مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

المستهلك الإلكتروني وحمايته في التشريع الجزائري
– دراسة مقارنة –
Electronic consumer protection in Algerian legislation
Comparative study

الطالب. جمال دوب
djamel21.dob@gmail.com
أ. د نور الدين بعجي
baadji.noureddine1@gmail.com
جامعة الجزائر 01

تاريخ الإرسال: 20_10_2020 **تاريخ القبول: 17_03_2021**

الملخـــص: المستهلك الإلكتروني الذي ورد تعريفه في التشريع الجزائري من خلال القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، هو نفسه المستهلك في التجارة التقليدية؛ الاختلاف الوحيد هو في الوسيلة المستعملة لنقل إرادة أطراف العلاقة العقدية. كما شدّد المشرع الجزائري من خلال القانون المذكور أعلاه، على إلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد؛ ويتم ذلك من خلال العرض التجاري الإلكتروني الموثق بعقد يُصادق عليه المستهلك، فيكون قرينة على علمه بالشيء المبيع؛ علما نافيا للجهالة.

الكلمات المفتاحية: مستهلك إلكتروني، تجارة إلكترونية، إعلام المستهلك الإلكتروني، عرض تجاري إلكتروني.

Abstract: The electronic consumer, which was defined in the Algerian legislation through Law No. 18-05 related to

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

electronic commerce, is the same as the consumer in traditional commerce; The only difference is in the method used to transfer the will of the parties to the contractual relationship. The Algerian legislator also stressed through the above-mentioned bill, obliging the electronic supplier to inform the consumer electronic before concluding the contract; This is done through an electronic commercial offer documented by a contract that is approved by the consumer, so that evidence of his knowledge of the thing sold is an indefensible knowledge.

Keywords: electronic consumer, e-commerce, electronic consumer information, electronic commercial offer.

المقدمـــة:

ظهرت التجارة الإلكترونية في أواخر القرن العشرين، وازدادت وتيرة تطورها في بداية القرن الحادي والعشرين، ونظرا لتدخل الوسيلة الإلكترونية كوسيط بين البائع والمستهلك. فإن المنظومة التشريعية المتمثلة في القوانين والمراسيم التنفيذية– التي وُضعت لحماية المستهلك التقليدي – غير كافية لمنح الحماية للمستهلك الإلكتروني، اعتبارا للخصوصية الناتجة عن استعمال وسيلة الاتصال الحديثة المتمثلة في الأنترنت – بصفة خاصة – في إبرام العقود الإلكترونية ذات الصفة الدولية، فهي تبرم عن بعد، مما يستوجب حماية المستهلك؛ لأنه الطرف الضعيف، وكثرة السلع المعروضة تؤدي إلى عدم تركيز المستهلك عند التسوق الإلكتروني. فقد لا يميز السلعة الأصلح والأنسب لتلبية احتياجاته؛ لأنه تعوزه الخبرة[1] والتجارة الإلكترونية نتج عنها نوع جديد من المستهلكين

[1] – ينظر: محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ومدي حجيتها في الإثبات، منشأة المعارف، مصر، 2008، ص15.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

يتميزون عن المستهلك العادي المألوف قي التجارة التقليدية، بحيث يتم التعاقد في بيئة افتراضية عبر الأنترنت.

ونظرا للظروف والمخاطر التي تحيط بعملية البيع عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة قررت الدول حماية المستهلك الإلكتروني عبر كل مراحل إبرام العقد الإلكتروني. ولا يسعنا في هذا البحث التطرق لكل الضمانات القانونية التي أقرتها القوانين لحماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة المهني – باعتباره الطرف القوي اقتصاديا وتقنيا – لذا يقتصر البحث على الضمانات القانونية التي جاء بها المشرع الجزائري في المرحلة التمهيدية لإبرام العقد الإلكتروني وخاصة الواردة في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وما يقابله في القانون الفرنسي المتعلق بحماية المستهلك العادي أو المستهلك الإلكتروني بصفة خاصة. وقد تم اختيار القانون الفرنسي، لأن المشرع الفرنسي من أكثر مشرعي دول الاتحاد الأوربي تجسيدا للتوجيهات الأوربية المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني.

وهذا ما يستدعي الوقوف عند الضمانات القانونية لحماية للمستهلك الإلكتروني والنظر إليها نظرة مقارنة، انطلاقا من التساؤلات التالية:

– من هو المستهلك الإلكتروني الذي خُص بضمانات قانونية في التشريع الجزائري والمقارن في مرحلة تكوين العقد؟

– ما الضمانات القانونية التي جاء بها المشرع الجزائري – في القانون رقم:(05/18)[1]–، والمقارن لحماية المستهلك الالكتروني في مرحلة ما قبل إبرام العقد؟.

وللإجابة عن هذه الإشكالية نقسم البحث إلى محورين:

[1]– ينظر: القانون رقم 18–05 مؤرخ في 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28 صادرة في 16 مايو 2018.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

– **المحور الأول:** مخصص للتعريف بالمستهلك الإلكتروني.

– **أما المحور الثاني:** فلتبيان حماية المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد الإلكتروني، في التشريع الجزائري مع مقارنته بما جاء في التشريع الفرنسي، ونركز على حمايته عن طريق حقه في الإعلام لحماية رضائه.

المحور الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني

نتناول في هذا المحور مفهوم المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، ثم مفهومه في التشريع الفرنسي، وذلك لأهمية معرفة المصطلح الجديد: "مستهلك إلكتروني" وبيان خصائص المفهوم ودورها في حصر الأشخاص الذين تشملهم الحماية.

