



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مولود معمري - تيزي وزو -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



حماية المستهلك من الخدمات الالكترونية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون الأعمال

إشراف الأستاذة:

- أ. سليمان حميدة

إعداد الطالبين:

- جعوتي سامية

- جمعة نورة

لجنة المناقشة:

- د/ عبد الدايم سميرة، أستاذة محاضرة "أ"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،رئيسا.

- د/ سليمان حميدة، أستاذة محاضر "أ"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،مشرفا ومقررا.

- د/ أعراب كاميلة، أستاذة محاضرة "ب"، جامعة مولود معمري تيزي وزو،ممتحنا.

السنة الجامعية: 2023 - 2024

تاريخ المناقشة: 2024/06/27

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق الغايات، والصلاة والسلام على خير خلق الله محمد صلى الله عليه وسلم.

اعترافاً بالفضل والجميل نتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذة الكريمة "سليمانى حميدة".

التي لم تبخل علينا بوقتها وجهدها، وكانت لنا نعم المعين والداعم بتوجيهاتها السديدة ونصائحها القيمة التي ساعدتنا في إنجاز هذا العمل، نتمنى لها التقدم والنجاح، نسأل الله أن يبارك في جهودك وأن يجعلها في ميزان حسناتك.

كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة.

ومنا جزيل الشكر إلى كل موظفي الإدارة والمكتبة وكل أسرة كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو.

سامية ونورة

إهداء

أهدي ثمرة جهدي:

لأعظم أب وأم وأخ في العالم، لقد كانت رحلتي نحو التخرج والنجاح لا تصبح ولا تمسى إلى بدعمكم وحبكم العميق، لقد وصلت إلى هذا اليوم بفضلكم وبفضل تضحياتكم، أنتم رمز القوة والحب في حياتي، وهذا التخرج ليس نهاية، بل بداية لفصل جديد من الإنجازات والتحديات، أعدكم بأني سأعمل بجد وأجتهد لأجعلكما فخورين بي.

إلى مصدر فرحتي ومن هم سندي: جدتي الحنونة وجدي.

عمي سالم الذي هو بمثابة أبي.

وإلى روح أختي الغالية لطيفة رحمها الله.

وإلى صديقة الحنونة والواقية "كاتية".

وإلى من هم بمثابة أخواتي: آيسا، ليندة، ديمية وياسين وnergس.

وإلى زملائي الأعزاء، لقد كانت رحلة رائعة معكم، أتمنى لكم النجاح والسعادة في المستقبل،

تهانينا لنا جميعًا على تخرجنا.

وإلى الأستاذة المشرفة "سليمانى حميدة"، هذا العمل لم يكن ليكتمل ولولا مساعدتك

وإرشاداتك المستمرة، وسيظل توجيهك نبراسًا لي في مسيرتي المستقبلية، شكرًا.

سامية

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وقل اعملوا فيسرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم

أهدي ثمرة جهدي المتواضعة إلى من تعبت معي طيلة السنوات إلى أغالي من الوجود
أمي الحبيبة وجودك الذي يجعلني أقف مجدداً و أو من بحط النجاحات مهما كان منعرجا،
وكانت أصبح يستقيم بك، إلى من دعمني وشجعني للمضي قدماً ولم ييخل علي بأي دعم
معنوي أو مادي والذي أفخر بحمل اسمه أبي الغالي، حفظهما الله والحال في عمر يهما
إن شاء الله.

إلى أخي الغالي نور الدين رفيق دربي في السراء والضراء وإلى إخواني جميلة، كريمة، رادية،
نسيمة، بوجودهم أكتسب قوة ومحبة، إلى أصدقائي، وجميع من وقفوا بجواري وساندوني،
ودون أن أنسي أساتذتي في كلية الحقوق.

نورة

قائمة المختصرات:

ج.ر: جريدة رسمية.

ص: صفحة.

مقدمة

نظرا للتطورات الاقتصادية التي شاهدها العالم، وخاصة في مجال التكنولوجيا، قد رفق ذلك ارتفاع معدلات الطلب على المنتجات والخدمات وفي الوقت ذاته اتسع نطاق التوزيع لها بفضل تطور وسائل عرض المنتجات والسلع، فأصبحت معظم الأنشطة التجارية تنفذ باستخدام تكنولوجيا المعلومات وعبر شبكة الأنترنت في إطار ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، هذه التجارة حولت العالم إلى سوق إلكتروني يلتقي فيها المورد والمستهلك في فضاء افتراضي على الشبكة، حيث يقوم المورد الإلكتروني بتنزيل السلع والمنتجات بجميع أنواعها على شبكة الأنترنت لغرض البيع والربح، وهذا يخدم مصالحهم بشكل كبير بفضل المزايا التي تتيحها في ترويج منتجاتهم وخدماتهم، في المقابل أصبح من السهل للمستهلك الإلكتروني الحصول على ما يريده من منتجات وخدمات بمجرد الدخول والاشتراك في شبكة الأنترنت، فذلك يوفر لهم الوقت والجهد.

بالرجوع إلى المشرع الجزائري نجد أنه لم يتبنى أي قانون يتعلق بحماية المستهلك إلا بعد انتقاله إلى نظام اقتصاد السوق القائم على تحرير الأنشطة الاقتصادية وتكريس المنافسة الحرة، مما فرض على المشرع وضع عدة ضوابط قانونية هدفها حماية المستهلك، فقام بإصدار قانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، قد كرس هذا القانون حق المستهلك في الإعلام ولكن بصورة فنية إلا أنه لم يتلاءم مع متطلبات الوقت الراهن في مجال حماية المستهلك لذلك تم الغاءه بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ الذي نص على الإلتزام بالإعلام صراحة وأفرد له فصلاً خاص تحت

¹- قانون 03-09 مؤرخ في 28 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، عدد 15 صادرة بتاريخ 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18 مؤرخ في 10 جويلية 2018، ج.ر، عدد 35، صادر بتاريخ 13 جوان 2018.

عنوان "إلزامية إعلام المستهلك" والهدف من بين هذه القوانين هو حماية مصلحة وسلامة المستهلك بصفة عامة.

قرّر المشرع للمستهلك حقّ الإعلام ليتمكن الاستفادة من التكنولوجيا بطرق آمنة وفعالة، ممّا يعزز الثقة والراحة في استخدام الأدوات الرقمية في حياتهم اليومية، كذلك منح له حق العدول لإعطائه فرصة للتفكير، لأن تنزيل المنتجات أو السلع والخدمات عبر شبكة الأنترنت قد لا يعطي تصورًا كافيًا للمستهلك لأنّه يمكن أن تكون الأنترنت مكانًا مليئًا بالمخاطر مثل الدعاية والإعلانات التي قد تكون خادعة ومضلة نتيجة لاستخدامهم للتدليس الغلط والاستخدام للتقنيات الحديثة تعمل على إغرائه. وعلى هذا الأساس تتمحور إشكالية الدراسة حول ما هي الآليات القانونية الحمائية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني؟

للإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة تم اتباع المنهج الاستقرائي التحليلي وذلك من خلال استقراء النصوص القانونية المتعلقة بحق الإعلام وحق العدول للمستهلك الإلكتروني عن تنفيذ العقد الإلكتروني، والمنهج الوصفي وذلك عند توضيح مختلف المفاهيم المتطرق لها في ثنايا الموضوع.

يعتبر حق الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد من آلية الحماية القبلية لمستهلك الخدمات الإلكترونية التي وضعها المشرع والذي يتميز بمجموعة من الخصائص كما يتميز هذا الحق بأوجه شبه والاختلاف عن غيرهم من الأنظمة المشابهة لها (الفصل الأول).

حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني هو الحق الذي يمنحه القانون للمستهلك لتراجع عن قراراته أو عقود، فيعتبر هذا الحق تجسيدًا لحماية الطرف الأضعف في العلاقات التعاقدية والذي هو المستهلك (الفصل الثاني).

الفصل الأول

آلية الحماية القبلية لمستهلك الخدمات الإلكترونية

شهدت الأنشطة التجارية تحولاً جذرياً بفضل التقدم التكنولوجي وظهور الأنترنت كوسيلة رئيسية للتفاعل والتواصل، نظراً لهذا التحول السريع والهائل أصبح المستهلك يواجه المشاكل المتعلقة باختيار المنتجات المناسبة لتنوع السلع في الأسواق الإلكترونية، وبسبب عدم قدرة المستهلك على رؤية المنتجات أو الخدمات بشكل مباشر قبل الشراء، في البيئة الرقمية أوجب على المورد الإلكتروني أو الشركات التي تُعرض المنتجات أو الخدمات على الأنترنت بالالتزام بإعلام المستهلك.

يعد الالتزام بالإعلام الإلكتروني أحد الدعائم الأساسية لضمان الشفافية وحماية حقوق المستهلك في العمليات التجارية عبر الأنترنت، لكون أن هذا الأخير هو الطرف الأضعف في العقد (المبحث الأول).

تعتبر أحكام الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد جزءاً أساسياً من القوانين واللوائح التي تنظم التجارة الإلكترونية، تفرض هذه الأحكام على مقدمي الخدمات الالتزام معايير معينة لضمان وضوح ودقة المعلومات المقدمة يعد اخلال بهذا الالتزام جريمة يعاقب عليها قانوناً (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

مع التوسع السريع للتكنولوجيا الرقمية وتزايد الاعتماد على الأنترنت في العمليات التجارية، برزت ضرورة حماية رضا المستهلك المتعاقد، فلتحقيق التوازن والمساواة بينه وبين المورد الإلكتروني وذلك بالالتزام هذا الأخير بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات حيث كرس الفقه والمشرع الالتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية لحماية المستهلك **(المطلب الأول)**، الإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد يشير إلى ضرورة تقديم المعلومات الضرورية والدقيقة للطرف الآخر قبل إبرام العقد، مما يمكنه إتخاذ قرار مستنير، هذا الالتزام له طبيعة قانونية تحدّد كيفية تنفيذه والمسؤولية المترتبة على عدم الامتثال له **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول

التعريف بالالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

يتعين على المورد الإلكتروني في سياق التجارة الإلكترونية أن يلتزم بإبلاغ المستهلك بجميع المعلومات الضرورية خاصة قبل إتمام عملية البيع، وهذا ما يسمى بالإعلام فهو حق لكل مستهلك، ويعتبر وسيلة هامة للتواصل ونقل المعلومات إلى الجمهور بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة (الفرع الأول)، ومن خصائص الإلتزام بالإعلام أنه إلتزام يكفل به القانون ويسعى إلى حماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الثاني).

فعليه يعد الإلتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بين طرفي العلاقة وسلامة إرادتهما (الفرع الثالث)، فقد نجد أن الإلتزام بالإعلام يختلط الأمر بينه وبين المصطلحات المشابهة له كالإعلام والإعلان وبين الإعلام ما قبل التعاقد وبعد التعاقد (الفرع الرابع).

الفرع الأول

تعريف الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

يشير الإلتزام بالإعلام إلى مسؤولية التي تقع على عاتق المورد في توفير معلومات دقيقة وصحيحة وموثوقة للمستهلك، ويعتبر الإلتزام بالإعلام جزء أساسي من حقوق المشتري في البيئة الرقمية، وذلك بهدف حصول هذا الأخير على المعلومات اللازمة لإتخاذ قرارات مناسبة عند شراء المنتج أو الخدمات عبر الأنترنت، ولهذا قد كرس الفقه الإلتزام بالإعلام من أبرز آليات حماية المستهلك الإلكتروني (أولاً) في حين آخر قد ألفت التشريعات الحديثة على عاتق المورد الإلكتروني الإلتزام بالإعلام مما يستدعي وجود قواعد قانونية تلزم هذا الأخير بقدر أدنى من الإعلام حول المبيع حماية للمستهلك (ثانياً).

أولاً: التعريف الفقهي للإلتزام بالإعلام للمستهلك الإلكتروني.

يعرف الإلتزام بإعلام المستهلك على أنه إلتزام عام يشمل المرحلة السابقة على إبرام جميع عقود الاستهلاك، ويشمل تزويد المستهلك بجميع المعلومات والبيانات اللازمة لضمان رضاه الحرّ والسليم¹.

عرف الفقه للإلتزام بالإعلام الإلكتروني² على أنه: «التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد الملزم إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية، وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة».

عرفه البعض الآخر بأنه «تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر من عناصر التعاقد المزمع حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد»³.

عرفه جانب آخر بأنه: «الإلتزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاماً صحيحاً وصادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائل الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه بالعقد»⁴.

¹ - قيرة سعاد، نهائي رابح، "الإلتزام بإعلام ضمانة لتحقيق التوازن العقدي الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، مجلد 14، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، غرداية، 2021، ص 909.

² - خلفي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات حول فعالية القاعدة القانونية، مجلد 01، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017، ص 15.

³ - زيغم محاسن ابتسام، "التزام المورد بالإعلام ضمانة لحقوق المستهلك الإلكتروني"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، مجلد 06، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2023، ص 123.

⁴ - العرابي خيرة، بسعدي نورة، "الإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05"، مجلة صوت القانون، مجلد 08، عدد 02، مخبر الاقتصاد والبيئة، جامعة أحمد بن أحمد 2، وهران، 2021، ص 1371.

يستنتج من خلال التعاريف السابقة الفقه منح أهمية للإعلام، والتي تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني، وذلك من خلال الإفشاء بالمعلومات والبيانات الصحيحة للمنتوج والخدمات الرقمية، حتى يكون المستهلك على علم بكل تفاصيل السلعة ويقوم باختيار ما يناسبه.

ثانياً: التعريف التشريعي للإلتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني.

عرّف المشرع الجزائري الإعلام وهذا من خلال نص المادة 03 الفقرة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، «المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك»¹، والتي تنص على «إعلام حول المنتوجات: كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقه به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي».

يتضح من خلال نص المادة أنّ المشرع خصّ مكانة بارزة للإعلام، ولا يختلف عن الفقه، وذلك سعياً منه لضمان شفافية المعلومات المقدمة حول المنتجات والخدمات المتاحة في السوق الإلكتروني.

الفرع الثاني

خصائص الإلتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

باعتبار الإلتزام بالإعلام السابق عن التعاقد من أهم آليات الحماية للمستهلك، هذا ما جعله يتميز بعدة خصائص التي تتمثل في أنه الإلتزام ذو طبيعة قانونية (أولاً)، كذلك أنه الإلتزام ذو طبيعة وقائية (ثانياً).

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، عدد 58.

أولاً: الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد ذو طبيعة قانونية.

بمعنى أنه واجب ينص عليه القانون صراحة ويكفل احترامه، ويترتب على مخالفته آثار تتمثل في عنصر المسؤولية، فالمورد الإلكتروني مجبر على الالتزام بالإعلام الإلكتروني من خلال تقديم المعلومات الجوهرية واللازمة حول العقد، وذلك لحماية رضا المستهلك الإلكتروني¹.

بمعنى آخر أن هناك واجب قانوني يلزم المورد الإلكتروني بتقديم معلومات وبيانات للمستهلك وأن تكون دقيقة وكاملة وإن وقع عكس ذلك، فالتشريع يبطل العقد أو يأمر بتعويض الطرف المتضرر الذي هو المشتري.

فهناك هيئات تنظيمية مكلفة بمراقبة الشركات والموردين، وإذا تعرض المستهلك للضرر نتيجة عدم التزام بالإعلام الصحيح والواضح في هذه الحالة يمكن لتلك الهيئات التحقيق في الأمر واتخاذ الإجراءات اللازمة.

ثانياً: الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد ذو طبيعة وقائية.

بمعنى أنه إلتزام يسعى لحماية العقود في المستقبل من البطلان كذا لحماية إرادة المستهلك الإلكتروني².

الهدف من إقرار هذا الإلتزام على المورد الإلكتروني، هو الحفاظ على العقود من عوامل الانهيار، ودواعي الإبطال بعد التعاقد واستقرار المعاملات التجارية داخل المجتمع ومساعدة المستهلك الإلكتروني الذي ليس له خبرة في إتخاذ قراره عن إرادة مبنية على معلومات صحيحة وكافية³.

¹ - بن عثمان فريدة، هادفي زوبيدة، "اللتزام المورد الإلكتروني بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية"، مجلة دفاثر السياسية والقانون، مجلد 15، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونييسي علي العفرون، البلية، 2023، ص 26.

² - بن عثمان فريدة، هادفي زوبيدة، مرجع نفسه، ص 26.

³ - شريف مونية، قيسوس سارة، الإلتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد النبشير الإبراهيمي، برج بوعريبيج، 2022، ص 17.

الفرع الثالث

مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

يتزايد الاهتمام بمسألة الالتزام بالإعلام بين الأطراف المتعاقدة في عالم التجارة الإلكترونية والتعاقدات الرقمية، تعود هذه الأهمية بشكل خاص نظرًا لتعقيدات الشراء والبيع عبر الأنترنت والمخاطر المحتملة التي يمكن أن تواجه المستهلك، من هذا المنطلق تظهر مجموعة من المبررات التي تدعم ضرورة الالتزام بإعلام المستهلك، وتهدف هذه المبررات إلى تحقيق وتعزيز العدالة بين المتعاقدين (أولاً)، وتوازن معلوماتي بين الأطراف المتعاقدة (ثانياً) وحاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية (ثالثاً).

أولاً: تحقيق وتعزيز العدالة بين المتعاقدين.

يرى الفقه أن الالتزام بالإعلام يجد تبريراً له في مبدأ سلامة العقود إذ أن الاعتراف بهذا الالتزام السابق عن التعاقد ضرورة عملية تقتضيها ظروف التعامل بين الأفراد¹. ويرى البعض الآخر من الفقهاء أن العدالة العقدية تكون مهددة في الحالات التي يكون فيها عدم التكافؤ في البيانات والمعلومات حول عناصر العقد². لذلك فرض الالتزام بالإعلام على المورد، حرصاً على سلامة العقود في ظل عدم المساواة بين المستهلك من جهة، وبين المنتج الذي يمتلك تفوقاً على الطرف الآخر الناشئ عن عدم توافر الخبرة والعلم الكافي من جهة أخرى، بالإضافة إلى وسائل البيع الجبرية ووسائل التحايل والدعاية بالأمر الذي يستدرج إلى ما يسمى التعاقد اللاواعي³.

¹ - عبوب زهرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 89.

² - كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة، بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2005، ص 25.

³ - عبوب زهرة مرجع سابق، ص 89.

مثال على ذلك بائع السيارات المستعملة التي تنزل على موقع واد كنيس "Ouedkniss" يتوجب على البائع إعلام المشتري بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بحالة السيارة¹، كإخباره بحالة المحرك، حالة الطلاء هل طلاء أصلي، ما هو عدد الكيلومترات الماشية بها السيارة، إذا تحطمت السيارة من قبل أو تم إصلاحها، أو في حالة استبدال أي شيء رئيسي، ومن خلال هذه المعلومات يمكن للمشتري إتخاذ قراره بالشراء أو عدمه حتى ولو لم يكن خبير في مجال السيارات فأعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات كافية لتتوير إرادته، فالاهتمام في الوقت الراهن من خلال هذا الالتزام هو تحقيق المساواة والعدالة العقدية بين المورد والمستهلك².

ثانياً: تحقيق توازن معلوماتي بين أطراف التعاقد.

اعتبر الفقه أن الإعلام السابق عن التعاقد بمثابة تعديل لمركز طرفي العقد، حيث أن تنصير المستهلك، بما يقدم عليه يرفع مركزه، مما يعيد للعقد الإلكتروني توازنه³. التعاقد الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت يشبه عقود الإذعان⁴، حيث لا يمكن للمستهلك التفاوض حول بنود العقد، فإما يقبل العرض أو يرفضه، وهو ما يجعل المستهلك طرفاً ضعيفاً في التعاقد الإلكتروني⁵، لإعادة التوازن في العقد يجب الإدلاء بالمعلومات للمستهلك وأن تكون تلك المعلومات والبيانات واضحة وصحيحة.

