

L'impact de la maîtrise de la langue française sur la protection des droits des consommateurs dans le commerce électronique et la livraison en Algérie.

The Impact of French Language Proficiency on Consumer Rights Protection in E-Commerce and Delivery Services in Algeria

Beghdadi Hanane,*

Maître de conférences classe B à l'université de Stambouli
Mustapha Mascara
(hanane.baghdadi@univ-mascara.dz)

Khellafi Rabia

Khellafi Rabia : Maitre de conférences classe A à
l'université de Stambouli Mustapha Mascara.
(khelafi.rabia@univ-mascara.dz)

Received: 30/ 11/ 2024

Accepted: 13/04/2025

Published: 28/ 04/ 2025

Abstract:

E-commerce in Algeria presents a promising economic opportunity but faces challenges, particularly language barriers and access to information. This publication explores the legal and linguistic issues affecting consumer protection, emphasizing the importance of French proficiency for understanding commercial information. It highlights the need for a stronger legal framework and multilingual platforms, alongside educational initiatives and technological investments, to create an inclusive digital experience.

Keywords: e-commerce, consumers, Algeria, French, accessibility.

1.Introduction :

* Beghdadi Hanane.

Le commerce électronique connaît une expansion rapide à l'échelle mondiale, et l'Algérie n'échappe pas à cette transformation numérique. Cette révolution a permis de diversifier les modes d'achat et d'élargir l'accès des consommateurs à une offre de biens et de services variée, y compris des services de livraison directement à domicile. Cependant, cette transition vers le digital s'accompagne de nouveaux défis, notamment sur le plan juridique, technique et linguistique. En Algérie, où le bilinguisme entre l'arabe et le français est largement ancré dans la société, la maîtrise de la langue française peut jouer un rôle déterminant dans la compréhension des termes et conditions qui régissent les transactions en ligne.

Les droits des consommateurs, qu'il s'agisse du droit à l'information ou de la protection contre les pratiques commerciales abusives, reposent en grande partie sur leur capacité à accéder et à comprendre les informations essentielles fournies par les commerçants. Cette capacité est souvent liée à leur compétence linguistique, car de nombreuses plateformes de commerce électronique, même locales, utilisent le français comme langue principale pour présenter leurs offres, leurs conditions générales de vente (CGV), ou encore leurs instructions liées aux livraisons. L'absence de maîtrise suffisante de cette langue peut ainsi constituer une barrière importante pour certains consommateurs, les exposant à des risques de désinformation ou de violation de leurs droits.

Cette problématique linguistique revêt une importance particulière en Algérie, où le français, bien qu'étant une langue étrangère, occupe une position privilégiée dans les

Titre de l'article

secteurs économique et juridique. La question se pose alors : dans quelle mesure la maîtrise de la langue française influence-t-elle la protection des consommateurs dans le cadre du commerce électronique et des services de livraison ? Ce sujet est d'autant plus pertinent qu'il interroge non seulement les dynamiques linguistiques en Algérie, mais aussi la capacité des acteurs du commerce en ligne à garantir une accessibilité équitable aux informations, quelle que soit la langue parlée par leurs clients.

Dans cette étude, nous examinerons d'abord le cadre juridique du commerce électronique en Algérie et les obligations légales des commerçants en matière de transparence et d'information. Ensuite, nous analyserons les défis linguistiques auxquels sont confrontés les consommateurs algériens et leurs impacts sur la compréhension des informations contractuelles. Enfin, nous mettrons en lumière l'importance de l'apprentissage du français comme levier pour renforcer la protection des droits des consommateurs et proposerons des recommandations pour un commerce électronique inclusif et équitable.