أولا: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري.

قبل عام 1989 كانت الجزائر تنتهج النظام الاشتراكي، إذ كانت الدولة متدخلة في النشاط الاقتصادي وتحتكر التجارة الخارجية، ثم توجهت بعد ذلك نحو اقتصاد السوق، إثر صدور دستور 23 فبراير 1989، الذي حرر التجارة الخارجية. وصدر القانون رقم 04–02 المؤرخ في 2004/06/23 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم[1].

وعليه فأن المشرع الجزائري عند إصداره للقانون رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 المعدل والمتمم، عرّف مصطلح (مستهلك) باعتباره مصطلحا قانونيا في المادة 1/3 على أنه: «كل شخص طبيعي أو

[1]– قانون رقم 04–02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41 صادرة في 2004/06/27 معدل ومتمم بالقانون رقم 10–04 مؤرخ في 15 غشت 2010 ج، عدد 46 صادرة في 2010/08/18.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به».

أما الفقهاء فقد اختلفوا في تحديد مفهوم المستهلك، ونتج عن اختلافهم ثلاثة توجهات؛ فريق وسع في مفهومه، وآخر ضيق فيه، وفريق ثالث اتخذ موقفا وسطا.

أ – المفهوم الموسع للمستهلك:

ظهر هذا الاتجاه مع نداء الرئيس الأمريكي "كينيدي" John f .Kennedy، أمام الكونغرس سنة 1962، في مقولته الشهيرة **"أن المستهلكين هم نحن"**، فالمستهلكون هم سواد الناس، فكل واحد منهم مضطر لإبرام عقود لتلبية حاجياته الاستهلاكية اليومية، سواء أكانت هذه الحاجيات سلعة أم خدمة، ويستوي كون الشخص طبيعيا أو معنويا، بشرط أن يكون استعماله لذلك المنتوج[1] نهائيا. كما يشمل أيضا المهني، الذي يتصرف خارج نطاق مهنته. ونظرا للانتقادات الموجهة لأصحاب هذا الاتجاه ظهر اتجاه آخر ضيق من مفهوم المستهلك.

ب – المفهوم الضيق للمستهلك:

أصحاب هذا الاتجاه ضيقوا مفهوم المستهلك، فهم يرون أن المستهلك الالكتروني هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الخاضع للقانون الخاص، الذي يقتني منتوجا لا يدخل في نطاق مهنته، وإنما يكون لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية[2]. فأصحاب هذا

[1]– عرفه المشرع الجزائري في القانون رقم 09–03 في المادة 3 عند تحديده المقصود من بعض المصطلحات. حيث عرف المنتوج على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".

[2]– ينظر: صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة1 السنة الجامعية 2013–2014 ص 34.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

الاتجاه أخذوا بالغرض من اقتناء المنتوج، فإذا كان يدخل في نطاق المهنة فلا ينطبق عليه وصف المستهلك.

ج – الاتجاه الذي أخذ بالمفهوم الوسط للمستهلك:

عرّف أنصار هذا الاتجاه المستهلك على أنه: كل شخص يُبرم عقودا مهما كان نوعها لتلبية حاجياته الضرورية سواء كانت كمالية أو آنية أو في المستقبل دون أن تكون له نية المضاربة أي المتاجرة أو تصليحها وإعادة بيعها مرة أخرى[1].

وبذلك يُستثنى من صفة المستهلك المهني الذي يقتني منتوجا يدخل في مجال حرفته، فلا يستفيد من الحماية القانونية التي توفرها القوانين الخاصة بالمستهلك.

يُستخلص من العرض السابق لآراء الفقهاء أن المشرع الجزائري، قد أخذ بالمفهوم الموسع، ويبدو ذلك واضحا من خلال تعريف المستهلك في القانون رقم 04–02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وذلك من خلال نص المادة 3 فقرة 2 حيث عرفت المستهلك على أنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني» [2].

هذا بالنسبة لبعض التعريفات الواردة في القوانين المختلفة المتعلقة بالمستهلك في التجارة التقليدية.

أما تعريف المستهلك الإلكتروني، فقد نصت عليه المادة 6 فقرة 3 من القانون رقم18–05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، على أنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني

[1]– ينظر: قادري هنية، حماية المستهلك بين القواعد العامة والقواعد المتخصصة، مذكرة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة 2016/2015، ص10.

[2]– قانون رقم 04 – 02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية مؤرخ في 23 يونيو 2004، ج ر عدد 41 صادرة في 2004/06/27.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي».

يُستنتج من خلال التعريفات التي قُدمت في مختلف القوانين الصادرة عن المشرع الجزائري، اعتبار المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك المعرّف في التجارة التقليدية، غير أنّ الاختلاف الوحيد بينهما، يتمثل في المعاملات التجارية التي تتم في بيئة إلكترونية افتراضية، فينجم عن تلك العلاقة آثار قانونية خاصة؛ ترجع أساسا للوسيلة المستعملة في إبرام العقد الاستهلاكي، تتجلى بالخصوص في وسيلة إلكترونية[1].

فالعقد يُبرم عن بعد في مجلس عقد افتراضي يرتب القانون عنه التزامات تُلقَى على عاتق المورد الإلكتروني، من بينها الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني.

