

الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري

The legal protection of the consumer in electronic transactions under Algerian legislation.

دنيا أونيسي⁽¹⁾ مراد أولاد النوي⁽²⁾
جامعة غرداية (الجزائر)

Ounissi.dounia@univ-ghardaia.edu.dz

⁽¹⁾ مخبر الإنتماء: مخبر السياحة، الإقليم والمؤسسات بجامعة غرداية

⁽²⁾ جامعة غرداية (الجزائر)

Ouladnaoui.mourad@univ-ghardaia.edu.dz

تاريخ النشر:

2025/10/31

تاريخ القبول:

2025/08/27

تاريخ الإرسال:

2025/04/22

الملخص:

نظم المشرع الجزائري التعاملات التجارية الإلكترونية في القانون 05-18 المتضمن التجارة الإلكترونية والذي يعتبر النظام القانوني لمنح ضمانات وحقوق للمستهلك الإلكتروني في ظل التعاملات الإلكترونية، بإعتباره الطرف الضعيف في المعاملات التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية وحمايته من المخاطر التي قد تواجهه في نطاق التجارة الإلكترونية مع المورد الإلكتروني خصوصا في مراحل تكوين العقد بداية من إبرام العقد إلى غاية تنفيذه، وعلى هذا الأساس نجد المشرع الجزائري بالإضافة إلى القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية هناك قوانين أخرى أيضا جاءت تتضمن حماية

المؤلف المرسل: دنيا أونيسي

للمستهلك الإلكتروني بما فيها قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وبعض القوانين الأخرى النازمة لأطر هذه الحماية.

الكلمات المفتاحية:

المستهلك الإلكتروني، التعاملات الإلكترونية، المورد الإلكتروني، الإعلان التجاري، الحماية المدنية، الحماية الجزائية.

Abstract:

The Algerian legislator has regulated electronic commercial transactions in Law 18-05 on e-commerce, which establishes the legal framework for granting guarantees and rights to the online consumer as the weaker party in transactions conducted through electronic means. This law aims to protect consumers from the risks they may face in the realm of e-commerce, particularly in dealings with online suppliers, covering all stages of contract formation—from its conclusion to its execution.

In addition to Law 18-05 on e-commerce, the Algerian legal system includes other laws that provide protections for online consumers. These include Law 09-03 on consumer protection and the prevention of fraud, as amended and supplemented.

Other relevant laws that regulate aspects of this protection.

key words:

E-consumer- Electronic transactions- E-supplier- Commercial advertisement- Civil protection- Criminal protection.

مقدمة:

في ظل التطور التكنولوجي الذي عرفه العالم اليوم شهدت معظم الدول تطورا في جميع المجالات بما في ذلك مجال التجارة التي أصبحت اليوم من الضروري أن تواكب هذه التطورات وهذاما أدى بالأسواق العالمية التوجه إلى التعامل بالوسائط الإلكترونية نظرا لبعد المسافات، حيث أتاحت فتح قنوات تجارية عديدة تمكن المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين والوحدات الإدارية من اقتناء حاجياتهم من سلع وخدمات عبر هاته الوسائط دون الاحتياج التنقل إلى مسافات بعيدة للحصول عليها

ولكون أصبحت الأسواق الإلكترونية تتم فيها التبادلات التجارية إلكترونيا بين المستهلك والمورد للسلع والخدمات فهذا سيؤثر على توجه المستهلك الذي يعتبر طرفا ضعيفا في العلاقة التعاقدية هذه التي تتم إلكترونيا ستوقعه في العديد من المشاكل منها المغالطة والمساس بخصوصياته، خصوصا تلك الإعلانات الإلكترونية الكاذبة قد توقع به وتحمله العديد من الخسائر. وهذا ما أدى بالعديد من التشريعات إلى التصدي لهذا الخطر ووضع ضوابط قانونية تعمل على حماية المستهلك إلكترونيا وكفالة ضمانات لحقوقه التعاقدية.

وكان المشرع الجزائري من ضمن هذه التشريعات التي اهتمت بالمستهلك وخصوصا المستهلك الإلكتروني ووضع منظومة قانونية لحمايته، لأن النصوص القانونية الاستهلاكية التي تحتوي على المبادئ غير كافية لضمان تلك الحماية فصدر قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يتضمن نصوص قانونية تكفل هذه الحماية من بداية إبرام للعقد الإلكتروني إلى غاية تنفيذ العقد .

-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراسة لموضوع الحماية القانونية للمستهلك في ظل التعاملات الإلكترونية كونه من المواضيع المستجدة نسبيا في عصرنا الحالي الذي أصبح فيه التعامل داخل الأسواق إلكترونيا، وانتشار العديد من الجرائم الإلكترونية والتجاوزات التي تقع على المستهلك الإلكتروني بإعتباره الطرف الأضعف في ظل التعاملات الإلكترونية وكذلك نقص خبراته ومكانته في العالم الإقتصادي.

كما تكمن أهمية الدراسة في معرفة الحماية التي وضعها المشرع لحماية حقوق المستهلك طيلة مراحل العقد الإلكتروني في مرحلة إبرام والتنفيذ ، والجزاءات المترتبة عن التجاوزات التي تقع من المورد الإلكتروني على المستهلك.

-الإشكالية المطروحة:

أمام انتشار التجاوزات على مستوى التعاملات الإلكترونية التي تنتج من المتعاملين الإقتصاديين في مقابلة المستهلك الإلكتروني نلاحظ أن المشرع الجزائري حاول وضع نظام قانوني لحمايته عبر الوسائل الإلكترونية .

وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية الآتية:

ماهي الضمانات القانونية التي كفلها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكترونية في التعاملات الإلكترونية ؟

-المنهج المتبع في الدراسة:

للإجابة عن الإشكالية المطروحة اعتمدنا في هذه الورقة البحثية المنهج الوصفي التحليلي بالتطرق إلى مجموعة من التعاريف للمصطلحات القانونية، وايضا تحليل النصوص القانونية المختلفة التي نظمت حماية المستهلك في تعاملاته التجارية إلكترونيا وعليه وللإجابة عن الإشكالية المطروحة ارتأينا إلى تقسيم دراستنا إلى محورين التاليين:

المحور الأول: حماية المستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني
محور الثاني: حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

المحور الأول: حماية المستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني

إن المستهلك في مرحلة إبرام العقد المعاملات الإلكترونية يحتاج إلى حماية قانونية، تهدف إلى مساعدته وهذه الحماية كفلها له المشرع الجزائري في قانون المستهلك 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹، حيث أن هناك التزامات تقع على عاتق

¹ - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 15 الصادر بتاريخ 2009-03-08.

الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري —————
الطرف الآخر اتجاه المستهلك الإلكتروني في ظل المعاملات الإلكترونية التي نظمها المشرع في قانون التجارة الإلكترونية 05-18 ، وتتمثل هذه الحماية فيمايلي:

أولاً: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان التجاري

يعتبر الإعلان التجاري عبر الإنترنت من أشكال الدعاية والإعلان التي تتم إلكترونياً عبر وسائل الإتصال إلكترونياً، كما أنه أصبح من الآليات المستخدمة في النشاط التجاري في مجال المنافسة لكي يتم ترويج السلع والمنتجات إلكترونياً ووصولها إلى المستهلك، وهنا سنحاول التطرق أولاً إلى تعريف الإعلان التجاري بشكل عام ثم التطرق إلى تعريفات الإعلان الكاذب وشروطه وكيفية حماية المستهلك من الوقوع فيه فيمايلي:

1-تعريف الإعلان التجارية

بالرجوع للمرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع¹ في الفقرة الثامنة من المادة الثانية منه عرفت الإعلان على أنه: "جميع الإقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية."

كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 13-378² الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك جاء تحت مصطلح الإدعاء بأنه: "كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئة وخصائصه الغذائية، عند الإقتضاء، وطبيعته، وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى."

أما بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18 عرف الإشهار الإلكتروني في الفقرة 06 من المادة 06 أن الإشهار الإلكتروني كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية.³

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 05، الصادرة بتاريخ 31-01-1990.

² - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 58، الصادر بتاريخ 18-11-2013.

³ - القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 28، الصادر بتاريخ 16-05-2018.

إن التشريعات الجزائرية التي تم التطرق لها عرفت الإعلان لكن التعريف الذي جاء به قانون التجارة الإلكترونية 05-18 كان الأقرب جاء مفصلا من خلال تحديد الهدف المرجو من الاعلان التجاري.

وعلى هذا الأساس نقول أن الإعلان هو عبارة على دعوة يتم من خلالها اتصال المنتج أو المورد مع المستهلكين من أجل التعاقد، ويتم هذا الإتصال في المعاملات الإلكترونية عن طريق وسائل الإتصال إلكترونيا.

بعد تعريفنا إلى الإعلان التجاري نخلص أنه عبارة على آلية يتم من خلالها استقطاب العديد من المستهلكين للترويج السلع والمنتجات وأداة من أدوات التسويق.

في المقابل قد يكون هناك تجاوزات من قبل الموردين الإقتصاديين في مجال الإعلانات التي يروجون من خلالها سلعهم ومنتجاتهم عبر الأنترنت و تتمثل هذه التجاوزات في الإعلانات الكاذبة التي نص عليها المشرع الجزائري في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وهنا سنعرج عليه فيمايلي:

عرف الإعلان الكاذب أو المضلل في قانون 02-04 المذكور أعلاه في المادة 28 على أنه: "... يعتبر اشهار غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان:

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته،

2- أن يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الإلتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه،

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الإقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.¹

من خلال التطرق إلى تعريف الإعلان الكاذب من خلال المادة 28 من قانون 02-04 نلاحظ أن المشرع الجزائري أدرج صور الإعلان الكاذب والمضلل وهذه عبارة على مخالفات في حال ارتكبتها المنتج تعتبر فعل غير مشروع تمس بالمستهلك

¹ - القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية، عدد41، الصادر بتاريخ 27 يونيو 2004.

وهذا ما يمكن أن يقع فيه المستهلك الإلكتروني عن طريق المعاملات الإلكترونية، حيث يصبح المستهلك في هذه الحالة ضحية الإعلانات الكاذبة.

كما عرف على أنه: ذلك الإعلان الذي يتضمن معلومات مغلوطة تجعل المستهلك يحصل على معلومات خاطئة فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف أو خصائص أو آثار المنتج المعلن عنه، وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على أساليب الإغراء الموجودة في الإعلان.¹

ويعتبر الإعلان المضلل الكاذب جريمة تتكون من عنصريين وجب توافرها وهما: العنصر المادي: والذي يتكلم من وسيلة إدعائية وهي عبارة عن شبكة انترنت مع استخدام وسائل الإتصال مثل الهاتف والتلفاز وغيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستخدم في تضليل المستهلك الإلكتروني لترويج السلع والمنتجات ومن شأنها أن توقعه في غلط مما تحمله إلى التعاقد.

أما العنصر المعنوي: وهو الركن المعنوي النفسي الذي يتمثل في القصد الجرمي الذي يعد أساس المسؤولية.²

نلاحظ أن سلوك الإعلان الكاذب من الجرائم التي يقع فيها المستهلك الإلكتروني في المعاملات الإلكترونية خصوصا في الصفحات التي تكون في المواقع التواصل الاجتماعي والتي يقع المستهلك فيها ضحية، بحيث أن هناك اعلانات كاذبة والعديد من المستهلكين يكونوا نتيجة هذه الإشهارات.

2- وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلان الكاذب

يعتبر الإعلان المضلل الكاذب جريمة معاقب عليها قانونا كونه يقع على المستهلك الإلكتروني البسيط الذي يحمله إلى التعاقد، لهذا نجد المشرع الجزائري كفل حماية قانونية في هذا الشأن من خلال فرض وسائل حماية المستهلك في حال وقوعه في خداع وتضليل في الإعلانات الإلكترونية الخاصة بمنتجات أو سلع ما، في المقابل هناك مسؤولية

¹ -هلال شعوة، حماية المستهلك من جريمة الإعلان التجاري المضلل أو الكاذب، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 07، العدد 01، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2014، ص 290.

² - سليمة لدغش، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة، مجلة الحقوق والحريات،

المجلد 5، العدد 01، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017، ص 364

مدنية تقع على عاتق المورد الإلكتروني والتي تفرض عليه تعويضه عن الضرر الذي وقع فيه.

1- الحماية الجزائية للمستهلك في مواجهة الإعلان الكاذب

فرض المشرع الجزائري جزاءات على المعلن الإلكتروني للمنتوج والسلع سواء كان المعلن شخصا طبيعيا أو معنويا، وذلك من أجل ضمان حماية للمستهلك من الوقوع في احتيال الإعلانات الإلكترونية، وذلك من خلال تحديد عقوبات أصلية ، وعقوبات تكميلية والتي نتطرق لها فيما يلي:

أ-العقوبات الأصلية المقررة للإعلان الكاذب

اعتبر المشرع الجزائري عقوبات على الإعلان الكاذب المضلل ، واعتبره من الممارسات التجارية غير مشروعة في قانون 02-04 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 38 والتي نصت على أنه تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة تلك الممارسات التعاقدية التعسفية من بينها الإشهارات المضللة التي هي عبارة على تصريحات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته.

وعاقب عليه المشرع بغرامة من خمسين ألف دينار 50.000 دج إلى خمسة ملايين 5.000.000 دج.

كما فرضت المادة 39 من نفس القانون المذكور أعلاه عقوبات أخرى ممثلة في حجز البضائع موضوع الإشهار المضلل.

