

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة ماستر

الميدان : الحقوق والعلوم السياسية
الفرع:حقوق
التخصص: قانون أعمال
رقم:

إعداد الطالبان:
عريف عبد الحق
هيشار عبد الحليم
يوم: 2024/07/02

ضمانات التجارة الإلكترونية في الجزائر

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة بسكرة	أستاذ	بوضياف عبد المالك
مشرفا ومقررا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر/أ	سقني صالح
مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ مساعد	بركات عبد اللطيف

السنة الجامعية: 2023 - 2024





شكر وعرفان

قال تعالى: "فله الحمد رب السموات و رب الأرض رب العالمين (36) و له الكبرياء

في السموات و الأرض و هو العزيز الحكيم (37)". (الجاثية)

نحمد الله تعالى على توفيقه لنا للإنجاز هذه المذكرة .

كما يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم معنا في إنجاز هذا البحث، سواء

من بعيد أو من قريب.

و نخص بالذكر الدكتور الأستاذ القدير " **سقني صالح** " ، المشرف على بحثنا،

و الذي لم يبخل علينا بنصائحه و توجيهاته ، ولم يتأخر في تقديم آرائه الصائبة إلى

غاية إنجاز هذا العمل.

وكما لا يفوتنا أن نتقدم بخالص التشكرات إلى كل الأساتذة الذين ساهموا في تكويننا

على مدار سنوات الدراسة وإلى كل الطاقم الإداري لكلية الحقوق - شتمة -

بجامعة محمد خيضر بسكرة

الطالبان: عريف عبد الحق

هيشار عبد الحليم

الإهداء

لقد كانت رحلة دراستي مليئة بالتحديات والصعاب والتعب.
الحمد لله أتممت مساري الدراسي وأهم الأشياء هي أن أهدي تخرجي
إلى " **الوالدين العزيزين** " اللذان حصدا الأشواق عن دربي ليمهدا لي طريق العلم.
ولم يدخرا أي جهد وضحيا بالغالي والنفيس لوصولي إلى غايتي ومبتغاي.
فأرجو من الله أن يديم عليهما نعمة الصحة والعافية وان يبارك في أعمارهما. كما لا
يفوتني أن أهديه :

إلى الزوجة الكريمة و إلى أولادي الأعزاء
وإلى أخوتي الأعزاء على قلبي
* لكم مني كامل تحيات الحب والتقدير والإجلال *

الطالب: عريف عبد الحق

الإهداء

بعد مسيرة دراسية حملت في طياتها التعب والفرح ، ها أنا اليوم أقف على عتبت تخرجي
فالحمد لله على فرصة البدايات وبلوغ النهايات .

أهدي نجاحي إلى من أحمل أسمه بكل فخر ، إلى من سعى طوال حياته لتكون أفضل منه
، إلا من دعمني بلا حدود و أعطاني بلا مقابل "أبي الغالب" .

إلى التي ساندتني وألهمتني لمواصلة مسيرتي وسهلت لي الشدائد بدعائها ، إلى السراج
الذي أنار لي الطريق وفي هذا اليوم قد حققته لها حلمها "أمي الغالية" حفظها الله .

وإلى الزوجة الكريمة و أولادي الأعزاء

وإلى أخواتي و إلى كل أقاربي وكل من يعرفني من قريب وبعيد

وإلى كل الذين تشاركنا لحظات التعب والفرح ولكل من كان لي سندا في هذا الطريق
اهديهم هذا الانجاز وثمره نجاحي .

وها أنا اليوم أتممت أول ثمراته راجيا من الله تعالى أن ينفعني بما علمني ، وأن يعلمني ما
أجهل ويجعله حجة لي لا علي .

الطالب: هيثار عبد الحليم

في العصر الرقمي الحديث، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للمستهلكين حول العالم، حيث تتيح لهم الوصول إلى مجموعة واسعة من السلع والخدمات بكل سهولة وسرعة. ومع هذا التوسع السريع في مجال التجارة الإلكترونية، تبرز الحاجة الملحة لتوفير حماية فعالة للمستهلكين الذين يواجهون تحديات جديدة تتعلق بالخصوصية، والأمان، والشفافية. في هذا السياق، تسعى الجزائر جاهدة لمواكبة هذا التطور العالمي من خلال تبني إطار قانوني وتنظيمي متين يهدف إلى صون حقوق المستهلكين وضمان تعاملات تجارية عادلة وشفافة في البيئة الإلكترونية.

شهد المشهد القانوني في الجزائر تحولات ملحوظة تستهدف تعزيز حماية المستهلك الإلكتروني، وذلك من خلال سن تشريعات جديدة وتعديل القوانين القائمة لتناسب مع متطلبات العصر الرقمي. تسعى هذه الجهود إلى خلق بيئة تجارية إلكترونية آمنة ومزدهرة، تضمن حقوق المستهلكين وتحفز النمو الاقتصادي في البلاد. ومع ذلك، يبقى تنفيذ هذه القوانين وتطبيقها بفعالية تحديًا رئيسيًا يتطلب تضافر الجهود بين الجهات الحكومية، والمؤسسات الخاصة، والمجتمع المدني.

أولاً: أهمية الدراسة

تبرز أهمية الموضوع إلى محاولة التعريف بالضمانات والآليات المسطرة لحماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر وذلك لضمان حقوق المستهلكين وتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية. توفر هذه الآليات إطارًا قانونيًا يحمي المستهلكين من الغش والاحتيال، مما يعزز الأمان في التعاملات الرقمية. كما تسهم في دعم الاقتصاد الوطني من خلال تشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على التوسع في الأسواق الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، تضمن التوافق مع المعايير الدولية، مما يعزز من سمعة الجزائر ويسهم في جذب الاستثمارات الأجنبية. هذه الحماية الشاملة تضمن بيئة تجارية إلكترونية مستدامة وآمنة.

ثانيا:أسباب إختيار الموضوع

من الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع لكونه يتحدث عن العقود الإلكترونية والتي انتشرت بشكل واسع في السنين الأخيرة وأصبحت ذات أهمية كبيرة بل تجاوزت أهميتها العقود التقليدية وهذا سبب جوهري لكون مثل هذا البحث يلامس الواقع المعاصر والحديث والذي يعني كل شخص مقبل على العقود الإلكترونية وكذلك ما دفعنا إلى التطرق إلى هذا الموضوع بالخصوص رغبتنا في الوقوف على آخر المستجدات ومدى تطور النصوص القانونية والتشريعات التي قررها المشرع الجزائري في مجال التجارة الإلكترونية.

ثالثا:الهدف من الدراسة

يتمثل الهدف الأساسي من هذه الدراسة في تسليط الضوء على الضمانات المتوفرة لحماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، من خلال استعراض القوانين والتشريعات الحالية، والآليات التنظيمية المتبعة،

تعد حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر نتاج جهد متكامل بين السلطات التشريعية والتنظيمية، لضمان بيئة تجارية إلكترونية آمنة وشفافة. ومن خلال هذه الضمانات الشاملة التي تغطي كافة مراحل عملية الشراء الإلكترونية، تسعى الجزائر إلى تعزيز ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية، ودعم نمو هذا القطاع الحيوي بما يساهم في التنمية الاقتصادية المستدامة. من خلال هذه الدراسة، نسعى إلى تقديم رؤية شاملة ومتكاملة حول حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، مع التركيز على النجاحات المحققة والتحديات القائمة، بهدف تعزيز الجهود الرامية إلى تحسين البيئة التشريعية والتنظيمية، بما يحقق مصلحة المستهلكين ويسهم في ازدهار التجارة الإلكترونية في البلاد. إن تحقيق هذا الهدف يتطلب تعاونا مستمرا بين جميع الأطراف المعنية، لضمان مستقبل آمن وموثوق للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

رابعاً: الدراسات السابقة

وتعد الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية في البحث العلمي، ولا يتم ذكرها فقط لأن لها علاقة بالموضوع المدروس أو من باب الذكر فقط، وإنما أيضاً من أجل الاستفادة من الناحية النظرية ومن الناحية المنهجية.

ومنه دراسات شديدة الصلة والارتباط بالبحث الحالي والتي سيستفاد منها في بلورة المشكلة أو تأكيدها، كما سيستفاد من نتائجها في تحميل نتائج البحث الحالية، ونقصد بالدراسات السابقة بأنها البحوث والدراسات قام بإجرائها باحثون آخرون في الموضوع أو الموضوعات المشابهة.

الدراسة 01: دراسة عمرون وسام و بعوط لزهر سنة 2003، وهي دراسة حول: أهم العراقيل التي تحد من ممارسة وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر ، الملتقى الدول حول التجارة الالكترونية - بين موقف الفقه الاسلامي والتنظيم القانوني. بجامعة 8 ماي 1945، قالمة.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهم العراقيل والعوائق التي تحد من تطور وتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر، تم الاعتماد في هذه الورقة البحثية على المنهج الوصفي والتحليلي من خلال تقديم تعاريف ومفاهيم تخص الدراسة أيضاً تقديم تحليل للاحصائيات للبنية التحتية والتقنية للتجارة الالكترونية في الجزائر للفترة (2015-2021).

وتم التوصل من خلال هذه الورقة البحثية لمجموعة من النتائج أن سبب عدم تطور التجارة الالكترونية في الجزائر راجع لمجموعة من العراقيل أهمها تلك المتعلقة بالعوائق القانونية والتشريعية التقنية والمصرفية،

وكما تم طرح توصيات في هذه الورقة البحثية بضرورة تطوير البنية التحتية الرقمية والتقنية وتطوير أنظمة الدفع الالكتروني التي تعتبر أهم حلقات تطوير وتطبيق التجارة الالكترونية بالإضافة إلى وضع حيز قانوني وتشريعي ينظم التجارة الالكترونية في الجزائر.

الدراسة 02: دراسة سفيان ذبيح سنة 2022، وهي دراسة حول: شروط ومتطلبات ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر وفق القانون رقم 05-18 وأثرها على استقرار المعاملات التجارية الالكترونية والتنمية، ملتقى وطني حول النظام القانوني للمعاملات الالكترونية الرقمية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية في التشريع الجزائري بتاريخ: 16/05/2022م، جامعة المسيلة الجزائر.

حيث تناولنا في هذه المداخلة دراسة شروط ومتطلبات ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر وفق القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية؛ حيث سلطنا الضوء من خلالها على الشروط والمتطلبات التي وضعها المشرع الجزائري لممارسي هذا الصنف من التجارة وذلك بهدف الوقوف على كيفية معالجته وضبطه لمختلف المسائل المتعلقة بالتجارة الالكترونية ومدى توفيقه في ذلك. هذا وقد حاول من خلال المداخلة هاته الإجابة على إشكالية تتمحور حول أثر هذه الشروط والمتطلبات على استقرار المعاملات التجارية الالكترونية وكذا دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، هذا وقد اعتمد في هذا البحث هذا على كل من المنهجين الوصفي والتحليلي وكذا الاستقرائي.

خامسا: إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق ذكره تبرز إشكالية ضمانات التجارة الإلكترونية وآليات حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر وتتجلى في التحديات التي تواجه توفير بيئة آمنة وموثوقة للتعاملات الرقمية. بالرغم من التقدم الذي تحقق في هذا المجال، لا تزال هناك عدة قضايا تتطلب المعالجة العاجلة لضمان حماية فعالة للمستهلكين. لذا نطرح السؤال التالي:

ما هي الضمانات القانونية التي أرساها المشرع الجزائري في التجارة الالكترونية ؟

سادسا: المناهج المتبعة في الدراسة

وللإجابة على هذه الإشكالية والتعرف على الموضوع أكثر ومحاولة التفصيل فيه فقد أتبعنا المنهج التحليلي وذلك حين قمنا بتحليل هذه الضمانات القانونية المقررة في التجارة الإلكترونية وكذلك حاولنا تحليل المواد القانونية الخاصة بالضمانات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية.

سابعا: خطة الدراسة

للإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين من خلال مراحل الضمانات القانونية حسب العقد المبرم وهي كالتالي:

الفصل الأول يتناول الضمانات قبل وأثناء إبرام العقد الإلكتروني ، وبدوره قسم إلى مبحثين حيث جاء المبحث الأول تحت عنوان الضمانات القانونية قبل إبرام العقد والمبحث الثاني عنوان بالضمانات القانونية أثناء إبرام العقد الإلكتروني، وأما **الفصل الثاني** يتناول الضمانات بعد إبرام العقد الإلكتروني، وقمنا بتقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، وأما المبحث الثاني فجاء تحت عنوان الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني.

الفصل الأول

الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني قبل واثثناء نشأة العقد

ضمانات حماية المستهلك في البيئة الإلكترونية أصبحت أمرًا بالغ الأهمية في العصر الحديث، حيث يتزايد التفاعل التجاري عبر الإنترنت بشكل ملحوظ. هذه الضمانات تسعى إلى تعزيز الثقة بين المستهلك والمنصة الإلكترونية، وتعزيز الحماية للمستهلكين خلال تجارتهم الإلكترونية، مما يعزز التفاعل التجاري الصحيح والمسؤول عبر الإنترنت.

يعتبر العقد الإلكتروني أداة رئيسية للتفاعل بين الشركات والمستهلكين على الإنترنت. ومع ذلك، تواجه المستهلكين تحديات فريدة فيما يتعلق بحماية حقوقهم وضمان استحقاقهم للخدمات والمنتجات التي يفتنونها. لذلك عزم المشرع على استحداث ضمانات واليات قانونية ، شملت مراحل إنشاء وتنفيذ العقد بدءا بالمرحلة السابقة على إبرامه ونشأته ، مروراً إلى تنفيذه وهو ما سنقوم بدراسته:

المبحث الأول : الضمانات القانونية قبل إبرام العقد:

ساهمت الشبكة المعلوماتية في تسهيل عمليات الاتصال وما ينجر عليها مثل التجارة الإلكترونية وإبرام العقود المختلفة كالبيع والإيجار وأصبح التبادل الإلكتروني يضاوي إلى حد كبير التبادل التجاري العادي فقد أصبح مستخدم شبكة الانترنت كأنما يدخل سوق عادية عندما يفتح حساب من حساباته على أحد المواقع التواصل الاجتماعي لذلك اهتم المشرع بتعزيز الثقة بين المتعاملين في العقد الإلكتروني نظرا لطبيعته المتميز على العقد العادي وكل ذلك رغبة من المشرع في تسهيل وزيادة التعاملات التجارية الإلكترونية وقد نشأ على هذا الاهتمام والعناية استحداث قواعد قانونية تقوم بحماية المستهلك ولم تقتصر هذه القواعد على إبرام العقد وتنفيذه فقط بل شملت المرحلة السابقة على أبرام العقد وهو ما سنقوم بدراسته من خلال هذا البحث أولاً حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية (المطلب الأول) ثم تفعيل حق المستهلك في الإعلام (المطلب الثاني)

المطلب الأول : حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلانات التجارية

يعتبر الإعلان التجاري أحد الأنشطة التسويقية الهامة و ميزة من ميزات العصر الحالي ، و لون من ألوان المعرفة الإنسانية . حيث أصبح الإعلان يحاصرنا في سيرنا و توجهاتنا حيث نرى و نستقبل العديد من الإعلانات عبر مختلف وسائل الاتصال من شاشة التلفاز ، شبكة الانترنت ، الهاتف .. ويعتبر الإعلان الإلكتروني أفضل طريقة لجذب المستهلكين و التواصل معهم عبر شبكة الانترنت ، حيث يعرض على المستهلك العديد من الرسائل الإلكترونية إلا أن المستهلك يختار منها ما يتوافق مع ميوله و رغبته و اهتماماته لكي يقدم على التعاقد الإلكتروني كل هذا ينبغي لنا دراسته من خلال بيان ماهية الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك (الفرع الأول) ثم التطرق للطبيعة القانونية للإعلانات التجارية الإلكترونية (الفرع الثاني)

الفرع الأول : مفهوم الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك

لدراسة الجزئية الخاصة بالإعلان الإلكتروني بشكل أعمق، يتعين علينا تحليل مفهوم الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك، الذي يشكل جزءًا من مطالبنا. يتجلى هذا المفهوم في عقد يجمع بين المعلن ووكالة الإعلان، ويتم تنفيذه عبر الإنترنت أو وسائل إلكترونية أخرى. ينبثق هذا العقد من تبادل الإرادة بين الطرفين، ويعتبر عقدًا رضائيًا لعدم وجود شكل محدد أو تنظيم قانوني خاص به. من المهم تقسيم هذا المفهوم إلى جوانب ، مثل تعريف الإعلان الإلكتروني وتمييزه عن المصطلحات المشابهة، بالإضافة إلى استعراض الجوانب القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني .

أولاً: مفهوم الإعلان التجاري الإلكتروني:

يعتبر الإعلان التجاري الإلكتروني مصطلحاً بحاجة إلى تحديد مفهومه نظراً لحدوثه، وكثرة استعماله، لذا سيتم التطرق للتعريف الفقهي (1) والتعريف التشريعي (2)

أ-1- التعريف الفقهي للإعلان التجاري : ذهب العديد من الفقهاء إلى تعريف الإعلان من الناحية الاقتصادية، ويقصد به أنه عملية اتصال غير شخصية من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنًا لتوصيل معلومات معينة إلى فئة من المستهلكين، حيث يفصح المعلن عن شخصيته في الإعلان¹. بينما اعتمد آخرون من الفقهاء في تعريفهم للإعلان من الناحية القانونية، فعرفوه على أنه: كل وسيلة معلومات موجهة إلى العميل المحتمل ليكون رأيه حول النتائج التي يمكن توقعها من السلعة أو الخدمة المقترحة عليه. ومما يلاحظ على هذا التعريف أنه حصر الإعلان في وسيلة محددة، كما لم يبين الهدف من الإعلان وهو جذب المستهلكين للتعاقد²، كما أن هناك من عرفه على أنه : "وسيلة تهدف إلى التأثير النفسي على

¹ كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر 2016، ص 114

² المرجع نفسه، ص 115

المستهلكين تحقيقا لغايات تجارية يفترض فيه التكرار والإلحاح وتبسيط الفكرة على المتلقي، باستخدام كل ما من شأنه إلهاء الخيال وجذب العين وإطراء الأذن في نفس الوقت الذي يتم فيه إظهار محاسن المنتج أو الخدمة بقصد حث المستهلك وتحريضه على الاستهلاك¹.

أ-2- المفهوم التشريعي للإعلانات التجارية الإلكترونية:

أما التوجيه الأوروبي المتعلق بالإعلانات المضللة رقم 450 الذي اعتمد سنة 1984 و المعدل بالتوجيه الأوروبي رقم 55 في عام 1997 لكي يشمل الإعلانات المقارنة . فقد عرف الإعلان في المادة 2/1 بأنه : " كل شكل من أشكال الإتصال الذي يتم في سياق النشاط التجاري ، الصناعي و الحرفي أو المهني من أجل تشجيع توريد السلع و الخدمات بما فيها السلع العقارية و الحقوق و الواجبات ، و قد عرفه المشرع الجزائري بمقتضى المادة 2/8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم²، تحت مصطلح الإشهار بأنه : " جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية ."

لم يحدد المشرع الجزائري من خلال نص المادة الذكور الوسائل التي يتم بها الإعلان ، و لكن اكتفى بالقول أنه يتم بإسناد بصرية أو سمعية بصرية .

وبالتالي يمكن أن يدخل ضمنها الإعلان الإلكتروني الذي يتم عبر شبكة الأنترنت ، ذلك أن مفهوم نص المادة جاء موسعا و بالتالي يسمح بإدخال أي وسيلة أخرى تظهر مستقبلا بفعل التطور التكنولوجي ، هذا مع ملاحظة أن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

¹ عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني،(اطروحة لنيل درجة الدكتوراه ،تخصص قانون خاص داخلي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو) ، 2018 ، ص 118

² مرسوم تنفيذي رقم 30 مؤرخ في 30 يناير 1990 ، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، جريدة رسمية عدد 5 صادرة بتاريخ 31 يناير 1990 معدل و متمم

الغش المعدل و المتمم¹ خاليا من أي تعريف للإعلان بل أنه لم يتعرض لموضوع الإعلان التجاري و لكنه عرف الإشهار بمقتضى القانون -04 02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم² حيث عرفت المادة 03/3 منه الإشهار بأنه : " كل إعلان يهدف مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة". ومن جهة أخرى عرف المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي 13-378 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك³ الادعاء بموجب المادة 13 منه بأنه: " كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه و خصائصه الغذائية ، عند الاقتضاء و طبيعته و تحويله و مكوناته أو كل خاصية أخرى. و كذلك عرف الإشهار الإلكتروني في المادة 06 في فقرتها السادسة من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بقوله: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁴.

أما بالنسبة للتشريع الفرنسي فيظهر مفهوم الإعلانات بصورة غير مباشرة في القانون الفرنسي بمقتضى المادة 1-121 من قانون الاستهلاك فهذه المادة تحظر بدون تحديد العروض المضللة ، سواء شمل التضليل طبيعة السلعة أو تكوينها ، الأنواع ، الأصل ، الكمية و شروط

¹ قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15 صادر بتاريخ 8 مارس 2009 ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، جريدة رسمية عدد 06، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018

² قانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، جريدة رسمية عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004 ، المعدل والمتمم بالقانون 10_06 المؤرخ في 15 أوت 2010 ، جريدة رسمية عدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010

³ مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، جريدة رسمية عدد 58 ، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013

⁴ قانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 ، المتضمن قانون التجارة الإلكترونية ، جريدة رسمية عدد 28 ، المؤرخة في 16 ماي 2018

البيع للسلع أو الخدمات الخاصة للإعلان و شروط استخدامها و النتائج التي يمكن أن تتوقع من استخدامها و أنماط من طرق بيع أو تقديم الخدمات في نطاق الالتزامات التي تعهد بها المعلن و الهوية من صفات أو قدرات المنتجين و الموزعين ، المروجين أو مقدمي الخدمات. فكل تلك المادة تقدم مفهوما لشكل الإعلانات المضللة أو الكاذبة و بمفهوم المخالفة تعطي تصورا لشكل الإعلانات النزيهة (أو ما يجب أن تكون عليه)¹.

ومما سبق يتضح لنا أن للإعلان التجاري عنصرين أولهما مادي و يتمثل بأدوات الإعلان أو ما يسمى بوسائل الإعلان وثانيهما معنوي يتمثل بالهدف من الإعلان التجاري و هو بطبيعة الحال تحقيق الربح.

ثانيا: عناصر الإعلان التجاري الإلكتروني:

إن للإعلان التجاري عنصران مادي ومعنوي يقصد بالعنصر المادي كل فعل أو نشاط أو كل استخدام لأداة تعبير تدرك بالحواس، ويفترض في الإعلان استخدام أداة من أدوات التعبير التي يتم اختيارها من بين الوسائل المتاحة أمام المعلن. وتتنوع وسائل الإعلان التجاري إلى إعلانات مكتوبة أو مقروءة تتمثل في الصحف والمجلات وإعلانات سمعية مرئية كالانترنت والتلفاز والراديو أو ثابتة كاللافتات الإعلانوية والألواح الضوئية والملصقات الجدارية وغيرها من الأساليب المستخدمة لجذب انتباه الجمهور². وتعد الانترنت من أهم وأبرز وسائل الإعلان عن المنتجات والخدمات في الوقت الحاضر حيث لجأت إليه العديد من الشركات للإعلان عن

¹ كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق ، ص 103-104

² عبد الفضيل محمد احمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، بدون سنة نشر، ص17.

