



Seller's Obligations in Material Conformity of Goods with Digital Elements in EU Directive 2019 and its Status in Iranian Law

Seyyed Hasan Hosseini
Moghaddam *

Assistant Professor, Department OF Private Law, Faculty of Law and Political Science, Mazandaran University, Babolsar, Iran.

Ali Soleimani Andarvar

Ph.D. Student in Private Law, Faculty of Law and Political Science, Mazandaran University, Babolsar, Iran

Abstract

The digital revolution has led to growing smart goods, which today have become an important economic and social element. This has prompted the European Union to lay down provisions on the basic elements of the sale of goods, including material conformity of digital goods, in order to make the most of the existing capacity and economic growth of its member countries. The issue of material conformity of goods with the contract has always played a central role in domestic and international sales transactions. The mentioned directive, contrary to the domestic laws of most countries, provides a single concept of goods conformity and implements the same performance guarantee in case of non-conformity. But in Iranian law, there is no specific regulation on the subject of goods conformity, and it sporadically provides subtle distinctions on the subject of goods conformity, which has caused differences between lawyers and court opinions, and as a result, the lack of development of cross-border transactions. Therefore, the purpose of the present study is to determine the seller's obligations regarding the material conformity of digital goods with the contract by examining the aforementioned instructions and to analyze this situation in Iranian law. These studies showed that in the sale of digital goods, the subjective and objective requirements of conformity, in addition to the physical component of the goods, must also be present in its digital component, and the seller is committed to providing updates. However, there is no explicit text in this regard in Iranian law, but traces of these requirements can be found in scattered laws.


Keywords: Conformity, Material, Update, Good, Digital Elements.

* Corresponding Author: : s.h.hoseinimoghdam@umz.ac.ir


How to Cite: Hosseini Moghaddam, S. H., & Soleimani Andarvar, A. (2023). Seller's Obligations in Material Conformity of Goods with Digital Elements in EU Directive 2019 and its Status in Iranian Law. *Private Law Research*, 11(42), 247- 276. doi: 10.22054/jplr.2023.65467.2639

تعهدات فروشنده در انطباق مادی کالاهایی با عناصر دیجیتالی در دستورالعمل اتحادیه اروپا ۲۰۱۹ و وضعیت آن در حقوق ایران

استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

سید حسن حسینی مقدم * 

دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

علی سلیمانی اندرور 

چکیده

انقلاب دیجیتال منجر به بازار روبه‌رشد کالاهای هوشمند شده است که امروزه به یک عنصر مهم اقتصادی و اجتماعی مبدل گشته است. این امر اتحادیه اروپا را بر آن داشته است تا به جهت استفاده حداکثری از ظرفیت موجود و رشد اقتصادی کشورهای عضو، در طی دستورالعمل شماره ۲۰۱۹/۷۷۱ مقرراتی را در خصوص عناصر اساسی بیع کالا از جمله انطباق مادی کالاهای دیجیتالی وضع نماید. موضوع انطباق مادی کالا با قرارداد همواره نقش محوری را در معاملات بیع داخلی و بین‌المللی ایفاء نموده است. دستورالعمل مذکور برخلاف قوانین داخلی اکثر کشورها مفهوم واحد از انطباق کالا ارائه داده و ضمانت اجرای یکسان را در فرض عدم انطباق بر می‌گزیند؛ لیکن در حقوق ایران مقرره‌ای خاص به موضوع انطباق کالا اختصاص نیافته است و به‌طور پراکنده تمایزات ظریفی را در موضوع انطباق کالا ارائه می‌کند که این موجب ایجاد اختلاف میان حقوق دانان و نیز عدم توسعه معاملات فرامرزی گردیده است. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر آن است که با بررسی دستورالعمل مذکور، تعهدات فروشنده در خصوص انطباق مادی کالاهای دیجیتالی با قرارداد را معین نماید و این موقعیت را در حقوق ایران نیز مورد واکاوی قرار دهد. این بررسی‌ها نشان داد در بیع کالاهای دیجیتالی الزامات شخصی و نوعی انطباق علاوه بر جزء فیزیکی کالا در جزء دیجیتالی آن نیز باید وجود داشته باشد و فروشنده متعهد به ارائه به‌روزرسانی است. وانگهی در حقوق ایران نص صریحی در این خصوص وجود ندارد، اما رگه‌های از این الزامات در قوانین پراکنده یافت می‌شود.

کلیدواژه‌ها: انطباق مادی، به‌روزرسانی، کالا، عناصر دیجیتالی.

مقدمه

تجارت الکترونیک همراه با توسعه فناوری‌های جدید به‌طور پیوسته در حال رشد و دگرگونی اقتصاد و جامعه بشری است. امروزه توسعه الکترونیک، بازار روبه‌رشد کالاهایی با عناصر دیجیتال^۱ را به همراه داشته است که در حال حاضر یک حقیقت تثبیت‌شده در زندگی بشری است و بیشتر نیازهای بشر به اطلاعات، ارتباطات، تعاملات اجتماعی، پیشرفت شخصی و سرگرمی توسط آن تأمین می‌گردد.^۲ با این وجود، در سطح اتحادیه اروپا پراکندگی قوانین در این حوزه بر رشد اقتصادی کشورهای عضو تأثیر منفی می‌گذارد؛ چراکه این امر فروشندگان و مصرف‌کنندگان را به جهت اتلاف وقت و هزینه از معاملات فرامرزی^۳ باز خواهد داشت. از این رو، اتحادیه اروپا به منظور یکپارچه‌سازی قوانین طی دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ مقرراتی را در رابطه با عناصر اصلی در خصوص بیع کالا، از جمله کالاهای دیجیتالی وضع نموده است که بخش قابل توجهی از آن در مورد مسئولیت فروشنده در قراردادهای بیع کالاهای مصرفی است^۴ که به موجب آن فروشنده متعهد می‌گردد کالایی را به مصرف‌کننده تسلیم نماید که منطبق با شرایط قرارداد بوده و از هرگونه ادعای ثالث آزاد باشد. از این رو، مقرراتی را به منظور انطباق مادی (ماده ۶ الی ۸) و حقوقی (ماده ۹)^۵ کالا با قرارداد، تدوین نموده است. از جمله تعهدات اساسی فروشنده، به‌روزرسانی کالاهای دیجیتالی است که به منظور حفظ انطباق کالا در طی زمان امری ضروری است. در حقوق ایران، مقررات صریحی در مورد انطباق مادی کالاهای دیجیتالی وضع نشده است، لیکن در قوانین پراکنده همانند قانون تجارت الکترونیکی (۱۳۸۲)، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان (۱۳۸۸) و... به تعهدات فروشنده در انطباق کالا و خدمات از جمله کالاهای الکترونیکی با قرارداد پرداخته شده است؛ بنابراین با توجه به عدم وجود پژوهش در موضوع

1. Goods with Digital Elements

2. Helberger, N. & others, "Digital content contracts for consumers", *Journal of consumer policy*, vol. 36, Issue. 1, (2013), p. 37.

3. Cross-border

4. Namyslowska, M & others, "Implementation of the Digital Content Directive in Poland: A Fast Ride on a Tandem Bike against the Traffic", *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, 12, Vol. 12, Issue. 2, (2021), p. 357.

۵. بررسی انطباق حقوقی کالاهای دیجیتالی از موضوع بحث خارج می‌باشد؛ بنابراین در پژوهش مذکور، منظور از انطباق صرفاً انطباق مادی است.

مطروحه و اهمیت موضوع انطباق کالاهایی با عناصر دیجیتالی در رشد و توسعه تجارت فرامرزی و نوآوری‌های دستورالعمل در این مورد، هدف پژوهش حاضر آن است تعهدات فروشنده را در مورد انطباق مادی کالاهای دیجیتالی در دستورالعمل اتحادیه اروپا و حقوق ایران تحت بررسی قرار دهد. از این رو، ابتدا پس از تبیین هدف و محدوده دستورالعمل در خصوص کالاهای دیجیتالی، الزامات انطباق مادی کالاهای دیجیتالی با قرارداد، ارائه و نصب به روزرسانی‌های آن و در نهایت وضعیت حقوق ایران در این مورد تحت واکاوی قرار می‌گیرد.

۱. تبیین هدف و محدوده دستورالعمل در مورد کالاهای دیجیتالی
در این قسمت، ابتدا هدف دستورالعمل و سپس محدوده دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ در خصوص کالاهایی با عناصر دیجیتالی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۱. تبیین هدف دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ اتحادیه اروپا

امروزه تکامل فناوری منجر به بازار روبه‌رشد کالاهای دارای عناصر دیجیتالی شده است و مشاغل نیز بیش از گذشته محتوا و خدمات دیجیتالی را به صورت آنلاین و فرامرزی به مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهند. با این وجود، تجارت الکترونیک فرامرزی از توان کامل خود استفاده نمی‌کند و قوانین ملی حمایت از مصرف‌کننده این معاملات فرامرزی را بی‌جهت پیچیده کرده است.^۱ پراکندگی قوانین در این حوزه در سطح اتحادیه اروپا بر رشد اقتصادی کشورهای عضو دارای پیامد منفی است؛ چراکه منجر به تردید در خصوص چهارچوب قانونی قابل اعمال توسط تجار و مصرف‌کنندگان گردیده است.^۲ در واقع طبق مقررات ۲۰۰۸/۵۹۳ کمیسیون اروپا، فروشندگان ملزم به رعایت قوانین اجباری قرارداد در کشور اقامتگاه مصرف‌کننده هستند. از آنجا که این قوانین در بین کشورهای عضو متفاوت است، مشاغل را با هزینه‌های اضافی روبه‌رو خواهد کرد. در نتیجه رویکرد بسیاری از مشاغل بر آن

1. Claeys, I. & Vancoillie, J., "Remedies, modification of digital content and right to terminate long-term digital content contracts", In *Digital content & distance sales: new developments at EU level*, Vol. 15, Issue. 4, (2017), p. 171.

2. Straetmans, G. & Meys, S., "Digital Content and Distance Sales New Developments at EU Level: The new proposals for directives concerning digital content and online/distance sales: what impact on consumer protection?", In *Digital content & distance sales/Claeys*, (2017), P. 310.

است که تجارت داخلی را ادامه دهند و یا صرفاً به یک یا دو کشور عضو کالا صادر نمایند. از سویی دیگر، پراکندگی قانونی بر میزان اطمینان مصرف کنندگان نیز به جهت عدم آگاهی از حقوق اصلی قراردادی خود در معاملات فرامرزی تأثیر منفی می‌گذارد.