¹ - نويري سعاد، "الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 03، عدد 08، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016، ص 229.

² - سعاد نويري، نفس مرجع، ص 229.

³ - خلوفي خدوجة، "الإعلام سابق عن التعاقد في العقد الإلكتروني"، مجلة صوت القانون، مجلد 09، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2022، ص 1345.

⁴ - عقود الإذعان: هي عقود يتم إعدادها من طرف واحد دون تفاوض مع الطرف الآخر، تعرض هذه العقود على الطرف الآخر ليقبل بها كما هي دون أن يكون له القدرة على تعديل أي من شروطها، تستخدم عقود الإذعان بشكل واسع في المعاملات التي تتم بين الشركات الكبرى والمستهلكين، مثل عقود خدمات الاتصال، التأمين والخدمات المعرفية.

⁵ - خلوفي خدوجة، مرجع سابق، ص 1345.

ثالثاً: حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية.

أصبحت الخدمات الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للمستهلكين، حيث تلبية احتياجاتهم المتزايدة بطرق مبتكرة وسهلة، تعتمد هذه الخدمات على التكنولوجيا الحديثة لتقديم حلول فعالة تغطي مجموعة واسعة من المجالات مثل التسوق، التعليم، والرعاية الصحية، والخدمات المالية، وذلك يوفر الراحة، الوقت والجهد، وإتاحة الوصول السريع إلى المعلومات. أصبحت الخدمات الإلكترونية الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها المستهلك في تسيير أموره اليومية.

فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب الكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح¹.

الفرع الرابع

تميز الالتزام بالإعلام عن الأنظمة المشابهة له

تبرز أهمية الإعلام كوسيلة رئيسية لنقل المعلومات والأخبار وتشكيل الرأي العام، إلى جانب الإعلام، يلعب الإعلان دوراً حيوياً في الترويج للمنتجات والخدمات والأفكار، وكل منهما له دور مختلف عن الآخر (أولاً).

بالإضافة إلى ذلك يعد التفريق بين الإعلام السابق للتعاقد والإعلام اللاحق له أمراً جوهرياً لضمان شفافية ووضوح المعاملات التعاقدية، هذه المقارنة تتيح لنا تقدير الأدوار المتباينة لكل نوع من أنواع الإعلام وفهم كيفية تأثيرها على حياتنا اليومية ومجتمعاتنا بشكل عام (ثانياً).

¹ عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 61.

أولاً: التزام الإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد والتزام الإعلان الإلكتروني.

يختلف الإعلام عن الإعلان من حيث الأهداف، فالإعلام حسب المادة 03 الفقرة 15 من مرسوم تنفيذي رقم 13- 378 السالف الذكر «الإعلام هو كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى»، وعليه فالإعلام يهدف إلى تقديم بيانات ومعلومات وأخبار دقيقة ومتوازنة للمستهلك.

أما الإعلان وبالرجوع الى المادة 06 الفقرة 06 من القانون 18- 05 متعلق بالتجارة الإلكترونية¹، نجد المشرع عرف الإعلان أنه: «كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية»، وعليه فإن الإعلان يهدف إلى ترويج السلع أو الخدمات قصد تحقيق الكسب المادي ويكون بمقابل أي مدفوع الأجرة².

يختلف أيضاً الإعلام عن الإعلان من حيث القنوات المستخدمة:

- فالإعلام يستخدم مختلف القنوات الإلكترونية مثل: المواقع الإخبارية، المواقع الاجتماعية، المدونات...

- الإعلان يستخدم الأنترنت بما في ذلك: الإعلانات المدفوعة، الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات النصية والصورية....

ثانياً: التزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد والتزام بالإعلام اللاحق للتعاقد.

يعتبر الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني، مرحلة ما قبل إبرام العقد، ويعرف بأنه الالتزام الذي يقع على عاتق المورد الإلكتروني تجاه المستهلك الإلكتروني بمنح

¹ - قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، عدد 28.

² - بن عثمان فريدة، هادفي زوييدة، مرجع سابق، ص 27.

له كل المعلومات التفصيلية والدقيقة حول العقد المراد إبرامه، حتى يتمكن المستهلك من اتخاذ قرار مستنير بإبرام العقد أو رفضه¹.

أما بالنسبة للالتزام بالإعلام بعد التعاقد الإلكتروني، يهدف إلى إتمام العقد، وتزويد المستهلك بمعلومات وتقديم تفاصيل نهائية والتي تشمل، طريقة استعمال المنتج والخدمة، بالإضافة إلى التحذير من المخاطر التي يمكن أن تترتب عنه، ويكون الالتزام تعاقدياً أي أنه جزء من تكوين العقد بين المورد والمستهلك².

باختصار الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني يهدف إلى تمكين المستهلك من اتخاذ قرارات واعية قبل إتمام العقد، أما الالتزام بالإعلام اللاحق عن التعاقد الإلكتروني يركز على تفاصيل العقد وإخبار المستهلك بالخطوات التالية بعد العقد، وكلاهما يهدفان إلى تحقيق الشفافية والعدالة بين المورد والمستهلك.

المطلب الثاني

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

يعدّ الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد مبدأً أساسياً يسعى إلى حماية المستهلك الإلكتروني وضمان الوضوح في التعاملات، هذا المبدأ ينطوي على ضرورة تقديم كافة المعلومات الجوهرية والصحيحة التي قد تؤثر على قرار المستهلك.

يعدّ الالتزام جزءاً من واجب حسن النية والأمانة، ويهدف إلى منع غش المستهلك وخداعه، مما يعزز الثقة بين المورد والمستهلك، بدءاً من مرحلة المفاوضات الأولية حتى مرحلة إبرام العقد وتنفيذه.

¹ - جعفر الزهرة، شريط وسيلة، "الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني، دراسة على ضوء القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة المعيار، مجلد 24، العدد 51، كلية العلوم الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2020، ص 717.

² - شريف مونية، قيسوس سارة، مرجع سابق، ص 25.

بالنسبة للطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد، اختلفت آراء الفقه في تحديدها وهناك من يرى الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني وهناك جانب آخر يرى أنّ الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني إلزام ببذل نتيجة أو التزام ببذل عناية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق

عن التعاقد الإلكتروني ذو طبيعة عقدية أو طبيعة غير عقدية

اختلفت آراء الفقه حول طبيعة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني، حيث يرى البعض أنها ذو طبيعة عقدية (أولاً)، غير أن البعض يقول طبيعة غير عقدية (ثانياً).
أولاً: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني ذات طبيعة عقدية. يرى أنصار هذا الرأي «أنّ الطبيعة القانونية لالتزام بإعلام الإلكتروني هي طبيعة عقدية، وأنّ مسؤولية الناشئة عنه هي مسؤولية عقدية تتسع في مجالات أخرى لتشمل أخطاء سابقة على إبرام العقد»¹.

ظهر إتجاه آخر يقول أنّ «الالتزام بالإعلام ذو طبيعة عقدية وأنّ المسؤولية التي تنشأ عن الإخلال بهذا الالتزام هي مسؤولية عقدية»².

ثانياً الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني طبيعية غير عقدية:

يرى أصحاب هذا الرأي أنّ الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام التزام غير عقدي والإخلال به تترتب عنه مسؤولية التقصيرية، فهو التزام مستقل عن العقد ويجب الوفاء به

¹ - كاب أمال، لالوش سميرة، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني"، مجلة بحوث في القانون والتنمية، مجلد 01، عدد

01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2021، ص 46.

² - العرابي خيرة، بسعدي نورة، مرجع سابق، ص 1374.

قبل تكوين العقد، لأن المورد لا يربطه بالمستهلك أي عقد، وذلك بدليل أن الالتزام بالإعلام هو التزام سابق على تكوين العقد، فكيف يعتبره التزاماً عقدياً والعقد لم ينشأ أصلاً¹.

الفرع الثاني

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني

الالتزام بتحقيق نتيجة أو التزام ببذل عناية

اختلف آراء الفقه حول طبيعة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني، حيث يرى البعض أنها التزام بتحقيق نتيجة (أولاً)، والبعض يراها التزام ببذل عناية (ثانياً).

أولاً: الالتزام بتحقيق نتيجة.

يرى البعض الالتزام بالإعلام التزاماً بتحقيق نتيجة، وفي هذا الشأن يرى القضاء أنه يجب على مورد الأجهزة العلمية أن يسلم جهازاً ممكن استعماله ويتوافق مع حاجات المستهلك، والمورد عليه الوفاء بهذا الالتزام، عليه دراسة السوق والقيام بتجارب إضافية، وإذا كان الجهاز لا يفي باحتياجات المشتري، فإن هذا يعني أنّ البائع لم يدرس السوق بعناية وأعطى نصيحة غير سليمة².

بالتالي يستخلص أنه تمّ اعتبار الالتزام بالإعلام التزاماً بتحقيق نتيجة بالاستناد إلى كونه يقوم في الأساس على الالتزام بالسلامة الذي يعتبر التزاماً بتحقيق نتيجة، فهذا الالتزام يمثل حماية للمستهلك، لأنّ فيه تخفيف العبء الإثبات، كون هذا الأخير طرف ضعيف في مواجهة طرف قوي يملك الخبرة لتخصصه³.

¹ - كاب أمال، لالوش سميرة، مرجع سابق، ص 46.

² - جرعود الياقوت، "دور الإعلام في حماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 01، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعيد دحلب، بليدة، 2012، ص 296.

³ - زايد محمد، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مجلة آفاق علمية، مجلد 12، عدد 04، المركز الجامعي نور البشير البيض، 2020، ص 545.

2- إلتزام ببذل عناية:

يرى البعض أن الإلتزام بالإعلام عبارة عن إلتزام ببذل عناية، إذ يكفي أن يقدم المورد البيانات والمعلومات الضرورية الخاصة بالمنتج، وفي المقابل فإنّ الإلتزام يفرض ضرورة استعمال المستهلك لتلك المعلومات استعمالاً مطابقاً وصحيحاً لما تلقاه، فالمورد لا يمكنه إجبار المستهلك على إتباع نصائحه ولا يضمن عدم تحقيق الخطأ، لكون ذلك يتعلق بإرادة المستهلك¹.

كما يرى جانب آخر من الفقه أن الإلتزام بتقديم المعلومات اللازمة والكافية للعقد يفترق للواقعية، باعتبار لا يمكن للمورد عند عرض منتج أن يدرك برغبات كل مستهلك، لذا يتعين عليه بذل العناية اللازمة لتقديم المعلومات والبيانات الصحيحة والكافية للتعرف على المنتج².

¹ - خشيبة حنان، الحماية المدنية للمستهلك في المجال الإلكتروني، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية، تلمسان 2022، ص 64-65.

² - إدير سامية، بن صادق صبرينة، حماية المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر القانون الخاص الداخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 55.

المبحث الثاني

أحكام الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

يعرف الالتزام بالإعلام الإلكتروني أنه واجب قانوني يقع على عاتق مقدمي الخدمات الإلكترونية لتزويد المستهلك بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات قبل إتمام التعاقد، والتي تتضمن تفاصيل حول الخصائص الفنية، السعر، الشروط العامة للبيع، إضافة إلى بيانات الاتصال بالمورد الإلكتروني، وهذا ما أشار إليه المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون 09-03 والتي تنص «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك.....»، وهذا ما سنتطرق إليه في (المطلب الأول).

تباين مما سبق مدى ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني، وأن تكون المعلومات والبيانات صحيحة وواضحة ودقيقة، ولذلك يعتبر الإخلال بهذا الإعلام جريمة ويعاقب عليها القانون (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

يتطلب الالتزام بإعلام المستهلك عن الخدمات الإلكترونية من مقدمي الخدمات عبر الأنترنت توفير معلومات دقيقة وشفافية قبل تقديم أي خدمة (الفرع الأول).
كما يجب أن يتوافر في هذا الإعلام شروط معينة تضمن وضوحه وكماله (الفرع الثاني) بالإضافة إلى وجوب توفر طرق فعالة لإعلام المستهلك الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الالتزام بالإدلاء بالمعلومات والبيانات

يتعين على البائع الإفصاح للمستهلك بجميع معلومات وخصائص المنتج، وطريقة استخدامه بكيفية سليمة حتى يتمكن المستهلك من استعماله للغاية المخصصة له، وإذا ما حل بالمستهلك أي ضرر جراء سوء شرح البائع للمنتج يقع على عاتق الحرفي مسؤولية هذا الضرر، ويعفى منها إذا تجاهل المستهلك طريقة استعماله أو استخدامه لغرض غير مخصص له.

لذا على المنتج أن يعلم عن جميع المعلومات المتعلقة بالمنتج (أولاً) بسعر المنتج (ثانياً). فأخبار المستهلك بخصائص ومعلومات المنتج لوحدها لا تكفي لحمايته، فهذا الأخير لا يجد أمامه إلا موقع إلكتروني لمورد مجهول الهوية، وفي هذا الحال من السهل التغيرير بالمشتري، ولذلك من الضرورة إعلام المستهلك بهوية البائع (ثالثاً)، وحول مميزات الخدمات الرقمية (رابعاً).

أولاً: الإعلام بالمنتج.

المنتج هو أي شيء يتم تصنيعه أو إنشائه وتقديمه للبيع أو الاستخدام، سواء كان ذلك منتج تقليدي أو رقمي، فالمنتج الرقمي نتج عن استعمال الرقمية في المعاملات الإلكترونية عبر الأنترنت¹. ونعني بالمنتج الرقمي المنتج الذي يعرض في الأسواق الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، بهدف تلبية احتياجات ورغبات المستهلك وتحقيق أرباح الشركة أو الفرد المنتج.

عرف المشرع الجزائري المنتج في المادة 03 الفقرة 10 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر التي تنص على أنه «المنتج هو كل سلعة أو خدمة يمكن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً».

¹ - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص 134.

ألزم المشرع الجزائري بإعلام المستهلك حول معلومات و مميزات المنتج وذلك حسب المادة 08 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹ التي تنص «يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقد لعملية البيع أو الخدمة».

يؤدي إخبار المورد بالمعلومات المتعلقة بالمنتج للمستهلك يؤدي إلى حماية هذا الأخير، ويساهم في تقليل سوء فهم كيفية استخدام المنتج وفوائده، وهذا ما أشار إليه المشرع الجزائري في المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات²، على أنه «يجب على المنتجين والمستوردين ومقدمي الخدمات وضع في متناول المستهلك كل المعلومات الضرورية التي تسمح له بتفادي الأخطار المحتملة والمرتبطة باستهلاك أو استعمال السلعة أو الخدمة المقدمة وذلك طيلة مدة حياته العادية أو مدة حياته المتوقعة بصفة معقولة».

يتضح مما سبق أوجب على الحرفي بتوفير للمشتري كل البيانات المتعلقة بالمنتج وأن تكون صحيحة ووافية، يكون ذلك عبر وسم السلع. عرّف المشرع الجزائري هذا الأخير في المادة 02 الفقرة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش³، على أنه «جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلّق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما».

¹ - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، متعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسة التجارية، ج.ر، عدد 41.

² - مرسوم تنفيذي رقم 12-203 مؤرخ في 06 ماي 2012، متعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج.ر، عدد 28.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 90-93 مؤرخ في 30 جانفي 1990، متعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، عدد 05.

كما عرّفه المشرع الجزائري بموجب نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها¹ بأنه «كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع».

وكذلك في المادة 03 فقرة 04 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر بأنه «كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المتعلقة بالسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها لغض النظر عن طريقة وضعها».

وعليه، فإن الوسم يتمثل في مجموعة من البيانات والمعلومات اللازمة المرافقة للمنتج، والتي تعتبر بمثابة هوية له، ويكون على غلاف المنتج بصفة واضحة ليسهل قرائتها ومكتوب باللّغة الوطنية، كما يجب أن يكون صادقا وحاويا لخصائص ومحتويات المنتج، ولا يتضمن أي خطأ أو علامة خيالية.

ثانيا: الإعلام بالسعر.

الغرض الأساسي من إعلام المستهلك الإلكتروني بالسعر، هو تمكينه من المقارنة بين مختلف الأسعار المطبقة في السوق الإلكتروني لاختيار السعر الذي يناسبه، فأعلام بالأسعار إذن من شأنه حماية رضا المستهلك، ويجعله يعبر عن إرادة واعية وسليمة². وعليه

¹ - مرسوم التنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، متعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، معدل ومتمم بمرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر، عدد 83، صادر بتاريخ 25 ديسمبر 2005.

² - جبالي واعمر، "حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص 12.

فإن الإعلام بالسعر يحمي المشتري بالدرجة الأولى، فالمستهلك يبني قراره على شراء السلع حسب إمكانيته المادية وأن لا يدفع في السلعة أكثر من قيمتها الحقيقية.

فقد جاء في المادة 04 من قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية على «يتولى البائع وجوبًا إعلام الزبائن بأسعار تعريفات السلع والخدمات. وبشروط البيع».

كما أوجب المشرع الجزائري الإعلام بالأسعار في المادة 53 من الأمر 06/95 المتعلقة بالمنافسة¹ والتي تنص على «إشهار الأسعار إجباري ويتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع السلع أو الخدمات وشروط البيع. تتضمن شروط البيع كصفات الدفع وعند الاقتضاء التخفيضات والحسوم والمسترجعات.

يجب أن يوافق السعر المعلن المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل شراء سلعة أو تأدية خدمة».

ألزم المشرع الجزائري في المادة 05 من القانون رقم 04-02، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر «أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة».

ثالثًا: الإعلام بهوية البائع.

ألزم المشرع الجزائري المتدخل أن يعلم المستهلك الإلكتروني بجميع المعلومات والبيانات الجوهرية، سواء المتعلقة بالمنتج أو بكل المعلومات والبيانات التي لها صلة بهوية البائع، فذلك يوفر الأمان للمستهلك الإلكتروني.

¹ - أمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم بأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، معدل ومتمم بقانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر، عدد 46.

المشرع الجزائري كان أكثر وضوحا في بيان التزام المنتج بوضع البيانات والمعلومات المتعلقة به، وذلك في المادة 55 الفقرة 1 من المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بإعلام المستهلك السالف الذكر¹ والذي ينص على «يجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك، بكل وسائل الملائمة حسب طبيعة الخدمة بالمعلومات الآتية:

اسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه، أو إذا تعلق الأمر بشخص معنوي عنوان شركته ومقر شركته وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة شخصا آخر».

كما تناولت المادة 11 من القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق، بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر، المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج الإلكتروني، التي تنص على ما يلي: «يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي.
- العناوين المادية والإلكترونية.
- رقم هاتف المورد الإلكتروني.
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي».

بالإضافة إلى ما سبق، فالحرفي الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لبيع منتوجاته بصفة غير قانونية، قد يؤدي ذلك إلى تضليل المستهلك وخداعه، وعليه فيجب على البائع الإلكتروني إنشاء المتجر الافتراضي، أو موقع إلكتروني، وبشكل قانوني لحماية المستهلك الإلكتروني.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر، عدد 58، صادر في 18 نوفمبر 2013.

يعرف المتجر الافتراضي على أنه عبارة عن منصة إلكترونية، تتيح للمستخدمين شراء وبيع المنتجات والخدمات، وتسمح للمستهلكين بالتسوق عبر الأنترنت دون الحاجة للتنقل . باختصار هو سوق إلكتروني ومثال عن ذلك "أمازون Amazon" "ألكسبرس Ali Express"، "ألي بابا Ali Baba" الخ.