منتجاتها وخدماتها، كونه يقدم لناشري الإعلانات والمستهلكين وسطا إعلانيا إلكترونيا يفرق بكثير ميدان الإعلان التقليدي¹.

أما العنصر المعنوي في الإعلانات التجارية يقصد به تحقيق الربح والكسب المادي وهو ما يعبر عنه بالترويج للمنتجات والخدمات بغية تشجيع المستهلكين على طلبها، فالإعلان يستثير المستهلك ويدعوه إلى الإقبال على المنتجات والخدمات محل الإعلان وهذا القصد أي قصد تحقيق الربح وهو السمة المميزة للإعلان التجاري والتي تميزه عن غيره من النظم كالإعلانات التي تقوم بها وزارة الصحة في المحافظة على الصحة والسلامة في المجتمع أو الوقاية من أمراض معينة، أو الإعلان بالمعنى القانوني الذي يوجبه القانون في بعض الحالات كالإعلان عن تأسيس شركة مثلا. والإعلان التجاري الإلكتروني الموجه للمستهلك هو عبارة عن عقد مبرم بين طرفين أحدهما المعلن وثانيهما وكالة الإعلان وهو بذلك يصنف ضمن قائمة العقود المبرمة عن طريق الانترنت وهو ينشأ في ذلك شأن سائر العقود بتبادل التعبير عن إرادتين متطابقتين لكل من المعلن وشركة الإعلانات وهو بالتالي يصنف من العقود الرضائية بحيث لا يشترط شكل معين لإبرامه².

ثالثا : شروط الإعلانات التجارية

إن حق المستهلك في تلقي الإعلان باعتباره من أهم الوسائل المناسبة التي من خلالها يحصل المعلومات والبيانات لتسويق المنتجات والسلع و الخدمات، ولكن قد يتجاوز الإعلان هذا الدور المشروع ليصبح إعلان مضلل من طرف مروجي الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة، فيشكل خطرا على المستهلك ولحماية هذا الأخير يجب أن يتوفر شرطان أساسيان في الإعلان التجاري.

¹ سلوى العوادلي، الإعلان المضلل وحماية حقوق المستهلك دراسة ميدانية وتحليلية - مجلة الأمن، جامعة القاهرة، مصر

2010، ص 137

² خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)، ط2، الدار الجامعية القاهرة ،الإسكندرية ، 2011 ، ص112

أ- وضوح الإعلان التجاري الإلكتروني

إن البيانات والمعلومات عن السلعة أو الخدمة المعروضة التي يتضمنها الإعلان الإلكتروني يشترط أن تكون كافية واضحة¹ غير غامضة والتي تحقق إرادة مستتيرة للمستهلك قبل الإقبال على إبرام العقد ومساعدته على إتمام التعاقد.

لقد نص المشرع الفرنسي الصادر عام 1986 والمتعلق بوسائل الإعلام السمعية والبصرية والذي يطبق على خدمات الانترنت إن رسائل الإعلانات التي تداع بواسطة الوسائل المبينة في هذا القانون - ومنها الإنترنت يجب أن تكون محددة وواضحة².

ب- أن لا يكون الإعلان خادعا أو مضللا

مما لا شك فيه انه يستوجب أن لا ينطوي الإعلان على الكذب " أو التضليل"³، يقصد بالإعلان الخادع المضلل الإعلان المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط وخداع فيما تعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج⁴.

¹ تتفق القوانين الوطنية والتوجيهات الأوروبية ، وكذلك القواعد التي وضعتها الهيئات والتنظيمات المتعلقة بالإعلانات التجارية عبر شبكة الانترنت في إطار التنظيم الذي يضعه المتعاملون في الإعلانات التجارية لهذه الإعلانات في ضرورة تحديد محتوى الرسالة الإعلامية ، حماية للمستهلكين من أي غموض أو نقص قد يستغله المعلنون ، فضمامنا لسلامة الرضا الذي يصدره المستهلك وعدم اعتباره مشوبا بالغش أو بالتدليس ، بات من الضروري أن يكون الإعلان واضحا في كل تفصيلاته، وبصفة خاصة التي قد تؤثر في قرار المستهلك في الشراء. يجب على المعلنين أن يوضحوا كل ما يتعلق بإعلاناتهم وبياناتهم بشكل صريح في الإعلانات، وإلا يركزوا فقط على بعض العبارات التي تكشف وتترجم هذه الادعاءات فيجب والحال كذلك أن يأخذوا في اعتباراتهم الإعلان مجملته بما يتضمن إن عبارات مكتوبة وأرقام وغيرها. انظر شريف محمد غنام ، النظام القانوني للإعلانات عبر شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، 2008 ، مصر، ص 53 وص 59

² خالد ممدوح إبراهيم ، المرجع السابق، ص 431 ص 432

³ ومن الممكن أن يكون العنصر المضلل في الرسالة الإعلامية نصا أو صورة أو صوتا، ولا يقتصر التضليل على ذكر - بيانات تخالف الحقيقة في مضمون الإعلان وإنما قد يتمثل في طريقة تقديم المعلومات إلى الجمهور. انظر شريف محمد غنام مرجع سابق ص 68

⁴ خلوي (عنان) نصيرة ، الحماية القانونية عبر الانترنت ، (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الماجستير فيا لقانون كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي وزو ص 13

وقد عرف توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 بالمادة الثانية منه الإعلان المضلل أو الخادع بأنه " أي إعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقته على أي تضليل ، أو قد يؤدي إلى تضليل لهؤلاء الذين يوجه ، أو يصل إليهم الإعلان "كما نصت المادة الثالثة" من التوجيه السابق على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية المعلن عنها¹، وقد أشار المشرع الجزائري إلى حظر الإعلان الخادع أو الكاذب بموجب المادة 56 من المرسوم التنفيذي المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك والتي نصت " تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك"².

بالنسبة للإعلانات الإلكترونية سواء عن طريق الويب أو الرسائل عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف المحمول أو غيرها فإنها تعتبر مصدر لخطورة حقيقية على توجيه إرادة المستهلك في التجارة الإلكترونية، بشكل يلفت انتباهه ويغريه ويجذبه إلى البضائع المعروضة على الموقع التجاري ، ومن ثم فإن القوانين الإلكترونية تمنع الإعلان الكاذب أو الخادع أو المضلل في الرسالة الإعلانية أو البصرية أو الاثنين معا ، في الخدمات الرقمية وغير الرقمية بشتى الوسائل الإلكترونية³.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلانات التجارية الإلكترونية

تجدر الإشارة بأنه قد اختلفت الآراء حول الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه للمستهلك عبر شبكة الانترنت فهناك من يرى بأنه إيجاب لإقناعه وتحفيزه لإبداء الرغبة في

¹ خلوي (عنان) نصيرة ، نفس المرجع، ص 14

² المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 مؤرخ في 05 محرم الموافق ل 09/11/2013 (ج ر ، ع 55 مؤرخة في 08 نوفمبر 2013)

³ بلحاج العربي ، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة) ، دار وائل للنشر ، 2010 ص 83

التعاقد والاتجاه الثاني يرى أن الإعلان عند إبداء الرأي يعتبر دعوة للتعاقد ، لا يعد الإعلان الموجه للمستهلك عبر شبكة الانترنت إيجاباً وإنما دعوة للتفاوض أو التعاقد¹.

على ذلك فإنه لكي يعتبر العرض الموجه إلى الجمهور إيجاباً ، يجب أن يكون محدد للسلعة تحديداً نافياً للجهالة وأن يحدد الثمن والعناصر الأساسية للتعاقد وأن فإن الأمر لا يعدو أن يكون مجرد دعوة للتعاقد ، أي أنه يجب أن يعبر الإيجاب عن إرادة باتة ونهائية في التعاقد ، بمعنى أن تتجه نية الموجه إلى إبرام العقد في الحال إذ ما صادفه قبول مطابق ، ويجب أن يكون الإيجاب خالياً من أي لبس أو غموض وأن يكون محدد بشكل كاف².

إذن نستنتج أن الإعلان الموجه يعد إيجاباً إذ تم التعبير عن إرادة الموجه في إبرام العقد عند اقترانه بقبول مطابق أما الدعوة إلى التعاقد فهي أخذ وعطاء كمرحلة تفاوضية يجوز الرجوع عنها دون أن ترتب مسؤولية إلا في حالة أن كان الرجوع اقترن بخطأ فعنصر التميز بينهما هو وجود أو عدم وجود النية القاطعة في الارتباط بالعرض والكشف عن هذه النية هو أمر يتصل بالواقع، ويختلف باختلاف الظروف والملابسات ويبقى تقديره لقاضي الموضوع .

المطلب الثاني: تفعيل حق المستهلك في الإعلام المسبق

تلتزم الشركات الجزائرية المشاركة في التجارة الإلكترونية بمسؤولية كبيرة تجاه المستهلك، حيث يُعتبر الحق المتعلق بهذه الالتزامات التزاماً قانونياً يسبق إبرام العقد الإلكتروني. يجب على الشركات تقديم جميع المعلومات الضرورية بشكل واضح وشفاف للمستهلك قبل عملية الشراء، بما في ذلك المعلومات الجوهرية والبيانات التقنية المتعلقة بالمنتجات التي يروجون لها. على سبيل المثال، يجب على شركات التسويق الإلكتروني للسلع والمنتجات توفير معلومات مفصلة

¹ عبد الله ذيب محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن ، 2012 ، ص38.

² خلوي (عنان) نصيرة ، مرجع سابق ، ص12

عن المنتجات المعروضة، بما في ذلك المواصفات والخصائص التقنية. ولكن هذا لا يقتصر على ذلك فحسب، بل يتعين عليهم أيضًا توضيح أية آثار جانبية سلبية قد تنجم عن استخدام تلك المنتجات.

هذه الخطوة تعكس التزام الشركات بالشفافية والنزاهة تجاه المستهلك، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن مشترياتهم الإلكترونية. وبفضل هذا التعاون بين الشركات والمستهلكين، يمكن تحقيق بيئة تجارية إلكترونية أكثر شفافية وثقة.

وقد حرص المشرع الجزائري في ظل القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من البيانات في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني، إذ من شأن هذه البيانات أن تحصنه من الوقوع في عيب من عيوب الرضا، وبالتالي التعاقد برضا سليم ودراية كاملة وتامة مع من يتعاقد، وحول حقيقة الشيء المتعاقد عليه وبنود وشروط العقد، وهذا ما يسمى بمضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد، وهو ما سنراه في النقاط المقبلة:

الفرع الأول: ماهية الالتزام بالإعلام السابق لإبرام عقد البيع الإلكتروني

في زمن التعاملات الإلكترونية، تبرز ضرورة ملحة لفرض التزام على البائعين بتوفير جميع المعلومات الضرورية للمستهلكين قبل إتمام عملية الشراء. يجب على البائع أن يقدم بيانات شافية ووافية تمكّن المستهلك من استخدام المنتج بشكل صحيح وتجنب أية مضارٍ محتملة.

تحدد الشروط التي يجب أن يتوافر فيها هذا الإعلام حسب الفقه، حيث كان القضاء الفرنسي الأول في إلزام البائع بتوفير المعلومات الكافية للمشتري قبل التعاقد. يمكن أن يتم ذلك من خلال النصح، التحذير، التنبيه، أو التبصير بأفضل طريقة لاستخدام المنتج وتجنب المشاكل المحتملة.

وفي ظل التطور التكنولوجي اليوم، أصبحت هذه الحاجة أكثر إلحاحاً من أي وقت مضى. إذ أصبح الشراء عبر الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس، وبالتالي يزداد أهمية فرض التزام البائعين بتوفير المعلومات الشافية للمستهلكين قبل التعاقد، لتعزيز ثقتهم وحمايتهم. ونظم المشرع الالتزام بالإعلام بمقتضى المادة 352 ق م ج التي نصت على أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

كما نظمه بأحكام خاصة من خلال القانون رقم 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل الخامس منه المعنون : إلزامية إعلام المستهلك الذي تضمن مادتين 17 و 18 لكن مع تطور مجال التجارة الإلكترونية، أصبح الالتزام بالإعلام الخاص بحماية المستهلك الإلكتروني يكتسب أهمية بالغة خاصة وأن تلك الأحكام المنظمة له سواء في القانون المدني أو في قانون حماية المستهلك وقمع الغش تقتصر على العقود التقليدية دون الإلكترونية¹.

أولاً: تحديد المقصود بالإعلام الإلكتروني ومبرراته

إن عدم التساوي في المعرفة بالمعلومات بين المتعاقدين بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية، لأن الطرف الضعيف يتعرض لاستغلال الطرف الأقوى صاحب الخبرة المحترف من هذا المنطلق ونتيجة لهذا الاختلال في المعرفة بين المهني والمستهلك يتعين على التاجر الإفضاء إلى المستهلك بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستنير إرادة المتعاقد فيجب الإدلاء بكل المعلومات طالما لها أهميتها في التعاقد.

¹ عبد العزيز حمود المرسي ، الالتزام في ظل الوسائل الحديثة قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية دراسة مقارنة ، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر - 107. العدد 18 ، السنة التاسعة، أكتوبر 2000 ص 95، 102

أ - تعريف الإعلام الإلكتروني: إن المشرع الجزائري بين وبوضوح في المادة 12 من القانون رقم 18/05 المتعلق بالمعاملات التجارية الإلكترونية على أن تمر طلبية المنتج أو الخدمة في التعاقد بواسطة وسائل الاتصال الإلكترونية بثلاث مراحل إلزامية، من بينها إعلام المستهلك بكافة الشروط التعاقدية بحيث يجب على البائع وضع كافة البيانات المتعلقة بالمنتج والخدمة وتحديد شروط التعاقد، حتى يتمكن المستهلك من التعاقد وهو على دراية كاملة بكل ما يتعلق بالبيع أو الخدمة التي يتم بهما إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية¹، كما حث على إلزامية إعلام المستهلك الإلكتروني من خلال المادة 17 من حماية المستهلك وقمع الغش على أنه يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه لاستهلاكه بواسطة الرسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة².

ويعرف الإعلام على أنه التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا لكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي تعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضائه في العقد³، أما ما يتعلق بالتزام بالإعلام الإلكتروني فيعرفه البعض بأنه التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني ، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائل إلكترونية في الوقت المناسب ، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة.

¹ المادة 12 من القانون رقم 18/05

² المادة 17 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25/02/2009 ، جريدة رسمية عدد 15 الصادرة بتاريخ 08/03/2009.

³ حسن عبد الباسط الجميحي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر، 1992، ص 25

ويتضح لنا من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه ، فهو التزام قانوني نجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل التعاقد وأثناء التعاقد طالما أنه يتم بكل شفافية وأمانة بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائط إلكترونية يسهل استعمالها والتطرق إلى محتواها في شكل واضح ومقروء¹.

ب- مبررات الحق في الإعلام : إن البيانات والمعلومات التي يلتزم المنتج والموزع لسلعة أو خدمة بتقديمها تؤدي إلى تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد، ويأخذ الالتزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظرا للتفاوت في مستوى العلم والخبرة بين المستهلك والمحترف الذي يتعاقد معه ، مما يؤدي إلى الاختلال في التوازن العقدي لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام المستهلك هو الوسيلة لإعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين وإعادة التوازن إلى العقد .

إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين: إن التفاوت في المعرفة الفنية يتزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي مما يستحيل أن يتعرف الشخص العادي على التفاصيل الفنية ودقائق السلع المعروضة ، فعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية، نظرا أن المستهلك معرض للاستغلال من طرف المحترف الذي هو صاحب الخبرة والمعرفة في هذه الحالة².

¹ عمر خالد زريقات، عقد التجارة الإلكترونية (عقد البيع عبر الانترنت دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 25

² عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات حلبى الحقوقية، سوريا، 2007، ص 376

إعادة التوازن العقدي: من أبرز الضروريات العملية التي أدت إلى تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد انعدام التكافؤ بين المزود والمستهلك من حيث العلم بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك، ولذلك فإن وجود التزام بالإعلام قبل التعاقد ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين فلهذا الحق دور هام في حماية رضا المستهلك الذي لا يتمكن بسبب مركزه الضعيف في العقد في الوصول إلى تحديد بكل وضوح ويكون هذا الحق أكثر إلحاحا بالنسبة للعقد الإلكتروني نظرا لغياب المادي لأطرافه¹.

ثانيا : محل الحق في الإعلام الإلكتروني :

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هدفه التنوير والتبصير المتلقى وذلك عن طريق إدلاء المنتج أو المهني بكافة المعلومات التي على أساسها يستطيع أن يتدبر المتلقي أمره بالقبول أو الرفض فيما يخص العقد المزمع وإبرامه سليما.

أ- تحديد شخصية البائع: من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وقد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه ، فبيان شخصية المزود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته أو اسم محله التجاري وكذا بريده الإلكتروني، ووضعها تحت تصرف المستهلك للإطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة، ولتحقيق ذلك ألزم المشرع الجزائري الموردين الإلكترونيين بوضع بطاقة وطنية لدى المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين المسجلين في السجل التجاري، على أن تنشر هذه البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول

¹ حسن عبد الباسط الجميعي، المرجع السابق، ص 102

المستهلك الإلكتروني، وذلك بغية تسهيل المهمة في هذا الصدد بحيث يثير على المستهلك الرجوع إلى ذلك السجل قبل الدخول في العلاقة التعاقدية¹.

ب- إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة: يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بتمكين المستهلك بالمعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه ، وهذه البيانات تمثل في العموم الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة ثمن السلعة أو الخدمة شاملة كل الضرائب ، وكذا شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد ، المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع والضمانات التجارية البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبيع أو كيفية الانتفاع بالخدمة أما عن اللغة المستعملة بغية التعامل مع المستهلك فيجب أن تكون لغة وطنية وهذا ما نصت عليه المادة 18 من قانون حماية المستهلك من القمع والغش والتي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات وطريقة الاستخدام ودليل استعماله وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها².

ثالثا: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام:

لقد تعددت الجوانب التي اعتمد عليها جل الفقهاء في تحديد طبيعة هذا الالتزام، وما يهم في هذا العنصر هو تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام بحسب الهدف، فمنهم من اعتبر هذا الالتزام هو التزام ببذل عناية من جهة، ومن جهة أخرى فهناك من رجحه إلى فكرة تحقيق نتيجة.

ب-1- الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية: اتجه أنصار هذا الموقف إلى اعتبار أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية مدعمين موقفهم بأن المورد الإلكتروني ملزم بإعلام المستهلك

¹ المادة 09 من القانون رقم 05/18

² سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص32

بمختلف البيانات والمعلومات التي تنفي عنه الجهالة، بحيث تكون له الدراية التي من خلالها يمكنه الإقبال على التعاقد أو رفضه¹.¹ ومن جهة ثانية فإن هذا الالتزام لا يفرض على المستهلك الإلكتروني ضرورة اعتماد نصائحه، وتوجيهاته فهذا راجع لإرادة المستهلك وتكمن العناية المطلوبة في عناية الرجل العادي².

ب-2- الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة: بينما ذهب أنصار هذا الاتجاه إلى أن التزام المورد الإلكتروني، هو التزام بتحقيق نتيجة نظرا لكون أن المستهلك في مركز الطرف الضعيف، لذا يصعب عليه إثبات الخطأ المهني، لذا وكحماية له لا بد من اعتباره التزاما بتحقيق نتيجة، نظرا لأن في مسؤولية المورد الإلكتروني عن نفسه يقع عليه إثبات الدليل على أنه قام بالتزامه بالإعلام، أو إذا أثبت أن الخطأ ليس أجنبيا لا دخل له فيه³.

الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام:

يترتب عن إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه جزاءات قد تؤدي إلى قابلية العقد للإبطال، مع إمكانية المستهلك المطالبة بالتعويض إذا لحقه الضرر.

أ- قابلية العقد للإبطال: وفقا للمادة 352 من القانون المدني الجزائري، التي تنص على أنه يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية، بحيث يمكن التعرف عليه.

وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالما بالمبيع، سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيان بدعوى عدم العلم به، إلا إذا أثبت غش البائع . يفهم من نص هذه المادة أنه في حالة

¹ المختار بن سالم، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني، (رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان 2017-2018، ص 140.

² رشيدة عيلا، المرجع السابق، ص 356

³ المختار بن سالم ، المرجع نفسه، ص 144

إبرام العقد الإلكتروني دون أن يكون للمستهلك العلم بالمعلومات الأساسية الخاصة بالمنتج أو الخدمة، فيعتبر قابلاً للإبطال لمصلحته.

كما أشار في هذه المادة أنه في حال إذا كان المشتري عالماً في عقد البيع، أي لديه الدراية الكافية بالمبيع سقط حقه في طلب إبطال البيع، إلا إذا ثبتت سوء نية البائع.

ب- **التعويض:** وفقاً لأحكام المسؤولية المدنية عموماً فإن إبطال العقد ليست هي الغاية الأساسية للمستهلك، نظراً لأنه يعتبر تخليصاً فقط من العقد الذي أقدم عليه دون العلم الكافي، ومن جهة أخرى فقد تقتضي مصلحة المستهلك عدم إبطال العقد، بل الإبقاء عليه، مع الحصول على تعويض من البائع لتغطية ما تحمله من ضرر نتيجة عدم الإعلام¹.

¹ راضية لحلو، "الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك الإلكتروني"، ملتقى دولي حول التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش يومي 06 مارس 2018، ص12.

المبحث الثاني: الضمانات القانونية أثناء إبرام العقد الإلكتروني

تحمل مرحلة إبرام العقد أهمية بالغة، حيث يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يجد نفسه في موقف يضطر فيه إلى توقيع عقود معقدة دون فهم كامل لمضمونها. وفي بعض الحالات، قد يُعرض المستهلك للتعاقد على عقود قد تكون مسبقة الصياغة وتحمل شروطاً تميل لصالح الجهة الأخرى بشكل مفرط، مما يجعل التوازن بين الأطراف متأثراً. لحماية المستهلك، أدخل المشرع قانون 05/18 الذي يقدم آليات وقائية له، مما يعزز ثقته ويسهل عليه التعاقد دون تردد. وتوثيق هذه المعاملات بتوقيع إلكتروني يعد إجراءً إضافياً للحماية وهو ما يسمى بالتصديق الإلكتروني، حيث يضمن ذلك المصادقية و الأمان (المطلب الأول). بالإضافة إلى ذلك، يمنع القانون الشروط التعسفية التي قد تضر بالمستهلك، مما يضمن مصلحته ويحمي حقوقه في العقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول: التصديق الإلكتروني كآلية وقائية لحماية المستهلك:

توفر عمليات التصديق الإلكتروني طابعاً مميزاً للثقة في المعاملات، حيث تعتمد على جهات متخصصة في تقديم خدمات التصديق الإلكتروني، مما يتيح إصدار شهادات رسمية تؤكد صحة المعاملات الإلكترونية. يبرز دور التصديق الإلكتروني في تعزيز أمان وموثوقية المعاملات الإلكترونية، وتعزيزاً لهذا الدور، أقر المشرع الجزائري قانون 04-15 المؤرخ في 2015/02/01، الذي يحدد الأسس العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين. يوفر هذا القانون إطاراً قانونياً للتصديق الإلكتروني، يحدد تعريفه ويضع آليات لحماية التوقيع الإلكتروني باستخدام تقنيات التشفير وشهادات التصديق الإلكتروني الصادرة عن الجهات المختصة.

