

حماية التوازن العقدي في عقود المسافات في التشريع الاوربي

م.د. هيلان عنان احمد

كلية القانون - الجامعة العراقية

*Protection of contractual balance in distance contact
According to EU legislation*

*Dr. Helan Adnan Ahmed
Faculty of law- Iraqia university*

التشريعات الاوربيه وخصوصا بعد عام ٢٠٠٠ وبسبب اتساع نطاق وسرعة المعاملات المدنية، نجدها اهتمت بشكل بارز جدا في السعي لاجاد كيفية معينه للحفاظ على التعامل المدني وضرورة التوازن بين الاطراف المتعامله في العقود المبرمه على الصعيد الوطني المحلي في كل دولة والعقود العابره للحدود على مستوى التعامل الاوربي. وقد تجسد ذلك بالتوجيه المرقم ٢٠١١/٨٣ اضافة للتوجيهات الاوربيه التي سبقت هذا التوجيه والتعديلات الاخرى المرتبطه، اذ يلزم المتداول بتزويد العميل الذي تم التعاقد معه بالمعلومات الدقيقة وخصوصا عندما يكون التعاقد بوسيلة من وسائل الاتصال عن بعد، اذ يرتبط ذلك بتوفير الحماية القانونيه للعميل، وما يرتبط بذلك بالفرض الذي فرضه التشريع الاوربي المتمثل بحقوق الانسحاب من التعامل في ظروف وسياقات معينه يتطلب تحققها. حق الانسحاب يمثل مفارقه للاصل المتمثل بأساس العقد الذي يشكل اليقين القانوني، والاكثر مفارقه في التوجيه الاوربي هو اقرار الانسحاب دون دفع تعويض خلال مدة معينه، هذا الاقرار جاء حصرا بخصوص التعاقد عن بعد، عندما لا يجمع المتعاملين مكان مادي واحد يمكنهم ويسهل عليهم مناقشة شروط وبنود العقد، فالوسيلة المستعمله في التعاقد عن بعد مهما كانت قوتها الفنيه لايمكنها ان تحل محل المجلس المادي المباشر الذي يجمع الطرفين المتعاقدين. حماية التعامل المدني وتداخل النصوص واختلاف مدلولها سبب رئيسي دفع المشرع الاوربي بأن يسعى جاهدا لسن احكام خاصه، اضافة الى دور المحكمه الاوربيه في تفسير القانون وتوفير الحمايه للاطراف المتعاقده.

الكلمات المفتاحية/ التوازن العقدي، عقود المسافات، التوجيه الاوربي، حماية العقد.

Abstract

European legislation, especially after 2000, because of the wide range and speed of civil transactions, we find it very prominently in the search for a specific way to maintain civil dealings and the need for balance between the parties involved in contracts concluded at the national level in each country and cross-border contracts at the level of European dealings.

This has been reflected in Directive No. 83/2011 in addition to the European directives that preceded to this directive and other related amendments. This is linked to the imposition imposed by the European legislation on the rights to withdraw from dealing in certain circumstances and contexts require realization. The right of withdrawal represents the paradox of the asset, which is the basis of the contract, which constitutes legal certainty. The most paradoxical part of the European directive is the approval of the withdrawal without payment of compensation within a certain period. , The means used in remote contracting, whatever its technical strength, can not replace the direct physical council, which brings together the two contracting parties.

The protection of civil dealings and the overlapping of texts and their different meaning is a major reason for the European legislator to strive to enact special provisions, in addition to the role of the European Court in the interpretation of the law and provide protection for contracting parties.

Key words/ Contractual Balance, Distance Contract, European Directive, Contract Protection.

المقدمة

يهتم هذا البحث في التركيز على عقود المسافات "Distance Contracts" وخصوصا موقف التشريع البلجيكي والفرنسي كنموذج في نقل احكام التوجيهات الاوربيه الخاصه بعقود المسافات ومن ضمن ذلك التوجيه الخاص بحماية حقوق المستهلك "CRD" وسوف يخرج عن نطاق البحث الاحكام الدقيقة التي تعالج مسائل الخدمات وجوانب السوق بين المتعاملين والمتصله بعقود المسافات التي ينظمها التوجيه الاوربي الخاص بالسوق عن بعد "the distance marketing" للمستهلك والخدمات الماليه لسنة ٢٠٠٢^١. في عام ٢٠١١ المشرع الاوربي سن التوجيه الاوربي لحقوق المستهلك^٢، والذي كان يهدف بشكل رئيسي لحدائة وتطوير التوجيه الاوربي الخاص ببيع المسافات لسنة ١٩٩٧ "Distance Selling Directive"^٣، اضافة للتوجيه الخاص بالبيع حتى عتبة الباب لسنة ١٩٨٥ "Doorstep Selling Directive"^٤. لذلك أصبح تعديل الأحكام الواردة في هذه التوجيهات ضرورياً من أجل تبسيط وتحديث قواعد عقود المسافات والعقود المبرمة خارج مقر المتداول، لإزالة التناقضات وسد الفجوات غير المرغوب فيها وضروة الحفاظ على التوازن العقدي بين الاطراف. في بلجيكا تنفيذ التوجيه الاوربي على الصعيد الوطني اخذ حيز الوجود في الكتاب السادس لمتن القانون الاقتصادي الجديد "CEL"^٥ والذي يتعامل مع احكام السوق والحمايه العقديه للمستهلك. اما في فرنسا فان التنفيذ ونقل الاحكام الاوربيه يمكن ادراكه وملاحظته من خلال التعديل الحاصل في قانون المستهلك "Code de Consommation"^٦. ونظرًا الى ان التوجيه يستند إلى مبدأ التنسيق التام وضرورة

الحفاظ على التوازن العقدي بين اطراف عقود المسافات وخصوصا الطرف المستهلك والذي يعني أنه لا يتم منح الدول الأعضاء إمكانية التحفظ او تقديم تدابير توفر حماية أكبر للمستهلكين أكثر من الحماية التي يوفرها التوجيه الاوربي استنادا لاحكام ماده ٤ من التوجيه المشار اليه. والذي يلاحظ ابتداء ان التشريع البلجيكي والفرنسي يتضمن في معظم الأحيان على أحكام مماثلة أو مشابهة، لذلك سيتم معالجة كلا النظامين القانونيين في نفس الوقت، وسوف لن يتم ذكر وتفصيل الأحكام الفرنسية والبلجيكية بشكل صريح إلا في حالة وجود اختلافات. ان موضوع عقود المسافات والتوازن العقدي المطلوب ان تضمنه التشريعات الاوربيه يرتبط ارتباط وثيق بالحمايه المدنيه للمستهلك وحقوقه من حيث الالتزام المفروض على المتداولين بتزويد المستهلكين بمعلومات معينة ، ومن ناحية أخرى يمكن للمستهلكين الانسحاب من العقد خلال فترة زمنية محددة ودون الحاجة إلى دفع تعويض. وبناءا على ذلك يستوجب الامر ابتداء تحليل تعريف عقود المسافات ثم الانتقال لمناقشة المعلومات المطلوبه والمفروضه على الاطراف المحترفين في هذه العقود بغية الحفاظ على التوازن العقدي ازاء الاطراف التي تتطوي ضمن صفة الاطراف الساحبه المستهلكه وما يتمتعون من حقوق ممنوحه لهم بموجب القانون في التعاقد عن بعد.

المبحث الاول

التعريف بعقود المسافات

التوجيه الاوربي الخاص بحماية حقوق المستهلك CRD والتشريع البلجيكي^٧، والفرنسي^٨، عرف عقود المسافات بانها كأي عقد يبرم بين المحترف والمستهلك وفقا لميزة بيع ذو مسافه منظم او بشكل تزويد تزويد لخدمات وفق سياق معين، دون وجود حاجه لضرورة التزام والحضور المادي لكل من الطرفين، مع الاستخدام الحصري لواحد او اكثر من وسائل الاتصال التي تستعمل لابرام العقد مع بيان وقت ابرام العقد^٩. الذي يلاحظ انه على عكس DSD ، لم تعد CRD تحتوي على تعريف منفصل لـ "وسيلة الاتصال عن بعد". ومع ذلك ، فقد أدرجت CRD الميزات المحددة لوسيلة الاتصال عن بعد (أي عدم وجود مادي في وقت واحد) في تعريف عقد المسافة نفسه، وبالتالي فإن الفرق الوحيد بين CRD و DSD في هذه المرحلة هو أن CRD لا توفر قائمة إرشادية بالوسائل التي يمكن اعتبارها وسيلة للاتصال عن بعد. وفق التعريف المتقدم فان عقود المسافات هي عقود تتلاقى فيها ارادة الاطراف شانها شأن العقود الاخرى الا انها تتم بين اطراف لا يجمعهم وجود مادي حقيقي مع استعمال وسائل الاتصال عن بعد، وبذلك تخرج العقود بين الحاضرين في مكان مادي حقيقي وليس افتراضي من نطاق عقود المسافات، مع ميزة استخدام وسيلة او اكثر من وسائل الاتصال عن بعد. وبذلك يتوجب البحث بناءا التعريف المتقدم الذي اورده التشريع الاوربي وفق ما يأتي:-

