

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد The role of the domain name in protecting the electronic consumer from error in the identity of the supplier

كريمة شليحي¹

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، k.chelihi@univ-skikda.dz

تاريخ الاستلام: 2025/01/02 تاريخ القبول: 2025/12/20 تاريخ النشر: 2025/12/25

ملخص: يواجه المستهلك الإلكتروني صعوبة في التعرف على الهوية الحقيقية للمورد، مما يجعله الطرف الضعيف في التعاقد عبر الوسائط الإلكترونية. لذلك تدخل المشرع الجزائري لفرض حماية خاصة لهذه الفئة، وألزم المورد باعتماد اسم نطاق يضطلع بدور قانوني مزدوج: التزام يرتب الجزاء عند الإخلال به، ووسيلة إعلام تمكن المستهلك من التعرف على هوية المورد ونشاطه. ونهدف من خلال الدراسة إلى بيان أن اسم النطاق يعد أداة أساسية لمنع التضليل والغلط في شخص المورد، فهو إحدى وسائل حماية المستهلك الإلكتروني. كما تبين في ختام الدراسة أنه لضمان شفافية المعاملات الإلكترونية وفرض الحماية من أي التباس في هوية المورد أو نشاطه، فإن اسم النطاق يخضع لإجراء السحب أو التعليق من قبل الجهات المختصة؛ إذا لم يقيد المورد نفسه في السجل التجاري.

كلمات مفتاحية: مستهلك إلكتروني، مورد إلكتروني، جهل الهوية، حماية، اسم النطاق.

Abstract: online consumers face difficulty in identifying true identity of suppliers, making them the weaker party in electronic contracts. Therefore, the Algerian legislator intervened to impose special protection on this group, obligating suppliers to adopt a domain name that serves a dual legal purpose: an obligation that entails penalties for communication enabling consumers to identify the supplier and their activities.

This study aims to demonstrate that the domain name is a fundamental tool for preventing misrepresentation and error regarding the supplier's identity, and it is one of the means of protecting the electronic consumer. The study also concludes that, ensure the transparency of electronic transactions and protect against any ambiguity regarding the supplier's or activities, the domain name is subject to withdrawal or suspension by the competent authorities if the supplier does not register in the commercial register,

Keywords: Electronic consumer, electronic supplier, identity ambiguity, protection, domain name

المؤلف المرسل: د. كريمة شليحي، الإيميل: k.chelihi@univ-skikda.dz

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد

يقع المتصفح لوسائل التواصل الاجتماعي أو شبكة الأنترنت بصفة عامة محتارا أمام الكم الهائل من السلع والخدمات المعروضة عليه في كل ثانية أو جزء منها؛ مما يصعب عليه مسألة الاختيار بين تلك السلع وإبرام التعاملات الإلكترونية مع مالك تلك السلع أو مقدم تلك الخدمات، فالبينة الإلكترونية جعلت جلّ التجار يلجؤون إلى ترويج سلّهم عبر الأنترنت بعيدا عن محلاتهم التجارية الحقيقية الملموسة؛ تقاديا لكساد سلّهم وتحقيقا لجني الأرباح. فمستعمل وسائل الاتصال هو في نظر القانون مستهلكا الكترونيا قرّر اقتناء سلّ وخدمات عبر الوسائط الالكترونية من الطرف الثاني من العقد الالكتروني ألا وهو المورد الالكتروني.

أمام انتشار التجارة عبر الاتصالات الإلكترونية في الدول، تجد معظم تشريعاتها نفسها مضطرة لتقييم نتائج ومسؤوليات الموردين الالكترونيين بصفتهم تجارا وكل الأشخاص المشتركين بها بما فيها من إدارات لحماية الطرف الضعيف في تلك المعاملات الإلكترونية التي تروج فيها السلع والخدمات عن بعد، وبما أنّ الدولة الجزائرية ليست في منأى عن ذلك تسعى هي الأخرى إلى توفير مناخ للتبادل التجاري الالكتروني الوطني والدولي لازدهار الاقتصاد الوطني.

