتنفيذ إلتزامه لتعذر إعادة الحال الى ما كان عليه ولا يكون أمام المعلن الإلكتروني سوى المطالبة بالتعويض عن ذلك^(٣٤).

المطلب الثاني

الإلتزامات المترتبة على المعلن الإلكتروني

لا شك أن المعلن الإلكتروني يلتزم بجملة إلتزامات تقابل إلتزامات الناشر الإلكتروني ؛ نظراً لكون العقد موضوع البحث من العقود الملزمة لجانبين ، ولعل أبرز إلتزامات المعلن الإلكتروني هي الإلتزام بدفع المقابل النقدي الذي يترتب في ذمته مقابل نشر الإعلان الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت ، والإلتزام بتزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الإعلاني ، والإلتزام بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله ، وسنبين هذه الإلتزامات بشيء من التفصيل في ثلاثة فروع .

الفرع الأول

الإلتزام بدفع المقابل النقدي

يلتزم المعلن الإلكتروني بسداد المقابل النقدي المترتب في ذمته للناشر الإلكتروني كمقابل لنشر إعلانه عبر شبكة الإنترنت ، ويُعد هذا الإلتزام من الإلتزامات الجوهرية المترتبة على عاتق

المعلن الإلكتروني ، حتى أن هناك من الفقه^(٣٥) من يرى أن الإلتزام بدفع المقابل النقدي هو الإلتزام الوحيد الذي يُنقل كاهل المعلن الإلكتروني.

والأمر الذي يجب ملاحظته أن إداء المقابل النقدي يجب أن يتم بطريقة تتفق مع طبيعة هذا العقد الذي ينفذ عبر شبكة الإنترنت، كما أن هذا النوع من التعاقد قد يتسم بالصبغة الدولية ، فأطرافه قد ينتمون لدول مختلفة مما يتطلب إيجاد طرق جديدة للوفاء غير الطرق التقليدية^(٣٦) ، إذ إن التقدم العلمي في وسائل الإتصالات والمعلومات ساعد على ظهور طرق جديدة للوفاء وذلك عن طريق ما يسمى بنظام الدفع الإلكتروني^(٣٧)، ويستخدم هذا النظام لتسوية المعاملات والعقود التي تتم في البيئة الافتراضية ومنها عقد الإعلان الإلكتروني ، ويستلزم عمله وجود نظام مصرفي مسبق لدى طرفي العقد يتيح الوفاء بهذا الإسلوب ، وهذا يتطلب توافر أجهزة تقوم بإدائه بغية توفير الثقة والأمان القانوني للمتعاقدين ، والأصل أن المصارف هي التي تتولى هذه المهمة ولكن قد يُعهد بها الى مؤسسات مالية أخرى^(٣٨) .

هذا وتتعدد وسائل الدفع الإلكتروني التي تستخدم للوفاء بالمقابل النقدي في عقد الإعلان الإلكتروني ، لعل من أبرزها :

أولاً : البطاقة الذكية (Smart Card) :

هي عبارة عن بطاقة مستطيلة مصنوعة من مادة البلاستيك ، تحمل أسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها وتوقيع حاملها بشكل بارز ورقمها وأسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ إنتهاء صلاحيتها ، وعن طريق هذه البطاقة يستطيع العميل أن يسحب المبالغ النقدية من أجهزة سحب النقود الخاصة بالمصارف ، ويتم الدفع الإلكتروني بمجرد تقديم العميل بطاقته للتاجر الذي يدون بياناتها في فاتورة من نسخ متعددة يوقعها العميل ثم يرسل التاجر نسخة من هذه الفاتورة الى الجهة المصدرة للبطاقة التي تتولى سداد قيمتها ، وتقوم الجهة المصدرة للبطاقة بسداد قيمتها للتاجر في نهاية كل شهر وخصمها في الوقت ذاته من الحساب المصرفي للعميل^(٣٩) ، ويُعد الوفاء بهذه الطريقة من أهم طرق الدفع الإلكتروني ، إلا أنها مع ذلك لا تخلو من المخاطر التي تتمثل بإمكانية إختراق بيانات البطاقة وإستخدامها للإضرار بصاحبها^(٤٠).

خصوصاً عند عدم تشفير أرقامها ، إلا أن هذا العيب يمكن تلافيه عن طريق تشفير أرقام البطاقة^(٤١) .