اولا- الاستخدام الحصري لوسائل الاتصال عن بعد: - يتم إبرام عقود المسافات عن طريق وسائل الاتصال عن بعد، وتشمل وسائل الاتصال عن بعد الإنترنت ، والبريد الإلكتروني ، والبريد العادي ، والهاتف المحمول، والفاكس ، وما إلى ذلك. ولا يهم ما إذا كان الطرفان لا يستخدمان سوى وسيلة واحدة للاتصال عن بعد للتفاوض وإبرام العقد أو الجمع بين وسائل مختلفة للمسافة للتواصل "مثل الموقع والهاتف". أيضا ، لا يهم ما إذا كان الطرفان يجتمع كل منهما الآخر بعد إبرام العقد "على سبيل المثال في وقت التسليم أو الدفع". القاطع في الامر هو أن الأطراف المتعاقدة أو ممثليها لا يحضرون جسدياً بشكل متزامن قبل أو في وقت إبرام العقد. وفقاً لمادول الفقرة ٢٠ من التوجيه الاوربي الخاص بحقوق المستهلك CRD، فإن شرط الاستخدام الحصري لوسائل الاتصال عن بعد لا ينطبق إلا على المفاوضات الفعلية وإبرام العقد. ولا يمنع ذلك من اعتبار العقد عقداً عن بُعد إذا كان المستهلك قد زار أماكن العمل بغرض تجميع المعلومات حول السلع أو الخدمات وبعد ذلك تفاوض على العقد وأبرمه على مسافة. ولم يدرج المشرع البلجيكي ، وكذلك الفرنسي ، هذه "القاعدة" في التشريعات الوطنية. اخذا بالاعتبار أن مدلول التوجيه ليس ملزم على هذا النحو^{١٠}، إذ ان حيثية النص يبدو مخالفا للتعريف الوارد في التوجيه نفسه والذي يتطلب الاستخدام الحصري لوسائل الاتصال عن بعد، إذ يبدو من الممكن الجدال بأن تعريف العقد عن بعد لا يغطي المواقف التي يبرم فيها المستهلك العقد على مسافة بعد أن زار مقر التاجر لجمع المعلومات. ويدعم هذا التفسير حقيقة أن التفسير الواسع لعقد المسافة لا يتماشى مع الأهداف المنشودة مع الحق في الانسحاب من عقد المسافة. ايضا من المهم ملاحظة ان التوجيه الاوربي CRD بين أن مفهوم العقد عن بُعد لا يشمل التحفظات التي يتم إجراؤها من قبل المستهلك من خلال وسيلة الاتصال عن بُعد لطلب توفير سلعة أو خدمة من المحترف^{١١}، فاذا تمعنا بدقة فانه من الضروري التمييز من ناحية عدم الاعتداد بالحجز كونه ملازماً للمستهلك "بمعنى انه لا ينشأ التزام على عاتق المستهلك"^{١٢}، ومن ناحية أخرى الموقف الذي ينشئ فيه الحجز الالتزام باستلام البضاعة أو تلقي الخدمات المطلوبة وعندما يكون هنالك انتهاك للالتزام تعاقدى يمنح التاجر تعويضاً. من الواضح أنه في الحالة الأخيرة ، تم إبرام عقد حقيقي للمسافة ، حيث أصبح العقد

ملزماً ، بعد الاستخدام الحصري لوسائل الاتصال عن بعد. الا ان الطرح المتقدم لا يلزم اطلاقاً القاضي التمسك بمدلول النصوص باعتبار الحجز ملزماً للمستهلك، وهذا ما نراه واضحاً وجلياً من اجل الحفاظ على التوازن العقدي ومرتبطة بالحق بالانسحاب الذي تقره التشريعات الاوربيه الذي سنبخته لاحقاً في محله.

ثانياً: - متطلبات التعاقد وفق سياق او مخطط منتظم: -يتطلب المخطط المنظم أن يبرم المتداول عقود المسافة بانتظام^{١٣}. هذا الشرط يعني أن ليس كل عقد يبرم عن طريق الاتصال عن بعد يندرج في نطاق تطبيق الأحكام على عقود المسافة، على سبيل المثال إذا أبرم المتداول عقداً استثنائياً فقط عن طريق البريد الإلكتروني أو الهاتف مع مستهلك ، بناءً على طلب العميل ، لا يمكن اعتبار هذا العقد عقداً عن بُعد بالمعنى المقصود في التوجيه والتشريع البلجيكي والفرنسي. من المهم التأكيد على أنه ليس من الضروري أن يدير المتداول نفسه المخطط المنظم عندما يبيع البضائع ، باستخدام مواقع الويب مثل e-bay ، فإن قواعد عقود المسافة تطبق^{١٤} ، وبشكل أكثر تحديداً، فإن DRC يزيل شرط أن يتم تشغيل المخطط المنظم بواسطة المورد. من المثير للاهتمام أن نذكر أن التعريف النهائي الذي يتطلب إبرام العقد ضمن مخطط منظم للاتصال عن بعد، يختلف عن التعريف الأولي الذي تضمنه الاقتراح الخاص بالتوجيه ، حيث أن الاقتراح لم يحتوي على شرط مخطط منظم، لذلك ، من الواضح أنه كان في الأصل هنالك عزم للجنة الاوربيه على توسيع نطاق عقد المسافة ليشمل جميع العقود التي استخدم فيها الطرفان المتداول المحترف والمستهلك حصرياً وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد^{١٥}، سواء كان مخططاً منظماً أم لا، وعلى الرغم من وجود أسباب وجيهة لإعفاء المتداولين من متطلبات المعلومات المدرجة في التوجيه حالة لم يتم إبرام العقد ضمن مخطط منظم ، فلا توجد أسباب وجيهة لاستبعاد العقود عن بعد ، في حالة انها لم تكن ضمن إطار مخطط منظم لبيع البضائع ، وما يترتب على ذلك من هدر لحق الانسحاب الذي سنبخته لاحقاً، والذي يمنح عادة للمستهلك في حالة وجود عقد عن بعد. وبناءاً على الطرح المتقدم نرى من جانب انه من الواضح في حالة تحقق الخلاف ان القاضي يستطيع ان يبني قناعته في تقرير خضوع العقد لاحكام عقود المسافات وفقاً لسلطته التقديرية في حماية التوازن العقدي وحماية الطرف الاضعف المستهلك الاقل خبره ومعرفه ومركز اقتصادي مقارنة بالطرف المقابل، ومن جانب اخر فان التوجيه الاوربي عموماً يعزز سلطة القاضي في حماية المستهلك طالما ان هدف التوجيه الرئيسي تقرير الحمايه للمستهلك، لذلك فان تكيف القاضي للعقد على انه يخضع لاحكام عقود المسافات يتحقق فيه المقصد والسند القانوني السليم.

المبحث الثاني

المعلومات اللازم توفرها في عقود المسافات

في حالة وجود عقد عن بعد او عقد خارج الأبنية ، يجب على المتداول تزويد العميل بمعلومات معينة^{١٦} ، اذ يعتقد المشرع الاوربي بوضوح أن حماية المستهلك تزداد عندما يتعين على المتداول توفير معلومات إضافية للمستهلك ، نظراً لأن التوجيه الاوربي الخاص بحقوق المستهلك يحتوي على متطلبات معلومات إضافية مقارنة بالتوجيه الخاص بعقود المسافات^{١٧}. ان من المهم التأكيد على أن كمية المعلومات التي يجب تقديمها في حالة وجود عقد عن بُعد أو خارج الأبنية أكبر من المعلومات التي يجب تقديمها في حالة عدم إبرام عقود مع المستهلك على مسافة أو خارج مباني المتداول^{١٨}. وفقاً للمادة ٦.٢ من التوجيه الخاص بحقوق المستهلك، المعلومات المطلوبه لا تنطبق على العقود المتعلقة بالسلع أو الخدمات "التقليدية" فحسب بل تنطبق أيضاً على عقود توريد الماء أو الغاز أو الكهرباء وعقود التدفئة في المدن وايضا عقود المحتوى الرقمي التي لا يتم توفيرها على وسيط مادي ملموس. النهج المتقدم نص عليه قانون المستهلك الفرنسي^{١٩} والبلجيكي^{٢٠}، الا انه لم ترد فيهما اشارة صريحة او تكرار للمعلومات المطلوبه من حيث انها تنطبق على بعض انواع العقود مثل عقود الماء والكهرباء والغاز وغيرها من الخدمات. علاوة على ذلك ، تتعلق بعض متطلبات المعلومات على وجه التحديد بالسلع والخدمات، ومع ذلك هذا لا يعني أن عقود الغاز أو الكهرباء أو المياه أو التدفئة المركزية معفون من متطلبات المعلومات هذه، اذ يعتبر الغاز والمياه والكهرباء دائماً سلعة بموجب القانون البلجيكي، اما يتعلق بالمحتوى الرقمي الذي لا يتم توفيره على وسيط ملموس، يعتقد المشرع أنه يجب اعتبار المحتوى الرقمي الذي لا يتم توفيره على وسيط ملموس كخدمة^{٢١}. في حين أن هذه الحجة ليست مقنعة دائماً على سبيل المثال ، في حالة وجود ترخيص يمنح المستهلك استخدام برامج معينة، فمن الواضح أن متطلبات المعلومات تنطبق أيضاً على العقود المتعلقة بالمحتوى الرقمي والتي لا يتم توفيرها على وسيط ملموس. يلاحظ ان المعلومات المقدمة للمستهلك تعد جزءاً لا يتجزأ من العقد عن بُعد، على سبيل المثال إذا تم ذكر ذلك على الويب انه يتم التسليم في غضون فترة زمنية معينة، سيشكل تجاوز هذه الفترة الزمنية خرقاً للعقد، اضافة الى انه لا يمكن إجراء تغييرات على المعلومات التي تم تقديمها للمستهلك إلا إذا وافق المستهلك صراحة^{٢٢}، مع الأخذ في الاعتبار الطبيعة الإلزامية

لمتطلبات المعلومات التي تسبق التعاقد ، فمن الواضح أن المتداول عندما يرغب في تغيير أحد العناصر التي تم تقديم المعلومات عليها ، سيتعين عليه الحصول على موافقة صريحة من المستهلك، على سبيل المثال يمكن للأطراف عند إبرام العقد عن طريق البريد الإلكتروني الاتفاق صراحة على وقت آخر لتسليم البضاعة عن تلك المذكورة في موقع المتداول، من ناحية أخرى الاحكام والشروط بشكل عام تؤشر انه لا يمكن للمتداول ابتداء وضع بنود تتيح له امكانية تغيير المعلومات المقدمه^{٢٣}.