توفر الأسواق الإلكترونية كل ما يحتاجه المستهلك من منتجات بمختلف الأنواع والفئات، حيث يمكنهم الوصول إلى المنتجات والخدمات المتنوعة في أي وقت وفي أي مكان، وذلك يساعدهم في توفير الوقت والجهد والسرعة في الحصول على المنتجات. بالنسبة للموقع الإلكتروني يعتبر واجهة رقمية، ولا يختلف عن المتجر الافتراضي، حيث يمكن زيارته عبر الأنترنت للحصول على ما يريده المستهلك من الخدمات المتنوعة. بعبارة أخرى الموقع عبارة عن مكان ثابت للعميل يمكن من خلاله تقديم منتجات وسلع وخدمات للبيع. يفضل العميل بإنشاء موقع خاص به فقط. ذلك يحقق الاستقرار والراحة للعميل¹.

وهذا ما أكدته المادة 08 من القانون رقم 18-05 متعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر، التي تنص على «يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة، ونشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت، مستضاف في الجزائر بإمتداد "Com.dz".

يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته».

رابعاً: الإعلام حول مميزات الخدمات الرقمية.

يتعين على الحرفي في سياق التجارة الإلكترونية، أن يلتزم بإبلاغ المستهلكين بجميع المعلومات الضرورية قبل إتمام عملية البيع، ويأتي هذا الالتزام استناداً إلى مبادئ الصدق

¹ - مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات في القانون الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2009، ص 35.

والنواهي، حيث يعتبر إعلام المستهلكين خطوة حامية تسمح لهم بالحصول على معلومات شافية تمكنهم من حماية مصالحهم واتخاذ القرارات المناسبة بناءً على احتياجاتهم وإمكانياتهم.

يتوجب على المنتج الإلكتروني إكمال البيع، وإخبار المستهلكين بجميع المعلومات المميزة للخدمة، فبعد الالتزام بتقديم المعلومات حماية للمستهلكين، ويمنح لهم فرصة إبرام عقد يستجيب لمتطلباتهم ورغباتهم وإمكانياتهم المادية، فإعلام المستهلك يجعله قادر على حماية مصالحه بنفسه¹.

بالتالي، لا بد من المورد إعلام المستهلك بجميع حقائق المنتج وخصائصها، وما يحيط بها من مخاطر، وهذا ما جاء في المادة 17 من القانون 09-03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر، على أنه «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة».

يستنتج مما سبق، أن المشرع الجزائري قد فرض واجب الالتزام بالإعلام للبائع، وهذا بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو أي وسيلة أخرى، على سبيل المثال بائع أنزل منتج على صفحة الأنستغرام أو أي صفحة أخرى من وسائل التواصل الاجتماعي، أوجب عليه وضع كل المعلومات والبيانات المتعلقة به من الاسم واللقب، عنوانه... الخ، كذلك بخصوص المنتج تكتب كل المعلومات اللازمة: طريقة الاستعمال، كيفية الاستعمال.

مع ذكر السعر المحدد له لكي يرى المشتري إمكانيته المادية، وأيضاً لا يطلب سعر المنتج، خصوصاً أن بعض الدراسات بينت أن العديد من المستهلكين يجدون حرجاً في

¹ - حزام فتيحة، "آليات حماية مستهلك الخدمات الرقمية في ظل القانون 18-05"، مجلة أفاق علمية، مجلد 13، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2021، ص 566-567.

التراجع عن قرار شراء السلعة عند اطلاعهم على السعر بعد أن كانوا قد خاظو في التفاصيل الأخرى وأبدوا إعجابهم بالمنتج¹.

الفرع الثاني

شروط الالتزام بالإعلام المستهلك في الخدمات الإلكترونية

لكي يتمكن الإعلام من تأثير بفعالية توعية المستهلكين وضمان سلامتهم، يجب توفر شروط محددة، فقد جاء في المادة 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر ما يلي «يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها»².

كما أكدت أيضاً المادة 07 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 المتعلق بإعلام المستهلك السالف الذكر على «يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية أساساً وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلك وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها»³.

فيتضح مما سبق أن التزام البائع بإعلام المستهلك وحده لا يضمن سلامة هذا الأخير، إلا إذا التزم بعدة شروط تتمثل أساساً في: أن يكون الإعلام مكتوباً باللغة الوطنية (أولاً)، أن يكون كاملاً وواضحاً (ثانياً) كما يجب أن يكون الإعلام لصيقاً بالمنتج ومتعذر محوه (ثالثاً).

¹ - رفاوي شهباز، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، ادار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 101.

² - المادة 18 من القانون 09-03، السالف الذكر.

³ - المادة 07 من المرسوم التنفيذي 13-378، السالف الذكر.

أولاً: اشتراط اعلام المستهلك باللغة الوطنية.

باعتبار أن المستهلك هو الطرف الأضعف في العقد، فألزم على المنتج إعلام المشتري باللغة التي يفهمها لفهم مضمون العقد، ومع ذلك لا يمنع من استخدام لغة أجنبية معاً، وهذه الأخيرة تمنح للأشخاص الأجانب فهم العقد بدون صعوبات. أوجبت المبادئ القانونية الجزائرية أن يكون العقد بلغة المستهلك، وهذا ما نصت عليه المادة 21 من القانون رقم 91-05 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية¹ على ما يلي: «تطبع باللغة العربية وبعده لغات أجنبية، الوثائق والمطبوعات والأكياس والعلب التي تتضمن البيانات التقنية وطرق الاستخدام وعناصر التركيب وكيفيات الاستعمال التي تتعلق على وجه الخصوص بما يلي «المنتجات الصيدلانية، المنتجات الكيماوية، المنتجات الخطيرة، أجهزة الإطفاء والإنقاذ ومكافحة الجوائح، على أن تكون الكتابة باللغة العربية بارزة في جميع الحالات».

وكذلك المادة 22 من القانون رقم 91-05 المذكورة أعلاه على «تكتب باللغة العربية الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات وجميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة، أو المسوقة في الجزائر. كما يمكن استعمال لغات أجنبية استعمالاً تكميلياً...».

نستنتج مما سبق أن مراعاة اللغة الوطنية للمستهلك من أشكال الحماية، فاللغة هي الوسيلة المهمة في فهم المستهلك لمحتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم عليه².

¹ - القانون 91-05 المؤرخ في 16 جانفي 1991 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، الصادر في 16 جانفي

1991، معدل ومتمم بأمر رقم 96-30 مؤرخ في 21 ديسمبر 1996، ج.ر، عدد 81.

² - عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص 109.

ثانياً: أن يكون الإعلام كاملاً وواضحاً.

يقصد بالإعلام الكامل عدم إخفاء للمستهلكين المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها بعرض تشجيعه على الإقدام على الشراء أكبر قدر ممكن من السلع¹.

وقد جاء في المادة 48 فقرة 01 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 السالف الذكر على أنه «يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالإخطار على الصحة والأمن المرتبطة بالمنتج.....».

أما أن يكون الإعلام واضحاً فهنا يجب على المتدخل أن يستخدم مصطلحات وعبارات سهلة لفهمها وإدراك مضمونها، وذلك بأن تكون خالية الألفاظ المعقدة التي لا يمكن لغير مختص فهمها، وهو ما يستوجب على المنتج مراعاة الظروف الشخصية للمستهلك، فقد تكون العبارات التي يصاغ بها الإعلام سهلة بالنسبة إلى شخص له مؤهلات علمية تمكن من استيعابها لكنها في المقابل تكون صعبة بالنسبة لشخص عادي².

وهذا ما أكدته المادة 10 الفقرة 01 من مرسوم تنفيذي رقم 97-37 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطني³، والذي ينص على أنه «يجب أن يشمل وسم مواد التجميل والتنظيف البدني، كما هو محدد في المادة 02 من مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة والغش، على بيانات ملصقة بحيث تكون ظاهرة للعيان ميسورة القراءة، غير قابلة للمحو...».

ويلاحظ مما سبق أن الإعلام يجب أن يكون واضحاً وظاهراً والهدف من ذلك هو إيصال المعلومات الكاملة للمستهلك.

¹ سي يوسف زاهية حورية، دراسة تحليلية للقانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، ط2، دار هومة، الجزائر، 2019، ص 92.

² رفاوي شهبان، مرجع سابق، ص 72.

³ مرسوم تنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14 جانفي 1997 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطني، ج.ر، عدد 04، صادر في 15 جانفي 1997.

ثالثاً: أن يكون الإعلام لصيقاً متعذراً محوها.

قد أشار المشرع الجزائري في المادة 11 من المرسوم التنفيذي 13-378 سالف الذكر إلى أنه «عند ما توضع بيانات المواد الغذائية على بطاقة يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التعليق...».

فيتضح من هذه المادة عند وضع بيانات المواد الغذائية على بطاقة المنتج، يجب تأمينها بطريقة تجعلها غير قابلة للإزالة من التعليق لضمان بقائها وقابلة للقراءة للمستهلكين يهدف هذا الشرط إلى تحقيق شفافية أكبر بشأن المعلومات الغذائية مما يمكنهم اتخاذ قرارات مناسبة حول الأطعمة التي يختارونها استناداً إلى المحتوى الغذائي.

لكن هنا الأمر يتعلق بمنتج غذائي ذو قوام صلب، أما إذا كان المنتج معبأ في عبوة أو زجاجة أو آلة أو جهاز فيجب كتابة البيانات على العبوة ذاتها أو على الغلاف أو إرفاق دليل استعمال¹. وقد أكدته المادة 48 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 سالف الذكر والتي تنص «يجب أن تبين هذه المعلومات في دليل الاستعمال وفي طريقة الاستعمال وكذا على التعليق أو على المنتج نفسه».

أما العبارة متعذر محوها «فيقصد به أن يكون الوسم ملتصقا بالمنتج، ولهذا لا يكفي أن تكتب هذه البيانات على المستند المرفق بالمنتج والمسلم للمستهلك، بل يجب أن تكتب على المنتج ذاته إذا كان ذو قوام صلب»².

¹- سي يوسف زاهية حورية، دراسة قانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 65.

²- رفاوي شهيناز، مرجع سابق، ص 77.

الفرع الثالث

طرق إعلام المستهلك الإلكتروني للخدمات الإلكترونية

يعتبر الإعلام جزءًا مهمًا في عملية التعاقد الإلكتروني، فإخبار المستهلك الإلكتروني حول المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، لجأ المورد الإلكتروني إلى الإشهار الإلكتروني (أولاً) والعرض التجاري (ثانياً).

أولاً: الإشهار الإلكتروني.

يعد الإشهار الإلكتروني نوع من التسويق، يستخدم لهدف الإعلان عن المنتجات أو الخدمات من خلال الأجهزة الرقمية، لإقناع الزبائن على الشراء وقد أوجب المشرع الجزائري على الحرفي بإعلام المستهلك وذلك يكون بوسائل مختلفة، وهذا ما أكدته المادة 52 من قانون رقم 13 - 378 سالف الذكر التي تنص «يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة مناسبة».

1- تعريف الإشهار الإلكتروني:

عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في المادة 06 الفقرة 06 من قانون رقم 05-18 سالف الذكر على أنه «كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية».

كما يعرف الإشهار الإلكتروني على أنه «وسيلة اتصال إلكترونية لنقل المعلومات الخاصة بالمنتجات بهدف إقناع المستهلك بالشراء»¹.

2 - شروط الإشهار الإلكتروني:

حددت المادة 30 من قانون رقم 05-18 سالف الذكر مجموعة من شروط التي يجب أن يتوفرها الإشهار الإلكتروني والتي تنص على «دون المساس بالأحكام التشريعية

¹ - هابة طارق، "الإشهار الإلكتروني خصائصه وأنواعه وطرق تصميمه"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مجلد 10، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، وادي السوف، 2022، ص 04.

والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه.
- ألا تمسا بالآداب العامة والنظام العام.
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا الإشهار يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا الغرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً.
- التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة».

يستنتج من المادة السابقة أن المشرع سعى إلى حماية المستهلك الإلكتروني، وذلك أن يكون الإشهار واضحاً، وأن يشمل جميع المعلومات المتعلقة بالمنتج وبالبائع وتكون غير كاذبة وغير مضللة.

3- صور الإشهار الإلكتروني:

يشمل الاشهار الإلكتروني عدة صور وأساليب متنوعة التي تهدف للوصول إلى الجمهور عبر الوسائل الرقمية. ومن بين أهم هذه الصور:

أ- الاشهار عبر الموقع:

الإشهار عبر الموقع يتمثل في عرض إعلانات على صفحات الويب المختلفة، تسعى إلى ترويج السلعة أو الخدمة، وقد تظهر هذه الاعلانات في التطبيق الذي يتم تنزيله في الهاتف المحمول أو أي وسيلة رقمية، قد يظهر ذلك الإشهار بأشكال مختلفة منها:

- الإعلانات "البنرية Banner ads": إذ تظهر عادة في أسفل الصفحات وتشمل صور ونص¹.

¹- حوحو يمينه، مرجع سابق، ص 67.

- إعلانات "الفيديو Vidéo": تشمل مقاطع فيديو قصير تعرض لبضع ثواني، عبر تطبيقات "يوتيوب youtube"، "فيسبوك Facebook"، "أنستغرام Instagram" يتم تنزيلها على وسائل إلكترونية لغرض ترويج سلعة أو خدمة.
- إعلانات على شكل "رسائل Messages": تعتبر رسائل نصية مكتوبة، عادة ما ترسل إلى الهواتف المحمولة من قبل شركات أو مؤسسات مثل: شركات الاتصال "أوريدو Oredoo"، "جيزي Djezzy"، ترسل رسالة نصية من قبل تلك الشركات إلى التطبيق المسمى "رسائل Messages"، وعادة ما تحتوي على اشعارات مثل رسائل: Fidelité، Exclusif تتضمن عروض تنشيط الرصيد، يوجد أيضًا عروض تحميل الأغاني المسماة برنتي Ranati ... الخ الغرض منها توصيل رسالة تجارية وترويج خدماتهم لنيل ثقة الزبون وإعجابهم وبيع خدماتهم.

ب- الإشهار عبر البريد الإلكتروني:

عرف المشرع الجزائري البريد الإلكتروني في المادة 02 الفقرة 03 من مرسوم تنفيذي رقم 257-98 مؤرخ في 25 أوت 1998، معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي 2000-307 المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الإنترنت واستغلالها¹، حيث نصت: البريد الإلكتروني هو «تبادل رسائل إلكترونية بين المستعملين».

رسائل البريد الإلكتروني تصنف إلى نوعين:

- الرسائل من نوع "سبام Spam":

تعرف بالرسائل الإلكترونية الغير المرغوبة بعدد هائل: إلى مجموعة من مستخدمي الإنترنت، يتضمن هذا الصنف من الإشهار إعلانات خاطئة لتضليل المستهلكين حول خدماتهم ومنتجاتهم².

¹- مرسوم تنفيذي رقم 257-98 مؤرخ في 25 أوت 1998، متعلق بضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الإنترنت واستغلالها، معدل ومتم بمرسوم تنفيذي رقم 2000-307 مؤرخ في 14 أكتوبر، ج.ر، عدد 60.

²- حزام فتيحة، مرجع سابق، ص 569.

- الرسائل البيانية من نوع "Vce" Visual Communication Elements:

تعتبر الرسائل البريدية الإلكترونية صنف من الإعلانات المباشرة، التي تتضمن بيانات ومعلومات حول منتج أو خدمة ما بطلب من مستقبلها، تجري عن طريق مراكز مخصصة، تتضمن البيانات الشخصية وعناوين مستخدمي الإنترنت الذين يرغبون في مراسلتهم في موضوعات محددة، ففي الكثير من الأحيان عندما يقوم مستخدم الإنترنت بالتسجيل لفتح علبة بريد الإلكتروني جديدة، وأثناء ملئ البيانات هناك عدة اختيارات تقترح عليه، تتضمن عدة مجالات ذات الاهتمام كالسينما، موسيقى، رياضة، سياحة، سفر... الخ¹.

ثانياً: العرض التجاري الإلكتروني.

أصبح استخدام العرض التجاري الإلكتروني في ظل التطور التكنولوجي السريع والتحول الرقمي الذي شهده العالم اليوم، أمر ضروري للمورد الإلكتروني الذي يسعى لنيل الأرباح والشهرة، فالتسويق التقليدي لم يعد كافياً للوصول إلى المستهلك، فأصبح من الضروري تبني استراتيجيات تسويقية رقمية تتيح للشركات والمورد الإلكتروني عرض منتجاتهم وخدماتهم عبر الإنترنت بطرق مبتكرة وفعالة، لذا يعتبر الاعتماد على العرض التجاري الإلكتروني وسيلة رئيسية لجذب المستهلك وتحقيق المبيعات في الأسواق الرقمية العالمية.

1- تعريف العرض التجاري الإلكتروني:

نصت المادة 10 من قانون رقم 18-05 السالف الذكر على «يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادف عليه المستهلك الإلكتروني».

¹ - جبارة نورة، الإشهار الإلكتروني كوسيلة للإعلام، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 07، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2021، ص 684.

عرف الفقه العرض التجاري أنه «التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصيته، وبياناته، وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد، والتي بناءً عليها يتخذ المستهلك خطوة على التعاقد أو عدم التعاقد بناءً على إرادة حرة مستنيرة»¹.

2 - شروط العرض التجاري الإلكتروني:

نصت المادة 11 من قانون 18-05 سالف الذكر على «يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة...». يتضح من نص المادة أن المشرع الجزائري ألزم المورد الإلكتروني أن يقدم العرض التجاري:

- بطريقة مرئية ومقروءة.
- بطريقة مفهومة أي بعبارات واضحة وسهلة.
- يتضمن معلومات صحيحة وشفافة.

3- خصوصيات العرض التجاري الإلكتروني:

يتوجب على المورد الإلكتروني تقديم للمستهلك الإلكتروني المعلومات المتعلقة بهويته، المعلومات المتعلقة بالخصائص الأساسية للمنتج، إذ أن كلا من طرفي العقد الإلكتروني غير موجودين في مكان واحد، وأن السلع المعروضة على شبكة الأنترنت لا يستطيع المستهلك معاينتها².

حيث نصت المادة 11 من قانون 18-05 سالف ذكر «... يجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

¹- داود جميلة، "العرض التجاري الإلكتروني على ضوء القانون 18-05 أي فعالة"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 08، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، بوج بوعريج، 2023، ص 46-45.

²- داود جميلة، مرجع نفسه، ص 49.

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني.
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.
- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باكتساب كل الرسوم.
- الشروط العامة للبيع.
- مدة صلاحية العرض عن الاقتضاء.

المطلب الثاني

آثار الإخلال بإعلام المستهلك عن الخدمات الإلكترونية

ألزم على المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني بجميع المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المعروضة، وإن جرى عكس ذلك ووقع المستهلك في الغش والخداع من قبل المنتجات والخدمات المغشوشة، فمن حقه المطالبة بالتعويض أو تقديم شكوى أمام القضاء، فالقانون يعاقب كل من قام بتضليل المستهلك، وهذا ما أكدته المادة 68 من القانون رقم 09-03 سالف الذكر والتي نصت على «يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتجات المسلمة.
- تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقاً.
- قابلية استعمال المنتج.
- تاريخ أو مدة صلاحية المنتج.
- النتائج المنتظرة من المنتج.
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.