در گذشته در نظام حقوقی اروپا، یک چارچوب کلی قراردادی برای محتوا یا خدمات دیجیتال وجود نداشته است و تفاوت‌های قوانین ملی ناشی از آن مشکلات جدیدی را در تجارت فرامرزی ایجاد می‌کرد؛^۱ بنابراین با توجه به افزایش ارائه کالاهایی با عناصر دیجیتال (کالاهای هوشمند)^۲ و جذب سریع آنها توسط مصرف کنندگان، اتحادیه اروپا را بر آن داشته است تا به منظور یکپارچگی قوانین در طی یک مجموعه، دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۰ در مورد قراردادهای ارائه محتوا و خدمات دیجیتال^۳ و نیز دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ در خصوص مقررات مربوط به بیع کالا^۴ از جمله کالاهای دارای عناصر دیجیتال را صرفاً در رابطه با عناصر اصلی قرارداد، به منظور غلبه بر موانع مربوط به قانون قرارداد در بازار داخلی وضع نماید.^۵ از این رو، در ماده ۱ دستورالعمل اخیر مقرر شد: «هدف از این دستورالعمل کمک به عملکرد مناسب بازار داخلی است؛ در حالی که سطح بالایی از حمایت از مصرف کننده را از طریق وضع قوانین مشترک در مورد برخی از الزامات مربوط به انعقاد قراردادهای بیع بین فروشندگان و مصرف کنندگان، به ویژه قوانین مربوط به انطباق کالا با قرارداد، راه‌های جبران خسارت در صورت عدم انطباق، روش‌های اعمال آن و تضمین‌های تجاری فراهم می‌کند».

دستورالعمل مذکور، قواعد روشن و یک‌نواختی را در خصوص برخی از جنبه‌های اساسی قرارداد مصرف کننده محتوا یا خدمات دیجیتال ارائه می‌کند^۶ که این امر حداقل در دو دهه گذشته پیشرفت مهمی در حقوق قرارداد مصرف کننده بوده است.^۷ با این وجود، به

1. Ibid, p. 312.

2. Smart Goods

3. Directive (EU) 2019/770; (2019) OJ L 136/1. (DCD)

4. Directive (EU) 2019/771; (2019) OJ L 136/28. (SGD)

۵. در پژوهش حاضر، صرفاً دستورالعمل اتحادیه اروپا ۲۰۱۹/۷۷۱ مورد بررسی قرار می‌گیرد.

6. Pihlajarinne, T. and others, *Online Distribution of Content in the EU*, Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing Limited, (2019), p.185.

7. Carvalho, J. M., "sale of goods and supply of digital content and digital services—overview of directives 2019/770 and 2019/771", *Journal of European Consumer and Market Law*, Vol. 8, Issue. 5, (2019), p. 1. And Namyslowska, M & others, op.cit, p. 357.

نظر برخی از حقوق‌دانان این دستورالعمل دارای ضعف‌هایی است که از جمله آن توجه بیش از حد به حداکثر استاندارد هماهنگی در سطح اتحادیه اروپا است که این امر فرصتی را برای نوآوری کشورهای عضو باقی نمی‌گذارد. همچنین فقدان خلاقیت در تدوین مقررات و حذف قراردادهای مربوط به ارائه موقت کالا (مانند اجاره) با توجه به رشد مدل‌های تجاری براساس اشتراک‌گذاری^۱ و مناسب بودن آن برای مصرف‌کنندگان با منابع مالی محدود قابل تأمل است که ناشی از رویکرد سنتی دستورالعمل مذکور می‌باشد؛^۲ چراکه اقتصاد اشتراک‌گذاری که عمدتاً از طریق بسترهای آنلاین اجرا می‌شود، همراه با انقلاب دیجیتال اهمیت فراوان یافته است.^۳

با این وجود، این دستورالعمل موجب «نزدیک‌سازی» و «هماهنگ‌سازی» قوانین حمایت از مصرف‌کننده در خصوص کالاهایی با عناصر دیجیتالی در سطح اتحادیه اروپا می‌گردد که از نتایج آن افزایش معاملات فرامرزی و صرفه اقتصادی برای مصرف‌کنندگان و فروشندگان به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط خواهد بود. علاوه بر این، ارائه تعریفی جداگانه از محتوای دیجیتالی و خدمات دیجیتالی و وضع مقرراتی در مورد انطباق آن دو با قرارداد، تفکیک الزامات انطباق به شخصی و نوعی در مورد کالاهای هوشمند و وضع مقرراتی در خصوص به‌روزرسانی کالاهای دیجیتالی را می‌توان از نوآوری‌های این دستورالعمل دانست.

۱-۲. محدوده دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ اتحادیه اروپا

ویژگی کالاهای دارای عناصر دیجیتالی مانند تلفن، خودرو و... آن است که یا حاوی محتوای دیجیتالی است (مانند نرم‌افزار) و یا از خدمات دیجیتالی برای برخی از عملکردهای خود استفاده می‌کنند (مانند داده‌های ترافیک در سیستم ناوبری یک ماشین هوشمند).^۴

1. Sharing

2. Twigg-Flesner, C., "Conformity of Goods and Digital Content/Digital Services", *El Derecho privado en el nuevo paradigma digital, Barcelona-Madrid, Marcial Pons*, (2020), p. 1-6.

3. Wei, D. and others, *Innovation and the Transformation of Consumer Law: National and International Perspectives*, (Springer: Singapore, 2020), p. 40.

4. Sein, K., "The Applicability of the Digital Content Directive and Sales of Goods Directive to Goods with Digital Elements", *Juridica International*, Vol 30, (2021), p. 24.

با این وجود، این سؤال در خصوص محدوده دستورالعمل بیع کالا (۲۰۱۹/۷۷۱) قابل طرح است که آیا کالاهای دارای عناصر دیجیتالی مشمول دستورالعمل ارائه محتوا یا خدمات دیجیتالی (۲۰۱۹/۷۷۰) است یا دستورالعمل بیع کالا و یا هر دو؟

به موجب دستورالعمل بیع کالا، مراد از کالاهای با عناصر دیجیتالی هر گونه اقلام منقول قابل لمسی است که محتوای دیجیتال^۱ یا خدمات دیجیتال^۲ را در خود جای داده یا به آن متصل است، به گونه‌ای که عدم وجود آن محتوا یا خدمات دیجیتال از عملکرد کالا جلوگیری می‌کند (بند ۵ (ب) ماده ۲). البته جلوگیری از عملکرد کالا مستلزم این نیست که عملکرد اصلی کالا تحت تأثیر قرار گیرد، بلکه عملکرد ناقص هر یک از وظایف کالا نیز کافی است؛^۳ بنابراین در صورتی که عدم وجود عنصر دیجیتالی مانع انجام وظایف کالا نگردد، قرارداد بیع مشمول دستورالعمل مذکور نخواهد بود.

در خصوص قلمرو دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ اتحادیه اروپا بند ۳ ماده ۳ «د» نیز مقرر می‌دارد: «این دستورالعمل در قراردادهای ارائه محتوا یا خدمات دیجیتالی اعمال نخواهد شد. با این وجود، ماده مذکور باید در مورد محتوا یا خدمات دیجیتال که به معنای بند «۵» «ب» ماده ۲ در کالا گنجانیده شده یا با آن متصل است، صرف نظر از این که چنین محتوا یا خدمات دیجیتالی توسط فروشنده یا شخص ثالث ارائه می‌شود اعمال گردد. در صورت تردید در این مورد که آیا تهیه محتوا یا خدمات دیجیتال تلفیقی یا متصل به کالا بخشی از قرارداد بیع را تشکیل می‌دهد، فرض بر این است که محتوا یا خدمات دیجیتال تحت پوشش قرارداد بیع می‌باشد؛ بنابراین مطابق قسمت اول ماده مذکور، در صورتی که مصرف‌کننده قراردادی برای تهیه محتوا یا خدمات دیجیتالی منعقد نماید که بخشی از قرارداد بیع کالا با عناصر

۱. طبق بند ۶ ماده ۲ «د»: «محتوای دیجیتال (Digital Content)، به معنای داده‌هایی است که به صورت دیجیتالی تولید و عرضه می‌شوند؛ مانند سیستم عامل‌ها، برنامه‌ها و نرم‌افزار دیگر.

۲. بر اساس بند ۷ ماده ۲ «د»: «خدمات دیجیتال (Digital Service) به معنی: (الف) خدماتی که به مصرف‌کننده امکان ایجاد، پردازش، ذخیره یا دسترسی به داده‌ها را به صورت دیجیتال می‌دهد. یا (ب) خدماتی که امکان به اشتراک گذاری یا تعامل دیگر با داده‌ها را که به صورت دیجیتال بارگذاری شده یا ایجاد شده، توسط مصرف‌کننده یا سایر کاربران آن خدمات فراهم می‌کند.»

3. Ibid, p. 25; Rott, P., "The Digitalisation of Cars and the New Digital Consumer Contract Law", *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, Vol. 12, Issue. 2, (2021), p. 158.

دیجیتال را تشکیل ندهد، قرارداد مربوطه باید جدا از قرارداد بیع کالا تلقی گردد؛^۱ لیکن در صورت احراز شرایط می‌تواند در محدوده دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۰ اتحادیه اروپا قرار گیرد.^۲ به‌عنوان مثال، دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ در مورد قراردادهایی قابل اعمال است که مطابق آن مصرف‌کننده خودرویی را با سیستم موقعیت‌یاب جهانی^۳ خریداری کند و یا فروشنده متعهد گردد که برنامه موقعیت‌یاب را برای یک دوره زمانی از طریق یک عمل جداگانه به‌روزرسانی نماید. در حالی که اگر مصرف‌کننده خودرویی را بدون برنامه موقعیت‌یاب نصب شده خریداری کند و سپس به‌طور جداگانه آخرین نسخه آن را از طریق اینترنت خریداری نماید، این در واقع انعقاد دو قرارداد است که یکی از آنها (خودرو) مشمول دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ و دیگری (برنامه موقعیت‌یاب) تابع دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۰ می‌باشد.^۴ البته «هر رسانه ملموسی که منحصراً به‌عنوان حامل محتوای دیجیتال عمل می‌کند» (بند ۴ «الف» ماده ۳)، شامل این دستورالعمل نمی‌گردد؛ بنابراین هر دو دستورالعمل بخشی از استراتژی بازار واحد دیجیتال هستند که حاوی مقررات مشابه و مکمل یکدیگرند و در اجرا نیز فاقد تداخل می‌باشند.