لذا بات على الدولة في المقابل أن تضمن الحماية للمستهلكين على جميع الأصعدة و تكريسها في شتى القوانين، حيث اعتبر المشرع حق الحماية مكفول دستوريا بموجب المادة 62 من الدستور المعدل لسنة (المرسوم الرئاسي 20/442، 2020) التي نصت على ما يلي: "تعمل السلطات العمومية على حماية المستهلكين بشكل يضمن لهم الأمن والسلامة والصحة وحقوقهم الاقتصادية". فقد أولت الدولة المستهلكين العاديين والالكترونيين بعناية فائقة بسبب الأخطار التي من الممكن أن يتعرضوا إليها، لهذا قامت الدولة الجزائرية بموجب القانون 18-05 (القانون رقم 18/05، 2018) المتعلق بالتجارة الالكترونية بتنظيم علاقة المستهلك الالكتروني بالمورد، من حيث فرض وسائل رقابة لحماية المستهلكين الإلكترونيين وحقوقهم وتجنب المشاكل التي قد تثور نتيجة عدم التزام الموردين بصفتهم تجارا بالالتزامات التي تقع على عاتقهم، وعلى رأسها الالتزام باتخاذ اسم النطاق للمحل الالكتروني وتمكين واحترام حق المستهلك الالكتروني بالإعلام حول هوية التاجر والسلع والخدمات الموجهة اليه عبر الاتصالات الالكترونية، بل وحتى فرض توقيع عقوبات على المورد نتيجة الإخلال بها.

تبرز أهمية الدراسة في كونها تنطرق إلى موضوع هام أثار جدلا كبيرا وعويصا في الآونة الأخيرة نتيجة انتشار التجارة الالكترونية ووقوع فئة المستهلكين في غش وغلط من طرف الموردين مالكي المواقع الالكترونية ذوي الخبرة التقنية، خاصة وأنّ المستهلك الحلقة الأضعف الواجبة الحماية باعتباره قد يتعرض الى مخاطر ذات نوع مختلف نتيجة التعاقد عن بعد مع المورد الالكتروني. كما تتضح الأهمية

كذلك من خلال الدور الفعال الذي يلعبه اسم النطاق في كشف هوية الموردين الإلكترونيين ومنتجاتهم، فهو يعد ميزة وبصمة أوجدتها الجزائر على غرار العديد من الدول وضمن للمستهلك قصد تعريفه بخصمه في حالة تضرره وتقديم شكوى ضد المورد لدى جمعيات حماية المستهلك والقضاء.

نهدف من خلال دراستنا إلى:

-كشف العلاقة التي تربط اسم النطاق بالتزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني وكحق للمستهلك الإلكتروني، بالإضافة الى تسليط الضوء على الناحية الجزائية في حالة وقوع المستهلك في الغلط بسبب تهاون وإخلال المورد بالتزاماته باعتباره معندي على حق المستهلك، كل هذا في تحليل وقراءة لقانون التجارة الالكترونية 05-18.

الإشكالية: في ظل انتشار انتحال الهوية والتشابه التضليلي على مستوى البيئة الرقمية، من الوقوع في الغلط حول هوية المتعامل معه؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا المنهجين الوصفي والتحليلي كونهما الأنسب لمقتضيات الدراسة، حيث يبرز استعمالنا للمنهج الوصفي عند التطرق الى المفاهيم النظرية دون تحريف ومنها: تعريف المستهلك الإلكتروني، تعريف المورد الإلكتروني، المقصود باسم النطاق... الخ، أما المنهج التحليلي فيتضح من خلال تحليل ونقد نصوص القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، فيما خص موضوعنا: معرفة المركز القانوني للمورد الإلكتروني بالإضافة الى الجزاء المقرر له جراء اخلاله بالتزاماته .

ووفقا لذلك قررنا تقسيم الدراسة تقسيما ثنائيا، حيث نتطرق في المحور الأول إلى اسم النطاق كبصمة لحماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد. أما المحور الثاني فقد خصصناه للتحديث عن الحماية الوقائية للمستهلك الإلكتروني عند تحقق غلط المورد.

المحور الأول: اسم النطاق كبصمة لحماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد.

يعقد المورد الإلكتروني تعاملاته في اطار التجارة الالكترونية بواسطة وسائل اتصال تكنولوجية تسمح له بعرض منتجاته من سلع وخدمات، فيلتقي إثر ذلك بزبائن افتراضيين يطلق عليهم اسم المستهلكين الإلكترونيين، أولى المشرع الجزائري هذه الفئة الأخيرة بحماية خاصة جعلتهم يتمتعون بحق الإعلام والتبصر حول كل المعلومات الخاصة بالمورد الإلكتروني بفضل اسم النطاق، فنجد هذا الحق يضم وفقا لقانون التجارة الالكترونية 05-18 الجزائري مجموعة من العناصر هي: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بنشاط المورد الإلكتروني (أولا)، حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بهوية المورد (ثانيا)، حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بالسلع والخدمات (ثالثا).

أولا: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بنشاط المورد الإلكتروني.