أما فيما يتعلق بالعقوبات السالبة للحرية نجد المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك 03-09 والتي أحالتنا إلى القواعد العامة الممثلة في قانون العقوبات الجزائري ذلك ماجاء في المادة 429 التي تقضي بأن يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد....¹

نلاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص في التشريعات الخاصة بحماية المستهلك على عقوبة الحبس على كل من يضلل أو يخدع الشخص المتعاقد والمتمثل في المستهلك فإكتفى

¹ - الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم.

فقط في فرض عقوبات مالية بموجب قانون 02-04 أما فيما يتعلق بقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك احلنا إلى قانون العقوبات.

على عكس ما هو معمول به في القانون الفرنسي حيث رتب جزاءات على الإشهار الكاذب في قانون الاستهلاك وذلك في المادة L 121-06 على أنه يعاقب على الجرائم الواردة في المادة L 121-01 المحال عليها على أنه يعاقب بالحبس التي لا يتجاوز سنتين وبالغرامة لا تزيد على 37500 يورو، مع الزام الشخص المعلن بتزويدها بكافة البيانات والمستندات التي تساعد على تحديد مصاريف الإعلان.

كان من المفروض على المشرع الجزائري اتباع التجربة الفرنسية بخصوص التشديد العقوبة الممثلة في الغرامة المالية التي تصل إلى 50% من مصاريف الاعلان الكاذب موضوع الجريمة.

ب-العقوبات التكميلية المقررة للإعلان الكاذب

فرض المشرع الجزائري عقوبات تكميلية على كل من قام بإعلان كاذب وهذا في قانون 04-02 في المادة 44 والمتمثلة في حجز البضائع موضوع المخالفات والعتاد والأجهزة الذي استعمل في جريمة الإعلان الكاذب كما يمكن أن يصدر حكم بمصادرة وسائل إرتكاب الجريمة خصوصا وان كان الإشهار تم بالوسائل الإلكترونية سيتم مصادرة كل الوسائل الإلكترونية التي تم بها تنفيذ الجريمة.

2- الحماية المدنية للمستهلك في مواجهة الإعلان الكاذب

إن الإعلانات المضللة هي عبارة على قيام المعلن بفعل يشكل اخلالا بالتزامه في مرحلة ما قبل التعاقد مما يرتب عليه مسؤولية تقصيرية يتوجب تعويض المستهلك المضرور من الإعلانات الإلكترونية الكاذبة، لأن الأصل في الشخص المعلن سواء كان مقدم للخدمة أو منتجا الكشف عن حقيقة الخدمات والمنتجات حتى يستطيع المستهلك الإقدام على التعاقد أو تركها.¹

¹ - فرحات فاطمة، قنفود رمضان، أثر الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل على إرادة المستهلك في العالم الرقمي، مجلة صوت القانون، المجلد 08، العدد 02، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2022، ص 22.

والمشرع الجزائري منح للمستهلك الحق في التعويض نتيجة الأضرار التي تصيبه من الإعلانات المضللة وذلك في قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 40 والتي نصت على أن: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض".

ولهذا نجد المشرع منح وسائل لتحقيق هذه الحماية والتي تتمثل في الدعاوى الآتية: بالرجوع للأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري في المادة¹ 86 منح المشرع للمستهلك طلب ابطال العقد عن طريق رفع دعوى التدليس لمواجهة الأضرار التي تسبب له فيها المعلن نتيجة الإعلان الكاذب باستعماله طرق احتيالية من شأنه تحمل المستهلك للتعاقد معه.

وكذلك له الحق في المطالبة بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية

ثانيا: حماية المستهلك عن طريق الإلتزام بالإعلام

جاء المشرع الجزائري لتوفير حماية وضمان في مرحلة التعاقد والتي تعتبر من المراحل المهمة في انعقاد العقد، ويعتبر الحق في الإعلام إلتزام يقع على عاتق المعلن كما أنه يعد ضمانا للمستهلك الإلكتروني ويمنح لهذا الأخير الثقة خصوصا في المعاملات الإلكترونية، لأن المشرع فرض على الشخص المتعاقد الذي هو المنتج المبي إعلام المستهلك بكل السلع والمنتوج كونه صاحب المنتوج داخل السوق ويعتبر من الإلتزامات التي تقع على عاتقه، وهذا ما سنحاول التطرق له فيمايلي:

1-تعريف الإعلام الإلكتروني

عرف بعض الفقه على أن الإعلام: "هو عبارة على إلتزام قانوني سابق على التعاقد يتعلق بالتزام احد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة التفاصيل هذا العقد."² ويعرف البعض بأنه تعريف البائع المحترف للمستهلك كيفية استعمال المنتوج أو السلع التي من شأنها تحقق له الهدف المبتغى منه."¹

¹ - الأمر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بموجب القانون 07/05 المؤرخ في 13 ماي 2007، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية، الصادرة بتاريخ 2007/05/13، الج عدد31.

² -عبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 01، العدد 01، جامعة شلف، الجزائر، 2015، ص138.

أما الاعلام الإلكتروني : هو اعلام المنتج المهني للمستهلك إلكترونيا واعلامه بكل تفاصيل المنتج والسلعة بما يتفق مع موجبات حسن النية في التعامل والتي من شأنها أن تشكل رضا حرا للمستهلك المتعاقد.

وبخصوص البيئة الرقمية التي تبرم عن طريقها العقود الإلكترونية نجد المشرع الجزائري لم يكتف بمعالجة هذه الضمانات فقط في القواعد العامة والممثلة في قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم الذي أورد في الفصل الخامس منه إلزامية إعلام المستهلك، وكذلك جاء في قانون 02-04 المنظم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

لكن في ظل المعاملات التجارية الإلكترونية تصرف المشرع الجزائري وخص المستهلك بحماية في تلك المعاملات حيث أقر صراحة القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وما يتعلق بالمستهلك والسلع والخدمات بما فيها أحكام التزام بإعلام المستهلك وكان ذلك في المادة 11 التي نصت على أنه: "يجب على المورد الإلكتروني أن يقدم العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة...."

نلاحظ أن المشرع الجزائري في قانون 05-18 الزم المورد الإلكتروني أن يقوم بإعلام المستهلك إلكترونيا بكل المعلومات الخاصة بالمنتج ، وأزمه أيضا بأن يكون الإعلام واضح ومقروء لكي لا يقع في خطأ كون أن المستهلك الإلكتروني ليس خبير في مجال السلع مما قد يقع ضحية هذه التصرفات.