۲. الزامات انطباق مادی کالاهای دارای عناصر دیجیتال با قرارداد

مفهوم انطباق کالا با قرارداد یکی از مفاهیم انعطاف‌پذیر و کلیدی حقوق قراردادهای مدرن تلقی می‌شود.^۵ در دستورالعمل انطباق به‌عنوان یک مفهوم واحد توصیف شده است، به این

1. Kalamees, P., "Goods with Digital Elements and the Seller's Updating Obligation", *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, Vol. 12, Issue. 2, (2021), p. 131.

۲. دستورالعمل اتحادیه اروپا ۲۰۱۹/۷۷۰ مقررات مربوط به ارائه محتوای دیجیتالی را تنظیم می‌نماید و موارد ذیل را شامل می‌گردد؛ الف) داده‌های تولید و ارائه شده به شکل دیجیتال (مانند موسیقی)، ب) خدماتی که امکان ایجاد و پردازش داده‌ها را به صورت دیجیتالی مثلاً ابری (Cloud) فراهم می‌کند، ج) خدماتی که امکان اشتراک‌گذاری داده‌ها را فراهم می‌کند (مانند یوتیوب و فیس‌بوک) و همچنین یک رسانه بادوام که منحصراً حامل محتوای دیجیتال استفاده می‌شود (مانند دی وی دی) (De almeida alves, 2019).

3. Global Positioning System (GPS)

4. Carvalho, J. M., op.cit, p 10-11.

5. Schulze, R., *Supply of digital content—a new challenge for european contract law. European Contract Law and the Digital Single Market. The Implications of the Digital Revolution*: (Edited by: De Franceschi, A), (Cambridge University Press: Intersentia, 2016), P. 133.

صورت که هر ادعای ناشی از تسلیم کالای معیوب باید در مفهوم عدم انطباق قرار گیرد. در حالی که در اغلب قوانین ملی، تمایزات خاص و ظریفی در ارزیابی مطابقت کالا با قرارداد اعمال می‌شود. به‌طور مثال، نظام حقوقی کامن‌لا بین شرایط و ضمانت‌ها قائل بر تفاوت می‌شود و یا در اغلب نظام‌های حقوقی رومی-ژرمنی میان عیوب پنهان و ظاهری، عدم کیفیت و ارائه نوع دیگری از کالا تمایز قائل می‌شوند؛^۱ لیکن دستورالعمل از این تمایزات خوداری کرده و همه این مصادیق را در بستر مفهوم تسلیم کالای غیرمنطبق گنجانده است. دستورالعمل فروشنده را ملزم کرده است که کالایی را به مصرف‌کننده تسلیم کند که دارای الزامات شخصی (ماده ۶) و نوعی (ماده ۷) انطباق باشد. تفکیک صریح معیارهای انطباق به معیارهای شخصی (ذهنی) و نوعی (عینی) یکی از نوآوری‌های مهم دستورالعمل در مورد ارزیابی انطباق کالا با قرارداد است. از سوی دیگر، کالاهای دیجیتالی معمولاً متشکل از دو جزء فیزیکی و دیجیتالی است. از این‌رو فروشنده متعهد است کالایی را به مصرف‌کننده تسلیم کند که شرایط انطباق علاوه بر جزء فیزیکی، در جزء دیجیتالی آن نیز موجود باشد؛ بنابراین در این قسمت با توجه به اهمیت موضوع مطروحه، ابتدا الزامات شخصی و نوعی انطباق کالا با قرارداد و سپس موعد ارزیابی انطباق کالا مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۲-۱. الزامات انطباق کالاهای دیجیتالی با قرارداد

در این بخش به بررسی الزامات شخصی و نوعی انطباق کالای دارای عناصر دیجیتالی پرداخته می‌شود.

۲-۱-۱. الزامات شخصی (قراردادی) انطباق

الزامات شخصی انطباق شامل موضوعاتی است که به‌صورت خاص در قرارداد بین مصرف‌کننده و فروشنده پیش‌بینی شده است و کالا باید مطابق با الزامات توافق شده بین فروشنده و مصرف‌کننده تسلیم گردد؛ بنابراین معیار شخصی انطباق بر اصل حاکمیت اراده متکی است که اراده طرفین را نخستین منبع قرارداد بیع دانسته است. از این‌رو، طبق ماده ۶ دستورالعمل: «به‌منظور انطباق کالا با قرارداد بیع؛ الف) کالا باید دارای توصیف، نوع،

1. De Luca, V. "The conformity of the goods to the Contract in International Sales". *Pace Int'l L. Rev.*, Vol.27, Issue. 1, (2015), p. 175.

کمیت، کیفیت، دارای عملکرد^۱، سازگاری^۲، قابلیت همکاری^۳ و سایر ویژگی‌هایی که طبق قرارداد بیع لازم است باشد. ب) کالا باید برای هر هدف خاصی که مصرف‌کننده به آن نیاز دارد و مصرف‌کننده آن را حداکثر در زمان انعقاد قرارداد بیع به فروشنده اعلام کرده و فروشنده آن را قبول نموده است، مناسب باشد. ج) کالا با کلیه لوازم جانبی و دستورالعمل‌ها، از جمله در نصب، طبق قرارداد بیع تحویل داده شود؛ بنابراین «تحویل» به معنای واقعی زمانی محقق می‌گردد که کالا با تمام لوازم آن (از جمله بسته‌بندی و...) تحویل گردد و دستورالعمل‌های لازم برای استفاده از مبیع را که مورد تراضی طرفین قرار گرفته است نیز دارا باشد.

البته باید توجه داشت که تأکید بر معیارهای شخصی ممکن است بر سطح حمایت از مصرف‌کننده دارای آثار نامطلوبی باشد. در این مورد باید دید که مصرف‌کننده به چه میزان قدرت چانه زنی لازم برای تأثیرگذاری بر قرارداد را دارا است.^۴ با این وجود، کالاهای فاقد شرایط نه تنها ممکن است عملکرد خود را به خوبی ایفاء نکند، بلکه ممکن است موجب خسارت بیشتری از جمله حذف داده‌های کاربر، ایجاد فرصت برای ورود ویروس و یا ... نیز گردد؛^۵ بنابراین در اولین مرحله برای احراز مطابقت باید به قرارداد رجوع گردد. فقدان هر

۱. منظور از «عملکرد» (Functionality)، مطابق بند ۹ ماده ۲ «د» عبارتند از: «توانایی کالاها در انجام وظایف خود با توجه به هدف آن‌ها است».

۲. به موجب بند ۸ ماده ۲ «د»: «سازگاری (Compatibility) به معنی توانایی کالاها برای کار با سخت‌افزار یا نرم‌افزاری است که کالاهایی از همان نوع به‌طور معمول، بدون نیاز به تبدیل کالا، سخت‌افزار یا نرم‌افزار با آن استفاده می‌شود».

۳. طبق بند ۱۰ ماده ۲ «د»: «قابلیت همکاری (Interoperability) به معنای توانایی کالاها برای کار با سخت‌افزار یا نرم‌افزار که متفاوت از کالاهایی از همان نوع است که به‌طور معمول استفاده می‌شود».

4. Straetmans, G. & Meys, S., op.cit, P. 357.

5. Howells, G. G., *Reflections on Remedies for Lack of conformity in Light of the Proposals of the EU Commission on Supply of Digital Content and Online and Other Distance Sales of Goods: In European Contract Law and the Digital Single Market: The Implications of the Digital Revolution* (Edited by: De Franceschi, A), (Intersentia: Cambridge University Press, 2016), p. 156-159.

یک از این شرایط به معنای عدم انطباق کالاهای هوشمند با قرارداد است و ضمانت اجرای عدم انطباق را (مواد ۱۳ الی ۱۸ د.)^۱ به دنبال خواهد داشت.

۲-۱-۲. الزامات نوعی (قانونی) انطباق

در اکثر معاملات عادی کالاهای مصرفی، فرصت کمی برای مذاکره مناسب وجود دارد؛ بنابراین هدف از الزامات انطباق نوعی آن است که حداقل الزامات را که یک کالا باید دارا باشد، بدون انجام مذاکره‌ای برای هر معامله‌ای تعیین نماید. الزامات نوعی انطباق مطابق بند ۱ ماده ۷ «د» عبارت است از: الف) کالا برای اهدافی که به طور معمول و متعارف کالاهایی از همان نوع برای آن اهداف استفاده می‌شود، متناسب باشد. ب) در صورت لزوم از کیفیت و مطابق با نمونه یا مدلی باشد که فروشنده قبل از انعقاد قرارداد در اختیار مصرف‌کننده قرار داده است. ج) در صورت لزوم به همراه لوازم جانبی از جمله بسته‌بندی، دستورالعمل نصب یا سایر دستورالعمل‌ها که مصرف‌کننده انتظار دریافت آن را دارد، تحویل داده شود. د) دارای کمیت، کیفیت و سایر ویژگی‌ها از جمله در رابطه با دوام^۲، عملکرد، سازگاری و امنیت طبیعی برای کالاهایی از همان نوعی باشد که به طور منطقی مصرف‌کننده با توجه به ماهیت کالا و با در نظر گرفتن هرگونه اظهارات عمومی (به‌ویژه در تبلیغات یا برچسب‌گذاری) که توسط یا از طرف فروشنده یا سایر افراد در پیوندهای قبلی زنجیره معاملات از جمله تولیدکننده انجام شده ممکن است انتظار داشته باشد. فقدان هر یک از این شرایط فروشنده را مسئول عدم انطباق کالا قرار خواهد داد.

در این مورد نقد محتمل آن است که در حال حاضر عمر کالاهای با دوام (مانند خودرو، لپ‌تاپ، تلویزیون ...) بیش از دو سالی است که توسط این دستورالعمل به عنوان قاعده برای

۱. ماده ۱۳ «د» تحت عنوان «راه‌های جبران خسارت عدم انطباق» مقرر می‌دارد: «در صورت عدم انطباق، تحت شرایط مندرج در این ماده، مصرف‌کننده حق دارد کالاهای خریداری‌شده را مطابقت داده یا کاهش نسبی قیمت را دریافت کند یا قرارداد را فسخ نماید».

۲. طبق بند ۱۳ ماده ۲ دستورالعمل: «دوام (Durability) به معنای توانایی کالاها در حفظ عملکردهای مورد نیاز خود، از طریق استفاده عادی است.» در واقع دستورالعمل مذکور متخصصان را ملزم می‌کند که به دوام محصولات مصرفی توجه نمایند که نقش بسیاری در حفاظت از محیط زیست دارد (Grochowski, 2021).

