



جامعة مولود معمري - تيزي وزو -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



الت

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص : القانون الخاص

تحت إشراف:

إعداد الطالبتين:

د/ براهيم صفيان

قناوي ليندة

بن حمادة نيسية

- د/ زورورو ناصر، أستاذ محاضر "ب".....رئيسا.

- د/ براهيم صفيان، أستاذ محاضر "ب" مشرفا و مقرا.

- د/ حدوش وردية، أستاذة محاضرة "ب" ممتحنة.

تاريخ المناقشة : 2021/10/24

كلمة شكر

الحمد لله أولاً وأخيراً لإتمام هذا العمل البسيط فهو الموفق والمعين في كلّ الأمور.
تحية احترام وتقدير وعرّفان بالجميل إلى الأستاذ المشرف "براهيمي صفيان" الذي
لم يبخل علينا بنصائحه القيّمة وأيضاً لجنة المناقشة الموافقة على مناقشة هذا
البحث.

كما نتقدم بالشكر للسادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول قراءة
هذا العمل وتصحيحه وإثراءه فلهم منا جزيل الشكر.

إهداء

الحمد لله سبحانه وتعالى الذي ييسر لنا طريق العلم، وأعاننا على إتمام
هذه الدراسة بأنامل تحيط بقلم أعبته الكلمة وأرقت الخوط أهدي ثمرة
جهدي إلى:

- كل أفراد عائلتي.

- إلى كلّ أحبتي.

- إلى كلّ من أعاننا من قريب أو بعيد

ليندة.

إهداء

الحمد لله سبحانه وتعالى الذي ييسر لنا طريق العلم، وأعاننا على إتمام
هذه الدراسة بأنامل تحيط بقلم أعبته الكلمة وأرقت الخوط أهدي ثمرة
جهدي إلى:

- كل أفراد عائلتي.

- إلى كل أحبتي.

- إلى كل من أعاننا من قريب أو بعيد

نيسية.

أصبحت التجارة الإلكترونية محل إهتمام الدارسين في المجال القانوني ، لما تثيره من تطورات و تغييرات و مشكلات قانونية نظرا للنمط المتغير و المتسارع للوسائل الإلكترونية المعتمدة في هذا المجال ، فقد عرف العالم موجة واسعة من المعاملات الإلكترونية لسهولة تطبيقها و إتساع نطاقها ، لذا ظهر نوع جديد من التعاقد و الذي يسمى التعاقد الإلكتروني يخضع لقواعد التعاقد في القانون المدني ، مما أدى إلى وجود ثغرات قانونية لعدم تناسب و تطابق النصوص القانونية التقليدية مع أحكام التعاقد الإلكتروني.

لذلك وضعت التشريعات الوضعية قوانين خاصة بتنظيم التجارة الإلكترونية ، و التي تتناسب مع طبيعتها المتغيرة و المتطورة ، فقد أولت التشريعات أهمية كبيرة لهذا الموضوع نظرا لكثرة العمليات التعاقدية عبر شبكة الأنترنت ، فأصبح من الضروري مسايرة هذه العمليات بفرض تنظيم و رقابة على التجارة الإلكترونية.

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في تطوير التبادلات التجارية و زيادة الأرباح لسهولة تداولها و إتساع نطاق معاملاتها و الذي يتسع لكل دول العالم خاصة الدول التي تعتمد على المواقع الإلكترونية في ترويج المنتجات سواء محليا أو دوليا مع مراعاة التشريعات الداخلية.

في الجزائر إتسعت رقعة التعاقد عبر شبكة الأنترنت مما أدى إلى وجود مشكلات قانونية تتعلق بمنازعات التجارة الإلكترونية، خاصة أنها ذات طابع دولي ، فمن المنطقي أن يساير المشرع الجزائري التطور المتلاحق للتجارة الإلكترونية من الناحية التقنية بضرورة تحديد الإطار القانوني الذي يحدد كيفية عمل و نطاق تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

في ظل التحولات السريعة لوسائل الإتصال الإلكترونية و إنتشارها في كل فئات المجتمع، سن المشرع الجزائري سنة 2018 قانون خاص بالتجارة الإلكترونية الذي ينظم التعاقد الإلكتروني ، و يحيط أطراف العقد بالضمانات القانونية الكفيلة بحمايتهم من كل وسائل الإحتيال و عدم تطابق العروض الموضوعة في وسائل الإتصال الإلكترونية مع المنتوجات المقدمة في أرض الواقع.

حاول المشرع الجزائري من خلال قانون التجارة الإلكترونية لسنة 2018 مسايرة التشريعات الوضعية التي حصرت التجارة الإلكترونية في منظومة قانونية خاصة تعمل على عدم خروج هذه التجارة عن سيطرة القانون ، فكان من الواجب تحديد نطاق تطبيق التجارة الإلكترونية سواء من حيث الأشخاص أي الأطراف المعنيين بالقيام بالتجارة الإلكترونية ، أو من حيث الموضوع أي تحديد محل التجارة الإلكترونية بما يتماشى مع طبيعة المجتمع خاصة من حيث المشروعية و عدم مخالفة النظام العام و الآداب العامة .

من الأهمية القصوى تحديد كل الجوانب القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية من خلال النصوص القانونية المنظمة و المقيدة للمعاملات الإلكترونية ، و هذا ما تناوله قانون التجارة الإلكترونية الجزائري فقد حدد نطاق تطبيق هذا القانون لتضييقه لأطراف التجارة الإلكترونية ، و كذلك للمنتوجات المعروضة على وسائل الإتصال الإلكترونية حتى يضمن المشرع الجزائري الرقابة الفعالة سواء الرقابة السابقة للتعاقد أو الرقابة اللاحقة لها.

حدد المشرع الجزائري نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري للوصول لأهداف التعاقد و هو تلبية رغبات المتعاقدين ، مع الأخذ بعين الإعتبار المصلحة العامة و تحقيق التوازنات العقدية من حيث الحقوق و الواجبات ، فنطاق التجارة الإلكترونية صعب التحديد

لإتساع رقعة الإتصال الممتدة على كل دول العالم و تبادل العروض و الطلبات بكل سهولة بين كل سكان العالم.

يتمثل نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري من جانبين ، الجانب الأول يتمثل في النطاق الشخصي لهذا القانون ، و الجانب الثاني يتمثل في الجانب الموضوعي للتجارة الإلكترونية.

و عليه نطرح التساؤل التالي :

كيف سن المشرع الجزائري النصوص القانونية التي تحدد نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية من حيث الأشخاص و الموضوع ؟

للإجابة على هذه الإشكالية قسمنا الموضوع إلى فصلين ، تناولنا في الفصل الأول نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري من حيث الأشخاص ، أما في الفصل الثاني تناولنا نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري من حيث الموضوع.

الفصل الأول

نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

من حيث الأشخاص

يتحدد تطبيق قانون التجارة الإلكترونية نظراً إلى الزاوية التي ينظر إليها في هذا المجال، ومن جهة أخرى بالنظر إلى الموضوع التي تهتم به، لذا من المهم تحديد الأشخاص الذين يدخلون في دائرة تطبيق التجارة الإلكترونية وقد حدد المشرع الجزائري من خلال قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05-18¹ أطراف التجارة الإلكترونية وهم: المستهلك الإلكتروني كطرف في هذه التجارة (المبحث الأول)، والطرف الثاني يتمثل في المورد الإلكتروني الذي يعد شخصا من أشخاص التجارة الإلكترونية في الجزائر (المبحث الثاني).

¹ قانون رقم 05-18 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد (28) لسنة 2018.

المبحث الأول

المستهلك الإلكتروني

يعد المستهلك الإلكتروني طرفاً أساسياً في التجارة الإلكترونية فهو الشخص الذي توجه له التجارة الإلكترونية، فالمستهلك في مجال معاملات التجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية ولكنه فقط يتعامل عبر وسيلة إلكترونية، وقد أصبحت ظاهرة المعاملات الإلكترونية كثيرة الانتشار والإستعمال مما أدى إلى وجوب تحديد هذه العلاقة وتحديد أطرافها من المنظور القانوني، ومن هذا المنطلق يجب تحديد تعريف المستهلك الإلكتروني (المطلب الأول)، تم تحديد إلتزامات المستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تعريف المستهلك الإلكتروني

رغم أن مصطلح المستهلك يعد أقدم المصطلحات إستخدام سواء في الدراسات القانونية أو التجارية أو الإقتصادية، إلا أنه مع ظهور التجارة الإلكترونية أصبح تحديد المعنى الحقيقي للإستهلاك الإلكتروني صعب لظهور أنماط جديدة لطرق الإستهلاك الإلكتروني، والتي طرحت محاولات لتحديد تعريف المستهلك الإلكتروني، سواء تعريف من الناحية الفقهية (الفرع الأول)، أو تعريفه من الناحية التشريعية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

يجمع الفقه على أن المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي، ويكون الفرق بينهما في وسيلة التعاقد، حيث ان المستهلك الإلكتروني يتعاقد عن بعد عبر وسائل إلكترونية توفرها شبكة الإنترنت، لكن الفقه اختلف في إعطاء تعريف المستهلك، حيث إنقسم إلى إتجاهين إتجاه مضيق لتعريف المستهلك الإلكتروني واتجاه آخر يوسع هذا التعريف.

الإتجاه الأول: التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني.

يعرف هذا الإتجاه المستهلك على أنه ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية وتسلمها ماديا أو حكما، سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الإتصالات الإلكترونية،¹ كما يعرف المستهلك الإلكتروني أنه كل شخص طبيعي يقوم بتصرفات قانونية لإشباع حاجياته الشخصية والعائلية،² ويخرج من ذلك كل من يبرمالتصرفات لأغراض مهنية أو حرفية، فقد تم التشديد في تضيق مفهوم المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى ولو كان خارج مجال إختصاصه المهنية على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لأغراض الشخصية إذا ما وجه أحدهما مهنيا محترفا أثناء تعاقدهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه³، فوفقا لهذا

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد: حماية المستهلك الإلكتروني دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 86.

² - خالد ممدوح إبراهيم: إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص 423.

