

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-



كلية الشريعة والاقتصاد

مخبر الدراسات القانونية والتطبيقية

فرقة بحث الحماية الجزائرية للتجارة الإلكترونية دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي
والتشريعات الجزائرية
تنظم ملتقى وطني حول:

التجارة الإلكترونية

-بين التنظيم القانوني والخلفية الشرعية-



يوم 2023/05/10

رئيس الملتقى: أ.د. كمال لدرع

رئيس اللجنة العلمية : د. ليندة بومحراث

د. ليندة بومحراث ط.د. سعاد مرابط جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

عنوان المداخلة: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام في ظل القانون 05-18

ملخص:

يعتبر الالتزام بالإعلام الإلكتروني من أهمّ الضمانات التي تكفل الحماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني في ظل انعدام التوازن المعرفي في العقود الإلكترونية الاستهلاكية المبرمة بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني، وذلك لما يملكه هذا الأخير من قوّة اقتصادية وخبرة فنية تمكّنه من التحكم السلبي في هذه العلاقة. لذلك سعت معظم التشريعات الحديثة ومنها التشريع الجزائري لإصدار قوانين ومراسيم تنظيمية تكفل إعادة التوازن من خلال إلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك بكل البيانات التي تخص المنتج أو الخدمة قبل إبرام العقد، ممّا يساعد المستهلك الإلكتروني على أخذ قراره الحرّ والمستنير للإقبال على التعاقد أو الامتناع عنه. كما أقرّ المشرع الجزائري بموجب القانون 05-18 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية جزاءات على كلّ من خالف الالتزام بإعلام المستهلك تتمثّل في جزاءات مدنية وأخرى جنائية، إلّا أنها تتطلّب مزيدا من الدراسة والتفصيل لتواكب التشريعات الوطنية الأخرى.

كلمات مفتاحية: المورد الإلكتروني، الالتزام بالإعلام، حماية المستهلك الإلكتروني، قانون التجارة الإلكترونية.

Abstract:

Commitment to electronic media is considered one of the most important guarantees that guarantee the necessary protection for the electronic consumer in light of the lack of cognitive balance in consumer electronic contracts concluded between the electronic consumer and the electronic supplier, due to the economic strength and technical expertise that the latter possesses that enables him to negatively control this relationship. Therefore,

most modern legislation, including the Algerian legislation, sought to issue regulatory laws and decrees to ensure the restoration of balance by obliging the electronic supplier to inform the consumer of all data related to the product or service before concluding the contract, which helps the electronic consumer to make his free and informed decision to accept the contract and refrain from it. In accordance with Law 18-05 related to electronic commerce, the Algerian legislator approved penalties for anyone who violated the obligation to inform the consumer, represented in civil and criminal penalties, but they require further study and detail in order to keep pace with other national legislation.

Keywords: e-supplier, media compliance, e-consumer protection, e-commerce.

مقدّمة

كان من نتائج دخول وسائل الاتصال الحديثة المجال التجاري، ظهور التجارة الالكترونية التي أفرزت نمطا جديدا من العقود تُعرف بالعقود الالكترونية تُبرم عن بعد، ويكون في الغالب أحد أطرافها مستهلكا، وعليه ظهر نمط جديد من المستهلكين هو المستهلك الالكتروني.

وانطلاقا من أن المستهلك الالكتروني شأنه شأن المستهلك التقليدي يعدّ الحلقة الضعيفة في العملية التعاقدية، فإنه يحتاج إلى حماية خاصة، عبر آليات قانونية متنوّعة يأتي في مقدّمتها "الالتزام بإعلام المستهلك"، وهو ما تضمّنته جلّ التشريعات الغربية منها والعربية، ومن بينها التشريع الجزائري، حيث نظّم المشرّع المسألة في القانون 03-09 المتعلقة بحماية المستهلك، ثمّ أصدر مرسوما خاصا بها هو المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك. وبالنسبة للمستهلك الالكتروني نجده نصّ في حقّه في الإعلام بموجب المادتين 10 و11 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الأمر الذي يجعلنا نتساءل:

ما مدى حماية المشرع الجزائري لحق المستهلك في الإعلام الالكتروني من خلال
قانون التجارة الالكترونية 18-05؟

وهذا يقودنا إلى طرح الأسئلة التالية.