ثانيا: تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي

بعد إنشاء السوق الأوروبية عام 1957 في روما –التي جاءت خالية من أي إشارة إلى حقوق المستهلكين– ظهرت لجان وجمعيات حماية المستهلك، وضغطت على الحكومات لسن تشريعات تهدف لحماية المستهلكين، باعتبارهم الطرف الضعيف اقتصاديا في مواجهة المهنيين الذين يمتلكون القوة الاقتصادية والخبرة التقنية العالية، بالنسبة لكل ما يتعلق بالمنتوج. ونتيجة لذلك ظهر ما يسمى بالإعلان الأوروبي لحماية المستهلك عام 1973م، وعلى إثره تدخل المشرع الفرنسي بإصدار قانون التوجيه التجاري والحرفي بتاريخ 1973/12/27، ثم عمدت الحكومة لإنشاء هيئات عديدة تهتم بشؤون

[1]– ينظر: أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ص 45.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

المستهلكين، من بينها المعهد الوطني للاستهلاك، وتحت ضغط المستهلكين أنشئت وزارة الاستهلاك، غير أن دور هذه الهيئات كان محدودا بسبب الأزمات الاقتصادية[1].

انطلاقا من قانون 1978 المتعلق بحماية وإعلام المستهلك، يلاحظ أن المشرع الفرنسي أصدر ترسانة من القوانين تتعلق بحماية المستهلك في عدة جوانب، إلى أن تُوجت تلك الجهود المتعلقة بحماية المستهلك بمدونة الاستهلاك سنة 1993 جُمعت فيها كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك[2].

أما بخصوص تعريف المستهلك فإنّ المشرع الفرنسي لم يعرفه لا في القانون رقم 949/93 ولا في المرسوم رقم 741/01 لحماية المستهلك، لكن الفقهاء الفرنسيين بعضهم تبنى الاتجاه الضيق وعرفوه بأنه[3]: «الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض المزود». كما عرفه البعض الآخر على أنه: «الشخص الذي من أجل حاجاته الشخصية غير الموردة يصبح طرفا في عقد توريد أموال أو خدمات».

كل التعريفات السابقة التي اعتمدت على التعريف الضيق للمستهلك، اعتبرت المهني مستهلكا متى كان يتعاقد لتلبية حاجياته الخاصة، والتي تخرج عن نطاق استعمالاته المهنية، وبذلك يستفيد من الحماية التي أعطتها القوانين للمستهلك. أما المهني وهو يمارس نشاطاته المختلفة بمناسبة تجارته ويتعاقد مع غيره من التجار، كأن يشتري سيارة نفعية يستعملها لنقل بضائعه، فهو لا يعتبر في هذه الحالة مستهلكا حتى وإن استعملها من أجل

[1]– ينظر: صياد الصادق، مرجع سابق، ص 25.

[2]– ينظر: صياد الصادق، المرجع نفسه، ص 26.

[3]– عبد الله ديب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، مذكرة ماجيستير، جامعة النجاح فلسطين، ص 12.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

احتياجاته الخاصة أو العائلية، بالرغم من أنه غير متخصص في بيع هذا النوع من السيارات. ويشار في هذا الصدد أن معظم الفقهاء الفرنسيين أخذوا بالمفهوم الضيق للمستهلك باعتبار أن هذا المفهوم يتميز بالدقة القانونية والبساطة، فلا تجد شكوكا عند تحديد من هو المستهلك؛ لأن المستهلكين كُثر بفضل العلاقات الحديثة التي نجم عنها ظهور عقود جديدة ومعقدة.

وقد أخذ القضاء الفرنسي بالمفهوم الضيق أيضا، وخاصة القضاء الحديث لمحكمة النقض الفرنسية، حيث رفضت محكمة النقض اعتبار التاجر مستهلكا بالنسبة لعقد توريد المياه الخاصة بمحله التجاري، ولم تطبق المادة 132–1 من قانون الاستهلاك والخاصة بالشروط التعسفية على هذا العقد، لأن العقد متصل مباشرة بنشاط التاجر، فالتاجر باعتباره مهنيا لا يستفيد من الحماية القانونية التي توفرها مختلف القوانين المتعلقة بالمستهلك[1].

ونُشير أن المشرع الفرنسي من خلال تعديله لقانون الاستهلاك رقم 2016–301 المؤرخ في 14 مارس 2016 عند بداية عرضه للمواد القانونية استهل التقنين بتوضيح المقصود من بعض المصطلحات الواردة في قانون الاستهلاك، ومن بينها المستهلك حيث اعتبره: «كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تشكل جزءا من نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الليبرالي أو الزراعي»[2].

يُلاحظ أن المشرع الفرنسي هنا قد أخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك، حيث جارى بعض الفقهاء الذين أخذوا بهذا المفهوم، واعتبروا كل شخص يتصرف لأجل تلبية

[1] – عبد الله ديب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص14.

[2] – Pour l’application du présent code, entent par Consommateur : tout personne physique qui agit à des fins qui n’entre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

حاجياته بدون أن تكون لها علاقة بمهنته أو حرفته فهو مستهلك، وبالتالي يستفيد من الحماية التي توفرها مختلف القوانين المتعلقة بحماية المستهلك.