³ - عبد الله ليندة: المستهلك والمهني، مفهوم متباينان، مداخلة في الملتقى الوطني بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الإقتصادي يومي 13 و 14 أبريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، ص 21.

الاتجاه المستهلك هو الشخص الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض غير مهني، كما يمكن أن يشمل بعض الأشخاص الاعتبارية الخاصة، كالمعتاد التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف إلى تحقيق الربح.¹

كما عرف هذا الاتجاه أيضا المستهلك الإلكتروني على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بوسيلة إلكترونية بشأن المنتجات التي تلزمه هو وذويه والتي لا ترتبط بمهنة أو حرفة.²

ثانيا: التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني.

يرتكز هذا الإتجاه في تعريفه للمستهلك الإلكتروني على معيارين وهما معيار الاختصاص المهني ومعيار الإسناد المباشر.

1- معيار الإختصاص المهني

ذهب هذا الإتجاه إلى التوسع في مفهوم المستهلك الإلكتروني ليشمل أكبر عدد من الأشخاص والعلة وراء ذلك واضحة وهي تمكين هؤلاء الأشخاص من الاستفادة من القواعد الحمائية المقررة في مواجهة الشروط التعسفية³، فيعرف المستهلك الإلكتروني وفقا لهذا الاتجاه بأنه: " كل شخص طبيعي أو إعتباري يتعاقد بأحد الوسائل الإلكترونية من أجل

¹- أسامة محمد بدر: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص78.

²- أكسوم عيلا م رشيدة: المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص،

كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018، ص 44.

³- محمد أحمد عبد الحميد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015 ص

الحصول على السلع والخدمات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية، أو إحتياجاته المهنية خارج نطاق تخصصه".¹

يتضح من هذا التعريف أن كل من يتعاقد خارج نطاق إختصاصه المهني يعد محلاً للحماية القانونية ضد إساءة إستعمال الطرف القوي المتعاقد مع المستهلك والذي يعبر عنه بالمهني ' لمركز المتفوق واستغلال لخبرته الفنية والقانونية وقوته الإقتصادية، بحيث يميل بها إلى التعسف على حقوق المستهلك باعتباره الطرف الضعيف.

كما يرى أنصار هذا الاتجاه أن يكون مستهلكاً: " الشخص الذي يمارس-بمناسبة تعاقدته عبر الانترنت أو خارج الخط - اختصاصه المهني، بمعنى من يتعاقد للحصول على الأموال أو الخدمات² واستخدامها في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية.

استناداً لهذا المفهوم يعد مستهلكاً: الشخص المحترف الذي يتصرف خارج نطاق تخصصه المهني وذلك على إعتبار أن هذا المحترف غير المتخصص يتسم في الواقع بنفس حالة الضعف التي تعترى المستهلك العادي³، وبالتالي له الحق في الإستفادة من القواعد الحمائية المقررة في مواجهة الشروط التعسفية إذا ما تواجد في مركز ضعف بالعلاقة التعاقدية وظهر بمظهر المحترف المستهلك⁴، فالمحامي الذي يتعاقد بشأن أجهزة إعلام آلي لنشاطه المكتبي، يمكن اعتباره مستهلكاً عادياً كونه في هذه الحالة يتصرف خارج نطاق تخصصه،

1- كوثر سعيد عدنان خالد: مرجع سابق، ص81.

2- أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص64.

3- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دط، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 22.

4- محمد أحمد عبد الحميد أحمد، مرجع سابق، ص 90-93.

وبالتالي فهو يجد نفسه في حالة ضعف تشبه وضعية المستهلك العادي في مواجهة متعاقد محترف ومتخصص في مجال أدوات المكتبة والإعلام الآلي¹.

2-2- معيار الإسناد المباشر :

يرتكز هذا المعيار في جوهره على فكرة الصلة التي تربط بين العقد الذي يتم والمهنة التي تمارس، بحيث إذا ما توافرت هذه الصلة وتحققت فإنها تكسب من قام بهذا التصرف (المزود) صفة المستهلك وتجعله يستأهل بالحماية القانونية المقررة في مواجهة الشروط التعسفية، أي أن هذا المعيار يخدم مصلحة المزود بالدرجة الأولى².

وقد اعتمدت على هذا المعيار بعض أحكام القضاء في فرنسا ففي تطبيق قضائي وجدت شركة متخصصة في صنع الأواني الزجاجية، وحدث أن اشتعلت النيران في الشركة نتيجة صب مادة منصورة لإناء زجاجي وهي في حالة ذوبان، ولم تستطع الشركة إخماظ النيران المستمرة نتيجة انقطاع المياه فقامت الشركة برفع دعوة قضائية ضد المتعهد بتوريد المياه، مطالبة بوصفها " مستهلكا" بإبطال الشرع التعسفي المدرج في عقد التوريد والذي يقضي بإعفاء المتعهد من المسؤولية في حال وقوع أي أضرار، وكان البحث من قبل القضاء يقتصر على مدى تمتع الشركة بوصف المستهلك من الناحية القانونية من عدمه، واستنادا لمعيار الإسناد المباشر تم إضفاء وصف المستهلك على الشركة بحكم القانون ومن ثم فإنها تستأهل حماية القانون وبالتالي لها الحق في مقاضاة المتعهد على سند من إبطال هذا الشرط التعسفي، وجاء في تسبيب هذا الحكم بأنه ثمة صلة تربط بين عقد التوريد وبين النشاط

¹- مولود بغدادي: حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الإستهلاك، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص حماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014-2015، ص ص 18-19.

²- عبد الله ذيب عبد الله محمود: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 16.

المزاوول من طرف الشركة، ذلك أن هذه الشركة وهي في مجال ممارستها العادي لنشاطها الصناعي تستهلك نسبة كبيرة من المياه.¹

غير أن ما يعب على هذا المعيار هو أنه لم يأخذ فكرة " عدم التوازن الإقتصادي " بعين الاعتبار إذ أنه لا يعتد بوجود فكرة " عدم المساواة في المراكز القانونية لأطراف العلاقة التعاقدية " أي بمعنى وجود مركز قانوني قوي أو وجود مركز قانوني ضعيف، فكل ما في الأمر هو وجود صلة تربط بين العقد المبرم والمهنة التي تمارس لاكتساب الشخص صفة المستهلك.²

بعد عرضنا للاتجاهين المقيد والموسع لمفهوم المستهلك الإلكتروني، يتضح لنا أن جوهر الحماية القانونية المقررة في مواجهة الشروط التعسفية تكمن في ضعف المركز الفني، القانوني والاقتصادي للمستهلك الإلكتروني في مواجهة الطرف المتعاقد معه والذي يعبر عنه بمصطلح " المهني نتيجة تمتع هذا الأخير بمركز إقتصادي قوي إضافة إلى تمتعه بالخبرة المعلوماتية، الفنية والتقنية لكافة المسائل المتعلقة بالعقد المبرم بينهما، مما يمكنه من فرض شروطه على المستهلك الضعيف، وعليه لا ينبغي أن نحدد مجالات آخرا للحماية قوامه " التخصص المهني " لأن في ذلك خرق لمضمون وجوهر هذه الحماية.

ومن خلال ما تقدم ذكره يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم تصرفات قانونية بأحد الوسائل الإلكترونية وعبر شبكة الاتصالات العالمية

¹- أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 71-72.

²- أسامة أحمد بدر، المرجع نفسه، ص73،

بغرض الحصول على المنتجات المختلفة من سلع وخدمات تلبية لاحتياجاته الشخصية أو إحتياجات عائلته.

الفرع الثاني

التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني

أثر جدل حول تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني حيث سعت أغلب الحكومات لحكماية هذا الأخير بشتى الطرق، وهذا ما دفع بنا إلى محاولة تحديد مفهوم المستهلك في مختلف التشريعات.

أولاً- تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري.

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في القانون الأول لحماية المستهلك الذي صدر سنة 1989، لكن تدارك الأمر المرسوم التنفيذي رقم 90.39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة 02 الفقرة 09 حيث عرف المستهلك أنه " كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً¹، منتوجاً أو خدمة الاستهلاك الوسيط او النهائي لسد حاجاته الشخصية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"².

وكذا نص القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على أن المستهلك هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي سلعا قدمت للبيع أو

¹- المنتوج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية.

²- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الجريدة الرسمية عدد 05، الصادر بتاريخ 31/01/1990.

يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني¹، ويلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية والمعنوية شريطة ان تكون مجردة من الغرض المهني لها لهذه الصفة يجعلها محل حماية القانون المستهلك.

أما القانون 03-09 وتحديدا في المادة 03 فقرة 01 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المستهلك كالتالي " هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، وعليه فهذه المادة جاءت لتأكيد موقف المشرع من التعاريف السابقة وكذلك لبيان موقفه اتجاه التشريعات المقارنة، وبهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن التعريف الملائم.²

وقد تطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني لأول مرة في القانون الجديد رقم 05³/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 06 الفقرة 03 بقوله مايلي " المستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

ونلاحظ هنا أنه حافظ على التعريف السابق في القوانين السابقة الذكر وأضاف إليه فقط الطريقة او الوسيلة الاستهلاكية الإلكترونية فقط، وأخيرا يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا

¹ - المادة رقم 3 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادر بتاريخ 2004/06/23 معدل ومتمم.

² - قانون رقم 03-09 المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادر بتاريخ 2009/03/08.

³ - قانون رقم 05-18 مؤرخ في 2018/05/10، متعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد رقم 28، الصادر بتاريخ 2018/05/16.

يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في النشاط المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة، إذن المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية والاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة إلكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية، وهذا يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المسرع للمستهلك العادي مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر الشبكة الإلكترونية.¹

ثانياً: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن.

لقد تطرقت التشريعات المقارنة إلى تعريف المستهلك الإلكتروني، 1 (تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي)، 2 (تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري).

1- تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي:

عرف المشرع الفرنسي في القانون رقم 22/78 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عملية الائتمان من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية وحاجيات من يعيلهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني، كما عرفه في المادة الثانية من نفس القانون المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان

¹ - خالد إبراهيم ممدوح، مرجع سابق، ص 21.