مسئولیت فروشنده تعیین شده است^۱ و هیچ مقرراتی در این دستورالعمل وجود ندارد که امکان استفاده از خودرو را برای مصرف کننده بعد از دو سال تضمین نماید. این امر از یک سو، سطح حمایت از مصرف کننده را کاهش می دهد و از سوی دیگر با ایده مصرف پایدار که هدف کمیسیون اتحادیه اوپا است، مغایرت دارد.^۲ البته در دستورالعمل راه حل پیش بینی شده برای رفع این مشکل آن است که کشورهای عضو دوره طولانی تری را برای مسئولیت تاجر پیش بینی نمایند (بند ۳ ماده ۱۰ دستورالعمل). علاوه بر این، فروشنده ممکن است به ارائه خدمات پس از فروش به مصرف کننده در طول عمر متعارف کالا ملزم شود.^۳ با این وجود، مطلوب آن است که کشورهای عضو اتحادیه در قوانین داخلی به منظور حمایت از مصرف کنندگان اقدام به وضع مقرره در خصوص مسئولیت فروشنده با توجه به عمر متعارف کالا نمایند.

البته با ایجاد یک الزام انطباق نوعی به عنوان استاندارد پایه این سؤال طرح می گردد که طرفین تا چه حدی می توانند با توافق از این استاندارد صرف نظر کنند. در این مورد برخی از حقوق دانان معتقدند که دستورالعمل ۲۰۱۹ صریحاً بیان می دارد برای اطمینان از این که مصرف کننده از حقوق خود محروم نگردد، کالا نه تنها باید با الزامات شخصی مطابقت داشته باشد، بلکه باید الزامات نوعی انطباق را نیز دارا باشد؛^۴ بنابراین این الزام به عنوان حداقل الزامات «اجباری» تلقی می گردد که با توافق طرفین قابل کاهش نمی باشد. در مقابل برخی دیگر عقیده بر این دارند که در یک قرارداد بین طرفین تجاری کافی است که معیار نوعی به عنوان یک پیش فرض عمل نماید، ولی در معامله بین فروشنده/تاجر و مصرف کننده باید به عنوان حداقل الزامات اجباری باشد؛ چراکه مصرف کنندگان به ندرت از تخصص و مهارت لازم برای مذاکره با تاجر در مورد کالا برخوردار هستند.^۵ با این وجود به نظر می رسد

۱. بند ۱ ماده ۱۰ دستورالعمل مقرر می دارد: «فروشنده در قبال هرگونه عدم انطباق که در زمان تحویل کالا وجود دارد و ظرف دو سال از آن زمان آشکار می شود، در برابر مصرف کننده مسئول است. این بند بدون لطمه به ماده ۷ «۳»، در مورد کالاهای دیجیتالی نیز اعمال می شود.»

2. Claeys, I. & Vancoillie, J., op.cit, p. 219.

3. Carvalho, J. M., op.cit, p. 13.

4. Synodinou, T. E. and others, EU Internet Law in the Digital Era: Regulation and Enforcement, Springer Nature: Switzerland, (2019), p. 312.

5. Twigg-Flesner, C., op.cit, p. 1-6.

انحراف از الزامات نوعی انطباق که صراحتاً در بند ۵ ماده ۷ «د»^۱ تحت شرایطی پذیرفته شده است، حکایت از این دارد که به موجب این دستورالعمل، صرف نظر از نوع قرارداد، معیار نوعی به عنوان یک پیش فرض عمل کرده است و امکان توافق بر خلاف آن خواه بیشتر یا کمتر وجود دارد.

۲-۲. موعده ارزیابی انطباق کالاهای دارای عناصر دیجیتال با قرارداد

در خصوص تعیین تعهدات فروشنده در خصوص انطباق کالاهای دیجیتالی لازم است زمانی برای ارزیابی انجام تعهد معین گردد. مطابق دستورالعمل زمان مربوط به ارزیابی انطباق کالا باید زمان «تحویل کالا» باشد. دستورالعمل معنایی از واژه «تحویل» ارائه نکرده است. البته بند ۱ ماده ۱۸ دستورالعمل حقوق مصرف کننده اتحادیه اروپا ۲۰۱۱/۸۳، تحویل را به مفهوم «انتقال مالکیت فیزیکی یا کنترل کالا به مصرف کننده» توصیف می نماید.

در مورد کالاهای دیجیتالی، موعده تحویل به مصرف کننده به موجب دستورالعمل زمانی است که هم جزء فیزیکی کالا به مصرف کننده تحویل داده شود و هم محتوا یا خدمات دیجیتالی به وی ارائه گردد؛^۲ بنابراین در صورتی که جزء فیزیکی کالا زودتر تحویل گردد، لحظه مربوط به ایجاد انطباق باید زمانی باشد که محتوا یا خدمات دیجیتالی ارائه می شود. در نتیجه می توان اطمینان حاصل کرد که یک نقطه شروع یکسان برای دوره مسئولیت برای جزء فیزیکی از یک طرف و جزء دیجیتالی از طرف دیگر وجود دارد.^۳ علاوه بر این در بسیاری از موارد مصرف کننده قادر به مشاهده نقص در جزء فیزیکی کالای دیجیتالی قبل از ارائه محتوا یا خدمات دیجیتالی نیستند (ت. ش. ۴۰ د.). توضیحات اخیر چندان منطقی به نظر نمی رسد؛ چرا که در فرض وجود فاصله زمانی تحویل میان جزء فیزیکی و جزء دیجیتالی کالا، چنانچه جزء فیزیکی شرایطی را که برای انطباق جزء فیزیکی کالا با قرارداد مطابق دستورالعمل لازم (مواد ۶ و ۷) است را دارا نباشد؛ چه لزومی وجود دارد برای احراز شرایط

۱. بند ۵ ماده ۷ «د» مقرر می دارد: «اگر در زمان انعقاد قرارداد بیع، به طور خاص به مصرف کننده اطلاع داده شود که مشخصه خاصی از کالا از الزامات نوعی انطباق مندرج در بندهای ۱ یا ۳ خارج است و مصرف کننده هنگام انعقاد قرارداد بیع صریحاً و جداگانه این انحراف را پذیرفته باشد، هیچ عدم انطباقی به مفهوم بندهای ۱ یا ۳ (ماده ۷) وجود نخواهد داشت.»

2. Ibid, p. 9.

3. Sein, K., op.cit, p. 30.

عدم انطباق کالا با قرارداد تا زمان تحویل جزء دیجیتالی کالا درنگ صورت پذیرد. از سوی دیگر، این امور (شرایط عدم انطباق جزء فیزیکی کالای دیجیتالی) قبل از آن که نصب برنامه‌ها و ... در جزء فیزیکی کالا صورت پذیرد نیز معمولاً با مشاهده قابل تشخیص است. از این رو به نظر می‌رسد، اصولاً باید شرایط انطباق و زمان تحویل هر دو جزء و به تبع آن دوره مسئولیت فروشنده را جدا از یکدیگر دانست تا در صورت عدم انطباق هر یک از دو جزء، مصرف‌کننده مستحق باشد به طرق جبران خسارت متوسل گردد.

۳. ارائه و نصب به‌روزرسانی کالاهای دیجیتالی

به‌روزرسانی یک موضوع جدید و مهم در دستورالعمل و مربوط به کالاهای هوشمند است.^۱ همه عناصر دیجیتالی نیازمند به‌روزرسانی‌های منظم هستند.^۲ دستورالعمل برای ارائه و نصب به‌روزرسانی کالاهای هوشمند مقرراتی را بیان داشته است که در این قسمت به‌طور جداگانه مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

۳-۱. به‌روزرسانی محتوا یا خدمات دیجیتالی

به موجب دستورالعمل فروشنده‌گان باید تمام به‌روزرسانی‌های مورد نیاز مصرف‌کننده را به منظور مطابقت کالا با الزامات مندرج در مواد ۶ الی ۸ به وی ارائه نمایند.^۳ از این رو مطابق دستورالعمل تعهد به ارائه به‌روزرسانی از حیث منبع تعهد و دوره زمانی ارائه تعهد قابل بررسی است.

۳-۱-۱. منبع تعهد به ارائه به‌روزرسانی

تعهد فروشنده به ارائه به‌روزرسانی مطابق بند ب ماده ۶ و بند ۳ ماده ۷ «د» بر حسب مورد ممکن است ناشی از قرارداد یا قانون باشد که در این قسمت به تفصیل مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

1. Carvalho, J. M., op.cit, p. 14.

2. Twigg-Flesner, C., op.cit, p. 9.

3. Rajjada, D. & others, "Integration of personalized drug delivery systems into digital health", *Advanced Drug Delivery Reviews*, Vol. 176, (2021), p.3.

۱-۱-۳. تعهد قراردادی (الزام شخصی)

یکی از شرایط انطباق در خصوص کالاهای دیجیتالی برابر بند ب ماده ۶ «د» آن است که این کالاها: «مطابق قرارداد بیع باید با به‌روزرسانی ارائه شود». با توجه به این که محتوا یا خدمات دیجیتالی به‌طور مداوم در حال توسعه هستند، ممکن است فروشندگان با مصرف‌کنندگان در خصوص ارائه به‌روزرسانی برای چنین کالاهایی توافق نمایند.^۱ در این قسمت تعهد فروشنده به ارائه به‌روزرسانی را باید به‌عنوان ارتقاء محتوا یا خدمات دیجیتالی تلقی نمود؛ زیرا هدف صرفاً حفظ عملکرد کالا نمی‌باشد، بلکه گسترش عملکرد اولیه آن‌ها است.^۲ به‌روزرسانی مطابق قرارداد می‌تواند موجب بهبود عنصر دیجیتالی کالاها شود، عملکرد آن‌ها را گسترش دهد، از آن‌ها در برابر تهدیدهای امنیتی محافظت کند و یا اهداف دیگری را دنبال نماید. عدم ارائه به‌روزرسانی که در قرارداد بیع بر آن توافق شده است باید به‌عنوان عدم انطباق کالا با قرارداد تلقی گردد. همچنین به‌روزرسانی معیوب یا ناقص نیز باید به‌عنوان عدم انطباق کالا دانست؛ زیرا به‌روزرسانی به روشی که در قرارداد تعیین شده است انجام نگردیده است.