ثانياً : التحويل الإلكتروني :

تتمثل هذه الطريقة بتحويل مبلغ معين من حساب المعلن الإلكتروني الى حساب الناشر الإلكتروني ، ويتولى ذلك الجهة التي تقوم بإدارة عملية الدفع الإلكتروني وتتمثل غالباً بالمصرف^(٤٢) ، ويمكن أن يتم التحويل الإلكتروني من خلال آلية الصكوك الإلكترونية إذ تستخدم هذه الصكوك لإتمام عملية الوفاء الإلكتروني بين الطرفين من خلال وسيط إلكتروني ، ويقوم بعد ذلك هذا الوسيط بالخصم من حساب المعلن الإلكتروني وإضافته الى حساب الناشر الإلكتروني^(٤٣) ، وتجدر الإشارة بهذا الخصوص إن المشرع العراقي أشار الى هذه الطريقة من الدفع في قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية^(٤٤) ، وعلى الرغم من المزايا التي يتمتع بها هذا النوع من الوفاء إلا أنه يعاب عليه من حيث اعتباره عقبة في طريق تطور التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ، إذ ليس من المرغوب فيه من جانب العميل أو حتى من جانب التاجر في حالة تعدد الحسابات على هذا النحو^(٤٥) .

ثالثاً : النقود الإلكترونية :

وتكون النقود الإلكترونية على نوعين :

١- نقود المخزون الإلكتروني : إذ بمقتضاها يتم تخصيص مبالغ في حافظة نقود إلكترونية ، يتم تخزينها على بطاقة لها ذاكرة تصبح غير قابلة للإستعمال بعد إنتهاء المبالغ المحملة عليها ، وهناك حافظة نقود إفتراضية لا يكون المبلغ المخصص بها ثابتاً على البطاقة بل على ذاكرة الكمبيوتر الخاصة بالمصرف أو الجهة التي تقدم خدمة الدفع الإلكتروني^(٤٦) ، وتمتاز هذه الطريقة بأن نسبة الأمان فيها تكون كبيرة جداً ؛ لأن مخاطرها محصورة فيما تتضمنه من مبالغ ، فضلاً عن إمكانية تجديد المبالغ المخزونة في الحافظة .

٢ - النقود الائتمانية الإلكترونية : وتسمى أيضاً بالنقود الرقمية أو الرمزية أو القيمية ، ويرى جانب من الفقه الفرنسي^(٤٧) أن هذا النوع من النقود يمثل المفهوم الحقيقي للعملة الإلكترونية لسببين: أولهما أنها تسمح بالوفاء مباشرة بالمقابل النقدي في العقود الإلكترونية دون الحاجة الى الإتصال بالمتعاقدين الآخر أو تدخل شخص آخر وسيط ، وثانيهما أن هذا النوع يتمثل بسلسلة من الأرقام تُعبّر عن قيم معينة تصدرها المصارف التقليدية أو الإلكترونية يتم الحصول عليها في صور نبضات (Gits) كهرومغناطيسية على كارت ذكي (Smart Card) أو على الهارد لايف (CD-Room) .

أما عن طريقة تحديد المقابل النقدي الذي يلتزم المعلن الإلكتروني بدفعه ، فقد ذهب رأي في الفقه^(٤٨) الى إن الطبيعة الخاصة لعقد الإعلان الإلكتروني والخصوصية التي يتمتع بها يجعل الناشر الإلكتروني يتمتع بالحرية في تحديد أو إعادة تقدير هذا المقابل ، إلا أنه في ذات الوقت يكون للمعلن الإلكتروني الحق في التحفظ عند زيادة المقابل النقدي ، في حين يذهب رأي آخر في الفقه^(٤٩) وهو الذي نؤيده الى إن تحديد المقابل النقدي يتم عن طريق الإتفاق بين طرفي العقد ، ويختلف هذا التحديد حسب حجم الإعلان الإلكتروني أو المساحة الإعلانية ومدة عرض الإعلان الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت .

وقد يُثار التساؤل بهذا الصدد عن مدى إمكانية قيام الناشر الإلكتروني بتعديل المقابل النقدي بعد إبرام العقد؟

للإجابة على هذا التساؤل يمكن القول أن الناشر الإلكتروني يتمتع بالحق في تعديل المقابل النقدي الذي يدفعه له المعلن الإلكتروني ، ويستطيع الناشر الإلكتروني أن يمنح الأخير مهلة زمنية معينة ، كأن تكون شهر مثلاً بعد تعديل المقابل النقدي بالزيادة حتى يتدبر المعلن الإلكتروني أمره فيقرر بعدها أما الإستمرار في تنفيذ العقد أو الإكتفاء بالمدة السابقة على التعديل والمطالبة بفسخ العقد ، ولا يحتاج هذا الأمر الى الموافقة الصريحة من المعلن الإلكتروني ، إذ يكفي في هذا المجال عدم إعتراضه على الرسالة الإلكترونية التي يوجهها إليه الناشر الإلكتروني ، فسكوته لمدة زمنية معينة تحدد في العقد تعتبر من قبيل السكوت الملابس ومن ثم تعتبر قبولاً بدفع المقابل النقدي الجديد^(٥٠) .