على أنه " يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني".¹

فتلاحظ أن المشرع الفرنسي تطرق إلى تعريف المستهلك بصفة عريضة وأعتد في تحديد ذلك على معيار الغاية وهو الاستعمال الشخصي للمنتوج دون أن يكون لذلك ارتباط بالنشاط المهني المستهلك.

أما التوجيه الصادر في 5 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين فقد نصت المادة الثانية منه " أن المستهلك كل شخص طبيعي وفي إطار العقود المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية، فعدم التصرف يكفي لإضفاء صفة المستهلك على الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء أو إيجار أو قرض أو إنتفاع، وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية".²

كما عرف المشروع القانون الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993 المستهلك بأنهم " الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات لاستعمال غير مهني³، ورغم ذلك صدر هذا القانون في صياغته حاليا من أي تعريف للمستهلك الإلكتروني.

¹- Loi n 78-22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit, voir : www.legifrance.gouv.fr, vue le 20/05/2021.

² - Directive 97-07/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997, concernant la protection des consommateurs en matière des contrats à distance, J,O n L144 du 4 juin 1997. www.justicom.net, vue le 20/05/2021.

³ - Loi n 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation, voir : www.justice.gouv.fr, vue le 20/05/2021.

كما تطرق لتعريف المستهلك التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، حيث أعتبر المستهلك " كل شخص طبيعي يتصرف خارج نشاطاته المهنية، ويعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معفي من الحماية المقررة للمستهلك ولو كان الشخص الذي يتصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا.¹

2- تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري:

عرف القانون المصري رقم 67 سنة 2006 بشأن حماية المستهلك في المادة الأولى بان المستهلك هو " كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد في هذا الخصوص"، ويقصد بالشخص حسب هذه المادة " الأشخاص الطبيعيين والأشخاص المعنويين ومنها الشركات بجميع أشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات والمنشآت والروابط والتجمعات المالية وجمعيات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها.

كما عرفت المادة المذكورة سابقا المنتجات على انها " السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم عليها من خلال مورد.² ونلاحظ في هذه المادة إغفال المصراع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك (الغرض المهني)، ومن خلال إستقراءنا لهذه المادة نلاحظ من أول وهل أن المشرع المصري أخذ

¹ -Article 06 de la directive 97-07, concernant la protection des consommateurs en matières dès contrats à distance, op,cite.

² - قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

بالمفهوم الواسع من خلال لفظ (كل شخص) إلا أنه يتعين لنا من عبارة إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية على أنه استقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.

أما بالنسبة للفقهاء المصري يتنازل بين الاتجاه الضيق والواسع لمفهوم المستهلك ومن أنصار الاتجاه الضيق نجد " السيد محمد السيد عمران " الذي يعرف المستهلك بأنه كل شخص يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية والعائلية، وبالتالي لا يكتسب صفة مستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروع، ومعارض هذا الاتجاه الفقيه " حمد الله محمد حمد الله " الذي يؤيد الاتجاه الواسع هو كل شيء يتعاقد بهدف الاستهلاك.

كما لم يرد أي تعريف للمستهلك الإلكتروني وبناء على ذلك يمكن أن نعرفه بأنه " ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع والخدمات لغير الأغراض التجارية ويتسلمها مادياً أو حكماً سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية ".¹

المطلب الثاني

التزامات المستهلك الإلكتروني

يترتب عن التزام المتدخل بتسليم السلعة أو تنفيذ الخدمة، إلتزام المستهلك أو الزبون بأداء ثمن مقابل السلعة أو مقابل الخدمة، وتكون وسائل الدفع التي يعتمد عليها هذا الأخير سائلة كالنقود أو المعدنية أو التي تحل محلها من وسائل أخرى كالشيكات، غير أن الطابع المادي

¹ - خالد إبراهيم ممدوح، مرجع سابق، ص21.

لهذه الوسائل لا يصلح لتسهيل التعامل الذي يتم في بيئة غير مادية كالعقود الإلكترونية التي تتم في شبكة الإنترنت أين تزول المعاملات الورقية.¹

وعن حصيلة من الأبحاث والدراسات العلمية والعملية في الوسائل التقليدية للدفع والقياس على أنظمة الدفع، تم التوصل إلى نظام دفع حديث ومتطور يسمى نظام الدفع الإلكتروني أو السداد الإلكتروني (الفرع الأول) وبعد دفع الثمن يقابله التزام بتسليم المبيع (الفرع الثاني).

الفرع الأول

إلتزام المستهلك بالدفع الإلكتروني (السداد الإلكتروني)

أهم ما يترتب على المستهلك الإلتزام بدفع الثمن ويسمى الدفع الإلكتروني في البيئة الإلكترونية والهدف منه تغطية المنفعة الاقتصادية بالنسبة للمتعاملين في التجارة الإلكترونية عن طريق إتاحة تحويل ثمن الخدمة والسلعة المشتراة إلى الطرق المستفيد من خلال تكنولوجيا الشبكات.² ويعني الدفع الإلكتروني تسوية المعاملات المالية إلكترونيا تنفيذًا لعمليات الدفع عبر أجهزة وتمنياتي الحاسوب أو بواسطة الناقل الإلكتروني وهي شبكة الانترنت، أو الاتصالات الحديثة كوسائل جوهريّة.

ويختلف نظام الدفع الإلكتروني عن نظام الدفع التقليدي في أن الأول (الدفع الإلكتروني) يعتمد على استخدام تقنيات الاتصالات الحديثة لتنفيذ عمليات الدفع، بينما الدفع التقليدي يركز على العنصر البشري في إتمام عمليات الدفع، كما يختلفون في طبيعة وسائل الدفع، فتتصف وسائل الدفع التقليدي بمادة ملموسة مثل النقود والشيكات والتعامل فيها محسوس،

¹ - مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى الجزائر، 2009 ص210.

² - محمد البنان، العقود والاتفاقيات في التجارة الإلكترونية (العقود الإلكترونية) المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، 2007، ص6.

في حين تتصل وسائل الدفع الإلكتروني باللامادية اللاملموسة، والتعامل بها في فضاء رقمي افتراضي.

أولاً: خصائص الدفع الإلكتروني.

سنتناول خصائص الدفع الإلكتروني من خلال الصفة الدولية، ومن حيث الجهة التي تقوم بالدفع، ومن حيث وسائل الأمان الفنية على التوالي:

1- من حيث الصفة الدولية

من خصوصيات العقد الإلكتروني أنه دولي وتبعية لهذه الصفة فوسائل الدفع الإلكتروني تستجيب لهذه الصفة فنقوم على تسوية وتسديد قيمة المعاملات التي تتم عن بعد، فيتم الدفع من خلال إعطاء امر بالدفع الذي يتم وفقاً للمعطيات الإلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين أطراف العقد المتواجدين في أمكنة مختلفة.¹

2- من حيث الجهة التي تقوم بخدمة الدفع الإلكتروني

الدفع الإلكتروني يتم عبر مزودين الخدمة الإلكترونية التي تتمثل في الشركات الإلكترونية، فتحل محل المصرف بأداء خدمة الدفع، وتعتبر هذه الشركات أكثر مرونة من البنوك بالنسبة إلى زبائنها حيث تستخدم تقنيات حديثة جعلت من خدماتها أكثر سرعة وأكثر مرونة من خدمات البنوك العادية.

3- من حيث وسائل الأمان الفنية.

¹ - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكتروني، دط، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص ص 39-40

بما أن الدفع الإلكتروني يتم في فضاء عالمي مفتوح يستقبل جميع الأشخاص من مختلف البلدان، فليس من المستودع أن تكون أرقام البطاقات النقدية الإلكترونية محل سرقة وسط، لذا وجب ان تتمتع وترتبط وسائل الدفع الإلكترونية بوسائل أمان فنية تعمل على تحديد هوية كلا من المدين والدائن أثناء القيام بالدفع، وإن تم بطريقة مشفرة وبرامج خاصة معدة لهذه الغرض كبرنامج عمل أرشيف للمبلغ التي يتم السحب عليها إذ بهذه الطريقة سيكون من السهل الرجوع إليها.¹

ثانيا: وسائل الدفع الإلكتروني

نص المشرع الجزائري في قانون النقد والقرض في المادة 69 منه على ما يلي: " تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل " ²

وعليه نميز بين نوعان من وسائل الدفع: وسائل الدفع المطورة، ووسائل الدفع الحديثة والتي سنتناولها على التوالي:

1- وسائل الدفع المطورة:

هذه الوسائل يتم التعامل بها في ظل الدفع التقليدي، إلا أنه بظهور التطور التكنولوجي تغيرت طرف معالجتها وطرق تداولها وهي:

¹- واقف يوسف، المرجع السابق، ص25.

²- أمر رقم 03-11، مؤرخ في 26/08/2003، يتضمن قانون النقد والقرض، الجريدة الرسمية عدد 52، صادر بتاريخ 27/08/2003.

أ- التحويل المصرفي:

تعتبر التحويلات المالية ما بين المؤسسات المصرفية والنقدية، من أهم العمليات والنشاطات التي تركز عليها لتحقيق الأهداف المسطرة منها في إطار التعاون المصرفي ما بين هذه المؤسسات، ويعتبر التحول المصرفي في المسائل الهامة التي مسها التطور التكنولوجي، وذلك راجع إلى السرعة في تنفيذ العقود الإلكترونية والثقة ما بين المتعاملين في مجال التحويلات المصرفية، التي تعتبر عملية لانقضاء الالتزام الناتج عن الدفع الإلكتروني ما بين المشتري الذي فضل أن يستعمل وسيلة إلكترونية لانتقاء حاجاته من سلع وخدماته.¹

والتحويل الإلكتروني هو تأمين عملية التحويل من حساب المدين إلى حساب المدين إلى حساب الدائن ليتم الوفاء وذلك بإعطاء أمر مصرفي يتضمن تحويل مبلغ محدد من المال من حساب آخر ويتم ذلك عبر الإنترنت أو من خلال جهاز الصراف الآلي التي تكون مرتبطة بشبكة البنوك وتسمح بالتحويل الداخلي أو من بنك لآخر.²

أ- بطاقة الائتمان: Carte de crédit

هي التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، ويتم استخدامها كأداة ضمان، وتتميز بأنها توفر كلا من الوقت والجهد لحاملها، وما يحصل عليه البنك من رسوم مقابل الخدمات أو الفوائد عن التأخر في السداد من أمثلة هذا النوع بطاقة الفيزا، الماستر كارد، أمريكان إكسبرس...