المطلب الاول : مضمون ومحتوى معلومات العقد: المعلومات التي يجب تقديمها في حالة وجود عقد عن بعد مذكورة بوضوح في المادة ٦ من التوجيه الاوربي CRD ، مع الأخذ في الاعتبار أن التوجيه يستند إلى أقصى قدر من التنسيق بين الدول الاعضاء، وبهذا لا يجوز فرض متطلبات ومعلومات أخرى قبل العقد من قبل الدول الأعضاء ، وقد قام المشرع البلجيكي بنقل قائمة التوجيهات بخصوص المعلومات المطلوبه في المادة ٤٥.VI من CEL. اما المشرع الفرنسي فقد نص على المعلومات المطلوبه في مواد متناثره في قانون المستهلك ، منها المواد "111/1 وايضا 121/17CC" اذن بهدف الحصول على قائمة كاملة بالمعلومات الواجب تقديمها ، يستوجب الامر الرجوع إلى نص المادة ٦ من التوجيه الاوربي وتشريعاتها التنفيذية، اخذا بالاعتبار الية تحقق التوازن العقدي بين الاطراف من خلال تقديم المعلومات الدقيقة والصحيحة للعميل الذي في الاصل يجهل هذه المعلومات، بحيث كلما زادت وفرة هذه المعلومات ودقتها وصحتها كلما تحقق الاعتدال والمساواة بين اطراف العقد، وسوف نعمل على تحليل محتوى هذه المعلومات وفق ما يأتي:-

اولاً- الخصائص الرئيسية والسعر الاجمالي:- يجب على المتداول تقديم معلومات عن الخصائص الرئيسية للسلع أو الخدمات ، بالقدر المناسب لتلك السلع أو الخدمات المعنية^{٢٤}، وهذا يعني أنه عند تحديد المعلومات التي سيتم تقديمها بشأن الخصائص الرئيسية ، يجب أن يأخذ في الاعتبار وسائل الاتصال عن بعد المستخدمة لتقديم البضائع أو الخدمات^{٢٥} ، وكذلك طبيعة البضائع أو الخدمات. إن الإشارة إلى الوسيلة المستخدمة ، وكذلك السلع أو الخدمات المقدمة أمر منطقي ، ويمكن العثور على هذه المعايير أيضًا في الأحكام الخاصة بالتضليل والإغفال في التوجيه الخاص بالممارسات التجارية غير العادلة في المادة ٢٦a.٧. أن حقيقة وطبيعة السلع أو الخدمات يمكن أن تؤخذ بالاعتبار ، اذ يجب تقديم على الأقل -معلومات حول الخصائص الرئيسية للسلع، إذا كانت هذه السلع أو الخدمات شائعة وخصائصها معروفة جيدًا وفق معيار المستهلك متوسط المعرفة، علاوة على ذلك مسألة ما اذا كانت حقيقة وسائل الاتصال المستخدمة في التعامل لا تسمح بتوفير الكثير من المعلومات سوف تلعب أيضًا دورًا. في قرار المحكمة العدل - فيما يتعلق بالمعلومات التي يجب تضمينها في دعوة الشراء ، اتجهت وفق المادة ٧.٤ من قانون حماية المستهلك، قررت أن نفس الدرجة من التفصيل ليست مطلوبة في وصف المنتج بغض النظر عن الشكل الذي تأخذه قنوات الاتصال في التعامل مثل الراديو والتلفزيون والوسائل الإلكترونية^{٢٦}، ذكرت المحكمة أيضًا أنه قد يكون كافيًا فقط لإعطاء بعض الخصائص الرئيسية للمنتج والإشارة للمتداول بالإضافة إلى موقعه على الويب ، بشرط أن تكون في هذا الموقع معلومات أساسية عن الخصائص الرئيسية للمنتج^{٢٨}. يجب على المتداول ايضا تقديم معلومات عن السعر الإجمالي للسلع أو الخدمات بما في ذلك الضرائب^{٢٩}، اما إذا كانت طبيعة السلع أو الخدمات بحيث لا يمكن حساب السعر مقدماً بشكل معقول، فيجب على المتداول أن يبلغ المستهلك بالطريقة التي يجب أن يحسب بها السعر، وعند الاقتضاء يجب على المتداول أيضًا إبلاغ المستهلك بجميع رسوم الشحن أو التسليم أو البريد وأي تكاليف أخرى، وفي حالة تعذر حساب هذه الرسوم مقدماً بشكل معقول ، ويجب على المتداول إخبار العميل عن حقيقة أن هذه الرسوم الإضافية التي قد تكون مستحقة الدفع وفق المادة 1-3-113.L، ويمكن الرجوع مرة أخرى إلى المادة ٤ من التوجيه، والتي تتطلب أن يتم تضمين هذه المعلومات في الدعوة للشراء. على عكس UCPD ، المادة ٦.٦ CRD نفسها تحتوي على علاج محدد في حالة عدم امتثال المتداول لمتطلبات المعلومات المتعلقة برسوم إضافية أو تكاليف أخرى، ففي مثل هذه الحالة لا يتعين على المستهلك أن يتحمل هذه الرسوم أو التكاليف وفق المواد "CEL VI.45 والمادة L.121-17-II CC". تجدر الإشارة الى انه في حالة وجود عقد غير محدد المدة أو عقد يحتوي على اشتراك ، يجب أن يشمل السعر الإجمالي التكاليف الإجمالية لكل فترة واعداد فواتير خاصه بكل فتره زمني، وفي حالة فرض رسوم على هذه العقود بسعر ثابت ، فإن السعر الإجمالي يعني أيضًا إجمالي التكاليف الشهرية، وعندما لا يمكن حساب التكاليف الإجمالية بشكل معقول مقدماً، يجب توفير الطريقة التي يتم بها حساب السعر^{٣٠}.

ثانياً- المتداول الممارس للنشاط: يجب على المتداول أيضًا تقديم المعلومات عن هويته وعنوانه الجغرافي وحيثما يتوفر رقم هاتفه ورقم الفاكس وعنوان البريد الإلكتروني، من أجل تمكين العميل المستهلك من الاتصال بالمتداول بسرعة والتواصل معه بكفاءة^{٣١}. المتمتعن بعبارة "حيثما كان ذلك متاحًا" يلاحظ أنه ليس من الضروري للمتداول أن يذكر على سبيل المثال رقم هاتفه على موقعه على الويب إذا كانت هناك

وسائل أخرى تتيح للمستهلك الاتصال بالتاجر بسرعة والتواصل معه بكفاءة، وبهذا يختلف الحل المعتمد لعقود المسافات عن الحل الذي ينطبق على العقود التي لا يمكن اعتبارها عقوداً عن بعد أو خارج المباني^{٣٢}، حيث يكون من الضروري في جميع الحالات ذكر رقم الهاتف، هذا الحل يعتبر غريب إلى حد ما، حيث يفضل المستهلكون وخاصة في عقود المسافات، أن يكونوا قادرين على الاتصال بالتاجر عن طريق الهاتف بدلاً من وسائل الاتصال عن بعد الأخرى^{٣٣}. ان مسألة عدم الزامية بيان رقم الهاتف في التعاقد عن بعد، بهذا الخصوص نجد ان المشرع الأوروبي يعترف بتفسير محكمة العدل في قضية Deutsche Internet Versicherung^{٣٤} فيما يتعلق بتوجيه التجارة الإلكترونية^{٣٥}، في هذه القضية قررت محكمة العدل الأوروبية "ECJ" أن المادة ٥ (١) (C) من توجيه التجارة الإلكترونية، يجب أن تفسر على أنها تعني أن مزود الخدمة مطلوب منه تزويد مستلمي الخدمة قبل إبرام عقد معهم اضافة لمعلومات عنوان البريد الإلكتروني، تزويد المعلومات الأخرى التي تسمح بالاتصال بسرعة والتواصل بطريقة مباشرة وفعالة، ولا يجب أن تكون هذه المعلومات بالضرورة رقم هاتف.