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد

يقصد المحل التجاري المادي الملموس الكائن على عقار معين الذي يمتلكه التاجر زبائن حقيقيون، ينتقلون إليه حضورياً ويتعاون كل ما يحتاجون إليه، على عكس الزبائن الافتراضيين الذين أطلق عليهم المشرع الجزائري تسمية المستهلكين الإلكترونيين، فهم المتصفحون لشبكة الأنترنت الذين يقتنون السلع ويحصلون على خدمات من وراء شاشات الكمبيوتر أو الهواتف الذكية دون حاجة للتنقل إلى محلات ومراكز تجارية حقيقية.

يعتبر المستهلك الإلكتروني أحد أطراف العقد الإلكتروني إلى جانب المورد الإلكتروني وفقاً لقانون التجارة الإلكترونية 18-05، فهذا الطرف يعدّ زبوناً يقوم باقتناء السلع والخدمات عبر وسائل تكنولوجية دون التنقل إلى المحل التجاري التقليدي للتاجر المورد. فقد عرّف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني بموجب المادة 06 من القانون 18-05 بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

يتضح من خلال هذا التعريف بأنه يجب توافر شروط حتى يكتسب الشخص صفة المستهلك الإلكتروني وهي:

- أن يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً يقوم بعملية شراء بعوض أو بالمجان.
- أن يكون محل الاستهلاك هو السلع أو الخدمات.
- أن يتم إبرام عقد إلكتروني بينه وبين المورد للحصول على السلع والخدمات باستخدام الاتصالات الإلكترونية.
- أن يكون الغرض من الحصول على السلع والخدمات الاستخدام النهائي أي بقصد تغطية حاجياته الشخصية أو العائلية وليس لأغراض تجارته.
- جعل المشرع الجزائري المورد الإلكتروني ملزماً بضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بصفته القانونية كمورد إلكتروني من أجل توفير الحماية للمستهلك قبل التعاقد، حيث أجبره على:

- أن يكون مسجلاً لدى مصالح السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية (المادة 08 ، 2018)، فهو التزام يقع على عاتق المورد مثله مثل التاجر الملزم بالقيد في السجل التجاري وفقاً لأحكام المواد 19-20-21 من القانون التجاري الجزائري، كما ألزمه بأن يوفر في موقعه الإلكتروني كل الوسائل التي تسمح للمستهلك الإلكتروني بالتأكد من صحة موقع المورد.

- أن يكون المورد الإلكتروني قد قام بإيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري (الرسمية، المادة 09 فقرة 02، 2018) حيث يقدم التاجر الراغب في كونه مورداً إلكترونياً طلب التسجيل اسم النطاق بتقديم ملف لدى مركز أسماء النطاقات، المستقل عن مصالح السجل التجاري، مع ضرورة احتواء الملف على

الوثائق التالية: طلب تسجيل مَوْقع من المالك النهائي لاسم النطاق ووثيقة لتبرير اختيار اسم النطاق، "نسخة من السجل التجاري (كيان تجاري)-إن اشترط دفع نسخة عن السجل التجاري من أجل الحصول على اسم نطاق يجعلنا نرجّح فرضية أنّ التاجر والمورد الإلكتروني هو شخص واحد، بل ويجب على أي مّورد أن يكون تاجرا قبل ذلك وليس كل تاجر موردا الكترونيا- أو نسخة من تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني لحقوق الملكية الفكرية أو المنظمة العالمية للملكية الفكرية، نسخة من المرسوم الرسمي لإنشاء(هيئة حكومية، جمعية أو منظمة). وعن كيفية تقديم الملف أمام مركز أسماء النطاقات فيتعين على التاجر المسجل وضع الملف عبر الأنترنت، الاستمارة مملوءة وممضاة، ووثيقة لتبرير اختيار اسم النطاق(موقع مركز أسماء النطاقات الجزائري، 2024).

إنّ تسجيل المّورد الإلكتروني اسم النطاق لدى المركز الوطني لأسماء النطاق لا يعني بدء نشاط التجارة الإلكترونية، ولا يعني السماح للمستهلك الإلكتروني بالاطلاع عبر وسائل الاتصال عن قائمة الموردين الإلكترونيين. "بل يجب على المورد الإلكتروني أن يكون قد أتم إجراء قيده بصفته موردا لدى مصالح السجل التجاري، حتى تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري". وبعد الاعتراف بصفة المّورد الإلكتروني للشخص المسجل لنشاطه على مستوى مصلحة السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية كما ذكرناه في المادة 09 أدناه، يلتزم المورد الإلكتروني الذي قام بتسجيل اسم النطاق لدى مركز أسماء النطاقات بضرورة إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري. وقصد إعلام المستهلك الإلكتروني تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناوله. وهذا الإعلام بالبطاقة مفاده كشف النشاط التجاري الإلكتروني الذي يمارسه المورد الإلكتروني أمام المستهلك قصد إبعاده عن الوقوع في الغش أو التضليل في صفة الشخص المتعاقد معه.