¹ - واقف يوسف، المرجع السابق، ص96

² - محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الاردن 2011، ص94.

وتتميز هذه البطاقات بعدة خصائص من بينها توفير إمكانية الشراء الفوري والدفع الآجل، تحمل صورة العميل درءاً للتزوير أو السرقة وأخيراً إمكانية قيام حاملها بسداد المبالغ من هذه البطاقات بالعملة المحلية لبلاده، سواء أكان المبلغ المصروف محلياً أو خارج الدولة. كما أن ظهور بطاقات الائتمان أدى لتجاوز سلبيات الشيك وهي عادة ما تستعمل لسحب المال من البنك إلى حد أن البعض تحدث عن " شركة بدون مال: société sans argent ولقد تضاعف عدد مستعملي بطاقات الائتمان التي تعد الطريقة الفضلى لتحقيق سرعة استلام الأموال وسريتها.¹

ج- الشيك الإلكتروني

الشيك الإلكتروني هو مثل الشيك التقليدي المتعامل في التجارة التقليدية والذي أعتاد الناس التعامل به، إلا أنه ومواكبة للتقدم التكنولوجي تمت معالجته ليتم بطرق إلكترونية، وهو ليس شكلاً جديداً من أنظمة الدفع بل هو نتيجة استخدام وسائل إلكترونية لتحويل الشيك الورقي إلى شيك رقمي يسمى " الشيك الإلكتروني " ويستخدم لإتمام عمليات الدفع الإلكتروني. والشيك الإلكتروني هو: إلزام قانوني بسداد مبلغ معين في تاريخ محدد لصالح شخص أو جهة معينة، ويتم تحرير بواسطة أداة إلكترونية ويتم تذييله بتوقيع إلكتروني ويتمتع بقوة الشيك الورقي في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني.²

2- وسائل الدفع الحديثة

¹ - مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة، مرجع سابق، ص 213-214.
² - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية، دط، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 323.

لم يتوقف التطور التكنولوجي على أنظمة معالجة وتداول وسائل الدفع التقليدية بل أنتج هذا التطور وسائل حديثة تماشياً مع متطلبات التجارة الإلكترونية والعقود الإلكترونية، وتتمثل في:

أ- إن النقود الإلكترونية وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني وأن هذه الأخيرة تعتمد على عدة آليات دفع أخرى غير النقود الإلكتروني، وهذا ما يتناقض مع استخدام البعض لمصطلح النقد الإلكتروني للدلالة على كل أنواع الدفع التي تتم بطريقة إلكترونية، إلا أن هذا الاستخدام بدأ يتقلص أمام ظهور تعريف ومعنى للنقود الإلكترونية.¹

والنقود الإلكترونية هي إحدى إفرازات التقفد التكنولوجي وعالم الاتصالات، إذ وردت عدة تسميات للنقود الإلكترونية نذكر منها: العملة الرقمية، النقدية الإلكترونية، نقود الانترنت، نقود الشريكة.....²

كما إختلف الفقه في تعريفهم للنقود الإلكترونية فمنهم من عرفها بأنها: " تلك النقود التي يتم تداولها عبر الوسائل الإلكترونية 'وجانب آخر من الفقه عرف النقود الإلكترونية بأنها: " قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة " .³

¹- نسرين عبد الحميد نبيه، الجانب الإلكتروني للقانون التجاري، دط، منشأ المعارف، مصر، 2008، ص12.
²- محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص328.
³- حمودي محمد ناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، دار الثقافة و النشر و التوزيع الاردن ، 2012، ص428.

أ- محفظة النقود الإلكترونية

محفظة النقود الإلكترونية هي عبارة عن محفظة نقود مجازية يمثلنا المشتري لدى مؤسسة مالية متخصصة، يتم تمويلها بإيداع رصيد مالي باستخدام بطاقة اعتماد مصرفية، ويجري العمل بها بخصم الثمن من محفظة النقود الخاصة بالمشتري لتضاف إلى محفظة النقود الخاصة بالبائع في المؤسسة المالية نفسها، وتمتاز هذه الوسيلة بأنها تحقق أمن تبادل النقد عبر شبكة الإنترنت لأنها تعتمد على عملية حسابية دقيقة كما تساهم في الوقت ذاته بتحديد شخصية أطراف التعامل كما تمتاز بقلّة تكلفتها مقارنة مع بطاقات الائتمان، ألا أنه بالرغم من هذه المزايا فمحفظة النقود الإلكترونية تواجهها بعض الصعاب من الناحية الفنية إذ يتعين أن يكون كلا طرفي التعامل مالكا لمحفظة النقود الإلكترونية لدى نفس المؤسسة المالية، ومن الناحية القانونية، بالرغم أنها نقود مجازية إلا أنها مبرئة للذمة، ولذلك أعتبر بعض الشراح الفرنسيين أن النقود الإلكترونية تعتبر تعديا على سلطة الدولة في إحتكار عمليات صك النقود.¹

ثالثا: زمان ومكان تنفيذ الالتزام بالدفع الإلكتروني.

متى استحق دفع الثمن فهو واجب الوفاء في زمان ومكان خاص وهو الذي سنبينه على التالي:

¹- إلياس ناصيف: العقود الدولية(العقد الإلكتروني في القانون المقارن)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص 159-160.

1- زمان تنفيذ الالتزام بالدفع الثمن.

تنص المادة 388 ق م ج على أنه: " يكون ثمن المبيع مستحقاً في الوقت الذي يقع فيه تسليم المبيع ما لم يوجد اتفاق أو عرف يقضي بخلاف ذلك " .

بالنسبة لزمان الوفاء باليمن في العقود الإلكترونية فنادراً ما يتم الوفاء خارج وقت إبرام العقد، غير أنه في العقود المبرمة عبر شبكة الوب غالب ما يكون فيها الدفع قبل تنفيذ العقد باعتبار أن البائع هو الذي يضع هذا الشرط قبل تغريده أو تسليمه للشيء، ويرى البعض أنه في ظل البيئة الإلكترونية وما تعتمد عليه من عمليات تشفير وتوثيق من جهات المصادقة، يمكن للمشتري الخروج من القاعدة العامة التي تقضي بدفع الثمن أثناء تسليم المبيع له، وذلك بدفع الثمن، قبل تسلمه المبيع باعتبار هذه الجهات ستزوده بشهادة مصادقة بدفع الثمن، كما يجب منح الحرية للأطراف المتعاقدة في تحديد زمان تنفيذ الوفاء بالثمن إن كان قبل أو بعد تسليم المبيع.¹

2-مكان تنفيذ الالتزام بدفع الالكتروني

تنص المادة 387 ق.م.ج على أنه: " يدفع ثمن المبيع من مكان تسليم المبيع ما لم يوجد اتفاق أو عرف يقضي بغير ذلك، فإذا لم يكن ثمن المبيع مستحقاً في وقت تسلم المبيع وجب الوفاء به في المكان الذي يوجد فيه موطن المشتري وقت استحقاقه الثمن " .²

يكون مكان دفع الالكتروني هو المكان الذي يوجد فيه المشتري وقت استحقاق الثمن.¹

¹- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص442.

²- الأمر رقم 58-75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 78 الصادرة في 30 سبتمبر 1975.

يرى البعض أن مكان تنفيذ الدفع الإلكتروني يجب تركه لحرية الأطراف، وفي حالة غياب الاتفاق بين الأطراف نطبق القاعدة العامة المطبق على العقد، إلا أن الممارسات التطبيقية تحدد مكان تنفيذ الالتزام بالوفاء في العقد الإلكتروني بالمكان الذي يتواجد به موزع الانترنت الخاص بالموجب لما يكون العقد قد أبرم على موقع من مواقع الانترنت، والشيء نفسه إذا كان العقد مبرم عبر البريد الإلكتروني فهو المكان الذي تتواجد فيها معظم النشاطات التجارية للتاجر.²

الفرع الثاني

التزام المستهلك بتسلم المبيع

يعتبر إلتزام المستهلك بتسليم المبيع التزاما هاما وأساسيا، لأن به يتحقق الاستيلاء الفعلي للمستهلك على المبيع، وهو المقابل لالتزام المتدخل بالتسليم، فلا أثر قانوني لهذا الإلتزام ما لم يتم استلامه وإدخاله في حيازة المستهلك، ويتفق هذا الإلتزام مع إلتزام المتدخل في إرتباطه بزمان ومكان، ونفقات واجبة الدفع.

أولا: زمان ومكان تسلم المبيع تنص المادة 394 ق م ج على أنه: " إذا لم يعين الاتفاق أو العرف مكانا او زمانا لتسلم المبيع وجب على المشتري أن يتسلمه في المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع وان يسلمه دون تأخير، بإستثناء الوقت الذي تتطلبه عملية التسلم".
الظاهر على واقعة تسلم السلعة أو الخدمة المتعاقد عليها أنها تخضع لاتفاق الطرفين أولا ثم لأحكام التعامل ثانيا، وذلك استنادا لقاعدة العقد شريعة المتعاقدين، إذ أصبح من المتعارف

¹- خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص189.

²- حمودي محمد ناصر، مرجع السابق، ص444.

عليه اليوم بأن يكون التسليم بمكان المشتري لا سيما في حالات التعاقد عن بعد، والتي منها مثلا الشراء عبر الانترنت، إذ لا يعقل أن يشتري شخص ما إحدى السلع المعلن عنها عبر شبكة الإنترنت، ويذهب بعد ذلك بنفسه لتسليمها من مكان تواجدها، وإن كان ممكنا فهو ليس بالغالب الأعم.¹

ومنه فالاختبار بالتسليم يعتبر كما سبق القول أنه إلتزام مقابل الإلتزام بالتسليم الذي يمكن العميل من الاستيلاء على محل العقد، وعليه يتم تسليم المحب في نفس المكان والزمان الذي يتوجب إتمام عملية التسليم فيهما، لكون هذا الإلتزام مساو من حيث كيفية التسليم في مكانه وزمانه، وهو ما يجهل هذا الإلتزام واحد، مما يوجب على الملتزم بعد الانتهاء من الإعداد الوفاء به ليتمكن الطرفان من إبرام ذمتها تجاه الآخر.