2- مجال التزام المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني

طبقا للمادة 11 من قانون 05-18 المتضمن قانون التجارة الإلكترونية، تضمنت نطاق التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك عن المنتج عبر الوسائل الإلكترونية وتتمثل مجالات الإعلام فيما يلي:

أ- المعلومات المتعلقة بالمورد الإلكتروني

استخدم المشرع الجزائري في القانون 05-18 السالف الذكر مصطلح المورد الإلكتروني ويقصد به ذلك الشخص المعنوي أو الطبيعي الذي يقوم بترويج أو تسويق سلعة أو أي منتج أو اقتراح السلع أو الخدمات عبر الفضاء الإلكتروني، وهذا ما يؤدي بالمستهلك من خلال ابرام العقود الكترونيا إلى الوقوع في احتيال عبر وسائل الإنصال

¹ - المرجع نفسه، ص 139

الكثرونيا لهذا يستوجب على المستهلك التأكد من المتعامل التجاري الإلكتروني الذي سيتعامل معه.¹

ولهذا نجد المشرع الجزائري المشرع الجزائري في نص المادة 11 من القانون 05-18 السالف الذكر ألزم المورد الإلكتروني إرفاق العرض التجاري بكل المعلومات والبيانات اللازمة من رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية وكذا رقم هاتف المورد الإلكتروني، وتكون هذه المعلومات معروضة بصفة مرئية ومقروءة ومفهومة.

ومن الملاحظ أن المشرع الجزائري في نص المادة المذكورة أعلاه ركز على المعلومات اللازمة التي لا بد من عرضها للمستهلك الإلكتروني فضلا عن السجل التجاري والبطاقة المهنية، وكأن المشرع الجزائري كان أكثر حرصا على هذه المعلومات نظرا لأهميتها في حماية المستهلك الإلكتروني من أجل ضمان الثقة في المعاملات التجارية خصوصا المستهلك بإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

كما أن نجد المشرع الجزائري ألزم كل الموردين الإلكترونيين سواء كان شخص طبيعي أو معنوي مسجل بالسجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية اقتراح السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

كما أنه ألزم المشرع الجزائري نشر " بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين " عبر وسائل الإتصال الكثرونيا وتكون أمام مرأى المستهلك الإلكتروني وهذه تعد ضمانة أساسية حماية للمستهلك لكي لا يقع في غلط واحتيال وكذلك لكي يكون المستهلك على دراية بالمورد الذي يتعامل معه إلكترونيا.

وعليه كان من الأحسن على المشرع أن يلزم الجهات المكلفة بالتجارية وحماية للمستهلك الإلكتروني إدراج قائمة خاصة بالموردين الإلكترونيين الذي يمارسون التجارة الإلكترونية وتقييدهم في جدول على مستوى الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة أو مديرية التجارة لكي تكون في متناول المستهلك الإلكتروني .

2-المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة

بالإضافة إلى إلزام المورد الإلكتروني بالإعلام بمعلوماته الخاصة، ألزم أيضا بتقديم السلع والخدمات بطريقة مقروءة ومفهومة نافية للجهالة، وذلك يكون بتقديم المعلومات الخاصة

¹-خالد بطي الشمري، مروة شبل عجيذة، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2012، ص192.

بها حيث تمكن المستهلك الإلكتروني من التدقيق في خصائص السلع أو الخدمات المعروضة عليه وأسعارها ومدة تسلمها.¹

كما يلزم أيضا في بعض العقود التجارة الإلكترونية إعلام المستهلك الإلكتروني بالأعباء الضريبية وذلك بطريقة مفصلة، مثل ما هو معمول به في بعض العقود الأمريكية.² ومن البيانات الجوهرية التي ألزم المشرع المورد الإلكتروني ببيانها عند تقديم السلع أو الخدمات للمستهلك الإلكتروني تتمثل في:

- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب الرسوم
- حالة توفر السلعة أو الخدمة،
- كيفية ومصاريف وأجال التسليم،
- الشروط العامة للبيع، لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي،
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع،
- طريقة حساب السعر، وعندما لا يمكن تحديده مسبقا،
- كيفية وإجراءات الدفع،
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء،
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
- مدة وصلاحيّة العرض، عند الإقتضاء
- شروط وأجال العدول، عند الإقتضاء
- طريقة تأكيد الطلبية،
- موعد تسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفية إلغاء الطلبية المسبقة عند الإقتضاء.

¹-خلاف فاتح، الإلتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 08، العدد 02، جامعة خنشلة الجزائر، 2021، ص 142.

²-ضيف روقية، لرقط سمية، المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته، مداخلة منشورة للملتقى وطني الثالث: حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية، المنعقد بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف،ميلة، المنعقد يومي 23 و 24 أفريل 2018، ص 12، منشور عبر الموقع الإلكتروني <https://dspace.centre-univ-mila.dz/jspui/bitstream/123456789/215/1/49.pdf> تم الإطلاع على

الموقع الإلكتروني يوم 21-03-2025.على الساعة 17:35

-طريقة ارجاع المنتج واستبداله أو تعويضه،
-تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.¹

من خلال عرضنا للبيانات التي وجب توفرها في الإعلام والتي أوجبها المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني فهي تعتبر حماية للمستهلك الإلكتروني وضمانة بالتبصر بجميع بيانات السلع والخدمات من التضليل والخداع.

يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يحدد منصات التعاقد التي تتم من خلالها المعاملات التجارية الإلكترونية حيث نلاحظ خصوصا التعامل بمنصات وسائل التواصل الإجتماعي والتي أصبحت رائدة وتحتل المكانة الأولى عبر هذه المواقع ومنها مايعرف بالمنصات الوهمية التي قد يقع المستهلك الإلكتروني في غلط وخداع من خلال هذه المنصات الغير معروفة. عليه من المفروض على المشرع الجزائري يتصدى لهذه الإشكالات التي قد توقع بالمستهلك الإلكتروني ضحية هذه المنصات الإلكترونية على الأقل يحدد منصات الكترونية تكون لها مصداقية ونزاهة في المعاملات التجارية الإلكترونية.

أو على الهيئات الخاصة بالتجارة الإلكترونية التعامل مع هذه الوضع واستحداث هذه المنصات الرسمية.

3- الجزاءات المقررة على اخلال المورد باعلام المستهلك الإلكتروني

فرض المشرع الجزائري على كل مورد الكتروني في حال اخلاله بالتزام الإعلام عقوبات أصلية وتكميلية من أجل تحقيق الردع الإلكتروني وحماية للمستهلك إلكترونيا من أي خداع قد يقع فيه من قبل المورد الإلكتروني وتتمثل هذه الجزاءات فيمايلي:

1- فرض غرامات مالية كعقوبة أصلية على الاخلال بالالتزام الإعلام

نصت المادة 39 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه يعاقب بغرامة من 50000 دج، كل مورد الكتروني يخالف أحد الإلتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز ستة (06) أشهر.

¹ -المادة 11 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سابق.

الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري —————

يلاحظ من نص المذكور أعلاه أن المشرع جرم فعل عدم الاعلام المستهلك الإلكتروني بأي منتج أو خدمة إلكترونية الذي يتم ارتكابه من طرف المورد الإلكتروني وهذه تعتبر حماية وضمانة للمستهلك الإلكتروني.

2- تعليق النفاذ على منصات الدفع الإلكتروني كعقوبة تكميلية

إضافة للغرامات المالية التي فرضها المشرع كعقوبة أصلية على الاخلال بالإعلام الإلكتروني هناك عقوبة أيضا تكميلية حيث أجازت للقاضي السلطة التقديرية بالحكم بها والتي نصت عليها المادة 39 من نفس القانون المذكور أعلاه وهي تعليق النفاذ على جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة ستة أشهر ما يقارب نصف عام.

المحور الثاني: حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

إن مرحلة إبرام العقد بين المستهلك والمورد الإلكتروني، في المعاملات التجارية الإلكترونية تنشأ التزامات تقع على عاتق المورد الإلكتروني وفي المقابل هناك ضمانات لحماية المستهلك الإلكتروني الذي يعتبر طرف الأضعف في هذه العلاقة ، وعلى هذا الأساس نجد المشرع كفل حماية للمستهلك في مرحلة الإبرام والتي تتمثل في :

أولاً: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

إن المبدأ العام في العلاقة التعاقدية التي تنشأ بين الأطراف أساسها التراضي والمساواة بين طرفيه من خلال مناقشة شروط العقد، لكن هناك في بعض الأحيان ينفرد شخص في هذه العلاقة بشروط غير قابلة للمناقشة ولا تخضع للمفاوضات مما تجعل من الطرف الآخر الذي هو المستهلك ضعيفا لهذه نجد المشرع خص له حماية من هذا النوع من التصرفات خصوصا في المعاملات الإلكترونية التي تنشأ بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني وعلى هذا الأساس سنتطرق إلى هذه الشروط التعسفية وحماية طرف المستهلك فيها في العقود الإلكترونية فيما يلي:

1- مفهوم الشروط التعسفية

سنحاول التطرق إلى بعض التعاريف للشروط التعسفية حيث هناك تعاريف تشريعية وفقهية لهذا المصطلح والتي سنعرج عليها فيما يأتي:

أ- التعريف التشريعي

عرف المشرع الفرنسي بموجب المادة 132-1 من القانون 95-96 الصادر سنة 1995 المتعلق بالشروط التعسفية بأنها: "تعتبر شروطا تعسفية في العقود المبرمة بين

المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين وتلك الشروط التي تهدف إلى إحداث ضرر للأطراف غير المهنية أو للمستهلكين نتيجة الإختلال الظاهر بين حقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة.¹

كما عرفها المشرع ق الجزائري في المادة 03 في الفقرة 5 من القانون رقم 02-04 السابق الذكر على أنه كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد

ب-التعريف الفقهي للشروط التعسفية

برزت بعض تعاريف لدى الفقهاء للشروط التعسفية سنوضح بع منها ثم نبرز الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية

هنا من الفقه من عرفها على أنها: شرط يفرضه المهني على المستهلك مستخدما نفوذه الإقتصادي بطريقة تؤدي إلى حصوله على ميزة فاحشة وهذا ما يؤدي إلى الإخلال في التوازن العقدي نتيجة لهذا الشرط المحرر مسبقا من طرف واحد بواسطة المهني ويقتصر دور المستهلك فيه على القبول أو الرفض، وسواء كانت هذه الميزة الفاحشة متعلقة بموضوع العقد أم كانت أثرا من آثاره²

¹ -Loi n 95-96 du 1er février 1995 concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial, n28 Art. 1er art L.132-1 duc.consm.f est ainsi rédigé " Dans les contrats conclus entre professionnels et non-professionnels ou consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat."

<https://www.legifrance.gouv.fr> voir le 30-03-2025 à 15:45

² -غباشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2020-2021، ص 210.

كما عرفها الدكتور خالد ممدوح إبراهيم على أنها: الشرط الذي يرتب عليه عدم توازن تعاقدى لصالح المهي أو المحترف في مواجهة المستهلك الذي لا تتوافر لديه الخبرة أو الدراية الفنية أو الاقتصادية.¹

2- صور الشروط التعسفية

بالرجوع للمرسوم التنفيذي رقم 06-306 المتعلق ب نجد المادة الثانية منه نصت على صور الشروط التعسفية في العقد ما بين المستهلك والمعون الإقتصادي و التي تضمنت مايلي: "تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود بين العون الإقتصادي والمستهلك، والعناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية بالمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية و أمن ومطابقة السلع و/ أو الخدمات وكذا الضمان والخدمات مابعد البيع"

كما نصت المادة الثالثة من نفس المرسوم على أنه تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة الثانية أعلاه أساسا بمايلي:

-خصوصيات السلع أو /الخدمات وطبيعتها

-الأسعار والتعريفات

-كيفية الدفع

-شروط التسليم وآجاله

-عقوبات التأخير عن الدفع و/ أو التسليم

-كيفية الضمان ومطابقة السلع و/ أو الخدمات.

-شروط تسوية النزاعات

-اجراءات فسخ العقد.

وعليه يسعنا القول أن أي شرط في العقد يمس بهذه العناصر الأساسية المذكورة في المادة الثالثة فهي تعتبر شروط تعسفية بالنسبة للمستهلك الإلكتروني ويقضي ببطلانها بقوة القانون.

والشروط التعسفية يمكن أن تكون في مرحلة ما قبل التعاقد كما يمكن أنت تكون في مرحلة أثناء التعاقد وعند تنفيذ العقد وانهاؤه أيضا.

¹-خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى ، دار نشر الثقافة، الاسكندرية،

3- الجزاءات المقررة للشروط التعسفية

هناك جزاءات نص عليها المشرع الجزائري في قوانين خاصة لحماية المستهلك الذي يعتبر الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية وتتمثل في:

أ- الجزاءات المدنية المترتبة على الشروط التعسفية

منح المشرع الجزائري سلطات للقاضي المدني تقدير الشروط التعسفية الواردة في العقود اذا كانت متواجدة أم لا في العقد الإلكتروني المبرم بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني وفي حال كانت هذه الشروط متوفرة في العقد يقوم القاضي بإبطال العقد كجزء للشروط التعسفية الذي يفرضها المورد الإلكتروني على المستهلك كطرف ضعيف، فهناك شروط تعسفية منصوص عليها في القوانين وشروط تخضع للسلطة التقديرية للقاضي وهذا ما سنحاول التعرض له فيما يلي:

أ-1- الشروط التعسفية المحضرة بقوة القانون

إن القاضي المدني له الحق في تقدير هذه الشروط التعسفية اذا كان محتواها ضمن النصوص القائمة المنصوص عليها في المادة 29 من قانون 02-04 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي 06-306 فهنا يدل على أنها شروط تعسفية وعلى القاضي بمجرد الإطلاع عليها يقضي ببطالها.¹

أ-2- الشروط التعسفية الخاضعة لتقدير القاضي

ان الشروط التعسفية الخاضعة لتقدير القاضي يعني بها تلك الشروط الغير منصوص عليها في القانون مما يلجأ القاضي المدني التدخل في تقدير الطابع التعسفي وهذا ما جاءت به المادة 29 من القانون 02-04 حيث ترك المشرع الجزائري مجالا واسعا للقاضي في تقدير الشرط التعسفي.