ثالثاً- الضمان القانوني:- أحد المتطلبات الجديدة للمعلومات هو التزام المتداول بالإشارة للعميل المستهلك بوجود ضمان قانوني يتوافق ويؤكد البضائع والخدمات، ومن المهم ملاحظة ان معرفة متطلبات إبلاغ المستهلك عن وجود ضمان قانوني منصوص عليه في التوجيه الاوربي CRD^{٣٥}، حيث لم يتم تضمين ذلك في التوجيه الاوربي الخاص بالبيع للمستهلك^{٣٦}، علاوة على ذلك من اللافت للنظر أنه لم يعد هناك حاجة إلى تزويد المستهلكين بالمعلومات التعريفية عن حقوقهم القانونية. الا انه في الغالب يتم إعطاء مهمة إعلام المستهلكين بحقوقهم القانونية للمتداولين، ويمكن ملاحظة ذلك أيضاً في فقه محكمة العدل، ففي قرارها اتجهت المحكمة بأنه حقيقة أن المستهلك لا يتم إطلاع على الحقوق التي يتمتع بها وفق القانون، هي من مهام المتداول تجاه المستهلك بالتحقق من ذلك^{٣٧}، وقد جادلت سابقا محكمة الاستئناف في بروكسل بأنه من المفترض أن يعرف المستهلكون حقوقهم القانونية وبالتالي لا يتعين على المتداولين إبلاغ المستهلكين بحقوقهم القانونية^{٣٨}، من الواضح أنه حتى في حالة عدم مطالبة المشرع بإبلاغ المستهلكين صراحة بحقوقهم القانونية، لم يعد اليوم من الممكن دائماً دعم اتجاه محكمة الاستئناف. علاوة على ذلك، من المثير للاهتمام أن نذكر أنه وفقاً للتوجيه الخاص بالممارسات التجارية غير العادلة، تعتبر ممارسة مضللة في حد ذاتها تقديم الحقوق الممنوحة للمستهلكين في القانون كميزة مميزة لعرض المتداول، حيث يجب التمييز بين مجرد ذكر الضمان القانوني بطريقة واضحة ومفهومة "وهو أمر إلزامي وفقاً لاتفاقية التوجيه الاوربي" من ناحية والتأكيد على وجود الضمان القانوني من أجل السماح للمستهلكين بالاعتقاد بأن يقدم المتداول ضماناً إضافياً، مقارنةً بالضمان القانوني الذي يحظره UCPD التوجيه الخاص بالممارسات غير العادلة من ناحية أخرى.

المطلب الثاني: كيفية تزويد المعلومات: ان تزويد المعلومات في التعاقد عن بعد يشكل حماية عقديه للعميل، ومن شأن ذلك ايضا المحافظه على التوازن العقدي بين الطرفين، وهذا هو الذي تؤكد الارادة التشريعيه في التوجيهات الاوربيه من خلال الاحكام التي تستوجب وفرة المعلومات لاعادة التوازن للطرف الذي تنقصه خبره والدرايه اللازمه الفنيه عن موضوع وضروف التعاقد. كيفية تزويد المعلومات تستوجب بحث ومناقشة الية تزويد هذه المعلومات بشكل عام، والوقت الذي يجب ان تزود فيه هذه المعلومات. عليه سنعمل على بحث ذلك وفق ما يأتي:-

اولاً- تزويد المعلومات بشكل عام:- المعلومات المقدمة للمستهلك يجب ان تقدم بطريقة واضحة ومفهومة، ويجب تحديد الاساس الذي يشكل في ان المعلومات واضحة ومفهومة بالأخذ في الاعتبار ما يسمى المستهلك العادي، ومع ذلك يجب أن يأخذ المتداول في الاعتبار الاحتياجات المحددة للمستهلكين المعرضين للخطر بشكل خاص بسبب ضعفهم العقلي أو البدني أو النفسي أو العمر أو المصادقية بطريقة يمكن أن يتوقعها المتداول بشكل معقول، ايضا يلاحظ ان التوجيه الاوربي CRD الذي يأخذ في الاعتبار الاحتياجات المحددة، الا انه لا ينبغي بنفس الوقت أن تؤدي إلى مستويات مختلفة من حماية المستهلك، اذ من الصعب على المتداول أن يفرق دون تمييز مستويات الحماية^{٣٩}. فيما يتعلق بالنقطة الزمنية التي يجب تقديم المعلومات فيها، يجب التمييز بين الالتزام بتقديم المعلومات قبل أن يلتزم المستهلك والالتزام بتأكيد تلك المعلومات في غضون فترة معقولة بعد إبرام العقد، على الراجح في وقت تسليم البضاعة أو قبل بدء أداء الخدمات.

يلاحظ أن الهدف المنشود من متطلبات المعلومات المختلفة، عندما يُطلب من التاجر تقديم المعلومات قبل أن يلتزم المستهلك، فإن نية المشرع هي التأكد من أن المستهلك يستحصل المعلومات الضرورية لإعطاء موافقة مستنيرة، وعندما يمكن تقديم المعلومات في غضون فترة زمنية معقولة بعد إبرام العقد، على أبعد تقدير عند تسليم البضاعة او قبل تنفيذ العقد.

ثانياً- تزويد المعلومات قبل ان يلتزم المستهلك بالعقد:- قبل أن يلتزم المستهلك بعقد عن بعد أو أي عرض مقابل إذا كان المستهلك قدم العرض قانوناً، يجب على المتداول تقديم المعلومات أو إتاحتها للمستهلك -بطريقة مناسبة بوسائل الاتصال عن بعد المستخدمة وبلغة واضحة وصريحة^{٤١}. عندما يتم تقديم البضائع أو الخدمات عبر الإنترنت، يمكن توفير المعلومات من خلال موقع المتداول على الإنترنت، و في حالة عدم ذكر المعلومات في الصفحة التي تم تقديم الطلب بها، من الضروري على الأقل في هذه الحالة أن يتم عرض ارتباط تشعبي في هذه الصفحة على صفحة الويب التي تتوفر بها المعلومات، وبذلك تكون المعلومات مقدمه بطريقة واضحة ومفهومة^{٤١}، يجب أن يكون المستهلك العادي قادراً على الوصول إلى المعلومات بسهولة، الفكرة الاخيره لن تكون هي القضية اذا كانت المعلومات المطلوبة منشوره عبر عدة صفحات ويب أو إذا لم يلاحظ المستهلك العادي الارتباط التشعبي الذي يشير إلى المعلومات المطلوبة قبل تقديم الطلب للسلع والخدمات.

المطلب الثالث: المعلومات اللازم توفرها وفق التوجيهات الاوربيه الاخرى المشتركة: متطلبات المعلومات المنصوص عليها في التوجيه الاوربي CRD وتشريعاته التنفيذية، بالإضافة إلى متطلبات المعلومات الواردة في توجيه الخدمات التجارية الإلكترونية^{٤٢}، تأخذ كل منهما بنظر الاعتبار في حالة تقديم الخدمات عبر الإنترنت، حيث يجب أن لا يلتزم المتداول فقط بمتطلبات المعلومات في توجيه CRD، ولكن أيضاً بمتطلبات توجيه التجارة الإلكترونية وتوجيه الخدمات وتشريعاته التنفيذية. ولكن تجدر الإشارة الى امر في غاية الاهمية، وهو عندما تتعارض أحكام توجيه الخدمات أو توجيه التجارة الإلكترونية بشأن المحتوى والطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات مع أحد أحكام CRD، فانه في هذه الحالة على قاضي الموضوع ان يغلب احكام التوجيه الاوربي CRD وفقاً لقاعدة ان الاحكام الخاصه تغلب على الاحكام العامه من جانب، ومن جانب اخر ينبغي على قاضي الموضوع ان يستهدف تطبيق الاحكام التي تحقق التوازن العقدي في التعاقد عن بعد، ليلتحق القاضي بمسيرة ورؤية المشرع المقصوده في حفظ وحماية توازن التعاقد، هذا الأخير على سبيل المثال يعني أن تطبيق توجيه التجارة الإلكترونية أو توجيه الخدمات لا يمكن أن يعني أن مزود خدمة معلومات المجتمع معفى من الالتزام بتأكيد المعلومات على وسيط دائم. وبشكل أكثر تحديداً، يحتوي التوجيه الاوربي للتجارة الإلكترونية على مجموعتين من متطلبات المعلومات، الاولى تتمثل ببعض المعلومات التي يجب تقديمها بسهولة وبشكل مباشر ودائم إلى متلقي الخدمة^{٤٣}، والثانية تتمثل بأن هناك معلومات يجب تقديمها إلى متلقي الخدمة قبل تقديم الطلب^{٤٤}، لذلك لا ينطبق شرط المعلومات الأخير إلا إذا كان موقع الويب يمكن المستهلك من تقديم طلب. وبالتالي في كل من المجموعتين لمتطلبات المعلومات، يتضح أن توجيه التجارة الإلكترونية يحتوي على بعض متطلبات المعلومات الإضافية عندما يمكن اعتبار تقديم السلع أو الخدمات عن بُعد خدمة معلومات المجتمع. عندما يبرم العقد العقد عبر الإنترنت على سبيل المثال خلافاً للتوجيه CRD، نجد ان توجيه التجارة الإلكترونية يتطلب توفير عنوان البريد الإلكتروني لموفر الخدمة دائماً، حيث يجب أن يذكر في كل موقع ويب عنوان البريد الإلكتروني للمتداول، ويجب أن يكون الوصول إليها ممكناً، من الضروري أيضاً تقديم معلومات حول الخطوات الفنية المختلفة التي يجب اتباعها لإبرام العقد وتوفير شروط العقد والشروط العامة المقدمة للمستهلك بطريقة تتيح له تخزينها وإعادة إنتاجها. وفقاً للمادة ٢٢ من التوجيه الخاص بالخدمات، يجب على مقدمي الخدمة إتاحة معلومات معينة لمستهلك الخدمة، وعندما يتعذر اعتبار تقديم السلع أو الخدمات عن بُعد باعتبارها معلومات خدمة المجتمع، يجب توفير معلومات إضافية بواسطة مزود الخدمة، لذلك سيتعين على المتداول التحقق من متطلبات المعلومات المدرجة في هذه التوجيهات الثلاثة.