يتضح من خلال ما سبق المشرع الجزائري منح أهمية كبيرة لإعلام المستهلك بشكل واضح وشفاف، وذلك يوفر حماية له من خلال فرض عقوبات مدنية (الفرع الأول) وعقوبات جزائية تهدف إلى منع الشركات والحرفيين من خداع المستهلك، وضمان تقديم المعلومات اللازمة لهم (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني كجزاء الإخلال

بالإعلام السابق عن التعاقد

نصت المادة 19 من قانون رقم 05-18 سالف الذكر، على «في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 وأحكام المادة 13 من نفس القانون، من طرف المورد الإلكتروني، يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به». يتضح مما سبق المستهلك الإلكتروني يمكن أن يكون ضحية من قبل المورد الإلكتروني وذلك من خلال منح له معلومات وبيانات خاطئة عن المنتج أو الخدمة، وهذا ما أدى المشرع الجزائري أن يمنح للمستهلك في حالة ما ألحق به الضرر بسبب منتج أو خدمة مغشوشة الحق بالمطالبة بإبطال العقد (أولاً) والمطالبة بالتعويض (ثانياً).

أولاً: المطالبة بإبطال العقد.

نصت المادة 81 من القانون المدني الجزائري¹ على أنه «يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله». يتضح من خلال نص المادة أن إذا وقع غلط ما والسبب يرجع على البائع لإخلاله لأحد شروط البيع أو التزاماته بالإعلام، فمن حق المستهلك أن يطلب بإبطال العقد.

¹ - المادة 81، من القانون المدني الجزائري.

كما نصت أيضًا المادة 352 من القانون المدني الجزائري¹ أنه «يجب أن يكون المشتري عالم بالمبيع علمًا كافيًا ويعتبر العلم كافيًا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه». في حالة ما إذا وقع عكسًا ما جاء في نص هذه المادة، ووقع المستهلك في أضرار وخسائر بسبب الإعلام الغير الكافي والناقص أو العرض غير المفهوم وغير الواضح بالمنتج، يجوز للمستهلك أن يطلب بإبطال العقد². جاء أيضًا في المادة 86 من القانون المدني الجزائري أنه «يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث هي لولاها لما أبرم الطرف الثاني.

ويعتبر تدليسًا السكوت عمدًا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة». فالمشتري يمكنه إبطال العقد، إذا استعمل الحرفي الإحتيال.

يستنتج من خلال التشريعات المذكورة أعلاه، أن البائع قد يسبب أضرار للمستهلك بسبب غلط جوهري، الإعلام الغير الكافي أو التدليس، في هذه الحالة يمكن للمستهلك المطالبة بإبطال العقد.

ثانيًا: المطالبة بالتعويض.

نصت المادة 176 من القانون المدني الجزائري على «إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه....».

جاء أيضًا في المادة 182 من القانون المدني الجزائري أنه «إذا لم يكن التعويض مقدرا في العقد أو في القانون، فالقاضي هو الذي يقدره، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء

¹ - المادة 352، من القانون المدني الجزائري.

² - قيرة سعاد، نهائي رابح، مرجع سابق، ص 919.

بالالتزام أو للتأخر في الوفاء به، ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن في استطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول».

كما جاء في المادة 182 مكرر من القانون المدني الجزائري أنه «يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية أو الشرف أو السمعة».

يتضح من خلال ما سبق أن إذا تسبب المستهلك بأضرار ناتجة عن الإخلال بالتزام بالإعلام وجب على المورد في تعويض المستهلك¹. فإبطال العقد وحده غير كافياً لذلك وجب التعويض نتيجة الأضرار الناتجة عن إخفاء البيانات الجوهرية من طرف المورد الإلكتروني، مما يجعل المستهلك الحق في الجمع بين إبطال العقد والتعويض².

الفرع الثاني

المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني كجزاء

الإخلال بالإعلام السابق عن التعاقد

إضافة إلى المسؤولية المدنية التي تهدف إلى إبطال العقد أو التعويض للمستهلك الإلكتروني، هناك مسؤولية جنائية التي تسعى أيضاً إلى حماية المستهلك في حالة الإخلال المورد بالإعلام الإلكتروني.

تكمن هذه الجزاءات بالحجز والغرامات المالية، فتطبق هذه العقوبات على كافة الجرائم بما فيها الإخلال بالتزام بالإعلام، حيث عاقب المشرع الامتناع عن الإعلام بالأسعار (أولاً)، وعدم الوسم أو الوسم الغير القانوني (ثانياً)، كما عاقب على الإشهار جزاء عدم الإعلام بشروط البيع (رابعاً).

¹ - زيغم محاسن ابتسام، مرجع سابق، ص 132.

² - قيرة سعاد، نهالي رابح، مرجع سابق، ص 920.

أولاً: جزاء الامتناع عن الإعلام بالأسعار.

أوجب المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني التزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بسعر المنتجات والخدمات وذلك من خلال المواد 04 و 05 من قانون 04-02 سالف الذكر، كذلك المادة 53 من الأمر رقم 95-06، وذلك لحرية المستهلك واختياره بإرادة حرة. يعتبر المشرع عدم الإعلام بالأسعار جريمة من جرائم العمدية¹، ويعاقب عليها القانون وهذا ما نصت المادة 31 من قانون رقم 04-02 سالف الذكر، أنه «يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4، 6، 7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)».

جاء أيضا في مادة 61 من الأمر رقم 95-06 سالف ذكر، أنه «يعتبر عدم اشهار الأسعار مخالفة للمواد من 53.... ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى خمسمئة ألف دينار (500.000 دج)».

ثانياً: عدم الوسم أو الوسم الغير القانوني.

ألزم المشرع الجزائري إعلام المستهلك الإلكتروني بجميع البيانات المتعلقة بالمنتج عن طريق الوسم، وهذا ما أكدته المادة 17 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر، التي تنص «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة». كما أشار أيضا المشرع إلى الوسم في المادة 18 من نفس القانون، أنه «يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال.....».

¹ - زعيبي عمار، قداوري فاطمة الزهراء، "المسؤولية الجزائرية كآلية رديعية للمتدخل إلى اقتصادي عند المجلس بحق المستهلك في الإعلام"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 01، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، واد السوف، 2020، ص 761.

يعتبر كل اخلال بما سبق جريمة يعاقب عليها القانون، وهذا بموجب نص المادة 78 من قانون 09-03 سابق الذكر التي تنص على «يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسع المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون».

ثالثاً: جزاء الإشهار الكاذب والإخلال بالعرض التجاري.

حدد المشرع شروط الإشهار في المادة 30 من قانون رقم 18-05¹ سالف الذكر، كل مخالفة لهذه الشروط يعود ذلك الإشهار كاذباً، فيعاقب عليه القانون وهذا طبقاً لنص المادة 40 من نفس القانون، التي تنص «دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50,000 دج إلى 500,000 دج كل من يخالف المواد 30 من هذا القانون».

يعاقب القانون كذلك من يخالف الأوامر المنصوص عليها في المادة 11 من قانون 18-05 والتي أشارت إلى العرض التجاري، وهذا طبقاً لنص المادة 39 من نفس القانون، والتي تنص «يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11».

رابعاً: جزاء عدم الإعلام بشروط البيع.

نصت المادة 08 من قانون 04-02، سالف الذكر على أنه «يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات

¹ - المادة 30 من قانون رقم 18-05، متعلق بالتجارة الإلكترونية، سالف الذكر والتي تنص «دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعدول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:

- أن يكون محدد بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية»
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تصميم لحسابه.
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضات أو مكافآت أو هدايا في حالة ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً....».

.... والشروط البيع الممارس ». وفي حالة الإخلال بالتزام من المادة السابقة يعاقب القانون المورد الإلكتروني وهذا طبقا لنص المادة 32 من نفس القانون التي تنص: «يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام المادتين 8 و 09 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشر آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).

زيادة على العقوبات المالية، يمكن للقاضي أن يأمر بالعقوبات التكميلية التي تتضمن الحجز على منتوجات المورد الذي يخالف أحكام المواد 4، 5، 7، 8 من قانون 04-02 سالف الذكر، والتي تنص «يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد 4 و 5 و 7 و 8 من هذا القانون، أيا كان مكان وجودهما، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية».

كما يمكن أن يؤدي الأمر إلى غلق المحل الإلكتروني أو غلق الموقع الإلكتروني الموقع وهذا ما نصت عليه المادة 43 من قانون 18-05 سالف الذكر أنه «دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها، عند ما يرتكب المورد الإلكتروني أثناء ممارسة نشاطه، مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية، يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة. يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق ثلاثين (30) يوماً».

الفصل الثاني

آلية الحماية البعديه لمستهلك الخدمات الإلكترونية

تعتبر مرحلة تنفيذ العقد المرحلة النهائية لتفاهم وتراضي الأطراف والإتفاق على إتمام العقد، فقد يقوم المستهلك الإلكتروني بإتمام العقد واستلام المنتج على الرغم من أنه لا يتوافق احتياجاته الاستهلاكية، إذ قد لا يتطابق وصف المنتج عبر الإنترنت لطبيعة الحقيقية، أو تكون المبالغة في الدعاية، باعتبار أن المستهلك لا يمكنه معاينة المنتج أو التعرف عن الخدمة عن بعد، على إثر ذلك تبنى المشرع الجزائري آلية تهدف إلى تعزيز الحماية المقررة بموجب القواعد العامة، تعرف هذه آلية "بحق المستهلك في العدول" (المبحث الأول).

فحق العدول من آليات التي اعتمد عليها المشرع لحماية رضا المستهلك الإلكتروني، حيث يمكن لهذا الأخير أن يتراجع عن قبوله دون أن يترتب عليه أي إلتزام، فهذا استثناء على مبدأ القوة الملزمة للعقد، التي نصت عليه المادة 106 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه «إن العقد شريعة المتعاقدين لا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون».

على الرغم من أن القواعد العامة لنظرية العقد قد وضعت بعض الآليات لحماية المستهلك، كحقه في إبطال العقد، لكنها أصبحت غير كافية لمواكبة التطور التقني الذي لحق التعاقد، لإتساع رقعة التعامل الذي يتعدى الحدود الجغرافية. لذا كرس حق العدول كآلية حديثة لحماية المستهلك المتعاقد في الفضاء الإلكتروني (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مضمون حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني

من بين الحقوق التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني نجد حق العدول عن تنفيذ العقد، بمعنى يمنح الحق للمستهلك عند شراء المنتجات أو الخدمات عبر الأنترنت أو خارج المحلات التجارية إعادة السلعة أو إلغاء الخدمة واسترداد المبلغ المدفوع. وهذا الحق يستند إلى مبررات وحالات عديدة: المبالغة في الدعاية، عدم رؤية المنتج عن قرب، تسرع المستهلك في قراره وعدم التفكير، عدم تطابق السلعة مع التي طلبها، وجود عيب في السلعة أو الخدمة واستلام المستهلك منتج لم يقع بطلبه ... (المطلب الأول).

حق الرجوع أو العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني يمثل أداة حماية هامة للمستهلكين، تتيح لهم التراجع عن قرارات الشراء دون تبعات سلبية كبيرة، وذلك ضمن فترة زمنية محددة. يساهم هذا الحق في تعزيز الشفافية والثقة في التجارة الإلكترونية، مما يدعم نمو هذا القطاع الحيوي، فعليه يعتبر خيار العدول حق أو رخصة أو حق إرادي محض (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني

حق العدول هو الحق الذي يمنحه القانون للأفراد للتراجع عن قراراتهم أو عقودهم، فيعتبر هذا الحق تجسيداً لمبدأ حماية الطرف الأضعف في العلاقات التعاقدية والذي هو المستهلك (الفرع الأول).

يعتبر حق العدول عن العقود الإلكترونية من آليات الحماية البعدية للمستهلك الخدمات الإلكترونية والذي يتميز بمجموعة من الخصائص (الفرع الثاني).

والغاية من تقريره تأثير الدعاية والإعلانات بشكل سلبي على المستهلك الإلكتروني وحماية إرادته (الفرع الثالث). كما يتميز هذا الحق بأوجه مشابهة ومخالفة عن غيره من الأنظمة (الفرع الرابع).

الفرع الأول

تعريف حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني

لحق العدول عدّة مصطلحات هناك من يطلق عليه حق الرجوع، حق الخيار، مهلة التفكير، فك الرابطة، حق الندم، إعادة النظر¹، إلّا أنّها تدل على معنى واحد، وتهدف إلى توفير فرصة للمستهلك لإعادة النظر في قراراته وفقاً لضوابط قانونية، ولنزع الغموض سنتطرق لتعريف الفقه لحق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني (أولاً) من ثم لتعريف التشريع (ثانياً).

أولاً: التعريف الفقهي لحق العدول.

للمستهلك الإلكتروني الحق في الرجوع عن قراره أو عقد كان قد أبرمه مسبقاً خاصة في عقود البيع عن بعد أو عبر الأنترنت، وذلك من خلال مدة زمنية محددة بعد إبرام العقد، وهو ما يعرف بفترة التبصر أو فترة الندم.

ولذلك فقد عرف بعض الفقه العدول أنه «أمر عارض محقق الوقوع يرد على العقود اللازمة فيفقدتها اللزوم أثناء مدة الخيار به، يستطيع أحد المتعاقدين أو كلاهما فسخ العقد أو إجازته بإرادته المنفردة»².

¹ - حوحو يمينه، مرجع سابق، ص 140.

² - عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 368.

وعرف أيضًا بأنه «منح المستهلك الحق في الرجوع السلعة أو رفض الخدمة خلال مهلة معينة من استلام السلعة أو إبرام العقد بالنسبة للخدمة دون إبداء أي مبررات»¹.

في حين ذهب فريق آخر من الفقه إلى تعريف حق العدول كما يلي «ميزة قانونية أعطاهها المشرع للمستهلة في الرجوع عن التعاقد، بعد أن يتم إبرام العقد صحيحًا أو قبل إبرامه، دون أن يترتب على ذلك مسؤولية المستهلك عن ذلك الرجوع أو مسؤولية المتعاقد الآخر عما قد يصيبه من أضرار بسبب الرجوع»².

كما عرفه البعض الآخر أنه «سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلل منه دون التوقف على إرادة الطرف الآخر»³.

ويعرفه جانب آخر من الفقه بقوله «حق أصيل يعطي للمتعاقد الحق في الانسحاب، ويرتقي بالطرف الضعيف ويجعله في وضعية مكافئة مع المتعاقد في إطار إعادة التوازن بين الطرفين»⁴.

ثانيًا: التعريف التشريعي لحق العدول.

عرف المشرع الجزائري العدول بموجب في المادة 02 من القانون رقم 18-09 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يعدل ويتم القانون رقم 09-03، المادة 19 الفقرة 02 على ما يلي «العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب».

¹ - يلسا آسيا، حق المستهلك الإلكتروني في العدول "بين الحاجة وغموض النص"، مجلة الاجتهاد القضائي، مجلد 09، عدد 14، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2017، ص 515.

² - جهايشية نورة، عصام نجاح، "حق المستهلك في العدول التشريع الجزائري"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020، ص 483.

³ - رزق الله العربي بن مهدي، غزالي نصيرة، الحق في العدول كوسيلة، قانونية لحماية المستهلك، مجلة آفاق علمية، مجلد 11، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، 2019، ص 299.

⁴ - بوخروبة حمزة، "حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني"، مجلة الأستاذة الباحث للدراسة القانونية والسياسية، مجلد 04، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص 1392.

كما جاء في نص المادة 19 فقرة 03 من نفس القانون «للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، و دون دفعه مصاريف إضافية».

كما نصت أيضا المادة 11 الفقرة 02 من المرسوم التنفيذي 15-114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي¹ على أنه «غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدته ثمانية (08) أيام عمل، تحسب من تاريخ إمضاء العقد طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما».

يستنتج مما سبق، أنّ لتحقيق التوازن والمساواة في العقد، منح المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني الحق في العدول باعتباره الطرف الأضعف في العقد²، وذلك لحمايته وتسهيل التجارة الإلكترونية، ودعم المنافسة النزيهة، كذا تقليل النزاعات، وهذا ما يؤدي إلى بيئة تجارية أكثر شفافية وعدالة في العصر الرقمي.

الفرع الثاني

خصائص حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني

يتميز حق العدول عن تنفيذ العقد بعدة خصائص، أهمها حق العدول متعلق بالنظام العام (أولاً)، حق العدول عن العقد استثناءً عن مبدأ القوة الملزمة للعقد (ثانياً)، حق العدول مجاني ومؤقت (ثالثاً)، حق العدول تقديري (رابعاً)، حق العدول مصدره القانون (خامساً).

أولاً: تعلق الحق في العدول عن العقد بالنظام العام.

يعد خيار العدول من النظام العام لأنه يهدف إلى حماية الرضائية والتي هي من أركان العقد³، كما يقع باطلاً كل اتفاق أو شرط يقيد ممارسة هذا الحق أو يحد منها، لأنه يهدف إلى حمل البائع على مراعاة حسن النية في تنفيذ العقد وتسليم سلع مطابقة للكيفية

¹ - مرسوم تنفيذي 15-114 مؤرخ في 13 ماي 2015، متعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج.ر، عدد 24، صادر بتاريخ 13 ماي 2015.

² - يحيوي سعاد، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2002، ص 53.

³ - بوخروبة حمزة، مرجع سابق، ص 1394.

والمواصفات المعلن عنها، فضلا من حماية الرضائية التي تعد ركناً من أركان العقد، وأخيراً أنها تدخل في إطار القواعد القانونية التي تهدف إلى حماية المستهلك وهو الطرف الضعيف في العقد¹.

فلو لم يكن هذا الحق من النظام العام لإستطاع المورد الإلكتروني إدراج ما شاء من الشروط التعسفية التي تحرم المستهلك من حقه في التراجع عن العقد، وذلك بالتنازل عنه، وهي الشروط التي لا يمكن للمستهلك مناقشتها أو التفاوض بشأنها، ويتقرر حق المستهلك في العدول بقوة القانون ودون اللجوء إلى القضاء، ودون اشتراط موافقة الطرف الثاني لإثبات التعرض إلى أي وسيلة من وسائل التأثير أو الخداع².

ثانياً: حق العدول عن العقد استثناء عن مبدأ القوة الملزمة للعقد.

المبدأ العام في العقود هو أن العقد شريعة المتعاقدين، فلا يجوز نقضه، أو تعديله أو التغيير فيه إلا بإرادة الطرفين، أو للأسباب التي يقرها القانون³، كما جاء في نص المادة 106 من القانون المدني الجزائري والتي تنص «العقد شريعة المتعاقدين، فلا يجوز نقضه، ولا تعديله إلا بإتفاق الطرفين، أو لأسباب التي يقرها القانون». وهذا ما يعرف بالقوة الملزمة للعقد، فمتى تم تطابق الإيجاب والقبول قام العقد حيث يصبح تنفيذه لازماً ولا رجعة فيه⁴.

إلا أنّ التشريعات الحديثة وبغية حماية المستهلك في العقود التي تبرم بالوسائل الإلكترونية خرجت عن هذا المبدأ من خلال تمكينه من العدول بعد أن أنعقد صحيحاً، وما

¹- نويري محمد الأمين، "حق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 18-09 بين الضرورة والتقييد"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية والاقتصادية، مجلد 57، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2020، ص 233.

²- بوالكور رفيقة، "الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن العقد"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 12، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2021، ص 1009.

³- حوحو يمينة، مرجع سابق، ص 141.

⁴- نويري محمد الأمين، مرجع سابق، ص 234.

ثبت على سبيل الاستثناء وجب تفسيره تفسيراً ضيقاً لا واسعاً، ويتعين أيضاً ضبط نطاقه بما يحول دون إضافة أسباب أخرى تتيح العدول¹.

ثالثاً: حق العدول مجاني ومؤقت.