أما عن حكم إخلال المعلن الإلكتروني بإلتزامه بدفع المقابل النقدي ، فإن بإمكان الناشر الإلكتروني تطبيقاً للقواعد العامة أن يطالب بالتنفيذ العيني أو الفسخ مع التعويض في كلا الحالتين ، ويشمل هذا الجزاء إمتناع المعلن الإلكتروني عن دفع المقابل النقدي أو تأخره عن الدفع في الموعد المتفق عليه^(٥١) .

تجدر الإشارة أخيراً الى إن عدم تحديد المقابل النقدي في عقد الإعلان الإلكتروني لا يؤثر على صحته ، إذ أن القاضي يتمتع بسلطة تقديرية في تحديده وفقاً للقواعد العامة ويسترشد في تقديره بعدة عوامل يراعي فيها حداثة هذا النوع من العقود ، ومن أهمها حجم الإعلان الإلكتروني أو مساحته ومدة بث الإعلان عبر شبكة الإنترنت وأهمية الوسيلة الإلكترونية والسمعة التي يتمتع بها الناشر الإلكتروني .

الفرع الثاني

الإلتزام بتزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الإعلاني

يقع على عاتق المعلن الإلكتروني إلتزاماً يوجب عليه أن يقدم للناشر الإلكتروني كافة المعلومات المتعلقة بصيغة الإعلان الإلكتروني وموضوعه والمنتج أو الخدمة المراد الإعلان عنها ، وكذلك الموقع والمساحة الإعلانية التي يرغب في الحصول عليها وحجم الإعلان كأن يكون بنر كامل (Full Banner) أو نصف بنر (Half Banner) ، كما يجب عليه أن يزود الناشر الإلكتروني بهذه المعلومات في الوقت المتفق عليه وبخلاف ذلك فإن الإعلان الإلكتروني لا يظهر كما ورد في الإتفاق أو كما هو مخطط له من قبل الطرفين^(٥٢) ، ويجوز للناشر الإلكتروني كذلك طبقاً للقواعد العامة أن يطالب بالتنفيذ العيني وإجبار المعلن الإلكتروني عن طريق القضاء بتنفيذ إلتزامه إذا كانت شخصية المعلن الإلكتروني محل اعتبار بالنسبة للناشر الإلكتروني ، كما ويحق له أن يطلب بفسخ العقد بدلاً من التنفيذ العيني ، ويجوز له في جميع الأحوال أن يطالب بالتعويض عن الضرر الذي أصابه جراء عدم تنفيذ المعلن لإلتزامه^(٥٣) .

تجدر الإشارة أن المادة (٤٤) من مدونة القواعد المرعية في مجال الإعلان ، تعطي الحق للناشر الإلكتروني في حالة عدم قيام المعلن بتنفيذ هذا الإلتزام في الوقت المناسب إدراج

الإعلان الإلكتروني على أحد مواقعها في صيغة عامة تتضمن أسم وعنوان المعلن الإلكتروني وأسم التخصص والعلامة التجارية الخاصة به أو إدراج عبارة (المساحة الإعلانية محجوزة لـ ..) (٥٤).

الفرع الثالث

الإلتزام بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله

كما يلتزم الناشر الإلكتروني بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني ووضع المساحة الإعلانية تحت تصرف المعلن الإلكتروني ، فإن الأخير يلتزم بمعاينة العمل الإعلاني الذي سيتم بثه عبر شبكة الإنترنت ، وتختلف طريقة معاينة الإعلان باختلاف الوسيلة التي ينشر بها الإعلان ، وما دمنا بصدد إعلان إلكتروني فإن معاينته تكون بمشاهدة الإعلان الذي سيثبت عبر شبكة الإنترنت (٥٥) ، أما عن الوقت الذي يلتزم فيه المعلن الإلكتروني بمعاينة الإعلان فإنه طبقاً للقواعد العامة يجب أن تتم المعاينة في أقرب وقت ممكن حسب المعتاد (٥٦) ، ويُشير الفقه الى إن معاينة الإعلان الإلكتروني لا تتم على خطوة واحدة ، وإنما تتم وفقاً للخطوتين الآتيتين:

أولاً : المعاينة الأولية للإعلان الإلكتروني :

تتحقق هذه المعاينة قبل أن يبث الإعلان الإلكتروني بالشكل النهائي عبر شبكة الإنترنت ، وتتضمن معاينة المسائل الجوهرية المتعلقة بصيغة الإعلان والكلمات والصور والفيديوهات التي ستستعمل فيه ، ويتم ذلك عن طريق المراسلات الإلكترونية بين الطرفين ، فضلاً عن المسائل الأخرى المتعلقة بالجوانب القانونية ، أو أية مسائل يتطلب القانون الإلتزام بها (٥٧) ، وعن طريق هذه المعاينة يستطيع المعلن الإلكتروني أن يتأكد من إن الإعلان الإلكتروني يتم بالشكل المطلوب ووفقاً للشروط المتفق عليها في العقد ، وفي حال عدم وجود شرط في العقد على ذلك فإن الناشر الإلكتروني يبقى ملتزماً بأصول المهنة في مجال الإعلان الإلكتروني ، وفي حالة مخالفته للشروط الواردة في العقد والمتعلقة بآنتاج الإعلان أو صياغته أو خالف أصول المهنة فإن المعلن الإلكتروني يستطيع أن يعطي تحفظاته وملاحظاته للناشر الإلكتروني بهذا الصدد ، ليتولى الأخير تصحيح الإعلان الإلكتروني وفقاً لما هو مطلوب (٥٨) .

ثانياً: المعاينة النهائية للإعلان الإلكتروني :

تبدأ المعاينة النهائية للإعلان الإلكتروني بعد ما يتم بثه عبر شبكة الإنترنت ، ويستطيع المعلن الإلكتروني من خلال هذه المعاينة أن يتأكد أن الإعلان الإلكتروني قد تم وفقاً للصيغة الفنية التي تم الإتفاق عليها ، فضلاً عن التحقق من إن الإعلان الإلكتروني يعطي نفس النتائج التي يُراد تحقيقها للمعلن الإلكتروني ، والتأكد فيما لو وجد إخلال بالشروط المتفق عليها من عدمه^(٥٩) ، وليس هناك ما يمنع المعلن الإلكتروني من أن يقوم بتجزئة إجراءات المعاينة الأولية والنهائية طبقاً لنص المادة (١/٨٧٤) من القانون المدني العراقي^(٦٠) والتي تعطي الحق لكل من المتعاقدين تجزئة إجراء المعاينة للعمل الاعلاني .

وبعد قيام المعلن الإلكتروني بمعاينة الإعلان الإلكتروني يجب عليه أن يتقبله بالشكل النهائي بعد بثه عبر شبكة الإنترنت ، أما إذا تبين له بعد ذلك أن الناشر الإلكتروني قد خالف ما ورد في العقد من شروط أو خالف ما تقضي به أصول المهنة ، يستطيع المعلن الإلكتروني طبقاً للقواعد العامة في القانون المدني أن يطالب بتخفيض المقابل النقدي الذي يدفعه على النحو الذي يتفق مع جسامة هذه المخالفة ، وله أيضاً أن يطلب إيقاف بث هذا الإعلان عبر شبكة الإنترنت إذا كانت المخالفة قد بلغت حداً من الجسامة على النحو الذي لا يمكن معه أن يحقق الإعلان الإلكتروني الأهداف المرجوة منه^(٦١) .

الخاتمة

لابدّ لنا في نهاية المطاف بعد أن إنتهينا من البحث في الإلتزامات المترتبة على عقد الإعلان الإلكتروني أن ندرج أبرز ما توصلنا إليه من النتائج :

١ - يُرتب عقد الإعلان الإلكتروني جملة من الإلتزامات على عاتق كل من طرفيه وهما الناشر الإلكتروني والمعلن الإلكتروني ؛ كون العقد موضوع البحث من العقود الملزمة لجانبين ، ولعل من أبرز إلتزامات الناشر الإلكتروني هي الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد والإلتزام بتقديم خدمة الإعلان الإلكتروني والإلتزام بالمحافظة على سرية المهنة ، أما إلتزامات المعلن

الإلكتروني فتتمثل بالإلتزام بدفع المقابل النقدي والإلتزام بتزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لإنجاز العمل الإعلاني والإلتزام بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله .

٢ - يعتبر الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد من أهم الضمانات القانونية التي تهدف الى تحقيق المساواة في العلم بين طرفي العلاقة العقدية وضمان سلامة إرادتهما خاصة وأن عقد الإعلان الإلكتروني عادة ما يتم بين طرف قوي وهو الناشر الإلكتروني والذي يمكن أن يُملي شروطه على الطرف الآخر الضعيف وهو المعلن الإلكتروني .

٣ - عادة ما يتم الأتفاق بين المعلن الإلكتروني والناشر الإلكتروني على المكان الذي ينشر فيه الإعلان الإلكتروني ، وفي حال عدم الأتفاق فأن الناشر الإلكتروني يكون ملزماً بأن ينشر الإعلان في نفس المكان أو الموقع المخصص عادة من قبله لنشر الإعلانات المتشابهة من حيث الموضوع .

٤ - يلتزم الناشر الإلكتروني بنشر الإعلان في التاريخ الذي تم الأتفاق عليه في العقد ، وفي حالة عدم وجود أتفاق فإنه يكون ملزماً بنشر الإعلان الإلكتروني في أقرب وقت يتمكن فيه من النشر .

٥ - يعتبر إلتزام الناشر الإلكتروني بالمحافظة على سرية المهنة من الإلتزامات السلبية ، فهو إلتزام بالأمتناع عن عمل ، وإذا أخل الناشر الإلكتروني بهذا الإلتزام فإنه يكون ملزماً بتعويض المعلن الإلكتروني عن الأضرار التي لحقته جراء أفشاء أسراره لتعذر إعادة الحال الى ما كان عليه ، فلا يكون أمام المعلن الإلكتروني سوى المطالبة بالتعويض .

٦ - يعتبر الإلتزام بدفع المقابل النقدي من أبرز إلتزامات المعلن الإلكتروني والذي يجب أن يتم بطريقة تتفق مع طبيعة هذا العقد الذي يُنفذ عبر شبكة الإنترنت ، ويتم ذلك عن طريق نظام الدفع الإلكتروني والذي من أبرز وسائله البطاقة الذكية (Smart Card) والتحويل الإلكتروني والنقود الإلكترونية .

٧ - تبين لنا أن الناشر الإلكتروني يتمتع بالحق في تعديل المقابل النقدي الذي يدفعه له المعلن الإلكتروني بعد إبرام العقد وبعد منح مهلة زمنية معينة حتى يتدبر المعلن أمره فيقرر بعدها أما الأستمرار في العقد أو الأكتفاء بالمدة السابقة على التعديل والمطالبة بفسخ العقد .

٨ - إذا أخل المعلن الإلكتروني بألتزامه في تزويد الناشر الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لأنجاز العمل الإعلاني ، فيجوز للناشر الإلكتروني طبقاً للقواعد العامة أن يطالب بالتنفيذ العيني أو المطالبة بفسخ العقد ، ويجوز له في جميع الأحوال المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه جراء عدم تنفيذ المعلن لإلتزامه .

٩ - إن إلتزام المعلن الإلكتروني بمعاينة الإعلان الإلكتروني وتقبله يتم على خطوتين ، الأولى هي المعاينة الأولية للإعلان الإلكتروني والتي تتم قبل بث الإعلان عبر شبكة الإنترنت للتأكد من إن الإعلان الإلكتروني سيثبت بالشكل المطلوب ووفقاً للشروط المتفق عليها في العقد ، أما الخطوة الثانية فتتمثل بالمعاينة النهائية للإعلان الإلكتروني والتي تتم بعد بث الإعلان الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت للتأكد من إن الإعلان الإلكتروني قد تم وفقاً للصيغة الفنية التي تم الأتفاق عليها وأنه يعطي نفس النتائج التي يُراد تحقيقها للمعلن الإلكتروني .

الهوامش

(١) تعددت المصطلحات التي يستخدمها فقهاء القانون للتعبير عن هذا الإلتزام ، فمنهم من يستخدم تعبير "الإلتزام قبل التعاقد بالإفشاء" ، ومنهم من يُطلق عليه تسمية "الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات" أو الإخبار أو التبصير أو الإفصاح ، يُنظر د.موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠١١ ، ص ٩١ .
(٢) يُنظر د.السيد محمد السيد عمران ، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، مصر ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٣ .

(٣) يُنظر د.نزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٢ ، ص ١٨٩

(٤) يُنظر د.صبري حمد خاطر ، الإلتزام قبل التعاقد بتقديم المعلومات ، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية ، جامعة بغداد ، كلية القانون ، المجلد الحادي عشر ، العدد الأول ، ١٩٩٦ ، ص ١٧١ .