- هل المادتان اللتان نصّ عليهما قانون التجارة كافيتان لضمان حقّ المستهلك الالكتروني في الإعلام ومن ثمّ تحققان له الحماية القانونية اللازمة في هذه الآلية؟
- هل يمكن استصحاب الأحكام القانونية الواردة في القانون 09-03 والمرسوم التنفيذي 13-378 بالنسبة للمستهلك الالكتروني في ظلّ غياب تشريع خاص بهذا المستهلك؟
- هل بإمكان النصوص القانونية المتعلقة بإعلام المستهلك التقليدي استيعاب المستهلك الالكتروني وتحقيق الحماية اللازمة له؟

و للإجابة على هذه التساؤلات تمّ استخدام المنهج الاستقرائي التحليلي من خلال دراسة وتحليل مختلف النصوص القانونية والتنظيمية التي لها علاقة بالمستهلك الالكتروني، خاصّة ماجاء في قانون التجارة الالكترونية 15-08، وتحليل هذه النصوص لاستنباط أهمّ الحقوق التي تكرّس الحماية المعترف بها للمستهلك الالكتروني الجزائري، وتمّ تقسيم الورقة البحثية وفق الخطة التالية:

أولاً: مفهوم الالتزام بإعلام المستهلك الالكتروني.

ثانياً: الالتزام بإعلام المستهلك الالكتروني من خلال القانون 18-05.

ثالثاً: فاعلية نصوص القانون 18-05 في تحقيق الحماية الالكترونية من خلال حقه في الإعلام.

أولاً: مفهوم الالتزام بإعلام المستهلك الالكتروني

يكتسي الالتزام بإعلام المستهلك الالكتروني أهمية بالغة في عقود المعاملات الالكترونية، لأنّه يعيد التوازن إلى هذه العقود، ويحقّق التكافؤ والمساواة في العلم بين المتعاقدين، لكون المستهلك الالكتروني غير متمكّن من معاينة السلعة محلّ العقد.

وللالتزام بالإعلام مترادفات كثيرة منها: الالتزام بالتبصير، وبالإفصاح، وبالشفافية، وبالإفشاء، وكلّها تدلّ على مضمون واحد وهو الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد¹. وللوقوف على مفهوم الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني لا بد من التعرف على مدلوله الفقهي ومدلوله في التشريع الجزائري ثم بيان طبيعته القانونية.

1. تعريف الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في الفقه القانوني:

- عرّفه جانب من الفقه بشكل موجز بأنّه الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالمعلومات والبيانات².
- والملاحظ على هذا التعريف أن صاحبه لم يبين في ما نوع المعلومات والبيانات الواجب الإعلام بها، وعلى من يقع عاتق هذا الإعلام.
- وعرّفه بعضهم: أنّه التزام قانوني سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معيّنة إعلاماً صحيحاً وصادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة³.
- والملاحظ على هذه التعريف أنه كان أكثر دقة من الأول إلا أنه لم يبيّن فيه وسيلة هذا الإعلام.
- وعرّفه آخر بأنّه: التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع مع إبرامه بتقديمها بوسائل الكترونية في الوقت المناسب وبكلّ شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه

¹ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة - مكتبة السنهوري، ط1، بغداد، 2001م، ص91.

² نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته في بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، د.ط، 1982 ص 15.

³ خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، د.ط، مصر، 2008، ص76.

العلم بها بوسائله الخاصة⁴ من خلال التعاريف السابقة يتبيّن أنّ الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدّم الخدمة الإلكترونية، حيث عليه إخباره بكل البيانات المهمة والجوهرية في العقد، كبيان شخص التاجر، وتفاصيل السلعة أو الخدمة محلّ التعاقد، وبناء على ذلك يستطيع المستهلك الإلكتروني اتّخاذ قراره بإعادة حزمة ومستنيرة على الإقدام على التعاقد أو الامتناع عنه.