يمنح للمستهلك بعد إبرام العقد القدرة على المضي في العقد أو الرجوع عنه كما أن هذا الحق يثبت له بصورة مجانية²، أي أن للمستهلك ممارسة العدول دون مقابل، فلا يحتاج المستهلك إلى دفع أية مبالغ نقدية في حالة استعماله حق العدول فيما عدا تكاليف إعادة المنتج، وبذلك يبطل كل اتفاق يفرض مقابلاً مالياً له³.

2- حق العدول حق مؤقت:

إذا كان حق العدول يعني قدرة المستهلك أن ينهي بإرادته المنفردة ودون إبداء الأسباب أو التعويض المورد المتعاقد معه، فإن هذا يقتضي أن يكون هذا الحق مؤقتاً حتى لا يظل مصير العقد معلقاً لفترة طويلة قد يؤثر على استقرار المعاملات، تكمن الحكمة تقيد حق العدول بمدة زمنية لاستقرار مبدأ التعامل، وما يؤدي إليه من حالات الشك وعدم التيقن وعدم البقاء ونفاد العقد المقترن به العدول، لذلك وجب ألا تطول فترة الشك هذه، ومن ثمة كانت القاعدة العامة أن حق العدول حق مؤقت و لفترة قصيرة وليست طويلة⁴.

¹ - بوخرص نادية، "الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني دراسة مقارنة بين التشريع والتوجيه الأوروبي لحقوق المستهلك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2022، ص 13480.

² - فرحات فاطمة زهرة، قنفوذ رمضان، "فعالية الحق في العدول كآلية قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسة القانونية والسياسية، مجلد 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس المدينة، 2022، ص 26.

³ - بن يطو عربي صليحة، "علاق عبد القادر، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد دراسة في التشريع الفرنسي"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 06، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بن يحي النوشريسي، تسمسيلات، 2021، ص 291.

⁴ - أدمين محمد الطاهر، "حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماسة المستهلك"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 57، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2020، ص 39.

رابعاً: حق العدول حق تقديري.

يعتبر الحق في العدول متروك للسلطة التقديرية للمستهلك¹، فله أن يعدل عن العقد بإرادته المنفردة دون موافقة الطرف الآخر ودون بيان الأسباب أو تبرير العدول²، كما لا تترتب مسؤوليته، فقد يعدل المستهلك عن العقد إذا وجد أن السلعة التي أقدم عليها غير متوافقة مع ما كان يتوقعها أو يتصورها كما يمنح له الحق في العدول حتى ولو وجد أنها متوافقة مع ما كان يتوقعه وتخلو من أي عيب، ولكنه تبين له أنه تسرع فهو ليس بحاجة لها³.

خامساً: حق العدول مصدره القانون.

فيما يتعلق بمصدر حق العدول والذي ينحصر في الإتفاق أو في حكم الشرع أو في نص القانون، والواقع أن المصدر الأخير نص القانون هو الذي يتضمنه حق المستهلك في العدول عن العقد، إذ أنه لو تركت المسألة لاختيار المورد لن يمنحها للمستهلك بالصيغة التي سلكها المشرع⁴.

الفرع الثالث**مبررات حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني**

إنّ الغاية الأساسية من تقرير حق المستهلك في الرجوع عن العقد المبرم إلكترونياً هو حماية رضائه الحقيقي وضمان إرادة واعية ومستنيرة، ويتحقق ذلك بواسطة إعطاء فرصة للتروي والتأمل والتفكير في العقد الذي قد أبرمه متسرعاً بدون فكرة واعية وكافية عن السلعة أو الخدمة محل العقد، فهناك عدة عوامل استدعت ضرورة التدخل لحماية المستهلك أولها تتمثل في صفة الاحتراف عند التاجر الذي يستعمل كل الدعايات من أجل إقناع المستهلك

¹ - نويري محمد الأمين، مرجع سابق، ص 243.

² - بوخروبة حمزة، مرجع سابق، ص 1394.

³ - بن يطو عريبي صليحة، علاق عبد القادر، مرجع سابق، ص 290.

⁴ - فرحات فاطمة زهرة، قنفود رمضان، مرجع سابق، ص 264.

للتعاقد معه (أولاً)، أما العامل الثاني يتمثل في ضعف خبرة المستهلك في هذا المجال (ثانياً)، والعامل الثالث يتمثل في تطور طرق الاتصال الحديثة والتعقيد الذي شهده استخدام الوسائل التكنولوجية في إبرام العقود بشكل يجعل من الصعب على المستهلك العادي للإمام بكل جوانب العملية التعاقدية التي يقوم عليها (ثالثاً)¹.

أولاً: حماية إرادة المستهلك الإلكتروني.

يعتبر المستهلك الإلكتروني الطرف الضعيف في العقد الإلكتروني بسبب قلة خبرته، فمن السهل خداعه وإغرائه، لهذا يجب حماية من كل التعسفات التي من الممكن أن يواجهها. لا شك أن الغاية الأساسية من تقرير عدول المستهلك عن بعض العقود هو حماية رضائه الحقيقي وضمان إرادة واعية ومستتيرة، ويتحقق ذلك بواسطة إعطاء المستهلك فرصة كافية للتروي والتأمل في العقد يقدم الذي على إبرامه متسرّعاً بدون فكرة واعية وكافية عن المبيع.²

يعتبر حق العدول أهم الآليات القانونية التي قررها المشرع بقصد توفير حماية فعالة للمستهلك، وحقيقة أن القواعد العامة في التعاقد غير كافية لوحدها لحماية المستهلك، فهذه القواعد المتعلقة بعيوب الإرادة لا يندرج تحتها تسرع المستهلك وضعفه باعتباره يمثل طبقة اجتماعية لا حيلة ولا نفوذ له والضعف المقصود هنا ليس الضعف الاقتصادي الناتج عن تدنى المركز الاقتصادي للمستهلك، وإنما هو الضعف الناشئ من جهله أو عدم خبرته بموضوع العقد، ومما سبق يتبين أن المشرع اتبع نهجاً خاصاً يتلاءم مع طبيعة الضعف الذي تقرر من أجل مواجهته، فلم يحم بتشديد مسؤولية الطرف القوي اقتصادياً، وإنما عمد

¹ - نويري محمد أمين، عبد الحق لخزاري، مرجع سابق، ص 235.

² - ونان أحمد أمين، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة نيل شهادة ماستر، كلية حقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 13.

إلى حماية إرادة المستهلك، فأتاح له مهلة لإمعان النظر وإعادة التفكير بروية بشأن العقد، بحيث يستطيع إذ قدر أن هذا العقد لا يحقق مصالحة العدول عنه خلال هذه المهلة¹.
ثانياً: تأثير الدعاية والإعلان. تؤثر الدعاية والإعلان بشكل سلبي على المستهلك الإلكتروني، لأنها أحياناً تكون كاذبة وغير صحيحة فينخدع به ويصدقها، وفي الأخير يرى أن الحقيقة عكس الإعلانات والدعايات تماماً.

مما لا شك فيه هو أن القانون أقر مجموعة من المبررات لحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني أو علة ذلك أن هذا الأخير يقع تحت تأثير الدعاية والإعلان، باعتباره قد يواجه شركات ضخمة ذات تقنية عالية في هذا المجال، مما يؤثر على رضائه ويجعله يقدم على إبرام عقد ما دون حاجاته الفعلية إلى ذلك².

وتجدر الإشارة إلى حق العدول عن التعاقد قد أقر لحماية المستهلك جراء تسرعه في التعاقد، بحيث لا يمكنه التروي والتأني قبل اتخاذ القرار النهائي في إبرام العقد وخاصة في بعض أنواع من البيوع، التي يتعرض فيها للتأثر السلبي على إرادته، نتيجة للإعلانات التجارية الخادعة والدعاية المضللة³.

لا يمكن مواجهة ما ينتج منها من الأضرار بالنسبة للمستهلك ولا يمنحه خيار العدول⁴.

¹ - دكدوك هودة، "حق العدول ودوره في تعزيز عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، مجلد 09، عدد 01، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، 2022، ص 371.

² - عبد العالي فارس، "حماية المستهلك في الوفد الإلكتروني"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014، ص 46.

³ - زيغم محاسين ابتسام، حق المستهلك في العدول عن التعاقد، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، المركز الجامعي بالحاج بوشعيب، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، عين تيموشنت، 2009، ص 30.

⁴ - بوهنتالة أمال، "الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، مجلد 03، العدد 05، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2018، ص 140.

إنّ حاجة المستهلك إلى السلع والخدمات الإلكترونية التي تعوم عبر شبكة الأنترنت كالخدمات السياحية، والمصرفية، والتأمين، وبيع تذاكر الطيران والحجز في الفنادق تدفعه إلى الإقبال عليها وإبرام التصرفات من خلال الشبكة العنكبوتية، فحاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع التجارية، مما يؤدي إلى زيادة المنافسة بين هذه المواقع لتقديم أفضل الخدمات، غير أنه وبالرغم من حاجة المستهلك لهذه الخدمات إلا أنه قد يفتقر إلى الخبرة والدراسة والمعرفة في مجال تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يدفعه إلى الدخول في علاقات من خلال مواقع وهمية تعرضه للاحتيال والخداع، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل واضح¹.

ثالثاً: إبرام العقود الاستهلاكية بواسطة وسائل إلكترونية.

يجب توفير وسائل أكثر لحماية المستهلك الإلكتروني، فبالنسبة للمستهلك العادي الذي لا يفهم بالتكنولوجيا كثيراً سيكون هذا التطور صعب عليه ومقعد، نظراً للإستخدامات التكنولوجية الحديثة التي يتبناها المحترفون على مواقع التجارة الإلكترونية تتم عقود التجارة الإلكترونية عن بعد بوسائل اتصال لا تسمح للمستهلك بالحكم الدقيق على المنتج، مهما بلغ وصف المورد لها من دقة وأمانة²، وفي إطار عقود الاستهلاك التي يوصف السلعة والخدمة محل التعاقد من خلال الخدمات المتوفرة على الشبكة والتي تمكن المورد من عرض منتجاته على المستهلكين من خلال الصور والأفلام المتحركة، وقد تقترن بها في بعض الأحيان شهادة المختصين على كفاءتها، و لهذه الظروف تمنع المستهلكين من معاينة السلعة وتقدير مزاياها وعيوبها بشكل دقيق، بالإضافة إلى السرعة الفائقة التي ينعقد بها العقد الإلكتروني

¹ - سعدي عزوز، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزئي"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد 02، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي 02، البلدة، 2018، ص 262.

² - مزماط سامية، حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014، ص 35.

عبر الإنترنت، وكذلك تنفيذ الالتزام المترتبة عليه أحيانا، ويكشف المستهلك بعد فوات الأوان أنه لم يعبر عن إراداته الحقيقية وليس بحاجة إلى تلك السلعة أو الخدمة أولا يستطيع دفع ثمنها، أو أن شروط العقد لا تناسب، وهذه الفرضيات.

الفرع الرابع

تمييز حق العدول عن الأنظمة المشابه له

حق العدول يدل على حق الرجوع أو الانسحاب والإنهاء، ويدل في عقد البيع الإلكتروني الرجوع عن العقد من خلال إنهائه وإزالته بإرادة منفردة، هي إرادة المستهلك، ويتشابه حق الرجوع عن العقد مع بعض الأنظمة المشابهة له، إلا أن ذلك لا يلغي الاختلاف الوارد بينهما، مثلا عن ذلك حق العدول عن العقد والبطان (أولاً)، حق العدول عن العقد والفسخ (ثانياً)، تمييز حق العدول عن إنهاء العقد بالإرادة المنفردة (ثالثاً)، تمييز حق العدول عن مهلة التفكير (رابعاً).

أولاً: العدول عن العقد والبطان.

ينتهي العقد بإرادة أحد الأطراف ويزول، فهناك تشابه بين العدول عن العقد والبطان، ورغم ذلك إلا أن هناك اختلاف بينهما.

1- أوجه التشابه:

البطان المطلق وحق العدول يجعلان العقد منتهيا ولا وجود له، كما أنهما تسري عليهما مهلة السقوط المحددة قانوناً، وكلاهما لا يرتب أي تعويض عند تقرير البطان أو العدول¹.

¹ - ربحي تبوب فاطمة الزهراء، قانون المعاملات الإلكترونية وفقا لقانون 18-05، ط2، بيت الأفكار، الجزائر 2022، ص 207.

يتشابه البطلان النسبي وحق العدول في الأثر المترتب عليهما وهو زوال العقد كلياً بأثر رجعي، أما حيث محل الحماية، رضا المتعاقد هو محل الحماية الذي تقرر من أجله كلا من البطلان النسبي والعدول ويعتبر الرضا القاسم المشترك للنظامين¹.

2- أوجه إلى الاختلاف:

يختلف حق العدول عن العقد عن البطلان المطلق، من حيث أن هذا الأخير يعتبر جزءاً قانونياً لتخلف ركن من أركان العقد، في حين أن العدول يرد على عقد صحيح مرتب لكافة آثاره غير أنه يزول بإرادة المستهلك المنفردة دون غيره، مصلحة خاصة، أما البطلان المطلق فيقرر للمصلحة العامة².

يتميز العدول عن البطلان المطلق من حيث أن البطلان يتمسك به كل ذي مصلحة بينما يتقرر حق العدول عن العقد للمستهلك دون سواه³.

تختلف قابلية العقد للإبطال عن حق العدول في أن العقد في الأول لا يكتمل العقد ولا يتج جميع آثاره إلا بإجازته ممن تقرر لمصلحته حق الإبطال، بينما الثاني لا يمكن إعماله إلا إذا أبرم العقد بشكل صحيح ومنتج لآثاره، كما أنه يتم رفع دعوى قضائية للحكم بإبطال العقد أو تصحيحه بينما لا يتطلب حق العدول أي إجراء قضائي من المستهلك الإلكتروني وإنما يتم ذلك بين طرفي العقد⁴.

¹ - كزيز الهادي مسعودي محمد الأمين، "الحق في العدول من العقود المبرمة عن بعد كأحدى الآليات القانونية لحماية رضا المستهلك"، مجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مجلد 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، 2023، ص 3810.

² - غباشة أميرة، مخلوفي عبد الوهاب، "الحق في العدول عن تنفيذ العقد كآلية لحماية المستهلك المتعاقد إلكترونياً من مبدأ القوة الملزمة للعقد"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 08، عدد 01، مخبر العقود والعلوم السياسية، جامعة الحاج الأخضر، باتنة، 2021، ص 220.

³ - ربيحي تبوب فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 206.

⁴ - لعمرى صالح، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية"، مجلة الاجتهاد القضائي، مجلد 13، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2020 ص 140.

نجد أن التقارب بين حق العدول والبطالان النسبي يكون أقرب نوعًا ما عن البطلان المطلق، حيث أن كلا العقدين قائم ومنتج لآثاره، وكليهما يزيل العقد بأثر رجعي، وكلا الحقين خاص يتمسك به صاحبه غير أنهما يختلفان في كون العقد القابل للإبطال يكون عندما تكون إرادة أحد المتعاقدين مصيبة بعيب من عيوب الإرادة، كالغلط أو التدليس أو الإكراه أو الاستغلال، ونقص الأهلية ويتعين على صاحب المصلحة رفع دعوى إبطال العقد أمام المحكمة، في حين أن حق العدول عن العقد الإلكتروني يكون فيه رضا المستهلك صحيحًا ولا يتطلب أي إجراء قضائي من قبل المستهلك¹.

ثانيًا: تمييز حق العدول عن الفسخ.

عندما يقوم أحد الطرفين بعدم تنفيذ العقد الصحيح، سيكون جزاء ذلك الفسخ، وهذا الأخير له أوجه التشابه مع حق العدول، كما له أيضًا أوجه الاختلاف.

1- أوجه التشابه:

من حيث التشابه بين حق العدول والفسخ نجد أن كلا منهما يعيد الطرفين إلى مرحلة ما قبل إبرام العقد وبأثر رجعي، وأنهما يمارسان بالإرادة المنفردة وخلال مرحلة ما بعد إبرام العقد ودون حاجة إلى حكم قضائي، كما في الفسخ، وأن كلا من حق العدول والفسخ مقرر بنص القانون².

يكون كلا العقدين قد أبرم صحيحا ورتب جميع آثاره بين المتعاقدين، كلاهما حق خاص يتمسك به صاحبه، كلاهما تسري عليه مهلة السقوط المحددة قانونًا³.

¹- ربحي تبوب فاطمة، مرجع سابق، ص 207.

²- ربحي تبوب فاطمة، مرجع نفسه، ص 207.

³- حوحو يمينة، مرجع سابق، ص 153.

2- أوجه الاختلاف:

يختلف حق العدول عن الفسخ في كون هذا الأخير يتم ممارسته بسبب إخلال المورد الإلكتروني عن تنفيذ التزاماته أو عدم تنفيذها مطلقاً، بينما حق العدول يكون بسبب عدم مطابقة المنتج للطلب الذي يريده المستهلك الإلكتروني¹.

حق العدول عن العقد الإلكتروني لا يتضمن العدول الجزئي عن العقد، أما في الفسخ يمكن فسخ الجزء الذي لم يتم تنفيذه دون الجزء المنفذ، كما أنّ حق العدول محدد بفترة زمنية غالباً ما تكون قصيرة، أما الفسخ فيمتد لفترة طويلة إلى أن يسقط بالتقادم².

ثالثاً: تمييز حق العدول عن إنهاء العقد بالإرادة المنفردة.

حق العدول عن العقد له أوجه التشابه مع إنهاء العقد بالإرادة المنفردة وكما لهم أوجه الاختلاف:

1- أوجه التشابه:

حق العدول يشترك مع إنهاء العقد بالإرادة المنفردة كلاهما تصرف قانوني بإرادة منفردة، كلاهما يترتب عليه وضع حد للعقد، كلاهما لا يتوقف أعماله على إخلال المتعاقد الآخر بالتزامه، كما أن كلاهما لا يتوقف وقوعه على تدخل القاضي³.

2- أوجه الاختلاف:

إنهاء العقد بإرادة منفردة يقصد بذلك الحالات التي يجيز فيها القانون الاستقلال بهدم العلاقة التعاقدية دون توقف ذلك على إرادة المتعاقد الآخر، بينما حق العدول لم يكن الهدف

¹ - لعمري صالحة، مرجع سابق، ص 140.

² - ربحي تبوب فاطمة، مرجع سابق، ص 208.

³ - بن عيشة عبد الحميد، علي أحمد صالح، "العدول آلية قانونية لحماية المستهلك"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 02، عدد 10، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2018، ص 81.

من إقراره هو هدم العلاقة التعاقدية، وإنما حماية الطرف الضعيف في هذه العلاقة أو حماية الرضا لإعادة التوازن الذي سببه عدم التكافؤ المعرفي بين المتعاقدين.

كما أن حق الإنهاء في العقود الزمنية غير محددة المدة والعقود الفورية التي شرع في تنفيذها، في حين تعد عقود الاستهلاك في أحوال معينة مجالاً خصباً لأعمال حق العدول، كما أن الإنهاء بإرادة منفردة ليس له أثر رجعي بينما الحق في العدول يهدف إلى إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل توقيع العقد¹.

رابعاً: تمييز حق العدول والتعاقد عن طريق العربون.

1- أوجه التشابه:

نصت المادة 72/ مكرر 01 من القانون المدني على ما يلي «يمنح دفع العربون وقت إبرام العقد لكل من المتعاقدين الحق في العدول عنه خلال المدة المتفق عليها إلا إذا قضى الاتفاق بخلاف ذلك».

هذا النوع من التعاقد يسمح للمتعاقدين بالعدول عن العقد بمقابل خلال مدة زمنية معينة، ويتشابه في أن كلاهما يتم بالإرادة المنفردة للمتعاقد خلال مدة معينة ويترتب عليه إنهاء العقد².

