

حماية المستهلك في البيئة الرقمية على ضوء التشريع الجزائري  
Consumer protection in the digital environment on the light  
of Algerian legislation  
كتاب زهية<sup>(1)</sup>

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر

[kettabZahia2791@gmail.com](mailto:kettabZahia2791@gmail.com)

تاريخ النشر:

2022/10/10

تاريخ القبول:

2022/08/28

تاريخ الارسال:

2022/07/15

الملخص

نظرا للمزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية في شتى المجالات الرقمية والتي تجعل من المستهلك يتزايد بالإقبال على إبرام المعاملات الإلكترونية عليها يوما بعد يوم، إلا أنه أصبح عرضة لتلاعب بمصالحه وضمائنه بل ومحاولة خداعه بوجود مزايا غير حقيقية عن تلك السلع، جراء تعاقدته عن بعد بواسطة مختلف وسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة، نظرا لافتقاره للثقافة المعلوماتية عبر البيئة الرقمية. وهذا ما دفع بالمشرع الجزائري من خلال قانون التجارة الإلكترونية 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 إلى إحاطة المستهلك بالحماية القانونية في مختلف المراحل العملية التعاقدية. الكلمات المفتاحية: البيئة الرقمية-التشريع الجزائري-الحماية القانونية-المستهلك-التعاقد الالكتروني.

**Abstract:**

Due to the advantages achieved by e-commerce in various numerical fields, which make the consumer more and more willing to enter into electronic transactions day after day. However, it has become subject to manipulation of its interests and guarantees, even an attempt to be deceived by existence of unreal benefits over these goods, As a result of his remote contracting through various advanced electronic means of communication due to his lack of information culture through the digital environment, and this is what prompted the Algerian legislator through the e-commerce law 18/05 of may 10, 2018, to inform the consumer of legal protection at various stages of the contractual process.

**Keywords:** digital environment, Algerian legislation, legal protection, consumer, Electronic contract

## مقدمة:

تغيرت أنماط الممارسات التجارية في الآونة الأخيرة بشكل كبير، الأمر الذي خول المستهلك أن يتسوق ويتم كافة تعاملاته التجارية والمصرفية عبر شبكة الانترنت، في إطار ما يعرف بالتجارة الإلكترونية والتسوق الإلكتروني عبر الحدود، وما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية.

لكن للأسف رافق هذه المعاملات الإلكترونية خروقات واعتداءات على المستهلك في البيئة الرقمية، كون هذا الأخير هو الحلقة الضعيفة في العلاقة التعاقدية لعدم خبرته وقلة احترافه وتأثره الشديد بوسائل الدعاية والإعلان والعروض المغرية، التي تؤثر بشكل واسع على توجهه وجلبه للتعاقد مع المني صاحب القوة، دون النظر في مخاطر هذه العملية الاستهلاكية كونها تتم عن بعد ولا يتسنى له معاينة المنتج محل التعاقد، والتأكد خلوه من أي عيب يشوبه.

وفي خضم هذه المخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها، ومن أجل وقاية المستهلك وحمايته، عمل المشرع الجزائري على وضع مجموعة من النصوص القانونية والتنظيمية، والمتمثلة في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهه. وبناء على هذا ارتأينا أن نطرح الإشكالية الآتية: ما مدى كفاية وفعالية الأحكام القانونية المكرسة بموجب القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الرقمي؟

وللإجابة على هذه الإشكالية، اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي، بغرض استقراء النصوص القانونية الواردة في القانون رقم 05-18، والوقوف على حماية قانونية التي وفرتها للمستهلك الإلكتروني في كل مراحل تعاملاته رقمية، وعليه ارتأينا تقسيم موضوع الدراسة إلى محورين:

**المحور الأول:** حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد.

**المحور الثاني:** حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد التعاقد.

### المحور الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد.

من أهم الآليات التي أقرها المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك في البيئة الرقمية هو استحداثه الحماية القانونية لهذا الأخير أثناء مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، وذلك دراءه لوقوع المستهلك ضحية الخداع والممارسات غير المشروعة الصادرة من المورد الإلكتروني<sup>(1)</sup>، إذا تتجلى هذه الحماية له في هذه المرحلة من الإشهارات الإلكترونية الخادعة والمضللة، وكذا تفعيل الحق في الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، وهذا ما سنتطرق إليه على التوالي:

#### أولاً: حماية المستهلك من الإشهارات الإلكترونية المضللة

قبل الولوج إلى مسألة الحماية القانونية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني التضليلي من خلال القانون 05/18، لا من التعرض إلى تعريف الإشهار الإلكتروني وشروطه، وجزاء الإخلال به طبقاً للأحكام الواردة في هذا القانون، وهذا ما سنحاول تفصيله كالآتي:

#### 1-تعريف الإشهار الإلكتروني:

عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في مادة 06 الفقرة 06 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"<sup>(2)</sup>، حيث نستنتج من هذا التعريف أن المشرع استعمل مصطلح الإشهار بدل الإعلان، إذن فالهدف الأساسي الذي يرمي إليه الإشهار الإلكتروني هو ترويج السلع والخدمات<sup>(3)</sup>، وذلك بطريقة مغرية ومثيرة لجلب انتباه المستهلك وتحفيزاً له على هذا التعاقد من أجل تحقيق ربح مادي<sup>(4)</sup>.

<sup>(1)</sup> بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 12.

<sup>(2)</sup> قانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 ماي سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، العدد 28، ص 05.

<sup>(3)</sup> يمينية حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2006، ص 60.

<sup>(4)</sup> منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2013، ص 140.

إلا أنه غالبا ما يقدم المورد الإلكتروني على عرض إشهاره بصفة غير سليمة لأجل تحقيق غايات غير مشروعة عن طريق استعمال مختلف أساليب الخداع والغش من أجل تضليل المستهلك ودفعه<sup>(1)</sup> إلى الوقوع في خلط فيما يتعلق بعناصر جوهرية بالمنتج وذلك من أجل إخفاء أو حجب الحقيقة عن المستهلك الخاصة بالمنتج باستعمال أي طريقة<sup>(2)</sup>.

## 2- شروطه:

ونظرا للخطورة التي قد يتعرض لها دأب المشرع الجزائري إلى حمايته من التضليل الإشهاري من خلال تأكيده على وضوح الإعلان الإلكتروني في الفصل السابع الذي جاء تحت عنوان الإشهار الإلكتروني، حيث نصت المادة 30 منه على مجموعة من شروط يستوجب توفرها في إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري يتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية التي يجب أن تلبى المقتضيات الآتية<sup>(3)</sup>:

**فقرة 01:** أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.

**فقرة 02:** أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه.

**فقرة 03:** ألا تمس بالأداب العامة والنظام العام.

**فقرة 04:** أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.

**فقرة 05:** التأكد من عدم وجود تضليل أو غموض في موضوع الإشهار.

نستشف من خلال الفقرة الأخيرة من المادة 30 أن المشرع أكد على ضرورة ألا يكون الإعلان غامض، أي وجوب أن تكون البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المقررة

<sup>(1)</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 43.

<sup>(2)</sup> زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 189.

<sup>(3)</sup> أنظر المادة 30 من القانون 05-18، المرجع السابق، ص 09.

متوافرة كلها بدون استثناء حتى يتسنى للمستهلك معرفة ما هو مقدم عليه في إطار إبرام عقد ما، إذا من حقه أن يعلم ويبلغ بجميع مواصفات السلع التي يرغب بشرائها<sup>(1)</sup>.