ثانيا: اسم النطاق كعنصر لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بهوية المورد. يقع على عاتق المّورد الإلكتروني الالتزام الإفصاح عن هويته وتمكين المستهلك الإلكتروني من المعلومات الضرورية التي تعرّفه بمن سيتعاقد معه بما أننا نعالج في الدراسة حماية المستهلك قبل التعاقد، حيث يدّ اسم النطاق وسيلة لحماية المستهلك الإلكتروني لتوفير له الأمان وتقيه من الوقوع في غلط عدم معرفة هوية المورد الإلكتروني نتيجة التعاقد عن بعد، وهو الذي يندرج ضمن حق المستهلك بالإعلام والتبصير بالمعلومات.

يعرّف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني بأنّه: التزام سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بالالتزام المورد بإعلام وتبصير المستهلك بمعلومات شاملة عن كل ما

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد

يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الأنترنت أو أي وسيلة الكترونية، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد الإلكتروني (محمود، صفحة 49). يعدّ الإعلام بشخصية المورد ذو أهمية بالنسبة للمستهلك الإلكتروني والذي يكون على بينة من أمره من الشخصية التي يتعامل معها طبيعية كانت أو معنوية لبيع ذلك الاطمئنان في نفسه، فيتأكد من أمور عدة منها التزام المورد بتنفيذ التزاماته السابقة وتحديد مركزه القانوني (محمود، صفحة 96).

يلعب اسم النطاق (القانون رقم 18-05، 2018) المادة 09 دور الاسم التجاري في تعريف الزبائن بالتاجر وسلعته، فيجب على التاجر استخدام اسم تجاري لمحلّه قصد تمييزه عن المحلات التجارية التي تمارس نشاطاً تجارياً مماثلاً له، وهو الأمر ذاته في التجارة الإلكترونية لذا جعل المشرع الجزائري ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية من طرف المورد الإلكتروني مقيداً بضرورة إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

تكون كل معاملة تجارية الكترونية توجه إلى المستهلك الإلكتروني مسبقة بعرض تجاري الكتروني (18-05، 2018) المادة 10، الهدف منه معرفة هوية المورد الإلكتروني والتأكد من عناوينه المادية والإلكترونية، وكذلك الاطلاع على الشروط التعاقدية والتنفيذ وتفاصيل الطلبية لاسيما فيما يخص المنتجات والخدمات (الدين، 2019). وهذا هو الأمر ذاته الذي اعترف به المشرع صراحة في نص المادة 11/ ف 1 من القانون 18-05 حين أوجب على المورد الإلكتروني تقديم عرض تجاري الكتروني بطريقة مرئية ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل.....رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية (من بينها اسم النطاق الذي يعتبر اسم خاص بالموقع الإلكتروني)، ورقم هاتف المورد الإلكتروني. وهو ما يبيّن حرص المشرع على وضع كل المعلومات المتعلقة بهوية المورد الإلكتروني بيد المستهلك كنوع من الحماية الوقائية له.

لذا يقدّم المورد الإلكتروني إعلان للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد يهدف من خلاله بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، حيث يحتوي هذا الإشهار الإلكتروني على مجموعة من البيانات الضرورية التي تسمح بتحديد الشخص (المورد) الذي تم تصميم الرسالة لحسابه المادة 30 من القانون 18-05.

إنّ هذه الالتزامات الواقعة على عاتق المورد هي بمثابة حقوق بالنسبة للمستهلك الإلكتروني حتى لا يقع في غش وتضليل حول شخصية المورد حيث يتطابق اسم النطاق مع الاسم التجاري باعتباره عنصراً من عناصر المحل التقليدي إذا مارس التاجر النشاط التجاري ذاته عبر الأنترنت، بينما يبتعد عنه ويشترط فيه خضوعه

للتسجيل لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري اذا مارس التاجر نشاطا تجاريا مغائرا للنشاط الذي يمارسه في المحل التقليدي أو أنه امتلك موقعا إلكترونيا تفاعليا(الابراهيمى، 2018، صفحة 55)أنشأه وفقا لمقتضيات المادة 08 من القانون 05/18وقدّم عرض خدمات أو سلع عرض فيه دون تملكه لمحل على أرض الواقع.

وعليه، يتبين لنا بأن اسم النطاق هو أحد البيانات الضرورية كي يكون العرض التجاري للمورد مقبولا ومحددا لهويته نافيا للجهالة فيما يخص هويته، مما يثبت دوره في حماية المستهلك الإلكتروني من وقوع في الغلط بين هويات الموردين الآخرين الذين يمارسون النشاط التجاري الإلكتروني ذاته، بسبب سرعة وكثرة ظهور العروض التجارية عبر الأنترنت وبقصد تفادي الغموض أو اللبس الذي يقع فيه المستهلك ويؤثر على صحة رضاه عند التعاقد.