نلاحظ أن المشرع الجزائري حدد قوائم الشروط التعسفية من جهة ومن جهة أخرى ترك مجالا للسلطة التقديرية للقاضي في تقدير هذه الشروط التعسفية وهذا ما يسعنا القول أنه كفل حماية للمستهلك من الشروط المنصوص عليها في القانون وكذلك الخاضعة للسلطة التقديرية للقاضي.

¹ عيادي فريدة، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية في القانون الجزائري، المجلة

الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد السادس، العدد الثاني، جامعة عمار ثليجي، الأغواط،

الجزائر، 2022، ص 502.

ب- الجزاءات الجنائية المترتبة على الشروط التعسفية

حدد المشرع الجزاءات الجنائية على الشروط التعسفية التي يفرضها المورد الإلكتروني على المستهلك وتتمثل في عقوبات أصلية وعقوبات تكميلية والتي سنوضحها فيما يلي:

ب-1- العقوبات الأصلية

قرر المشرع الجزائري عقوبات أصلية في القانون رقم 04-02 والمتمثلة في الغرامة حيث نص في المادة 38 على أنه: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة، ممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 إلى 29 من هذا القانون ويعاقب عليها القانون بغرامة من 50.000 دج إلى 5000.000".¹

كذلك تضمن قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 39 على الغرامة في حالة مخالفة الإلتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون والتي تقدر بـ 50.000 إلى 500.000.²

ب-2- العقوبات التكميلية

تتمثل العقوبات التكميلية في غلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري وهذا ما تضمنته المادة 37 من القانون رقم 18-05 والتي جاءت كما يلي: "... يمكن للقاضي أن يأمر بالغلق الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر إلى ستة أشهر."

وكذلك نصت المادة 38 من نفس القانون على عقوبة غلق المواقع الإلكترونية والشطب من السجل التجاري.

وأیضا جاء في قانون 09-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 85 منه على الشطب من السجل التجاري في حال ارتكاب جريمة تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك خصوصا في المعاملات الإلكترونية بما فيها الشروط التعسفية التي تعتبر من المخالفات التي تضر بالمستهلك.

ثانيا: حق المستهلك في العدول إلكترونيا

إن عرض السلع والخدمات للمستهلك عبر الأنترنت تجعل هذا الأخير في حيرة بين الإختيار الصحيح والصائب لتلك السلع المعروضة إلكترونيا لأنه في بعض الأحيان يتخذ

¹ -المادة 38 من القانون رقم 02-04، مصدر سابق.

² -المادة 39 من القانون رقم 18-05، مصدر سابق.

قراراً في إبرام العقد واعطاء حكم صحيح لإقتناء السلع ومن ثم يتراجع مما يؤدي به الندم والعدول عن هذا التصرف الذي أبرمه، ولهذا لضمان حماية المستهلك من هذه التعاملات نجد المشرع منح له ضمانته وهي الحق في العدول إلكترونياً والذي سنعرّج عليه فيما يلي:

1- مفهوم الحق في العدول

سنعرض هنا إلى تعريف العدول، وكذلك خصائص العدول والأساس القانوني لحق العدول في التشريعات القانونية والتي نتعرض لها فيما يأتي

أ- تعريف العدول

تعددت تعاريف لمصطلح العدول هناك تعريفات فقهية والأخرى تشريعية سنحاول أن نعرّج عليها فيما يلي:

أ-1 التعريف التشريعي

بالرجوع للمشرع الجزائري في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجده لم يعرف الحق في العدول في المعاملات الإلكترونية .

لكن بالرجوع للقانون 09-18¹ المعدل لقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 19 منه عرفت العدول على أنه: " هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب..."

نلاحظ هنا أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على حق العدول إلكترونياً لكن لا يعني هذا أنه لا يمكن الرجوع إلى القوانين العامة بما فيها قانون حماية المستهلك الذي نص عليه صراحة قام بتعريفه.

أ-2 التعريف الفقهي

لقد تعددت تعاريف الفقه لحق العدول هناك من الفقهاء من عرفه على أنه: " وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد، من جانب واحد، في

¹ - القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 35، الصادر بتاريخ 13 يونيو 2018، المعدل والمتمم لقانون رقم 03-09.

الإلتزام الذي ارتبط به مسبقا بحيث يستفيد من مهلة في التفكير في خلالها يكون بوسعه الرجوع".¹

كما يعرفه البعض على أنه سلطة أحد المتعاقدين بنقض العقد والتحلل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر".²

من خلال التعريفات التي تم التطرق لها نخلص أن حق العدول هو ضمانته وسلطة منحها المشرع للمستهلك كطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية من أجل مراجعة قراراته في اقتناء السلعة خصوصا في المعاملات الإلكترونية فهذا الحق يعتبر من أكثر الضمانات التي تستوجب أن تكون في مثل هذه المعاملات فهي بمثابة فرصة لمراجعة المستهلك نفسه كي لا يقع في الإحتيال والنصب الإلكتروني والخداع.

ويلاحظ أيضا من خلال التعريفات أن المشرع الجزائري لم يتعرض إلى تعريف العدول الإلكتروني فإكتفى فقط بالنص عليه في قانون التجارة الإلكترونية 05-18 في المادة 23 منه.

أ- خصائص حق العدول

من خلال التعاريف التي تم التطرق لها نخلص مجموعة من الخصائص فيمايلي:

- حق العدول من النظام العام

اعتبر حق العدول من النظام العام، إذ لا يجوز الإتفاق على خالفته، لأنه يهدف إلى حماية الرضائية التي تعتبر ركن من أركان العقد، ولهذا أقره المشرع صراحة ولا يمكن للمستهلك التنازل عنه مسبقا، كما أنه يقع باطلا كل شرط أو اتفاق يقيد أو يحرم المستهلك من ممارسة حقه في العدول.