### 3-جزاء الإخلال بشروط الإشهار الإلكتروني:

وعليه أقر المشرع العقوبة لكل من لا يحترم القواعد المنظمة للإشهار أو الإعلان الإلكتروني، خصوصا من يجعل منه مخادعا أو مضلل، نجده إضافة إلى الشق المدني المتعلق بالتعويض عن الضرر، وضع عقابا جزائيا يتمثل في غرامة مالية، وذلك بالرجوع لنص المادة 40 منه، والتي جاء فيها: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30، 31، 32، 34 من القانون"<sup>(2)</sup>.

### ثانيا: حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني قبل التعاقد

ومن بين الحقوق المقررة للمستهلك إضافة إلى حقه في الإشهار (الإعلان)، حقه في الإعلام<sup>(3)</sup>، الذي يعتبر من أبرز الضروريات العملية التي أدت إلى تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، انعدام التكافؤ<sup>(4)</sup> بين طرفيه خاصة وأن هذه العقود تبرم بوسائل إلكترونية يكون فيها الحضور افتراضيا ناهيك عن البعد المكاني والذي يظل واقعا مؤثرا يثير العديد من الإشكالات، الأمر الذي يؤدي في نهايته إلى ضرورة توفير حماية خاصة للمستهلك<sup>(5)</sup>. وبناء على ذلك سنحاول تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني مع بيان بياناته كنقطة أولى ثم ندرج إلى توضيح جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>(1)</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، ط1، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012، ص 156.

<sup>(2)</sup> أنظر المادة 40 من القانون 05-18 المرجع السابق، ص 10-09.

<sup>(3)</sup> Jughart Michel, L'obligation de renseignement dans les contrats R.T.D CIV. 1954. N°09. P05.

<sup>(4)</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 55.

<sup>(5)</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 49.

## 1-تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

يعرف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني بأنه التزام سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بالالتزام المزود بإعلام وتبصير المستهلك بمعلومات شاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع "عبر شبكة الانترنت أو أي وسيلة إلكترونية"<sup>(1)</sup>، والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستنيرة<sup>(2)</sup>.  
وتجب الإشارة إلى أن الالتزام بالإعلام في مجال التعاقد الإلكتروني يعتبر أكثر أهمية من الالتزام بالإعلام في التعاقد الإلكتروني، بسبب أن التعاقد الإلكتروني يتم دون التقاء حقيقي بين أطراف التعاقد، ودون أن يقوم المستهلك بمعاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية<sup>(3)</sup>.

إلا أنه من خلال استقراء نص المادة 11 من قانون 05/18 نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يعطي تعريفاً للالتزام بالإعلام الإلكتروني في هذا القانون، إنما اقتصر على إلزام المورد الإلكتروني بالإعلام المستهلك الرقمي عن طريق تقييم العرض الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة.

## 2-بيانات الواردة في الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

بموجب المادة السالفة الذكر نصت على البيانات التي يجب أن يتضمنها الالتزام بالإعلام على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:  
رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، طبيعة وخصائص وأسعار السلعة أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، حالة توفر السلعة أو الخدمة، كيفية ومصاريف وأجال التسليم، شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقاً، كيفية إجراءات الدفع، شروط فسخ العقد عند الاقتضاء، وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية، مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء، شروط وأجال العدول عند الاقتضاء، طريقة تأكيد

(1) عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 49.

(2) كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 280.

(3) عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 50.

الطلبية، موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغائها، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه، تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها<sup>(1)</sup>.

كما يفرض عليه نفس القانون، بموجب مادته 12 التزام وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني حتى يتمكن من التعاقد معه بعلم ودراية تامة، كما له الحق في إمكانية طلب إبطال العقد وطلب التعويض عن الضرر اللاحق به إذا لم يحترم المورد الإلكتروني الالتزامات المفروضة عليه بموجب المادتين 10 و 13 من نفس القانون<sup>(2)</sup>.

### 3- جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني:

وعليه أقر المشرع الجزائري جزاء مخالفة الالتزام بالإعلام الإلكتروني في قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية من خلال نصه على أنه "يعاقب بغرامة 50000 دج إلى 500000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة 6 أشهر"<sup>(3)</sup>.