الفرع الأول: مفهوم التصديق الإلكتروني:

من المسلم به أن العمليات الإلكترونية تعرض لمخاطر وتهديدات متعددة في عصرنا الرقمي، حيث تتواجد في بيئة افتراضية تجعل من الصعب الحفاظ على سلامتها وحمايتها من التلاعب. ولهذا السبب، ظهر مفهوم التصديق الإلكتروني كآلية أمنية مهمة لتأمين هذه العمليات، حيث يعمل على ضمان موثوقية وسلامة المعاملات الإلكترونية.

ولتحديد مفهوم التصديق الإلكتروني؛ فلا بد من تعريفه وتحديد طبيعته القانونية . وليكتمل هذا المفهوم يتوجب علينا البحث في الجهات المخولة قانوناً بتأدية خدمات التصديق ومسؤوليتها القانونية.

أ- تعريف وطبيعة التصديق الإلكتروني :

نتطرق من خلال هذا الجزئية إلى تعريف التصديق الإلكتروني من جهة، وتحديد طبيعته القانونية من جهة أخرى.

أ-1- تعريف التصديق الإلكتروني :

يلاحظ في البداية أن التصديق الإلكتروني يُعرف أيضاً بتسميات أخرى مثل التوثيق الإلكتروني والمصادقة الإلكترونية. يظهر لنا أن مفهوم التصديق الإلكتروني ما زال يحمل طابع الغموض نظراً لحدائته وتكوينه الجديدين؛ فقد ترتبط ظهوره بتقني استخدام التقنيات التكنولوجية المتقدمة. هذه التقنيات نقلت الأفعال والمعاملات ذات الأهمية القانونية والتجارية والمالية من النمط التقليدي المادي إلى النمط الإلكتروني الحديث الذي يعتمد على دعامات إلكترونية معترف بها ومحمية من قبل القانون. ورغم ذلك، فإن وجود جهود فقهية لتنظيم هذا المفهوم يظل قائماً لضبط هذا المفهوم¹.

¹ حرشاو مفتاح ، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد (10) / العدد (01)، جوان 2023، ص232

من الناحية الاصطلاحية، يُلاحظ أن مصطلح التصديق أو التوثيق الإلكتروني يستمد أصوله من الفعل "وثق يوثق"، الذي يعني أقر وأكد. ويشير التصديق بشكل عام إلى مطابقة معينة للضوابط والمعايير والشروط، بينما يهدف التصديق الإلكتروني بشكل خاص إلى ضمان سلامة وتأمين المعاملات الإلكترونية، سواء من حيث أطرافها، أو محتواها، أو نطاقها، أو توقيتها¹.

أما التعريف الفقهي للتصديق الإلكتروني: هو مجموعة من الأشياء والعناصر التي تعتمد على الغرض الذي يراد استخدام التوثيق لتحقيقه².

أما من الناحية القانونية فيمكن تعريفه على أنه: «إجراء يقوم به طرف ثالث تتوافر فيه الشروط القانونية لتأمين وتأكيد خدمة معينة»، وفي هذا الصدد نشير إلى أن قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية لسنة 2001، والتشريعات الوطنية تتضمن تعريفا صريحا وواضحا للتصديق الإلكتروني، مكثفة بتنظيم الإجراءات الخاصة به والجهات المخولة والمكلفة بتأدية خدمات التصديق الإلكتروني؛ فعلى سبيل المثال؛ المشرع الجزائري اكتفى في المادة 2/ف15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين بتعريف سياسية التصديق الإلكتروني على أنها: مجموع القواعد والإجراءات التنظيمية والتقنية المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين³.

بناءً على التعريفات السابقة، يمكن تعريف التصديق الإلكتروني على أنه عبارة عن سلسلة من الخطوات والعمليات التي تهدف إلى التحقق من هوية الشخص الذي قام بالتوقيع الإلكتروني، بهدف ضمان سلامة المستند الإلكتروني الموقع عليه. يهدف التصديق الإلكتروني

¹ ديلمي جمال، خدمة التصديق الإلكتروني كآلية لتوثيق المعاملات الإلكترونية، مجلة الأستاذ الباحث، للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 2، 2021، صفحة 1424

² الشنراقي حسام محمد نبيل (2013)، الجرائم المعلوماتية دراسة تطبيقية مقارنة على جرائم الاعتداء على التوقيع الإلكتروني، الإمارات العربية المتحدة دار شتات للنشر والبرمجيات، 2013، صفحة 79

³ قانون رقم 04-15 مؤرخ في 1 فبراير سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر عدد 6، صادر بتاريخ 10 فبراير سنة 2015م

أيضًا إلى تأكيد صحة المعاملات الإلكترونية التي يحمل هذا التوقيع، مما يمنحها الأمان والموثوقية اللازمين.

يتولى طرف ثالث محايد، المعروف بمقدم خدمات التصديق الإلكتروني، تنفيذ هذه الخطوات والعمليات بين الأطراف المعنية بالمعاملات الإلكترونية¹.

أ-2- الطبيعة القانونية للتصديق الإلكتروني: تعرف الطبيعة القانونية لعملية التصديق الإلكتروني، في رأي بعض الفقهاء، بناءً على السلطة المخولة لجهة توثيق التوقيع الإلكتروني، وهي سلطة طرف ثالث محايد. كما يبدو أن هناك تقارب بين مهام جهة التوثيق الإلكتروني والموثق في النظام القانوني الفرنسي، حيث يتم التأكد من هوية الأطراف وصحة مضمون المعاملات المراد توثيقها²، يناقش بعض الفقهاء دور سلطات التصديق في سياق الموثق الإلكتروني، لكن هناك فارق أساسي بين سلطاتهما. فلا يتدخل جهات التصديق الإلكتروني في عمليات إنشاء وتاريخ وحفظ المحررات الإلكترونية وفقًا للإجراءات القانونية، بل يقتصر دورهم على فحص صحة التصرفات القانونية الإلكترونية ومنح شهادات التصديق الإلكتروني للأطراف المعنية، على الرغم من تقاسم بعض الالتزامات مع الموثق³.

ب- الجهات المختصة بإصدار شهادات التصديق الإلكترونية ومسؤوليتها

لكي نحدد جهات التصديق نقوم بتعريفها وشرح متطلباتها ثم نتطرق إلى مسؤوليتها.

ب-1- تعريف جهات التصديق الإلكتروني: عرف المشرع الجزائري جهات التصديق الإلكتروني في القانون رقم 04-15، في نص المادة 2 فقرة 11 و 12 بين نوعين من جهات التصديق الإلكتروني، بحسب القطاع الخاص أو العام الذي تمارس فيه خدمات التصديق، فأطلق المشرع

¹ حرشاو مفتاح، المرجع السابق، ص 235

² عابد فايد عبد الفتاح فايد، الكتابة الإلكترونية في القانون المدني بين التطور القانوني والأمن التقني دراسة في الفكرة القانونية للكتابة الإلكترونية ووظائفها في القانون المدني، الإسكندرية دار الجامعة الجديدة. (2004) صفحة 71، 72.

³ المرجع نفسه، صفحة 72

صفة مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني لفائدة المتدخلين في القطاع الخاص؛ حيث نص في الفقرة 12 على أنها كل: "شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق إلكتروني موصوفة وقد يقدم خدمات أخرى متعلقة بالتصديق الإلكتروني".

أما الطرف الثالث الموثوق، فنص عليه المشرع في الفقرة 11 من نفس المادة على أنه: "كل شخص معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق إلكتروني موصوفة، وقد يقدم خدمات أخرى متعلقة بالتصديق الإلكتروني لفائدة المتدخلين في الفرع الحكومي"^{1.1}.

من بين أهم مميزات التجارة الإلكترونية، سواء كانت بين الأفراد أو بين الأفراد والإدارات، هو اعتمادها على شبكة اتصال مفتوحة خالية من أية وجوديات مادية، مما يجعل من الصعب تحديد هوية الأشخاص المشاركين في العمليات التجارية. بالإضافة إلى ذلك، يتم توقيع معظم العقود في هذا السياق عن بُعد، مما يعني أن الطرفين غالبًا ما يكونان في مواقع مختلفة زمنيًا ومكانيًا.

تجسد التجارة الإلكترونية الحاجة إلى آليات حماية موثوقة تضمن الثقة والأمان للمتعاملين عبر الإنترنت، من خلال تحديد هوياتهم وصحة توقيعاتهم وبياناتهم الشخصية. ينص التشريعات الدولية والإقليمية والوطنية على وجود طرف ثالث محايد لتأكيد هوية المتعاملين وصحة البيانات المرسلة. الوسيط (مزود خدمات المصادقة) يربط هوية المحرر الإلكتروني بمفتاح عام مقابل مفتاح خاص، مع توفير شهادات إلكترونية تحمل المفتاح العام. تتطلب التعاملات الإلكترونية توفر شبكات اتصال آمنة ووسائل فعالة لحماية وتوثيق البيانات لضمان الأمان والسرية².

¹ لنا إبراهيم يوسف حسن، التوقيع الإلكتروني ومسؤولية الجهات المختصة بها، دراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 53.

² سعدي الربيع بوهنتالة عبد القادر، حجية التوقيع الإلكتروني في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2017، ص 110-111.

ب-2- مسؤولية مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني

قد يستند فرد ما على شهادة إلكترونية معتقداً في صحة المعلومات الموجودة فيها، ويتعامل مع الآخرين على هذا الأساس. ومع ذلك، قد يكتشف لاحقاً عدم صحة تلك الشهادة، مما ينتج عنه خسائر وأضرار بالغة للشخص الذي اعتمد عليها، خاصةً فيما يتعلق بالتعاملات الإلكترونية حيث تكون قيمتها كبيرة. لذا، تبرز مسؤولية مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني بشكل كبير في هذا السياق. لذا فقد فرضت نصوص القانون 04-15 على مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني عدة مسؤوليات والتي تتمثل في المواد 61-62 منه. بمجرد توقيع صاحب الشهادة الإلكترونية عليها، يتحمل مسؤولية الحفاظ على سرية بيانات إنشاء التوقيع. في حال شك أو عدم مطابقة تلك البيانات للمعلومات في الشهادة، يجب عليه إلغاء الشهادة بواسطة مؤسسة الخدمات الإلكترونية. ولا يجوز لصاحب شهادة التصديق الإلكتروني عند انتهاء صلاحيتها أو عند إلغائها استعمال بيانات إنشاء التوقيع الموافقة لها من أجل توقيع أو تصديق هذه البيانات نفسها من طرف مؤدي آخر لخدمات التصديق الإلكتروني. لا يجوز لصاحب شهادة التصديق الإلكتروني الموصوفة استعمال هذه والشهادة لأغراض أخرى غير تلك التي منحت من أجلها¹.

تعتمد مبادئ القانون والقضاء على فكرة أن العمل الشخصي الذي يتسبب في الضرر للآخرين يستوجب المسؤولية والتعويض للمتضررين. سواء كان الخطأ نتيجة لعدم الالتزام بالتزامات عقدية بالكامل أو جزئياً، المعروف بالخطأ العقدي، أو نتيجة للسلوك الذي يتنافى مع التوقعات الشائعة (المألوف) مع الإدراك الواضح للخطأ، المعروف بالخطأ التقصيري، شريطة توافر العلاقة السببية بين الخطأ والضرر².

¹ أنظر مادة 62 من القانون 04-15 المرجع السابق

² الأهواني حسام الدين كامل، نظرية الالتزام، المجلد الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، طبعة سنة 2000، ص 420

عند إصدار شهادة التوثيق الإلكترونية، تقوم جهة التصديق بالتحقق من سلامة وصحة المعلومات والبيانات الواردة فيها، بالإضافة إلى التأكيد على صحة وقانونية التوقيع الإلكتروني المرتبط بها. تعتبر الأضرار التي تلحق بالآخرين موضوعاً رئيسياً في القانون المدني، وقد وضعت لها قواعد عامة للتحكم فيها بالإضافة إلى تنظيم مسؤولية جهات مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني في بعض التشريعات، بينما تغفل بعض التشريعات عن هذا التنظيم.

>> وتظهر أهمية مسؤولية مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني من الدور الأساسي الذي تقوم به وهو دور وسيط أو الطرف الثالث المؤتمن بين الأشخاص الذين يعتمدوا الوسائط الإلكترونية في التعاقد وإتمام تصرفاتهم القانونية <<¹، حيث يقوم بتوثيق هذه المعاملات والتصديق على توقيعات أصحاب الشأن وتصدر بذلك شهادة الكترونية معتمدة تفيد صحة التوقيعات وسلامة المعلومات.

الفرع الثاني: أحكام التوقيع الإلكتروني

ظهر التوقيع الإلكتروني كنتيجة للتطور الكبير في مجال تكنولوجيا المعلومات، وقد حل بديلاً عن التوقيع التقليدي الذي كان يُعتبر كورقة رابحة في يد المستهلك الإلكتروني، أو كدرع واقٍ يحميه من مختلف المخاطر المحتملة. لذلك، يجب تحديد مفهوم التوقيع الإلكتروني وتوضيح مختلف صوره ثم نتطرق إلى حججه في الإثبات.

1- مفهوم التوقيع الإلكتروني:

لتوضيح المعنى الحقيقي لمصطلح التوقيع الإلكتروني لابد من التطرق إلى تعريفه أولاً ثم تبيان مختلف خصائصه.

¹ إبراهيم الدسوقي أبو الليل، "مسؤولية مقدمي خدمات لتصديق الإلكترونية"، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، ماي 2003، ص 18

أ- تعريف التوقيع الإلكتروني: تطور التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت وزيادة استخدام السندات والعقود الرقمية التي تتضمن تقنية التوقيع الإلكتروني، أدى إلى تشديد التشريعات الوطنية والدولية لتنظيم هذه الممارسات الحديثة. في هذا السياق، نصت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي على ثلاث عشرة تعريفاً للتوقيع الإلكتروني. على رأسها يأتي تعريف التوقيع الإلكتروني بأنه: "بيان أو معلومة معالجة إلكترونياً ترتبط منطقياً بمعلومات أو بيانات إلكترونية أخرى (كرسالة أو محرر) والتي تصلح وسيلة لتمييز الشخص وتحديد هويته¹.

يظهر التوجيه الأوروبي تبنيه لتعريف شامل للتوقيع الإلكتروني، حيث يتجاوز التعريف التقليدي للتوقيع الشخصي الذي يؤكد على صحة وثوقية توقيع الشخص، ويمتد ليشمل أشكالاً أخرى من تعيين وتمييز صاحب التوقيع في سياقات مختلفة لأنظمة المعلومات.

أما الجزائر وبموجب القانون 15-04² الخاص بالقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، فقد عرفت المادة 02 منه التوقيع الإلكتروني العادي على أنه: " بيانات إلكترونية في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقياً ببيانات إلكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق"، وفي هذا السياق، يتبنى المشرع الجزائري تعريفاً مستوحى من القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الأونسترال ، مع تعديل بعض المصطلحات، حيث يُستخدم التوقيع الإلكتروني كوثيقة لتوثيق هوية الموقع وتأكيد موافقته على المضمون الموقع عليه. وهو ما نصت عليه المادة 06 من نفس القانون "يستعمل التوقيع الإلكتروني لتوثيق هوية الموقع وإثبات قبوله مضمون الكتابة في الشكل الإلكتروني"، وعرفت المادة 02 سالف الذكر الموقع في الفقرة الثانية منه بأنه: " شخص طبيعي يحوز بيانات إنشاء التوقيع وبتصرف لحسابه الخاص أو لحساب

¹ محمد فواز محمد المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، ط 1 ، دار الثقافة، الأردن، 2008، ص 173

² القانون رقم 15-04 المؤرخ في 1 فبراير 2015 المتعلق بقواعد التوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، العدد 06، الصادرة في 10 فبراير 2015 .

الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يمثله". كما نصت كذلك المادة 03/1 من المرسوم التنفيذي رقم 162-07 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل أنواع الشبكات، بأن التوقيع الإلكتروني هو معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب لشروط محددة في المادتين 32 مكرر و 323 مكرر 1، أما الفقرة الثانية من نفس المادة فقد تضمنت التوقيع المؤمن أو الموصوف¹.

إذا نظرنا إلى هذه التعاريف، نجد أن التوقيع الإلكتروني يتميز بمجموعة من الخصائص البارزة:

- يوفر التوقيع الإلكتروني مستويات عالية من الأمان والخصوصية والسرية، سواء بالنسبة للموقع الذي تم التوقيع عليه أو للأفراد المتعاملين معه، خاصة في بيئة الإنترنت.
- يتم إنشاء التوقيع الإلكتروني عبر وسائل إلكترونية مثل أجهزة الحاسوب والإنترنت، أو حتى على أسطوانة.
- يعمل التوقيع الإلكتروني على حماية محتوى المستند الإلكتروني وضمان عدم تعديله بإضافة أو حذف، من خلال ربط المستند بالتوقيع الإلكتروني.
- ليس هناك شكل محدد مطلوب للتوقيع الإلكتروني؛ بل يمكن أن يكون عبارة عن حرف، رمز، إشارة، أو حتى صوت، المهم أن يكون قادراً على تمييز صاحبه وتحديد هويته وتعبير عن رغبته في إقرار العمل القانوني.

ب - شروط التوقيع الإلكتروني: تتطلب توافر مجموعة من الشروط لضمان أداء وظيفته بشكل فعال. يجب أن يكون التوقيع مطابقاً لشخصه، وأن يتم تنفيذه بالطريقة المعتادة التي يفضلها

¹ المرسوم التنفيذي 162-07 الصادر في 30 ماي 2007 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 123-01 والمؤرخ في 09 ماي 2001 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 37، الصادرة في 07 يونيو 2007.

الشخص للتعبير عن موافقته على محتوى محدد. يجب أن يحمل التوقيع الإلكتروني دليلاً على صحته وأن يكون موثقاً بوسيلة تسمح بذلك، كما يجب أن يكون مرتبطاً بالمحتوى الذي يوافق عليه. لا تفقد المعلومات القانونية أو صحتها ببساطة لأنها في شكل إلكتروني، حيث نصت المادة¹ 05 من قانون النموذجي الأونسترال للتجارة الإلكترونية لعام 1996 على : لا تفقد المعلومات مفعولها القانوني أو صحتها وقابليتها للتنفيذ لمجرد أنها في شكل رسالة بيانات؛ أي لا يمكن رفض التوقيع الإلكتروني لمجرد أنه في شكل إلكتروني. حيث أن التوقيع الإلكتروني يكون باستخدام وسائط إلكترونية، وتشتط القوانين المختلفة عدة شروط لاعتماد التوقيع الإلكتروني، بما في ذلك إثبات هوية الطرف، وتوقيع الوسائل بوسائل تحت سيطرته، وأن يكون فريداً للشخص الذي يصدره، وأن يكون مرتبطاً بالرسالة الإلكترونية، وأن يتخذ الموقع العناية المعقولة لضمان عدم استخدام التوقيع بطرق غير مصرح بها.

2 - صور التوقيع الإلكتروني:

أدى اختلاف التقنية المستخدمة في تشغيل منظومة التوقيع الإلكتروني إلى ظهور صور مختلفة له، فكل تقنية تستخدم في إحداث توقيع إلكتروني، يكون لها منظومة تشغيل تختلف عن الأخرى، فهناك تقنية تعتمد على منظومة الأرقام أو الحروف أو الإشارات ومنها ما يعتمد على الخواص الفيزيائية والطبيعية والسلوكية للأشخاص ... الخ، وتتمحور هذه الصور فيما يلي:

أ- **التوقيع الرقمي:** يتكون من رقم سري ينشأه المستخدم باستخدام برنامج حاسوبي² يقوم بإنشاء دالة رقمية لرسالة إلكترونية، ثم يتم تشفيرها باستخدام إحدى خوارزميات المفتاح العام والمفتاح

¹ علاء محمد عيد النصيرات، حجية التوقيع الإلكتروني في إثبات (دراسة مقارنة)، ط 1 ، دار الثقافة لنشر والتوزيع ، الأردن، 2005، ص 36

² لزهر بن السعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، ط 2، دار هومه للطباعة والنشر، الجزائر 2014 ص 170

الخاص¹، يتم الحصول على التوقيع الرقمي من خلال عملية التشفير، حيث يتم تحويل المحتوى المكتوب والتوقيع إلى معادلة رياضية باستخدام مفاتيح سرية وعمليات حسابية لوغاريتمية. هذا ينتج عنه تحول المستند الإلكتروني من شكله المفهوم إلى صورة رقمية غير قابلة للقراءة والفهم. ويمكن فك التشفير واستعادة المستند الأصلي إلى شكله المقروء فقط بواسطة صاحب المفتاح الخاص المرتبط بعملية التشفير.

التوقيع الرقمي هو عبارة عن رقم سري ينشئه صاحبه باستخدام برنامج حاسب آلي ينشأ دالة رقمية لرسالة إلكترونية يجري تشفيرها بإحدى خوارزميات المفتاح العام والمفتاح الخاص، يتم الحصول على التوقيع الرقمي عن طريق التشفير، وذلك بتحويل المحرر المكتوب والتوقيع الوارد عليه من نمط الكتابة العادية إلى معادلة رياضية، وذلك باستخدام مفاتيح سرية وطرق حسابية لوغاريتمية²، ومؤدى ذلك تحول المستند الإلكتروني من صورته المقروءة والمفهومة إلى صورة رسالة رقمية غير مقروءة وغير مفهومة، ولا يكون بمقدور أي شخص إعادة هذه المعادلة اللوغاريتمية إلى صورته المقروءة إلا الشخص المالك لمفتاح التشفير².

ويعتمد التوقيع الرقمي على التشفير الذي ينقسم إلى نوعين:

أ-1- **التشفير المتماثل** : الذي يقوم على فكرة رقم سري متبادل بين الطرفين، ويعمل في بيئة منعزلة والمثال عليه التلكس والبطاقات البلاستيكية؛ إذ أن الرقم السري معلوم لدى صاحبه ولدى الجهاز فقط.

أ-2- **التشفير غير المتماثل**: يعتمد هذا التشفير على زوجين من المفاتيح غير المتماثلة؛ ويمكنان في المفتاح الخاص الذي يكون معلوماً من جانب واحد أو شخص واحد وهو المرسل.

¹ علاء محمد عيد النصيرات المرجع السابق، ص 37

² ثروت عبد الحميد، التوقيع الإلكتروني (ماهيته ومخاطره وكيفيته، مدى حجتيه في الإثبات)، ط 1، دار الجامعية الجديدة للنشر، مصر، د س، ص 267.

ب - التوقيع بالقلم الإلكتروني: بأنه قلم إلكتروني حسابي يُستخدم للكتابة على شاشة الحاسوب المرتبطة بالموقع، ويتم ذلك عبر استخدام برنامج يتحكم ويدير هذه العملية. يقوم هذا البرنامج بأداء وظيفتين رئيسيتين لهذا النوع من التوقيعات: الأولى، خدمة التقاط التوقيع، والثانية، التحقق من صحته.

ج- توقيع الإلكتروني البيومتري: يستند إلى السمات الفريدة للإنسان وخصائصه الطبيعية والسلوكية، والتي تتنوع من فرد إلى آخر، مثل بصمة الأصابع، وبصمة شبكة العين، ونبرة الصوت، وضغط الدم، والتعرف على الوجه البشري، وغيرها من السمات التي يمكن استخدامها كتوقيع إلكتروني.

3- حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات

النص المعدل للمادة 327 فقرة 2 ينص على « ويعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1 أعلاه » أي أن التوقيع الإلكتروني يجب أن يتبع الشروط المنصوص عليها في المادة 323 مكرر 1 المذكورة سابقاً. وبهذا، يقوم المشرع الجزائري بتحقيق التوازن بين التوقيع التقليدي والإلكتروني، ما يُعرف بالتعادل الوظيفي، حيث يكون للتوقيع الإلكتروني نفس القدرة على تحديد الهوية والموثوقية والمصادقية كما للتوقيع التقليدي. يجب أن يكون التوقيع الإلكتروني مرتبطاً بصاحبه، ويُمكن التعرف عليه، ويجب أن يظل سرياً، وينبغي أن يكون مرتبطاً بالمعلومات المرسلّة، ويُكشف عن أي تغيير في هذه المعلومات¹.

كما أن التوقيع الإلكتروني يقوم على مجموعة من الدلائل ، تتضمن أولاً وجود موقع محدد على السند الإلكتروني ، وضرورة أن يكون الموقع شخصاً طبيعياً ومزوداً ببيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني. كما تشمل هذه الدلائل رسالة البيانات، والتي تعني بكل البيانات المنشأة أو المرسلّة أو المستلمة أو المخزنة بواسطة وسائل إلكترونية أو ضوئية. وأخيراً، تشمل هذه الدلائل شهادة

¹ علاء محمد نصيرات ،حجية التوقيع الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2005

التصديق الإلكتروني، وهي الوثيقة التي تؤكد صحة الصلة بين البيانات للتحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع. هذه الشهادة ممنوحة للموقع وحده، وتعمل كأداة لتحديد هوية الطرف الثالث، والذي يُعرف بمزود خدمات التصديق الإلكتروني، وذلك وفقاً لأحكام المادة 2 من القانون رقم 15-04.

المطلب الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

في عالم التعاقد عبر الإنترنت، يستخدم غالباً نماذج قانونية مُعدة مسبقاً من قبل خبراء اقتصاديين وفنيين متميزين، مما يمنح الطرف الأقوى القدرة على فرض شروطه دون مناقشة مع الطرف الأضعف، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى تكوين عقود غير متوازنة. ونظراً لتقدم الحياة التجارية والاقتصادية، فإن هذه الفجوات في المراكز بين الأطراف تمنح الطرف الأقوى الفرصة لتحقيق أهدافه على حساب المستهلك الأضعف، الذي قد يفتقر إلى الكفاءة أو الوعي الكافي بالتكنولوجيا المعقدة. ولذلك، تسعى التشريعات إلى مواجهة هذه الشروط التعسفية وحماية المستهلك منها، سواءً عبر القواعد العامة أو الخاصة. وسنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الشروط التعسفية وصورها ومعايير تحديدها ثم الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.

الفرع الأول : الشروط التعسفية مفهومها وصورها ومعايير تحديدها:

أولاً: مفهوم الشروط التعسفية: تعتبر الشروط التعسفية مفاهيم تستحق تحيضاً شاملاً لتعريفها، لذا سيتم استعراض جوانبها الفقهية والتشريعية لتحديد مفهومها بشكل دقيق.

أ-1- التعريف الفقهي للشروط التعسفية: تنوعت تعاريف الشرط التعسفي في الفقه بناءً على الزاوية التي يُدرس من خلالها. من منظور طرفي العلاقة العقدية، يُعرف الشرط التعسفي كشرط يفرضه المورد الإلكتروني على المستهلك بشكل تعسفي للحصول على ميزة مجحفة باستخدام قوته الاقتصادية. من منظور فرض الشرط، يُعرف الشرط التعسفي كشرط محدد مسبقاً من قبل الطرف ذو النفوذ الاقتصادي يمنحه ميزة غير عادلة على الطرف الآخر. أما بالنسبة لتأثيره

على العلاقة العقدية وتوازنها، فالشرط التعسفي يتمثل في إحداث توازن غير عادل بين حقوق والتزامات المهني والمستهلك في عقد الاستهلاك، نتيجة لاستخدام المهني لقوته الاقتصادية¹. يحق للقاضي التدخل لتعديل الشروط التعسفية أو إعفاء الطرف المتأثر كلياً من تلك الشروط، بما يتفق مع مبادئ العدالة. يُعتبر الفقه الجزائري قائماً على معيارين لتحديد صفة التعسف في هذه الشروط: معيار الميزة الفاحشة ومعيار العدالة. لكن مفهوم العدالة يُعتبر غامضاً لأنه يختلف بين الأشخاص والقضاة، مما قد يؤدي إلى تباين في التفسيرات وتضارب في الأحكام بشأن نفس الشرط².

أ- 2 - التعريف التشريعي

تعددت المعاني التشريعية للشرط التعسفي على النحو التالي :

حيث عرفه المشرع الفرنسي بمقتضى القانون 95/96 الصادر في أول فبراير لسنة 1995، ثم تعديل نص المادة 132 فقرة 1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي والتي جاء فيها أنه: "في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين تعتبر تعسفية، الشروط التي من شأنها أن تنشئ ضد مصلحة غير المهني أو المستهلك تفاوتاً ظاهراً بين حقوق والتزامات طرفي العقد³."

كما عرفه التشريع الجزائري في قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أمر تعريف الشرط التعسفي ، إذ جاء النص عليه في الفقرة الخامسة من المادة 3 كما

¹ أحمد رياحي، أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري، والقانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 02 ص 346-347

² سليمة بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة ، 2013-2014 ، ص 57

³ إبراهيم عبد العزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية ، د ط ، دار الجامعة الجديدة ، الأزبطة، الإسكندرية 2014 ص 111

يلي " شرط تعسفي " كل بند أو شرط بفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد¹.

ثانيا: صور الشروط التعسفية

عندما نتحدث عن حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، فإننا بالضرورة ندخل في نقاش حول البنود التعسفية، فإذا تم منعها، فسيتم بالضرورة منع الشروط التعسفية. ربما يتطلب حماية المستهلك الإلكتروني من هذه الشروط تنسيقاً دولياً نظراً للطابع العالمي للتعاقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، حيث تتنوع البنود التعسفية في سياقات متعددة من بينها:

- 1- شروط تخفض التزامات المورد الإلكتروني أو تعفيه ومن أمثلتها:
 - شرط يسمح بتسليم مبيع غير مطابق للمواصفات المتفق عليها في العقد الإلكتروني.
 - شرط يعفي المورد من ضمان التعرض والاستحقاق أو العيوب الخفية.
 - شرط يعفيه من تبديل المنتج المبيع، أو التعويض عن التأخير في أجل التسليم.
- 2- شروط تفرض على المستهلك الإلكتروني: ومن أمثلتها :
 - شرط عدم قدرة المستهلك الإلكتروني من المطالبة بتعديل العقد في حال حدوث أمر طارئ أو قوة قاهرة.
 - شرط عدم القدرة على إلغاء الطلبية أو تعديلها.
 - شرط يعدم قدرة المستهلك الإلكتروني على المطالبة بفسخ العقد تحت أي ظرف².

¹ بوشارب ايمان ، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية كلية الحقوق جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2012/2011 ص54.

² جلول دراجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، تخصص قانون جامعة تلمسان، 2015، ص 157

هذه الصور لا تمثل سوى نماذج، إذ من الصعب جدًا أو حتى مستحيلًا تحديد الشروط التعسفية بشكل دقيق نظرًا لتنوعها وتعقيد مجالها في العقود التجارية الإلكترونية. يفرض القانون 04/02 المعدل والمتمم عبر المادة 29 منه¹ رقابة محدودة على هذه الشروط، مما ينتج عنه تفوق واضح للمحترفين والموردين الإلكترونيين على المستهلكين. يتضح من وصف القانون أنه لم يحدد الشروط التعسفية بدقة، بل ذكرها كمثال، مما يعني أن هناك شروطًا أخرى غير محددة قد تكون تعسفية.

المثير للاهتمام هو أن المشرع قد أعقب ذلك بتحديد شروط تعسفية أخرى في المرسوم التنفيذي رقم 306/06² في المادة 05 منه، وهذا تطبيقًا للمادة 30 من القانون 04/02 المعدل والمتمم التي تفتح الباب أمام تمديد التنظيم لبعض الشروط التعسفية.

هذه الشروط التعسفية التي تم ذكرها في القوائم المختلفة تكون قانونية، ولا يتعين على المستهلك إثبات تعسفها، بل يُفترض أنها تعسفية بموجب القانون نفسه. يثير هذا الوضع تساؤلات حول المعايير المحددة للشروط التعسفية غير المذكورة أو غير المنظمة ؟

ثالثًا: معايير تحديد الشروط التعسفية

تقدم القوانين الجديدة في حماية المستهلك بديلاً عن المعايير التقليدية للعدالة المدنية. لم يعد القضاء يعتمد فقط على معيار العدالة لتحديد ما إذا كان شرط معين تعسفياً أم لا. بل ، بفضل القواعد الجديدة المطبقة لحماية المستهلك ، ظهرت عدة معايير جديدة يتم وفقها تحديد الشروط التعسفية³.

¹ الجريدة الرسمية، عدد 43 لسنة 2004

² الجريدة الرسمية عدد 56 لسنة 2006

³ فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق، تخصص قانون خاص، جامعة الشرق الأوسط 2011، ص 83

- التعسف في استعمال السلطة الاقتصادية للمورد الإلكتروني:

قد ينشأ انعدام التوازن بين طرفي العقد التجاري الإلكتروني نتيجة لتجاوز المورد لحدود نفوذه الاقتصادي، حيث يسعى إلى فرض شروط تنطوي على انحياز العقد لصالحه على حساب المستهلك¹، لا يتعلق الأمر هنا بتعسف في استخدام الحقوق والواجبات بموجب القواعد العامة، بل بتعسف في الموقف، حيث يتم تشويه الإرادة الحرة للمستهلك في عنصرها الاختياري² نتيجة لعب في الرضا قد حدث، مما يتيح لأحد الأطراف فرض شروطه دون موافقة الطرف الآخر.

لا يتمثل السلطة الاقتصادية هنا في القوة فقط، بل في التفوق الفني أو التقني أيضاً، حيث يمكن للمورد الإلكتروني استغلال معرفته الدقيقة بالعقود وحقوقه والالتزامات المترتبة عليها لفرض شروط تتفوق على الطرف الآخر في العقد³.

2- الميزة الفاحشة أو المجحفة

لا يكفي أن يمتلك المورد الإلكتروني سلطة اقتصادية، والتي قد تؤدي إلى انحراف في التزامات وحقوق العقد، ليتم القول بوجود انعدام التوازن العقدي. يجب أن يكون هذا الانحراف ناتجاً عن تعسف في استخدام النفوذ الاقتصادي للمورد، حيث يمنحه ميزة فاحشة أو مفرطة. يُعتبر معيار الميزة الفاحشة نتيجة مباشرة لاستخدام النفوذ الاقتصادي بشكل تعسفي، حيث لا يُعتبر الشرط تعسفياً إلا إذا كان يُمنح ميزة فاحشة.

¹ زهيرة عيوب ، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018، ص 206

² GHESTIN Jacques, les obligations, le contrat, GAS.pal, paris 1998,p 379

³ حسينة شرون، حملاوي نجا، الحماية المستهلك من الشروط التعسفية في ظل أحكام القانون 04/02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، العدد 04 جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017، ص 56.

أما بخصوص تقدير الشرط منفردا أو متصلا بالعقد ككل، فالبعض يرى أنه يجب النظر إلى تقدير عدم التوازن إلى مجموع الشروط التعسفية، لأن النظر للشرط منفردا قد يجعله يبدو تعسفيا، لكن قد يكون مبررا إذا نظرنا إليه مع بقية شروط العقد¹. وبناءا على ما سبق نجد أن الشروط التعسفية متنوعة ومتعددة منها ما هو متعلق بتكوين العقد، ومنها ما يتصل بتنظيم الالتزامات أو تنفيذها، وما يترتب على عدم التنفيذ من آثار².

الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية:

ولقد خص المشرع الجزائري حماية خاصة للمستهلك ضد الشروط التعسفية، وذلك عبر تكريس حماية وقائية، وحماية علاجية في مواجهة هذه الشروط.

1- الحماية الوقائية من الشروط التعسفية

هذه الحماية تتجسد في الآلية الإدارية التي تمثلها لجنة البنود التعسفية، التي تقوم بمراجعة الشروط قبل ظهورها بهدف الرقابة القبلية³، وفقا للمرسوم التنفيذي 306/06، تهدف هذه اللجنة إلى فحص جميع العقود المطبقة من قبل الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي.

بالإضافة إلى صياغة التوصيات الموجهة إلى الوزير المعني بالتجارة والمؤسسات ذات الصلة، تتيح اللجنة أيضا إمكانية إجراء أي دراسة أو خبرة تتعلق بتطبيق العقود على المستهلكين، بالإضافة إلى أي عمل آخر ذي صلة بمجال اختصاصها⁴.

¹ حسينة شرون، حملاوي نجاة، المرجع نفسه، ص 59

² فهد العجمي، المرجع السابق، ص 85

³ J.Calais-Auloy et H.temple, droit de la consommation, 4eme édition, Dalloz, 2015, p 560.

⁴ انظر المادة 7 من المرسوم 306/ 06

على الرغم من أن دور اللجنة يعتبر استشاريًا فقط ولا يحمل أي قوة اعتمادية، إلا أن البعض يرون الحاجة الماسة لتفعيل دورها في مكافحة الشروط التعسفية، خاصة فيما يتعلق بنماذج العقود الإلكترونية، نظرًا لتنوع تخصصات أعضائها وخبرتهم¹.

2- الحماية العلاجية من الشروط التعسفية :

تمنح المادة 29 من القانون رقم 04/02 المعدل والمتمم، بالإضافة إلى ما ورد في المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06/306²، الحق للمستهلك الإلكتروني في رفع دعوى لإلغاء هذه الشروط. يتم ذلك استنادًا إلى القائمة المحظورة بقوة القانون، التي يتم اكتشافها تلقائيًا من قبل القاضي، ولا تحتاج إلى تقدير أو افتراض مسبق.

وفي حال وجود شرط تعسفي من بين البنود المحظورة، يُحكم عليه بالتعليق على العمل به، دون النظر إلى البنود الأخرى. يترك للقاضي مجالًا لتقديره في حال اكتشافه لشروط تعسفية خارج نطاق القوائم المحددة مسبقًا، والتي تُعتبر مجرد أمثلة وليست حصرًا شاملًا³.

من الواضح أن القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لم يتطرق بوضوح إلى مسألة البنود التعسفية التي قد تكون جوهر العقود التجارية الإلكترونية. على الرغم من تنظيمه للشروط الأساسية التي يجب أن تتضمنها العقود وتحديد الجزاءات المدنية في حالة انتهاكها، إلا أن هذا يعتبر نقصًا تشريعيًا يتوجب معالجته. لذلك، ينبغي على المشرع أن ينص بوضوح على الجزاءات المدنية بجانب الجزاءات الجزائية، دون الاكتفاء بالأخيرة فقط. ومع ذلك، يجب الاستمرار في تطبيق النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك التقليدي من الشروط التعسفية، على الرغم من اختلاف وسيلة التعاقد وخصوصيات العقود التجارية الإلكترونية.

¹ راضية العطياوي، معالجة الشروط التعسفية في إطار القانون رقم 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات

التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2011، ص 143

² طالع المادة 05 من المرسوم 06/306.

³ أحمد بعجي، المرجع السابق، ص 161

الفصل الثاني

الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد تنفيذ العقد

مع التطور المستمر في مجال التجارة الإلكترونية، تبرز أهمية ضمانات ما بعد تنفيذ العقد كعامل أساسي في حماية المستهلكين وتعزيز الثقة في التعاملات الرقمية. تشمل هذه الضمانات مجموعة من التدابير القانونية والتنظيمية التي تهدف إلى حماية حقوق المستهلكين بعد إتمام عملية الشراء. تركز القوانين الجزائرية على ضمان جودة المنتجات والخدمات، حماية حقوق المستهلك في حالة الإخلال بالعقد، وتوفير آليات فعالة لمعالجة الشكاوى والنزاعات.

تشمل هذه الآليات حقوق المستهلك في خدمات ما بعد البيع، تنظيم إجراءات الدفع الإلكتروني، وتكريس حق العدول الذي يسمح للمستهلك بإرجاع المنتجات واسترداد الأموال في حالات معينة. بالإضافة إلى ذلك، تلعب آليات الحماية الجزائية دورًا مهمًا في تعزيز ثقة المستهلكين من خلال توفير سبل قانونية لمعالجة الشكاوى والنزاعات، بما في ذلك التحكيم الإلكتروني والصالح.

يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على الضمانات المتوفرة لحماية المستهلك الإلكتروني بعد تنفيذ العقد في الجزائر، من خلال استعراض القوانين والتشريعات الحالية، وتحليل آليات التنفيذ والتحديات القائمة، وفحص كيفية مساهمتها في تعزيز الأمان والشفافية في التعاملات الرقمية وضمان حقوق المستهلكين.

المبحث الأول : الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني:

في عصر السرعة والتجارة الإلكترونية المتزايدة، أصبحت حماية حقوق المستهلكين أمراً أساسياً. لذا وجب علينا التطرق إلى دراسة الحقوق المدنية التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني والضمانات التي ينبغي أن توفرها المنصات الإلكترونية لحمايته، بما في ذلك الحق في الضمان والحماية من مخاطر الوفاء وتكريس حق العدول.

المطلب الأول: حق المستهلك الإلكتروني في الضمان :

الالتزام بالضمان يعد من الأهمية بمكان كونه أحد الالتزامات القانونية الأساسية، خاصة في ظل نقص خبرة المستهلك الإلكتروني واقتباره للثقافة الاستهلاكية الكافية. هذا الواقع دفع المشرع إلى التدخل لتنظيم العلاقات التعاقدية بهدف حماية المصالح المادية للمستهلك. وقد تم ذلك عبر تمكين المستهلك من التعرف على حقوقه والمطالبة بها بالطرق القانونية المتاحة أثناء تنفيذ العقد. بناءً على ذلك، في هذا السياق سنتناول الالتزام بضمان التعرض والإستحقاق في الفرع الأول ثم الالتزام بضمان السلامة و العيوب الخفية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: ضمان التعرض والإستحقاق :

يعتبر ضمان التعرض والإستحقاق ضمن القواعد العامة من الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتق البائع، حيث يتعين عليه ضمان عدم قيامه أو أي طرف آخر بأي فعل يمس بحق المشتري في التمتع الكامل بملكية المبيع. بناءً على ذلك، يجب على المورد الإلكتروني الالتزام بهذا النوع من الضمان تجاه المستهلك. وعند استعراض مفهوم الضمان في العالم المادي، نجد أنه لا يختلف عن مفهومه في الفضاء الإلكتروني¹¹. فـضمان التعرض يعني أن يلتزم البائع بحماية المشتري من أي فعل قد يصدر عنه أو عن أي طرف آخر ويؤثر على حق المشتري

¹¹ عقي يمينة، الضمانات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد في التشريع الجزائري ، مجلة معالم

لدراسات القانونية والسياسية، سيدي بلعباس، الجزائر، 2020،

في التمتع بملكية المبيع، سواء كانت هذه الملكية كاملة أو جزئية. وفي سياق الحديث عن ضمان التعرض، يجب التفريق بين ضمان التعرض الشخصي، وضمن التعرض الناجم عن أطراف أخرى.

أولاً: ضمان التعرض:

يجب على المورد الإلكتروني ضمان حق المستهلك بالانتفاع بالمبيع دون لمساس به ؛ ومن خلال الدراسة وجدنا أن هناك نوعين من التعرض: التعرض الشخصي والتعرض الناجم عن الغير.

1. ضمان عدم التعرض الشخصي: التعرض الشخصي يشمل أي عمل مادي أو قانوني، سواء كان مباشراً أو غير مباشر، يصدر عن البائع ويؤدي إلى حرمان المشتري من الانتفاع بالمبيع كلياً أو جزئياً، وهو أمر غير مسموح للبائع بموجب قاعدة "من وجب عليه الضمان امتنع عليه التعرض". وطبقاً للمادة 371 من القانون المدني الجزائري التي تنص على ما يلي: "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه، سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير ، يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، ويكون البائع مطالباً بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه". على سبيل المثال، قيام المهني المتعهد بتزويد خدمات معينة كخدمة الاشتراك في النت لأحد العملاء بسعر معين يقوم بالتعاقد مع عميل آخر منافس الأول على إمداده بنفس الشيء بسعر منخفض وبجودة أعلى مما يضر الأول¹.

2 - ضمان عدم التعرض الصادر من الغير: بالإضافة إلى ضمان عدم التعرض الشخصي، يلتزم البائع أيضاً بضمان عدم تعرض الغير لحق المشتري في الانتفاع بالمبيع، سواء كلياً أو جزئياً. يجب على البائع التأكد من أن أي حقوق قد يدعيها الغير على المبيع لم تنشأ عن

¹ عقيي يمينة، مرجع سابق

طريقه¹. يتطلب ضمان التعرض من الغير توافر شروط معينة، منها أن يكون التعرض قانونيًا وليس ماديًا، وأن يكون سبب الاستحقاق سابقًا أو لاحقًا للبيع بشرط أن يعود للبائع نفسه. التزام البائع هنا هو بتحقيق نتيجة، أي منع أي تعرض فعلي من الغير. في العقود الإلكترونية، يمكن أن يتجلى هذا التعرض المادي بقيام المورد بزرع فيروس في برنامج الحاسوب المباع أو توجيه فيروس عن بعد.

ثانيا : أحكام ضمان الاستحقاق

تعد حادثة العقود الإلكترونية سببًا رئيسيًا لوجود نقص وغموض في العديد من المسائل المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية، مما يستدعي الرجوع إلى القواعد العامة. من بين هذه المسائل، ضمان الاستحقاق عند انتهاء النزاع بثبوت حق الغير في المبيع أو تحميله تكليفاً ما. في هذه الحالة، يتوجب على البائع تعويض المشتري عن قيمة المبيع والخسائر التي تكبدها نتيجة لهذا الاستحقاق. تختلف قيمة التعويض وفقاً لما إذا كان الاستحقاق كلياً أو جزئياً.

1- الاستحقاق الكلي: نصت على أحكامه المادة 375 من القانون المدني، ويكون في حال نزع اليد الكلي عن المبيع فللمشتري أن يطلب من البائع بوجه عام تعويضه عما لحقه من الخسائر وما فاتته من كسب، بسبب نزع اليد عن المبيع كل ذلك ما لم يقدّم المشتري دعواه على طلب فسخ البيع أو إبطاله.

2- الاستحقاق الجزئي: نصت عليه المادة 376 من القانون المدني، ويكون في حال نزع اليد الجزئي عن المبيع أو في حالة وجود تكاليف عنه، وكانت خسارة المشتري قد بلغت قدراً لو علمه المشتري لما أتم العقد، كان له أن يطالب البائع بالمبالغ المبيّنة بالمادة 375 مقابل رد المبيع مع الانتفاع الذي حصل عليه منه.