(٥) See : Nguyen , contribution a l etude des techniques de protection des consommateur , These . Caen , France .1970 .p. 217

أشار إليه د. حسن عبد الباسط جميعي ، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص ١٥ .

(٦) يُنظر د.السيد محمد السيد عمران ، مصدر سابق ، ص ١٩ و ٢٠ .

(٧) يُنظر د.حماد مصطفى عزب ، الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات عبر الإنترنت (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠١٤ ، ص ٧٤ .

(٨) يُنظر د.أحمد إبراهيم عطية ، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٦ ، ص ١٨٥ .

(٩) Ordonnance n° 86-1243 du 1 décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence . Available on :

https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=8CC5770909CFA9FB2AA0603052347210.tpdjo09v_3?cidTexte=JORFTEXT000000333548&dateTexte=19960702

(١٠) Loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques , (Loi Sapin) , Art (18) : " Tout producteur, prestataire de services, grossiste ou importateur, est tenu de communiquer à tout acheteur de produit ou demandeur de prestation de services pour une activité professionnelle, qui en fait la demande, son barème de prix et ses conditions de vente. " , Availbale on :

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000711604>

(١١) يُنظر د.حماد مصطفى عزب ، مصدر سابق ، ص ٧٦ .

(١٢) Loi Sapin , Art 25 (1,3) .

(١٣) قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ النافذ .

- (١٤) قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ النافذ .
- (١٥) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، عقد الإعلان في القانون (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، دار دجلة ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠٨ ، ص ١٨٢ .
- (١٦) يُنظر بمعنى قريب من ذلك د.كمال قاسم ثروت ، الوجيز في شرح أحكام عقد المقاوله ، ج ٢ ، الطبعة الأولى ، مطبعة أوفسيت الوسام ، بغداد ، ١٩٧٦ ، ص ٣٦٣ ، هامش رقم (٢).
- (١٧) See : Théo Hassler , contrat de publicité , Dalloz ,Paris ,France, 2008 , P.72 .
- (١٨) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ١٨٣ .
- (١٩) See: Reichart Gene , Advertising , New york , published by Alexandar Hamilton Institute , 1997 , P.133.
- أشار إليه المصدر نفسه ، ص ١٨٤ ، هامش رقم (٢) .
- (٢٠) يُنظر د.جعفر الفضلي ، الوجيز في العقود المسماة ، الطبعة الثانية ، دار ابن الأثير للطباعة والنشر ، العراق ، الموصل ، ٢٠٠٥ ، ص ٤٦٧ .
- (٢١) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ١٨٧ .
- (٢٢) يُنظر د.جعفر الفضلي ، مصدر سابق ، ص ٤٦٦ .
- (٢٣) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ١٨٩ .
- (٢٤) يُنظر المصدر نفسه ، ص ١٩٧ .
- (٢٥) يُنظر بمعنى قريب من ذلك د.خليل صابات ، الإعلان ، الطبعة الأولى ، مكتبة الإنكلو مصرية ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٣٠ .
- (٢٦) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ١٩٩ .
- (٢٧) يُنظر المصدر نفسه ، ص ١٩٨ .
- (٢٨) يُنظر المصدر نفسه ، ص ٢١٨ .
- (٢٩) تنص المادة (٢/١٥٠) من القانون المدني العراقي على أنه " لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة وبحسب طبيعة الإلتزام" .
- (٣٠) تقضي المادة (٤٧٣) من قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ المعدل النافذ بمعاقبة كل من علم بحكم وظيفته ، أو مهنته ، أو صناعته ، أو فنه ، أو طبيعة عمله ، بسر فأفشاه في غير الأحوال المصرح بها قانوناً أو أستعملها لمنفعته ، أو لمنفعة شخص آخر .
- (٣١) يُنظر د.محمد حسام محمود لطفي ، عقود خدمات المعلومات (دراسة في القانونين المصري والفرنسي) ، بدون جهة نشر ، القاهرة ، ١٩٩٤ ، ص ١٤٦ .
- (٣٢) يُنظر د.فؤاد الشعيبي ، التنظيم القانوني لعقود خدمات الاتصالات ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠١٤ ، ص ١٧٢ .
- (٣٣) يُنظر د.سعدون العامري ، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية ، مركز البحوث القانونية ، وزارة العدل ، بغداد ، ١٩٨١ ، ص ٧ .