## المحور الثاني: حماية المستهلك في مرحلة ما بعد التعاقد أي بعد تنفيذ العقد

(1) أنظر المادة 11 من القانون 05-18، المرجع السابق، ص 06-07

(2) الماحي فطيمة زهرة شريفة، مدى فعالية القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2021، ص 185، للمزيد أنظر المادة 11 من القانون 05/18، المرجع السابق، ص 06-07

(3) أنظر المادة 39 من القانون رقم 05/18، المرجع السابق، ص 10.

إن عقد البيع الإلكتروني هو من أهم العقود انتشار، التي من خلالها حصل المستهلك على السلع والمنتجات، قصد تحقيق رغباته واحتياجاته الاستهلاكية، لأنه بالرجوع إلى نصوص قانون التجارة الإلكترونية الذي نظم عقد البيع نلاحظ أنه ألقى على عاتق المورد الإلكتروني العديد من الالتزامات التي تشكل في الوقت نفسه ضمانات للمستهلك من أجل حمايته وتكريس مبدأ استقرار المعاملات التجارية، وعليه فإن أساس حماية المستهلك في مرحلة ما بعد إبرام العقد الإلكتروني يكون من خلال حق المستهلك في استلام السلعة أو الخدمة في الأجل المتفق عليها، وكذا حقه في العدول، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المحور.

#### أولاً: حق المستهلك في استلام السلعة والخدمة وفق الأجل المتفق عليها

بعد إبرام العقد الإلكتروني، يصبح المورد الإلكتروني مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن احترام آجال التسليم السلع أو الخدمات في الأجل المتفق عليها في العقد، وبناء على ذلك يعتبر تسليم السلعة أو الخدمة حق من حقوق المستهلك طبقاً لقانون رقم 05/18 وهو الأمر الذي سوف نورد به شرح على التوالي:

#### 1-تعريف تسليم السلعة أو الخدمة:

إن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف الالتزام بالتسليم في قانون التجارة الإلكترونية، لذلك كان من الضروري الرجوع إلى المبادئ المتعارف عليها في التشريع هي عملية الالتزام بالتسليم الشيء المبيع محور عقد البيع<sup>(1)</sup>، يقصد بالتسليم وضع الشيء المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق حتى ولو لم يتم تسليمه تسليمًا ماديًا<sup>(2)</sup>، وهذا ما أكدته المادة 367 من القانون المدني الجزائري.

وعلاوة على ذلك فإنه قد يكون التسليم فعلياً من خلال التسليم المادي للمبيع، أي يتم التغيير في الحيازة الفعلية للمبيع، وقد يكون حكماً وهو اتفاق على تغيير صفة الحائز للمبيع، دون تغيير في الحيازة في الفعلية للشيء محل التسليم، أما في عقد البيع

(1) نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص 98.

(2) خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الجزء 04 "عقد البيع"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 121.

الإلكتروني فإلى جانب التسليم الفعلي والحكمي يوجد التسليم المعنوي في التعاقد الإلكتروني<sup>(1)</sup>.

## 2- الالتزام بالتسليم:

غير أن ما أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة 22 من القانون 05/18 هو التسليم الفعلي للمنتج، فيما يخص المنتجات المادية كالسلع، غير أنه لم يتطرق لكيفية تسليم المنتجات غير المادية أي أداء الخدمات، لذا يمكن القول أن هذا التسليم يتم بأداء هذه الخدمات، ويشتمل التسليم سواء كان حكما أو فعليا أو إلكترونيا على ملحقات المبيع وهي الأشياء الفرعية التي تقدم الأصل<sup>(2)</sup>.

وبالرجوع إلى المادة 13 من نفس القانون السالف الذكر التي تنص على أن العقد الإلكتروني يجب أن يتضمن العقد... شروط وكيفيات التسليم.... وما يفهم من ذلك أن آجال التسليم تدخل ضمن شروط التسليم<sup>(3)</sup>.