¹ خالد محمود إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص 244

يفهم من نص هذه المادة أن الاستحقاق الجزئي يعني ثبوت ملكية الغير لجزء من المنتج، بينما يشير ثبوت التكليف إلى وجود حق يقيد المبيع، مثل حق الانتفاع. إذا كان الاستحقاق جزئياً أو كان هناك تكليف معلوم للمشتري عند إتمام البيع، يحق للمشتري رد المبيع إلى البائع والمطالبة بالتعويض وفقاً للمادة¹ 375

الفرع الثاني: الالتزام بضمان السلامة و العيوب الخفية:

لتعزيز حماية المستهلك الإلكتروني ودعمه في مواجهة تعسف المورد ، أضاف المشرع ضمانتين نذكرهما على التوالي، أولاً: الالتزام بضمان السلامة والتعريح بعدها ثانياً على ضمان العيوب الخفية.

أولاً: الالتزام بضمان السلامة:

إن مفهوم الالتزام بضمان سلامة المنتجات لم يحظ بتعريف دقيق سواء من الناحية الفقهية أو القضائية، رغم أن القضاء لعب دوراً أساسياً في نشأة هذا الالتزام. فعلى المستوى الفقهي، نجد أن بعض الفقهاء يعرفون الالتزام بضمان السلامة من خلال خصائصه وشروطه المميزة، بينما ينظر آخرون إلى تعريفه من خلال طبيعته الذاتية.

يرى الطرف الأول أن الالتزام بضمان السلامة يقتضي توفر عدد من الشروط هي: أن يلجا احد المتعاقدين للمتعاقد الآخر من أجل الحصول على المنتج أو الخدمة، وأن يوجد خطر يهدد المتعاقد طالب هذه الخدمة أو المنتج، وأخيراً أن يكون المتعاقد الملتزم بتقديم الخدمة أو المنتج مهنيًا محترفاً².

¹ أنظر المادة 375-376 من القانون 05-10 المرجع السابق

² عبد الفتاح بيومي حجازي ، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2003 ، ص 109 ، 110

ويشير الجانب الآخر من الفقه إلى طبيعة الالتزام بضمان السلامة، حيث يعتبره التزاماً تبعياً في العقد يتعلق بالأشخاص ويتطلب تحقيق نتيجة محددة. وفقاً لهذا الرأي، تقتضي فكرة السلامة أن يسيطر المدين فعلياً على جميع العناصر التي قد تسبب ضرراً للدائن، وأن تكون هذه العناصر جزءاً من العقد الذي يجمع بين الطرفين¹.

○ شروط الالتزام بضمان السلامة

في عقود البيع الإلكتروني، تبرز هناك شروط لضمان سلامة المستهلك من بينها:

- شرط وجود خطر يهدد سلامة أحد المتعاقدين الجسدية بوضوح بسبب تعقيد الأجهزة الحديثة مثل الطبية أو الرياضية. حيث يشتري المستهلك الإلكتروني هذه السلع من الإنترنت معتمداً على معلومات البائع فقط.
- يتعين على البائع أو المنتج ضمان سلامة المستهلك الذي غالباً ما يفتقر إلى المعرفة الفنية، مما يضع مسؤولية ضمان سلامة السلعة على البائع المحترف نظراً لفارق المعرفة والمركز الاقتصادي.
- يجب أن يكون البائع المحترف متمرساً وخبيراً في مجاله لضمان سلامة المنتجات المعقدة. عند البيع عبر الإنترنت، فإن أي عيب في السلعة يمكن أن يؤدي إلى أضرار كبيرة².

كما أن المشرع حرص على ضرورة سلامة المستهلك وذلك من خلال نص المادة "13 من قانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تحت عنوان إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع، إن الاهتمام بالالتزام بضمان سلامة المستهلك هو التزام على عاتق المحترف لصالح

¹ عابد فايد عبد الفتاح فايد ، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة في ضوء قواعد حماية المستهلك دراسة مقارنة في القانون المصري والقانون الفرنسي ، دار النهضة العربية ، 2006، ص 14.

² عبد الفتاح بيومي حجازي المرجع سابق ص 67

المستهلك "ولهذا الالتزام بضمان السلامة هدفه توفير الأمان أي حصول المستهلك الإلكتروني على سلعة لا تتطوي على خطورة يمكن أن تكون مصدر ضرر بالنسبة له وكذلك المحيطين به¹.

ثانيا: ضمان العيوب الخفية

نظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم 90-260 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات ، و الذي ألغي بعد مرور 4 سنوات من صدور القانون رقم 09-03 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-327² و الذي دخل حيز التنفيذ بعد سنة كاملة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية³، و إحدى هو الإلتزام بضمان العيوب الخفية، وقد أشار جانب من الفقه إلى أن العيب الخفي هو الضرر الطارئ الذي لا يظهر في الفطرة السليمة للمبيع، أو هو النقص الذي يصيب المنتج بشكل غير متوقع ولا يوجد في جميع المنتجات المماثلة، ويكون مضموناً من البائع فقط وفق شروط محددة. يمكن تعريف العيب الخفي من جوانب عدة:

من الناحية المادية: العيب الذي يتلف الشيء أو يؤدي إلى نقص في قيمته أو منفعته.

من الناحية الوظيفية: العيب الذي يؤثر على خصائص أو أوصاف الشيء، مما يجعله غير صالح للغرض الذي أُعد من أجله.

من الناحية العقدية: العيب الذي يفتقر إلى صفة تعهد البائع بوجودها في المبيع.

من الناحية القانونية: المشرع الجزائري لم يقدم تعريفاً محدداً للعيب الخفي لضمان حق المستهلك الإلكتروني، ولكنه في المادة 397 من القانون المدني حدد شروط تحقق ضمان العيب الخفي.

¹ أنظر المادة 13 من قانون 09/03 مرجع سابق

² مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، السالف الذكر

³ المادة 26 من المرجع ذاته

هذه المادة تنص على أن البائع يكون ملزماً بالضمان إذا لم يحتوي المبيع على الصفات المتعهد بها وقت التسليم، أو إذا كان به عيب ينقص من قيمته أو منفعته وفقاً لما هو مذكور في عقد البيع أو حسب طبيعته واستعماله¹.

البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها أو كان يمكنه اكتشافها بفحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من العيوب أو أخفاها عنه بغش.

الشروط التي توجب ضمان العيوب الخفية في المبيع:

* أن يكون العيب مؤثراً وخفياً وقديماً.

* أن يجهل المشتري العيب، بشرط أن يكون قد فحص المبيع بعناية الرجل العادي.

عند شراء المستهلك منتجاً إلكترونياً عبر الإنترنت، قد يكتشف عند الاستخدام أنه معيب ولا يحقق الفائدة المرجوة، خاصة مع المنتجات البرمجية التي يصعب اكتشاف عيوبها. لذا، إذا توفرت شروط ضمان العيب الخفي، يحق للمستهلك أن يطالب بإصلاح المنتج أو استبداله أو استرداد ثمنه، مع حقه في التعويض عن أي ضرر وفقاً للمادة 23 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ويرى البعض أن المادة 397 لا تتماشى مع طبيعة العقود الإلكترونية، حيث تركز على فحص العيوب بعناية الرجل العادي. في العقود الإلكترونية، المنتج يُعرض على موقع ويب مع معلومات يختارها المنتج، ولا يمكن للمستهلك سوى الاطلاع على هذه المعلومات.

هذا الرأي يعتبر صائباً لأن المادة 397 لا تتناسب مع طبيعة المنتجات الإلكترونية التي تتطلب خبرة خاصة لفحصها واكتشاف عيوبها بسبب خصوصيتها وحداتها².

¹ عقبي يمينية، المرجع السابق

² المرجع نفسه

إذن نستنتج أن ضمان حماية المستهلك من العيوب الخفية في المنتجات هو أمر ضروري، وخاصة في عقود البيع الإلكتروني عبر الإنترنت. يجب على البائع الالتزام بضمان العيوب الخفية في المبيع، ويحق للمستهلك الإلكتروني ما يحق للمستهلك العادي من حقوق. هذا يشمل مطالبة المزود أو البائع بإصلاح المبيع أو استبداله¹، إذا لم يتمكن البائع من ذلك، فإن للمستهلك الخيار بين إعادة المبيع واسترجاع ثمنه، أو الاحتفاظ به والمطالبة بتخفيض الثمن إذا كان العيب بسيطاً. هذا ما نصت عليه المادة 09 من المرسوم التنفيذي 266-90 المشار إليه سابقاً.

علاوة على ذلك، لا يقتصر الأمر على هذه الإجراءات فقط، بل أن المشرع الجزائري يمنح المستهلك الحق في اللجوء إلى محترف مؤهل لإصلاح المنتج المعيب على نفقة البائع. بالإضافة إلى ذلك، يلتزم البائع بدفع التعويض عن الأضرار التي لحقت بالمستهلك أو ممتلكاته نتيجة لهذا العيب.

وفي الأخير و خلاصة للقول تجدر الإشارة إلى أن المورد الإلكتروني يخضع للتشريع و التنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية و حماية المستهلك².
المطلب الثاني : حماية المستهلك من مخاطر الوفاء وتكريس حق العدول:

حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء الإلكتروني وتكريس حق العدول تُعد أمراً ضرورياً. يلتزم المستهلك بدفع الثمن للحصول على السلعة أو الخدمة المتعاقد عليها³، بينما يتحمل المهني مسؤولية حماية المستهلك الإلكتروني، خصوصاً نظراً لنقص خبرته في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة. يهدف ذلك إلى ضمان استقرار المعاملات في نظام الدفع

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت ، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 66

² المادة 35 من القانون رقم 05-18

³ كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق، ص 548.

الإلكتروني الجديد، ما دفع المشرع إلى استحداث ضمانات أكثر ملائمة مع التطورات السريعة، حيث لم تعد الضمانات التقليدية كافية لتحقيق الحماية المرجوة.

تشمل هذه الضمانات حماية المستهلك من مخاطر الوفاء الإلكتروني (الفرع الأول)، وتكريس حق العدول كأحد حقوق المستهلك، كآلية حديثة توفر حماية فعالة لهذا المستهلك عن بُعد (الفرع الثاني). وسيتم تناول هذه النقاط في دراستنا ضمن هذا المطلب.

الفرع الأول: حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني

نشأ نظام الوفاء الإلكتروني نتيجة للتطور التكنولوجي ويعتمد بشكل أساسي على الوسائل الإلكترونية، تُعتبر هذه الوسائل من العناصر الأساسية في نظام الدفع الإلكتروني، حيث تُستخدم لإجراء المعاملات المالية في بيئة افتراضية. تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بعدة خصائص جعلتها الخيار الأكثر شيوعاً، خصوصاً في المجتمعات المتقدمة من الناحية الاقتصادية والثقافية¹.

بناءً على ذلك، سنستعرض مفهوم وسائل الوفاء الإلكتروني من خلال مناقشة ماهيتها وخصائصها وأشكالها أولاً ومن ثم نتناول مخاطر الوفاء الإلكتروني والضمانات المقدمة للمستهلك لمواجهتها في المرحلة الثانية.

أولاً: ماهية الوفاء الإلكتروني:

يُعرف الوفاء أو الأداء على أنه دفع الثمن واستلام السلعة في عقد البيع، ويُعتبر اتفاقاً بين الدائن والمدين على سداد الدين. يعني ذلك أن المدين يقوم بتنفيذ الالتزام الذي تعهد به، وذلك من خلال الوفاء بمحل هذا الالتزام. على سبيل المثال، يلتزم المؤجر بتمكين المستأجر من الانتفاع بالشيء المؤجر، كما يلتزم المقرض برد مبلغ القرض إلى المقرض. يُعد المؤجر قد

¹ بن عثمان مشرية ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون أعمال، جامعة ورقلة، 2020/2019 ، ص 45.

وفى بالتزامه عند تسليم الشيء المؤجر إلى المستأجر، ويعتبر المقترض قد وفى بالتزامه عند دفع مبلغ القرض إلى المقرض. أما إذا كان محل الالتزام هو الامتناع عن القيام بعمل معين، مثل التزام ممثل بعدم العمل مع شركة منافسة للشركة التي تعاقد معها، فإن الممثل يُعد ملتزماً بالوفاء طالما أنه يرفض العمل مع الشركة المنافسة¹.

أما الوفاء الإلكتروني يقصد به كل عملية وفاء تتم بواسطة بطاقة ذات أشرطة ممغنطة أو تلك التي تحتوي على دوائر الكترونية منفذ (ميكرو بروسيسور) لدى جميع شبكات الوفاء المزودة بآلات الوفاء الحديثة (T.P.V)، (T.P.E). و يعرف أيضا بأنه تصرف قانوني يكون الهدف من ورائه تسوية دين ثابت في ذمة شخص ما لصالح شخص آخر كنتيجة لوجود معاملة تجارية بينهما عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت ، وذلك باستخدام وسائل الدفع موجودة أو معروفة من قبل وتم تطويرها لتتوافق وحاجات التجارة الإلكترونية ، وأما بالرجوع إلى وسائل الدفع المستحدثة².

وقد نصت المادة 27 من القانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية" يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية أما عن بعد أو عند تسليم المنتج ، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به"³.

ولذلك تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية وسيلة لتسهيل التعامل عن بعد بين المستهلك والتاجر، من خلال عقود إلكترونية تُنفَّذ لإتمام عمليات دون الحاجة إلى الوسائل المادية أو الورقية التقليدية.

¹ عبد الرزاق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، المجلد الثالث، دار النهضة العربية - القاهرة 198، ص 556.

² كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع سابق، ص 550-551

³ المادة 27 من قانون رقم 18/05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ص 8

ثانيا : صور الوفاء الإلكتروني:

تتنوع طرق الدفع الإلكتروني، حيث تم تطوير طرق الدفع التقليدية إلى نسخ إلكترونية مثل بطاقات الدفع والأوراق التجارية. ومن هذه التطورات ظهرت بطاقات الدفع الإلكتروني، والشيك الإلكتروني، والكمبيالة الإلكترونية، والسند لأمر الإلكتروني. كما برزت طرق دفع جديدة مثل النقود الإلكترونية، والمحفظة الإلكترونية، والتحويل الإلكتروني. سنناقش في هذا الجزء الوسائل الحديثة للدفع ونستعرض أهم الوسائل المستخدمة¹.

أ - وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة:

1- النقود الإلكترونية: هي عبارة عن بطاقة الكترونية تحتوي على رصيد نقدي، تعمل كأداة للوفاء وسيلة للإبراء ووسيط للتبادل. تُعرّف أيضًا كوحدات رقمية تنتقل من حساب شخص إلى آخر. تتنوع إلى نوعين: الأول هو محفظة النقود الإلكترونية، التي تشمل ثلاثة أطراف: البنك المصدر، والمستهلك الذي يدفع بقيمة الوحدات الإلكترونية، والتاجر. النوع الثاني هو محفظة النقود الافتراضية، التي قدمت نموذجها الأول شركة دجي كاش الهولندية، حيث يسجل العملاء والتجار أنفسهم في النظام. تتيح هذه المحفظة للمستهلكين سحب وحدات نقدية لاستخدامها في المعاملات المالية، وتُخزن هذه الوحدات على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر.

يعتبر الدفع الإلكتروني نظامًا ذكيًا يجمع بين تكنولوجيا الاتصالات والإنترنت والبنوك التقليدية أو شركات الأموال. هذا النظام يمكن عملاء البنوك ومشتري شركات الأموال من استخدام أرصدهم لإجراء عمليات الشراء، وسداد الفواتير، وتحويل الأموال إلكترونياً، دون الحاجة إلى الدفع النقدي التقليدي المباشر.

¹ بن عثمان مشرية ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص46

2- بطاقات الوفاء: تُعرف بأنها ورقة تتضمن أمراً أو التزاماً بالوفاء، لا يمكن للزبون صاحب البطاقة التراجع عنه، حيث يصدر الأمر إلى المؤسسة المصدرة للبطاقة لتحويل مبلغ معين من حساب الزبون إلى حساب التاجر المشترك في نظام البطاقة. كما يمكن تعريفها بأنها عقد تتعهد بموجبه الجهة المصدرة للبطاقة، غالباً أحد البنوك، بفتح اعتماد ضمن حدود مبلغ معين لمصلحة حامل البطاقة (العميل). هذا التعهد يمكن العميل من سداد قيمة مشترياته إلكترونياً لدى المحلات التجارية، التي ترتبط بدورها بعقد مع الجهة المصدرة للبطاقة، يلزمها بقبول الوفاء بموجب هذه البطاقات مقابل مبيعاتها أو خدماتها خلال فترة معينة¹.

3- حافظة النقود الإلكترونية: هي نوع من بطاقات الوفاء محملة بمبلغ مدفوع مسبقاً، وتوفر نظاماً مؤمناً للوفاء يضمن سرية العقود ويسمح بمعرفة مقدار المال المتاح. تُدار المبالغ الكبيرة بواسطة نظام مصرفي، مما يسمح بإجراء عمليات الوفاء للأطراف المعنية. تُعد هذه الحافظة بطاقة وفاء مصرفية مسبقة الدفع تُحمل بمبلغ معين من المال، مما يمكن من الوفاء بقيمة عدة عمليات تجارية أو خدمات. وهي وسيلة وفاء مثالية لسداد المبالغ القليلة القيمة، وقد ظهرت نتيجة تزاوج تكنولوجيا المعلومات مع تكنولوجيا البطاقات البنكية².

4- التحويل الإلكتروني: تتمثل هذه الوسيلة في نقل مبلغ معين من حساب المدين إلى حساب الدائن، حيث يتولى البنك أو جهة مختصة إدارة هذه العملية. نظام التحويلات المالية الإلكترونية يمنح البنوك صلاحية تنفيذ الحركات المالية، سواء كانت دائنة أو مدينة، إلكترونياً من حساب بنكي إلى آخر. تتم عملية التحويل عبر الهواتف وأجهزة المودم بدلاً من استخدام الأوراق، وتنفذ عن طريق المقاصة الآلية. هذا النظام يتيح للشركات والمؤسسات تحصيل

¹ كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع سابق، ص 572

² المرجع نفسه ص 579

تحويلاتهما المالية إلكترونياً بسرعة وكفاءة، ويعالج مختلف خدمات التحويلات المالية مثل خدمة تحصيل الشبكات عند الاستحقاق وخدمة تحصيل الأقساط¹.

ب : الأوراق التجارية الإلكترونية

1- الشيك الإلكتروني: هو نظير إلكتروني للشيكات الورقية التقليدية المستخدمة في المعاملات اليومية. يتمثل الشيك الإلكتروني في رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مُصدر الشيك إلى المستلم (حامله)، ليقوم المستلم بتوثيقها وتقديمها للبنك العامل عبر الإنترنت. يقوم البنك بتحويل قيمة الشيك وإعادته إلكترونياً إلى المستلم، ليكون بمثابة إثبات على أن الشيك قد تم صرفه. كما يعرف أيضاً بأنه : "محرر ، يتضمن أمراً صادراً من محرره ويسمى بالساحب ، موجهاً إلى بنك المسحوب عليه يدفع مبلغ محدد للأمر شخص معين أو لحامله ، وذلك لاطلاع المسحوب عليه على هذا المحرر ومطالبته بالوفاء"².

2- الكمبيالة الإلكترونية: هي مستند ثلاثي الأطراف يتم معالجته إلكترونياً كلياً أو جزئياً. يتضمن المستند أمراً من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه بدفع مبلغ معين من المال لشخص ثالث يسمى المستفيد عند الاطلاع أو في تاريخ محدد. يمكن تعريفها أيضاً على أنها صك ورقي يحتوي على بيانات معينة نص عليها القانون، ويُعالج إلكترونياً بعد ذلك، أو قد تكون صكاً إلكترونياً أصلياً. في كلتا الحالتين، تتضمن الكمبيالة أمراً من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ محدد من المال للمستفيد في تاريخ معين أو عند الاطلاع³.

¹ زهير زاوش ، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة الجزائر) ، مذكورة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تمويل الدولي والمؤسسات المالية النقدية ، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2010/2011 ص 44.

² كوثر سعيد عدنان خالد مرجع سابق ص 575

³ كوثر سعيد عدنان خالد نفس المرجع ، ص 578 وص 579

3- السند لأمر الإلكتروني: يمكن تعريف السند لأمر بأنه صك محرر و وفق شكل معين حدده القانون تضمن تعهد شخص يسمى " المحرر Souscripteur " بأن يدفع في مكان محدد مبلغا معيناً من النقود في تاريخ معين أو قابل للتعيين أو بمجرد الإطلاع، لأمر شخص آخر اسمه "المستفيد"¹ والسند لأمر الإلكتروني هو مستند ثنائي الأطراف يتم معالجته إلكترونياً كلياً أو جزئياً. يحتوي السند على تعهد من محرره بدفع مبلغ من المال في تاريخ معين لأمر شخص آخر يسمى المستفيد. يقوم المستفيد بنقل البيانات إلى شريط ممغنط والاحتفاظ به، ثم يتم تداول هذا الشريط الممغنط الذي يحتوي على بيانات السند من بنك المستفيد إلى المقاصة بواسطة الحاسب الآلي، ثم إلى بنك المحرر الملتزم بالوفاء.

يتضح لنا مما سبق أن المشرع الجزائري قد اقر جميع وسائل الدفع، سواء التقليدية أو الحديثة، ضمن تعريفه لوسائل الدفع، مستنداً إلى العبارة "مهما يكن الأسلوب التقني المعتمد"، مما يشير إلى أن التقنية الإلكترونية مشمولة أيضاً. ويبرز هنا دور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل المعاملات للمستهلكين في مجال التجارة الإلكترونية. وبالتالي، يتضح وجود نية واضحة لدى المشرع الجزائري للانتقال من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل دفع حديثة وإلكترونية.

ثالثاً : مخاطر الوفاء الإلكتروني و ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني:

1- مخاطر الوفاء الإلكتروني: على الرغم من المزايا التي تقدمها وسائل الدفع الإلكترونية، مثل السرعة وتيسير عمليات التبادل التجاري، مع ذلك، يمكن أن تنشأ مخاطر للمستهلك الإلكتروني بسبب نقص خبرته في استخدام هذه الوسائل، مما قد يؤدي إلى تقليل خياراته وتعرضه لمخاطر أمنية وقانونية، تشمل المخاطر الأمنية الاحتيال واختراق أنظمة المعلومات واكتشاف الأرقام السرية وفك الشفرات من قبل القرصنة عبر الإنترنت. كما أن المخاطر القانونية تتعلق بعدم وجود تنظيم قانوني شامل يوضح كيفية استخدام هذه الوسائل وما يترتب على ذلك من تنازع

¹ د/ إلياس حداد، السندات التجارية في القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 364

قوانين واختصاص قضائي. وتعد مشكلة أمان الدفع الإلكتروني من أهم المسائل التي يثيرها هذا النظام الجديد في الوفاء تأثير على سعة انتشارها وقبوله من الجمهور¹، في هذا السياق تحتاج المعاملات الإلكترونية بشكل عام، والوفاء الإلكتروني بشكل خاص، إلى بيئة قانونية ملائمة ومحمية بشكل فعال، بالإضافة إلى توفير حماية تقنية متقدمة لتحقيق الكفاءة الاقتصادية، خاصة أن هذه المعاملات تتم على نطاق دولي.

2- ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني: مع تزايد العمليات التجارية الإلكترونية على الصعيدين العالمي والمحلي، والتطور الهائل في وسائل حماية التجارة الإلكترونية، أصبح من الضروري توفير حماية تقنية وقانونية لهذه الوسائل.