الصحت الثالث

الحق في الانسحاب لله توازن عقدي وحماية المستهلك لله

لقد اقر المشرع الاوربي حق المستهلك بالانسحاب من العقد بدون دفع تعويض، وهذه ميزه اساسيه في التعاقد عن بعد عندما لا يجمع المتعاملين مكان مادي واحد يمكنهم ويسهل عليهم مناقشة بنود وشروط العقد بشكل مباشر، فالوسيلة المستعمله في التعاقد عن بعد مهما كانت قوتها الفنية لايمكنها ان تحل محل المجلس المادي الواحد والمباشر الذي يجمع الطرفين المتعاقدين بشكل مباشر، اذ نجد ان المشرع الاوربي لا يتدخل بشكل مباشر بخصوص التعاقد التقليدي غير العابر للحدود او الذي يجتمع فيه المتعاقدين ضمن مجلس واحد، اذ ان التعاقد التقليدي متروك لتنظيمه للدول الاعضاء من خلال سلطاتها التشريعيه الوطنيه، وهذه التشريعات الاخيره لا بد بطبيعه الحال ان تختلف من حيث التنظيم والاهداف والحقوق التي تقرها وربما يهدف المشرع الاوربي فيها الوصول لمستوى الطموح المتمثل بالتوافق بين الدول الاعضاء وهو الشغل الشاغل الذي يسعى في تحقيقه. اذن من حيث المبدأ، يحق للمستهلكين الانسحاب من عقد المسافة دون دفع أي جزء

مقابل ذلك ودون إبداء أي سبب وهذا ما اقره التوجيه الاوربي بصراحه^{٤٥}، أن ذلك يمكن بشكل فارقاً بسيطاً في أحد المبادئ الأساسية للقانون المدني، وخلق تكاليف إضافية بسبب انعدام اليقين والتأخير^{٤٦}.

المطلب الاول: تبرير حق الانسحاب من العقد: يمكن تبرير حق الانسحاب في عدة أسباب والتي تشترك جميعها في أنها مرتبطة بالظروف^{٤٧}، التي تمثل خطراً او عدم قدرة المستهلك على التوصل إلى قرار حر بدرجة كبيرة^{٤٨}، وهناك ما يبرر الحق في الانسحاب من العقد عندما لا يتصرف المستهلك بطريقة عقلانية عند إبرام العقد، سيكون هذا هو الحال على سبيل المثال إذا كان المستهلك غارقاً أو تعرض لضغط لإبرام العقد، على سبيل المثال عندما يتم إبرام العقود في منازل المستهلكين^{٤٩}، ومع ذلك هذه ليست هي القضية عادة عند إبرام العقد عن بعد، وقد يكون هناك استثناء واحد عندما يتم إبرام العقد عبر الهاتف. التباين المعلوماتي في حالة التعاقد عن بعد هو الذي يبرر وجود حق السحب، فهو ينجم عن الطريقة التي يتم بها إبرام العقد ، أي بسبب استخدام وسيلة الاتصال عن بعد لإبرام العقد، حيث لن يتاح للمستهلك الذي يقوم بشراء مختلف البضائع عن بُعد، الفرصة لرؤية البضائع فعلياً وتقييم جودتها بالطريقة نفسها التي يشتري بها المستهلك هذه البضائع في مقر المتداول^{٥٠}، هذا هو السبب في أنه يحق للمستهلك الانسحاب من العقد. التأكيد على التباين المعلوماتي من الناحية الاقتصادية مقنعة فقط لسلع البحث والتجربة ولا ينطوي تحت مايسمى بضغوط المصادقية تجاه المستهلك^{٥١}، اما سلع الاعتماد فهي سلع يصعب على المستهلكين التأكد من جودتها ، حتى بعد استخدام هذه السلع، لذلك سيكون حق الانسحاب ذا فائدة محدودة لحماية المستهلكين الذين يشترون سلع الاعتماد عن بُعد، على العكس من ذلك عندما يتعلق العقد بالسلع ذات الخبرة يكون حق الانسحاب مفيداً وذو جدوى، لأن المستهلك فقط سيكون قادراً على التحقق من جودة البضائع عند الاستهلاك، بينما سلع البحث هي سلع يمكن للمستهلك تقييم جودتها عند الفحص، فإذا تم إبرام العقد باستخدام وسائل الاتصال عن بعد ، يصبح من المستحيل على المستهلكين التأكد من جودتها عند إبرام العقد، لذلك فإن حق الانسحاب فيما يتعلق بالبحث عن البضائع المشتراة عن بعد أمر منطقي، ومع ذلك ونظراً لأنه سيكون من الصعب التمييز بين هذه الأنواع المختلفة من البضائع في التشريعات ، يُقال إن وجود حق الانسحاب يجب أن يُقبل بالنسبة لجميع السلع، وإذا كان حق الانسحاب لأنواع معينة من البضائع يمثل مشكلة ، فيجب إعفاؤها من حق الانسحاب^{٥٢}، وهذا هو أيضا النهج المستخدم في التوجيه الاوربي CRD. علاوة على ما تقدم فإن السؤال الذي يمكن ان يطرح هو ما إذا كان ما ورد أعلاه يمكن أن يبرر أيضاً وجود الحق في الانسحاب في عقد الخدمات المبرم عن بُعد، في العديد من الحالات ، سيكون للمستهلك الذي يبرم عقد خدمات عن بعد نفس المعلومات تماماً مثل المستهلك الذي يبرم هذا النوع من العقود في مقر المتداول^{٥٣}، لذلك لا يمكن أن يبرر عدم التماثل في المعلومات وجود حق الانسحاب لعقود الخدمات المبرمة على مسافة، اذ من المحتمل أن الأساس المنطقي وراء هذا الحق، بانه يضمن حماية المستهلك وصيانة التوازن العقدي وربما اكثر، حيث يحفز العقود عبر الحدود المتعلقة بالخدمات، وبهذا فان منح المستهلك حق الانسحاب من العقد يجب أن يزيد ثقة المستهلك في العقود عن بعد، ومع ذلك فإن منح حق الانسحاب لهذه الأسباب يجد البعض انه ليس مقنعاً للغاية^{٥٤}. وعلاوة على ذلك ، فإن عدم التناسق المعلوماتي لا يستطيع أيضاً تبرير وجود حق سحب ينتهي بعد أربعة عشر يوماً تقويمياً من يوم إبرام العقد فيما يتعلق بعقود الغاز والمياه والكهرباء حيث لا يتم طرحها للبيع في فترة زمنية محدودة. تجدر الإشارة ان تعريف العقد عن بُعد وتفسيره من قبل المشرع الأوروبي لا يتماشيان مع الأهداف المرسومة مع حق الانسحاب، اذ ان مدلول الفقرة ٢٠ يقرر أن مجرد زيارة مباني الأعمال لغرض جمع المعلومات حول البضائع أو الخدمات لا تمنع اعتبار العقد عقداً عن بُعد ، والشرط الوحيد هو أن العقد بعد ذلك يتم التفاوض ويبرم على مسافة، إذا يفهم من ذلك انه اذا قام المستهلك بزيارة مقر التاجر، فمن المرجح أنه توفرت له الفرصة لإلقاء نظرة فاحصة على البضائع، ووفق هذا الفرض ليس هناك ما يبرر حق الانسحاب ، لمجرد حقيقة أنه بعد ذلك يتم التفاوض على العقد وإبرامه عن بعد.

ينبغي الملاحظه والاخذ بمبررات حق الانسحاب ، من حيث انه لا ينبغي أن يقتصر حق الانسحاب على العقود المبرمة ضمن مخطط منظم للبيع عن بعد. في حين أنه يمكن قبول المتداولين فقط من حين لآخر إبرام عقود المسافة ، لا يخضعون لمتطلبات المعلومات التفصيلية المنصوص عليها في CRD ، ولا توجد أسباب وجيهة لإعفاء المستهلكين من حق الانسحاب^{٥٥}.

المطلب الثاني: مدة حق الانسحاب المشرع الاوربي في التوجيه الاوربي النافذ حدد للمستهلك مدة أربعة عشر يوماً للانسحاب من عقد المسافة، بينما كان حق الانسحاب في التوجيه الاوربي السابق سبعة أيام عمل تقويمياً، وقد مدد المشرع البلجيكي في عام ٢٠١٠ بالفعل فترة الانسحاب إلى ١٤ يوماً تقويمياً عند تقديم قانون ممارسات السوق في عام ٢٠١٠، اما في فرنسا كان على المستهلكين الانتظار حتى يتم نقل احكام التوجيه الاوربي (CRD) لتمديد فترة الانسحاب^{٥٦}. من المهم التأكيد على أن السبب الرئيسي لتمديد فترة الانسحاب ربما من جانب