وتجدر الإشارة أن هناك شرطان أساسيان لقيام الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني؛ الأول علم المورد الإلكتروني بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع أو الخدمات محلّ التعاقد والثاني جهل المستهلك بمثل هذه المعلومات جهلا مشروعاً.⁵

2. تعريف الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

أولى المشرع الجزائري اهتماما كبيرا لحقّ المستهلك الإلكتروني في الإعلام وذلك لكونه الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، لذلك ألقى بمسؤولية الالتزام بالإعلام على عاتق المنتج ومسوّق الخدمة الإلكتروني.

ولم يتعرّض المشرّع الجزائري إلى تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18، ولا في القانون لحماية المستهلك وقمع الغش⁶ 03-09، ولكنّه نصّ عليه في هذا الأخير في المادة 17 على أنّه " يجب على كل متدخّل أن يُعلم المستهلك بكلّ المعلومات المتعلّقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأيّة وسيلة أخرى مناسبة".

⁴ السيد محمد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على شبكة الانترنت، الدار الجامعية، د.ط، 206، ص 29.

⁵ عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009م، ص 51.

⁶ القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، رقم 15، الصادرة في 08 مارس 2009 م.

كما أنّ المشرع الجزائري أشار إلى الإعلام الإلكتروني الذي تُستخدم فيه الوسائل الحديثة من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدّد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، حيث نصّت المادة 15/03 على أنّه: "كلّ معلومة متعلّقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أيّ وثيقة بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي"⁷

وبموجب هذا النصّ يرى بعض أساتذة القانون أن المشرع الجزائري لم يفرق بين فكرة الالتزام بالإعلام وفقا للطرق التقليدية وفكرة الالتزام بالإعلام وفقا للطرق الإلكترونية بقدر اهتمامه بوجود تنوير إرادة المستهلك.⁸

والملاحظ على هذه النصوص أنّها جاءت لتكرّس الالتزام بإعلام المستهلك بكلّ البيانات والمعلومات التي من شأنها أن تبصّره للإقدام على التعاقد، ومن هنا يبرز الهدف من وراء الالتزام بالإعلام في العقود الاستهلاكية سواء كانت تقليدية أو الكترونية، وهو القضاء على اختلال التوازن المعرفي بين الطرفين في المرحلة السابقة على التعاقد.⁹

3. الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني:

⁷المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 م المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، رقم 58 الصادرة في 09 نوفمبر 2013م.

⁸عائشة قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 09، العدد 03، 2016م، ص79.

⁹سعاد نوري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مقال منشور في مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الثامن، 2016م، ص225.

اختلفت آراء الفقه فيما يتعلّق بالطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني، هل هو ذو طبيعة عقدية أم غير عقدية، بمعنى أنه في حال الإخلال بالالتزام بالإعلام هل ستكون مسؤولية المدين عقدية أم تقصيرية.¹⁰

• ووفقا للرأي الأول: يعتبر الالتزام بالإعلام عقديا والمسؤولية المترتبة عليه مسؤولية عقدية¹¹، وذلك لمصلحة المستهلك لأنّه سيستفيد من قواعد الإثبات في المسؤولية العقدية، حيث يثبت في حق المورد الإلكتروني بمجرد عدم إعلام المستهلك بالمعلومات المنصوص عليها بموجب القانون.

• ووفقا للرأي الثاني يعتبر الالتزام بالإعلام التزاما غير عقدي والإخلال به يرتب المسؤولية التقصيرية، فهو التزام مستقلّ عن العقد، ويجب الوفاء به قبل تكوين العقد.¹²

وقد نصّ المشرّع الجزائري في مختلف القوانين والتشريعات مثل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 وقانون التجارة الإلكترونية 05-18 على حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني ممّا يؤكّد أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني طبيعته قانونية لأنّ أساسه هو التشريع الذي نصّ عليه.