وكما تم الإشارة أن زمان ومكان التسليم يخضع لإرادة الطرفين، فإن تحديدها لا يثير إشكالا، إلا أنه قد يحدث ألا يتم تحديد وقت التسليم في العقد، والتوصل من خلالها إلى تحديد الوقت المناسب، أو العمل بما أقره العرف في الثقيلة بمثل هذا التصرف وإعتباره موعد التسليم وذلك من خلال تحديد المدة التي استقر عليها العرف.²

ثانيا: التزام المستهلك بنفقات تسلم المبيع

تنص المادة 395 ق م ج على أنه: " إن نفقات تسلم المبيع تكون على المشتري ما لم يوجد عرف أو إتفاق يقضي بغير ذلك".

¹ - عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الأنترنت- دراسة تحليلية-، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن 2008، ص ص 318-319.

² - محمد فواز المطالقة، مرجع سابق، ص 107.

نستنتج من نص المادة أن نفقات تنفيذ الالتزام يتحملها المدين بهذا الالتزام باعتبار المشاري(العميل) هو المدين به فعليه تحمل نفقاته تدلتي تشمل المصارف اللازمة لنقل المبيع من مكان تسليمه إلى مكان تسلمه، نفقات الشحن وإرسال المبيع وتفريغه في ميناء الوصول والرسوم الجمركية المستحقة على محل العقد، إلا أن هذه القاعدة ليست من النظام العام مما يجوز الاتفاق على ما يخالفها، كأن يتحقق الطرفان على تحمل المعلن (البائع) نفقات التسليم كلها أو بعضها، وإن يتقاسمها مع المشتري.¹

وبذلك فلو قام شخص بشراء سلعة عبر شبكة الإنترنت، فإن نفقات دفع الثمن مثلا كالالتزام يقع على عاتق المشتري يقع على عاتقه أيضا وهو الأصل، ومثال ذلك لو كان ثمن جهاز الهاتف النقال المعروض على شبكة الإنترنت مائة دولار واتفق المتابعان على تحويل هذه القيمة عن طريق حوالة بنكية، أو باستخدام البطاقة الائتمانية وترتب على ذلك وجوب دفع قيمة إضافية على الثمن كخدمة الحوالة، فإن المشتري هو من يتحملها، وهو ما ينطبق على نفقات التسلم، فلو تعاقد شخص على شراء سلعة معينة بمبلغ 500 دينار عبر شبكة الإنترنت، ولم يتفق المتعاقدان على نفقات إرسالها، فإن المشتري يستحمل هذه النفقات بما فيها تكاليف النقل ورسوم الاستلام.²

¹- محمد حسن قاسم، عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص392-393.

²- عمر خالد زريقات، مرجع سابق، ص320.

المبحث الثاني

المورد الإلكتروني

يعد الطرف الثاني في المعاملات الإلكترونية طبقاً لقانون التجارة الإلكترونية القانون رقم 05-18، حيث أطلق عليه المشرع الجزائري إسم المورد الإلكتروني والذي يساهم في تنشيط التجارة الإلكترونية، والذي يتعامل عبر الوسائل الإلكترونية مع الطرف الآخر وهو المستهلك الإلكتروني، لذا يجب تحديد مفهوم المورد الإلكتروني وشروط إكتسابه لهذه الصفة لممارسة التجارة الإلكترونية(المطلب الأول)، ثم تحديد الالتزامات الملقاة على عتق المورد الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم المورد الإلكتروني

حدد قانون التجارة الإلكترونية الطرف الثاني في المعاملات الإلكترونية وهو المورد الإلكتروني، وذلك بتعريفه (الفرع الأول) وتحديد شروط ممارسة لهذه الصفة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف المورد الإلكتروني

يرتبط تطبيق قواعد حماية المستهلك بتوفر صفة الاحتراف في الشخص الذي يتعامل معه المستهلك، فلو كان مورد السلعة أو الخدمة لا يمارس نشاطا تجاريا على وجه الاعتياد

وبغرض تحقيق الربح فلا يتوافر فيه وصف الاحتراف وعندها لا مجال لتطبيق نصوص قانون حماية المستهلك،¹ ويقصد بالمحترف أو المورد الإلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط يتدخل من خلاله في عملية عرض المنتج للاستهلاك ويستعين في ذلك بشبكة الانترنت ووسائل الاتصالات الإلكترونية المختلفة، وقد عرفه المشرع الجزائري في المادة 04/06 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو إقتراح توفير السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

نجد أن المشرع الجزائري ضيق في مفهوم المورد المحترف في ظل القانون 05-18 خلافاً للتعريف الوارد في ظل القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أين أضفى صفة المحترف على كل شخص يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك، فيستوي أن يكون منتجاً أو محترفاً أو تاجراً أو مستورداً أو ناقلات فقد عرف المورد بأنه: " المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

وعليه فإن هذا التضييق الذي جاء في تعريف المورد في ظل القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقد ينطبق على المورد المادي في إطار التجارة التقليدية لا يتوافق مع النشاط التجاري الإلكتروني، كون ان المورد الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية يستعين بالاتصالات الإلكترونية التي تضيف عليه وصف الإلكتروني، ومن ثمة فإن عملية عرض منتوجه أو خدمته للاستهلاك تستجوب تدخل بعض الفئات لا سيما المواقع الإلكترونية المخصصة التي تعرض عليها منتجات الموردين وتعد بمثابة متاجرة

¹ - أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص35.

إفتراضية¹، إذا يساهم هؤلاء المتدخلين في التحكم في المحتوى المعلوماتي للعملية الاستهلاكية الإلكترونية مثلا متعهدي الإيواء، ونأخذ على سبيل المثال العملاق في هذا المجال (booking)، فهو ليس صاحب الخدمة أو السلعة المعروضة، ولكن يعد وسيط تقني يساهم في التحكم في كيفية عرض بيانات هذه السلع أو الخدمات في مجال الإيواء والسياحة، وهو مسؤول كالمورد أو المحترف صاحب السلعة تجاه المستهلك الإلكتروني.

وبالتالي فإن إقتصار تعريف المشرع الجزائري في القانون 05-18 للمورد عن صاحب السلعة أو الخدمة المعروضة للتسويق²، يجعل باقي المتدخلين خارج هذا التعريف من جهة، ومن جهة أخرى لم يحدد هذا القانون المراكز القانونية لهؤلاء المتدخلين وطبيعة علاقتهم بالمستهلك الإلكتروني، ومن ثمة مجال حماية هذا الأخير إذا إستوجب إقتناؤه للخدمة أو السلعة التي يحتاجها للمرور بهؤلاء المتدخلين للوصول إلى المورد.

لكن المشرع الجزائري وضع بعض الشروط التي تتوقف عليها ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، وهذا ما أورده في نصوص المواد 08 و 09 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية كالآتي:

- القيد في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية لضبط جميع المعلومات عن التاجر أو الحرفي ونشاطه، ويضبط مزاوالات هذه النشاطات.

- نشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت مستضاف بالجزائر بامتداد (com.Dz)، حيث يتم منح أسماء النطاق كن قبل هيئة وطنية مؤهلة، إذ لا يمكن ممارسة

¹ - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2016-2017، ص13.

² - المادة 4/6 من القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لظى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

وهو الأمر الذي يمكن المورد من الحصول على بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين واكتساب صفة المحترف الإلكتروني، وهذا ما أقرته المادة 42 من القانون رقم 18-05¹، وبالمقابل إضفاء صفة المستهلك على الأشخاص غير المختصين المتعاملين مع هذه الفئات عبر الإنترنت.

الفرع الثاني

شروط ممارسة المعاملات التجارية الإلكترونية وفقا للقانون 18-05

إن المورد الإلكتروني ملزم بأن تتوفر فيه كشخص طبيعي أو معنوي مجموعة من الشروط لممارسة التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى ضرورة تقديم العروض التجارية الإلكترونية عبر صفحته الإلكترونية لجمهور المستهلكين. ونفصل أكثر في ذلك من خلال ما سوف يأتي:

أولاً: التسجيل في السجل التجاري وإنشاء الموقع الإلكتروني .

المادة 08 من القانون 18-05 ألزمت الأشخاص الطبيعيين والمعنويين لممارسة المعاملات التجارية الإلكترونية بما يلي:

1- أن يتم التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية

للأشخاص الذين يرغبون في ممارسة التجارة الإلكترونية.

¹ - المواد 8، 9 و 42 من القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

2- أن يقوم الشخص بفتح موقع أو صفحة إلكترونية في الجزائر com.dz

3- أن يكون موقع المورد الإلكتروني يتوفر على الوسائل والمعلومات والبيانات التي

تؤكد صحة الموقع.¹

وأضافت المادة 09 من القانون 05-18 شروط أخرى يلتزم بها الموردون الإلكترونيين مع

المركز الوطني للسجل التجاري وهي:

1. إنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين يمنعها لهم المركز الوطني للسجل

التجاري وسجل الحرف والصناعة التقليدية.

2. إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

يجب نشر القائمة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية لتكون

في متناول المستهلك الإلكتروني.²

ثانياً: تقديم عرض تجاري إلكتروني من الموردين الإلكترونيين.

إن التجارة الإلكترونية تتبع أسلوب غير تقليدي في الوصول إلى الزبائن غير أن طريقة

ونوع التسوق فيها على مستوى العالم وهي أيضا تحقق عائداً ضخمة يقابلها انخفاض في

التكاليف من خلال سوق ربط الزبائن بالتجارة في شبكة الإنترنت.