زيادة حماية المستهلك وتحقيق التوازن العقدي، ولكن التمديد يؤكد زيادة اليقين القانوني وخفض تكاليف الامتثال للمتداولين، وبشكل أكثر تحديداً كان هدف المشرع الأوروبي هو الوصول إلى فترة انسحاب واحدة هي نفسها بالنسبة لجميع عقود المسافات بما في ذلك تلك المتعلقة بالخدمات المالية والعقود الخارجية، علاوة على ذلك فإن التوجيه الزمني (المادة ٤٢.١) وتوجيه الانتماء الاستهلاكي (المادة ١٤) يحتويان على نفس فترة الانسحاب^{٥٧}. وتجدر الإشارة الى وجوب التمييز بين حساب فترة الانسحاب في حالة بيع البضائع في عقود بيع السلع، وفي حالة تقديم الخدمات في عقود بيع الخدمات، وهنا نلاحظ ان المشرع الأوروبي يستبعد العناصر المباعة عن طريق التنفيذ أو عن طريق سلطة القانون من تعريف البضائع، ربما الحل ليس ملائماً جداً ، ولكن ما يريد المشرع الأوروبي الحصول عليه هو أن الأحكام المتعلقة بعقود البضائع والمبيعات لا تنطبق على الموقف الذي يتم فيه بيع البضائع عن طريق التنفيذ أو عن طريق سلطة القانون، اما عقد الخدمة فهو أي عقد بخلاف عقد البيع الذي يقوم بموجبه المتداول بتزويد أو تعهد بتقديم خدمة للمستهلك والمستهلك يدفع أو يتعهد بدفع ثمنها^{٥٨}، نظرًا لأن "الخدمات" نفسها غير محددة يجب ان يكون التفسير المعتاد بموجب قانون الاتحاد الأوروبي^{٥٩}. اما بالنسبة للعقود التي يكون موضوعها بيع سلع وبنفس الوقت خدمات، فانها تعتبر عقود مبيعات وبالتالي تخضع لاحكام عقود المبيعات بخصوص احتساب مدة حق الانسحاب من العقد^{٦٠}. في الماضي ، لم يكن من السهل دائماً تحديد حالة العقود المتعلقة بالغاز والماء والكهرباء. هل تعتبر هذه عقود مبيعات أو عقود خدمات؟ لقد كان هذا سؤالاً مهماً في حالة وجود عقد عن بُعد ، نظرًا لأن حساب فترة الانسحاب كان دائماً مختلفاً بالنسبة للسلع والخدمات، لذلك واحدة من مزايا التوجيه الاوربي CRD هو أنه يحل مشكلة التفسير هذه بشكل صريح، حيث ينص على أن الماء والغاز والكهرباء عبارة عن سلع ، ولكن فقط عندما يتم طرحها للبيع بكمية محدودة أو كمية محددة، اما إذا لم تكن كذلك ، فإنها لا تعتبر بضائع، ومع ذلك فهي لا تعتبر خدمات أيضاً، وبذلك تنطبق قواعد محددة لحساب فترة الانسحاب^{٦١}. عليه فانه في عقود البيع تنتهي فترة الانسحاب بعد أربعة عشر يوماً تقويمياً من اليوم الذي يكتسب فيه المستهلك الحياة المادية للبضائع، ونلاحظ المشرع الأوروبي اختار صياغه مختلفة عن تلك الموجودة في التوجيهات السابقة من أجل توضيح أن الانسحاب يمكن أن يحدث بمجرد أن يلتزم المستهلك بعقد أو عرض عن بعد، ولا يتعين على المستهلك الانتظار للانسحاب من العقد حتى يتم تسليم البضائع بالفعل^{٦٢}. يلاحظ ان المشرع الاوربي صاغ تطبيق قواعد محددة في حالة البضائع المتعددة التي يطلبها المستهلك في أمر واحد وتسليمها بشكل منفصل ، في حالة تسليم سلعة تتكون من عدة قطع في حالة عقود التسليم المنتظم للبضائع أثناء الفترة الزمنية المحددة ، وهذا من شأنه ان يزيد من اليقين القانوني وتأكيد وحماية التوازن العقدي، حيث تنتهي فترة السحب بعد ١٤ يوماً من اليوم الذي يكتسب فيه المستهلك الحياة المادية لآخر عنصر في حالة وجود عقد لبيع سلع متعددة طلبها المستهلك في أمر واحد وتسليمه بشكل منفصل ، وفي اليوم الذي يكتسب فيه المستهلك الحياة المادية لآخر قطعة أو قطعة في حالة العقد الذي تتكون فيه البضائع من الكثير أو القطع المتعددة ، وفياليوم الذي يكتسب فيه المستهلك الحياة المادية للعنصر الأول حيث يكون العقد للتسليم المنتظم للبضائع خلال فترة زمنية محددة^{٦٣}

الذاتة

من خلال البحث في عقود المسافات وفق المنظور التشريعي الاوربي، واخذا بنظر الاعتبار حماية التوازن العقدي وحماية المستهلك بالانسحاب من عقود المسافات خلال ١٤ يوما تقويميا، نوجز اهم الافكار والنتائج المترتبة على هذا البحث وكما يأتي:-

١. ان هدف المشرع الاوربي المباشر هو حماية العلاقات العقدية والحفاظ على التوازن العقدي في التعاقد عن بعد، من خلال تشريع احكام من شأنها ان تغطي التفاصيل الدقيقة والتطبيقات التي يمكن ان تخذل وتنتهك فيها حقوق اساسيه للمستهلك، بسبب طبيعة عقود المسافات، الا اننا نرى من خلال البحث ان الضمان في حماية التوازن العقدي يعتمد بالدرجة الاساس على كيفية نقل الدول الاعضاء داخل الاتحاد الاوربي احكام التوجيه للقوانين الوطنية، ويعتمد ايضا على الدور القضائي في تفسير الاحكام والوصول الى حلول عادله في الحالات الجزئية الدقيقة والظروف الاستثنائية.
٢. عند النظر بتمعن في التوجيه الاوربي CRD وتشريعاته التنفيذية ، يمكن ان نرى بوضوح أن متطلبات المعلومات أكثر شمولاً منها بموجب DSD (وتشريعات التنفيذ في بلجيكا وفرنسا)، اذ يعتقد المشرع الأوروبي بوضوح أن تمديد متطلبات المعلومات يؤدي إلى زيادة حماية المستهلك، على الرغم من أنه يمكن الترحيب ببعض المتطلبات الجديدة من المعلومات (مثل نموذج السحب النموذجي ، معلومات حول قابلية التشغيل البيئي للمحتوى الرقمي) ، الا انه بنفس الوقت نرى أن التمديد الكبير للمعلومات التي يجب تقديمها لا يعني بالضرورة زيادة حماية المستهلك.

٣. يجدر التأكيد بشكل خاص على أنه يجب تأكيد جميع المعلومات التي يتم توفيرها من قبل المتداول قبل ربط المستهلك (على سبيل المثال في موقع المتداول) ، على وسيط دائم، أظهر البحث أن بعض المعلومات ذات صلة فقط في مرحلة ما قبل التعاقد - من أجل تمكين المستهلك من إعطاء موافقة مستنيرة - مما يجعل من غير المجدي إجبار المتداول على تأكيد هذه المعلومات (على سبيل المثال معلومات عن التسليم) على وسيط دائم بعد العقد، إذ لا تكون المعلومات الأخرى مفيدة إلا في حالة نشوء مشاكل بعد إبرام العقد (مثل الضمان القانوني) ، مما يعني أنه لا ينبغي تقديم هذه المعلومات قبل إبرام العقد.

٤. لا يمكن انتقاد قائمة متطلبات المعلومات الشاملة والمفصلة عند النظر إليها من وجهة نظر المستهلك، حيث يخلق تكاليف إدارية غير مبررة للتجار، هذا هو الحال خاصةً عندما يقدمون سلعًا أو خدمات عبر الإنترنت ، وفي هذه الحالة يتعين عليهم أيضًا مراعاة متطلبات المعلومات المضمنة في توجيه التجارة الإلكترونية، من ناحية أخرى يستفيد المتداولين من التوجيه الاوربي حيث يتيح لهم تقديم المعلومات المتعلقة بحق الانسحاب في نموذج موحد لتعليمات نموذجية".

٥. الى جانب إضافة بعض متطلبات المعلومات المفيدة ، يبدو أن المزايا الرئيسية للتوجيه الاوربي فيما يتعلق بمتطلبات المعلومات تتمثل في وضع قواعد مفصلة للعقود المبرمة بالوسائل الإلكترونية ومواقع التداول، حيث يجب أن تضمن هذه المعلومات أن المستهلك على دراية جيدة بعناصر المعلومات الأساسية قبل أن يلتزم بالدفع، وأن يدرك المستهلك بوضوح ذلك عندما يقوم بالضبط بوضع الطلب، إضافة الى مراعاة الحدود التي تفرضها بعض وسائل الاتصال الحديثة مثل الرسائل القصيرة، بما يتماشى مع القواعد المتعلقة بالممارسات غير العادلة.

٦. بخصوص عبء الإثبات، التوجيه الاوربي يقرر بشكل صريح أن الأمر متروك على عاتق المتداول لإثبات امتثاله لجميع متطلبات المعلومات، وبهذا يتم فرض عبء الإثبات بشكل واضح على المتداول ، الذي يجب عليه التأكد من أنه في حال جادل المستهلك بأنه لم يتلق المعلومات المطلوبة ، فسيكون قادرًا على إثبات العكس.

٧. أحد العيوب الرئيسية في التوجيه الاوربي CRD هو أنه لا تحتوي إلا على المعالجات المدنية عندما لا يتم الوفاء ببعض متطلبات المعلومات، على سبيل المثال فيما يتعلق بحق الانسحاب، في حين أن المعلومات التي يتم تقديمها والطريقة التي يجب تقديمها بها متناسقة ، فإن سبل المعالجة المدنية ليست كذلك، حيث اختار المشرع البلجيكي والفرنسي عدم دمج سبل المعالجة المدنية المحددة ، وكان أكثر توسعا من التوجيه الاوربي، بمعنى أن يكون لديك الكثير من متطلبات المعلومات عندما لا يمكن علاج عدم الوفاء في العلاقة بين المتداول والمستهلك.