ثانيا : الالتزام باعلام المستهلك الإلكتروني من خلال القانون 05_18 العادي والالكتروني:

¹⁰كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، د.ط، الاسكندرية، 2012 م، ص283.

¹¹فاتح بهلولي، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص278.

¹²حسن عبد الباسط جميعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت، دار النهضة العربية، د.ط، القاهرة 2000 م، ص19.

يشكّل الالتزام بإعلام المستهلك مبدأ عام يرتبط بنظرية العقد من حيث أحكام ضمان العيوب الخفية، وشرط العلم الكافي بالمبيع، ويرتبط على وجه الخصوص بعقود الاستهلاك.¹³ وقد عالج المشرّع الجزائري مسألة حماية المستهلك بعدة نصوص قانونية ابتداءً بأحكام القانون المدني الذي أكد على ضرورة أن يكون كل متعاقد على علم كاف ودراية تامة بما هو مقدم عليه.¹⁴ ثم جاءت التشريعات الخاصة بحماية المستهلك أهمّها: القانون رقم 03_09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون رقم 02_04 المنظم للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، ثمّ المرسوم التنفيذي رقم 13_378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك.

ولم يكتف بهذه النصوص التشريعية والتنظيمية بعد تطوّر التجارة الإلكترونية وعقودها ذات الخصوصية في البيئة الرقمية، بل أصدر قانوناً خاصاً يتضمّن القواعد العامة المتعلّقة بالتجارة الإلكترونية، ومن ضمنها الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني، وهذا في المواد 11 و 12 و 13 من هذا القانون .

حيث جاء في نصّ المادة 11 في الفصل الثالث منه :

يجب أن يقدّم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ، ويجب أن يتضمّن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

" يجب أن يقدّم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمّن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية ورقم الهاتف المورد الإلكتروني، ورقم السجل أو البطاقة المهنية للحرفي.

¹³فتيحة حزام، آليات حماية مستهلك الخدمات الرقمية في ظل القانون 18-05، مقال منشور في مجلة آفاق علمية، المجلد 13، العدد 01، 2021 م، ص566.

¹⁴تنص المادة 352 من ق م ج: "يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً، ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية، بحيث يمكن التعرف عليه". الأمر 58/75 المتضمن القانون المدني المعدّل والمتمم، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975م، ج.ر. الصادرة في 30 سبتمبر 1975 م، العدد 78.

- طبيعة وخصائص وأسعار السلع والخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
- حالة توفر السلعة أو الخدمة، كفيات ومصاريق وأجال التسليم.
- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، طريقة حساب السعر ، عندما لا يمكن تحديده مسبقا، كفيات وإجراءات الدفع، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه.
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
- مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء.
- شروط وأجال العدول عند الاقتضاء.
- طريقة تأكيد الطلبية، موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه، تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.

من خلال هذا النص يمكن تقسيم المعلومات الأساسية التي يجب أن يتضمّن إعلان المستهلك الإلكتروني الى ثلاث أقسام: الأول ما يتعلّق بتحديد هوية المورد الإلكتروني أو المهني المتعاقد (المدين) ، والثاني ما يتعلّق بصفات السلعة أو الخدمة، والثالث ما يتعلّق ببيان الشروط العامة للعقد.¹⁵

• ما يتعلّق بتحديد هوية المورد الإلكتروني:

إن أكثر ما يهمّ المستهلك عند إبرامه للعقود المبرمة عن بعد هو معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه، ذلك أن طبيعة التعاقد الإلكتروني تستلزم الوضوح في كل خطواته، وأهمّها

¹⁵ محمد حجابي، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية، مقال منشور في مجلة الأخبار للعلوم القانونية والسياسية ، العدد الثامن ، 2013 م، ص 254.