نتيجة للتطورات في المجال التعاقدي، جعلت الشروط العامة التي يُحررها المهنيون في العقود النموذجية مُستندة على مبدأ سلطان الإرادة، غير أنه أُعتبر من طرف بعض الفقهاء غير صحيح، مما يستوجب البحث في مدى مساهمة نظرية عيوب الإرادة في حماية رضا المستهلك. ومن أهم عيوب الرضا: التدليس. والتدليس الذي يعتد به القضاء هو عندما يتخلف المدلس عن واجبه في الإعلام بناء على أن سلامة الرضا لا يمكن أن تتحقق إلا بإعادة التوازن المعرفي بين المتعاقدين[1] ويظهر بكثرة في التجارة الالكترونية. لهذا لجأت الدول إلى سن قوانين لحماية المستهلك بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة، وذلك باعتبار أن كل شخص يتصرف خارج نطاقه الحرفي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يحظى بالحماية القانونية للمستهلكين، على اعتبار أنه لا يملك الخبرة الكافية التي تؤهله لأخذ الحيطة أثناء إبرامه العقود المختلفة.

ويُشار إلى أن القضاء الفرنسي تبنى في بعض أحكامه الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك على الشخص المعنوي. حيث قضى لصالح إحدى الشركات التجارية التي تعمل في مجال العقارات عند تعاقدها مع إحدى مزوديها بجهاز إنذار لحماية مواقعها، وتبين أن ذلك الجهاز به عيوب فنية، فرفعت دعوى قضائية تطلب فيها إبطال العقد الذي يربطها بالبائع، فاعتبرت المحكمة شروط العقد تعسفية بالرغم من أن الشركة تُعتبر محترفة وأن العقد له صلة بمجال نشاطها، لكن هذا التعاقد خارج نطاق تخصصها الفني

[1]– ينظر: ولجي بشير، الحماية التشريعية لمستهلك خدمات الائتمان الإيجاري، مقال منشور ضمن ورشة عمل مختبر قانون الأعمال بكلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بسطات، في مجلة الحقوق المغربية، الإصدار 6، دار نشر المعرفة الطبعة1، مطبعة الرباط 2012، ص ص85 –87.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

والتقني، وبذلك لا تكون ملمة بكل المعلومات الفنية المتعلقة بجهاز الإنذار، فهي إذن تكون مستهلكا عاديا تحظى بالحماية المتعلقة بحماية المستهلكين[1].

يتضح من مختلف الأحكام القضائية التي تعرضت لحماية المستهلك، خاصة ما تعلق منها بالشروط التعسفية وكذلك مختلف التعريفات الصادرة عن الفقهاء، أن الشرط التعسفي «هو ذلك الشرط الذي يترتب عليه عدم توازن تعاقد، لصالح المهني أو المحترف في مواجهة المستهلك الذي لا تتوافر لديه الخبرة أو الدراية الفنية أو الاقتصادية»[2].

يلاحظ من خلال ما تقدم من تعريفات للمستهلك، أن المشرع الجزائري أخذ من التشريعات الفرنسية الكثير، إلاَ أن الممارسات الفعلية سواء من طرف جمعيات المستهلكين أو المصالح التي لها علاقة بحماية المستهلك في الجزائر مازالت بعيدة كل البعد عن إعطاء فعالية للقواعد القانونية المتعلقة بحماية المستهلك. كما أن المشرع الجزائري عرف مصطلح المستهلك متأخرا، لأن الجزائر كانت تنتهج النظام الاشتراكي في الاقتصاد. فالدولة تتحكم في التجارة الداخلية والخارجية على حد سواء.

بما أن الجزائر حديثة عهد باقتصاد السوق – إن لم نقل في البداية– فثقافة حماية المستهلكين بمختلف جوانبها القانونية أو عن طريق الجمعيات المختصة التي تنشط في المجال غير فعالة. لذا حاولنا في هذا المقال التركيز على حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام. فما هو الجديد الذي أتى به المشرع الجزائري في القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟

المحور الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني نظرة مقارنة:

[1]– ينظر: عبد الله ديب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 17.

[2]– خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص459.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

إن الخصوصية التي يتصف بها العقد الإلكتروني جعلت جُل التشريعات تسارع لسنِّ قوانين تتعلق بالتجارة الإلكترونية، باعتبار أن العقد الإلكتروني هو أبرز مقومات التجارة الإلكترونية، فالمعاملات التجارية تتم عن بعد في بيئة رقمية، ومجلس عقد افتراضي، وهو أيضا ذو طابع دولي باعتبار أن الشبكة العنكبوتية دولية، دفعت المنظمات الدولية والإقليمية إلى المسارعة لسن قوانين إرشادية، الهدف من ورائها توحيد القوانين لمختلف الدول المتعلقة بحماية المستهلك، الذي يتخذ وسيلة الانترنت لتلبية حاجياته اليومية، وسوف نبين هذه الحماية في التشريع الجزائري أولا، ثم في التشريع الفرنسي ثانيا.

أولا: حماية المستهلك في التشريع الجزائري:

تكفلت القواعد العامة في التشريع الجزائري في الباب السابع من الكتاب الثاني المتعلق بالالتزامات والعقود[1]، من القانون المدني. ففرضت التزامات على البائع؛ تُعتبر حمايةً للمشتري في كل مراحل إبرام العقد. حيث يمر العقد بثلاث مراحل أساسية، وهي مرحلة ما قبل إبرامه، ومرحلة تكوينه، ومرحلة تنفيذه.

ويُعتبر إعلام المستهلك أَهَمُّ حمايةٍ نص عليها المشرع الجزائري؛ لأنها تأتي قبل إبرام العقد لتنويره حتى يُقدم على إبرامه وهو عالم بالمبيع علما نافيا للجهالة[2]. والتزام البائع بإعلام المشتري نصت عليه المادة 352 من القانون المدني الجزائري.