۲-۱-۳. تعهد قانونی (الزام نوعی)

محتوای دیجیتالی اغلب نیاز به نگهداری پس‌ازفروش از طریق به‌روزرسانی دارد.^۳ بدین جهت، علاوه بر به‌روزرسانی‌های توافق‌شده قراردادی، طبق بند ۳ ماده ۷ «د»: «در مورد کالاهایی که دارای عناصر دیجیتالی هستند، فروشنده باید اطمینان حاصل نماید که مصرف‌کننده از دوره‌های به‌روزشده، از جمله به‌روزرسانی‌های امنیتی که برای حفظ انطباق کالا ضروری است، مطلع شده و به او ارائه شده است»؛^۴ بنابراین تعهد فروشنده تا زمانی که

1. Schulze, R., op.cit, P. 138.

2. Kalamees, P., op.cit, p. 133.

3. Wendehorst, C., "Sale of goods and supply of digital content—two worlds apart ? : Why the law on sale of goods needs to respond better to the challenges of the digital age", *Policy Department C in-depth analysis*, PE, 556.928 (2016), p.10.

۴. در بند ۱ «د» ماده ۶ دستورالعمل مربوط به تأمین محتوای دیجیتالی ۲۰۱۵ (DCD) اشعار می‌دارد که برای مطابقت محتوای دیجیتال با قرارداد، محتوای دیجیتال باید مطابق قرارداد به‌روزرسانی گردد. با این وجود، مطابق این ماده تنها در صورت پیش‌بینی در قرارداد مصرف‌کننده حق دریافت به‌روزرسانی را خواهد داشت؛ در غیراین صورت فروشنده تعهدی به به‌روزرسانی ندارد (Beale 2016).

خلاف آن توافق نشده است، باید محدود به روزرسانی‌هایی باشد که برای حفظ انطباق چنین کالاهایی با الزامات نوعی ضروری است.

فروشنده تعهدی در خصوص اطلاع و ارائه به روزرسانی به مصرف کننده ندارد، بلکه تنها متعهد است که اطمینان حاصل نماید که اطلاعات مربوط به به روزرسانی و خود به روزرسانی می‌توانند در اختیار مصرف کننده قرار گیرند.^۱ در واقع فروشنده محتوای دیجیتالی بدین جهت که خود نمی‌تواند به روزرسانی‌ها را ارائه کند، معمولاً باید به توسعه دهنده محتوای دیجیتالی برای ارائه به روزرسانی تکیه نماید؛^۲ بنابراین اغلب یک شرکت کوچک محتوای دیجیتالی را ارائه می‌نماید؛ لیکن تأمین مداوم بسترهای به روزرسانی بر عهده یک شرکت بزرگ‌تر به عنوان شخص ثالث قرار دارد.^۳ با وجود این، در صورت عدم ارائه به روزرسانی توسط فروشنده یا شخص ثالث، فروشنده را باید مسئول انطباق کالا به شمار آورد؛ چراکه مطابق دستورالعمل، فروشنده در برابر مصرف کننده مسئول هرگونه عدم انطباق کالا ناشی از فعل یا ترک فعل خود یا شخص ثالث، از جمله عدم انطباق ناشی از به روزرسانی‌ها است (ماده ۱۸ «د»).

۲-۱-۳. دوره زمانی ارائه به روزرسانی

کالاهای دیجیتالی ممکن است در طی یک عمل و یا به صورت مستمر در طی یک دوره زمانی به مصرف کننده ارائه گردد^۴ که مطابق آن مدت زمان ارائه به روزرسانی محتوا یا خدمات دیجیتالی می‌تواند به یکی از دو روش ذیل تعیین گردد:

۱-۲-۳-۱. ارائه واحد محتوا یا خدمات دیجیتالی

در مورد کالاهای هوشمند که به موجب آن محتوا یا خدمات دیجیتالی از طریق یک تأمین ارائه می‌گردد، اصولاً فروشنده تنها باید مسئول عدم انطباق موجود در زمان تحویل کالا

1. Kalamees, P., op.cit, p. 134.

2. Loos, M., "The (proposed) transposition of the Digital Content Directive in The Netherlands, in *Journal of Intellectual Property, Information Technology, and Electronic Commerce Law (Jipitec)*", *Amsterdam Law School Research Paper*, vol. 12, Issue. 2, (2021), p. 236.

3. Schulze, R., op.cit, P. 129.

4. Ibid, P. 137.

باشد. با این وجود، تعهد فروشنده برای ارائه به روزرسانی باید منعکس کننده این واقعیت نیز باشد که محیط دیجیتالی هر کالایی به طور مداوم در حال تغییر است؛ بنابراین به روزرسانی منظم عنصر دیجیتالی معمولاً برای حفظ عملکرد آن ضروری است.^۱

چنانچه در قرارداد یک عمل تأمین محتوا یا خدمات دیجیتال پیش‌بینی گردد، فروشنده باید مسئول ارائه به روزرسانی‌های لازم برای نگهداری کالاهای دیجیتالی برای مدت زمانی باشد که مصرف کننده می‌تواند به طور منطقی انتظار دریافت آن را داشته باشد که این امر باید براساس نوع، هدف کالا، عناصر دیجیتال و با در نظر گرفتن شرایط و ماهیت قرارداد بیع ارزیابی شود (شق «الف» از بند ۳ ماده ۷ «د»). البته تعیین این موضوع که یک مصرف کننده به طور منطقی ممکن است از یک به روزرسانی خواستار چه عملکردی باشد، آسان نخواهد بود.^۲ البته ماده مذکور باید در راستای بند ۱ ماده ۱۰ «د» تفسیر گردد که یک محدودیت کلی را در خصوص مسئولیت فروشنده به منظور هرگونه عدم انطباقی که در طی یک دوره دو ساله از تاریخ تحویل میبع آشکار می‌گردد، پیش‌بینی می‌نماید. در نتیجه تعهد فروشنده به ارائه به روزرسانی را حتی در فرضی که ارائه محتوا یا خدمات دیجیتالی در طی یک عمل صورت می‌پذیرد، باید یک تعهد مستمر به منظور حفظ مطابقت کالا با قرارداد دانست؛ هر به موجب دستورالعمل این تعهد به یک دوره دو ساله محدود خواهد بود.

۲-۱-۳. ارائه مداوم محتوا یا خدمات دیجیتالی

در مواردی که در قرارداد بیع تأمین مستمر محتوا یا خدمات دیجیتالی پیش‌بینی می‌گردد، وضعیت متفاوت خواهد بود. در این فرض، در خصوص مدت زمانی که مشتری می‌تواند به طور منطقی انتظار دریافت به روزرسانی را داشته باشد، شق «ب» از بند ۳ ماده ۷ «د» چنین اشعار می‌دارد: «در مواردی که قرارداد بیع تأمین مداوم محتوای دیجیتال یا خدمات دیجیتال را در طی یک دوره زمانی معین فراهم می‌کند، در ماده ۱۰ «۲» یا «۵» نشان داده شده است؛ بنابراین در قرارداد تأمین مستمر، تعهد فروشنده در خصوص به روزرسانی برای حفظ انطباق کالا با قرارداد، باید با طی دوره زمانی که فروشنده مسئول عدم انطباق است، تفسیر گردد.^۳

1. Claeys, I. & Vancoillie, J., op.cit, p. 224.

2. Sein, K., op.cit, p. 26.

3. Beale, H., "Digital Content Directive and Rules for Contracts on Continuous Supply", *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, Vol. 12, Issue. 2, (2021), p. 98.

بند ۲ ماده ۱۰ برای کالاهای دیجیتالی موعده دوساله را به عنوان پیش فرض ارائه می نماید؛ لیکن در صورتی که طرفین قرارداد بیع موعده زمانی بیش از دوسال را در قرارداد پیش بینی نمایند، موعده مسئولیت فروشنده تا مدت قراردادی تمدید می گردد.^۱ در واقع تعهد فروشنده در طی این مدت بر آن است تا اطمینان حاصل نماید که مصرف کننده از به روزرسانی ها به منظور حفظ انطباق کالا مطلع شده و به او ارائه گردیده است.

۲-۲-۳. نصب به روزرسانی

در کالاهای هوشمند، نصب به روزرسانی ها بدین جهت که مصرف کننده بتواند از این کالاهای متناسب با عملکردشان استفاده نماید، ضروری است.

در مورد نصب به روزرسانی، بند ۴ ماده ۸ «د» بیان داشته است: «در صورتی که مصرف کننده از نصب به روزرسانی های ارائه شده مطابق با بند ۳ ماده ۸ در طی یک زمان معقول کوتاهی کند، فروشنده هیچ گونه مسئولیتی در قبال فقدان انطباق ناشی از عدم به روزرسانی مربوطه نخواهد داشت؛ مشروط بر اینکه، الف) فروشنده در مورد در دسترس بودن به روزرسانی و عواقب کوتاهی مصرف کننده در نصب آن به او اطلاع داده باشد؛ و ب) عدم نصب و یا نصب نادرست به روزرسانی توسط مصرف کننده به دلیل نقص در دستورالعمل های نصب ارائه شده به مصرف کننده نبوده باشد؛ بنابراین فروشنده تنها باید اطمینان حاصل نماید که به روزرسانی به مصرف کننده اطلاع و ارائه شده است، اما مسئول نصب این به روزرسانی ها نخواهد بود، بلکه مسئولیت آن بر عهده مصرف کننده است.^۲ مصرف کننده نیز تکلیفی برای نصب این به روزرسانی ها ندارد، لیکن عدم انجام این کار می تواند پیامدهای منفی به همراه داشته باشد.^۳ البته نصب به روزرسانی ها ممکن است امکانات بیشتری را برای کنترل از طریق استخراج داده های کاربر توسط ارائه کننده موجب گردد.^۴

عمل به روزرسانی خود نیز ممکن است اشکالاتی را ایجاد نماید؛ زیرا این احتمال وجود دارد که به روزرسانی ارائه شده توسط فروشنده یا شخص ثالث که محتوا یا خدمات دیجیتالی را تحت قرارداد تأمین می نماید، عدم انطباقی را ایجاد کند که در زمان تحویل وجود نداشته

1. Rajjada, D. & others, op.cit, p.3.; Kalamees, P., op.cit, p. 135.

2. Twigg-Flesner, C., op.cit, p. 21.

3. Carvalho, J. M., op.cit, p. 14.

4. Wendehorst, C., op.cit, p.10-11.

است.^۱ در این خصوص با توجه به مواد ۵ الی ۷ و ۱۰ «د» به نظر می‌رسد عدم انطباق که ناشی از نصب به‌روزرسانی باشد نیز منجر به عدم انطباق کالا با قرارداد خواهد شد و در نتیجه ضمانت‌اجرای آن را به همراه خواهد داشت. البته عدم نصب به‌روزرسانی توسط مصرف‌کننده در فرض مذکور موجب سلب مسئولیت فروشنده نخواهد بود.