ثالثا: اسم النطاق كعنصر لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بالسلع والخدمات.

ألزم المشرع المتدخل في عقود الاستهلاك التقليدية بموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبهدف تحقيق رضا صحيح لدى المستهلك وحمايته قبل التعاقد بضرورة إعلامه، وذلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك وذلك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بآية وسيلة أخرى مناسبة(الدين، 2019، صفحة 5). لكن هل وفرّ المشرع الحماية ذاتها فيما يخص التجارة الإلكترونية وحق المستهلك الإلكتروني بالإعلام حول المنتجات؟.

إنّ محل العقد الإلكتروني هو السلع أو الخدمات التي يعرضها المورد الإلكتروني على موقعه الإلكتروني لصالح المستهلك الإلكتروني، فالسلع والخدمات تتضمن العديد من المعلومات الواجب اضطلاع المستهلك بها في إطار تمتعه بحق الإعلام، "أهمها الجودة والثمن، حيث يعد هذين المعلوماتين أهم المعلومات التي تجعل المستهلك الإلكتروني يبني قراره في الإقدام من عدمه على الشراء، إضافة إلى معلومات أخرى يعبر عنها بالخصائص العامة والجوهرية للسلعة أو الخدمة، خصوصا المعلومات المحددة للخصائص الكيفية والنوعية والمدة التي تبقى معروضة فيها"(رضوان، 2014، صفحة 259).

يعتبر الحق بالإعلام والتبصر بخصائص وصفات السلع والخدمات المعروضة، جوهر فكرة الالتزام بالإعلام لأنّ خصائص السلعة أو الخدمة قد تكون الباعث الرئيس لدى المستهلك على التعاقد وفي إطارها يقع المستهلك ضحية الغش والتقليد(الصد، 2016، صفحة 126).

يلعب اسم النطاق دورين لدى تعريف المستهلك الإلكتروني بهوية المورد وسلعه وخدماته، فقصّد إعلام المستهلك الإلكتروني تنشر البطاقة الوطنية للموردين

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد

الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناوله حسب المادة 09 أعلاه، حيث نجد أنّ هذا الاسم يكشف هوية المورد بالإضافة إلى أنّه يكشف كذلك مصدر ومنبع العرض التجاري الإلكتروني الذي يقدمه المورد. فبفضل اسم النطاق يتعرّف المستهلك الإلكتروني على المورد بصفته الطرف الثاني في العقد اذا اتفقا في مرحلة التفاوض، كما يتعرّف بواسطة اسم النطاق على السلع والخدمات التي تعرض عليه عبر وسائل الاتصال، حيث يميّز بذلك المستهلك الإلكتروني سلع وخدمات مورد معيّن بالذات عن مورد آخر تتشابه سلعه وخدماته معه، نظرا لممارسة نشاط تجاري إلكتروني مماثل.

حاول المشرع الجزائري حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد أو في مرحلة التفاوض السابقة لإبرام العقد عن طريق إقرار حقّه بالإعلام عن هوية ومنتجات المورد الإلكتروني حماية له من الإعلان المضللّ، حيث يتم هذا الإعلام بواسطة عرض تجاري إلكتروني وجب أن يحمل معلومات عن المنتج، وهو الأمر الذي كرّسه المشرع في المادة 11 من القانون 05-18 ومن أهمها: ".... طبيعة وخصائص وأسعار السلع والخدمات المتعلقة باحتساب كل الرسوم. حالة توفر السلعة أو الخدمة..."

وعليه، يتبين أنّ وضوح العرض التجاري الإلكتروني ينجم عنه تبصير المستهلك وإعلامه بمعلومات المنتجات التي يمتلكها المورد في موقعه الذي يحمل اسم نطاق يميّزه عن المواقع الإلكترونية التي تروج للسلعة ذاتها، فهذا الإعلام عن طريق العرض بواسطة اسم النطاق يجعل المستهلك سليم الإرادة خالية من العيوب في مرحلة التفاوض.

يلاحظ مما سبق أنّ المشرع الجزائري قد أولى أهمية بالغة لحق المستهلك الإلكتروني بإعلامه عن هوية ومنتجات المورد الإلكتروني وحتى بالنشاط الممارس باعتبارها من أهم المعلومات التي يجب تبصير المستهلك بها في التعاقد عن بعد حتى يتحقق رضاه صحيحا، فاسم النطاق يمثل البصمة التي يعقد بها المورد تعاملاته الإلكترونية والتي تكسبه سمعة وشهرة مثله مثل اسم المحل التجاري، باعتباره عنصر جذب للمستهلكين الإلكترونيين وعنصر تعريف بالهوية والمنتجات، مما يسهّل على المستهلك إثبات قيام المسؤولية المدنية للمورد اذا اخل بالتزاماته ومن ثمة تقديم شكوى ضده أمام الهيئات المعنية بحمايته.