Chapitre I : I. Le cadre juridique du commerce électronique et de la livraison en Algérie

Le commerce électronique, en pleine expansion en Algérie, constitue une opportunité économique majeure, tout en soulevant des défis juridiques spécifiques. L'essor des plateformes numériques et des services de livraison a conduit à l'élaboration de textes législatifs visant à réguler ce secteur et à protéger les consommateurs. Cette section examine les dispositions

légales, les obligations des commerçants et des prestataires de livraison, ainsi que les droits fondamentaux des consommateurs dans ce contexte.

1.1- Le cadre légal du commerce électronique en Algérie

la **Loi n° 18-05 du 10 mai 2018** constitue la première tentative de régulation globale du commerce électronique. Il établit des règles pour encadrer les relations entre vendeurs, consommateurs, et prestataires intermédiaires.

Parmi les points essentiels de cette loi, on peut citer :•

- **La transparence des informations** : Obligation pour les commerçants électroniques de fournir des informations claires, accessibles et compréhensibles, sur leurs produits, sans exigences linguistiques explicites .

- **La protection des données personnelles** : Obligation de respecter la confidentialité des données des consommateurs.

- **La validation des transactions électroniques** : Obligation de confirmer explicitement une commande avant sa finalisation.

Bien que cette législation vise à instaurer un climat de confiance, elle reste perfectible en terme d'accessibilité linguistique.

1.2- Les obligations des prestataires de livraison

Les prestataires de livraison jouent un rôle clé dans la chaîne du commerce en ligne et doivent :

- **garantir l'exactitude des livraisons** : conformité des biens livré avec les commandes.

Titre de l'article

- **respecter les délais convenus**, sous peine de recours juridiques.

- **Communiquer clairement avec les consommateur**, sur les informations suivies et de réception.

Cependant, des retards, erreurs ou défauts de communication, souvent aggravés par des barrières linguistiques, compliquent la relation entre consommateurs et prestataires.

1.3 Les droits des consommateurs dans le commerce électronique

Le cadre juridique algérien garantit aux consommateurs des droits fondamentaux notamment:

- **Le droit à l'information** : comprendre les caractéristiques et les coûts totaux des produits.

- **Le droit de rétractation** : annulation de commande dans un délai de sept jours, sauf exceptions.

- **Le droit à la réparation ou au remboursement** : recours en cas de non-conformité ou non_réception.

Ces droits visent à protéger les consommateurs contre les abus, mais leur application dépend fortement de leur capacité à comprendre des informations souvent rédigées en français.

bien que récent et prometteur, le cadre juridique algérien nécessite des améliorations, notamment pour garantir une meilleure accessibilité linguistique et l'application effective des droits des consommateurs, tout en tenant compte des spécificités culturelles du pays.

Chapitre II: Les défis linguistiques dans le commerce électronique et la livraison

Les défis linguistiques sont un obstacle majeur dans le commerce électronique et la livraison en Algérie, où

coexistent plusieurs langues (arabe, tamazight et français), ces barrières limitent l'accès des consommateurs à des informations essentielles et peuvent engendrer des malentendus ou des litiges.

2.1- La langue comme facteur d'accessibilité et d'inclusion

En Algérie le français domine dans les plateformes de commerce électronique, mais il n'est pas maîtrisé par tous. Cela crée une fracture linguistique où certains consommateurs ne comprennent pas les CGV, les garanties ou les modalités de livraison. Selon Benrabah¹, « la maîtrise du français est inégale et fortement corrélée au niveau socio-économique, ce qui en fait une langue de distinction sociale plutôt qu'un véritable outil inclusif ». Cette inaccessibilité engendre hésitation à acheter, incapacité à exercer ses droits et risque accru d'erreurs.

2.2- Les défis spécifiques aux plateformes en ligne

Les plateformes privilégient souvent une langue unique. En Algérie, l'arabe est parfois intégrée, mais les traductions parfois automatisées sont souvent erronées, et peu de plateformes adaptent leurs contenus aux besoins linguistiques locaux. Ces lacunes aggravent les erreurs de commande et les retards de livraison.