2- أوجه الاختلاف:

يختلف حق العدول مع التعاقد عن طريق العربون في بعض المسائل:

- أنّ التعاقد عن طريق العربون يكون بمقابل، وهو ما نصته المادة 72/ مكرر 01 المذكورة أعلاه، فإذا عدل المستهلك الذي دفع العربون فقهه، وإذا عدل المورد الذي قبض العربون رده، ولو لم يترتب على العدول أي ضرر، في حين أن حق العدول مجاني.

¹- بن عيشة عبد الحميد، علي أحمد صالح، مرجع سابق، ص 817.

²- مقداد خديجة، "حق التراجع عن العقد مساس بالقوة الملزمة للعقد"، مجلة البحوث، مجلد 16، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2022، ص 50.

- عند دفع العربون يمكن لكلا المتعاقدين التراجع، أما العدول عن العقد هو حق خاص بالمستهلك الإلكتروني فقط.
- يجوز الاتفاق على إسقاط الحق في العدول رغم دفع العربون، في حين لا يجوز الاتفاق على إسقاط حق المستهلك في العدول عن العقد لأنه من النظام العام فكل اتفاق مخالف لذلك هو باطل¹.

المطلب الثاني

الطبيعة القانونية لحق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني

يعد تحديد الطبيعة القانونية لحق العدول من أبرز المسائل القانونية التي أثارت جدلاً فقهيًا لغياب التحديد القانوني لها، فهناك من يرى أنّ الطبيعة القانونية لحق العدول أنه حق من اختلاف القائم مدى اعتباره حقًا شخصيًا أو عينيًا في حين يرى جانب آخر أنها رخصة والبعض يعتبره حق إرادي، انطلاقًا مما سبق هل يعتبر العدول عن تنفيذ العقد حقًا (الفرع الأول)، أم يعتبر رخصة (الفرع الثاني) أو يعتبر حق إرادي محض (الفرع الثالث).

الفرع الأول

خيار العدول حق

اتفق جانب من الفقه على اعتبار خيار العدول حقًا، يعبر عن الإرادة المنفردة للمستهلك في نقض العقد، إلا أنّهم اختلفوا في تحديد نوع هذا الحق، هل حقًا شخصيًا (أولاً) أو حقًا عينيًا (ثانيًا).

أولاً: خيار العدول حقًا شخصيًا.

يعد الحق الشخصي سلطة يقدرها القانون للشخص الدائن قبل شخص آخر يسمى المدين، تمكنه من إلزامه بأداء عمل أو الامتناع عنه، وعند التأمل في كون حق العدول حقًا

¹ - مقدار خديجة، مرجع سابق، ص 50.

شخصياً بنشأ بالاعتماد على الرابطة العقدية بين الدائن والمدين نلاحظ أن مثل هذه الرابطة موجودة بين من تقرر الخيار لمصلحته وبين من يستعمل هذا الحق في مواجهته، فهنا يخضع الثاني للأول أي أن الحق الشخصي رابطة بين دائن ومدين يطالب بموجبه الدائن المدين بأداء معين من الأدياءات، وهو إما القيام بعمل أو الامتناع عن عمل أو القيام بإعطاء شيء¹.

غير أن هذا الرأي، لم يلق قبولاً أو إجماعاً فقهيّاً، حيث تم انتقاده على أساس أن في الحق الشخصي أو الالتزام، الدائن يطلب من المدين، أما القيام بعمل، أو الامتناع عن عمل، فلا يستطيع الدائن ممارسة حقه، دون تدخل شخصي من المدين، لذلك يسمى حقاً شخصياً، إلا أن هذا التصور لا ينطبق على حق العدول، باعتبار أن المستهلك يستطيع ممارسة هذا الحق دون تدخل من المحترف، بل حتى في حالة رفضه، و بالتالي فلا يمكن وصف العدول بأنه حق شخصي².

ثانياً: خيار حق العدول حق عيني.

ذهب جانب آخر من الفقه، الذي بنى العدول على فكرة الحق، أن العدول حق عيني، فالحق العيني، هو سلطة شخص على شيء معين، يمنحه الحق في استعماله واستغلاله، والتصرف فيه، فحسب أنصار هذا الاتجاه، فإن العدول يقترب من الحق العيني، باعتبار أنه يقع على شيء معين، وهو السلعة محل العدول، أي أن للمستهلك سلطة مباشرة على الشيء محل العقد³.

وقد تم انتقاد هذا الرأي على أساس أن الحق في العدول، هو مكنة للمستهلك تمكنه من التخلص من العقد بالإرادة المنفردة، ولا يمنح للمستهلك سلطة على الشيء محل العدول.

¹ - فرحات فاطمة زهرة، قنفوذ رمضان، مرجع سابق، ص 265

² - رباحي أحمد، سعدي محمد أمين، "حق العدول عن العقد كآلية حمائية للمستهلك"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلد 05، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم الماسية، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف، 2019، ص 40.

³ - رباحي أحمد، سعدي محمد أمين، مرجع نفسه، ص 40.

الفرع الثاني

خيار العدول رخصة

ثار التساؤل حول مدى إمكانية تكييف الطبيعة القانونية لخيار الرجوع في التعاقد على أنها رخصة، إذ يرى بعض الفقه أن حق العدول هو إعطاء المستهلك مكنة وفسح العقد الذي ارتضاه على عجالة، وهو يعد اعتداء على مبدأ سلطان الإرادة في العقود¹.

خلافًا لذلك يرى البعض الآخر أن الرخصة: «مكنة واقعية لاستعمال حرية من الحريات العامة أو هي إباحة يسمح بها القانون في شأن حرية من الحريات العامة».

وإزاء ذلك ذهب جانب من الفقه إلى أن الرخصة لا تعبر عن خيار الرجوع بمعنى الدقيق فهي لا يتمتع بها المتعاقد فقط، بل يشاركه في ذلك كافة، ومثالها حرية العمل، وحرية التعاقد، وحرية التنقل، وهي بذلك تتميز عن الحق في أنها لا تثبت لفرد معين على سبيل الاستثناء أو الانفراد، بل تثبت لجميع الناس على حد سواء، فضلاً عن أنها لا تثبت أيضًا لسبب معين بذاته كالحقوق وإنما تثبت بسبب الإذن العام من المشرع وبين هذين الاتجاهين ذهب بعض الفقه إلى أن خيار الرجوع في التعاقد يحتل منزلة وسطى بين الحق بالمعنى الدقيق، وبين الرخصة، وهي المنزلة التي تخول لصاحبها أكثر من مجرد الرخصة، وأدنى من الحق، وتسمى بالمكنة القانونية².

الفرع الثالث

العدول حق إرادي محض

نظر للانتقادات الواردة على الآراء السابقة، أتجه رأي آخر ليوافق بينهما وهو أن خيار العدول هو وسط بين الحق والرخصة أي هو أعلى من مجرد رخصة وأقل من اعتباره حق واعتباره حق إرادي محض أي شأنه التحكم في مصير العقد بالنفذ أو النقض.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 277.
² - عبد الباقي عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص 771.

يجد أساسه في النصوص التشريعية التي تنص على وجوبه ويشكل ضمانا للمستهلك في حالة عدم حصوله على منتوجات مطابقة لحاجاته، نظرا لإقتنائه عن بعد دون معاينة من جهة، ومن جهة أخرى فإنه غالبا ما يتسرع المستهلك في اقتناء المنتج من خلال عقود نموذجية التي يفرضها المحترف الإلكتروني، أين يتبع فيها السبل الإغرائية، مما يدفع بالمستهلك باقتناء منتوجات لا تلائمه أو أنه ليس بحاجة لها أصلاً¹.

هذا ويشير حق العدول إشكالية بالنسبة للخدمات الإلكترونية الرقمية، التي يقوم المستهلك بتسلمها عن بعد من خلال تقنية التنزيل التي تسمح للمستهلك بنسخ المنتج الرقمي، مما يلحق ضررا بالمحترف في حالة إقرار حق المستهلك الإلكتروني عن العدول فيها.

¹ - أو شن حنان، صهيب ياسر محمد شاهين، "العدول بين الضمانة وقواعد حماية المستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة"، مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسة، مجلد 03، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، 2020، ص 155.

المبحث الثاني

أحكام حق العدول عن العقود الاستهلاكية

في قانون حماية المستهلك

يعدّ حق العدول من أهم الضمانات المكفولة للمستهلك والتي تمثل أداة تشريعية متاحة لهذا الأخير تجعل له مكانة لا تقل أهمية عن المورد صاحب الدراية والمعرفة، فيصبح بذلك أحد الركائز الأساسية التي يقوم عليها النظام القانوني لحماية المستهلك إبراز الضمانات الحمائية الممنوحة لهذا الأخير في العقود عموماً والتي تتم عن بعد خصوصاً، نظراً لعدم تمكنه من الفحص الحقيقي المادي لمحل العقد والتأكد من خصائصه الجوهرية، لهذا كان لازماً إعطاء المستهلك مكنة قانونية تخدم مصلحته في ظل إبرام العقد قائم على التسرع أو الإغراء أو حتى قلة الخبرة أو انعدامها، كما فعلت القوانين المقارنة والتي نظمت أحكامه باعتباره حقاً قانونياً لكن هناك حالات عند عدوله عن العقد يكون مقيداً بقيود وهذا من أجل الحفاظ على توازن العقد (المطلب الأول)، فيترتب عنه آثار قانونية على كلا جانبيين عند ممارستها لحق العدول عن تنفيذ العقد، فيترتب على كل طرف إلتزامات على الطرف الآخر، فالمستهلك عليه بإلتزام رد السلعة ودفع قيمتها للمحترف، وهذا الأخير يترتب عنه نفس الشيء اتجاه المستهلك فيلتزم إرجاع قيمة السلعة وفسخ العقد وذلك نتيجة للدولة المستهلك وهذا الخيار مؤقت حيث فالمستهلك عند عدم استعماله لهذا الحق في المادة المحددة فينقضي، فالقرار يبقى معرض للانتهاء من طرف المستهلك الذي من أجل صالحه قرر العدول، ونجد أن معظم التشريعات التي أقرت هذا الحق في معظم الأحيان جعل الأحكام المنظمة لهذا الخيار لها علاقة مع النظام العام ولهذا لا يمكن للمستهلك النزول عنه وإلا يقع باطلاً (المطلب الثاني).

المطلب الأول

ضوابط ممارسة حق العدول عن العقود الإلكترونية

بما أن حق العدول يؤدي الخروج عن مبدأ القوة الملزمة للعقد استوجب وضع ضوابط قانونية لممارسة هذا الحق حماية للمستهلك وحفاظاً على حقوق المورد الإلكتروني فقد وضع المشرع مجموعة من الضوابط سواء من حيث النطاق الشخصي (الفرع الأول) أو من حيث النطاق الموضوعي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

النطاق الشخصي لحق العدول عن العقود الإلكترونية

بما أن ممارسة حق العدول في العقود الإلكترونية قد يكون محدوداً لفئة معينة من الأشخاص، المتمثلة في المستهلك الإلكتروني (أولاً) المورد الإلكتروني (ثانياً).

أولاً: المستهلك الإلكتروني صاحب الحق في العدول.

يعرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي الذي يتعاقد من أجل الحصول على ما يلزمه من سلع وخدمات سواء كان بمقابل أو مجاناً للاستعمال النهائي لتلبية حاجته الشخصية أو العائلية.

وقد عرفته المادة 03 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كما يلي: «المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به».

وهذا التعريف الذي أورده المشرع، ضيق ويشوبه القصور، لأنه ربط الاستهلاك بغاية معينة وهي تلبية حاجة شخصية أو عائلية أو غيرها دون الأخذ في الاعتبار عنصر التخصص، إذ أقصى من نطاق الحماية، الأشخاص الذين يقتنون الأشياء لغاية مهنية خارج

تخصصهم، ومع ذلك فإنّ هذا التعريف خاص بالمستهلك الذي يتعامل بطريقة تقليدية مع المهني¹.

أمّا القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فقد عرف المستهلك الإلكتروني في مادته السادسة كما يلي: «المستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يقبني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي».

ثانياً: المورد الموقع عليه العدول.

هو الطرف الثاني للعقد الاستهلاكي، يملك قوة اقتصادية ومعرفية في مجال السلع والخدمات التي يتعامل فيها، تجعله ليتفرق على الطرف الثاني "المستهلك" لهذا كان هدف قانون حماية المستهلك هو تحقيق التوازن العقدي بين الطرفين².

كما عرفته المادة 03 فقرة 01 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مستعملة مصطلح "عون اقتصادي" الذي يقصد به «كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في إطار المهني العادي أو يقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها».

وعرفه المشرع في المادة 03 فقرة 07 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كما يلي: «المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك...».

¹ سي يوسف، زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية

الاقتصادية، مجلد 07، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2008، ص 18.

² سي يوسف، زاهية حورية، مرجع نفسه، ص 19.

الفرع الثاني

النطاق الموضوعي لحق العدول عن العقود الإلكترونية

يمتد نطاق تطبيق الحق في العدول في العديد من العقود كعقد البيع وعقد الإيجار والخدمات، لذلك للمستهلك حق استعمال العدول في كل العقود التي يبرمها سواء كان محل العقد المبرم سلعة أو خدمة، وهناك عقود معينة خاضعة لأحكام حق العدول حددها المشرع والتي تتكون من عقد القرض الاستهلاكي عن بعد (أولاً) والتعاقد عن بعد (ثانياً).

أولاً: العقود الخاضعة لأحكام حق العدول.

تتمثل العقود المعينة التي خصها المشرع الخاضعة لأحكام الحق في العدول فيما

يلي:

1- عقد القرض الاستهلاكي:

تطرق المشرع الجزائري للقرض الاستهلاكي حيث عرفه في الفقرة 17 المادة 03 من القانون 09-03 حماية المستهلك وقمع الغش، حيث جاء فيها: «كل عملية بيع السلع والخدمات يكون فيها الدفع مقسطاً أو مؤجلاً أو مجزئاً».

عرفه الفقه على أساس هو عقد يربط المستهلك بالمتدخل بغض النظر عن طبيعة العقد سواء كان الاقتناء سلعة أو خدمة، نظراً لأنّ القرض الاستهلاكي يحمل مخاطر عديدة بالنسبة للمستهلك الذي غالباً ما يكون في حاجة ملحة للمال ولا يستطيع إتمام شروط العقد، ومن البديهي أن يتم توفير فترة زمنية محددة تمكن المستهلك من دراسة العقد واتخاذ قرار بشأن مدى رغبته في الالتزام به أو العدول عنه¹.

¹ - مريدي أيمن، الوشام مجدي أحمد، حق العدول عن العقود، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2022، ص 52.

2- العقود عن بعد:

للعقد عن بعد فوائد كبيرة تتمثل أبرزها في حصول المستهلك على السلع والخدمات بشكل فوري ودون تنقل إلا أنه يمكن أن يقع ضحية الدعايات الخادعة أين يستغل فيها المتدخل ضعف المستهلك وقلة خبرته.

لذا يعرف التعاقد عن بعد بأنه «طلب سلعة أو المنتجات التي يتم عرضها بواسطة أي من الاتصالات السمعية أو المرئية».

كما يعرف أيضاً على أنه «عقود تبرم بين تاجر محترف ومستهلك بقصد توفير السلع أو تعاقد على خدمات، وتتم هذه العقود دون وجود مادي بين المحترف والمستهلك وتكون باستخدام وسائل اتصال حديثة»¹.

فالميزة الأساسية للتعاقد عن بعد أنه يتم بين متعاقدين لا يجمعهما مجلس عقد حقيقي واحد أي نفس المكان، وإنما اقتراضي كما يتم بوسائل حديثة فالتعاقد عن بعد لا يقتصر على عقد البيع وحده بل يرد على السلع والخدمات دون الحضور المادي للأطراف وتتعدد الوسائل الحديثة التي أفرزتها التطورات التكنولوجية الحديثة وعصر الأنترنت هذا فمنها: الفاكس المنصات التجارية على شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أو التجارية².

ثانياً: القيود المتعلقة باستثناء بعض العقود.

استنتجت قوانين حماية المستهلك المقارنة في عقود التجارة الإلكترونية حالات معينة لا يجوز فيها العدول عن العقد بعد إبرامه حفاظاً على توازن العقد وعملاً على عدم الإضرار بالمحترف ونبين أهم الاعتبارات التي بينت عليها هذه الاستثناءات يمكن إجمالها بما يلي:

1- إذا استعمل أو استفاد المستهلك من السلعة أو الخدمة التي تعاقد عليها خلال المدة

المحددة لممارسة حقه:

¹ - حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، الحق في العدول كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020، ص 55.

² - حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، مرجع نفسه، ص 55.

نلاحظ على هذا الإستثناء من وجهة نظر حماية المستهلكين بأنه في الغالب يصعب على المستهلك التأكد من صلاحية السلعة للعرض أو المواصفات المتفق عليها إلا بعد استعمالها لمدة مناسبة، وهنا نجد أن المحترف يحاول دفع المستهلك إلى البدء في الحصول على منافع السلع أو الخدمات قبل إنتهاء المدة المحددة لممارسة حق العدول لكي يحرمه من الاستفادة من الحماية التي وفرها هذا الخيار¹.

2- إذا طلب المستهلك توفير الخدمة له قبل انتهاء أجل العدول عن الشراء:

وفي هذه الحالة لا تدخل ضمن الإستثناءات المقيدة لمكنة العدول وأن كانت القوانين المقارنة قد ذكرتها ضمنها فليس في هذه الحالة ما بعد استثناء من مكنة العدول بعد ثبوته له، إذ يعد تجهيزه بالخدمة قبل انتهاء مدة العدول نزولاً ضمنياً عن مكنة العدول².

3- عقود الواردة في التسجيلات السمعية أو البصرية:

يفقد المستهلك وفقاً لهذه الحالة حقه في التراجع عن العقد إذا كان محله تسجيلات سمعية بصرية إذا كان قد قام بنزع غلاف خاص بالتسجيلات السمعية البصرية والعلّة من وراء هذا الاستثناء هو الحفاظ وحماية حقوق الملكية الفكرية، فمنح للمستهلك الحق في التراجع عن العقد قد يمكنه الحصول عليها دون المقابل، فقد يفتح المستهلك التسجيل السمعي البصري وينسخه ثم يرجعه إلى المعنى مستندا إلى حقه في التراجع وهذا ما يشكل مساس بالملكية الفكرية³.

¹- خلوي نصيرة، نويس نبيل، "حق العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 03، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2018، ص 182.

²- بخيت عيسى، زروالي سهام، "مبدأ استقلالية شرط التحكيم البحري عن العقد الأصلي في القوانين الداخلية والاتفاقية الدولية"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2016، ص 202.

³- منديل أمين، حق المستهلك في العدول عن العقد، مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية. 2023، ص 44.

4- عندما يكون محل العقد من المنتجات القابلة لأخذ نسخ محتوياتها أو تسجيلها أو نقلها بأية طريقة أخرى بعد نزع أختامها وتمزيق أغلفتها:

ومن هذه المنتجات أشرطة الفيديو والأسطوانات والأقراص المدمجة (CDS) أو برامج الأجهزة الإلكترونية (Software) والمنتجات الإلكترونية (Digital products)، حيث أتاح الإنترنت من خلال خدماتها المتنوعة للمستهلك شراء هذه المنتجات من خلال تحميلها (Downloading) من الموقع الإلكتروني التي تعرض هذه المنتجات على الشبكة وخصوصاً المطبوعات الإلكترونية من الصحف والمجلات والكتب والبحوث وكذلك الأفلام والصور الرقمية¹.

5- عقود السلع التي تخضع ثمنها لتقلبات السوق:

إذا كان ثمن السلعة أو الخدمة يخضع لتقلبات السوق صعوداً وهبوطاً والتي ليس بوسع المورد السيطرة على أسعارها، كالبيع في المزاد العلني وعقود خدمات الرهان واليناصيب المصرح بها لأن جوهر هذه العقود وطبيعتها تتنافى والخيار في العدول عنها، إذ أن هذا النوع من العقود يقوم على المجازفة والمقامرة على نحو يتناقض معه أن يقر له خيار العدول عن العقد بعد إبرامه وإلا كان ذلك تناقض مع جوهر العقد ذاته².