¹ - المادة 08 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - المادة 09 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

كما يمكن للشركات بواسطة المعاملات التجارية الإلكترونية القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين والدفع وغالبا ما يكون إلكترونيا عبر بطاقات الائتمان والتحويل البنكي والشبكات الإلكترونية.¹

إن تقديم عرض تجاري إلكتروني من الموردين يعتبر إيجابا موجهها للجمهور كعرض بضائع للبيع عبر الإنترنت مع بيان أثمانها. أما فيما يخص لغة قانون المعاملات فلم يشترط أي لغة وبالتالي يحق الأطراف اختيار اللغة للتعاقد بشرط تكون مفهومة.²

تنص أن تكون المعاملات التجارية الإلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني من الموردين الإلكترونيين بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة³ متضمنة البيانات الآتية وفقا لنص المادة 11 من القانون رقم 05-18.

وهذه المعلومات هي على سبيل الحصر:

1-رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية:

- رقم هاتف المورد الإلكتروني.

- رقم السجل التجاري أو بطاقة المهني الحرفي.

2-تحديد أسعار السلع والخدمات مع احتساب الرسوم.

2- طريقة احتساب السعر في حالة عدم إمكانية التحديد المسبق.

¹ - صغير موح مريم سردون مهدية مداخلة بعنوان- إشكالية الإعراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الإلكترونية - الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر/معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، بتاريخ 26-27 أبريل 2011. ص 15.

² - نسرين محاسنة: إنعقاد العقد الإلكتروني، مجلة الدراسات الأردنية، علوم الشريعة والقانون المجلد 31 عدد2، الأردن، 2004، ص327.

³ - المادة 10 من القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

3- مواصفات السلعة أو الخدمة/ كيفية التسليم ومصاريفه ورجاله.

4- تحديد الشروط العامة للبيع لا سيما ما تعلق بالطابع الشخصي.

5- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.

6- كيف يتم إجراء الدفع.

7- شروط فسخ العقد ومدة صلاحية العرض وشروط ورجال العدول.

8- طريقة تأكيد الطلبية وإغائها.

9- تحديد موعد التسليم وسعر المنتج.

- طريقة إرجاع المنتج أو إستبداله أو تعويضه.

- تحديد تكلفة إستخدام وسائل الإتصال الإلكترونية.¹

ووفقا للقواعد العامة يمكن أن يقترن الإيجاب بميعاد ويكون الإيجاب ملزما خلال الميعاد بمعنى التزام الموجب بالبقاء على إيجابه إلى أن ينقضي الميعاد ويستخلص الميعاد من ظروف الحال وطبيعة المعاملة، وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 263 من القانون المدني الجزائري وتنص على " إذا عين أجل للقبول التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى إنقضاء هذا الأجل وقد يتخلص الأجل من ظروف الحال أو طبيعة المعاملة".²

¹- المادة 11 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

²- المادة 63 من القانون رقم 58-75، المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، مرجع سابق.

شرط تقديم الغرض التجاري الإلكتروني هو إيجاب عام للتعاقد مع الجمهور المستهلك لأن الإيجاب هو عرض حازم وكامل للتعاقد وفقا لشروط معينة يوجهه شخص إلى شخص معين أو إلى أشخاص غير معينين بذواتهم أو للكافة.¹

حق المستهلك في الإعلام يتمثل في تقديم البائع المعلومات النزيهة والصادقة وذلك ما نصت عليه المادة 08 من القانون رقم 02/04 التي تنص على أن " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة ".²

ثالثا: مراحل طلبية المنتج المعروض عبر وسائل الاتصال الإلكترونية.

وفقا لنص المادة 12 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالمعاملات التجارية الإلكترونية تمر طلبية المنتج أو الخدمة في التعاقد بواسطة وسائل الاتصال الإلكترونية بثلاث مراحل إلزامية،³ وهي:

المرحلة الأولى: إعلام المستهلك بكافة الشروط التعاقدية يجب ان يضع المنتج أو البائع كافة البيانات المتعلقة بالمنتج والخدمة وتحديد شروط التعاقد حتى يتمكن المستهلك من التعاقد وهو على دراية كاملة وعلم بكل ما يتعلق بالبيع أو الخدمة التي يتم بهما إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية.⁴

¹ - محمد لبيب، الوجيز في مصادر الالتزام، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، مصر، 1992 ص 107.

² - المادة رقم 08 من القانون رقم 02/04، مرجع سابق.

³ - المادة 12 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

⁴ - المادة 12 من القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

المرحلة الثانية: أن يتحقق المستهلك من تفاصيل الطلبية.

وهو أن يتأكد المستهلك من ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، أي المواصفات الجوهرية للمنتج والخدمة، وكذلك أن يتأكد من العناصر الأساسية التي تدخل في تكوين المنتج، كما يجب على المستهلك أن يتحقق من السعر الإجمالي للمنتج والسعر الوحدوي والكميات المطلوبة وتحديد الكميات المطلوبة.

وهذا ما سوف يساعد المستهلك على تحديد الموقف المناسب له في هذه العلاقة التعاقدية عبر وسائل الاتصال الإلكترونية وتمكنه من تعديل طلبته أو إلغاؤها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.¹

المرحلة الثالثة: أن يؤكد المستهلك طلبته.

وهذا ما نص عليه المادة 12 فقرة 3 من القانون رقم 05-18 المنظم للمعاملات التجارية الإلكترونية، أن يختار المستهلك طلبته معبرا أو مؤكداً له بصراحة ويجب عليه أن يقوم بملء الخانات المعدة للملء بالمعطيات التي توجه وتحدد اختياره.²

كما تنص المادة 15 من القانون رقم 05-18 المنظم للمعاملات التجارية الإلكترونية أن الطلبية المسبقة تتحول إلى طلبية مؤكدة بمجرد توفر المنتج، كما أنه لا يجوز الدفع في الطلبية المسبقة إلا إذا توفر المنتج ويحق للمستهلك إرجاع الثمن في حالة دفعه قبل توفر المنتج.³

¹ - المادة 12 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - المادة 12 فقرة 3 من القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ - المادة 15 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

رابعاً: العناصر الجوهرية للعقد الإلكتروني

وفقاً لنص المادة 13 من القانون رقم 05-18 المنظم للمعاملات التجارية الإلكترونية يجب

أن يتضمن العقد الإلكتروني المعلومات الآتية وهي:

- الخصائص والعنصرية التفصيلية للسلع أو الخدمات أي عرض المكونات الأساسية التي

تتكون منها السلعة أو الخدمة لإعلام المستهلك.

- تحديد شروط وكيفيات التسليم ليكون المستهلك على علم بها.

- شروط الضمان ومدة الضمان وخدمات ما بعد البيع.

- الشروط التي على أساسها يتم فسخ العقد.

- شروط وكيفيات الدفع وشروط وكيفيات إعادة المنتج.

- تحديد طرق معالجة الشكاوى وشروط الطالبة المسبقة.

- تحديد شروط البيع بالتجربة عند الاقتضاء.

- تحديد الجهة المختصة في حالة النزاع بين المستهلك الإلكتروني.

- مدة العقد حسب كل حالة.¹

¹ - المادة 3 من القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

المطلب الثاني

إلتزامات المورد

يترتب على تنفيذ العقد الإلكتروني عدة إلتزامات تقع على عاتق كل من المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، فمن جانب المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، فمن جانب المورد الإلكتروني يلتزم بتسليم المنتج وبتأدية خدمة ومن جانب المستهلك الإلكتروني يلتزم بدفع الثمن المتفق عليه وتسلم المنتج أو تأدية الخدمة.

كما تعتبر عملية التسليم ذات أهمية أساسية في العقد، لأن الإلتزام الذي ترتبط به العديد من الآثار القانونية، فبتمام عملية التسليم يصبح المشتري قادرا على الانتفاع الكامل بالشيء المبيع ومن ثمة يكون المشتري قد حقق الغاية من الشراء، بتمكينه من حيازة الشيء المبيع، كما أن التسليم يعمل على إستقرار ملكية الأشياء.¹ وعليه يلتزم المورد الإلكتروني بالتسليم (الفرع الأول) و يلتزم كذلك المورد الإلكتروني بتأدية خدمة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

إلتزامات المورد الإلكتروني بالتسليم

وفقا للقواعد العامة، نص المشرع الجزائري على الإلتزام المتعاقد بتسليم السلعة في العقود العادية، طبقا للمادة 167 من القانون المدني الجزائري التسليم تنص على أنه " الإلتزام حق عيني يتضمن الإلتزام بتسليم الشيء والمحافظة عليه حتى التسليم، وهذه المادة تطبق على جميع العقود الناقلة لحق عيني، ومثال ذلك عقد البيع، فالبائع هو الذي يتحمل تبعه الهلاك

¹ - خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح ق المدني، ج4، دار المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص120.

الذي قد يحدث قبل التسليم، لأن الالتزام بالتسليم هو التزام بتحقيق نتيجة ليس الالتزام ببذل عناية.¹

كما نصت المادة 364 من القانون المدني على أن: " يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت المبيع.²

فمحل التسليم هو الشيء المبيع، أي أن محل التسليم هو المحل المتفق على إعداده وهو الواجب تسليمه، فإذا تم إبرام عقد ترخيص باستعمال برامج الحاسب الآلي أو شراء برامج خاصة بالعمل مثل برامج التشفير أو فك الشفرات، بذلك فإن محل العقد هو البرنامج الذي تم تحديده أثناء التعاقد.³

والشيء المبيع قد يكون سلعة ذات كيان مادي محسوس كالمعدات، والأجهزة الكهربائية، وقد يكون أشياء ذات كيان معنوي ليس لها وجود مادي كبرامج الكمبيوتر وقواعد البيانات والقطع الموسيقية وغيرها، ويمكن أن يتم التسليم لهذه الأشياء بالطرق الإلكترونية دون اللجوء إلى الطرق التقليدية.⁴

ولقد ألزم المشرع الجزائري في المادة 13 من القانون رقم 05-18، على وجوب أن يتضمن العقد على معلومات عن الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات المقترحة، وترك المجال مفتوحاً لكيفيات التسليم وشروطه.

أ- شروط وكيفيات التسليم:

¹- مناني فراح، مرجع سابق، ص ص 205-206.

²- الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26/09/1975، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

³- محمد فواز المطالقة، مرجع سابق ص 97.

⁴- مناني فراح، مرجع سابق، ص 206.