۴. انطباق مادی کالاها با دیجیتال در حقوق ایران

در قوانین داخلی کشورها مقررات یکسانی در خصوص موضوع انطباق کالا وجود ندارد. از این رو در این قسمت، ابتدا جایگاه انطباق مادی کالا در حقوق ایران و سپس تعهدات فروشنده در انطباق مادی کالاها با دیجیتال مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۴-۱. جایگاه انطباق مادی کالا در حقوق ایران

در حقوق ایران مقررۀ خاصی تحت عنوان «انطباق» که به بیان مفهوم، معیار و مصادیق انطباق کالا با قرارداد پردازد وجود ندارد. البته با استقراء در مواد متعددی از قانون مدنی از جمله مواد ۲۳۴، ۳۴۲، ۳۸۸، ۴۱۰ و... و برخی از قوانین خاص همانند قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ می‌توان به معیار و مصادیق آن در حقوق ایران دست یافت. با این وجود، آیا در حقوق ایران می‌توان میان نقض تعهد تسلیم و نقض تعهد انطباق قائل به تفکیک شد و صرف تسلیم مبیع را موجب خروج موضوع از مصادیق تعهد تسلیم دانست؟ پاسخ بدین سؤال زمانی دشوار می‌گردد که در حقوق ایران «تسلیم کالا» در مفهوم عام و کلی آن استعمال شده است (مادۀ ۳۶۷ ق.م.) که به موجب آن، تسلیم آن است که مبیع چنان در اختیار مشتری قرار گیرد که عرف او را مسلط بر مال بدانند؛^۲ به نحوی که چنانچه استفاده از مبیع مستلزم داشتن اطلاعات خاصی باشد، ارائه آن اطلاعات نیز از توابع تعهد به تسلیم است. همچنین در حقوق ایران تمیز میان مبیع کلی و معین در موضوعه مطروحه موجب مشکل مضاعف در تفکیک مفهوم انطباق و تسلیم گردیده است. در این خصوص برخی از نویسندگان در مواردی که کالا با قرارداد مطابقت ندارد، صرف نظر از آن که مبیع عین معین

1. Wei, D. and others, op.cit, (2020), p. 108; Kalamees, P., op.cit, p. 137.

۲. کاتوزیان، ناصر، عقود معین، (تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۹۹)، ص ۱۶۸ / امامی، حسن، حقوق مدنی، (تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۸۳)، ص ۵۱۸.

یا کلی است، از عنوان کلی عدم انطباق کالا با قرارداد استفاده می‌کنند.^۱ در مقابل برخی از حقوق‌دانان بیان می‌دارند در صورت تسلیم مال کلی معیوب و یا غیرمنطبق اصلاً تسلیمی صورت نپذیرفته است؛ بنابراین هر نوع عدم مطابقت نقض تعهد تسلیم تلقی می‌گردد و ضمانت‌اجرای نقض تعهد تسلیم در اختیار مشتری قرار می‌گیرد. در حالی که در مبيع عین معین لزوم مطابقت کالا تعهدی مستقل است؛ بنابراین هرگاه کالا به خریدار تسلیم گردد، تعهد به تسلیم صورت پذیرفته است، هرچند کالا مطابق با قرارداد نباشد و نیز ضمانت‌اجرای عدم تسلیم مبيع وجود ندارد.^۲ در واقع در صورتی که فروشنده در بیع کلی که قرارداد مقید به کالای معین نیست و می‌تواند همه مصداق‌های کلی را فرارگیرد، در مقام وفای به عهد مصداقی را تسلیم نماید که فرد آن محسوب نشود، نقض تعهد تسلیم نموده است؛ چراکه با تسلیم چنین کالایی هیچ‌گونه آثار حقوقی به نفع فروشنده جریان نمی‌یابد. از سوی دیگر، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بیان داشته است که اگر موضوع معامله عین معین باشد در صورت وجود عیب یا عدم انطباق کالا با شرایط تعیین شده، مشتری می‌تواند معامله را فسخ نماید و یا ارزش آن را مطالبه کند و فروشنده موظف به پرداخت آن است (ماده ۲)؛ بنابراین در مبيع عین معین تسلیم کالای غیرمنطبق نقض تعهد انطباق است که جدای نقض تعهد تسلیم می‌باشد و ضمانت‌اجرای عدم انطباق را به همراه دارد.

مضاف بر این در قانون مدنی ایران از معیارهای انطباق و تقسیم آن به شخصی و نوعی صریحاً نصی بیان نشده است. با وجود این به منظور انطباق آن با ادبیات حقوقی ایران به نظر می‌رسد بتوان الزامات نوعی را همان قواعد تکمیلی قانونی و شروط ضمنی عرفی دانست و الزامات شخصی نیز توافق طرفین بر خلاف قواعد تکمیلی و عرف است که در مواد ۲۲۰ و ۲۲۵ ق.م.مورد حکم قرار گرفته است. از سوی دیگر، ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز مقرر می‌دارد: «کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه‌شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در

۱. شعاریان، ابراهیم، رحیمی، فرشاد، «انطباق مادی کالا با قرارداد در کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا مصوب ۱۹۸۰ و حقوق ایران»، نشریه حقوقی بین‌المللی، (۱۳۹۳)، ص ۶۴ / تازی، حسین و همکاران، «تحلیل رابطه حقوقی حق رفع عدم مطابقت فروشنده با حق فسخ خریدار (مطالعه تطبیقی در کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا، اصل یونیدرویت و حقوق ایران)»، نشریه پژوهش‌های حقوق تطبیقی، (۱۳۹۹)، ص ۱۶.

۲. صفایی، سید حسین، حقوق بیع بین‌المللی، (تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۵)، ص ۸۶ و ۱۷۶.

قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات هستند...»؛ بنابراین در ماده مذکور به موضوع انطباق کالا با ضوابط و شرایط قراردادی (معیار شخصی) و قانونی (معیار نوعی) اشاره شده است.

۲-۴. تعهدات فروشنده در انطباق مادی کالاهای دیجیتالی

در حقوق ایران، در فرضی که موضوع عقد یک کالای مادی است، مورد معامله باید در هنگام قرارداد معلوم باشد؛^۱ یعنی جنس، مقدار، وصف آن باید مشخص گردد تا غرر مرتفع گردد. در بیع عین معین و کلی در معین کافی است جنس، کیفیت و کمیت مبیع به نحوی از انحاء نزد طرفین معامله معلوم باشد. ولی چنانچه مال کلی باشد، می توان از راه های مختلفی از جمله، توصیف، مشاهده عوضین، ارائه نمونه و شرط کردن برای رفع ابهام استفاده نمود؛ لذا رفع غرر ممکن است با توصیف به عمل آید، به طوری که این اوصاف معیار انطباق شناخته شود و بتوان براساس آن بدین نتیجه دست یافت که آنچه مورد تسلیم واقع شد، همان موضوع معامله است. کما اینکه در کالاهای پیچیده مانند کامپیوتر می توان از نظر متخصصین برای احراز درستی انطباق بهره جست.^۲ فروشنده باید در مقام وفای به عهد کالایی را مطابق اوصاف قراردادی تسلیم مشتری نماید تا انطباق موضوع تسلیم با موضوع معامله به عمل آید و تعهدات بایع پایان پذیرد و در عین حال به زعم برخی از نویسندگان میزان تعهدات طرفین هم روشن شود.^۳ برخی از حقوق دانان این اقدام را اجرای مستقیم عقد نام نهادند که بدون تغییر عیناً مورد تعهد به متعهد داده می شود؛^۴ زیرا حقوق دانان معتقدند ملتزم باید آنچه را بر عهده گرفته است را انجام دهد؛^۵ چرا که دستیابی به آنچه در ذهن خریدار بوده و برای نیل به این هدف معامله را تشکیل می دهد تا نیازش را تأمین نماید دارای اهمیت ویژه ای است.

۱. صفایی، سید حسین، قواعد عمومی قراردادها، (تهران: میزان، ۱۳۹۶)، ص ۱۴۳.

۲. کاتوزیان، ناصر، عقود معین، (تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۹۹)، صص ۱۱۱ و ۱۱۲ / شهیدی، مهدی، تشکیل قراردادها و تعهدات، (تهران: انتشارات مجد، ۱۳۹۶)، ص ۳۰۱.

۳. محقق داماد، مصطفی و همکاران، حقوق قراردادها در فقه امامیه، (قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۹)، ص ۴۳۴.

۴. جعفری لنگرودی، محمدجعفر، دایره المعارف مدنی و تجارت، (تهران: گنج دانش، ۱۳۸۸)، ص ۷۱.

۵. کاتوزیان، ناصر، اعمال حقوقی، (تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۹۵)، ص ۲۱۸.

همچنین متعهدله را نمی‌توان مجبور کرد که چیزی غیر آنچه موضوع تعهد است قبول نماید (ماده ۲۷۵ قانون مدنی)؛ لذا مورد تسلیم باید کاملاً منطبق با قرارداد باشد.