2.3- Les impacts sur la satisfaction et la confiance des consommateurs

Un manque de clarté linguistique limite la capacité des consommateurs à évaluer les offres, comprendre les garanties ou faire des choix éclairés. Comme le souligne Kherbiche², « la confiance des consommateurs dans le commerce électronique repose en grande partie sur la clarté et l'accessibilité des informations fournies par les

Titre de l'article

commerçants ». Cette insuffisance se traduit par des abandons de panier élevés et un faible engagement.

2.4. Les défis linguistiques dans les services de livraison

Les interactions entre livreurs et consommateurs souffrent également de barrières linguistiques, entraînant, retards ou livraison manquées. Ces problèmes affectent négativement l'expérience client. Un commerce électronique inclusif nécessite des plateformes multilingues et des efforts pour fournir des informations claires dans les langues les plus parlées, afin de garantir une expérience équitable pour tous..

Chapitre III : L'importance de l'apprentissage du français pour renforcer la protection des consommateurs

En Algérie la maîtrise du français est essentielle pour comprendre les CGV, les politiques de retour et les garanties, particulièrement dans le commerce électronique. cela garantit aux consommateurs une meilleure protection et leur permet d'exercer leurs droits.

3.1- La langue française comme clé de compréhension des informations contractuelles

Les document commerciaux sont souvent complexes et rédigés en français .Selon Hamid ³, « l'accès à l'information est une condition sine qua non pour que les consommateurs puissent exercer leurs droits de manière éclairée et éviter les abus commerciaux ». L'apprentissage du français permet de lire ces informations sans dépendre de traductions erronées.

3.2- Réduction des litiges grâce à la maîtrise du français

Les litiges proviennent souvent de malentendus. Les consommateurs maîtrisent le français peuvent communiquer efficacement et utiliser les recours juridiques. Comme le note Chibani ⁴, « les consommateurs qui maîtrisent la langue juridique, souvent dominée par le français, sont mieux équipés pour contester une transaction et défendre leurs droits ».

3.3- L'apprentissage du français comme facteur d'autonomisation des consommateurs

En développant leurs compétences en français, les consommateurs deviennent autonomes et moins vulnérables aux pratiques abusives. Des formations ciblées sur les aspects du commerce en ligne renforcent cette autonomie..

3.4- La langue et la confiance des consommateurs

La compréhension des informations en français renforce la confiance dans les plateformes et les transactions en ligne. Selon Jabeur ⁵, « la confiance des consommateurs est étroitement liée à leur capacité à comprendre les informations et à anticiper les risques associés à l'achat en ligne ». Promouvoir l'apprentissage du français est donc indispensable pour garantir une expérience d'achat en ligne équitable et sécurisée.

Chapitre IV: Perspectives et recommandations pour un cadre inclusif et équitable

Le commerce électronique en Algérie est porteur de grandes opportunités, mais il nécessite un cadre juridique, linguistique et éducatif mieux adapté aux réalités culturelles et socio-économiques du pays. Un commerce numérique inclusif et équitable repose sur des mécanismes qui garantissent un accès égal aux

Titre de l'article

informations pour tous les consommateurs, quel que soit leur niveau de maîtrise linguistique. Cette section propose des perspectives et recommandations concrètes pour atteindre cet objectif.

4.1- Encourager le bilinguisme sur les plateformes de commerce électronique

Un cadre inclusif commence par la prise en compte des spécificités linguistiques des consommateurs. En Algérie, l'arabe et le français sont largement utilisés dans la communication commerciale. Il est donc essentiel que les plateformes de commerce électronique offrent leurs interfaces dans ces deux langues de manière claire et cohérente. Cela inclut :

- La traduction intégrale et précise des contenus, comme les descriptions de produits, les conditions générales de vente (CGV), et les politiques de retour.
- La mise en place de systèmes d'assistance multilingues, via des chatbots ou des services clients, pour répondre aux besoins des utilisateurs.