لقد اكد المشرع الجزائري على ضرورة تحديد كيفية التسليم وشروطه من خلال المادة 11 والمادة 13 من القانون رقم 18-05¹، وترك المجال مفتوحا لحرية الاتفاق بين أطراف العقد الإلكتروني وتتصح المادة 367 من القانون المدني أنه: " يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث من حياته والإنتفاع به دون عائق ولو يسلمه تسليما ماديا ما دام البائع قد أخبره بأنه مستعد لتسليمه بذلك " ².

ونستنتج أن التسليم نوعان إما يكون تسليما قانونيا (فعليا) بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بالطريقة التي تتفق مع طبيعته، وبإعلام البائع المشتري بوضع المبيع تحت تصرفه، وعلى أن يكون هذا العلم مستمدا من البائع نفسه وذلك منعا لكل لبس حول حقيقة علم المشتري بوضع المبيع تحت التصرف، والإعلام لا يتطلب شكلا معينا، وهذا العنصر الذي سهلته وسائل الإعلام الحديثة بما يخدم التعاقد،³ وأما أن يكون التسليم حكما طبقا لما نصت عليه المادة 376 من القانون المدني الجزائري التي تنص على: " قد يتم التسليم بمجرد تراضي الطرفين على البيع، إذا كان المبيع موجودا تحت يدي المشتري قبل البيع أو كان البائع قد استبقى المبيع في حيازته بعد البيع لسبب آخر لا علاقة له بالملكية " ⁴.

لكن في مجال العقود الإلكترونية باعتبارها من العقود التي تبرم عن بعد، فبإمكان المورد الإلكتروني الاتفاق على التسليم وتحديد كفيياته باستخدام مختلف الوسائل التي تحدد بإرادة واتفاق الأطراف المتعاقدة، فإذا كان محل التعاقد الإلكتروني شيئا معنويا فالتسليم يكون بتمكين المشتري من تحميل محل العقد، فإن كان هذا الأخير مثلا يتمثل في برامج

¹ - المادة 11 و 13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

³ - حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 382.

⁴ - الأمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، مرجع سابق.

الكمبيوتر، وجب تحميله على قرص صلب، أما إذا كان محل العقد شيئاً مادياً، فإن التسليم يكون مادياً حسب طبيعة الشيء المبيع أو بحسب إرادة الأطراف.

ب- زمان ومكان التسليم:

بالنسبة للقواعد العامة، فإن المشرع الجزائري ترك الحرية للمتعاقدين في تحديد زمان التسليم ولم يحدد مدة معينة، فقد يكون فور إبرام العقد أو بعد إبرامه في أجل معين، أو في آجال متتالية، فإذا لم يوجد اتفاق على زمان التسليم، فيجب أن يتم التسليم فور الإنهاء من إبرام العقد، ويمكن أن يتأخر التسليم بحسب ما تقتضيه العرف وطبيعة المبيع.¹

أما زمان التسليم في العقود الإلكترونية يعد من البيانات الإلزامية التعاقدية التي يشملها العقد ويجب على المورد إعلام المستهلك بها، كما هو منصوص عليه في المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية بحيث أجاز للمستهلك إرجاع المنتج على حالته، في حالة ما إذا لم يحترم المورد آجال التسليم في أجل أقصاه 4 أيام عمادل ابتداء من من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، في هذه الحالة يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل 15 يوم ابتداء من تاريخ استلامه المنتج.²

وبالنسبة لمكان التسليم نص عليه المشرع الجزائري في المادة 368 من القانون المدني الجزائري، فهو يوجد حيث موطن البائع لتحديد تبعة الهلاك بقولها: "إذا وجب تصدير

¹ - مناني فراح، مرجع سابق، ص 208.

² - حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 392.

المبيع إلى المشتري، فلا يتم التسليم إلا إذا وصل إليه ما لم يوجد إتفاق يخالف ذلك¹ ". فإذا وقعت تبعة الهلاك أثناء الطريق، فإن البائع هو الذي يتحمل هذه التبعية لعد إتمام التسليم.

الفرع الثاني

إلتزام المورد الإلكتروني بتأدية خدمة

تقدم شبكة الانترنت خدمات عديدة ومتنوعة عن بعد في مختلف المجالات ويتم تنفيذها إلكترونياً بصورة كلية، وكقاعدة عامة، إن الإلتزام بأداء خدمة هو الإلتزام بتحقيق نتيجة ما لم يتضح من نصوص العقد أن هذا الإلتزام يتعلق ببذل عناية لذا لا يستطيع المورد التخلص من المسؤولية إلا بإثباتات السبب الأجنبي²، الممثل في القوة القاهرة او أخطاء المضرور أو الغير.

ولتفادي ذلك يجب على المورد الإلكتروني الإلتزام بتقديم المعلومات بدقة، وبطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة والحفاظ على معطيات الزبائن الشخصية والخدمات المقدمة لهم، وفي حالة الإخلال بالخدمة المتفق عليها يجوز للمستهلك أن يطلب التعويض.

ومن أمثلة العقود الإلكترونية في تقديم الخدمات نجد:

أ. **عقد خدمة المساعدة الفنية:** الخاص بالعقود الإلكترونية الواردة على المنتجات ذات التقنية العالية، ويرمي فيها إلى مساعدة المستخدم في مواجهة الصعوبات

¹ - الأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

² - مناني فراح، مرجع سابق، ص 210.

الفنية والتقنية التي تعترضه، ويطلق على هذه الخدمة مصطلح الخط الساخن (

hot line)

ب. **عقد الإيجار المعلوماتي:** وهو عقد يلتزم من خلاله مؤدي خدمة الانترنت، أن تحت تصرف العميل إمكانياته التقنية والفنية والأدوات المعلوماتية، وذلك قصد تحقيق مصالحه بالطريقة التي تناسبه، مثل تخصيص شريط مرور يستقبل من خلاله مؤدي الخدمة المعلومات والرسائل الخاصة بالمستخدم، ويتيح له فرصة الدخول إلى شبكة الانترنت.

ويضمن بالتالي للمستخدم تيسير استخدام ذلك الموقع الذي خزن فيه معلوماته، بحيث يتم تسليم الموقع إلى المستخدم بمجرد تزويدها بوسيلة إتصال خاصة به، وعند هذه اللحظة يبدأ تنفيذ العقد.¹

¹- بشار محمد دوين، الإطار في العقد المبرم عبر شبكة الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 77.

الفصل الثاني

نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية

من حيث الموضوع

حولت التجارة الإلكترونية العالم إلى سوق يتسع نطاق جميع الدول، وألزمت التشريعات الوضعية إلى تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال وضع آليات قانونية تتماشى مع واقع الحال، وتحمي المستهلك الإلكتروني من جهة، ومصصلحة الاقتصاد الوطني من جهة أخرى، خاصة في محل التجارة الإلكترونية والتي تنتم بالكم الهائل من السلع والخدمات المعروضة في الأسواق الإلكترونية، حيث بصدر قانون التجارة الإلكترونية في سنة 2018 والذي أدى إلى تكريس المبادلات التجارية للسلع والخدمات عبر الوسائط الإلكترونية.

يتضح من خلال هذا القانون أن نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية من حيث الموضوع، يتمثل في السلع والخدمات التي تعرض على الأسواق العادية، لذا يتحدد مضمون السلع والخدمات في التجارة الإلكترونية إلى قوانين حماية المستهلك.

وعليه، سنتناول محل التجارة الإلكترونية أي نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية من حيث الموضوع، وهي السلع والخدمات (المبحث الأول)، ثم بعد ذلك توضيح إجراءات مراقبة السلع والخدمات محل التجارة الإلكترونية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

السلع والخدمات محل

التجارة الإلكترونية

تتمثل المنتوجات التي يتم اقتناؤها من قبل المستهلك محل العملية الإستهلاكية، وإن اختلفت الطريقة التي يحصل عليها سواء عن طريق الأنترنت، أو في الأسواق العادية، حيث تنصب العلاقة بين المورد والمستهلك الإلكتروني على محل المتمثل في المنتج، الذي يعتبر مجموع من السلع والخدمات.

وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش، نجده نصّ في المادة (02) منه على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للإستهلاك بمقابل أو مجاناً".¹

كما نصّت المادة الأولى من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري على ما يلي: "يحدد هذا القانون القواعد المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات".²

وبذلك يتمثل محل التجارة الإلكترونية في كل من السلع (المطلب الأول) وكذلك الخدمات (المطلب الثاني).

¹ - المادة (02) من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش مرجع سابق.

² - المادة (01) من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية مرجع سابق.

المطلب الأول

السلع في ظل قانون رقم 18-05

السلع هي كل ما يمكن أن يباع ويشترى وكل شيء قابل للنقل أو الحيازة يحتاجها المستهلك في حياته اليومية حيث يقوم بشرائها بهدف استهلاكها إما له أو لأفراد عائلته، وتستوي السلعة في العالم المادي والعالم الإلكتروني، حيث تختلف فقط طريقة أو وسيلة عرضها، وباعتبار السلع محل الإستهلاك لابد من التفصيل فيها وتحديدها (الفرع الأول)، ثم التطرق إلى أنواعها (الفرع الثاني).

الفرع الأول

مفهوم السلع.

لابد من تعريف السلع (أولاً) لكي يتسنى لنا تصنيفها، ثم التطرق إلى السلع المحظورة (ثانياً).

أولاً: تعريف السلع.

يمكن أن تكون السلع في الإستهلاك الإلكتروني مادية يتم عرضها في المتاجر الإلكترونية عوض المتاجر والأسواق المتواجدة في العالم المادي.¹

¹ أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص169.

عرّف المشرع الجزائري السلعة في المادة 03 الفقرة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنّها: "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً"¹، وعرفها أيضاً في المادة 02 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنّها: البضاعة: كل منقوك يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"². ويلاحظ أنّ المشرع في القانون رقم 09-03 لم يشترط أن تكون السلعة محل الإستهلاك شيئاً منقولاً، بخلاف ما كان عليه الأمر في ظل هذا المرسوم التنفيذي³.