## 3- جزاء الإخلال بآجال التسليم:

نصت المادة 22 من نفس القانون، ومفادها إمكانية إعادة إرسال المنتج إلى المورد الإلكتروني إذا لم يحترم هذا الأخير موعد التسليم المتفق عليه في العقد الإلكتروني المبرم بينهما، ويمكن القول إن هذا الحق يعتبر في هذه الحالة جزاء مدنيا في حق المورد الإلكتروني، غير أن ممارسته تتوقف على مجموعة من الشروط وهي:

في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني آجال التسليم المتفق عليها في العقد دون سبب خارج عن إرادته طبقا للمادة 22 السالفة الذكر، إلا أن المادة 18 من القانون السابق الذكر في فقرتها الثانية التي سبقتها بالتماس العذر للمورد الإلكتروني، بحيث

(1) عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 123.

(2) درويش حفصة، تنفيذ معاملات التجارة الإلكترونية، مداخلة أقيمت بمناسبة الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 05-18، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة المنعقد يومي 02 و03 أكتوبر 2018، ص 255.

(3) أنظر المادة 13 من القانون رقم 05/18، المرجع السابق، ص 07.

يمكنه أن يتحلل من كامل مسؤوليته أو جزء منها إذا ثبت أن عدم التنفيذ أو سوءه يعود إلى المستهلك الإلكتروني أو إلى قوة القاهرة<sup>(1)</sup>.

أما في الفقرة الأولى من المادة 22 فقد حدد المشرع آجال إعادة إرسال المستهلك الإلكتروني المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام يبدأ احتسابها من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، يتعين عليه احترام هذا الأجل حتى لا يعد مهملاً ويسقط حقه في ذلك، هذا طبعاً مع حقه في المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تكون قد لحقت به.

إذا توافرت هذه الشروط، يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل خمسة عشرة يوماً ابتداء من تاريخ استلامه المنتج، طبقاً لما ورد في أحكام المادة 22 في فقرتها الثانية<sup>(2)</sup>.

نلاحظ من خلال هذه القراءة أن المشرع الجزائري لم يعمم هذا الحكم على الخدمات بل اكتفى ذكر المنتج وبقي الأمر بالنسبة للخدمات غير واضح ومبهم في قانون التجارة الإلكترونية.

### ثانياً: حق المستهلك في العدول

إن من أهم حقوق المستهلك في مرحلة ما بعد إبرام العقد الإلكتروني، هو حق العدول عن التعاقد<sup>(3)</sup>، الذي يعتبر من الوسائل التي لجأت لها التشريعات الحديثة لحماية رضا المستهلك، بإعطائه فرصة للتروي والتفكير<sup>(4)</sup> في العقد الذي تسرع في إبرامه أو أبرمه دون معرفة كافية<sup>(5)</sup>، وفي سبيل التعرف على مضمون الحق في العدول من

(1) أنظر المادة 18 الفقرة 02 من القانون رقم 05/18، المرجع السابق، ص 07.05

(2) أنظر المادة 22 من القانون رقم 05/18، المرجع السابق، ص 08.

(3) بسمه محمد نوري كاظم البكري، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، "دراسة في ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05/18 لسنة 2018 والتوجيه الأوروبي EU/ رقم 83 لسنة 2011"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، المجلد 06، العدد 03، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، الجزائر، جوان 2021، ص 29.

(4) عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق ص 125.

(5) فريد منعم جيور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص 52.

منظور حماية المستهلك الرقمي لابد من إعطاء تعريف له مع بيان مبرراته، وإجراءات ممارسته، وهذا ما سنعمل على توضيحه تباعا.

### 1-تعريف الحق في العدول:

ويسمى كذلك بخيار الرجوع، مهلة التفكير أو حق الندم<sup>(1)</sup>، يعرفه البعض بأنه سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر<sup>(2)</sup>، بمعنى حق المستهلك في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة في خلال مدة معينة يحددها القانون دون إبداء أي مبررات<sup>(3)</sup>.