در قانون مدنی ایران تفکیکی بین تسلیم کالای مادی با کالای دارای عناصر دیجیتالی و شرایط انطباق آن با قرارداد به عمل نیامده است. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد کالاهای دیجیتالی معمولاً متشکل از دو جزء فیزیکی و دیجیتالی هستند. در اینجا فروشنده متعهد است کالایی را به مصرف‌کننده تحویل نماید که شرایط انطباق علاوه بر جزء فیزیکی، از حیث دیجیتالی آن نیز محقق باشد. از این‌رو به نظر می‌رسد، مقررات عام قانون مدنی همچنان بر این قبیل کالا نیز حاکم است؛ چراکه یک کالای دیجیتالی، همچنان یک کالا است، حتی اگر هوشمند باشد. حال پرسش این است که آیا مبنای قانونی در انجام معامله برای عدم انطباق کالای دیجیتالی با قرارداد مانند فروش نرم‌افزار یا فروش ساعت هوشمند می‌توان یافت تا همانند مقرره اتحادیه اروپا براساس آن راهکاری برای حقوق مشتری محفوظ داشت؟

نمونه بارزی از این قوانین که در خصوص عرضه و فروش کالای دیجیتالی است، قانون حمایت از پدید آورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹ است. متأسفانه در خصوص عدم انطباق کالا هیچ حکم خاصی به دست نداده است و به ناچار تا زمان تصویب این قانون باید به قواعد عمومی حاکم بر عدم انطباق کالا مراجعه کرد؛ لیکن به‌طور پراکنده رگه‌های از این امر را در پاره‌ای از قوانین می‌توان یافت که به شرح ذیل می‌باشد؛

۱- قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲، در خصوص فروش خدمات مقرراتی را وضع نموده است که قابلیت اطلاق به خدمات نرم‌افزاری یا دیجیتالی نیز دارا است. در ماده ۳۳ مقرر شده است: «فروشنندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات باید اطلاعات مؤثر در تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند. حداقل اطلاعات لازم، شامل موارد زیر می‌باشد: الف) مشخصات فنی و ویژگی‌های کاربردی کالا و یا خدمات...». همچنین در خصوص تأکید بر الزام تأمین‌کننده بر تسلیم همان موضوع قرارداد مقرر می‌دارد: «در صورتی که تأمین‌کننده، کالا یا خدمات دیگری غیر از موضوع معامله یا تعهد را برای مخاطب ارسال نماید، کالا یا خدمات ارجاع داده می‌شود و هزینه ارجاع به عهده تأمین‌کننده است...» (ماده ۴۱). به عبارتی

مفاد این ماده دلالت بر عدم وفای به عهد به جهت عدم انطباق مادی کالا یا خدمات با قرارداد دارد.

۲- قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸ که در ماده ۴ به طور صریح از «کالاهای الکترونیکی» نام برده است؛ از یک سو، ارائه خدمات ضمانت را الزامی دانسته است که به نوعی موضوع به روزرسانی در دستورالعمل را تداعی می کند و این گونه مقرر می دارد: «کلیه عرضه کنندگان اعم از تولیدکنندگان و واردکنندگان کالاهای سرمایه ای از جمله خودرو، ماشین آلات صنعتی، کشاورزی، راه سازی، لوازم خانگی، مصنوعات الکتریکی و الکترونیکی، صوتی، تصویری و وسایل ارتباطی مکلف به داشتن نمایندگی و تعمیرگاه مجاز، تأمین قطعات یدکی و ارائه سرویس و خدمات بعد از فروش می باشند.» از سوی دیگر در ماده ۲ قانون مذکور، در صورت عدم مطابقت کالا با قرارداد و قانون، تمام فروشندگان را منفرداً و مشترکاً مسئول دانسته و اشعار می دارد: «کلیه عرضه کنندگان کالا و خدمات، منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالای عرضه شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات هستند...».

۳- در قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶، مقنن مطابق ماده ۲ شرکت های خودروسازی را مکلف کرده است تا رعایت استانداردهای لازم را برای حفظ ایمنی مصرف کنندگان به عمل آورده اند و آنچه تضمین نموده اند عملی سازند. این ماده در این راستا دوره تضمین برای رفع عدم انطباق اشعار می دارد: «عرضه کننده موظف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف کننده است. تبصره ۱- دوره تضمین نمی تواند کمتر از یک سال از زمان تحویل خودرو به مصرف کننده یا کارکردی برابر با سی هزار کیلومتر (هر کدام زودتر به پایان برسد) باشد؛ لذا مفاد این ماده هم بر انطباق کالا (خودرو) با آنچه مورد تضمین اعلام شد تأکید گردید و هم با کمی اغماض مقرراتی مشابه به روزرسانی را در ارائه خدمات گارانتی (تعمیر و رفع عیب) و وارانته (تأمین قطعات) پیش بینی نموده است؛ چراکه تبصره ۲ این ماده مقرر داشته است: «دوره تعهد یا دوره تأمین قطعات و ارائه خدمات فنی استاندارد، برابر ده سال از زمان تحویل رسمی آخرین خودرو به مصرف کننده است. به همین دلیل صدر ماده ۳ بر چگونگی انجام خدمات در قالب تضمین اشاره نمود و بیان داشت: «عرضه کننده در طول مدت ضمانت مکلف به رفع هر نوع نقص یا عیب (ناشی از طراحی، مونتاژ، تولید و

یا حمل) است که در خودرو وجود داشته یا در نتیجه استفاده معمول از خودرو بروز نموده و با مفاد ضمانت‌نامه و مشخصات اعلامی به مصرف‌کننده مغایر یا مانع استفاده مطلوب از خودرو یا نافی ایمنی آن باشد یا موجب کاهش ارزش معاملاتی خودرو شود...».

البته مقرر اتحادیه اروپا دارا بودن لوازم جانبی از جمله بسته‌بندی و دستورالعمل‌های استفاده از کالا بخشی از مصادیق انطباق کالا با قرارداد را تشکیل می‌دهد که عدم وجود این مصادیق، نقض تعهد انطباق است. در حالی که در حقوق ایران احکامی راجع به موضوع مربوطه پیش‌بینی نشده است؛ بنابراین در صورتی که قرارداد و یا عرف دلالت بر شمول آن در قرارداد نماید، می‌توان آن را از تعهدات فروشنده محسوب کرد. با این وجود با توجه به مفهوم عام و گسترده‌ای را که از مفهوم تسلیم در ماده ۳۶۷ قانون مدنی ارائه شده است، عدم اجرای تعهد در تسلیم این موارد را باید از مصادیق نقض تعهد تسلیم در حقوق ایران به‌شمار آورد.

نتیجه

اتحادیه اروپا با تصویب دستورالعمل ۲۰۱۹/۷۷۱ در پی تقویت تجارت فرامرزی با از بین بردن موانع آن از طریق وضع قوانین هماهنگ در سطح کشورهای عضو است تا هزینه تجارت فرامرزی را کاهش دهد و منجر به افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان به معاملات فرامرزی با آگاهی آنان از حقوق اصلی قراردادی خود گردد. مطابق این دستورالعمل فروشنده متعهد است در بیع کالا به منظور حفظ منافع مشروع دو طرف کالایی را مطابق الزامات شخصی و نوعی انطباق به مصرف‌کننده تسلیم نماید. دستورالعمل با تفکیک صریح معیار شخصی و نوعی انطباق و پیش‌بینی مصادیق متعدد در ذیل هر یک با توجه به نوع کالا اعم از دیجیتال و غیردیجیتال، در پی ارائه مفهوم واحد از انطباق کالا است. از این رو برخلاف قوانین ملی کشورهای عضو که در مورد تسلیم کالای غیرمنطبق دارای تمایزات ظریفی هستند، دستورالعمل عیوب پنهان، عدم کیفیت و تسلیم کالا از نوع دیگر را در مفهوم عدم انطباق گنجانده است و بدون توجه به شرایط خاص هر یک، راه‌های جبران خسارت مشابهی را برای آن ارائه می‌کند. در حالی که در حقوق ایران با عدم پیش‌بینی مقررهای خاص در خصوص مفهوم، معیارها و مصادیق عدم انطباق کالا و ارائه مفهوم گسترده از تسلیم کالا و وجود تفکیک‌های خاص و ظریف در دسته‌بندی‌های ارائه شده و در نتیجه عدم

وجود ضمانت اجرای یکسان برای هر یک بر خلاف دستورالعمل، منشأ ایجاد اختلاف نظر در میان حقوق دانان گردیده است و این امر تجارت فرامرزی را با مشکل مواجه خواهد ساخت. در نتیجه ارائه مفهوم واحد از انطباق کالا و پیش‌بینی ضمانت اجرای واحد برای آن در جهت یکسان‌سازی این مقررات با قوانین بین‌المللی که لازمه زندگی اقتصادی، اجتماعی و فرایند جهانی شدن است می‌تواند بستر را برای تسهیل معاملات فرامرزی و کاهش هزینه‌های آن فراهم نماید.

مطابق دستورالعمل در خصوص کالاهایی با عناصر دیجیتالی فروشنده باید کالایی را به مصرف‌کننده تسلیم کند که الزامات شخصی و نوعی انطباق، علاوه بر جزء فیزیکی کالا در جزء دیجیتالی آن نیز وجود داشته باشد. در کالاهای هوشمند با توجه به این که محتوا یا خدمات دیجیتال به‌طور مداوم در حال توسعه است، به‌روزرسانی ابزاری ضروری برای حفظ، بهبود و گسترش عملکرد کالا مطابق قرارداد است. تعهد فروشنده در این مورد تا زمانی که خلاف آن توافق نشده است باید محدود به به‌روزرسانی‌هایی باشد که برای حفظ انطباق چنین کالاهایی با الزامات نوعی انطباق ضروری است. با این وجود، تعهد فروشنده به ارائه به‌روزرسانی را اعم از این که ارائه عناصر دیجیتالی در طی یک عمل و یا به صورت مداوم صورت پذیرد، باید یک تعهد مستمر به منظور حفظ مطابقت کالا با قرارداد دانست؛ هر چند مطابق دستورالعمل این تعهد اصولاً به یک دوره دو ساله محدود است. در چنین کالاهایی اصولاً با توجه به ماهیت آن باید موعد ارزیابی انطباق هر دو جزء فیزیکی و دیجیتالی (خواه از طریق یک عمل ارائه شوند و یا یک دوره زمانی مستمر) را جدا از یکدیگر دانست تا در صورت عدم انطباق هر یک از دو جزء مصرف‌کننده مستحق توسل به طرق جبران خسارت گردد. در حالی که در حقوق ایران هیچ نص صریحی در خصوص الزام به انطباق کالای دارای عناصر دیجیتالی و نیز مسئولیت به‌روزرسانی آن دیده نمی‌شود و لذا باید تابع قواعد عام تسلیم و مقررات انطباق در تعهدات بود. وانگهی در قوانین پراکنده مانند قانون تجارت الکترونیک در مواد ۳۳، ۳۷ و ۴۱، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در مواد ۲ و ۴ و همچنین در مواد ۲، ۳ و ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو به‌طور عموم بر انطباق کالا، ضمانت اجرای عدم انطباق و نیز تأکید بر تضمین و ارائه خدمات پیش‌بینی شده است. این موارد با آنکه مصداق انطباق کالا با محتوای دیجیتالی نیست و تصریح بر به‌روزرسانی ندارد، ولی گام‌های کلی در این مورد برداشته است و جای دارد در همین قوانین

اصلاحات لازم به عمل آید و در هر دو زمینه اخیرالذکر با نص صریح قانونی در جهت حفظ و حمایت از حقوق مصرف کنندگان گامی شفاف برداشته شود و هم‌راستا با مقررات جهانی از جمله اتحادیه اروپا گردد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Seyyed Hasan  <http://orcid.org/0000-0001-8497-7174>
Hosseini Moghaddam
Ali Soleimani  <http://orcid.org/0000-0002-9918-2400>
Andarvar