المحور الثاني: الحماية الوقائية للمستهلك الإلكتروني عند تحقق غلط المورد.

تطرقنا في المحور الأول من الدراسة إلى بعض الالتزامات التي فرضها المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني قبل التعاقد بموجب قانون التجارة الإلكترونية 05-18 وهي التي تعد بالمقابل وسائل حماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره طرفا ضعيفا قد يغتر بالعروض الإلكترونية فيكون رضاه غير صحيح لدى التعاقد، من

أجل تفادي الوقوع في غلط المورد الإلكتروني، قيّد المشرع الجزائري المورد بعقوبات كجزاء حمائي لهذا المستهلك، الأمر الذي جعل هذه الحماية تتنوع الى نوعين الحماية القضائية(أولا) والحماية الإدارية(ثانيا).

أولا: الحماية القضائية للمستهلك الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية 05-18.

نحاول في هذه النقطة إبراز الجرائم التي يرتكبها المورد الإلكتروني في حق المستهلك الإلكتروني، ما يترتب لهذا الأخير حق متابعته قضائيا، فإ خلال المورد الإلكتروني بالتصريح عن المعلومات والبيانات الواجب الإفصاح عنها للمستهلك الإلكتروني كضمان لحقه يؤدي بهذا الأخير الى تضليله ووقوعه في التدليس، نتيجة كتمان المورد الإلكتروني لهذه المعلومات وسكوته عمدا عنها(الصد، 2016، صفحة 126). لهذا يؤدي عدم تنفيذ المورد الإلكتروني التزامه بواجب الإعلام والتبصير تجاه المستهلك إلى قيام حق هذا الأخير في متابعة المورد قضائيا لأنه هو من أضله وأثر ذلك على ركن الرضا في العقد مما ينتج عنه عدم سلامته وصحته.

وبما أننا نعالج اسم النطاق كبصمة تعريف بشخصية المورد الإلكتروني، سنذكر في التالي أمثلة عن الجريمة التجارية الإلكترونية التي من الممكن أن يتعرض إليها المستهلك الإلكتروني:

-أشرنا سابقا بأن المستهلك الإلكتروني يتعرف على الموردين الإلكترونيين عبر اسم النطاق والبطاقية التي تنشر لإعلامهم، لكن قد يضطلع أحد الأشخاص الى تلك البطاقية ويقوم بانتحال شخص هوية مورد الكتروني عبر صفحة الأنترنت لخداع المستهلك، حيث يتوافر بذلك الركن المعنوي للجريمة ألا وهو اتجاه إرادة المورد الى ارتكاب الفعل المجرم في حق المستهلك وإعلامه بمعلومات المورد كما أن نيته اتجهت نحو خداع المستهلك"(محمود، صفحة 95). كما قد يتعرض المستهلك الإلكتروني لجريمة النصب من خلال الإعلان الإلكتروني الكاذب اذا اتخذ المورد الإلكتروني اسما أو صفة كاذبة ملفقة حتى إن لم يعزز ذلك بطرق احتيالية أو تأكيد من أي جهة أخرى هذه الحالة هي احدى حالات المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري المذكورة على سبيل الحصر، التي يكون فيها الكذب احدى أركان جريمة النصب لارتباطه بحالات المادة 372. حيث يقصد وتتجه إرادة الجاني(المورد) لسلب جزء من مال المستهلك الإلكتروني(بودالي، 2006، صفحة 194).

- عرض المورد على المستهلك المنتجات المحظورة-المنتجات المحظورة قانونا تتمثل في: لعب القمار والرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به، كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي في المادة 03 من القانون 05-18 حيث اعتبرها المشرع جريمة

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد

يتابع المورد قضائيا اذا ارتكبها، كما صُنِّفها كمخالفة يعاقب عليها بغرامة مالية من 200.000 دج الى 1.000.000 دج بالإضافة الى غلق موقعه الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر(1) الى ستة(6) أشهر، وبالتالي فإنّ غلق الموقع يؤدي حتما عدم استعمال اسم النطاق خلال تلك الفترة التي يعاقب فيها المورد الإلكتروني نتيجة عرضه لمنتجات وخدمات محظورة قانونا.