٨. فيما يتعلق بحق الانسحاب ، من خلال البحث وجدنا ان التوجيه الاوربي يزيد قليلاً من حماية المستهلك فيما يتعلق بحق السحب ، على سبيل المثال عن طريق تمديد فترة الانسحاب ، من خلال تقديم نموذج سحب نمونجي ، من خلال السماح للمستهلك بفحص واختبار البضائع المطلوبة عن بُعد وتحديد أن مجرد عقد أداء الخدمات خلال فترة السحب لا يؤدي إلى فقدان الحق في الانسحاب من العقد، علاوة على ذلك فإن الأحكام الواردة في التوجيه الاوربي بخصوص حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة هي أكثر تفصيلاً ، حيث تقدم توضيحات مرحب بها ، خاصة فيما يتعلق بالعواقب المترتبة على ممارسة حق الانسحاب وحساب فترة الانسحاب علاوة على ذلك هذه الاحكام خلقت احكام موحده داخل الاتحاد الأوروبي، ومع ذلك من المؤسف أنه لم يتم التعامل مع بعض الجوانب بشكل صريح، مثل المسؤولية في حالة تلف البضاعة أثناء فترة الانسحاب بسبب القوة القاهرة.

٩. من وجهة نظر المستهلك ، يبدو أن العيوب الرئيسية تتمثل بإمكانية قيام المتداول بحجب المقابل إلى أن يعيد المستهلك بعد ممارسة حقه في السحب البضائع، إضافة الى ان المسؤولية عن القيمة المتناقصة في حالة استخدام البضائع خلال فترة الانسحاب، قد يكون لكل منهما تأثير سلبي على فعالية حق الانسحاب.

١٠. من خلال البحث ثبت ان مبرر حق الانسحاب في حالة العقد عن بُعد موجود في حالات عدم التناسق المعلوماتي، وبالتالي ، فإن حق الانسحاب ليس ضروريًا لحماية المستهلكين الذين يبرمون عقد خدمات أو عقد يتعلق بالغاز والماء والكهرباء ، إذ لا يتم طرحهم للبيع بحجم محدود على مسافة، علاوة على ذلك لا يبدو أن هناك ما يبرر حق الانسحاب عندما يقوم المستهلك بزيارة مقر التاجر قبل التفاوض وإبرام العقد عن بُعد، من ناحية أخرى يجب أن يوجد حق الانسحاب عندما يتم شراء السلع عن بعد باستخدام وسائل الاتصال عن بعد خارج المباني ومن خلال مخطط منظم للبيع عن بعد.

١١. فيما يتعلق بنقل الأحكام المتعلقة بحق الانسحاب في حالة العقود عن بعد في فرنسا وبلجيكا ، أود بصفة خاصة أن أشير إلى أن التشريع البلجيكي وبالصدفه وليس نقلا عن التوجيه يتضمن حق الانسحاب بالعقود المتعلقة بنقل الركاب، علاوة على ذلك من المثير للاهتمام أن نرى أن المشرع الفرنسي قد أدرج علاجاً محدداً في حالة عدم سداد المتداول للمستهلك الذي مارس حقه في الانسحاب في الوقت المناسب.

المصادر

اولا- الكتب والبحوث:

1. A.DE BOECK, "Les obligations d'information 381onsumma et le droit des obligations en Belgique et en France", European Review of Consumer Law (2013) Volume 9.
2. B. KEIRSBILCK, The new European law of unfair commercial practices and competition law, Oxford, Hart Publishing, 2011.
3. C. TWIGG-FLESNER and D. METCALFE, "The proposed Consumer Rights Directive – less haste, more thought?", European Review of Consumer Law (2009) Volume 5 (Issue 3).
4. Contra: E. TERRY, „Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten – Nieuwe regels op komst voor de directe verkoop”, Rechtskundig Weekblad 2012-2013.
5. C. TWIGG-FLESNER and D. METCALFE, "The proposed Consumer Rights Directive – less haste, more thought?", European Review of Consumer Law (2009) Volume 5 (Issue 3)
6. C. BIQUET-MATHIEU and J. DECHARNEUX, « Aspects de la conclusion du contrat par voie électronique », in Le Commerce électronique : un nouveau mode de contracter, Liege, Jeune barreau de Liège, 2001.
7. C. TWIGG-FLESNER and D. METCALFE, "The proposed Consumer Rights Directive – less haste, more thought?", European Review of Consumer Law (2009) Volume 5 (Issue 3).
8. D. VOINOT, „Transposition de la Directive en droit français: première étape avant l'adaption d'un nouveau code de la 381onsumation", European Review of Consumer Law (2013) Volume 9.
9. DELVOIE and S. RENIERS, "Precontractual information in the proposal for a Common European Sales Law", in The Draft Common European Sales Law: Towards an Alternative Sales Law? A Belgian Perspective, Cambridge, Intersentia, 2013.
10. E. TERRY, Bedenktijden in het Consumentenrecht, Antwerp, Intersentia, 2008.
11. G. HOWELLS and R. SCHULZE, "Overview of the proposed Consumer Rights Directive", Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law, European Law Publishers, 2009.
12. H.W. MICKLITZ, "An Optional Law on Off-premises, Distance Sales and Unfair Terms for European Business and Consumers?", EUI Working Papers in Law 2012/04.
13. H. EIDENMÜLLER, F. FAUST, H.C. GRIGOLET, N. JANSEN, G. WAGNER. And R. ZIMMERMAN, "Towards a Revision of the Consumer Acquis", Common Market Law Review (2011) Volume 48 (Issue 4).
14. H.W. MICKLITZ, J. STUYCK, J and E. TERRY, Cases, Materials and Text on Consumer Law, Oxford. Hart Publishing, 2010.
15. H. EIDENMÜLLER, "Why Withdrawal Rights?". European Review of Consumer Law (2011) Volume 7 (Issue 1).
16. H. EIDENMÜLLER, F. FAUST, H.C. GRIGOLET, N. JANSEN, G. WAGNER. And R. ZIMMERMAN, "Towards a Revision of the Consumer Acquis", Common Market Law Review (2011) Volume 48 (Issue 4).
17. RAMSAY, Consumer Law and Policy: Text and Materials on Regulating Consumer Markets, Oxford, Hart Publishing, 2007.
18. J. STUYCK, „The implementation in Belgium: the new book VI on market practices and consumer protection in the Economic Law Code", European Review of Consumer Law (2013) Volume 9.
19. J. DELVOIE and S. RENIERS, „ Precontractual information in the proposal for a Common European Sales Law", in The Draft Common European Sales Law: Towards an Alternative Sales Law? A Belgian Perspective, Cambridge, Intersentia, 2013.
20. P. REKAITI and R. VAN DEN BERGH, "Cooling-off periods in the consumer laws of the EC Member States. A comparative law and economics approach", Journal of Consumer Policy (2000) Volume 23 (Issue 4).

21. P. REKAITI and R. VAN DEN BERGH, "Cooling-off periods in the consumer laws of the EC Member States. A comparative law and economics approach", Journal of Consumer Policy (2000) Volume 23 (Issue 4).

22. TERRYN, Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten – Nieuwe regels op komst voor de directe verkoop", Rechtskundig Weekblad 2012-2013.

ثانيا- التوجيهات والقرارات:-

1. Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services, OJ L 9 October 2002, 271/16.
2. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and the Council, OJ L 22 December 2011, 304/64.
3. Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts, OJ L 4 June 1997, 144/19.
4. Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises, OJ L 31 December 1985, 372/31.
5. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council, OJ L 11 June 2005, 149/22.
6. Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees, OJ L 7 July 1999, 171/12.
7. Directive 2008/122/EC of the European Parliament and the Council of 14 January 2008 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts, OJ L 3 February 2009, 33/10. Directive 2008/48/EC of the European Parliament and the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC, OJ L 22 May 2008, 133/66.
8. C.J. 19 November 1998, C-162/97, Gunnar Nilsson, [1998] ECR I-4777; C.J. 24 November 2005, C-136/04, Deutsches Milch-Kontor GmbH, [2005] ECR I-10095.
9. Belgium: Exposé des motifs, La Chambre, Doc. 53, 3018/001.
10. Exposé des motifs, La Chambre, Doc. 53, 3018/001, p. 16.
11. C.J. 12 May 2011, C-122/10, Konsumentombudsmannen v. Ving Sverige, [2011] ECR I-3903.
12. C.J. 16 October 2008, C-298/07, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände versus Deutsche internet versicherung AG, [2008] ECR I-7841.
13. Court of Appeal Brussels 3 May 2002, Revue de Droit de la Consommation 2003, 53, note E.

ثالثا- القوانين:-

1. Code of Economic Law is taking place in parts. See about Book VI: J. STUYCK, „The implementation in Belgium: the new book VI on market practices and consumer protection in the Economic Law Code”, European Review of Consumer Law (2013) Volume 9.
2. France Code de la Consommation.
3. Belgian Law of 11 March 2003 on certain legal aspects of information society services.
4. French law n° 2004-575 of 21 June 2004 „pour la confiance dans l'économie numérique”.

المواش

1 Directive of 2002/65/EC التوجيه الاوربي للبرلمان والجلس الاوربي في ٢٣ ايلول ٢٠٠٢ بخصوص السوق والمسافات حول خدمات المستهلك المالية.