أ- الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني: تشمل الحماية التقنية تأمين المعلومات، والذي يتضمن حماية وتأمين جميع المواد المستخدمة في معالجة المعلومات، حيث يتم تأمين المنشأة، يتم ذلك من خلال تنفيذ إجراءات ووسائل حماية متنوعة تضمن في النهاية سلامة المعلومات، وهي الكنز الثمين الذي يجب على المنشأة الحفاظ عليه².

لتجنب المخاطر التي قد تصيب وسائل الدفع الإلكترونية، مثل القرصنة المعلوماتية، تم تطوير العديد من المشاريع والجهود لحماية المستهلكين. من أبرز هذه الجهود هو النظام التأميني الذي ابتكرته بعض الشركات لحماية معلوماتها. يعد التشفير أيضاً وسيلة فعالة للحماية، حيث يقوم بتحويل الأرقام السرية إلى شفرات غير مفهومة أثناء عملية التبادل عن بعد، مما يضمن أمان المعلومات بين التاجر، شركة الخدمات، والجهة المسؤولة عن الدفع.

¹ كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق ص 654

² عبد الرؤوف دبایش، ذبیح هشام- "وسائل الدفع مابين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني" - مقال منشور بمجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الرابع عشر أبريل 2017 ص 104

التشفير هو عملية تحويل البيانات إلى شفرات غير قابلة للفهم لمنع الوصول غير المصرح به، باستخدام مفاتيح لتشفير وفك تشفير الرسائل¹¹. يهدف التشفير إلى ضمان سرية المعلومات المتبادلة بين الزبون والتاجر أو البنك.

بالرغم من فوائده العديدة، يواجه التشفير عدة تحديات، من بينها القضايا القانونية والأخلاقية حيث يظل التوازن بين الخصوصية والأمن موضوعاً مثيراً للجدل. تطالب الحكومات ووكالات إنفاذ القانون بوجود بوابات خلفية في أنظمة التشفير لمكافحة الجرائم، بينما يحذر نشطاء الخصوصية من مخاطر إساءة الاستخدام وتأثير ذلك على الأمان العام².

لمواجهة مخاطر سرقة الأرقام السرية لبطاقات الإنترنت، يمكن استخدام وسيط موثوق لنقل رقم البطاقة المصرفية بدلاً من تبادله بين أطراف العقد مباشرة³.

كما يعتبر التوقيع الإلكتروني من وسائل حماية المستهلك في مجال الدفع الإلكتروني. التوقيع الإلكتروني هو ملف رقمي صغير يتكون من رموز تصدر عن جهة معترف بها، ويعمل على توثيق المعاملات عبر الإنترنت، ويطلق عليها اسم الشهادة الرقمية⁴.

نظراً لأهمية الدفع الإلكتروني في إتمام المعاملات التجارية، فإن حمايته من المخاطر الناتجة عن التطورات التكنولوجية والأنظمة الحديثة يعد أساساً لبناء الثقة في هذه العمليات.

وقد أكدت المادة 28 من القانون 05-18 على ضرورة ربط الموقع التجاري للمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكتروني باستخدام نظام التصديق الإلكتروني، وذلك لضمان أمان

¹ عبد الرؤوف دبابش ذبيح هشام المرجع السابق ص 108

² Smith, John. "Encryption: Ensuring Digital Security." *Tech Security Journal*, 2024

³ كوثر سعيد عدنان المرجع السابق 659

⁴ المرجع نفسه ص 615,614

عملية الربط والدفع الإلكتروني وإتمامها. ومع ذلك، تسبق عملية التصديق خطوة التوقيع الإلكتروني¹.

ب- الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني: كان من الضروري للمشرع الجزائري تبني وسائل الدفع الإلكترونية نظراً لمحدودية الوسائل التقليدية في إتمام المعاملات المالية والتجارية، خاصة مع بروز التجارة الإلكترونية والتطورات التكنولوجية. تعد وسائل الدفع الإلكتروني أكثر ملائمة للمصارف الإلكترونية لتسوية المعاملات بين الأفراد والشركات عبر الإنترنت. بدأت هذه المبادرات مع نص المادة 69 من الأمر رقم 11/03 المتعلق بالنقد والقرض، التي تعتبر "وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل".

- بالإضافة إلى ذلك تلتزم البنوك والمؤسسات المالية بإعلام عملائها بوسائل الدفع الإلكتروني المتاحة، وكيفية التعاقد للحصول عليها، وشروط الاستخدام. يجب أن توضح هذه المؤسسات كيفية استخدام الوسائل بشكل آمن، وتبين مزايا وعيوب كل وسيلة، والمخاطر المرتبطة بها، وكيفية التقليل من هذه المخاطر أو الحماية منها. يتعين على البنك توفير هذه المعلومات الأساسية للعملاء قبل بدء التعاقد، وذلك عندما يبدي العميل رغبته في استخدام هذه الوسائل².

- إصدار تشريع يبطل الشروط التعسفية التي قد ترد في العقود المبرمة بين البنك والعميل المستهلك. ومن الأمثلة على هذه الشروط اشتراط عدم مسؤولية البنك عن الوفاء غير المشروع، أو عدم مسؤوليته عن أخطاء الكمبيوتر في القيد المصرفي، أو اشتراط عدم تحقق البنك من هوية المتعامل بالوسيلة الإلكترونية، وأيضاً الشرط الذي يمنح البنك حق تعديل سعر الفائدة أو

¹ جلول دواجي بلحول ، مرجع سابق، ص 126

² المرجع نفسه ، ص 127

العمولة المتفق عليها ضمن العقد مقابل الخدمات المصرفية. بشكل عام، يبطل هذا التشريع أي شرط يزيد من التزامات العميل المستهلك أو يقلل من حقوقه لصالح البنك¹.

- تتمثل الحرية في ترك للمستهلك حرية الاختيار في وسيلة الوفاء التي تناسبه، وعدم السماح للتاجر أو مقدم الخدمة بإجباره على استخدام وسيلة دون أخرى، طالما أن الوسيلة التي يختارها المستهلك تحظى بالقبول الدولي المصرفي².

أخيراً، تأتي أهمية الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني في ضمان تجربته الرقمية بسلام وأمان، من خلال اعتماد التدابير التقنية اللازمة ووضع التشريعات المناسبة، يمكن إنشاء بيئة موثوقة وآمنة للتعاملات عبر الإنترنت، وتتضمن هذه الحماية توفير آليات لتشفير البيانات، وإدارة الهويات الرقمية، ووضع سياسات صارمة للخصوصية، بالإضافة إلى إقرار قوانين تنظم العلاقات التعاقدية وتحمي حقوق المستهلكين على الإنترنت، من خلال تكاتف الجوانب التقنية والقانونية، يمكن تعزيز الثقة والاستقرار في مجال التجارة الإلكترونية وضمان استفادة المستهلك الإلكتروني بشكل آمن وموثوق في عالمنا الرقمي المتقدم.

الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول

يُعد العقد من أهم مصادر الالتزام، حيث يُعتبر الأصل فيه أنه لا يمكن التراجع عنه، ويتمثل ذلك في مبدأ "العقد شريعة المتعاقدين"، الذي ينص على عدم جواز نقض العقد أو تعديله إلا بموافقة الطرفين أو لأسباب يحددها القانون. ومع ذلك، ومن أجل توفير حماية فعالة للمستهلك، أقرت مختلف القوانين والتشريعات المقارنة مجموعة من الحقوق للمستهلك، تُعد من الضمانات الأساسية له. ومن هذه الحقوق، الحق في العدول عن العقد خلال فترة محددة تختلف من تشريع لآخر.

¹ كوثر سعيد عدنان المرجع السابق ص 615.

² المرجع نفسه ص 615.

يُعتبر الحق في العدول عن العقد مكملاً لحق المستهلك في الإعلان، كما يُعد من الوسائل التي لجأت إليها التشريعات الحديثة لحماية رضا المستهلك في ظل التطورات والمتغيرات الراهنة، نظراً لقصور القواعد العامة المنظمة لأحكام العقد الإلكتروني¹.
لذلك سنحاول دراسة الحق في العدول من خلال إبراز تعريفه ثم كيفية ممارسة هذا الحق والآثار المترتبة

أولاً: التعريف الفقهي للعدول:

يستخدم بالفرنسية مصطلح *droit de retractation* للتعبير عن الحق في العدول² ويرى بعض الفقهاء أن الحق في العدول هو حق ممنوح للمتعاقد بأن يلغي العقد من طرفه الذي سبق وقبله".

على المستوى العربي، عرّف الأستاذ عبد الرحمن العيشي الحق في العدول بأنه عبارة عن آلية قانونية منحها المشرع للمستهلك الذي تعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت، تسمح له بأن يعدل عن عقد أبرمه خلال مدة زمنية معينة يحددها القانون، دون إبداء أسباب العدول ودون تحمل مصاريف الرجوع. حيث يوضح أن الحق قانوني، يمارسه المستهلك الإلكتروني بصفة مجانية ودون الحاجة إلى تقديم أي مبرر ضمن فترة محددة.

وبناءً على ذلك، يمكننا تقديم التعريف التالي: "الحق في العدول هو آلية قانونية يتيح من خلالها القانون للمستهلك إعادة النظر من جانب واحد في العقد الذي ارتبط به مسبقاً مع المورد، خلال فترة معينة بعد التعاقد، ويتيح له الرجوع عن التعاقد دون أن يكون مضطراً لتقديم الأسباب أو تحمل مسؤولية الرجوع"³.

¹ نصيرة خلوي - نوبس نبيل ، حق العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 172

² إبراهيم خالد ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص 267

³ مرجع نفسه، ص 22

هذا الحق يشكل حماية إضافية للمستهلك في العلاقة التعاقدية الاستهلاكية، حيث يُعتبر الطرف الأضعف فنيًا، اقتصاديًا، وحتى قانونيًا، مما يثير مسألة التكيف القانوني لهذا الحق.

ثانياً: التعريف التشريعي :

عرف العدول في قوانين التجارة الإلكترونية بأنه: حق يثبت لمشتري في الرجوع عن التعاقد خلال مدة معينة من تاريخ تسلمه المبيع، ومن دون مبررات أو جزاءات باستثناء مصاريف الرد".

في القانون الاستهلاكي الفرنسي¹، على سبيل المثال، نصت المادة 121 الفقرة 20 على أن للمستهلك حق العدول خلال 7 أيام دون أي مبرر. وتم تعديل هذا النص في عام 2014 ليتماشى مع التوجيه الأوروبي بموجب القانون 344/2014، حيث تم رفع مدة العدول إلى 14 يوماً من تاريخ تسليم المبيع أو تقديم الخدمة، مع إمكانية تمديد هذه المدة إلى 3 أشهر إذا لم يُعلم المورد المستهلك بحقه في العدول.

في القانون الجزائري، تم التأكيد صراحةً على إمكانية إدراج شروط وآجال العدول في العروض التجارية الإلكترونية، وذلك وفقاً للقانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. يشترط أن يوثق العرض التجاري الإلكتروني بموجب عقد إلكتروني يتم المصادقة عليه من قبل المستهلك الإلكتروني².

كما نصت المادة 22 على أنه إذا لم يحترم المورد الإلكتروني آجال التسليم، يحق للمستهلك إعادة إرسال المنتج على حالته خلال مدة أقصاها أربعة أيام من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج.

¹Ordonnance numéro 2001/741 du 23/08/2001 pourtant transposition de directives communautaires de droit de la consommation, modifier par la loi 344/2014 du 14/03/2014

² راجع المادة 11، والمادة 13 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

بالإضافة إلى ذلك، نصت المادة 23 على حق المستهلك في حالتين: إذا تم تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو إذا كان المنتج معيباً، مما يوضح أن المشرع الجزائري يعترف صراحة بحق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد¹.

وفي القانون رقم 18/09 الصادر بتاريخ 10 يونيو 2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²، تم التأكيد على حق المستهلك في العدول عن العقد. حيث تنص المادة 19، في فقرتها الثانية، على أن "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب".

ثالثاً: ممارسة الحق في العدول:

إذا لم يحترم المورد الإلكتروني مواعيد التسليم، يحق للمستهلك الإلكتروني إعادة المنتج على حالته خلال مدة لا تتجاوز 4 أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون الإخلال بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر. في هذه الحالة، يتعين على المورد الإلكتروني إعادة المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج إلى المستهلك الإلكتروني خلال 15 يوماً من تاريخ استلامه للمنتج، كما ورد في المادة 22 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية³.

يشير الحق في العدول عن العقد إلى أن المشتري يمكنه خلال الفترة المحددة قانونياً إلغاء العقد بإرادته المنفردة، وذلك بإعلام البائع برغبته في العدول. في هذه الحالة، يجب على البائع إعادة الثمن واستلام البضاعة أو السلعة. وتوضح المادة 23 من القانون 05-18 المتعلق

¹ راجع المواد 22، 23 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

² الجريدة الرسمية، عدد 35 لسنة 2018 بتاريخ 13/06/2018

³ راجع المادة 22 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

بالتجارة الإلكترونية أنه "يجب على كل مورد إلكتروني استعادة سلعه في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو إذا كان المنتج معيباً".

يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها 4 أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع توضيح سبب الرفض. يتحمل المورد الإلكتروني تكاليف إعادة الإرسال، ويلتزم بالآتي:

- 1- تسليم جديد متوافق مع الطلبية.
- 2- إصلاح المنتج المعيب.
- 3- استبدال المنتج بمنتج مماثل.
- 4- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة، مع احتفاظ المستهلك الإلكتروني بحق المطالبة بالتعويض في حالة وقوع ضرر¹.

إذا انتهت المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لممارسة حقه في العدول، يصبح العقد ملزماً للطرفين ويجب تنفيذه. ولكن إذا استخدم المستهلك حقه في العدول خلال المدة المقررة، يترتب على ذلك التزام التاجر برد المبالغ المدفوعة. حسب نص المادة 4/23 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال 15 يوماً من تاريخ استلام المنتج.

¹ المادة 23 من القانون 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

المبحث الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني:

تشمل الحماية الجنائية مجموعة من الأحكام والقواعد القانونية التي تهدف إلى وقاية الأفراد والمصالح من المخاطر المحتملة وفرض عقوبات على المخالفين. في مجال التجارة الإلكترونية، ظهرت وتزايدت الجرائم مثل الغش، والخداع، والاحتيال الإلكتروني بسبب التطور التكنولوجي. ولأن العقود الإلكترونية تتم عن بعد، لا يمكن للمستهلك فحص المنتجات بدقة، مما يجعله عرضة لشراء سلع غير مطابقة أو مغشوشة. لذلك، تستدعي الحاجة إلى حماية جزائية فعالة من الخداع والغش والاحتيال والحفاظ على بيانات المستهلك الشخصية (المطلب الأول). بالإضافة إلى ذلك، ونظرًا لتعقيدات وطول مدة الدعاوى القضائية، أقر المشرع إجراءات أكثر مرونة وسهولة مثل التحكيم الإلكتروني والصلح كآليات لحماية المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الجزاءات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني:

الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع والغش:

تعتبر الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية من القضايا البالغة الأهمية التي تستدعي التعمق، بهدف معالجة الإختلالات التي تميز العقد الاستهلاكي بين أطرافه. المستهلك غالبًا ما يكون عرضة للغش والخداع بسبب عدم قدرته على معاينة المنتج بشكل مباشر واستغلال بعض الموردين الإلكترونيين لتحقيق مكاسب سريعة، لذا سيتم دراسة كل جريمة على حدة، من أجل التوضيح أكثر وفقا لجريمة الخداع ثم وجريمة الغش ثم جريمة الاحتيال.

أولاً: جريمة الخداع:

يعرف الفقه جريمة الخداع بكونها إرادة" تجر المستهلك للخطأ حول خصائص ومميزات سلعة جديدة¹، كما يعرف بأنه القيام بالكاذب والحيل البسيطة التي قد تؤدي إلى إظهار الشيء على حقيقته²، وفي تعريف آخر عرف على أنه إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه".

أ- أركان جريمة الخداع

لتحقق أي جريمة لابد من توافر الركن المادي والمعنوي.

1- الركن المادي لجريمة الخداع، نص القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 68 منه على جريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك المتعاقد في المعلومات المتعلقة بالمنتج، سواء كانت تتعلق بطبيعته، أو صفاته الجوهرية، أو تركيبه، أو مصدره، أو كمية السلع. يمكن القول إن المشرع الجزائري، من خلال هذه المادة، قد وسع نطاق حماية المستهلك لتشمل ليس فقط السلع، بل المنتج بشكل عام. وتتحقق الجريمة كما بينت المادة 69 إما من خلال الوزن أو الكيل أو باستخدام أدوات مزودة أو غير مطابقة. وعلى العموم، يمكن القول إن الركن المادي لجريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك يمكن أن يتم بأي وسيلة أو طريقة كانت حول¹:

-كمية المنتجات المسلمة- تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقاً- قابلية استعمال المنتج-
النتائج المنتظرة من المنتج - طرق الاستعمال والاحتياطات اللازمة.

¹ نورة جحايشية، "الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب بموجب قانون العقوبات والقواعد الخاصة"، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وآثارها، قالمة، الجزائر يوم 5 ديسمبر 2018، ص 06.

² أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 188

علاوة على ذلك، أحالت المادة 68 من القانون 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى المادة 429 ق ع ج بخصوص عقوبة هذه الجريمة، فيعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات حبس وغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من خدع أو حاول خداع المتعاقد، سواء فيما يتعلق بطبيعة السلعة أو صفاتها الجوهرية أو تركيبها أو نسبة المكونات اللازمة لها، أو نوعها أو مصدرها، أو كمية الأشياء المسلمة أو هويتها. وفي جميع الحالات، يجب على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها دون حق¹.

يتضح من هذه المادة أن الركن المادي يتحقق في كل فعل يقوم به الجاني لخداع أو محاولة خداع المتعاقد، سواء كان ذلك يتعلق بالطبيعة أو الصفات الجوهرية أو التركيب أو نسبة المكونات اللازمة للسلع. ويمكن استنتاج أن هذه الجريمة تنتشر بشكل كبير في التجارة الإلكترونية، خصوصاً وأن التعاقد الإلكتروني يتم عن بعد².

2- **الركن المعنوي لجريمة الخداع:** تعتبر جريمة الخداع جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي، أي يجب أن يكون لدى الجاني علم وإرادة لخداع المستهلك مع معرفة تامة بأن هذا الفعل يعاقب عليه القانون. هذه الجريمة لا تشترط وقوع ضرر فعلي بالمستهلك، فهي من جرائم الخطر³.

ب - **العقوبات المقررة لجريمة الخداع :** أشارت المادة 68 من قانون 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري بخصوص عقوبة جريمة

¹ سلسبيل بن إسماعيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة المعالم للدراسات القانونية و

السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة غرداية العدد، 02 ديسمبر 2019، ص 10

² منال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (رسالة ماجستير،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو الجزائر)، 2012، ص 137

³ أنظر المادة 68 من القانون 09-03، المرجع السابق

الخداع. ينص القانون على عقوبة الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وغرامة مالية تتراوح بين 2,000 و 20,000 دينار جزائري، أو بإحدى هاتين العقوبتين.

في حال ارتكاب الجريمة أو محاولة ارتكابها بإحدى الوسائل المنصوص عليها في المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري، تشدد العقوبة وتزيد مدة الحبس إلى خمس سنوات وتصل الغرامة إلى 500,000 دينار جزائري.

لا يمنع هذا من مسؤولية الشخص المعنوي عن جريمة الخداع أو محاولة ارتكابها، حيث تُطبق العقوبات وفقاً لنص المادة 18 مكرر من قانون العقوبات الجزائري وما يليها¹.

يفهم من هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يستثن الشخص المعنوي من العقوبة المقررة لجريمة الخداع. بل تُطبق عليه العقوبات المذكورة وفق الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر من قانون العقوبات، بالإضافة إلى العقوبات التكميلية. كما تشمل العقوبات مصادرة المنتجات والأدوات وأي وسائل أخرى استُخدمت في ارتكاب الجريمة.

ثانياً : جريمة الغش

الغش هو احد أشكال الجرائم الإلكترونية في مجال التجارة الإلكترونية وفي نفس الوقت هو صورة من الجرائم الاقتصادية، أي أن الغش التجاري عبر الوسائط الإلكترونية هو نفسه الغش التقليدي وبالتالي نتعرض لهذه الجريمة طبقاً للقواعد العامة².

¹ الأمر رقم 156-66 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 ، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ، عدد 49 الصادر في 11 يونيو سنة 1966 معدل ومتمم

² خلوي عنان نصيرة، مرجع سابق، ص 92

أ: أركان جريمة الغش

تقوم جريمة الغش على ركنين أساسيين، دون التطرق إلى الركن الشرعي الذي يُعد أساس قيام الجريمة وفقًا للقاعدة القانونية "لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص قانوني". الركن الشرعي هو الذي يجعل هذه الأفعال غير مشروعة.

1- الركن المادي: تم تنظيم الركن المادي لجريمة الغش في كل من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 واعتمادا على القواعد، كما تطرقت إليه القواعد العامة المتمثلة في قانون العقوبات الجزائري بالمواد 432 430 من قانون العقوبات؛ حيث تنص المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من:

- يزور أي منتج موجه للمستهلك أو للاستعمال البشري والحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع منتج يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البصري أو الحيواني.
- يعرض، أو يضع للبيع أو يبيع، مع علمه بوجهتها مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني¹.
- يلاحظ على هذه المادة أنه تم استعمال فيها لفظ التزوير بدلا من الغش الذي ورد في المادة 431 من قانون العقوبات التي أحالتنا إليها المادة 70 ، والتي نصت على ما يلي: "يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة 10.000 إلى 50.000 دج كل من:
- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

¹ أنظر المادة 70 من القانون 03-09 المرجع السابق

- يعرض أو يضع للبيع، ويبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية، أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت¹.

أما المادة 32 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فقد استعملت لفظ الغش والتي تمت الإحالة فيها إلى المادة 432 من قانون العقوبات ومن كل هذه المواد يمكن إيجاز الركن في الصور التالية:

- الغش في المواد الصالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو المواد الطبية أمشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك².
- عرض المواد أو البضائع المغشوشة للبيع.
- التحريض على التعامل في مواد خاصة تستعمل في الغش، تضمن هذا العنصر المادة 431 فقرة 03 من قانون العقوبات الجزائري والتي خصت بالتعامل في مواد وأجهزة خاصة تستعمل في الغش، وهذا ما يعبر عنه بمبدأ وقاية الصحة العامة.

2- الركن المعنوي: يمكن القول أن الركن المعنوي لجريمة الغش يتجلى في كونها جريمة عمدية، حيث يتطلب تحقق القصد الجنائي لدى المورد الإلكتروني. هذا القصد الجنائي يتمثل في اتجاه إرادة المورد لارتكاب الجرم مع علمه التام بأنه يقدم على فعل يعد جريمة مكتملة الأركان، مما يستلزم أن يكون على دراية كاملة تنفي عنه الجهل.

¹ أنظر المادة 431، من الأمر رقم 1566 المرجع السابق

² عبد الله اوهابيه ، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص261

ب- العقوبات المقررة لجريمة الغش

تصنف جريمة الغش كجنحة يعاقب عليها القانون الجزائري بالحبس لمدة تتراوح بين سنتين وخمس سنوات، بالإضافة إلى غرامة مالية تتراوح بين 10,000 و 50,000 دينار جزائري، وذلك وفقاً للمادة 431 من قانون العقوبات الجزائري¹، تتصاعد العقوبة إلى الحبس من خمس إلى عشر سنوات وغرامة مالية من 50,000 إلى 1,000,000 دينار جزائري إذا تسببت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة في مرض أو عجز عن العمل لدى الشخص الذي استهلكها².