كما عُرّف الحق في الإعلام لدي بعض الفقهاء بأنه: «التزام المنتج أو المهني بوضع المستهلك في مأمنٍ ضد مخاطر المنتج المسلم له، سواء أكانت سلعة أم خدمة وهو ما يتطلب أن يبين المُنتج أو المهني للمستهلك كل المخاطر التي تكون مرتبطة بالملكية العادية

[1] – يُنظر: المادة 110من القانون المدني الجزائري.

[2] – ينظر: غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة ماجستير، جامعة تيزي وزوو، ص12.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

للشيء المسلم له»[1]. أما في القوانين الخاصة بحماية المستهلك والتي سنها المشرع الجزائري عبر المراحل المختلفة كانت متفرقة، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما ورد في القانون رقم 04– 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نصت كل من 8 و9 من هذا القانون على وجوب إعلام المستهلك من طرف البائع بكل نزاهة وصدق فيما يتعلق بالمبيع.

إن التطور الهائل في التكنولوجيا والمعلوماتية نتج عنه ظهور عقود جديدة في غالب الأحيان معقدة، يبرمها المستهلك عن بعد، تجعله لا يحيط علما كافيا نافيا للجهالة، ويكون الطرف الضعيف في العلاقة التجارية. وعلاجا لهذا الوضع خص المشرع الجزائري المستهلك بقانون مستقل يضم القواعد القانونية التي تهدف لحماية المستهلك وهو القانون 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[2]، وكذلك المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 المؤرخ في 2013/11/9 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

يشار في هذا الصدد أن المرسوم التنفيذي سالف الذكر جاء ليوضح كيفية تطبيق المادة 17 من القانون 09–03 حيث فصّل المشرع الجزائري في كيفيات إعلام المستهلك، محددا محتواه كوسيلة لإعلام المستهلك. كما أن بعض الفقهاء عرَّفوا الالتزام بالإعلام بأنه: «الحالة التي يفرض فيها القانون على المهني أن يشعر المتعاقد الآخر بجوهر محل العقد ومكوناته»[3].

[1]– نضال سليم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة الأردن، الطبعة 3. 2010، ص182.
[2]– ينظر: قانون رقم 09–03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
[3]– ولجي بشير، مرجع سابق، ص 90.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

إن مبدأ حسن النية في إبرام العقود يعتبر مبدءا أساسيا في الشريعة العامة، وعلى هذا الأساس نصت المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 13– 378 على أنه: «تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنها إحداث لبس في ذهن المستهلك».

يلاحظ أن هذه المادة وردت في الفصل الخامس تحت عنوان الخدمات، أين حدد المشرع بعض الالتزامات الملقاة على المتدخل كإعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان، وألزمه بأن يُحيط عـــلما المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة قبل إبرام العقد.

وطبقا للمادة 54 من هذا المرسوم، أُلزم البائع بأن يُعرف بالشركة واسمها وعنوانها وكل المعلومات المتعلقة بصاحب الشركة، والشروط العامة المطبقة على العقد.

يرى بعض الفقهاء أن هذه الحماية تعتبر من أهم الأوجه التي وفرها المشرع الجزائري للمستهلك. بحيث تمكنه من التعرف على الطرف الذي يرغب في التعاقد معه فلا يقع في شباك المحتالين وأصحاب الشركات الوهمية.

ونشير في هذا الصدد أن المرسوم التنفيذي رقم 13–378، ألزم المهني بإعلام المستهلك قبل إبرامه العقد، وتتجلى أهمية هذا الالتزام بالنسبة لمقدم العرض بأن عبء إثبات وفائه بالالتزام بالإعلام يقع على عاتقه[1]. وعند صدور القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أعاد المشرع الالتزامات نفسها الملقاة على المورد الإلكتروني، وذلك من خلال ما ورد في المادة 11 من هذا القانون، حيث ألزمه – على سبيل المثال– عند تقديمه العرض التجاري الإلكتروني أن يكون مرئيا ومقروءا بدون غموض ولا لبس، مع

[1]– ينظر: محمد حسين منصور، المسئولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص118.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

إبراز رقمه الجبائي، والعنوان الجغرافي؛ أي المقر التجاري الذي ينشط فيه وكذلك رقمه الهاتفي حتى يتسنى للمستهلك التحقق من وجوده.

ويحدد رقم السجل التجاري أو رقم بطاقته المهنية للحرفي، حتى يتسنى لمن يرغب في التعاقد عبر وسيلة الانترنت، الدخول في الموقع الخاص بالمركز الوطني للسجل التجاري، للاطلاع على قائمة الموردين المعتمدين لديه، فلا يتعاقد مع الأشخاص الخارجين عن القانون. فقد ألزم المشرع الجزائري كل من يرغب في ممارسة التجارة الإلكترونية أن يكون مسجلا لدى السجل التجاري؛ مع إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري[1].