Ces initiatives permettraient de réduire les incompréhensions et de renforcer la confiance des consommateurs dans les transactions numériques.

4.2- Renforcer l'éducation et la sensibilisation à la langue française

L'éducation est un levier essentiel pour surmonter les barrières linguistiques. Promouvoir l'apprentissage du français à travers des programmes éducatifs accessibles pourrait faciliter une meilleure compréhension des informations contractuelles et juridiques dans le

commerce électronique. Ces programmes devraient être axés sur :

- **Des formations ciblées pour les consommateurs** : des ateliers ou modules en ligne pour apprendre à lire et interpréter les CGV ou autres documents importants.
- **L'intégration du commerce électronique dans les formations linguistiques** : en proposant des études de cas pratiques sur la lecture de contrats ou la navigation sur des sites de commerce électronique.

Comme le souligne Boulahbel ⁶, «l'éducation linguistique dans des contextes spécifiques, tels que le commerce numérique, est une clé pour autonomiser les consommateurs et leur permettre de défendre leurs droits».

4.3- Renforcer le cadre législatif en matière d'accessibilité linguistique

Bien que la législation algérienne sur le commerce électronique établisse des bases solides, elle ne traite pas explicitement de l'accessibilité linguistique des informations commerciales. Pour combler cette lacune, il serait judicieux d'introduire des dispositions légales qui :

- Obligent les commerçants à fournir des informations dans les langues les plus parlées par leurs consommateurs, en particulier l'arabe et le français.
- Imposent des sanctions en cas de manquement à ces obligations, pour garantir un environnement numérique plus équitable.
- Encouragent les acteurs du secteur à investir dans des outils technologiques, tels que des solutions de traduction automatique améliorées et adaptées au contexte local.

4.4- Impliquer les acteurs privés et publics dans des initiatives conjointes

La transformation vers un commerce électronique inclusif ne peut être portée uniquement par l'État. Une collaboration étroite entre les acteurs publics et privés est nécessaire pour développer des solutions innovantes et adaptées. Cela pourrait inclure :

- **Des partenariats avec des startups locales** pour développer des interfaces multilingues intuitives.
- **Des campagnes de sensibilisation** menées par les institutions publiques et les associations de protection des consommateurs pour informer les citoyens de leurs droits dans le commerce numérique.
- **Des incitations fiscales pour les entreprises** qui adoptent des pratiques commerciales inclusives, telles que la traduction de leurs sites ou la formation de leur personnel.

4.5- Investir dans la technologie pour une meilleure accessibilité

Enfin, la technologie joue un rôle central dans la démocratisation du commerce électronique. Les entreprises devraient investir dans des solutions numériques qui intègrent la reconnaissance linguistique et la traduction en temps réel pour rendre leurs services accessibles à un public plus large. Par exemple, des applications mobiles de commerce électronique pourraient inclure des fonctionnalités qui traduisent automatiquement les descriptions de produits ou fournissent des explications audio dans plusieurs langues. Pour garantir un commerce électronique inclusif et équitable en Algérie, il est impératif d'agir sur plusieurs

fronts : renforcer l'éducation linguistique, adapter le cadre législatif, encourager le bilinguisme sur les plateformes et investir dans des outils technologiques. Ces mesures, si elles sont mises en œuvre de manière coordonnée, permettront de réduire les barrières linguistiques et d'offrir aux consommateurs algériens une expérience numérique plus équitable et sécurisée.

Conclusion

Le commerce électronique représente une opportunité majeure pour l'Algérie, offrant des perspectives économiques prometteuses et un accès élargi aux biens et services pour les consommateurs. Cependant, cette transformation numérique pose des défis spécifiques, en particulier dans un pays multilingue où l'arabe et le français coexistent. Au fil de cette étude, il est apparu que la maîtrise de la langue française joue un rôle crucial pour garantir l'accès à l'information, la compréhension des droits et des obligations, et la capacité des consommateurs à interagir de manière efficace avec les plateformes de commerce électronique et les services de livraison.