- عرض المورد على المستهلك المنتجات المحظورة في المادة 05 من القانون 05-18، نصت هذه المادة على أنه: "تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات و/أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي"، إن ارتكاب المورد لهذه الجريمة يؤدي الى عقابه بغرامة مالية من 500.000 دج الى 2.000.000 دج بالإضافة الى الغلق الكلي لموقعه الإلكتروني وشطبه من السجل التجاري، ما يوضح أنّ المشرع الجزائري قد أولى المستهلك الإلكتروني ومؤسسات الدولة الأمنية ومنتجاتها وتجهيزاتها بحماية قصوى بالنظر الى العقوبة المقررة في حق المورد، إذ شدد العقوبات وفقا لقانون العقوبات وقانون التجارة الالكترونية كعقوبة مالية تكميلية وفقدانه لصفة المورد بسبب شطبه من السجل التجاري وفقدان حقه باسم النطاق.

- عدم امتثال المورد للالتزامين الواردين في نص المادتين 11-12 من القانون 05-18 (العرض التجاري الإلكتروني ومراحل طلبية المنتج او الخدمة)، يجب على المورد تقديم عرض تجاري الكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة تحتوي معلومات محددة قانونا، كما يجب عليه تمكين المستهلك الإلكتروني من مراحل الطلبية ووضعها في متناوله، "وهذا تحت طائلة معاقبة المورد بغرامة مالية من 50.000 دج الى 500.000 دج اذا خالف احد هذين الالتزامين، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذ جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة(6) أشهر" المادة 39 القانون 05-18.

وعليه، يتضح من كل هذا أن المشرع الجزائري قد حاول حماية المستهلك الإلكتروني في كل من قانون العقوبات وقانون التجارة الالكترونية من كل التلاعبات وخداع ونصب المورد الإلكتروني التي من الممكن أن يتعرض اليها قبل التعاقد، إلا أنّ هذه العقوبات بقيت في شكل غرامات مالية وغلق للموقع الإلكتروني وتعليق لاسم النطاق دون توقيع لعقوبة الحبس، فالغرامة المالية كعقوبة غير كافية لردع الموردين المخالفين لأحكام التجارة الالكترونية خاصة مع امتلاكهم لرؤوس أموال ضخمة، فلا تؤثر فيهم تلك العقوبات المالية جراء وضع إعلان مضلل أو كاذب.

ثانيا: الحماية الإدارية للمستهلك الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الالكترونية 05-18.

أقرّ المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني حقا وقائما من أجل عدم التعامل مع شخص لا يحمل صفة تاجر مورد، أين جعل عدم تسجيل المورد الإلكتروني يعرضه للشطب من السجل وغلق الموقع الإلكتروني بالإضافة الى تعليق اسم النطاق، حيث نصت المادة 42 من القانون 05-18 على أنه: "تقوم الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر، بناء على مقرر من وزارة التجارة، بالتعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، يبقى تعليق هذا الموقع الإلكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته". الواضح من خلال هذه المادة أن المشرع قد ربط فكرة تمتع التاجر بصفة المورد الإلكتروني بضرورة تسجيله في السجل التجاري وإلا تعرض لعقوبة إدارية صادرة عن مركز تسجيل أسماء النطاق تتمثل في غلق موقعه الإلكتروني الذي يعرض فيه سلعه وخدماته على المستهلك الإلكتروني وتعليق اسم النطاق. حيث سمح المشرع الجزائري للمورد الإلكتروني بأن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا من أجل ممارسة التجارة الإلكترونية، ما يعني إمكانية منح اسم النطاق تحت التسمية **dz** لجميع الكيانات المؤسسة بالجزائر أو تلك التي تملك ممثلا قانونيا في الجزائر أو وثيقة تثبت حقوق ملكية الاسم في الجزائر) موقع مركز البحث في الاعلام العلمي والتقني (2024). إذ يستوجب على الأشخاص الراغبين في حيازة اسم نطاق القيام بإجراءات التسجيل على الأنترنت عبر الموقع الإلكتروني: <http://www.nic.dz> دون أن يدفعوا أي تكلفة تسجيل لصالح مركز تسجيل أسماء النطاق.

الخاتمة.

تبين من خلال هذه الدراسة ان اسم نطاق المورد الإلكتروني يمثل ركيزة أساسية في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط ي شخص المورد، باعتباره وسيلة للتعريف الرقمي بالمورد وتمييز نشاطه ضمن الفضاء الإلكتروني. وقد خلص البحث الى ان تنظيم اسم النطاق لا يقتصر على الجانب التقني فحسب، بل يكتسي طابعا قانونيا ذا أثر مباشر على سلامة المعاملات الإلكترونية وشفافيتها، خاصة في ظل غياب التعامل المادي المباشر بين الأطراف. وانطلاقا من التحليل والمقارنة بين النصوص القانونية والجانب العملي للتجارة الإلكترونية، تمكننا من التوصل الى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- يساهم اسم النطاق في التحقق المسبق من هوية المورد قبل ابرام العقد الإلكتروني، مما يعزز الحماية من الغش والانتحال، ويحد من التعاقد مع مواقع وهمية، كما انه يحمي إرادة المستهلك من خلال تقليل احتمال وقوعه في الغلط المفسد للرضا، باعتباره معلومة جوهرية تؤثر في قراره التعاقدي.