اعتبر بعض شراح القانون أن عقد صحيح غير ملزم للمستهلك وعقدا صحيحا ملزما للمورد، فحق العدول هو حق شخصي يخضع لتقدير المستهلك، ويمارسه وفقا لما يراه محققا لمصلحته، بمعنى أن استعمال المستهلك لهذا الحق لا يؤدي إلى قيام مسؤوليته<sup>(4)</sup>.

### 2-مبررات الحق في العدول:

تستند حماية المستهلك الرقمي إلى أساسين أولهما العقد الذي أبرمه المستهلك، فكونه عقدا إلكترونيا يوجب مزيدا من الحماية نظرا لخصوصية وحداثة هذا التعامل أو التعاقد الذي يتم بواسطة إلكترونية<sup>(5)</sup>، التي لا تسمح للمستهلك الرقمي بالحكم الدقيق على المنتج مهما بلغ وصف البائع لها من دقة وأمانة، فالحق في العدول يهدف بصفة أصلية إلى حماية رضا المستهلك ويكون ذلك من خلال إعطائه مهلة إضافية

<sup>(1)</sup> الماحي فطيمة زهرة شريفة، المرجع السابق، ص 187.

<sup>(2)</sup> عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 768.

<sup>(3)</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق ص 627.

<sup>(4)</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 126.

<sup>(5)</sup> معداوي نجية، حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد السادس، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمارثليجي بالأغواط، الجزائر، 2022، ص 648.

للبشروع والتدبير في أمر العقد الذي أبرمه تفاديا للأخطار التي قد تلحق به للسرعة في التعاقد، نظرا لما تتميز به المعاملات من دعاية وإغراء في المجال الإلكتروني<sup>(1)</sup>.

وثانيمها المستهلك فكونه مستهلكا ضعيفا بموجب حمايته<sup>(2)</sup>، وأشار إلى ذلك المشرع الجزائري في القانون السابق ذكره في المادة 18 الفقرة الأولى منه على أنه: بعد إبرام العقد يصبح المورد الإلكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤدي خدمات آخرين، دون المساس، بحقه في الرجوع ضدهم<sup>(3)</sup>.

### 3- إجراءات ممارسته:

وفي نفس الإطار نجد المشرع رغم تكريسه لحق العدول في المادة 11 فقرة 14 من نفس القانون أنه لم يلزم المورد الإلكتروني سوى بتقديم المعلومات المتعلقة بشروط وآجال العدول تاركا له المجال في تنظيم حق العدول سواء في إقراره أو مدته أو في شروط ممارسته<sup>(4)</sup>.

أما المادة 23 فنصت على ما يلي: يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا، يجب على المستهلك الإلكتروني أن يقوم بإعادة إرسالها في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها 4 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة على سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني ويلتزم المورد بتسليم جديد موافق للطلبية أو إصلاح المنتج، أو استبداله بآخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع الضرر ويجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة في أجل 15 يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتج<sup>(5)</sup>.

(1) عمر محمد عبد الباقي، نفس المرجع، ص 763

(2) معداوي نجية، المرجع السابق، ص 648.

(3) أنظر المادة 18 الفقرة 01 من القانون رقم 05/18 المرجع السابق، ص 07.

(4) درويش حفصة، المرجع سابق، ص 267.

(5) أنظر المادة 23 من القانون رقم 05/18، المرجع السابق، ص 08.

## الخاتمة:

بناء على ما تقدم عرضه في ثنايا هذه الدراسة البحثية التي سعيينا من وراءها تسليط الضوء على حماية المستهلك في البيئة الرقمية، فإننا نجد أن المشرع الجزائري حاول من خلال هذا القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أن يوفر قدر الإمكان مجموعة من الضمانات لحماية المستهلك الرقمي سواء في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني أو في المرحلة اللاحقة على إبرامه، وذلك بهدف إعادة التوازن المفقود في العلاقة التعاقدية في مجال التجارة الإلكترونية.