شخصية الموجب في هذه العقود بشكل قاطع لا لبس فيه¹⁶، فمن الصعب التّعرف على شخصية المورد الإلكتروني في العقود المبرمة عن بعد، لذلك ألزم المشرّع المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بعنوانه، ورقم هاتفه ورقم سجله التجاري ورقم تعريفه الجبائي، والغاية من ذلك هو توفير الثقة والأمان بالنسبة للمستهلك الإلكتروني¹⁷ من خلال تمكينه من التّعرف على المورد الإلكتروني الذي يريد، والولوج إلى موقعه الإلكتروني دون الوقوع في الغلط، وذلك من خلال اشتراط إيداع اسم النطاق المتشكّل من سلسلة أحرف أو أرقام مقيسة ومسجّلة بالسجل الوطني لأسماء النطاق، بهدف التقليل من تعرّض المستهلك الإلكتروني لأعمال الاحتيال.¹⁸

• مايتعلّق بالسلع أو الخدمات محلّ التعاقد:

يتعيّن على المورد الإلكتروني حتّى يمكن اعتبار عرضه على شبكة الإنترنت إيجاباً أن يبيّن بوضوح المعلومات الجوهرية للمنتوج المعروض، وبصفة خاصة الصفات التي تتعلّق بالكمّ والكيف. وقد ذكرت المادة 11 من القانون رقم 18_05 المعلومات التي يتعيّن على مقدّم المنتج أو الخدمة إرفاقها مع عرضه التجاري الإلكتروني على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، الأمر الذي يتيح للمستهلك الإلكتروني التحقق من أيّة معلومات أو مواصفات تتعلّق بالسلعة أو الخدمة.¹⁹ ومن أهمّ البيانات الجوهرية للسلعة أو الخدمة محلّ التعاقد هي الخصائص والأسعار، وكذا تكاليف النّقل وكيفيات وإجراءات الدفع وكيفيات ومصاريف وأجال التسليم...

¹⁶ مريم خايفين، الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان، الجزائر، 2012م، ص269.

¹⁷ محمد حجاري، مرجع سابق، ص254.

¹⁸ محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، د.ط، الاسكندرية.

¹⁹ عصمت عبد المجيد بكر، دور التقنيات العلمية في تطوّر عقد دراسة مقارنة _ دار الكتب العلمية، ط.د، بيروت، لبنان، 2015، ص 242.

وكل المعلومات الضرورية واللازمة لمساعدة المستهلك الإلكتروني في اتخاذ قرار التعاقد من عدمه.²⁰

• مايتعلّق ببيان الشروط العامّة للعقد وكيفية التعاقد :

من خلال المواد 10 و 11 و 12 من القانون 18_05، نجد أن المشرع ألزم المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك بكافّة مراحل العقد وشروطه، ومختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية ، ومن أجل ذلك كان لزاما على المورد الإلكتروني تزويد المستهلك الإلكتروني بكافّة المعلومات التي تساعد في ذلك، كسعر المنتج، وموعد التسليم، وموضوع الطلبية المسبقة، وكيفية إلغائها عند الاقتضاء، وخدمة ما بعد البيع، وشروط وأجال العدول، وطريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه، ومدّة صلاحية العرض...

وبالنسبة للمشرّع الفرنسي فقد ألزم المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة التي تعرض للمستهلك. من خلال المادة 1-111L من قانون الاستهلاك لسنة 2018 م.

أما بالنسبة للمشرع التونسي فقد ألزم المورد بالإعلام المسبق في إطار المعاملات التجارية والإلكترونية من خلال الفصل 25.

ولم يفرض القانون 18-05 لغة معينة لتنفيذ التزام الإعلام، على عكس القانون 09-03 الذي اشترط في المادة 18 منه أن يتم تحرير بيانات الوسم وغيرها من المعلومات باللغة العربية، ولأخرج من زيادة لغة أخرى سهلة الفهم من المستهلكين.

أما المشرّع الفرنسي فقد نصّ في قانون الاستهلاك على اختيار اللغة المستعملة في إبرام العقد بالإتفاق مع المستهلك.²¹

²⁰ عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، ط1، القاهرة، مصر، 2006م، ص 152.

²¹ Le code de la consommation française –dernière modification le 13 janvier 2018 Document généré le 12 janvier 2018.