الفرع الثالث

إجراءات ممارسة المستهلك حق العدول عن العقود الإلكترونية

الحقيقة أنه لا توجد اجراءات خاصة لممارسة الحق في العدول، فالشرط الوحيد هو احترام المدة الواردة في القانون (أولاً)، ولكن لا يمنع المستهلك من اتخاذ إجراءات احتياطية خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة (ثانياً).

¹ - خلوي نصيرة، نوبس نبيل، مرجع سابق، ص 182.

² - بخيت عيسى، زووالي سهام، مرجع سابق، ص 202.

أولاً: كيفية ممارسة حق العدول عن العقود الإلكترونية.

الغاية من ثبوت الحق في العدول في التأكد من رضا المستهلك فيما يتعلق بالتمهل في إبرام العقد، وهو ما يجب معه إطلاق إرادة التعبير في الرجوع عن التعاقد من أي قيود اتفاقاً مع هذه الغاية، فالأصل ألا يخضع هذا الحق لأية إجراءات خاصة ولا ينبغي للمتعاقدين أن يتفقا في تحديد طريقة لممارسة العدول استناداً إلى قاعدة من يملك الأكثر يملك الأقل¹.

1- شروط ممارسة الحق في العدول:

نجد أن المشرع لم يحدد شروط خاصة لممارسة المستهلك حقه في العدول، وعليه يكفي أن يقوم هذا الأخير بإشعار المتدخل برغبته في العدول عن العقد واضحة وبطريقة واضحة لا لبس فيها، إضافة إلى احترام نقطتين أساسيتين هما:

1- أن يتم العدول خلال المدة المحددة قانوناً:

لكي ينتج الحق في العدول أثره القانوني لأبد أن يمارسه المستهلك خلال المدة المحددة قانوناً، فبالنسبة للمشرع الجزائري وكما أشار إلى الحق في العدول من خلال القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فهو تطرق كذلك إلى مسألة المدة المحددة للعدول، والتي حددها بأربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض² حسب المادة 22 من قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر، حيث تنص «يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (04) أيام عمل، ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر».

¹- خلوي (عنان) نصيرة، الحماية القانون للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 76.

²- بلعابد فاروق، النظام القانوني لحماية المستهلك المعلوماتي في ظل قانون 05-18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020، ص 45.

2- أن يمارس المستهلك حقه في العدول في نطاق العقود التي تجيز له ذلك:

الأصل أن كل العقود التي تبرم غير شبكة الأنترنت بين المستهلك المورد يسري عليها حق المستهلك في العدول، ولكن ضمانا للتوازن العقدي وعدم الإضرار بمصلحة المورد استتنت النصوص التشريعية بعض العقود من نطاق الحق في العدول، فلا يجوز للمستهلك ممارسة هذا الحق فيها كما سبق الإشارة إليه¹.

ثانياً: وسائل ممارسة حق العدول.

إذا كانت التشريعات لم تحدد شكلاً معيناً لممارسة عدول المستهلك عن العقد إلا أنه من الناحية العملية يكون من مصلحة المستهلك عند استعماله لهذا الخيار أن يعبر عن عدوله من خلال وسيلة تمكنه من إثبات العدول عند منازعة المورد له في حدوثه وهو ما يمكن تحقيقه مثلاً من خلال تضمين عدوله لخطاب موصى عليه بعلم الوصول، لأن بعض القوانين المقارنة كالقانون الفرنسي وضعت سلسلة التزامات على عاتق المهني، خاصة في عروض التعاقد عن بعد ومن ذلك ما يتعلق بحق عدول المستهلك عن العقد².

ثالثاً: عبء إثبات الادعاء بممارسة حق العدول.

يقع عبء إثبات ممارسة حق العدول على عاتق المستهلك بكافة الإثبات تطبيقاً لقاعدة "البيئة على من إدعى" وذلك في حالة إغفال المشرع تحديد وسيلة كتابية معينة، الأمر الذي يثقل كاهل المستهلك من الناحية العملية يجب أن يثبت:

- مباشرة لحقه في العدول فعلاً.

¹ - جامع مليكة، "حق العدول عن العقد كآلية مستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، مجلد 13، عدد 01، كلية العلوم والحقوق السياسية، جامعة غرداية، 2020، ص 457 - 458.

² - فرحان عبد الحكيم، "حق المستهلك في العدول عن التعاقد وتطبيقاته في قانون الجزائري"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مجلد 06، عدد 03، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2021، ص 506.

- أنه تم مباشرته خلال المدة المحددة قانوناً¹.

رابعاً: مهلة ممارسة الحق في العدول.

تعتبر مهلة ممارسة حق العدول بمثابة فترة التفكير والتأمل للمستهلك لحمايته من القبول المتسرع، وهذا من أجل منعه من التعاقد قبل إنهاء المدة، ولتحديد المهلة القانونية كممارسة هذا الحق.

1- مهلة العدول في السلع:

نص المشرع على حق التراجع عن العقد في المرسوم التنفيذي 15-141 في المادة 11 فقرة 202² «غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدته ثمانية أيام (8) عمل تحسب من تاريخ إمضاء العقد».

وفي حالة ما إذا ورد عقد الشراء على جملة من السلع والمنتجات ولكن المستهلك تسلمها على دفعات، يبدأ سريان أجل التراجع عن العقد من وقت تسليم آخر دفعة من السلع أو المنتجات محل التعاقد، وهذا إذا تسلمها على دفعات، مثلما هو مقرر في قانون الاستهلاك الفرنسي³.

عند ما يقر المشرع الحق في العدول، فإنه يعاقبه بتحديد المدة الزمنية المخصصة لذلك لأنه غير معقول أن يبقى المورد بعد إبرام العقد مدة طويلة عرضة لممارسة العدول عليه من طرف المستهلك، فإذا أنقضت الفترة المحددة للعدول ولم يمارس فيها المستهلك هذا

¹- بن شوك سجية، وقانون آمال، "حق المستهلك في العدول عن العقد في التشريع الجزائري"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مجلد 06، عدد 03، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2021، ص 506.

²- مرسوم تنفيذي رقم 15-141 مؤرخ في 28 ماي 2015، متعلق بتنظيم المقاطعة الإدارية وتسييرها، ج.ر، عدد 29.

³- بوزراع مولود، ظريف وليد، "حق التراجع عن العقد"، مذكرة لنيل شهادة ماستر قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017، ص 48.

الحق سقط حقه ويتحرر المورد من هذا العبء، والهدف من إقرار حماية المستهلك من تسرعه وعدم تبصره وإنهاء العقد قبل انقضاء فترة العدول به¹.

2- مهلة العدول في الخدمات:

تبدأ المدة المقررة لممارسة الحق في العدول عن العقد، إذا كان محله أداء خدمة عن بعد من لحظة قبول المستهلك العرض المقدم من المورد.

نص المشرع الفرنسي على مدة استثنائية على سبيل مجازات المهني المخل بتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك يحقه في العدول، فرفع مدة ممارسة المستهلك لحقه في العدول إلى 03 أشهر بدلا من 07 أيام².

المطلب الثاني

آثار ممارسة الحق في العدول عن العقود الإلكترونية

إن الأثر المباشر لممارسة الحق في العدول هو إنهاء العقد المبرم، وبالتالي إعادة المتعاقدين للحالة التي كان عليها قبل التعاقد، ولا ينتج العدول آثاره إلا في حال احترام المستهلك الإلكتروني الضوابط القانونية لممارسته خاصة ما تعلق بالمدة، وعليه فإن ممارسة الحق في العدول يترتب آثار قانونية سواء بالنسبة للمستهلك (الفرع الأول) أو المورد الإلكتروني (الفرع الثاني).

¹ - دايدة لخضر، "حق المستهلك في العدول عن العقد"، مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد، حمة لخضر، الوادي، 2018، ص 32.

² - عمرون ليدية، ماديو بيلال، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 70-71.

الفرع الأول

أثار حق العدول على المستهلك

تتمثل آثار مباشرة للعدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني بصفة أساسية في التزامه برد السلعة إلى المورد (أولاً) بالإضافة إلى التزامه بدفع تكاليف رد السلعة (ثانياً).

أولاً: التزام المستهلك برد السلعة إلى المورد.

يترتب على ممارسة المستهلك سبيل العدول عن العقد الإلكتروني انقضاء هذا العقد واعتباره كأنه لم يكن أصلاً، وبالتالي إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل التعاقد، فيلتزم المستهلك بإعادة السلعة أو المورد إلى المحترف أو التنازل عن الخدمة خلال المدة المحددة لذلك، ويجب أن تكون السلعة بنفس الحالة التي كانت عليها وقت تسلمها في عبوتها أو غلافها الأصلي¹، وهذا ما نصت عليه المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري بقولها «يمكن المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج...».

وكذلك المادة 23 من نفس القانون «يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة (04) أيام عمل ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض».

ثانياً: التزام المستهلك بدفع تكاليف رد السلعة.

إنّ المستهلك الإلكتروني لا يتحمل مقابل عدوله عن العقد أي تعويض أو مصاريف ما عدا تلك التي تبدو نتيجة مباشرة لاستعمال خيار العدول، والمتمثلة في المبلغ التي يصرّفها المستهلك لإرجاع السلعة إلى المورد، وتشمل مصاريف الشحن والنقل والتأمين ...

¹ - بوخارص نادية، الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني - دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتوجيه الأوربي لحقوق المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 07، العدد 01، كلية الحقوق جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر 2002، ص 1349.

ولأن كانت هذه المصاريف لا تبدو هيئته وبالخصوص إذا كان المورد يقطن في دولة أجنبية، إلا أنّ ذلك في الحقيقة يعد حلاً عادلاً خاصة في الحالة التي لا ينسب فيها للمورد خطأ أو إخلال بتنفيذ التزاماته، لذلك فليس من العدل إلزامه بنفقات إعادة السلعة¹.

الفرع الثاني

أثار حق العدول على المورد الإلكتروني

يترتب على ممارسة المستهلك حقه في العدول بعض الآثار بالنسبة للمورد تتمثل أساسيته في التزامه برد الثمن (أولاً) وكذلك فسخ العقد كنتيجة للعدول (ثانياً).

أولاً: التزام المورد برد الثمن.

نص المشرع الجزائري على أن المورد ملزم برد الثمن الذي تلقاه من المستهلك كقيمة للمنتج الذي سلمه للمستهلك²، وهذا ما نصت عليه المادة 02/22 المتعلق بالتجارة الإلكترونية «يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل خمسة عشرة (15) يوماً ابتداء من تاريخ استلامه المنتج».

فيما يتعلق بموقف المشرع الجزائري نجده نص في المادة 23 الفقرة 03 البند 04 من القانون 05-18 ذكره على ما يلي: ويلزم المورد الإلكتروني بما يلي «إلغاء الطلبية وإرجاع المبلغ المدفوع».

¹ - بوخرية حمزة، حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص 1404.

² - حجايشة نورة، عصام نجاح، مرجع سابق، ص 492.

أما في مجال التجارة الإلكترونية، فقد ألزم المشرع المحترف برد الثمن الذي تلقاه من المستهلك في أجل أقصاه أربعة أيام (04) أيام، يبدأ احتساب تلك المدة من تاريخ تسلّم المنتج الذي قام برده على حالته¹.

فالعُدول عن البيع يزيل معه القرض وهذا في الحقيقة ليس سوى تطبيق للقواعد القاضية بزول العقد التبعية يزول العقد الأصلي².

ومن الفصل 33 من قانون التجارة الإلكترونية السابق الذكر على أنه «إذا كانت عملية الشراء ناتجة كلياً أو جزئياً عن قرض ممنوح للمستهلك من قبل البائع أو الغير على أساس عقد مبرم بين البائع والغير، فإن عدول المستهلك عن الشراء يفسح عقد القرض بدون تعويض».

ثانياً: إمكانية تعويض المستهلك الإلكتروني.

نصت المادة 1/22 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري «دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، وفي هذه الحالة يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً ابتداء من تاريخ استلامه المنتج».

كما نصت المادة 03/23 من نفس القانون «يجب على المورد إلقاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر، يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلامه المنتج».

¹ - رياشي حياة، حداد ليندة، حق المستهلك في العُدول عن العقد، مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020، ص 48.

² - معزوي حياة، حاج بن علي محمد، "حق في العُدول آلية لحماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 18-05، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 09، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2023، ص 415.

وعليه إذا لحق ضرر بالمستهلك الإلكتروني نتيجة الأخطاء التي قام بها المورد الإلكتروني والمتمثلة في عدم احترامه لأجال تسليم المنتج. أو كان هذا المنتج معيباً أو غير مطابق للطلبية فيمكن للمستهلك الإلكتروني بالإضافة للخيارات المتاحة له. من قبل المشرع والمتمثلة في العدول عن التعاقد أو المطالبة باستبدال المنتج أو إصلاح عيبه يمكنه أيضاً المطالبة بجبر الضرر الذي لحقه من جراء تلك الأخطاء¹.

¹ - جودي شيماء حجبر حكيمة، حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021، ص 35.

خاتمة

خاتمة:

في ختام دراستنا يتضح أن في عصر العولمة والتحول الرقمي السريع، أصبحت الخدمات الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وهذه الثورة الرقمية جلبت فوائد عديدة للمستهلكين كالراحة والسرعة في الوصول للخدمات ولكن هذه الفوائد لا تخلو من المخاطر، فمع تزايد الاعتماد على الأنترنت والتكنولوجيا الرقمية أصبحت حماية المستهلك من الخدمات الإلكترونية مسألة حيوية. ففكرة حماية المستهلك جاءت لتوازن بين المستهلك والمورد الإلكتروني.

فالمشرع وضع النصوص القانونية والتنظيمية لحماية المستهلكين ورعى مصالحهم لذلك نظم قواعد تهدف لحمايتهم ضمن قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، تعتبر قواعد أساسية لحماية المستهلك الإلكتروني من الاحتيال والتضليل والغش، حيث ألزم على المورد الإلكتروني بالإعلام، فلم يكتفي بإعلام المستهلك المتعاقد معه بل أضاف بالإعلام عن كافة المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات الرقمية.

لحماية رضا المستهلك قرر المشرع منح حق العدول للمستهلك والتراجع عن قرارته لأسباب عديدة، حيث يعتبر العدول عنصراً أساسياً يعزز ثقة المستهلك في الخدمات الإلكترونية حيث يمكنه التراجع عن التعاقد في حالة اكتشاف خطر أو مشكلة لم تكن واضحة في البداية، كما يساعد الشركات والمورد الإلكتروني على تحسين خدماتهم باستمرار لتلبية حاجيات المستهلك ومن ثمّ توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات نذكرها تباعاً:

- يعتبر العقد الإلكتروني عقد إذعان بالمفهوم الحديث، وذلك من خلال تعريفه في المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية، حيث أكد على حماية إذعان المستهلك الإلكتروني من خلال إقرار مبدأ العرض التجاري المسبق في المادة 10 من نفس القانون.

- يشمل مجال تطبيق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية عقد الإذعان الذي تتم حصرياً وفق النموذج الإلكتروني المحدد، دون عقود المساومة الإلكترونية التي تتم عن طريق البريد الإلكتروني أو وسائل الاتصال الحديثة، مما أثر سلباً على حماية المستهلك الإلكتروني فيما يتعلق بالشروط التعسفية.
 - المشرع تبنى مجال حماية المستهلك الإلكتروني اعتماداً على مفهوم المستهلك الإلكتروني، الطرف الذي يتعاقد على السلعة أو الخدمة دون استخدامها. يفتر القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى تنظيم مكافحة الشروط التعسفية التي تعتبر العقود الإلكترونية جزءاً منها، رغم اعتباره العقد الإلكتروني من قبيل عقد الإذعان، خاصة في ظل غياب القواعد الخاصة بمكافحة الشروط التعسفية.
 - الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية لا يختلف عن الالتزام بالإعلام في العقود التقليدية إلا من حيث الوسيلة.
 - عدم وجود جمعيات لحماية المستهلك الإلكتروني.
 - حق العدول تعرض إلى العديد من الانتقادات أهمها مخالف لمبدأ القوة الملزمة للعقد.
 - معظم القوانين المنظمة للمعاملات الإلكترونية لم تحدد كيفية الرجوع ولا كيفية استرداد المنتج، وهذا يعد قصوراً تشريعياً.
 - قيدت أغلب التشريعات حق المستهلك في العدول، مع بعض الاختلافات التي تعود للظروف الاقتصادية.
- لهذه الأسباب فإننا نقدم الاقتراحات التالية :
- على المشرع تعديل المادة 06 لتوسيع مفهوم المستهلك ليشمل من يتعاقد خارج اختصاصه، بما يتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية، وكذلك تعديل التعريف ليشمل المستهلك المستعمل إلى جانب المستهلك النهائي.

- ضرورة تعديل أحكام الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، خاصة مع اعتماد المشرع الجزائري آلية العقد التجاري الإلكتروني أساس الإلتزام للإلزام، وتحديد الإلتزامات المطلوبة من أطراف العقد الإلكتروني عند تحديد الشروط التعسفية.
- العمل على حماية المستهلك الإلكتروني من خلال إعادة النظر في تطبيق قواعد العقد الإلكتروني، بما يضمن حقوق المستهلكين بشكل أفضل.
- ضرورة تحديد بوضوح فترة ممارسة حق التراجع مع إقرار حق المستهلك الإلكتروني في التراجع عن العقد بدون شروط محددة أو مبهمة.
- عدم حصر طرق التعاقد الإلكتروني في العرض التجاري السابق والأخذ بعين الاعتبار التعاقد عبر البريد الإلكتروني أو المحادثة الإلكترونية لتشمل عقد المساومة.
- ضرورة النص الصريح على الاستثناءات التي تقيد حق المستهلك في العدول حتى لا تسبب ضرر للمهني ولا تعطل الحياة الاقتصادية.
- يجب أن تكون هناك جمعيات تقوم بحماية المستهلك الإلكتروني، حيث يقوم بإبرام العقد الإلكتروني بينه وبين المورد الإلكتروني.
- يجب على جميع الأطراف المعنية، بما فيها ذلك المستهلكين والبائعين والمزودين للخدمات الإلكترونية، أن يتعاونوا سويا لتعزيز حق المستهلك الإلكتروني في العدول وتطبيق القانون رقم 05-18 بشكل صحيح وفعال.
- نستنتج في الأخير أن هذا الموضوع حساس وذو أهمية كبيرة لذا على السلطات المعنية تسخير كل طاقتها البشرية والمادية لضمان سلامة وأمن صحة المستهلك.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية.

1- الكتب:

1. حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر 2016.
2. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، ط01، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.
3. ربحي تبوب فاطمة الزهراء، قانون المعاملات الإلكترونية وفقاً لقانون 18-05، ط02، بيت الأفكار، الجزائر، 2022.
4. رفاوي شهيناز، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دار الأيام للنشر والتوزيع الأردن، 2017.
5. سي يوسف زاهية، دراسة تحليلية للقانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، ط02، دار هومة، الجزائر، 2019.
6. سي يوسف زاهية، دراسة قانون 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2017.
7. عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 2012.
8. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأ المعارف، الإسكندرية، 2004.
9. متاني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات في القانون الجزائري، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2022.

10. يحيوي سعاد، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2022.

2- الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ- أطروحة الدكتوراه:

1. خشيبة حنان، الحماية المدنية للمستهلك في المجال الالكتروني، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية، تلمسان، 2022.
2. عبوب زهرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الالكترونية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2008.

3. عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

أ- مذكرات الماجستير:

1. خلوي عنان تصبيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

2. كالم حبيبة حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2001.

ب - مذكرات الماستر:

1. إيدير سامية، بن صادق صبرينة، حماية المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012.

2. بلعابد فاروق، النظام القانوني لحماية المستهلك المعلوماتي في ظل قانون 05-18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020.
3. بن شوك سجية، وقنون آمال، حق المستهلك في العدول عن العقد في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2020.
4. بوزراع مولود، ظريف وليد، "حق التراجع عن العقد"، مذكرة لنيل شهادة ماستر، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2017.
5. جودي شيماء، حجبر حكيمة، حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021.
6. حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، "الحق في العدول كضمان لحماية المستهلك"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020.
7. دابخة لخضر، حق المستهلك في العدول عن العقد، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2018.
8. شريف مونية، قيسوس سارة، "الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، بوج بوعريج، 2022.
9. عبد العالي فارس، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.

10. عمرون ليديّة، ماديو بيلال، "حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18-05"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010.
11. مريدي أمين الوشام مجدي، "حق العدول عن العقود"، مذكرة مكملة لمتطلبات لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمّة، 2022.
12. مزماط سامية، حقوق المستهلك في العقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان، ميرة، بجاية، 2014.
13. منديل أمين، "حق المستهلك في العدول عن العقد"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2023.
14. نان أحمد أمين، "حماية المستهلك الالكتروني"، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
15. ورياشي حياة، حداد ليندة، حق المستهلك في العدول عن العقد، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.

المقالات:

1. أدمين محمد الطاهر، "حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 57، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2020، ص ص 24-44.
2. أوّشن حنان، صهيب ياسر شاهين، "العدول بين الضمانة وقواعد حماية المستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة"، مجلة الفكر للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 03، عدد 04،

- كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، 2020، ص ص 148-166.
3. بخيت عيسى، زروالي سهام، "مبدأ استقلالية شرط التحكيم البحري عن العقد الأصلي في القوانين الداخلية والاتفاقية الدولية"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، 2016، ص ص 202-213.
4. بن عثمان فريدة، هادفي زوبيدة، "التزام المورد الإلكتروني بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، مجلد 15، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي العفرون، البليدة، 2023، ص ص 23-25.
5. بن عيشة بن الحميد، علي أحمد صالح، "العدول آلية قانونية لحماية المستهلك"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 02، عدد 10، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بين يوسف بن خدة، الجزائر 2018، ص ص 813-824.
6. بن يطو عربي صليحة، علاق عبد القادر، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد دراسة في التشريع الفرنسي"، "المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية"، مجلد 06، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أحمد بن يحي النوشريسي، تسمسيت، 2021، ص ص 285-312.
7. بوالكور رفيقة، "الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن العقد" مجلة العلوم القانونية، مجلد 12، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل 2021، ص ص 1004-1027.
8. بوخرصة نادية، "الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني"، دراسة مقارنة بين التشريع والتوجيه الأوروبي لحقوق المستهلك"، المجلة الجزائرية للحقوق

- والعلوم السياسية، مجلد 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدية، 2020، ص ص 1343 - 1359.
9. بوخروبة حمزة، "حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني". مجلة الأستاذة الباحث للدراسة القانونية والسياسية، مجلد 04، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2019، ص ص 1389 - 1412.
10. بوهنتالة أمال، "الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال"، مجلد 03، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجامعة الحاج لخضر، باتنة، 2018، ص ص 451 - 478.
11. جامع مليكة، "حق العدول عن العقد كآلية مستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، مجلد 13، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، غرداية، 2020، ص ص 671 - 688.
12. جبارة نورة، الإشهار الإلكتروني كوسيلة للإعلام، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 07، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2021.
13. جبالي واعمر، "حماية المستهلك عن طريق الإعلام"، المجلة النقدية للقانون 02 والعلوم السياسية، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص ص 05 - 85.
14. جبابشة نورة، عصام نجاح، "حق المستهلك في العدول التشريع الجزائري"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة 2020، ص ص 480 - 497.
15. جرمود الياقوت "دور الإعلام في حماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 01، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعيد دحلب، بلدية، 2012، ص ص 276 - 306.

16. جقريف الزهرة، شريط وسيلة، "الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني، دراسة على ضوء القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 51، كلية العلوم الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2020، ص ص 712 - 725.
17. حزام فتيحة، آليات حماية مستهلك الخدمات الرقمية في ظل القانون 05-18"، مجلة آفاق علمية، مجلد 13، عدد 01، كلية الحقوق، والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2021، ص ص 1340 - 1356.
18. خلو في خدوجة، "الإعلام السابق عن التعاقد في العقد الإلكتروني"، مجلة صوت القانون، مجلد 09، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند ولحاج، البويرة، 2022، ص ص 1340 - 1356.
19. خلوي نصيرة، نويس نبيل، "حق العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 03، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية 2018، ص ص 171 - 191.
20. خليفي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات، حول فعالية القاعدة القانونية، مجلد 01، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017، ص ص 07 - 34.
21. داود جميلة، العرض التجاري الإلكتروني على ضوء القانون 05-18 أي فعالة"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 08، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، بوج بوعريج، 2023، ص ص 42 - 61.
22. دكدوك هودة، "حق العدول ودوره في تعزيز العقود التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، مجلد 09، عدد 01، كلية العلوم الاقتصادية

- والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، بوج بوعيرج، 2022، ص ص 366-379.
23. رباحي أحمد، سعدي محمد أمين، "حق العدول عن العقد كآلية حمائية للمستهلك، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلد 05، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2019، ص ص 712-725.
24. رزق الله العربي بن مهدي، غزالي نصيرة، "الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك"، مجلة آفاق علمية، مجلد 11، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، 2019، ص ص 296-309.
25. زايد محمد، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مجلة آفاق علمية، مجلد 12، عدد 04، المركز الجامعي نور البشير، البيض، 2020، ص ص 538-557.
26. زغبى عمار، قداوري فاطمة الزهراء، "المسؤولية الجزائية كآلية رعدية للمتدخل الاقتصادي عند المساس بحق المستهلك في الإعلام"، مجلة العلوم القانونية والسامية، مجلد 01، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، واد السوف، 2020، ص ص 758-773.
27. زيغم محاسن ابتسام، "الالتزام المورد بالإعلام ضمانا لحقوق المستهلك الإلكتروني"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، مجلد 06، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2023، ص ص 120-138.
28. سعدي عزوز، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، مجلد 03، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البليدة، 2018، ص ص 257-265.

29. سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 07، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص ص 11- 30.
30. العربي خيرة، بسعدي نورة، الإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية، الجزائري 18- 05، مجلة صوت القانون، مجلد 08، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بن أحمد 2، وهران، 2021، ص ص 1367- 1385.
31. غبابشة أميرة، مخلوفي عبد الوهاب، "الحق في العدول عن تنفيذ العقد كآلية لحماية المستهلك المتعاقد إلكترونياً من مبدأ القوة الملزمة للعقد"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 08، عدد 01، مخبر العقود والعلوم السياسية، جامعة الحاج الأخضر، باتنة، 2021، ص ص 246- 264.
32. فرحات فاطمة زهرة قنفوذ رمضان، فعالية الحق في العدول كآلية قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسة القانونية والسياسية، مجلد 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس المدية، 2022، ص ص 259- 275.
33. فرحان عبد الحكيم، "حق المستهلك في العدول عن التعاقد وتطبيقاته في القانون الجزائري"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية مجلد 06، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بن يوسف، بن خدة، الجزائر، 2021، ص ص 497- 515.
34. قيرة سعاد، نهالي رابح، "الإلتزام بإعلام ضمانات لتحقيق التوازن العقدي الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، مجلد 14، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، غرداية، 2021، ص ص 905- 927.

35. كاب أمال، لالوش سميرة، "الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني"، مجلة بحوث في القانون والتنمية، مجلد 02، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2021، ص ص 41 - 56.
36. كزيز الهادي مسعودي محمد الأمين، "الحق في العدول عن العقود المبرمة عن بعد كإحدى الآليات القانونية لحماية رضا المستهلك"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مجلة 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2023، ص ص 3802 - 3836.
37. لعمرى صالحة، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية"، مجلة الإجتهد القضائي، مجلد 13، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2020، ص ص 133 - 148.
38. مقداد خديجة "حق التراجع عن العقد مساسا بالقوة الملزمة للعقد"، مجلة البحوث، مجلد 16، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2022، ص ص 46 - 64.
39. نويري سعاد، "الإلتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 03، عدد 08، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016، ص ص 221 - 237.
40. نويري محمد الأمين، "حق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 18-19 بين الضرورة والتقيد"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية السياسية والاقتصادية، مجلد 57، عدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي تبسي، التبسة، 2020، ص ص 230 - 246.

41. هابة طارق، الإشهار الإلكتروني خصائصه، وأنواعه وطرق تسميته، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مجلد 10، عدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، وادي السوف، 2022، ص ص 255 - 278.
42. يلسا آسيا، حق المستهلك في العدول بين الحاجة وغموض النص، مجلة الإجتهاد القضائي، مجلد 09، عدد 14، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2017، ص ص 511 - 520.

النصوص القانونية:

الأوامر:

1. الأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدية الجزائري، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، ج.ر، عدد 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975.
2. الأمر رقم 95-06 - مؤرخ 25 جانفي 1995، متعلق بالمنافسة، معدل ومتمم بأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 / معدل ومتمم بقانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر، عدد 46.

3. النصوص التشريعية:

1. قانون رقم 91-05 مؤرخ في 16 جانفي 1991، متضمن تعميم استعمال اللغة العربية، ج.ر، عدد 03، صادرة في 16 جانفي 1991، معدل ومتمم بأمر رقم 96، مؤرخ في 21 ديسمبر 1996، ج.ر، عدد 81.
2. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، عدد 41، صادرة بتاريخ 27 جوان 2004.
3. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 28 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، عدد 15 صادرة بتاريخ 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 جويلية 2018، ج.ر، عدد 35، صادر بتاريخ 13 جويلية 2018.

4. قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 ماي 2018، متعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، عدد 28، صادر 08 بتاريخ 16 ماي 2018.

النصوص التنظيمية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، متعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، عدد 05.

2. مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، متعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، عدد 05.

3. مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، متعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، معدل ومتم بمرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر، عدد 83، صادر بتاريخ 25 ديسمبر 2005.

4. مرسوم تنفيذي رقم 97-37 مؤرخ في 14 جانفي 1997، متعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطني، ج.ر، عدد 04، صادر في 15 جانفي 1997.

5. مرسوم تنفيذي رقم 98-257 مؤرخ في 25 أوت 1998، متعلق بضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها، معدل ومتم بمرسوم تنفيذي رقم 2000-307 مؤرخ في 14 أكتوبر 2020، ج.ر، عدد 60.

6. مرسوم تنفيذي رقم 13-203 مؤرخ في 06 ماي 2012، متعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج.ر، عدد 28.

7. مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، متعلق بتحديد القواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج.ر، عدد 28.

8. مرسوم تنفيذي رقم 15-114 مؤرخ في 13 ماي 2015، متعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج.ر، عدد 24، صادر بتاريخ 13 ماي 2015.

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

شكر وعرهان .

إهداء .

قائمة المختصرات .

01 مقدمة

الفصل الأول

آلية الحماية القبلية لمستهلك الخدمات الإلكترونية

04 المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابقة عن التعاقد

05 المطلب الأول: التعريف بالالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

05 الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

06 أولاً: التعريف الفقهي للالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني

07 ثانياً: التعريف التشريعي للالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني

07 الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

08 أولاً: الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد ذو طبيعة قانونية

08 ثانياً: الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق من التعاقد ذو طبيعة وقائية

09 الفرع الثالث: مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد

09 أولاً: تحقيق وتعزيز العدالة بين المتعاقدين

10 ثانياً: تحقيق توازن معلوماتي بين أطراف التعاقد

11 ثالثاً: حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية

11 الفرع الرابع: تمييز الالتزام بالإعلام عن الأنظمة المشابهة له

12 أولاً: التزام الإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد وltزام الإعلان الإلكتروني

12 ثانياً: التزام الإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد وltزام الإعلام اللاحق عن التعاقد

- المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني 13
- الفرع الأول: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني ذو طبيعة عقدية أو طبيعة غير عقدية..... 14
- أولاً: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابقة من التعاقد ذو طبيعة عقدية 14
- ثانياً: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني طبيعة غير عقدية..... 14
- الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني التزم بتحقيق نتيجة أو التزم ببذل عناية 15
- أولاً: التزم بتحقيق نتيجة..... 15
- المبحث الثاني: أحكام الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد 17
- المطلب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد 17
- الفرع الأول: الالتزام بالإدلاء بالمعلومات والبيانات 18
- أولاً: الإعلام بالمنتج..... 18
- ثانياً: الإعلام بالسعر 19
- ثالثاً: الإعلام بهوية البائع..... 21
- الفرع الثاني: شروط الالتزام بالإعلام المستهلك في الخدمات الإلكترونية 25
- أولاً: اشتراط اعلام المستهلك باللغة الوطنية..... 26
- ثانياً: أن يكون الإعلام كاملاً وواضحاً..... 27
- ثالثاً: أن يكون الإعلام لصيقاً متعذر محوها..... 28
- الفرع الثالث: طرق إعلام المستهلك الإلكتروني للخدمات الإلكترونية..... 29
- أولاً: الإشهار الإلكتروني..... 29
- ثانياً: العرض التجاري الإلكتروني..... 32

- المطلب الثاني: آثار الإخلال بإعلام المستهلك عن الخدمات الإلكترونية 33
- الفرع الأول: المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني كجزء الإخلال بالإعلام السابق عن التعاقد..... 35
- أولاً: المطالبة بإبطال العقد..... 35
- ثانياً: المطالبة بالتعويض 36
- الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني كجزء الإخلال بالإعلام السابق عن التعاقد..... 37
- أولاً: جزاء الامتناع عن الإعلام بالأسعار..... 38
- ثانياً: عدم الوسم أو الوسم الغير القانوني..... 38
- ثالثاً: جزاء الإشهار الكاذب والإخلال بالعرض التجاري 39

الفصل الثاني

آلية الحماية البعدية لمستهلك الخدمات الإلكترونية

- المبحث الأول: مضمون حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني..... 42
- المطلب الأول: مفهوم حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني 42
- الفرع الأول: تعريف حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني 43
- أولاً: التعريف الفقهي لحق العدول..... 43
- ثانياً: التعريف التشريعي لحق العدول..... 44
- الفرع الثاني: خصائص حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني..... 45
- أولاً: تعلق الحق في العدول عن العقد بالنظام العام..... 45
- ثانياً: حق العدول عن العقد استثناء عن مبدأ القوة الملزمة للعقد..... 46
- ثالثاً: حق العدول مجاني ومؤقت..... 47
- رابعاً: حق العدول حق تقديري..... 48

48	خامساً: حق العدول مصدره القانون
48	الفرع الثالث: مبررات حق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني
49	أولاً: حماية إرادة المستهلك الإلكتروني
51	ثالثاً: إبرام العقود الاستهلاكية بواسطة وسائل إلكترونية
52	الفرع الرابع: تمييز حق العدول عن الأنظمة المشابه له
52	أولاً: العدول عن العقد والبطلان
54	ثانياً: تمييز حق العدول عن الفسخ
56	ثالثاً: تمييز حق العدول عن إنهاء العقد بالإرادة المنفردة
56	رابعاً: تمييز حق العدول والتعاقد عن طريق العربون
	المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لحق العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني
57	الفرع الأول: خيار العدول حق
57	أولاً: خيار العدول حقاً شخصياً
58	ثانياً: خيار حق العدول حق عيني
59	الفرع الثاني: خيار العدول رخصة
59	الفرع الثالث: العدول حق إرادي محض
61	المبحث الثاني: أحكام حق العدول عن العقود الاستهلاكية في قانون حماية المستهلك ...
62	المطلب الأول: ضوابط ممارسة حق العدول عن العقود الإلكترونية
62	الفرع الأول: النطاق الشخصي لحق العدول عن العقود الإلكترونية
62	أولاً: المستهلك الإلكتروني صاحب الحق في العدول
64	الفرع الثاني: النطاق الموضوعي لحق العدول عن العقود الإلكترونية
64	أولاً: العقود الخاضعة لأحكام حق العدول
65	ثانياً: القيود المتعلقة باستثناء بعض العقود

67	الفرع الثالث: إجراءات ممارسة المستهلك حق العدول عن العقود الإلكترونية.....
68	أولاً: كيفية ممارسة حق العدول عن العقود الإلكترونية.....
69	ثانياً: وسائل ممارسة حق العدول.....
69	ثالثاً: عبء إثبات الادعاء بممارسة حق العدول.....
70	رابعاً: مهلة ممارسة الحق في العدول.....
71	المطلب الثاني: آثار ممارسة الحق في العدول عن العقود الإلكترونية.....
72	الفرع الأول: آثار حق العدول على المستهلك.....
72	أولاً: التزام المستهلك برد السلعة إلى المورد.....
72	ثانياً: التزام المستهلك بدفع تكاليف رد السلعة.....
73	الفرع الثاني: آثار حق العدول على المورد الإلكتروني.....
73	أولاً: التزام المورد برد الثمن.....
74	ثانياً: إمكانية تعويض المستهلك الإلكتروني.....
77	خاتمة.....
81	قائمة المصادر والمراجع.....
94	فهرس الموضوعات.....
99	ملخص.....

ملخص:

للالتزام بالإعلام أهمية في مجال عقود الاستهلاك، فهو يشكل الحماية الحقيقية للمستهلك وذلك من خلال إعادة المساواة في العلم بين طرفي العقد، مما يتيح للمستهلك التعاقد بإرادة سليمة، لذا ألزم المشرع الجزائري المتدخل بإعلام المستهلك بخصائص المنتجات وأسعارها وشروط البيع. يعتبر الالتزام بالإعلام أحد أهم الوسائل القانونية لحماية المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة العقدية، فهو التزام عام يشمل جميع أنواع العقود، وقد أقر المشرع الجزائري قيام المسؤولية الجزائية والمدنية كأثر لإخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بالإعلام.

إضافة إلى الالتزام بالإعلام هناك حق العدول وهو مكنة قانونية أقرتها التشريعات من أجل توفير حماية قانونية للمستهلكين في مواجهة المتدخلين أصحاب الخبرات، حيث أن هذه المكنة توفر للمستهلك إمكانية الرجوع عن عقد قد تم إبرامه من خلال مهلة محددة.

الكلمات المفتاحية:

المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني، حق العدول عن العقد، العقد الإلكتروني.

Summary:

The obligation to inform is important in the field of consumer contracts, as it constitutes real protection for the consumer by restoring equality of knowledge between the two parties to the contract, which allows the consumer to contract with sound will. Therefore, the Algerian legislator obligated the intervener to inform the consumer of the characteristics of the products, their prices, and the terms of sale. The obligation to inform is considered one of the most important legal means to protect the consumer as a weak party in the contractual relationship. It is a general obligation that includes all types of contracts. The Algerian legislator has approved the establishment of criminal and civil liability as a result of the electronic supplier's breach of his obligation to inform.

In addition to the obligation to inform, there is the right of withdrawal, which is a legal mechanism approved by legislation in order to provide legal protection to consumers against experienced interveners, as this mechanism provides the consumer with the ability to withdraw from a contract that has been concluded within a specific period.

Key words:

The electronic consumer, the electronic supplier, the obligation to electronic media, the right to withdraw from the contract, the electronic contract.