دور اسم النطاق في حماية المستهلك الإلكتروني من الغلط في شخصية المورد

- يضمن اسم النطاق إمكانية تتبع المورد قانونيا عند الاخلال بالتزاماته، مما يسهل مباشرة الدعاوى المدنية او الجزائية في حال وقوع غش او تضليل.
- ضعف الوعي القانوني لدى المستهلكين يجعلهم أكثر عرضة لسوء استخدام اسم النطاق، خصوص في بيئة تعتمد بشكل كبير على الثقة الرقمية.
- غياب نظام جزاءات واضح بشأن إساءة استعمال اسم النطاق يجعل بعض المنازعات المتعلقة بالاحتيال الإلكتروني غير مؤطرة قانونيا بالشكل الكافي.
- حق التشريع الجزائري خطوات مهمة في ضبط التجارة الإلكترونية، الا ان تنظيم اسم النطاق لا يزال يحتاج الى تطوير ليتماشى مع المعايير الدولية.
- وبناء على ما سبق تخرج الدراسة بالتوصيات التالية:
- ضرورة وضع إطار قانوني أكثر صرامة لتنظيم أسماء النطاقات وربطها بالهوية الحقيقية للمورد.
- تعزيز دور الهيئات المختصة في مراقبة تسجيل أسماء النطاقات ومنع التشابه المضلل.
- إقرار جزاءات ردية خاصة بحالات انتحال اسماء النطاقات او استعمالها بقصد خداع المستهلك.
- فرض الزامية تضمين بيانات المورد الأساسية ضمن اسم النطاق او صفحته الرسمية بما يضمن شفافية المعاملات.
- إطلاق برامج توعية موجهة للمستهلكين لتعزيز ثقافتهم الرقمية وحمايتهم من الغلط في شخص المورد.
- اعتماد آليات تقنية وقانونية مشتركة لضمان موثوقية اسم النطاق، مثل شهادات التحقق

قائمة المصادر والمراجع:

القوانين:

- الجريدة الرسمية. (2018). المادة 06. القانون 18-05.
 - الجريدة الرسمية. (2018). المادة 08. قانون التجارة الإلكترونية 18-05.
 - الجريدة الرسمية. (2018). المادة 09 فقرة 02.
 - الجريدة الرسمية. (2018). المادة 10. قانون التجارة الإلكترونية 18-05.
 - الجريدة الرسمية. (2018). المادة 30. قانون التجارة الإلكترونية 18-05.
 - الجريدة الرسمية. (2018). المادة 39. قانون التجارة الإلكترونية 18-05.
 - المادة 30. (2018). قانون 18-05.
 - المرسوم الرئاسي رقم 20/442. (30 ديسمبر، 2020). المتضمن التعديل الدستوري.
- الكتب:**

محمد بودالي. (2006). حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي. الجزائر: دار الكتاب الحديث.

المقالات:

حوالف عبد الصمد. (15 جانفي، 2016). الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية. (جامعة حسيبة بن بو علي، المحرر) مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 126.

دريس كمال فتحي مرغني حيزوم بدر الدين. (2019). مسؤولية المورد الالكتروني-دراسة اقتصادية وقانونية. مجلة الاصلاحات الاقتصادية والتكامل في الاقتصاد العالمي. قرواش رضوان. (2014). مطابقة المنتجات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانى لحماية المستهلك في الجزائر. (جامعة عبد الرحمن ميرة، المحرر) المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، 259.

محمد مجيد كريم الابراهيمى. (2018). اشكالية حماية الاسم التجاري للمحلات التجارية عبر الانترنت في القانون العراقي. مجلة جامعة ذي قار ، 55.

الرسائل العلمية:

عبد الله عبد الله محمود. (بلا تاريخ). حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني-دراسة مقارنة. مذكرة لنيل درجة الماجستير. نابلس، كلية الدراسات العليا، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

موقع مركز اسماء النطاقات الجزائري. (16, 01 2024). تم الاسترداد من <http://www.nic.dz>
موقع مركز البحث في العلم العلمي والتقني. (25, 02 2024). تم الاسترداد من cerist.dz