وحرصت القوانين الوطنية على مراعاة لغة المستهلك في العقود الالكترونية لما لها من خصوصية، حيث تبرم بين أطراف مختلفة من حيث اللغة ومن حيث النظام القانوني الذي يخضع له كل من المورد الالكتروني والمستهلك الالكتروني.²²

ثالثا: فاعلية نصوص القانون 05-18 في تحقيق الحماية الالكترونية للمستهلك من خلال حقّه في الإعلام.

حاول المشرع الجزائري تكريس حماية المستهلك عموما العادي والالكتروني من خلال كلّ التشريعات والتنظيمات الخاصة بحماية المستهلك، وأهمها القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ثمّ جاء بعده القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ ضمن الفصل الخامس منه والموسوم بالزامية إعلام المستهلك، وذلك بمقتضى المادتين 17 و18 منه، ثمّ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي كان سابقا إلى فرض إلزام الإعلام الالكتروني على المورد.

وإزدادت الحماية بصور قانون التجارة الالكترونية رقم 05-18، حيث نصّ فيه على الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني، وألقى بمسؤولية إعلام المستهلك الالكتروني على عاتق المورد الالكتروني، وذلك بإعلامه بكلّ الشروط التعاقدية، وبكلّ المعلومات والمواصفات الخاصة بالمنتج أو الخدمة محلّ التعاقد، بموجب نصوص المواد 11 و12 و13 منه، وللمستهلك بعد ذلك كامل الحقّ في إمكانية طلب إبطال العقد وطلب التعويض عن الضرر اللاحق به، إذا لم يحترم المورد الالكتروني الإلتزامات المفروضة عليه²³، حيث أنّ الإخلال بهذا الإلتزام يؤثّر على رضا المستهلك ممّا يستوجب توقيع جزاء قانوني في حالة الإخلال به، وهنا

²²نورة بسعدي، الإعلام الالكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الالكتروني على ضوء قانون التجارة الالكترونية الجزائري 05_18، مقال منشور في مجلة صوت القانون، مج 08 عدد 02، 2022م، ص1378-1377.

²³فاطمة زهرة فرحات، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية قانونية لحماية المستهلك، مقال منشور في مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد 02، 2020م، ص185.

تضمن فعالية نصوص القانون 05-18 في تحقيق الحماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني من خلال تأكيد حقه في الاعلام.

وهذا يقودنا إلى التطرق إلى جزاء الإخلال بالتزام الإعلام الإلكتروني: فقد نصت المادة 39 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على مايلي: "يُعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كلّ مورّد الكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادة 11 و12، كما يجوز للجهة القضائية التي رُفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاز (6) ستة أشهر".²⁴

ومن خلال نصّ هذه المادة نجد أن المشرّع الجزائري قد أقرّ نوعين من العقوبات على المورّد الإلكتروني الذي يخلّ بالتزامه بإعلام المستهلك الإلكتروني وتمثّل في:

- توقيع غرامة مالية كعقوبة أصلية: تتراوح بين 50.000 دج و 500.000 دج، وهنا نجد المشرّع الجزائري قد منح للقاضي السلطة التقديرية في تحديد قيمة الغرامة تبعا لدرجة الإخلال بالالتزام.
- تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكتروني كعقوبة تكميلية: وذلك لمدة ستة أشهر. إلا أنّه كان من الأجدر بالمشرّع الجزائري رفع قيمة الغرامة المالية بدلا من هذه العقوبة التكميلية، لكونها تسبب ضررا بالغا للمورّد ولوضعه المالي، وهذا ينعكس على الكثير من المستفيدين من المعاملات في هذا الفضاء الرقمي، وهذا ما اتجه إليه القانون التونسي²⁵ الذي ركز على الغرامة المالية المرتفعة لردع المخلين بالالتزام بالإعلام الإلكتروني.

وبالإضافة إلى هذه العقوبات الجزائية، بإمكان المستهلك الإلكتروني المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحقه جزاء عدم تقديم المعلومات الكافية عن العقد

²⁴ القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018م، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر،

عدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

²⁵ القانون التونسي، العدد 83، لسنة 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 09 أوت 2000، الفصل 25. (الغرامة تتراوح من 500 إلى 5000 دت).