(٣٤) تنص المادة (١٦٨) من القانون المدني العراقي " إذا إستحال على الملتزم بالعقد أن ينفذ الإلتزام عيناً حكم عليه بالتعويض لعدم الوفاء بإلتزامه ما لم يثبت أن إستحالة التنفيذ قد نشأت عن سبب أجنبي لا يد له فيه، وكذلك يكون الحكم إذا تأخر الملتزم في تنفيذ إلتزامه ."

(٣٥) يُنظر د.محمد حسام محمود لطفي ، مصدر سابق ، ص ١٤٩ .

(٣٦) يُنظر أستاذنا د.جليل الساعدي ، مشكلات التعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، مكتبة السنهوري ، بغداد ، ٢٠١١ ، ص ١٢٦ .

(٣٧) ظهرت بطاقات الدفع الإلكتروني لأول مرة عام ١٩١٤ في الولايات المتحدة الأمريكية عندما أصدرتها شركات البترول كبطاقات معدنية يستعملها عملاء هذه الشركات لشراء ما يحتاجون من منافذ البيع والتوزيع التابعة لها ، وبعد ذلك تتم تسوية حسابات هذه المشتريات في نهاية المدة المتفق عليها ، ثم أصدرت المصارف بعد ذلك ما يعرف بالبطاقات البلاستيكية (Plastic Cards) التي تمنح للعملاء لتسهيل تسوقهم داخل الولايات المتحدة الأمريكية وذلك في عام ١٩٥٠ ، ثم أنتقلت هذه البطاقات الى فرنسا عام ١٩٥٤ وبعدها أنتشرت في باقي الدول الأوروبية وغيرها من دول العالم ، يُنظر للمزيد من التفاصيل د.مصطفى موسى العجارمة ، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، دار الكتب القانونية ، مصر ، ٢٠١٠ ، ص ٤٠٥ .

(٣٨) يُنظر د.فاروق الأباصيري ، عقد الإشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص ١٠١ .

(٣٩) يُنظر للمزيد من التفاصيل أستاذنا د.جليل الساعدي ، مصدر سابق ، ص ١٢٨ .

(٤٠) يُنظر د.أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص ٩٩ ، هامش رقم (١٦٣) .

(٤١) يُنظر د.فاروق الأباصيري ، مصدر سابق ، ص ٧١ .

(٤٢) يُنظر د.محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٩ ، ص ١٠٥ .

(٤٣) يُنظر أستاذنا د.جليل الساعدي ، مصدر سابق ، ص ١٤١ .

(٤٤) يُنظر الفصل السابع من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ ، المواد (٢٤ - ٢٧) ، إذ تنص المادة (٢٤) منه على إنه " يجوز تحويل الأموال بوسائل إلكترونية" .

(٤٥) يُنظر د.أسامة أبو الحسن مجاهد ، مصدر سابق ، ص ٩٩ ، هامش رقم (١٦٣) .

(٤٦) يُنظر د.محمد حسين منصور ، مصدر سابق ، ص ١٠٩ .

(47) See: André , Developments recent en matière de monnaie – électronique , France , n 72 , décembre , 1999 , P.87.

(٤٨) يُنظر د.فاروق الأباصيري ، مصدر سابق ، ص ١٦٢ .

(٤٩) يُنظر د.فؤاد الشعيبي ، مصدر سابق ، ص ٥٠٨ .

(٥٠) يُنظر د.محمد حسام محمود لطفي ، مصدر سابق ، ص ١٥٤ .

(٥١) يُنظر نص المادتين (١٧٧) و (٢٤٦) من القانون المدني العراقي .

(٥٢) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ٢٢٤ .

(٥٣) يُنظر نص المادة (١٧٧) و المادة (٢٥٣) من القانون المدني العراقي .

(54) See : Théo Hassler , op . cit , p. 7.

(٥٥) يُنظر د.شيرزاد عزيز سلمان ، مصدر سابق ، ص ٢٢٥ .

(٥٦) تنص المادة (١/٨٧٣) من القانون المدني العراقي والتي تقابلها المادة (٦٥٥) من القانون المدني المصري

على إنه " متى أتم المفاوض العمل ووضعه تحت تصرف رب العمل ، وجب على هذا أن يبادر الى معاينته في

أقرب وقت ممكن حسب المعتاد" .