¹- بسعدي نورة، العراي خيرة، النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد 10، العدد 01،

جامعة الجزائر، ص4

² - خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني عبر الأنترنت -دراسة مقارنة-، مذكرة

ماجستير، تخصص: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص74

-حق العدول لا يحتاج إلى مبرر

بمعنى أن المستهلك عند إقراره بالعدول عن التعاقد ليس ملزماً أن يعطي مبررات عدوله أو يثبت أنه قد تعرض للغش والخداع، فهو يملك هذا الحق وحده وهو حق ثابت ومطلق فهو وحده من يقدره.¹

-حق العدول عن العقد مؤقت

إن مدة حقو العدول للمستهلك يحددها القانون، والتي تكون في الغالب فترة قصيرة وهذا من أجل استقرار المعاملات وتحقيق التوازن بين مصالح المتعاقدين، وينقضي إما بإستعماله أو بفوات المدة القانونية.²

ومدة العدول الإلكتروني حددها المشرع في قانون رقم 05-18 في المادة 23 وحددت بأربعة(04) أيام.

2- نطاق الحق في العدول الإلكتروني

حدد المشرع الجزائري نطاق الحق في العدول الإلكتروني وذلك من أجل الحفاظ على استقرار والتوازن الإلتزامات ، ونجد المشرع في المادتين 22 و23 من قانون التجارة الإلكترونية لم يجعل الحق في العدول مطلقا للمستهلك بل تضمنتا هاتين المادتين بعض الحالات في عقود البيع التي يمكن استعمال حق العدول فيها وهي حالات يرجع فيها لخطأ المورد الإلكتروني وتتمثل في:

-حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجال التسليم

-حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية

-حالة إذا كان المنتج معيبا.

إلا أنه بالرجوع للتعديل 09-18 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش نجده منح للمستهلك حق العدول عن عقد بيع السلع والمنتجات دون سبب وذلك في المادة 19 منه لكن هنا يجب العمل بالنصوص الخاصة بالمعاملات الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني وهو قانون التجارة الإلكترونية 05-18.

¹ -بسعدي نورة، العرابي خيرة، مرجع سابق، ص5

² -بوخرص نادية، الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني-دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتوجيه الأوروبي لحقوق المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 07، العدد 01، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2022، ص4

أما بالرجوع إلى القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 03 منه عدد حالات استثنائية من المعاملات الإلكترونية التي لا يجوز فيها العدول إلكترونيا كون الرجوع فيها يعتبر غير قانوني وتتمثل فيمايلي:

- لعب القمار والرهان
- المشروبات الكحولية
- المنتجات الصيدلانية
- المنتجات التي تمس حق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية
- كل سلعة أو خدمة تستوجب عقد رسمي.¹

3- الآثار المترتبة عن العدول الإلكتروني

إن حق العدول يرتب إلتزامات على المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني وتتمثل هذه الإلتزامات فيمايلي:

أ- آثار العدول المترتبة على عاتق المستهلك الإلكتروني

وتتمثل هذه الآثار بمجرد العدول إلكترونيا فيما يأتي

أ-1- الإلتزام برد السلعة إلى المورد

يعتبر حق العدول المقرر للمستهلك الإلكتروني غير موقف لتنفيذ العقد، بل يبقى الطرفان ينفذان إلتزاماتهما العقدية، وإن كان يمكن أن يعتبر شرطا فاسخا والعقود الإلكترونية تقوم على الشرط الفاسخ وهو ممارسة حق العدول، لأن ممارسة المستهلك حقه في العدول يعتبر بمثابة انقضاء العقد، وبالتالي إعادة الحال إلى ماكان عليه قبل العقد.

وهذا ما تضمنته المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية التي نصت على أنه يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام من تاريخ التسليم الفعلي للسلع.."

نلاحظ أن المشرع الجزائري منح للمستهلك حق العدول من خلال رد السلعة إلى المورد وفقا للإختياراته وما يراه مناسبا.

¹ -المادة 03 من القانون رقم 05-18، مصدر سابق.

أ- 2- تحمل المستهلك مصاريف رد السلعة

إن الأصل أن المستهلك الإلكتروني لا يتحمل مقابل عدوله عن العقد أي تعويض أو مصاريف ما عدا تلك التي تكون نتيجة استعماله خيار العدول، والمتمثلة في تكاليف رد البضائع إلى المورد، ويكون هذا الإلتزام في الحالتين:
- إما باتفاق طرفي العقد على أن يتحمل المورد تكاليف وكثيرا ما تقوم بهذه التصرفات الشركات بهدف الدعاية والترويج.

- وإما عند فشل المورد في إعلام المستهلك بحقه في العدول عن العقد وتحمله مصاريف رد السلع.¹

ب- آثار العدول المترتبة على عاتق المورد الإلكتروني

عندما يمارس المستهلك حقه في العدول يترتب ذلك إلتزاما على عاتق المورد الإلكتروني و المتمثلة فيما يلي:

ب-1- إلتزام المورد برد ثمن السلعة إلى المستهلك

ينتج عن ممارسة المستهلك حقه في العدول التزام المورد برد مقابل السلعة وذلك في الأجل المحدد قانونا، ويعتبر هذا إلتزاما جوهريا في مرحلة إبرام العقد.²
والمدة الملزم بها المورد في رد الثمن حددها المشرع الجزائري في المادة 23 من الفقرة 03 من البند 04 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تضمنت ما يلي: " ويلزم المورد الإلكتروني على ما يلي: "... إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة"
أما بخصوص الفقرة الرابعة من نفس المادة نصت على مدة رد المبالغ المدفوعة وذلك في آجال 15 خمسة عشر يوما من تاريخ استلامه المنتج من طرف المستهلك."
نخلص من خلال هذا الأثر أن المشرع ألزم المورد الإلكتروني برد ثمن السلعة إلى المستهلك وحدد أجل رد هذا الثمن وهذه تعتبر أهم ضمانات لهذا الأخير و من جهة يعتبر التزم يقع على عاتق المورد الإلكتروني.

¹- بوخرص نادية، مرجع سابق، ص13

²- المادة 23 من القانون 05-18، مصدر سابق.

ب-2-فسخ العقد التبعي

بمجرد قيام المورد بإسترداد السلع الخاصة به ورد الثمن إلى المستهلك ينتهي العقد الذي أبرمه المورد وينتهي تبعاً له كل عقد مرتبط به ارتباطاً لزوماً، وعليه فإن العدول يفسخ كل العقود التي أبرمت في ظله تطبيقاً لنظرية زوال العقد التبعي بزوال العقد الأصلي.¹

الخاتمة:

وفي الأخير نخلص من خلال دراستنا للحماية القانونية للمستهلك في التعاملات الإلكترونية نجد المشرع الجزائري منح حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني في جميع مراحل العقد الإلكتروني بداية من إبرام للعقد إلى غاية تنفيذه منح له حقوق في مواجهة المورد الإلكتروني بإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، كما تجلت هذه الحماية في توقيع جزاءات جزائية ومدنية تضمنتها قوانين حماية المستهلك، وكذلك قانون التجارة الإلكترونية على كل المخالفات التي تمس بحقوق المستهلك الإلكتروني من خلال تدخل القضاء وتوقيعها على المورد الإلكتروني من بينها سلطة القاضي في ابطال الشروط التعسفية التي من شأنها تثقل من كاهل المستهلك المتعاقد مما تؤدي به إلى استحالة تنفيذ العقد، كما منح للقاضي توقيع جزاءات على الأفعال المجرمة بصفة صريحة بموجب القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بما فيها الإعلانات الكاذبة ، وعدم الإعلام بجودة المنتج صراحة.