منابع

الف) فارسی

- امامی، حسن. حقوق مدنی. (تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۸۳).
- تاری، حسین، قاسم‌زاده، میرجعفر و محمدی، سام. «تحلیل رابطه حقوقی حق رفع عدم مطابقت فروشنده با حق فسخ خریدار (مطالعه تطبیقی در کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا، اصل یونی‌درویت و حقوق ایران)». نشریه پژوهش‌های حقوق تطبیقی، (۱۳۹۹).
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر. دایره المعارف مدنی و تجارت. (تهران: گنج دانش، ۱۳۸۸).
- شعاریان، ابراهیم، رحیمی، فرشاد. «انطباق مادی کالا با قرارداد در کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا مصوب ۱۹۸۰ و حقوق ایران». نشریه حقوقی بین‌المللی (۱۳۹۳).
- شهیدی، مهدی. (۱۳۹۶). تشکیل قراردادها و تعهدات. تهران: انتشارات مجد.
- صفایی، سید حسین. حقوق بیع بین‌المللی. (تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۵).
- صفایی، سید حسین. قواعد عمومی قراردادها. (تهران: میزان، ۱۳۹۶).
- کاتوزیان، ناصر. اعمال حقوقی. (تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۹۵).
- کاتوزیان، ناصر. عقود معین. (تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۹۹).
- محقق داماد، مصطفی، قنوتی، جلیل، وحدتی شبیری، سید حسن و عبدی پور فرد، ابراهیم. حقوق قراردادها در فقه امامیه. (قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۹).

References

In Persian

- Emami, H., *Civil Rights*, Volume 1, Edition 24, (Tehran: Ganj Danesh Publications, 2005). (In Persian)
- Jafari L., M. J., *Encyclopedia of Civil and Commerce*, Edition 1, (Tehran: Gange Danesh, 2009). (In Persian)
- Katozian, N., *Certain contracts*, Volume 1, Edition 3, (Tehran: Ganj Danesh Publications, 2021). (In Persian)
- Katozian, N., *Legal Practices*, Edition 15, (Tehran: Sherkate Sahami publications, 2017). (In Persian)
- Mohaghegh D. M.; Qanawati, J.; Vahdati Shabir, S. H.; Abdipour Fard, E., *Contract Law in Imami Jurisprudence*, (Qom: Hozeh and University Research Institute, 2010). (In Persian)
- Safai, S. H., *General Rules of Contracts*, Volume 2, Edition 28, (Tehran: Mizan Publications, 2017). (In Persian)
- Safai, S. H., *International sales rights*, Edition 6, (Tehran: Tehran University publications, 2015). (In Persian)
- Shahidi, M., *Formation of contracts and obligations*, Volume 1, Edition 13, (Tehran: Majd publications, 2018). (In Persian)
- Shaareyan, E.; Rahimi, F., “material compliance of goods with the contract in the Convention on the International Sale of Goods approved in 1980 and Iranian law”, *International legal journal*, Volume 31, Issue 51, (2013). (In Persian)
- Tari, H.; Qasimzadeh, M.; Mohammadi, S., “Analysis of the legal relationship between the seller's right to eliminate non-compliance and the buyer's right to invalidation (a comparative study of the Convention on the International Sale of Goods, Unidroit principle, and Iranian law)”, *Journal of Comparative Law Research*, Volume 24, Issue 2, (2019). (In Persian)

ب) انگلیسی

- Beale, H. “Scope of application and general approach of the new rules for contracts in the digital environment”, *In Workshop of JURI-Committee of the European Parliament*, PE 536.493, (2016). pp. 1-30. Available at: 10.10.2021:
https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/233497/pe_536.493_print.pdf
- Beale, H. “Digital Content Directive and Rules for Contracts on Continuous Supply”, *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, Vol. 12, Issue. 2, (2021). pp.96-110.
- Carvalho, J. M. “Sale of goods and supply of digital content and digital services—overview of directives 2019/770 and 2019/771”, *Journal of European Consumer and Market Law*, Vol. 8, Issue. 5, (2019). pp. 194-201.

- Claeys, I.; Vancoillie, J. “Remedies, modification of digital content and right to terminate long-term digital content contracts”, In *Digital content & distance sales: new developments at EU level*, Vol. 15, Issue. 4, (2017). pp. 167-232.
- De Almeida Alves, M. “Directive on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services & the EU data protection legal framework: are worlds colliding?”, *UNIO-EU Law Journal*, Vol. 5, No. 2, (2019). pp. 34-42.
- De Luca, V. “The conformity of the goods to the Contract in International Sales”. *Pace Int'l L. Rev.*, Vol.27, Issue. 1, (2015). pp. 163-257.
- Emami, H. *Civil Rights*. (Tehran: Ganj Danesh Publications, 2005). [In Persian]
- Grochowski, M. “European Consumer Law after the New Deal: A Tryptich”, *Yearbook of European Law*, Vol. 39, No. 1, (2021). pp. 387-422.
- Helberger, N., Loos, M. M., Guibault, L., Mak, C., & Pessers, L. “Digital content contracts for consumers”, *Journal of consumer policy*, vol. 36, Issue. 1, (2013). pp. 37-57.
- Howells, G. G. “Reflections on Remedies for Lack of conformity in Light of the Proposals of the EU Commission on Supply of Digital Content and Online and Other Distance Sales of Goods: In European Contract Law and the Digital Single Market: The Implications of the Digital Revolution” (Edited by: De Franceschi, A), (Intersentia: Cambridge University Press, 2016).
- Jafari L., M. J. *Encyclopedia of Civil and Commerce*, (Tehran: Gange Danesh, 2009). [In Persian]
- Kalamees, P. “Goods with Digital Elements and the Seller's Updating Obligation”, *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, Vol. 12, Issue. 2, (2021). pp. 131-142.
- Katozian, N. *Certain contracts*. (Tehran: Ganj Danesh Publications, 2021). [In Persian]
- Katozian, N. *Legal Practices*. (Tehran: Sherkate Sahami publications, 2017). [In Persian]
- Mohaghegh D. M., Qanawati, J., Vahdati Shabir, S. H. & Abdipour Fard, E. *Contract Law in Imami Jurisprudence*. (Qom: Hozeh and University Research Institute, 2010). [In Persian]
- Loos, M. “The (proposed) transposition of the Digital Content Directive in The Netherlands, in *Journal of Intellectual Property, Information Technology, and Electronic Commerce Law (Jipitec)*”, *Amsterdam Law School Research Paper*, vol. 12, Issue. 2, (2021). pp. 228-240.

- Namyslowska, M., Jablonowska, A., & Wiaderek, F. "Implementation of the Digital Content Directive in Poland: A Fast Ride on a Tandem Bike against the Traffic." *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, 12, Vol. 12, Issue. 2, (2021) pp. 240-248.
- Raijada, D., Wac, K., Greisen, E., Rantanen, J., & Genina, N. "Integration of personalized drug delivery systems into digital health". *Advanced Drug Delivery Reviews*, Vol. 176, (2021). pp. 1-19.
- Pihlajarinne, T.; Vesala, J.; Honkkila, O. *Online Distribution of Content in the EU*, Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing Limited (2019).
- Rott, P. "The Digitalisation of Cars and the New Digital Consumer Contract Law". *J. Intell. Prop. Info. Tech. & Elec. Com. L.*, Vol. 12, Issue. 2, (2021). pp. 156-168.
- Safaei, S. H. *General Rules of Contracts*. (Tehran: Mizan Publications, 2017). [In Persian]
- Safaei, S. H. *International sales rights*. (Tehran: Tehran University publications, 2015). [In Persian]
- Shahidi, M. *Formation of contracts and obligations*. (Tehran: Majd publications, 2018). [In Persian]
- Shaareyan, E., Rahimi, F. "material compliance of goods with the contract in the Convention on the International Sale of Goods approved in 1980 and Iranian law". *International legal journal*. (2013). [In Persian]
- Schulze, R. Supply of digital content—a new challenge for european contract law. *European Contract Law and the Digital Single Market. The Implications of the Digital Revolution*: (Edited by: De Franceschi, A), (Intersentia: Cambridge University Press 2016). pp.127-144.
- Sein, K. "The Applicability of the Digital Content Directive and Sales of Goods Directive to Goods with Digital Elements", *Juridica International*, Vol 30, (2021). pp. 23-31.
- Straetmans, G.; Meys, S. "Digital Content and Distance Sales New Developments at EU Level: The new proposals for directives concerning digital content and online/distance sales: what impact on consumer protection?", *In Digital content & distance sales/Claeys*, (2017). pp. 307-361.
- Synodinou, T. E., Jogleux, P., Markou, C., & Prastitou, T. *EU Internet Law in the Digital Era: Regulation and Enforcement*, (Switzerland: Springer, 2019).
- Tari, H., Qasimzadeh, M., Mohammadi, S. "Analysis of the legal relationship between the seller's right to eliminate non-compliance and the buyer's right to invalidation (a comparative study of the Convention

- on the International Sale of Goods, Unidroit principle, and Iranian law)". *Journal of Comparative Law Research*, 2019). [In Persian]
- Twigg-Flesner, C. *Conformity of Goods and Digital Content/Digital Services*. El Derecho privado en el nuevo paradigma digital, Barcelona-Madrid, Marcial Pons (2020).
- Wei, D., Nehf, J. P., & Marques, C. L. (Eds.). *Innovation and the Transformation of Consumer Law: National and International Perspectives*, Singapore: Springer, 2020).
- Wendehorst, C. "Sale of goods and supply of digital content—two worlds apart? : Why the law on sale of goods needs to respond better to the challenges of the digital age". *Policy Department C in-depth analysis*, PE, 556.928 (2016). Available at :10.10.2021:
https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/98774/pe%20556%20928%20EN_final.pdf

استناد به این مقاله: حسینی مقدم، سیدحسن و سلیمانی اندرور، علی. (۱۴۰۲). تعهدات فروشنده در انطباق مادی کالاهایی با عناصر دیجیتالی در دستورالعمل اتحادیه اروپا ۲۰۱۹ و وضعیت آن در حقوق ایران. پژوهش حقوق خصوصی، ۱۱(۴۲)، ۲۴۷-۲۷۶. doi: 10.22054/jplr.2023.68703.2693



Private Law Research is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.