فهي شروط ينبغي أن تتوفر في المورد الإلكتروني، بالإضافة إلى تسجيله في السجل التجاري، أو سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية، فهو ملزم بفتح ونشر موقع إلكتروني، أو صفحة إلكترونية على الانترنت، بشرط استضافته في الجزائر بامتداد "com.dz"، وقد نصت على ذلك المادة 8 من القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ويُفهم من ذلك أن المورد الإلكتروني يجب أن تكون له صفة التاجر، ويكون اكتسابها عن طريق التسجيل لدى السجل التجاري، وبذلك تكون حماية المستهلك الإلكتروني مضمونة، فلا يتعاقد مع أشخاص وهميين قد يسلبونه أمواله دون استلامه أي منتوج، وكل ذلك يصب في خانة إعلام المستهلك الإلكتروني، فيقلل من النزاعات أثناء تنفيذ بنود العقد المبرم.

ثانيا: حماية المستهلك في التشريع الفرنسي:

[1]– ينظر: المادة 9 من القانون 18–05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

أولى المشرع الفرنسي عناية كبيرة لحماية المستهلك، فوضع ترسانة كبيرة من التشريعات والنُظم الخاصة بحماية المستهلك[1]، باعتباره الطرف الضعيف في المعاملات التجارية بصفة عامة، وفي معاملات التجارة الإلكترونية بصفة خاصة، وذلك تطبيقا لما ورد في التوجيه الأوروبي لمختلف التوجيهات المتعلقة بحماية المستهلك، والقوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، التي بدأت في التطور بداية من عام 2000، فكَثُرَتْ العلاقات والتعاملات بالوسائل الإلكترونية الحديثة، مما استدعى من الدول إلى مواكبة هذا التطور الحاصل، وذلك بسن قوانين تنظم المعاملات التجارية بتلك الوسائل. فكثرةُ التعاملات المُنجزة بواسطة وسائل الاتصال الإلكترونية وعلى رأسها الانترنت، ترتب عنها ظهور مشاكل كثيرة. كلجوء المهنيين إلى الإكثار من الإعلانات التجارية عبر صفحات الويب web، والمبالغة في تقديم مزايا وبيانات قد لا تتطابق مع المواصفات الحقيقية للمنتوج أو الخدمة. إن كثرة القوانين والنظم الخاصة بحماية المستهلك، نتج عنه نظام قانوني قائم بذاته، حتى اعتبره البعض على أنه النظرية القانونية لحماية المستهلك[2].

إنّ تعدد القوانين الصادرة عن المشرع الفرنسي كان استجابة للتوجيهات الأوروبية التي صدرت بخصوص حماية المستهلك، كالتوجيه الأوروبي رقم 93–13 المتعلق بحماية المستهلك من الشروط التعسفية، التي قد تُعرض عليه من طرف المهني صاحب القوة الاقتصادية الكبيرة. ولأن شريحة المستهلكين واسعة جدا، وكذلك طبيعة العقود الإلكترونية التي تُبرم عن طريق الانترنت، فالمنتوج يوصف ويصور من خلال فيديوهات

[1]– ينظر: من بين القوانين الصادرة عن المشرع الفرنسي والتي كلها تصب في خانة حماية المستهلك، على سبيل المثال القانون الصادر عام 1963 المتعلق بالدعاية والإعلانات المضللة، القانون رقم 93–949 المتعلق بإعلام المستهلك وتنظيم جمعيات المستهلكين وتطابق وأمان المنتجات والخدمات.

[2]– ينظر: خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني 2007، الدار الجامعية مصر، ص426.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

قد تكون مُضللة، أو أن المواصفات المُبينة لا تنطبق على المنتوج في الواقع الملموس، وأن البيانات والمعلومات لا تكون واضحة بما فيه الكفاية حتى يتمكن المستهلك من الإقدام على إبرام العقد، وهو على بينة من أمره، وعلى علم كاف بكل مكونات محل التعاقد سواء مكوناته أو استعمالاته، وكذلك مدى تلبية حاجياته المرجوة من شراء ذلك المُنتج.

لذلك يجب أن يكون العرض التجاري المقدم على صفحة الأنترنت، محددا بدقة مع إظهار كل البيانات التي نصت عليها القوانين المتعلقة بحماية المستهلك الفرنسية منها أو الأوربية، وخاصة المتعلقة بالبيع عن بعد، وألزمت البائع بإثبات وفائه بإعلام المستهلك عند النزاع[1].

إن المشرع الفرنسي من خلال القانون المتعلق بحماية المستهلك، قد خصص الكتاب الأول تحت عنوان إعلام المستهلك وتطبيقات التجارة. فبخصوص إعلام المستهلك أوجب على كل من يرغب في ممارسة التجارة وإبرام عقود مع المستهلك، إعلامه بكل خصائص المبيع، وقد استدرك المشرع الفرنسي في الأمر رقم 2016–301 الصادر في 2016/03/14 تحديد مفهوم المستهلك، فعرفه على أنه: «كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تندرج في نطاق نشاطه التجاري أو الحرفي»، وألزم المهني بأن يتصل بالمستهلك ويقدم له معلومات عامة مقروءة ومفهومة، وتتمثل بالخصوص في[2]:

– الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة مع مراعاة وسيلة الاتصال المستخدمة والسلعة أو الخدمة المقدمة.

– سعر السلعة أو الخدمة وفقا للمادتين 1– 112– L و4– 112–L.

[1]– ينظر: محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ومدى حجيتها في الإثبات، منشأة المعارف مصر 2008، ص 15.

[2]– يُنظر: المادة L.111–1 من الأمر رقم 2016–301 من قانون المستهلك الفرنسي.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

– في غياب التنفيذ الفوري للعقد يحدد التاريخ أو الأجل لتسليم السلعة أو أداء الخدمة.