(57) See : Nicosia Francesco M., Advertising , Management , and Society ,(Book Commentary), Journal of Advertising , American Academy of advertising , V.4 , I . 1, 1975 , P 42 , Available on :

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00913367.1975.10672576?journalCode=ujoa20>

(58) Ibid .p.43

(59) Ibid , P.43

(٦٠) تنص المادة (١/٨٧٤) من القانون المدني العراقي على إنه " لكل من المتعاقدين أن يطلب إجراء المعاينة

عقب إنجاز كل جزء أو عقب إنجاز قسم من العمل يكون ذا أهمية كافية بالنسبة للعمل في جملته ...".

(٦١) تنص المادة (٢/ ٨٧٣) من القانون المدني العراقي على إنه " لرب العمل أن يمتنع عن تسلمه إذا كان

المفاوض قد خالف ما ورد في العقد من شروط أو ماتقضي به أصول الفن في هذا النوع من العمل الى حد

لايستطيع معه أن يستعمله ، أو لا يصح عدلاً أن يجبر على قبوله ، فأذا لم تبلغ المخالفة هذا الحد من الجسامة

، فليس لرب العمل إلا أن يطلب تخفيض الثمن بما يتناسب مع أهمية المخالفة " .

المصادر

أولاً: المصادر العربية :

- I. د. أحمد إبراهيم عطية ، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٦ .
- II. د. أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ .
- III. د. السيد محمد السيد عمران ، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، مصر ، ٢٠٠٦ .
- IV. د. جعفر الفضلي ، الوجيز في العقود المسماة ، الطبعة الثانية ، دار ابن الأثير للطباعة والنشر ، العراق ، الموصل ، ٢٠٠٥ .
- V. د. جليل الساعدي ، مشكلات التعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، مكتبة السنهوري ، بغداد ، ٢٠١١ .
- VI. د. حسن عبد الباسط جميعي ، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٦ .
- VII. د. حماد مصطفى عذب ، الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات عبر الإنترنت (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠١٤ .
- VIII. د. خليل صابات ، الإعلان ، الطبعة الأولى ، مكتبة الإنكلو مصرية ، القاهرة ، ١٩٦٩ .
- IX. د. سعدون العامري ، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية ، مركز البحوث القانونية ، وزارة العدل ، بغداد ، ١٩٨١ .
- X. د. شيرزاد عزيز سلمان ، عقد الإعلان في القانون (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، دار دجلة ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠٨ .
- XI. د. صبري حمد خاطر ، الإلتزام قبل التعاقد بتقديم المعلومات ، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية ، جامعة بغداد ، كلية القانون ، المجلد الحادي عشر ، العدد الأول ، ١٩٩٦ .

- XII. د. فاروق الأباصيري ، عقد الإشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ .
- XIII. د. فؤاد الشعبي ، التنظيم القانوني لعقود خدمات الإتصالات، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠١٤ .
- XIV. د. كمال قاسم ثروت ، الوجيز في شرح أحكام عقد المقاوله ، ج ٢ ، الطبعة الأولى ، مطبعة أوفسيت الوسام ، بغداد ، ١٩٧٦ .
- XV. د. محمد حسام محمود لطفي ، عقود خدمات المعلومات (دراسة في القانونين المصري والفرنسي) ، بدون جهة نشر ، القاهرة ، ١٩٩٤ .
- XVI. د. محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٩ .
- XVII. د. مصطفى موسى العجارمة ، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، دار الكتب القانونية ، مصر ، ٢٠١٠ .
- XVIII. د. موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠١١ .
- XIX. دنزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨٢ .

ثانياً : المصادر الأجنبية :

- I. André , Developments recent en matière de monnaie – électronique , France , n 72 , décembre , 1999.
- II. Nicosia Francesco M., Advertising , Management , and Society ,(Book Commentary), Journal of Advertising , American Academy of advertising ,V.4 , I . 1, 1975 , P 42 , Available on :

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00913367.1975.10672576?journalCode=ujoa20>

[journalCodeujoa20](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00913367.1975.10672576?journalCode=ujoa20)

III. Théo Hassler , contrat de publicité , Dalloz ,Paris ,France, 2008.

ثالثاً : القوانين والأوامر :

أ – القوانين العربية :

- I. القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨ المعدل النافذ .
- II. القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ المعدل النافذ .
- III. قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ النافذ .
- IV. قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ النافذ .
- V. قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ النافذ .

ب – القوانين والأوامر الفرنسية :

- I. Ordonnance n° 86-1243 du 1 décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence . Available on :

https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=8CC5770909CFA9FB2AA0603052347210.tpdjo09v_3?cidTexte=JORFTEXT000000333548&dateTexte=19960702

- II. Loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques (Loi Sapin) , Availbale on :

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000711604>