-النتائج:

ومن النتائج المتوصل إليها هي:

-تكريس المشرع الجزائري حماية لحقوق المستهلك الإلكتروني في ظل التعاملات الإلكترونية في ماقبل مرحلة إبرام العقد إلكترونياً من الإعلانات الكاذبة والتضليل والخداع الذي قد يقع فيه المستهلك.

-عدم تضمين المشرع في قانون التجارة الإلكترونية 05-18 اللغة التي يجب أن يصدر بها الإعلان الإلكتروني، ولم يلزم المورد الإلكتروني بإصدار الإعلانات بلغتي العربية والأجنبية.
-فرض المشرع الجزائري عقوبات مدنية وجزائية على كل المخالفات التي يرتكبها المورد الإلكتروني في حق المستهلك .

¹-مغراوي حياة، الحق في العدول آلية لحماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون 05-18، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 09، العدد 01، جامعة الجزائر، 2023، ص 414

-فرض المشرع عقوبة الغرامة وتعليق المؤقت لمنصات الدفع الإلكتروني الخاصة بالموارد الإلكتروني.

-عدم وجود قضاء مختص بالنظر في منازعات التجارة الإلكترونية سواء من ناحية حماية المستهلك في حد ذاته ومن جهة خطورة الجرائم المرتكبة على مستوى المواقع الإلكترونية التي قد تكون في حق المستهلك وما يتعرض له من ابتزاز.

-ادراج المشرع الجزائي للشروط التعسفية وحددها ومنح السلطة التقديرية للقاضي المدني في تقديرها وهذه تعتبر حماية قانونية وقضائية للمستهلك الإلكتروني.

- حصر المشرع حالات العدول في ظل قانون التجارة الإلكترونية 05-18 لكن مع الزام المستهلك اثبات خطأ المورد الإلكتروني.

-عدم التطرق المشرع الجزائي للتفصيل في أحكام العدول الإلكتروني لحماية المستهلك.
-عدم تنظيم المشرع لآلية العدول الإلكتروني كأهم ضمانات وحق لحماية المستهلك في مواجهة المورد الإلكتروني من الخداع والتضليل في المنتج والسلع.
-الإقتراحات:

من خلال النتائج المتوصل إليها نقترح:

-ضرورة استحداث قضاء مختص للنظر في منازعات التجارة الإلكتروني فهذا ما يحقق الأمان القضائي للمستهلك بإعتباره الطرف الضعيف في ظل هذه التعاملات.

-ضرورة اصدار نصوص تنظيمية تفصل في بعض المسائل بما في ذلك كيفية استعمال المستهلك لحق العدول الإلكتروني الذي لم يأخذ حقه كفاية بإعتباره أهم ضمانات وآلية كرسها المشرع للمستهلك.

-ضرورة تفعيل دور الجمعيات لحماية المستهلك من خلال قيام بدورات توعمية وتحسيسية للمستهلك من أجل الحرص في كيفية التعامل مع الإعلانات الإلكترونية المضللة فهذه تساهم بشكل كبير في حمايته.

-ضرورة فرض على المورد الإلكتروني القيام بالإعلانات الإلكترونية باللغة العربية والأجنبية لتمكين المستهلك من قراءتها وعدم تغليطه وخداعه.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا / قائمة المصادر:

1/ القوانين الجزائرية

ب - القوانين:

- 1- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم.
- 2- الأمر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بموجب القانون 07/05 المؤرخ في 13 ماي 2007، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية، الصادرة بتاريخ 13/05/2007، الج عدد 31.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 05، الصادرة بتاريخ 31-01-1990.
- 4- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 41، الصادر بتاريخ 27 يونيو 2004.
- 5- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 15 الصادر بتاريخ 08-03-2009
- 6- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 58، الصادر بتاريخ 18-11-2013.
- 7- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 28، الصادر بتاريخ 16-05-2018.
- 8- القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بالجريدة الرسمية الجزائرية عدد 35، الصادر بتاريخ 13 يونيو 2018، المعدل والمتمم لقانون رقم 09-03.

2/ القوانين الأجنبية

- 1- Loi n 95-96 du 1er février 1995 concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial , n28 Art. 1er art L.132-1 duc.consm.f est ainsi rédigé
<https://www.legifrance.gouv.fr> voir le :30-03-2025 à 15:45.

ثانيا / قائمة المراجع:

أ- الكتب:

- 1- خالد بطي الشمري، مروة شبل عجيبة، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2012.

2- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى ، دار نشر الثقافة، الاسكندرية، مصر، 2007.

ب- الرسائل الجامعية:

- 1- خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني عبر الأنترنت -دراسة مقارنة-، مذكرة ماجستير، تخصص: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.
- 2- غبابشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2020-2021.

ج- المقالات في المجلات:

- 1- بسعدي نورة، العرابي خيرة، النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في الدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد 10، العدد 01، جامعة الجزائر.
- 2- بوخرص نادية، الأحكام القانونية لحق المستهلك في الدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني-دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتوجيه الأوروبي لحقوق المستهلك-، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 07، العدد 01، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2022.
- 3- خلاف فاتح، الالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 08، العدد 02، جامعة خنشلة الجزائر، 2021.
- 4- سليمة لدغش، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 5، العدد 01، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017.
- 5- عبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 01، العدد 01، جامعة شلف، الجزائر، 2015.
- 6- عيادي فريدة، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد السادس، العدد الثاني، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2022.
- 7- فرحات فاطمة، قنفود رمضان، أثر الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل على إرادة المستهلك في العالم الرقمي، مجلة صوت القانون، المجلد 08، العدد 02، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2022.
- 8- مغراوي حياة، الحق في الدول آلية لحماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون 18-05، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 09، العدد 01، جامعة الجزائر، 2023.
- 9- هلال شعوة، حماية المستهلك من جريمة إعلان التجاري المضلل أو الكاذب، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 07، العدد 01، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2014.

د- المقالات في الملتقيات والندوات:

1- ضيف روفية، لرقط سمية، المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته، مداخلة منشورة للملتقى وطني الثالث: حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المنعقد بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله، المنعقد يومي 23 و 24 أفريل 2018، ص12، منشور عبر الموقع الإلكتروني <https://dspace.centre-univ-mila.dz/jspui/bitstream/123456789/215/1/49.pdf> تم الإطلاع على الموقع الإلكتروني يوم 2025-03-21 على الساعة 17:3.