– المعلومات المتعلقة بهويته، عنوانه البريدي، هاتفه، وكذلك بريده الإلكتروني الخاص بنشاطه، حتى لا يقع الالتباس.

من خلال ما ورد في القانون الجزائري بخصوص حماية المستهلك، وكذلك ما ورد في التشريع الفرنسي المتعلق بحماية المستهلك، فإن كلا التشريعين ركزا على عنصرين أساسيين تستند عليهما حماية المستهلك الالكتروني بالخصوص، فإذا توفر هذان العنصران زادا من ثقة المستهلكين، وبالتالي تزدهر التجارة الالكترونية، وهما:

1 – معرفة وتحديد شخصية المورد الإلكتروني: إن معرفة هوية المورد الإلكتروني تعتبر حجر الزاوية في أية معاملة إلكترونية، ولهذا فإنّ المشرع الجزائري فرض على من يرغب في ممارسة التجارة الإلكترونية أن يفتح موقعا إلكترونيا بامتداد com.dz، وأن يوفر الموقع الخاص بالمورد كل الوسائل التي تمكن الغير من معرفة هوية المورد بكل شفافية[1].

لم يكتف المشرع الجزائري بالالتزامات التي وردت في المادة 8 من القانون 18 – 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بل فرض متطلبات أخرى تمكن المستهلك الإلكتروني من الاطمئنان إلى المورد الإلكتروني، وذلك بأن يقوم بعرض تجاري إلكتروني يبين فيه أنه عرض تجاري وأن يكون في شكل عقد موثق.

وعلى المستهلك الإلكتروني أن يقرؤه ثم يصادق عليه، وتعتبر تلك المصادقة قرينة على أنه اطلع على محتوى العرض التجاري الإلكتروني، وبالتالي عند إقدامه على إبرام

[1] – يُنظر: المادة 8 من القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المؤرخ في 10 ماي 2018.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

العقد الإلكتروني تكون إرادته صحيحة، لم يشبها أي عارض من العوارض التي تجعلها معيبة.

كما نص المشرع الجزائري في المادة 11 من القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على البيانات الواجب توفرها في العقد الإلكتروني، الذي يكون محل العرض التجاري من طرف المورد الإلكتروني[1].

أما المشرع الفرنسي فقد أخذ بكل ما جاء في التوجيه الأوروبي من توجيهات، بخصوص حماية المستهلك، فقرّر وجوب تحديد شخصية البائع، وميّز بين ثلاث حالات بخصوص مكان الموقع عبر شبكة الانترنت، وهي: إذا كان في فرنسا، أو في إحدى الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، أو كان الموقع يقع في دولة أخرى أجنبية.

يلاحظ من خلال قراءة ما ورد في التشريع الفرنسي المتعلق بحماية المستهلك، بخصوص إعلام المستهلك الإلكتروني، أن المشرع الفرنسي، وضّح الحالات التي يكون فيها الموقع الإلكتروني الناشر للعرض التجاري الإلكتروني من طرف المورد الإلكتروني، كالتالي:

– ففي حالة وجوده في فرنسا أو في إحدى الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، فإن العارض يجب إعلام المستهلك بالمكان الجغرافي للمؤسسة التي يتعامل معها، حتى يتمكن من الاستعلام منها عن طلباته[2].

– وأما بخصوص المواقع المنتشرة في الدول الأجنبية، فإن التوجيه الأوروبي أشار إلى أنه من الأفضل اللجوء إلى القوانين الوطنية لتلك الدول، حتى يستطيع المستهلك التعرف على الحلول الواردة بخصوص تنازع القوانين، ليتمكن من اختيار القانون الذي

[1]– يُنظر: المادة 11 من القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[2]– ينظر: خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 439.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

يلجأ إليه مع الطرف الآخر في حالة النزاع ويقترحه في بنود العقد أثناء المفاوضات إذا كانت ممكنة.

وفي هذا الصدد فإن المجلس الوطني للمستهلك (CNC)[1] في تقريره الصادر في 1997/12/04 ركز على موضوعين أساسيين من شأنهما مساعدة المستهلك الإلكتروني على التأكد من هوية البائع في أية دولة؛ الموضوع الأول تسهيل دخول المستهلكين على المواقع التجارية المنتشرة في الانترنت. والموضوع الثاني عرض المعلومات الخاصة بتسجيل الشركات على شبكة الانترنت[2].

يُشار في هذا الصدد أن المشرع الجزائري قد أخذ بما هو معمول به في الاتحاد الأوروبي والتشريع الفرنسي، أين فرض على من يرغب في ممارسة التجارة الإلكترونية بعد فتحه لموقع إلكتروني، أن يُودعه في مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، وهذا الأخير ملزم بنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية[3].

2 – إعلام المستهلك الالكتروني بخصائص السلعة أو الخدمة والشروط العامة للبيع: للاطلاع على الالتزامات المفروضة على المورد الإلكتروني بخصوص السلع والخدمات المقدمة في العرض التجاري الذي يسبق إبرام العقد، فقد شملت كل الجوانب المتعلقة بالمبيع كطبيعته وخصائصه والأسعار المقترحة، وآجال التسليم وكيفياته،

[1]– C : Conseil, N : National ; C : **C**onsommateurs

[2]– ينظر: خالد ممدوح إبراهيم، المرجع نفسه، ص 440.

[3]– يُنظر: الفقرة 2 و3 من المادة 9 من القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

والشروط المتعلقة بالضمان وخدمات ما بعد البيع، وشروط العدول وآجاله عند الضرورة[1].