كما نصت المادة 432 الفقرة 2 على معاقبة الجناة بالسجن المؤقت من 10 إلى 20 سنة، وبغرامة مالية من 1.000.000 إلى 2.000.000 دج، إذا تسببت المادة المغشوشة بمرض غير قابل للشفاء أو تسببت في عاهة مستديمة.

أما إذا تسببت هذه المادة في موت الإنسان فيعاقب بالسجن المؤبد³، كما لم يخل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، من إضافة عقوبات على مرتكب هذه الجريمة في نص المادة 82 التي تنص على الآتي: "إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68 - 69 - 70 - 71 - 73 - 78 أعلاه، تصدر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون⁴.

ما يمكن قوله من كل ما سبق أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش قد جاء بعقوبات تكميلية لما جاء به في قانون العقوبات الجزائري.

¹ أنظر المادة 431 من الامر رقم 156-66، المرجع السابق

² أنظر المادة 432 المرجع نفسه

³ أنظر المادة 432 فقرة 03 مرجع سابق

⁴ أنظر المادة 82 من القانون 09-03 المرجع السابق

الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من جريمة الاحتيال:

يعتبر الاحتيال من أخطر الجرائم التي انتشرت مؤخراً بسبب التطور السريع في التكنولوجيا الحديثة، مما يعرض المستهلك الإلكتروني لخطر التعاقد عن بعد. دفع هذا الأمر التشريعات المقارنة إلى تجريم الاحتيال الإلكتروني وتوفير حماية كافية للمستهلك باعتباره الطرف الأضعف. ومع ذلك، لم ينص المشرع الجزائري على نصوص خاصة تجرم الاحتيال الإلكتروني، بل اعتمد على تطبيق القواعد العامة الخاصة بجريمة النصب. وتعرف بعض التشريعات المقارنة الاحتيال الإلكتروني بأنه جريمة يقوم فيها الشخص بالاستيلاء على مال منقول أو منفعة أو سند أو توقيع باستخدام طرق احتيالية أو بانتحال اسم كاذب أو صفة غير صحيحة عبر الشبكة المعلوماتية أو نظام معلوماتي إلكتروني¹، يتشابه هذا التعريف مع تعريف الاحتيال التقليدي، ولكنه يختلف في الوسيلة التي تتم بها الجريمة. وسيتم التطرق إلى أركان جريمة الاحتيال (أولاً)، والعقوبات المقررة على مرتكبي هذا الجرم من جهة أخرى (ثانياً).

أولاً- أركان جريمة الاحتيال

1- الركن المادي لجريمة الاحتيال:

يتمثل الركن المادي في الجريمة في الفعل الإجرامي الذي يعاقب عليه القانون، والذي يؤدي إلى نتيجة إجرامية تتطلب وجود علاقة سببية بين الفعل والنتيجة. وفقاً للمادة 372 من قانون العقوبات الجزائري²، تتطلب جريمة النصب مجموعة من العناصر الأساسية:

أ- الوسائل الاحتيالية: يجب أن يستخدم المورد الإلكتروني طرقاً احتيالية تدفع الضحية إلى الوقوع في الخطأ.

¹ ليلي العمريوي، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، (مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون تخصص قانون جنائي وعلوم إجرامية كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو الجزائر)، 2018، ص 30

² انظر المادة 429 من القانون 156-66 المرجع السابق

تتضمن هذه الوسائل استعمال أسماء كاذبة، صفات غير صحيحة، استخدام سلطة خيالية، أو اعتماد مالي وهمي. يمكن أيضًا استخدام الأمل بالفوز بشيء معين أو وقوع حادثة أو واقعة وهمية أخرى.

ب- تسلم القيم: يشير المشرع في المادة 372 إلى الوسائل المستخدمة، لكن هذا لا يكفي وحده لقيام جريمة الاحتيال. يجب أن يحصل الفاعل نتيجةً لهذه الوسائل على قيم أو أموال بطرق غير مشروعة، مما يؤدي إلى الإضرار بالغير¹.

ج- سلب ثروة الغير أو بعضها أو الشروع في ذلك: لا تكتمل الجريمة فقط باستخدام الوسائل الاحتيالية والحصول على الأموال. يجب أن تتم عملية سلب كل أو بعض ثروة الضحية، أو على الأقل الشروع في ذلك، مما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالضحية وتحقق جريمة الاحتيال.

2- الركن المعنوي لجريمة الاحتيال:

تُصنّف جريمة الاحتيال ضمن الجرائم العمدية التي تتطلب توفر القصد الجنائي بشقيه العام والخاص.

يُعرّف القصد الجنائي العام بمدى إدراك الجاني للأفعال الاحتيالية التي يرتكبها والتي تؤدي إلى خداع المستهلك وإجباره على التسليم. أما القصد الجنائي الخاص في نية الجاني الاستيلاء على أموال المستهلك².

بتحقيق هذين العنصرين، يثبت الركن المعنوي لجريمة الاحتيال، مما يستوجب معاقبة الجاني وفقًا للقانون.

¹ سلسبيل بن إسماعيل، المرجع السابق، ص 12

² عبد الله اوهابيه، المرجع السابق، ص 245

ثانيا: العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال:

نصت على العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال المادة 372 من قانون العقوبات التي حددت عقوبة جريمة الاحتيال بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وغرامة مالية من 5000 إلى 20.000 دج، كما تشدد العقوبة إذا لجأ المورد إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية، أو صناعية وتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 200.000 دج، كما أحالت المادة 372 على المادة 14 من نفس القانون كعقوبات تكميلية تتمثل في الحرمان من الحقوق أو من بعض منها، والمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر.

الفرع الثالث: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

فرضت المعاملات الحديثة على المستهلك ضرورة تقديم بيانات شخصية سرية في بيئة رقمية لتأكيد شراء السلع أو الخدمات، مثل البيانات الاسمية أو أرقام بطاقات الائتمان، مما يجعلها هدفاً رئيسياً للمجرمين. ولهذا السبب، أقرت معظم التشريعات الدولية والوطنية أهمية توفير حماية قانونية لهذه البيانات السرية. أي مساس بهذه البيانات يُعد جريمة إلكترونية، ويمكن تصنيف هذه الجريمة إلى عنصرين: جريمة التلاعب بالمعطيات، وجريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة.

أولاً: جريمة التلاعب بالمعطيات:

تُعد جريمة التلاعب بالمعطيات من أهم الجرائم التي ينبغي أن تُنظمها التشريعات نظراً لخطورتها وما قد تسببه من مخاطر للمستهلك الإلكتروني عند تسريبها. وقد نظمها المشرع الجزائري بالقانون رقم 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، بالإضافة إلى تنظيمها وفقاً للقواعد العامة المنصوص عليها في المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري. تنص هذه المادة على معاقبة كل من

يقوم بإدخال معطيات في نظام المعالجة الآلية بطريق الغش¹، أو يزيلها أو يعدلها بالغش، بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وبغرامة تتراوح بين 500,000 دج إلى 2,000,000 دج. عرف المشرع الجزائري المعطيات الشخصية في المادة 03 من القانون 07-18 بأنها تشمل أي معلومة تتعلق بشخص محدد الهوية أو قابل للتعرف عليه بصفة مباشرة أو غير مباشرة من خلال الرجوع إلى رقم التعريف أو عناصر تتعلق بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الثقافية أو الاجتماعية. وتشمل المعالجة الآلية للمعطيات الشخصية كل عملية أو مجموعة من العمليات المنجزة بوسائل آلية أو بدونها على معطيات شخصية، مثل الجمع أو التسجيل أو التنظيم أو الحفظ أو التعديل أو الاستخراج أو الاطلاع أو الاستعمال أو الإيصال عن طريق الإرسال أو النشر أو أي شكل آخر من أشكال الإتاحة أو الربط البيئي، بالإضافة إلى الإغلاق أو التشفير أو المسح أو الإتلاف².

أ: أركان جريمة التلاعب بالمعطيات:

تستمد هذه الجريمة شرعيتها من القانون 07-18 الخاص بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وسيتم التفصيل في الركن المادي والمعنوي كالآتي:

1- الركن المادي: الركن المادي لجريمة التلاعب بالمعطيات، كما هو موضح في المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري، يتضمن على سبيل الحصر عدة أفعال تتمثل في التدخل غير المصرح به في المعطيات بطريق الغش، أو إزالة هذه المعطيات، أو تعديلها دون تصريح.

¹ أنظر المادة 394 مكرر 1 من الأمر 66-156، المرجع السابق

² المادة 03 من القانون رقم 18-2007 المؤرخ في 10 جويلية 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر ، العدد 34، الصادرة في 10 جوان 2018

ينظم القانون 07-18 هذه الأفعال، حيث يتمثل التلاعب في تغيير المعطيات التي تعد محل اعتداء، وتشمل بيانات المستهلك¹.

تجدر الإشارة إلى أن جريمة التلاعب بالمعطيات تصنف ضمن الجرائم المادية، مما يعني أنه لا يكفي مجرد التهديد لسلامة المعطيات بل يجب أن يحدث الضرر الفعلي للمعلومات المستهدفة².

2- الركن المعنوي: تُعد جريمة التلاعب بالمعطيات من الجرائم العمدية التي تتطلب توفر القصد الجنائي لدى الجاني. يقوم هذا الفعل الإجرامي على إرادة الجاني في ارتكاب الجريمة، بهدف إزالة أو تعديل المعطيات أو البيانات المقدمة له من قبل المستهلك دون تصريح.

ب-العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال: حدد المشرع الجزائري عقوبات لجريمة التلاعب بالمعطيات ضمن القواعد العامة والقوانين الخاصة، مثل القانون رقم 07-18. وفقاً للمادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات، تتراوح العقوبات الأساسية للجاني من 6 أشهر إلى 3 سنوات حبس، وغرامة مالية تتراوح بين 500,000 و 2,000,000 دينار جزائري. بالإضافة إلى ذلك، نصت المادة 394 مكرر 6 على عقوبات تكميلية تشمل مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة في الجريمة، وإغلاق المواقع الإلكترونية التي استُخدمت لارتكاب الجرائم المعاقب عليها³، إلى جانب ذلك، يتضمن القانون 07-18 أحكاماً جزائية إضافية لتعزيز هذه العقوبات.

¹ سلسبيل بن اسماعيل المرجع السابق، ص 17

² المرجع نفسه

³ أنظر المادة 394 مكرر 06، القانون رقم 156-66، المرجع السابق

ثانيا : جريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة:

سعى التشريع الجزائري كغيره من التشريعات المقارنة، إلى الحماية الفعلية للمستهلك الإلكتروني، فلم يكتف بتجريم التلاعب بالمعطيات فقط، إنما جرّم كذلك التعامل في المعطيات غير المشروعة.

أ: أركان جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة:

تطرق المشرع الجزائري لهذه الجريمة في نص المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات كمبدأ شرعي لهذه الجريمة غير أنها لا تكتمل إلا بتوفر ركنين آخرين، يتمثلان في الركن المادي والمعنوي.

1- الركن المادي: يعتبر الركن المادي السلوك الإجرامي في الجريمة، وتتمثل في صورتين

- تصميم أو بحث أو نشر أو اتجار في معطيات تتمثل هذه الصورة في القيام بأنشطة تشمل تصميم أو بحث أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسلّة عبر منظومة معلوماتية، بحيث يمكن استخدام هذه المعطيات لارتكاب جرائم تتعلق بالمعاملات الآلية للبيانات¹.

- التعامل في معطيات متحصلة من جريمة ترتبط هذه الصورة بالأفعال المنصوص عليها في المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات 66-156، وتشمل النشر أو الاستعمال أو الحيازة أو الإفشاء لأي معطيات تم الحصول عليها من جرائم المعالجة الآلية للبيانات، بغض النظر عن الغرض من هذه الأفعال.

2- الركن المعنوي: تشترك هذه الجريمة مع غيرها من الجرائم العمدية بضرورة توفر القصد الجنائي العام لقيامها. القصد الجنائي العام يتمثل في علم الجاني بجميع الخصائص التي

¹ أنظر المادة 394 مكرر 3، المرجع السابق

تساهم في تكوين الجريمة، حيث يجب أن يكون الجاني على دراية بأنه يتعامل في معطيات غير مشروعة، وأن تتجه إرادته إلى التعامل في تلك المعطيات¹.

العقوبة المقررة لجريمة التعامل في معطيات غير مشروعة تُؤطر هذه الجريمة ضمن المواد 394 مكرر 2، 394 مكرر 3، 394 مكرر 4، 394 مكرر 5، و394 مكرر 6 من قانون العقوبات. تتراوح العقوبات المقررة لهذه الجريمة بين الحبس لمدة تتراوح من شهرين إلى ثلاث سنوات، وغرامة مالية تتراوح بين 1,000,000 دينار جزائري و5,000,000 دينار جزائري.

بالإضافة إلى ذلك، تنص المادة 394 مكرر 6 على عقوبات تكميلية تشمل مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة في ارتكاب الجريمة، وإغلاق المواقع التي كانت مسرحاً للجريمة، بالإضافة إلى إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكة.

المطلب الثاني: الجزاءات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني:

في عصر يتسم بالتطور التكنولوجي السريع وانتشار التجارة الإلكترونية، أصبحت الحاجة ماسة لإيجاد وسائل قانونية فعالة لحماية حقوق المستهلك الإلكتروني. كما وقد صار من المؤكد أن الرضائية هي الأمثل في حل الخصومات بدلا من فرض حكم أو قرار من سلطة مؤهلة بعد طول إجراءات المخاصمة²، من بين هذه الوسائل يأتي التحكيم الإلكتروني والصلح كآليتين مهمتين لحل النزاعات التي قد تنشأ بين المستهلكين والموردين الإلكترونيين. في هذا المقال، سنستعرض أهمية هاتين الآليتين وكيف يمكن أن تساهمان في تعزيز حماية المستهلك الإلكتروني.

¹ سلسبيل بن اسماعيل المرجع السابق، ص 20

² محمد الصالح روان ، الطرق البديلة في حل المنازعات القضائية في قانون الإجراءات المدنية والإدارية القانون 08/09 ،

مقال منشور بمجلة العلوم القانونية والسياسية ، المجلد 09 العدد 02 جوان 2018 _ ص 493

وعليه سوف ندرس التحكيم الإلكتروني كآلية لفض النزاع (الفرع الأول) ثم نتطرق إلى الصلح كآلية لفض النزاع (الفرع الثاني).

الفرع الأول : التحكيم الإلكتروني كآلية لفض النزاع:

يرتكز التحكيم الإلكتروني على نشوء بيئة جديدة تُجرى فيها المعاملات القانونية، مما أضاف تحديات متعددة مثل تحديد اختصاص المحاكم الوطنية والقانون المناسب لتطبيقه على النزاعات الناشئة في هذه البيئة. وفي هذا السياق، يعتبر التحكيم الإلكتروني الوسيلة الأكثر استخداماً مقارنة بالوسائل الإلكترونية الأخرى¹. لذلك، سنتناول مفهوم التحكيم الإلكتروني وميزاته وكيفية سير إجراءاته.

أولاً: مفهوم التحكيم الإلكتروني:

يعرف التحكيم الإلكتروني بأنه : اتفاق أطراف علاقة قانونية لإخضاع المنازعة التي نشأت أو ستنشأ مستقبلاً من علاقة تجارية أو غيرها ، الكترونياً كانت أو عادية إلى جهة أخرى غير القضاء للفصل فيها بإجراءات الكترونياً وإصدار حكم ملزم لها².

فالتحكيم هو عملية إرادية يتفق الأطراف بواسطتها على إحالة النزاع إلى شخص ثالث ليس متحيزاً ، يسمى المحكم ويتم اختياره من طرف الأطراف بصفة حرة، معتمدين على القائمة المتوفرة عليها في أحد مراكز التحكيم .

ثانياً: ميزات التحكيم الإلكتروني: يتميز التحكيم الإلكتروني بالعديد من المزايا، نذكر منها:

- سرعة الفصل في النزاع: يوفر الوقت لعدم الحاجة إلى التواجد المادي لطرفي النزاع والمحكمين، حيث تتم جميع الإجراءات عبر الوسائل الإلكترونية للاتصال.

¹ حمادوش أنيسة، خصوصية التحكيم الإلكتروني في حل المنازعات التجارية الإلكترونية - مقال منشور بمجلة العلوم الإنسانية (كلية الحقوق والعلوم السياسية)، بجامعة مولود معمري تيزي وزو ، المجلد ب ص 232 ، العدد 48 بتاريخ ديسمبر 2017 ص 229

² حمادوش أنيسة، مرجع سابق ، ص 230

- تقديم الخبرة الاستشارية: يسهم في تلبية طلبات الجهات بإكمال عقود معينة بها بعض أوجه النقص، كما يوفر استشارات متعلقة بالنظم والتقنية المعلوماتية.
- **خفض التكاليف:** يقلل من تكاليف التحكيم، إذ لا يتطلب تنقل المحكمين والشهود بين الدول في حال التحكيم الدولي، مما يوفر مصاريف المتقاضين¹.
- **مرونة اختيار المحكمين:** لا تشترط أن يكون المحكم المعين قانونياً، بل يمكن أن يكون مهندساً أو طبيباً ذو خبرة في مجال النزاع.
- تجاوز مشكلة التنازع القانوني والقضائي: يعتمد على الإرادة الحرة للمتنازعين في اختيار المحكم المناسب وتحديد القانون الذي يحكم النزاع².
- بالنسبة لاتفاق التحكيم، يمكن أن يكون إما شرطاً يوضع في العقد الأصلي أو يتم الاتفاق عليه قبل نشوء النزاع، أو مشاركة التحكيم التي تتفق على اللجوء إلى التحكيم بعد نشوء النزاع.

ثالثاً: إجراءات التحكيم الإلكتروني:

تتم إجراءات التحكيم الإلكتروني عبر مجموعة من الخطوات التي تُنفذ بوسائل إلكترونية، وهي كالتالي: بدء الإجراءات: تبدأ بتقديم طلب التحكيم من أحد طرفي الاتفاق إلى مركز التحكيم المتفق عليه أو إلى الطرف الآخر، يبلغه برغبته في إحالة النزاع إلى التحكيم ويطلب منه اتخاذ الإجراءات اللازمة لبدء التحكيم واستكمالها.

تحديد الممثلين ووسائل الاتصال: يقوم كل طرف بتحديد أسماء ممثليه في النزاع واختيار وسيلة الاتصال المناسبة، سواء عبر البريد الإلكتروني أو الفاكس أو التلكس، كما يتم تحديد

¹ كريم بوديسة، (2012)، التحكيم الإلكتروني كوسيلة لتسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012، ص (21)

² مرجع نفسه، ص23.

عدد المحكمين واختيار طريقة الإجراءات التي يرغب الأطراف في إتباعها خلال نظر النزاع، بالإضافة إلى تحديد مدة التحكيم¹.

* **الإعلانات والمرافعات:** تشمل إجراءات التحكيم الإلكترونية تبادل الإعلانات والتبليغات، والمرافعات، وتقديم أوجه الدفاع المختلفة، وتبادل المستندات والمذكرات بشكل إلكتروني².

* **المؤتمرات المرئية:** يتم عقد مؤتمرات مرئية افتراضية يتواجد فيها الأطراف بطريقة إلكترونية.

* **تبادل البلاغات:** وفقاً للائحة المحكمة الإلكترونية، تنص المادة 21/1 على أن المحكمة يمكنها استخدام كل وسيلة معقولة لتسهيل تبادل البلاغات بشكل مناسب بين الأطراف.

* **إخطار المحتكم ضده:** يبدأ تاريخ نظر النزاع من استلام المركز لطلب التحكيم، ويتم إخطار المحتكم ضده بالادعاء ليتمكن من الدفاع عن نفسه وتقديم الأدلة والبيانات المؤيدة لدفاعه³.

* **إغلاق باب المرافعة:** بعد تأكد المحكمة من أن جميع الأطراف قدموا دفاعهم، تغلق باب المرافعة. تصدر المحكمة حكمها خلال 30 يوماً من إغلاق باب المرافعة، إلا إذا طلبت المحكمة تمديد المهلة ووافقت الأمانة. يجب أن يتضمن الحكم الأسباب، وتاريخ ومكان الإصدار، ونفقات العملية، وأجور المحكمين والخبراء. يصدر الحكم بالأغلبية في المحكمة النظامية ويتم توقيعه إلكترونياً⁴، يتم إبلاغ الحكم للأطراف عبر البريد الإلكتروني المشفر ويُوضع الحكم على الموقع الشبكي للقضية. يمكن للأطراف الرجوع إلى الهيئة للاستفسار عن أي غموض أو لتصحيح أخطاء مادية خلال 30 يوماً من استلام الحكم⁵.

¹ خالد ممدوح، إبراهيم، مرجع سابق، ص 408

² خليف سمير، حل النزاعات في عقود التجارة الإلكترونية - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي تخصص قانون التعاون الدولي، كلية الحقوق جامعة والعلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2010 ص 160.

³ خالد ممدوح، إبراهيم، مرجع سابق، ص 408

⁴ خليف سمير، مرجع سابق، ص 160

⁵ نفس المرجع، ص 161.

من خلال ما سبق، نستنتج أن الوساطة الإلكترونية والتحكيم الإلكتروني هما من أهم الطرق البديلة لتسوية النزاعات الناتجة عن عقود التجارة الإلكترونية. يكمن الفرق بينهما في أن المحكم يتمتع بسلطة قضائية تمكنه من إصدار أحكام وقرارات ملزمة للطرفين، بينما يتمتع الوسيط فقط بسلطة التنظيم واقتراح الحلول للطرفين. كما يمكن للأطراف الانسحاب من الوساطة في أي مرحلة، في حين لا يملكون نفس الحرية في التحكيم الإلكتروني.

الفرع الثاني الصلح كآلية لفض النزاع:

أولاً: تعريف الصلح في القانون التجاري الجزائري:

الصلح في القانون التجاري الجزائري هو اتفاق ودي بين طرفين أو أكثر يهدف إلى إنهاء نزاع قائم أو تجنب نشوب نزاع في المستقبل، حيث يتنازل كل طرف عن جزء من حقوقه أو مطالبه للوصول إلى تسوية تُرضي جميع الأطراف. يُعد الصلح وسيلة بديلة لتسوية المنازعات تهدف إلى حل الخلافات بشكل أسرع وأقل تكلفة من الإجراءات القضائية التقليدية. وفقاً للمادة 459 من القانون المدني الجزائري، يُعرّف الصلح كالتالي: "الصلح عقد يُنهي به الطرفان نزاعاً قائماً أو يتجنبان به نزاعاً محتملاً، وذلك بأن يتنازل كل منهما عن جزء من ادعائه"¹.

ثانياً: غرامة الصلح:

نص المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية على إمكانية التسوية الودية للمخالفات المتعلقة بالإشهار الإلكتروني من خلال غرامة الصلح، استناداً إلى نص المادة 45/1 التي تنص على: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، توهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات غرامة الصلح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون"².