Dans ce contexte, plusieurs enjeux émergent. D'une part, le cadre juridique algérien, bien que récent et pertinent, pourrait être renforcé pour mieux intégrer les aspects liés à l'accessibilité linguistique et garantir une protection équitable pour tous les consommateurs. D'autre part, les barrières linguistiques constituent une entrave réelle à l'autonomisation des consommateurs, les exposant à des risques de désinformation ou de pratiques abusives. Ce constat met en lumière l'importance d'un apprentissage ciblé du français, non seulement comme outil

Titre de l'article

d'intégration dans l'économie numérique, mais aussi comme levier de protection et de responsabilisation des citoyens.

Pour construire un commerce électronique inclusif et équitable, une action coordonnée est nécessaire. Les recommandations proposées dans cette étude appellent à une collaboration entre les acteurs publics, privés et éducatifs. Cela inclut l'amélioration de l'accessibilité linguistique des plateformes numériques, la sensibilisation des consommateurs à leurs droits, et le renforcement des politiques éducatives pour promouvoir l'apprentissage du français dans des contextes pratiques.

Enfin, l'avenir du commerce électronique en Algérie repose sur la capacité à concilier innovation numérique et justice sociale. Garantir que tous les consommateurs, quelle que soit leur maîtrise linguistique, puissent participer pleinement à l'économie numérique est une responsabilité collective. En adoptant une approche inclusive, l'Algérie pourra non seulement maximiser les avantages de cette transition numérique, mais également renforcer la confiance et l'engagement de ses citoyens dans cet écosystème en pleine expansion.

Marges :

1- Benrabah, M. (2007). *La langue* et le développement en Algérie : Entre le monolinguisme de fait et le multilinguisme de droit. *Revue des études maghrébines*, 4(3), p. 315.

2- Kherbiche, S. (2020). *Le commerce électronique en Algérie : Enjeux et défis*. Algiers: Presses Universitaires, p. 52.

3- Hamid, M. (2013). Les droits des consommateurs dans le commerce électronique : Problématiques et solutions. Alger : Éditions El-Hilal, p. 78.

4- Chibani, A. (2017). Le commerce électronique et la protection des consommateurs en Algérie. Revue juridique algérienne, 28(3), p. 145.

5- Jabeur, S. (2015). *La confiance des consommateurs dans le commerce électronique : Le rôle de l'information et de la transparence*. Revue des études économiques, 47(4), p. 92.

6- Boulahbel, M. (2016). Langues et droits des consommateurs : Défis du commerce numérique en Algérie. Revue des sciences sociales, 19(4), p. 213.

Liste Bibliographique :

-Livres:

1. Hamid, M. (2013). *Les droits des consommateurs dans le commerce électronique : Problématiques et solutions*. Alger : Éditions El-Hilal.

2. Kherbiche, S. (2020). *Le commerce électronique en Algérie : Enjeux et défis*. Algiers: Presses Universitaires.

-Articles:

3. Benrabah, M. (2007). La langue et le développement en Algérie : Entre le monolinguisme de fait et le multilinguisme de droit. Revue des études maghrébines, 4(3).

4. Boulahbel, M. (2016). *Langues et droits des consommateurs : Défis du commerce numérique en Algérie*. Revue des sciences sociales, 19(4).

5. Chibani, A. (2017). *Le commerce électronique et la protection des consommateurs en Algérie*. Revue juridique algérienne, 28(3).

Titre de l'article

6. Jabeur, S. (2015). La confiance des consommateurs dans le commerce électronique : Le rôle de l'information et de la transparence. *Revue des études économiques*, 47(4).

-Textes légaux:

Loi n° 18-05 du 10 mai 2018, relative au commerce électronique, Journal Officiel, n° 28, délivré le 16/05/2018, la République Algérienne.