في التشريع الفرنسي ألزم التاجر الالكتروني الذي يعرض منتجاته عبر الانترنت أن يحدد كل الخصائص الضرورية للسلعة أو الخدمة المعروضة من سعر ورسوم وضرائب وغيرها من المعلومات العامة.

وكذلك التوجيه الأوروبي ألزم التاجر الالكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بكل المعلومات في وقت مناسب قبل إقدامه على إبرام العقد، وتكون كل المعلومات واضحة لا تشتمل على أي غموض، بحيث تظهر في صفحة الويب، على شاشة الكمبيوتر كل البيانات المتعلقة بطرق الدفع والتسليم الذي حدده التوجيه الأوروبي الصادر في 20 مايو 1997 بثلاثين (30) يوما كحد أقصى.

أما المشرع الجزائري فقد عالج موضوع إعلام المستهلك الالكتروني، الذي يعتبر أهم ركيزة عند إبرام العقود الإلكترونية، ليُحصّن العلاقات التجارية فتكون أكثر استقرارا.

فيؤدي ذلك إلى ازدهار وتطور التجارة الإلكترونية، عندما تكون وسائل حماية المستهلك الإلكتروني فعّالة سواءً القانونية أو التقنية لتوفير المناخ المناسب لإقبال

[1] – يُنظر: المادة 11 من القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

المستهلكين على الانخراط في هذا النوع من التجارة الحديثة. كما أشار المشرع الجزائري إلى بعض الجوانب الحمائية الأخرى كالإعلان الإلكتروني، وحق العدول، وحق المستهلك في إرجاع المنتوج عند تأخر التسليم، والحماية من الشروط التعسفية...

في الأخير يجب الإشارة إلى أن ضعف البنية التحتية المرتبطة بعالم الانترنت، سواء تعلقت بالكهرباء أو الاتصالات الهاتفية، وكذا قدرة التدفق المرتبطة بخدمة الانترنت، وارتفاع سعر الاشتراك في خدمة الانترنت، وكذلك المنظومة المصرفية المتخلفة بسبب البيروقراطية، تجعل من تطوير التجارة الالكترونية في الوقت الراهن مهمة صعبة في بلادنا.

يمكن القول في ختام هذا المقال أن المشرع الجزائري – بالرغم من تأخره في إصدار القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الالكترونية– أنه أورد قواعد قانونية كثيرة تصب في مصلحة المستهلك الإلكتروني وتعطيه الثقة اللازمة للإقبال على هذا النوع من التجارة، التي تعتبر من سمات العصر الحديث، لكن يبقي وعي المستهلك بالمطالبة بحقوقه وانخراطه في الجمعيات التي تُعني بحماية المستهلك للضغط على المهني ليوفي بالتزاماته. فالمشرع الجزائري أخذ من التوجه الأوروبي بخصوص حماية المستهلكين، وكذلك من التشريع الفرنسي الذي سن قوانين كثيرة كلها تنصب على الجوانب المتعلقة بحماية المستهلك الالكتروني. لكن تطبيقها على أرض الواقع مازال ضعيف جدا لأسباب مختلفة.

الخاتمـــة:

في ختام هذا البحث نرى أن مصطلح "المستهلك الالكتروني" حديث النشأة، إذ ظهر مع التجارة الالكترونية، ولم تعرّفه جُل القوانين تاركة ذلك للفقه، إلا أن المشرع الجزائري عرّفه في القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، وقد تبين من خلال المحور الأول أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الموسع عند تعريف المستهلك، مقارنة

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

بالتشريع الفرنسي الذي أخذ بالمفهوم الضيق في بعض الأحيان، وبالمفهوم الموسع أحيانا أخرى. وعليه فإن التشريعات القانونية ألزمت المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني، باعتبار أن الالتزام بالإعلام يُعد أساس التعاقد الصحيح، الذي يجعل الإرادة سليمة من جميع عيوب الرضا، ويؤدي ذلك إلى استقرار المعاملات في التجارة الإلكترونية وازدهارها، وصولا إلى بيئة رقمية خالية من الورق، ولا يتأتى ذلك إلا بحماية المستهلك سواء بواسطة منظومة قانونية متطورة وفعالة أو بحماية التعاملات الإلكترونية بوسائل تقنية متطورة تجعل المستهلك يثق في استخدام الوسائل الإلكترونية المختلفة.

قائمة المراجع:

أولا: النصوص القانونية

1- الأمر رقم 75–58 المؤرخ في 26سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم.

2- القانون رقم 04–02 مؤرخ في 23 يونيو2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

3- القانون رقم 9–03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

4- قانون رقم 18–05 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

5- الأمر رقم 2016–301 مؤرخ في 14مارس 2016 المتعلق بحماية المستهلك الفرنسي.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:977–1000 تاريخ النشر:21–10–2021

6- مرسوم تنفيذي رقم 13–378 مؤرخ في 9–11–2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

ثانيا– الكتب:

1- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الجديدة للنشر مصر، 2008.

2- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2007.

3- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، مصر، 2008.

4- محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ومدى حجيتها في الإثبات، مصر، 2008.

5- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009.

ثالثا: الرسائل الجامعية

1- أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه جامعة تيزي وزو.

2- عبد الله ديب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني– دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح فلسطين.

3- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير جامعة قسنطينة 1.

4- قادري هنية، حماية المستهلك بين القواعد العامة والقواعد المتخصصة، مذكرة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة 2016/2015.