¹ انظر المادة 459 من القانون المدني الجزائري

² انظر المادة 45/1 من القانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، سالف الذكر

بالتالي، يمكن فرض غرامة الصلح في المخالفات المتعلقة بالإشهار الإلكتروني، حيث يتم اقتراحها على الموردين المخالفين من قبل الأعوان المحددين في المادة 36 من قانون التجارة الإلكترونية. وتوضح المادة 45/2 ذلك بقولها: " يجب على الأعوان المنصوص عليهم في المادة 36 من هذا القانون اقتراح غرامة صلح على المخالفين "، وبالرجوع لنص المادة 36 فهؤلاء الأعوان هم : ضباط وأعوان الشرطة القضائية إضافة للأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة¹.

يُحدد مبلغ غرامة الصلح وفقاً للقانون 18/05 بالمبلغ الأدنى للغرامة المقررة للمخالفة المرتكبة، كما تنص المادة 46/1 على: "مبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون"².

في حالة جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل، تُحدد قيمة غرامة الصلح بالحد الأدنى من الغرامة المقررة لهذه الجريمة، والتي تبلغ 50,000 دينار جزائري.

رغم ذلك، يُستثنى المورد الإلكتروني من فوائد المصالحة في حالة العود، وفقاً للفقرة 3 من المادة 45 التي تنص على: "لا يمكن إجراء غرامة الصلح في حالة العود"³.

أما في حالة قبول المورد الإلكتروني للمصالحة، فسيستفيد من تخفيض بنسبة 10%، وهو ما ينص عليه الفقرة 2 من المادة 46 بجملة: "في حالة قبول المورد الإلكتروني للمصالحة، تقوم الإدارة المختصة بإقرار تخفيض قدره 10%".⁴

أما في حالة رفض المورد الإلكتروني للمصالحة، أو في حالة العود، أو عدم دفع المبلغ المتفق عليه في الوقت المحدد، يتم إرسال المحضر إلى السلطة القضائية للمتابعة القانونية، كما

¹ انظر المادة 36 والمادة 45/2 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، سالف الذكر

² انظر المادة 46/1 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر

³ انظر المادة 45/3 من القانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر

⁴ انظر المادة 46/2 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر

تنص المادة 47/2 بقولها: "إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمتثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية في مدة 45 يومًا، يُرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة".¹

¹ المادة 47/2 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر

خاتمة

ختامًا، يمثل توفير الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر خطوة محورية نحو ضمان بيئة تجارية رقمية آمنة وشفافة. من خلال استعراض التشريعات الحالية والآليات التنظيمية المتبعة، نجد أن الجزائر تسعى جاهدة لمواكبة التطورات العالمية في مجال التجارة الإلكترونية. هذه الجهود تركز على تعزيز ثقة المستهلكين وحماية حقوقهم من خلال ضمان الشفافية، الأمان، والإنصاف في التعاملات الإلكترونية.

ورغم التقدم المحرز، تبقى هناك تحديات تتطلب معالجة مستمرة لضمان حماية فعالة وشاملة للمستهلكين. تكمن الأهمية في تحقيق توازن بين توفير الحماية القانونية للمستهلكين وتعزيز الابتكار والنمو الاقتصادي في القطاع الرقمي. هذا يتطلب تعاونًا مستمرًا بين الجهات الحكومية، والمؤسسات الخاصة، والمجتمع المدني، لضمان تطوير وتنفيذ سياسات فعالة تعزز من بيئة التجارة الإلكترونية. في النهاية، يبقى الهدف الأسمى هو ضمان تجربة تجارية إلكترونية آمنة وموثوقة لجميع المستهلكين، مما يعزز من الثقة في هذا المجال الحيوي ويضمن استدامة نموه في المستقبل. ومع هذا النمو تأتي الحاجة إلى ضمانات قوية وآليات فعالة لحماية المستهلك ، ومن خلال الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات المقترحة نذكرها تباعا:

النتائج:

المشرع الجزائري ركز على حماية المستهلك ليس فقط بعد إبرام العقد، بل أيضًا قبل التعاقد، لضمان حقوق المستهلك في جميع المراحل.

1- أوجب المشرع الجزائري على مقدمي الخدمات الإلكترونية تقديم إعلانات تجارية نزيهة، معتبرًا أن الإعلان الإلكتروني جزء من الوثائق التعاقدية الملزمة للأطراف.

2- تم إقرار حماية قانونية للمستهلك ضد الإعلانات التضليلية، كونها تدفع المستهلكين لمعرفة السلع والخدمات وإبرام العقود. بالرغم من وجود بعض المبالغات المقبولة قانونيًا في الإعلانات،

إلا أن القانون يمنع استخدام الكذب الصريح والاحتيال. الإشهار المضلل يمكن أن يكون مضللاً، أو ملبساً، أو مضخماً، ولكل نوع خصائصه التي يجب دراستها.

3- التزام الإعلام لتحقيق التوازن: الالتزام بالإعلام يعد ضماناً قانونية تهدف لتحقيق التوازن والمساواة بين أطراف العقد.

4- يُعاب على قانون التجارة الإلكترونية عدم تعريفه للعرض التجاري الإلكتروني والإعلام الإلكتروني وتمييزه بينهما، مما يتطلب وضع أحكام قانونية منفصلة لكل منهما.

5- يقع الالتزام بالإعلام على المورد لأنه الأعم بالمنتج، مما يحمي المستهلك الجاهل بالسلعة أو الخدمة.

6- يلتزم المشرع بضمان سلامة المنتجات خلال مرحلة تنفيذ العقد لحماية المستهلك. ولم يحدد المشرع الجزائري بشكل دقيق العيوب التي تستوجب الضمان أو مدى التعويض، مما يترك الأمر للسلطة القضائية. لم يحدد المشرع مقدار العيب الخفي والمدة اللازمة للإخطار بالعيوب، تاركاً التفاصيل للقضاء.

7- حماية البيانات الشخصية: أوجب القانون حماية البيانات الشخصية والاتصالات الإلكترونية للمستهلك، مع فرض التزامات قانونية وتعاقبية على موفر الخدمة لحماية الخصوصية والمعطيات الشخصية.

8- الشفافية والعدالة العقدية: شدد المشرع على ضرورة التعامل بشفافية وعدالة، حيث ألزم بإصدار فاتورة إلكترونية كدليل إثبات وضمانة قانونية تمكن المستهلك من استرجاع حقوقه عن طريق حق العدول.

9- التزامات وجزاءات: توافق التزامات المورد الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية مع التزامات البائع في القانون المدني، حيث فرض القانون جزاءات على الإخلال بالالتزامات، مما يمنح المستهلك حق المطالبة بالتعويض أو البطلان أو الفسخ، كما أقر تسوية ودية من بينها الصلح والتحكيم الإلكتروني.

التوصيات:

تعتبر التجارة الإلكترونية مجالاً حيويًا ينمو بسرعة في الجزائر، وفيما يلي بعض التوصيات لضمان حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر:

1- إصدار تشريعات متخصصة: تحديث وتطوير القوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مثل قانون التجارة الإلكترونية وقانون حماية المستهلك، لضمان شمولية الحماية القانونية للمستهلكين. **تحديد المسؤوليات:** وضع قوانين تحدد بوضوح مسؤوليات الشركات الإلكترونية تجاه المستهلكين، بما في ذلك مسؤوليات التوصيل والجودة والضمانات.

2- تعزيز التوعية والتثقيف: إطلاق حملات توعية للمستهلكين حول حقوقهم في مجال التجارة الإلكترونية وكيفية حماية أنفسهم من الاحتيال.

تعليم الإلكتروني: توفير دورات تدريبية وتثقيفية عبر الإنترنت لتعليم المستهلكين كيفية التعامل بأمان مع المنصات الإلكترونية.

3- تعزيز الأمان الإلكتروني: فرض استخدام تقنيات التشفير القوية لحماية بيانات المستهلكين الشخصية والمالية.

معايير الأمان: وضع معايير أمان إلزامية للمواقع التجارية الإلكترونية لضمان حماية المعاملات الإلكترونية من الهجمات السيبرانية.

- 4- إجراءات الشكاوى وحل النزاعات: إنشاء نظام شكاوى بسيط وفعال يمكن للمستهلكين استخدامه للإبلاغ عن المشاكل والنزاعات. وتطوير آليات للوساطة والتحكيم لحل النزاعات بين المستهلكين والتجار بشكل سريع وفعال.
- 5- تعزيز الشفافية والمساءلة: مراجعات المستهلكين: تشجيع المستهلكين على ترك مراجعات وتقييمات عن المنتجات والخدمات، مما يزيد من الشفافية، وإلزام المواقع التجارية بالإفصاح عن جميع المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات بوضوح، بما في ذلك الشروط والأحكام وسياسات الإرجاع والاستبدال.
- 6- تعزيز التعاون الدولي: عقد اتفاقيات تعاون مع دول أخرى لتبادل الخبرات والمعلومات حول أفضل الممارسات في مجال حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية.
- مشاركة في المبادرات العالمية: المشاركة في المبادرات والمننديات العالمية التي تهدف إلى تعزيز حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية.
- 7- تطوير البنية التحتية: تطوير وتحسين أنظمة الدفع الإلكتروني لجعلها أكثر أمانًا وموثوقية.
- 8- تحسين خدمات البريد والتوصيل: تحسين خدمات التوصيل والبريد لضمان وصول المنتجات إلى المستهلكين بأمان وفي الوقت المناسب.
- بتبني هذه التوصيات، يمكن تعزيز ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية في الجزائر وضمان حصولهم على تجربة تسوق آمنة وعادلة.

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: النصوص القانونية:

القوانين والمراسيم:

1. الأمر رقم 156-66 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 ، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ، عدد 49 الصادر في 11 يونيو سنة 1966 معدل ومتمم
2. قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15 صادر بتاريخ 8 مارس 2009 ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، جريدة رسمية عدد 06، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018
3. قانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، جريدة رسمية عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004 ، المعدل والمتمم بالقانون 10_06 المؤرخ في 15 أوت 2010 ، جريدة رسمية عدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010
4. قانون رقم 2018 المؤرخ في 10 ماي 2018 ، المتضمن قانون التجارة الإلكترونية ، جريدة رسمية عدد 28 ، المؤرخة في 16 ماي 2018.
5. قانون رقم 04-15 مؤرخ في 1 فبراير سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر عدد 6، صادر بتاريخ 10 فبراير سنة 2015م
6. القانون رقم 18-2007 المؤرخ في 10 جويلية 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر ، العدد 34، الصادرة في 10 جوان 2018 .
7. المرسوم التنفيذي رقم 30 مؤرخ في 30 يناير 1990 ، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، جريدة رسمية عدد 5 صادرة بتاريخ 31 يناير 1990 معدل و متمم .
8. مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، جريدة رسمية عدد 58 ، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013 .
9. المرسوم التنفيذي رقم 13/378 مؤرخ في 05 محرم الموافق ل 09/11/2013 (ج ر ، ع 55 مؤرخة في 08 نوفمبر (2013)
10. المرسوم التنفيذي 07-162 الصادر في 30 ماي 2007 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 01-123 والمؤرخ في 09 ماي 2001 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما

فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 37، الصادرة في 07 يونيو 2007.

ثانيا: الكتب:

1. إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، مسؤولية مقدمي خدمات لتسويق الالكترونية، بحث مقدم الى مؤتمر الاعمال المصرفية الالكترونية، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الامارات، ماي 2003.
2. ابراهيم عبد العزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية ، د ط ، دار الجامعة الجديدة ، الازابطة الاسكندرية 2014
3. أحمد محمد محمود خلف الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008
4. الأهواني حسام الدين كامل، نظرية الالتزام المجلد الأول دار النهضة العربية، القاهرة، طبعة سنة 2000
5. بلحاج العربي ، الاطار القانوني للمرحلة السابقة على ابرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة) ، دار وائل للنشر، 2010
6. ثروت عبد الحميد، التوقيع الالكتروني (ماهيته ومخاطره وكيفيته، مدى حجته في الإثبات)، ط 1، دار الجامعية الجديدة للنشر، مصر، د س،
7. حسن عبد الباسط الجميحي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر، 1992
8. خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني(دراسة مقارنة) ط2، الدار الجامعية القاهرة ،الاسكندرية 2011،
9. د/ الياس حداد، السندات التجارية في القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص364
10. سليم سعداوي، عقود التجارة الالكترونية(دراسة مقارنة) ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008
11. الشراقي حسام محمد نبيل(2013)، الجرائم المعلوماتية دراسة تطبيقية مقارنة على جرائم الاعتداء على التوقيع الإلكتروني، الإمارات العربية المتحدة دار شتات للنشر والبرمجيات. 2013،

12. عابد فايد عبد الفتاح فايد (2004)، الكتابة الإلكترونية في القانون المدني بين التطور القانوني والأمن التقني دراسة في الفكرة القانونية للكتابة الإلكترونية ووظائفها في القانون المدني، الإسكندرية دار الجامعة الجديدة
13. عابد فايد عبد الفتاح فايد ، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة في ضوء قواعد حماية المستهلك دراسة مقارنة في القانون المصري والقانون الفرنسي ، دار النهضة العربية ، 2006
14. عبد الرزاق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، المجلد الثالث، دار النهضة العربية - القاهرة 198
15. عبد الفتاح بيومي حجازي ، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2003
16. عبد الفتاح بيومي حجازي حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت ، ط 1 دار الفكر الجامعي الاسكندرية 2006
17. عبد الفضيل محمد احمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، بدون سنة نشر.
18. عبد الله اوهابيه ، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012
19. عبد الله ذيب محمود ،حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني -دراسة مقارنة- دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الاردن ، 2012
20. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات حلبي الحقوقية، سوريا، 2007
21. علاء محمد عيد النصيرات حجية التوقيع الالكتروني في إثبات (دراسة مقارنة)، ط 1 ، دار الثقافة لنشر والتوزيع ، الأردن، 2005
22. عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الالكترونية (عقد البيع عبر الانترنت دراسة تحليلية) دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2007
23. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر 2016.

24. لزهري بن السعيد النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية، ط 2، دار هومو للطباعة والنشر، الجزائر 2014

25. لينا إبراهيم يوسف حسن التوقيع الالكتروني ومسؤولية الجهات المختصة بها، دراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009

26. محمد فواز محمد المطالقة الوجيز في عقود التجارة الكترونية، ط 1، دار الثقافة، الأردن، 2008

ثالثا : الرسائل الجامعية:

اطروحات الدكتوراه:

1- زهيرة عبوب ، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الالكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2018

2- سعدي الربيع بوهنتالة عبد القادر ، حجية التوقيع الالكتروني في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة باتنة ، 2017

3- عيلام رشيدة المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، اطروحة لنيل درجة الدكتوراه ،تخصص قانون خاص داخلي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2018.

4- المختار بن سالم، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك الالكتروني، (رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان 2017-2018

رسائل الماجستير:

1-بوشارب ايمان ، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية كلية الحقوق جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2011/2012

2-جلول دواحي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، تخصص قانون جامعة تلمسان، 2015

3-خلوي (عنان) نصيرة ، الحماية القانونية عبر الانترنت ، (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الماجستير فيا لقانون كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي وزو

4-خلفي سمير - حل النزاعات في عقود التجارة الالكترونية - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي تخصص قانون التعاون الدولي ، كلية الحقوق جامعة العلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي وزو ، سنة 2010

5-راضية العطاوي معالجة الشروط التعسفية في إطار القانون رقم 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2011

6-زهير زاوش ، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة الجزائر) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تمويل الدولي والمؤسسات المالية النقدية ، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2010/2011

7-سليمة بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة)، 2013-2014

8-فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك العقد الالكتروني، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق، تخصص قانون خاص، جامعة الشرق الأوسط 2011

9-كريم بوديسة، (2012) ، التحكيم الالكتروني كوسيلة لتسوية منازعات عقود التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر ، 2012

10-منال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو الجزائر)، 2012

مذكرات الماستر:

1-بن عثمان مشرية ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر اكايمي في الحقوق والعلوم السياسية تخصص قانون أعمال، جامعة ورقلة 2020/2019

2-ليلي العمريوي، الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون تخصص قانون جنائي وعلوم إجرامية كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو ،الجزائر، 2018

رابعاً : المقالات:

- 1-أحمد رياحي، أثر التقوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري، والقانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 02
- 2-حرشاو مفتاح مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد (10) /العدد (01)، جوان 2023
- 3-حسينة شرون، حملاوي نجاة، الحماية المستهلك من الشروط التعسفية في ظل أحكام القانون 04/02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، العدد 04 جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017،
- 4-حمادوش أنيسة، خصوصية التحكيم الإلكتروني في حل المنازعات التجارية الإلكترونية - مقال منشور بمجلة العلوم الانسانية (كلية الحقوق والعلوم السياسية)، بجامعة مولود معمري تيزي وزو ، المجلد ب ص 232 ، العدد 48 بتاريخ ديسمبر 2017
- 5-ديلمي جمال خدمة التصديق الإلكتروني كآلية لتوثيق المعاملات الإلكترونية، مجلة الأستاذ الباحث ،لدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6 ، العدد 2، . 2021،
- 6-سلسبيل بن إسماعيل الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة المعالم للدراسات القانونية و السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة غرداية العدد 02 ديسمبر 2019
- 7-سلوى العوادلي، الإعلان المضلل وحماية حقوق المستهلك دراسة ميدانية وتحليلية - مجلة الأمن، جامعة القاهرة، مصر 2010
- 8-عبد الرؤوف دبابش، ذبيح هشام- وسائل الدفع مابين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني - مقال منشور بمجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الرابع عشر أبريل 2017
- 9-عبد العزيز حمود المرسي ، الالتزام في ظل الوسائل الحديثة قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية دراسة مقارنة ، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر
- 10-عقبي يمينه،الضمانات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني اثناء تنفيذ العقد في التشريع الجزائري ، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، سيدي بلعباس، الجزائر، 2020

11-محمد الصالح روان ، الطرق البديلة في حل المنازعات القضائية في قانون الاجراءات المدنية والادارية القانون 08/09 ، مقال منشور بمجلة العلوم القانونية والسياسية ، المجلد 09 العدد 02 جوان 2018

الملتقيات:

1-راضية لحلو، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك الالكتروني، ملتقى دولي حول التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج يومي 06 مارس 2018

2-نورة جحاشية، الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب بموجب قانون العقوبات والقواعد الخاصة، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وآثارها، قالمة، الجزائر يوم 5 ديسمبر 2018

المراجع الاجنبية:

- 1-GHESTIN Jacques, les obligations, le contrat, GAS.pal, paris 1998
- 2-J.Calais-Auloy et H.temple, droit de la consommation, 4eme édition, Dalloz, 2015
- 3-Ordonnance numéro 2001/741 du 23/08/2001 pourtant transposition de directives communautaires de droit de la consommation, modifier par la loi 344/2014 du 14/03/2014.
- 4-Smith, John. "Encryption: Ensuring Digital Security." Tech Security Journal, 2024

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ-هـ	مقدمة
07	الفصل الأول: الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني قبل وأثناء نشأة العقد
08	المبحث الأول : الضمانات القانونية قبل إبرام العقد
08	المطلب الأول : حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلانات التجارية
09	الفرع الأول : ماهية الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك
15	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلانات التجارية الإلكترونية
16	المطلب الثاني: تفعيل حق المستهلك في الإعلام المسبق
17	الفرع الأول: ماهية الالتزام بالإعلام السابق لإبرام عقد البيع الإلكتروني
23	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام
25	المبحث الثاني: الضمانات القانونية أثناء إبرام العقد الإلكتروني
25	المطلب الأول: التصديق الإلكتروني كآلية وقائية لحماية المستهلك
26	الفرع الأول: مفهوم التصديق الإلكتروني
31	الفرع الثاني: أحكام التوقيع الإلكتروني
37	المطلب الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية
37	الفرع الأول : الشروط التعسفية مفهومها وصورها ومعايير تحديدها
42	الفرع الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية
45	الفصل الثاني: الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد تنفيذ العقد
46	المبحث الأول : الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
46	المطلب الأول: حق المستهلك الإلكتروني في الضمان
46	الفرع الأول: ضمان التعرض والإستحقاق
49	الفرع الثاني: الالتزام بضمان السلامة و العيوب الخفية
53	المطلب الثاني : حماية المستهلك من مخاطر الوفاء وتكريس حق العدول

54	الفرع الأول: حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني
63	الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول
68	المبحث الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني:
68	المطلب الأول: الجزاءات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني
68	الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع والغش
74	الفرع الثاني :الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من جريمة الاحتيال
77	الفرع الثالث: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني
81	المطلب الثاني: الجزاءات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني
82	الفرع الأول : التحكيم الإلكتروني كآلية لفض النزاع
85	الفرع الثاني الصلح كآلية لفض النزاع
89	خاتمة
94	قائمة المصادر والمراجع
102	فهرس المحتويات
	ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

في ختام هذا البحث، نستنتج أن العقود الإلكترونية أصبحت اليوم أكثر أهمية من العقود التقليدية، نظرًا لسهولة إبرامها وسرعة تنفيذها. بالنسبة للمستهلك، توفر هذه العقود وسيلة سهلة للحصول على السلع أو الخدمات، في حين تتيح للمهنيين منصة جديدة لعرض منتجاتهم وخدماتهم والوصول إلى أسواق جديدة وبسرعة كبيرة وأقل تكلفة. ومع ذلك، يظل هناك فجوة كبيرة بين طرفي العقد، حيث يفتقر التوازن إلى حد كبير بين المستهلك والمورد. لهذا السبب، سعى المشرع الجزائري، كما هو الحال في العديد من الدول الأخرى، إلى وضع ضمانات تهدف إلى تقليل هذه الفجوة وتحقيق توازن أكبر، مع التركيز على حماية المستهلك كطرف ضعيف في هذه المعادلة. والجدير بالذكر أن الخداع الذي قد يتعرض له المستهلك يمكن أن يحدث قبل إبرام العقد، لذلك اهتم المشرع بوضع ضمانات قانونية لحمايته في هذه المرحلة. كما يمكن أن يتعرض المستهلك للخداع خلال مرحلة تنفيذ العقد، وهي المرحلة الأكثر أهمية، حيث بذل المشرع الجزائري جهودًا كبيرة لتوفير حماية قانونية شاملة للمستهلك طوال هذه الفترة. تم تسليط الضوء على هذه الضمانات القانونية وتفصيلها في هذا البحث لضمان حماية المستهلك في كل مراحل التعاقد. رغم ذلك تبقى غير كافية ووجب على المشرع تدارك النقائص.

Summary:

In conclusion, we find that electronic contracts have become more important than traditional contracts due to their ease of formation and rapid execution. For consumers, these contracts provide an easy means to acquire goods or services, while for professionals, they offer a new platform to showcase their products and services and access new markets quickly and at a lower cost.

However, there remains a significant imbalance between the parties to the contract, with a notable lack of equilibrium between consumers and suppliers. For this reason, the Algerian legislator, like many others, has sought to establish guarantees aimed at reducing this gap and achieving greater balance, with a focus on protecting the consumer as the weaker party in this equation.

It is worth noting that consumer deception can occur before the contract is concluded, hence the legislator has put in place legal guarantees to protect them during this phase. Additionally, consumers can also be deceived during the execution phase of the contract, which is the most critical stage. The Algerian legislator has made significant efforts to provide comprehensive legal protection for consumers throughout this period. These legal guarantees have been highlighted and detailed in this research to ensure consumer protection at all stages of contracting. Despite these efforts, the measures remain insufficient, and the legislator must address the shortcomings.