2 Directive 2011/83/EU التوجيه الصادر من البرلمان والمجلس الاوربي في ٢٥/١٠/٢٠١١ بخصوص حقوق المستهلك والذي عدل التوجيه رقم ١٣/٩٣، والتوجيه الاوربي رقم ٤٤ لسنة ١٩٩٩ للبرلمان والمجلس الاوربي والذي الغى توجيه المجلس الاوربي رقم ٥٧٧/٨٥، وكذلك الغى التوجيه المرقم ٧/٩٧ الصادر عن البرلمان والمجلس الاوربي.

3 Directive 97/7/EC التوجيه الاوربي الصادر عن البرلمان والمجلس الاوربي في ٢٠/٥/١٩٩٧ في حماية المستهلك بخصوص عقود المسافات.

- ٤ Directive-85/577/EEC. التوجيه الصادر عن المجلس الاوربي في ١٩٨٥/١٢/٢٠ والصادر بخصوص حماية المستهلك في التفاوض في العقود خارج المباني.
- ٥ "Stuyck, The implementation in القانون الاقتصادي ياخذ دورا بارزا بهذا الخصوص وللمزيد بخصوص ذلك ينظر "Belgium-the new book on market practices and consumer protection in the Economic Law Code", European Review of Consumer Law (2013) Volume 9, P.25."
- ٦ Voinot, "transposition de la Directive en droit français: premiere etape avant ladaption d un nouveau code de la consommation" quoted from "European Review of Consumer Law 2013 Volume 9, P.33". I.8/15 of "CEL". Art^٧
- ٨ Art. L-121/16 Code de la Consommation.
- ٩ Art. 2.7 "CRD".
- ١٠ نعتقد ان التوجيه الاوربي قطعاً يفسر بهذا الشكل وفقاً لرؤية ونهج الاتحاد الاوربي ومن خلال استقراء وتحليل مجمل بنوده
- ١١ بلجيكا، المذكور التفسيري بالوثيقة المرقمة ٥٣-١٨/٣٠١٠١/٠٠١، ص ١٢.
- ١٢ Directive 2011-83- Eu. التوجيه الاوربي بشأن حقوق المستهلك، قواعد جديدة بخصوص البيع المباشر
- ١٣ Biquet-Mathieu and J.Decharneux, "Aspects of the conclusion of the contract electronically in E-commerce: a new way of contracting" 2001, p.173. CRD^{١٤} استناداً لحثيات البند ٢٠ من
- ١٥ Howells and Schulze, Overview of the proposed Consumer Rights Directive, Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law, 2009, p.10. According to Art 6-8 from CRD.^{١٦}
- ١٧ Twigg - Flesner and Metcalfe, The proposed Consumer Rights Directive, European Review of Consumer Law 2009 Vo 5 Issue 3, p.381.
- ١٨ Boeck, "General information obligations and the law of obligations in Belgium and France ", European Review of Consumer Law 2013 Vol 9, p.175. Art. L-121-16.2 CC of the Code de Consommation.^{١٩}
- ٢٠ Art VI.45 of CEL Belgium.
- ٢١ المذكور التفسيري البلجيكيه التي تم الاشارة اليها سابقا
- ٢٢ Art 6.5 "CRD", art. Vi-45,4 Belgium "CEL".
- ٢٣ J.Delvoie and Reniers, Precontractual information in the proposal for Common European Sales Law towards an Alternative Sales Law, Belgian Perspective, Cambridge, 2013, p.62. Article 6.1 a "CRD", Art. vi.45. "CEL", Art. 111/1.^{٢٤}
- ٢٥ Consumer Ombudsman, Ving Sweden, 12 May 2011.
- ٢٦ Directive 2005-29-EC التوجيه الصادر عن البرلمان والمجلس الاوربي بتاريخ ١١-٥-٢٠٠٥ بخصوص المعاملات والممارسات غير العادلة تجاه المستهلك في السوق الداخليه والمعدل للتوجيه الاوربي لسنة ٤٥٠ لسنة ١٩٨٤ والمعدل ايضا للتوجيه الاوربي رقم ٧ لسنة ١٩٩٧.
- ٢٧ Keirsbilck, "New European law of unfair commercial practices and competition law" Oxford, 2011, p.356.
- ٢٨ ART 36 OF "CRD". هذا ما يستفاد من نص البند ٣٦ اذ تنص على أن القيود الفنية لبعض الوسائط ، مثل القيود المفروضة على عدد الأحرف على شاشات معينة للهاتف المحمول أو القيود الزمنية على مواقع مبيعات التلفزيون يجب أن تؤخذ في الاعتبار.
- ٢٩ Art. 6.1 "CRD", Art. vi.45, also see art 1 "CEL", Art L/ 111-1, 2 and L.121.17CC.
- ٣٠ يمكن الملاحظه ان هذه المواد تتطلب من المتداول الإشارة إلى السعر الإجمالي، بما في ذلك ضريبة القيمة المضافة وجميع الضرائب والتكاليف الأخرى التي يتعين على المستهلك دفعها للتاجر.
- ٣١ Article 6-1/e "CRD", Art vi-45, Art. L-113-3.
- ٣٢ Article 6-1 "CRD", Art vi-45 "CEL", Art L-111-1 and L.121-17, 1 "CC".
- ٣٣ Art 5 OF CRD.
- ٣٤ Micklitz, "Optional Law on off premises, Distance Sales and Unfair Terms for European Business and Consumers", 2012, p.42. "C.J-1610-2008,c-298-07(2008) ECR I-7841".
- ٣٥ Art 6-1 l "CRD", Art vi.45, "CEL", Art 111-1 and L.121-17.
- ٣٦ Directive 1999-44-EC. التوجيه الاوربي الصادر عن البرلمان والمجلس الاوربي بتاريخ ٢٥-٥-١٩٩٩ بخصوص الجوانب المؤكده في البيع للمستهلك والضمان.
- ٣٧ C.J 26-4-2012, C-472/2010.
- ٣٨ Appeal Court-Brussels, 3 May 2002, consumer law of 2003, note E.
- ٣٩ See also in that meaning, Micklitz, previous source, p.42. Recital 32 CRD.

- Art 8-1 “CRD”, Art vi-46 and 1of “CEL”, Art L-121-19 “CC”.^{٤٠}
Art 6 “CRD”, Art vi-45 and 1 “CEL”, Art L-121-17-I “CC”.^{٤١}
Art. 6.8 of CRD.^{٤٢}
of Directive 2000-31-EC, of European Parliament and the Council of 8-6-2000 about certain legal Art. 5^{٤٣}
aspects of information-society and services, in particular E-commerce, concerning the Internal Market
“Directive of electronic commerce. See also Art. 7 of Belgian Law in 11-3- 2003 about certain legal
aspects of information society and services, art 19 French law 2004-575 in 21-6-2004.
“Art. 10-Directive 2000-31-EC. Also Art 8 Belgian Law of 11-3-2003 about certain legal aspects of^{٤٤}
information society and services, art. 1369-4 Civil law.
Article 9 “CRD”, Article vi-47 “CEL”,^{٤٥}
Eidenmuller, F.Faust, Towards Revision of the Consumer Acquit”, Common Market Law Review 2011^{٤٦}
Vol 48, Issue 4, p.1096-1098.
P.Rekaiti, R.Van, “Cooling off periods in the consumer laws of EC Member States” Journal of^{٤٧}
Consumer Policy (2000) Volume 23 (Issue 4), p. 383.
Eidenmuller, F.Faust, previous source p.1096-1097.^{٤٨}
I.Ramsay, Consumer Law-Policy, Text with Materials on Regulating Consumer Markets, Oxford, 2007,^{٤٩}
p.330. P.Rekaiti, previous source, p.373-381.
H. Eidenmuller, Previous Source p.7-8. P.Rekaiti previous source,p.379-380.^{٥٠}
P.Rekaiti, the same source, p.380. H. Eidenmuller, the same Source, p.1100.^{٥١}
E.Terryn, Bedenktijden het Consumentenrech, 2008, p.575.^{٥٢}
E.Terryn, the same source,p.640.^{٥٣}
H.Eidenmuller, the same source, p. 7.^{٥٤}
Contra, E. Terryn, Richtlijn 2011/83/EU “betreffende consumentenrechten - Nieuwe regels op komst^{٥٥}
voor directe verkoop”, Rechtskundig Weekblad 2012-2013, p.929.
Art 9 “CRD”, Art. Vi-47 “CEL”.^{٥٦}
Directive 2008-122-EC of the European Parliament - the Council of 14 -6- 2008 about the protection of^{٥٧}
consumers. Directive 2008-48-EC the European Parliament of 23 -4- 2008 about credit agreements to
consumers, which repealing Council Directive 87-102-EEC.
Art 2-6 “CRD”, art. I-8, 34 “CEL”.^{٥٨}
Art 57 “Treaty of the Functioning of the Europe” art I-1, “CEL”.^{٥٩}
C.Twigg, “The proposed Consumer Rights Directive, more thought”, European Review -Consumer Law^{٦٠}
2009 Vol 5, Issue 3, p.378. See also, United Nations convention on Contracts for the International Sale of
Goods, Vienna, 11 April 1980.
Art 9-2 “CRD”, art vi-47.^{٦١}
According to Art 6 one may notice the period for exercise concerning on right begins in case of goods,^{٦٢}
on the day of receipt of the goods, upon literal interpretation, one may argue that consumer not entitled
to withdraw from the contract before delivery.
Art 9 2 “CRD”.^{٦٣}