والمنتوج على أساس المسؤولية التقصيرية بموجب المادة 14 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.²⁶

وتجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من سريان أحكام القانون 05-18 وكل الضوابط المذكورة سابقا وكذا العقوبات المدنية والجزائية الموقّعة على المورد الالكتروني الذي يخلّ بواجب الإعلام الالكتروني، إلا أنه كثيرا ما تصل المستهلك الالكتروني سلع وخدمات غير مطابقة للعرض التجاري الالكتروني سواء من حيث الجودة أو المواصفات أو المدة المطلوبة لتسلّمها.²⁷ وهذا ما يجعل جمعيات حماية المستهلك مدعوة إلى ضرورة القيام بحملات تحسيسية في أوساط المستهلكين الذين يقتنون سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية وتوجيههم إلى ضرورة الاستعانة بأهل الاختصاص في هذا المجال، لاسيما في ظلّ تصاعد التعاملات التجارية التي تتمّ عن بعد.

خاتمة:

من خلال ما سبق تقديمه في هذه الدراسة يتبيّن أنّ المشرّع الجزائري قد وُفق إلى حدّ كبير في تنظيم الالتزام بالإعلام الالكتروني للمستهلك في العقود التي تُبرّم في الفضاء الافتراضي، وذلك من خلال إلزامه المورد الالكتروني بتقديم كافة المعلومات الجوهرية اللازمة لتنوير إرادته وجعله يُقدّم على التعاقد بكلّ حرية، وذلك من خلال نصوص قانون التجارة الالكترونية، وكذلك باستصحاب ما ورد في النصوص القانونية التي سبقته وخاصة القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، إلا أنه لا تزال هناك عدّة نقائص وثغرات تتسبّب في نقص الثقة في هذه المعاملات الالكترونية وإحجام بعض المستهلكين عن التعاقد الرقمي، ممّا

²⁶فاطمة زهرة فرحات، مرجع سابق، ص 729.

²⁷سمية سعادة، خمس خطوات لتجنب ظاهرة الاحتيال في التجارة الالكترونية، 25 ديسمبر 2020م، متاح على الموقع الالكتروني لجريدة الشروق اليومي، [/https://www.echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com)، تاريخ الاطلاع 2022/11/19.

يستدعي ضرورة معالجة هذه النقائص من أجل تعزيز الحماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني في كافة مراحل التعاقد وخاصة الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

وختاماً تمّ استخلاص جملة من النتائج والتوصيات نجلها فيما يلي:

● النتائج:

-أهمية التزام المورد الإلكتروني بالإعلام لحماية المستهلك الإلكتروني، لكونه يُحقّق التوازن للعقد الإلكتروني ويضمن التكافؤ المعرفي والمساواة بين أطرافه، ويقيه من المخاطر التي تمسّ بأمنه وسلامته وتعييب رضاه.

-ضرورة خضوع الالتزام بالإعلام للقواعد العامة الواردة في القانون المدني، وقانون حماية المستهلك وقمع الغشّ، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدّد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، بالإضافة إلى النصوص الواردة في قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 وخاصة المادة 11 منه.

-ترتيب المشرّع الجزائري كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني إبطال العقد مع التعويض لجبر الضرر الحاصل للمستهلك الإلكتروني، إلّا أنّه سكت عن تحديد المبلغ المستحقّ للتعويض.

-إقرار المشرّع لعقوبات الغرامة والتعليق للنفاد إلى منصّات الدفع الإلكتروني لكلّ مورد إلكتروني يخالف الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني.

● التوصيات:

- ضرورة إعادة النظر في العقوبة المقرّرة لعدم الالتزام بالإعلام الإلكتروني، وذلك برفع قيمة الغرامة الماليّة لدفع المورد الإلكتروني لضرورة الالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني بكلّ ما يتعلّق بالسلعة أو الخدمة محلّ التعاقد.

- الحاجة الملحة إلى إصدار نصّ تنظيمي يفصّل ماجاء في القانون 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية وبالخصوص شروط وكيفيات إعلام المستهلك الإلكتروني.