وبناء على ما سبق يمكن إجراء جملة من النتائج لهذه الدراسة كالآتي:

-لم يعتبر المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية التضليل الإشهاري جريمة خطيرة يعاقب عليها، كونه قد ينبني عليه التعاقد بأكمله ويكون معيبا أو باطلا، فقد اكتفى باشتراط وضوح الإعلان وألا يكون مضللا وغامض لكن يصعب كشف التضليل في المجال الإلكتروني.

-الحق في الإعلام أو التنوير من الضمانات المستحدثة التي يثيرها عقد الاستهلاك الإلكتروني بسبب عدم الوجود المادي للسلع المباعة أمام أعين المستهلكين الراغبين في الشراء.

-لم يشير المشرع في نص صريح إلى موضوع التعاقد على الخدمات.

-إغفال المشرع عن تنظيم حق العدول والذي يعد أحد الركائز الأساسية التي تركز عليها حماية المستهلك في البيئة الرقمية ، وتركه يخضع لإرادة المورد الإلكتروني سواء في إقراره أو شروط ممارسته أو مدته.

-عدم مواكبة المشرع الجزائري لركب التشريعات الغربية والعربية في الحماية مما يستوجب عليه إصدار تشريعات خاصة تكفل حماية المستهلك الرقمي المتعاقد في التجارة الإلكترونية.

وتعزيز لهذه النتائج نقترح بعض التوصيات الآتية:

-يجب على المشرع تعديل المنظومة القانونية الخاصة بحماية المستهلك بصفته الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية بالعمل على إصدار تشريع خاص ومستقل ينظم حماية المستهلك في البيئة الرقمية.

-حبذا لو أن المشرع يعمل على إصدار قانون خاص بالإشهار الإلكتروني وربطه بموضوع حماية المستهلك وتعزيزه بنصوص عقابية تحمي سلامة وأمن المستهلك باعتبار أن النصوص السارية المفعول غير كافية للحد من تجاوزات التي يشهدها مجال الإشهاري.

-ضرورة إنشاء مكتب توثيق إلكتروني يتولى توثيق المعاملات الرقمية وهو الأمر الذي يضيف المزيد من الثقة والأمان للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.

-ضرورة إعادة النظر في آجال ممارسة العدول عن بعد إذا أن مهلة 04 أربعة أيام غير كافية، ونقترح أن تكون 10 أيام أو 15 يوم وتكيفه وفق نص تنظيمي.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً/ قائمة المصادر:

أ-القوانين:

1- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 ماي سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، الصادرة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ 16 ماي 2018.

ثانياً/ قائمة المراجع:

أ-الكتب:

- 1- بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- 2- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، الجزء 04 "عقد البيع"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 3- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- 4- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008.
- 5- فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010.
- 6- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، ط1، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012، ص 156.
- 7- منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2013.
- 8- نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2010.
- 9- يمينية حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2006.

ب-الرسائل الجامعية:

- 1- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009.

### ج-المقالات في المجلات:

#### أ-باللغة العربية:

1-الماحي فطيمة زهرة شريفة، مدى فعالية القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2021..

2-بسمة محمد نوري كاظم البكري، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، "دراسة في ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05/18 لسنة 2018 والتوجيه الأوروبي EU/ رقم 83 لسنة 2011"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، المجلد 06، العدد 03، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة1، الجزائر، جوان 2021.

3-معداوي نجية، حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد السادس، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمارثليجي بالأغواط، الجزائر، 2022.

#### ب-باللغة الفرنسية

1-Jughart Michel, L'obligation de renseignement dans les contrats R.T.D CIV. 1954. N°09.

### د-المقالات في الملتقيات:

1-درويش حفصة، تنفيذ معاملات التجارة الإلكترونية، مداخلة أقيمت بمناسبة الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 05-18، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة المنعقد يومي 02 و03 أكتوبر 2018