- ومن الضروري أيضاً لتحقيق حماية فعّالة للمستهلك الإلكتروني تقييد أسماء الموردين الذين يباشرون التجارة الإلكترونية في الجزائر، ووضع هذا السجل في متناول المستهلكين على الموقع الرسمي لوزارة التجارة، ولدى المركز الوطني للسجل التجاري

وفروعه المحلية، وذلك للتقليل من تعرّض المستهلكين للأعمال الاحتيالية عبر شبكة الانترنت.

- ضرورة النصّ صراحة على وجوب استخدام اللغة العربية في إعلام المستهلك الالكتروني، كما يمكن إضافة بعض اللغات الأخرى لتيسير الفهم على المستهلكين، وضمان تواصل إيجابي بين كلّ من المستهلك والمورد الالكتروني.
- أهمية أداء جمعيات حماية المستهلك لدورها التحسيس والتوعوي بمخاطر التعاقد عن بعد باستخدام وسائل الاتصال الالكتروني، ودعوة المستهلكين إلى المزيد من البحث والاطّلاع على هذا النوع من المعاملات، واستشارة أهل الخبرة والتخصص قبل الإقدام على أي معاملة الكترونية.

قائمة المراجع والمصادر:

• الكتب

1. السيد محمد عمران، الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد على شبكة الانترنت، الدار الجامعية، د.ط، 2006.
2. حسن عبد الباسط جميعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت، دار النهضة العربية، د.ط، القاهرة 2000 م.
3. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الالكتروني، الدار الجامعية، د.ط، مصر، 2008.
4. عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك الالكتروني عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، ط1، القاهرة، مصر، 2006م.
5. عصمت عبد المجيد بكر، دور التقنيات العلمية في تطوّر عقد _دراسة مقارنة _ دار الكتب العلمية، ط.د، بيروت، لبنان، 2015.
6. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، د.ط، الاسكندرية، 2012 م.
7. محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، د.ط، الاسكندرية.
8. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية - دراسة مقارنة - مكتبة السنهوري، ط1، بغداد، 2001م.

9. نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته في بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، د.ط، 1982.

• الرسائل الجامعية:

10. فاتح بهلولي، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

11. مريم خايفين، الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان، الجزائر، 2012م.

12. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009م.

• المقالات:

13. سعاد نوري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مقال منشور في مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الثامن، 2016م.

14. عائشة قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 09، العدد 03، 2016م.

15. فاطمة زهرة فرحات، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كألية قانونية لحماية المستهلك، مقال منشور في مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد 02، 2020م.

16. فتحة حزام، آليات حماية مستهلك الخدمات الرقمية في ظل القانون 18-05، مقال منشور في مجلة آفاق علمية، المجلد 13، العدد 01، 2021 م.

17. محمد حجاري، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وتطبيقاته على العقود الإلكترونية، مقال منشور في مجلة الأخبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثامن، 2013 م.

18. نورة بسعدي، الإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد كألية لحماية المستهلك الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18_05، مقال منشور في مجلة صوت القانون، مج 08 عدد 02، 2022م.

• القوانين:

19. الأمر 58/75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975م، ج.ر. الصادرة في 30 سبتمبر 1975 م.
20. القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، رقم 15، الصادرة في 08 مارس 2009 م.
21. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 م المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، رقم 58 الصادرة في 09 نوفمبر 2013م.
22. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018م، المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر، عدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.
23. القانون التونسي، العدد 83، لسنة 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الالكترونية، المؤرخ في 09 أوت 2000، الفصل 25.
24. Le code de la consommation française –dernière modification le 13 janvier 2018 Document généré le 12 janvier 2018.

• المواقع الالكترونية:

25. سمية سعادة، خمس خطوات لتجنب ظاهرة الاحتيال في التجارة الالكترونية، 25 ديسمبر 2020م، متاح على الموقع الالكتروني لجريدة الشروق اليومي، [/https://www.echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com)، تاريخ الاطلاع 2022/11/19.