لقد قصر المشرع الجزائري مفهوم السلعة على الأشياء المادية، ما يعني إستثناء الأول المعنوية أن تكون محل للإستهلاك كبراءات الإختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية، لكونها مقترنة بعالم الأعمال، إذ لا يتصور أن يقوم شخص بشراء براءة اختراع أو علامة تجارية أو محلاً لغرض غير مهني، كما أنّه هناك من لا يرى مانعاً من أن تكون بعض الأموال المعنوية باعتبارها منتوجاً ذهنياً محلاً للإستهلاك⁴.

إلا أنّه تجدر الإشارة أنّ المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف السلعة في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث اكتفى بذكر السلع الممنوع التعامل فيها، والتي سنتطرق إليها فيما يلي.

¹ المادة 03 الفقرة 17 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.
² المادة 02 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 05، صادر بتاريخ 31 جانفي 1990.
³ محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة دفاتر السياسة والتقانون، العدد التاسع، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص70.
⁴ محمد عماد الدين عياض، مرجع نفسه، ص70.

ثانيا: السلع المحظورة في القانون رقم 18-05.

منع المشرع الجزائري التعامل في مجموعة من السلع في مجال التجارة الإلكترونية، بموجب القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث منع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، والتي تتعلق بلعب القمار والرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارة، وحظر أيضا التعامل بكل سلعة محظورة بموجب التشريع أو التي تستوجب إعداد عقد رسمي. كما أضاف أئتمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم، وكذا كل المنتجات التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.¹

الفرع الثاني

أنواع السلع.

تنقسم السلع إلى منتجات غذئية وأخرى غير غذائية، يحتادها المستهلك في حياته اليومية ويسعى إلى اقتنائها،² سواء في العالم الإلكتروني أو المادي، لذا لا بد من محاولة توضيحها فيما يلي:

أولا: المنتجات الغذائية.

تشمل صناعة المواد الغذائية، حيث جاء في المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "المادة الغذائية: كل مادة معالجة أو

¹ المواد 03 و05 من القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² بن سالم مختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والإستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018، ص51.

معالجة جزئياً أو خام، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان، بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها، باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ".¹

فالمواد الغذائية هي عناصر التغذية المستخدمة لغذاء الإنسان أو الحيوان سواء كانت هذه المواد بحالتها الطبيعية أو تم تحويلها وإضافة مواد أخرى إليها. ويشترط في هذه المواد أن تكون مخصصة لغذاء الإنسان أو الحيوان، وإذا كانت لغير ذلك أي لأغراض صناعية مثلاً فلا تدخل ضمن المواد الغذائية.²

ثانياً: المنتجات غير الغذائية.

نصت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، على مايلي "يقصد في مفهوم هذا المرسوم بمنتوج التجميل ومنتوج المنظف البدني كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء المعد للإستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان مثل البشرة، الشعر، الأظافر، الشفاه، الأنف، الأسنان، الأغشية، بهدف تنظيفها أو المحافظة على سلامتها أو تعديل هيئتها أو تعطيها أو تصحيح رائحتها".³

¹ المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² بن سالم مختار، مرجع سابق، ص52.

³ المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14 جانفي 1997، يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، الجريدة الرسمية عدد 04 الصادر في 15 جانفي 1997، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010، الجريدة الرسمية عدد 26 صادر بتاريخ 21 أبريل 2010.

فالمنتجات غير الغذائية هي المنتجات المستعملة هي صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسلع الغذائية¹.

ومن السلع التي لا تدخل ضمن المنتجات غير الغذائية وكذا غير خاضعة لقانون حماية المستهلك، الأسلحة سواء كانت أسلحة حرب أو غير مخصصة للحرب، وكذلك المتفجرات، وهي بدورها مقسمة إلى أقسام الأخطار الناتجة عن إنفجارها أو حسب درجة حساسيتها، وكذلك المواد السامة والمخدرة.²

وعليه، فإن مفهوم الخدمة يشمل كل عمل أو أداء، سواء كانت هذه الأداءات ذات طابع مادي، أو ذات طابع مالي كالتأمين والإئتمان، أو طبيعة ذهنية أو فكرة كالعناية الطبية والاستشارات القانونية، فكل هذه الخدمات يمكن أن تكون محلا للإستهلاك طالما أنّ غايتها هي سد حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به كالخدمات البيطرية.³

المطلب الثاني

الخدمات في ظل القانون رقم 18-05.

الخدمات منتوج يخضع لقانون حماية المستهلك، ففي كل الأحوال المستهلك بحاجة إلى أشياء غير مادية وغير ملموسة في حياته اليومية، والمتمثلة في الخدمة، وهذه الأخيرة في الأساس هي أداء لا يمكن تملكها وإنما يتم الاستفادة من عرضها فقط. وتستوي الخدمة في

¹ بن سالم مختار، مرجع سابق، ص53.

² جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2002، صص 77-79.

³ محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص71.

العالم المادي والعالم الإلكتروني، حيث تختلف فقط طريقة أو وسيلة عرضها، وبذلك سنتناول في (الفرع الأول) تعريف الخدمة، ثم نتطرق إلى خصائصها (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف الخدمات

ينصب الاستهلاك الإلكتروني على الخدمات التي تقوم على أداء مجهود يقوم على الفكر والقدرات التي يتمتع بها الشخص المورد.¹

عرّف المشرع الجزائري الخدمة في المادة 03 الفقرة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنّها: "الخدمة: كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".² وفي نفس السياق أثارت المادة 02 الفقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنّها: "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم بالمجهود المقدم دعم له".³ يتضح من هذه النصوص القانونية أنّ الخدمة لا تتعلق بالتسليم، لأنّ هذا الأخير مرتبط بمفهوم السلعة باعتبارها التزام بإعطاء شيء في حين أنّ الخدمة التزام بعمل⁴ الخدمة لفترة معينة أو لوقت محدد في كثير من الأحيان مثل تأخير غرفة في فندق، وما يدفعه

¹ أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص170.

² المادة 03 الفقرة 16 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ المادة 02 الفقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

⁴ بن زادي سرين، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالضمان، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2015، ص41.

المستهلك من ثمن يكون لقاء الاستعمال والاستئجار أو الحصول على منفعة مباشرة من الخدمة المقدمة، فهو لا يمتلكها كما هو الحال في السلع المادية.

الفرع الثاني

خصائص الخدمات

تتميز الخدمة بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن السلع، وتتمثل هذه الخصائص في:

- **عدم قابلية اللمس:** لا يستطيع المستهلك استخدام حواسه الخمس لإدراك الخدمة قبل حصوله عليها أو اقتنائها بمعنى يجد صعوبة في معاينة أو فحص الخدمة قبل شرائها، كما أنه لن يكون قادراً على إصدار قرارات أو إبداء رأيه بالخدمة استناداً إلى تقييمه المحسوس من خلال حواسه قبل إقتناؤه الخدمة مثلما يحصل لو أنه اشترى سلعة مادية.¹ وبالتالي يستحيل المقارنة بين الخدمات لاختيار أفضلها كما هو الحال في السلع، وبذلك عملية فحص ومقارنة الخدمة تتم بعد شرائها، وعليه فإن قيام المستهلك بجولة شرائية عند شراء الخدمات تكون ذو أهمية ضئيلة، وهذا عكس ما يحدث عند شراء السلع المادية، التي توفر للمشتري فرصة البحث عن السلعة وإجراء مقارنة بينها، ثم الإقدام على عملية الشراء.²

¹ برنجي أيمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك - دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة

ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009، ص ص 74-78

² بن سالم مختار، مرجع سابق، ص 62.

- **التلازمية:** وتعني درجة الارتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، فنقول أنّ درجة الترابط أعلى بكثير في الخدمات قياساً مع السلع المادية،¹ أي أنّه يصعب الفصل بين الخدمة والشخص الذي يتولى تقديمها، لكون وقت إنتاجها هو نفسه وقت استهلاكها، فالمستهلك لا يعلم من أنتج المنتج، وهذا ما يحث مقدم الخدمة على تحسين خدماته.²

- **عدم التجانس:** تتميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التماثل طالما أنّها تعتمد على مهارة وأسلوب أو كفاءة مزودها وزمان تقديمها، فكل نوع من أنواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها، كما أنّ مزود الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة باعتماده على ظروف معينة، وبذلك تتباين الخدمة المقدمة من قبل نفس الشخص أحياناً.³

- **قابلية الخدمة للتلف:** تعتبر الخدمة من بين الأشياء غير الملموسة، التي لا يمكن تخزينها غير منتهية الصلاحية ولا تقني، وإنّما يمكن جردها بعد عملية إنتاجها تظهر قابلية الخدمات للتلف في حالة توفرها، لكن المستهلك لا يحتاجها، مثلاً في حالة وجود أماكن شاغرة في الطائرة، حيث أنّ الخدمة تكلف الكثير عند إنتاجها، ففي غالب الأحيان يكون الإشكال في الخدمات غير المستخدمة أو غير المباعة.⁴

- **الملكية :** عدم انتقال الملكية في الخدمات تمثل صفة وخاصة تميزها عن السلع المادية، فبالنسبة لهذه الأخيرة، فإنّ لمستخدمها حق التصرف بها، إمتلكها، استخدامها فور دفع الثمن، أمّا بالنسبة للخدمة فإنّ المستهلك له فقط الحق في استعمال أو استخدام

¹ برنجي أيمن، مرجع سابق، ص75.

² بن سالم مختار، مرجع سابق، ص62.

³ برنجي أيمن، المرجع نفسه، ص75.

⁴ بن سالم مختار، المرجع نفسه، ص63.

المبحث الثاني

إجراءات مراقبة السلع والخدمات

محل التجارة الإلكترونية

يعتبر المستهلك الإلكتروني طرفاً في العلاقة الاستهلاكية، وتعتبر المنتجات بمثابة الركن الثالث في عقد الاستهلاك، حيث يتم إبرام عقد الاستهلاك بين المستهلك والمورد الإلكتروني قصد الحصول على منتجات طبقاً للاتفاق المبرم فيما بينهما، لذا تعدّ المنتجات محل العقد الإلكتروني والتي تكون معاملة في العلاقة الاستهلاكية، إلا أنه يجب تحديد المنتجات التي تكون محل حماية من العيوب الخفية لمصلحة المستهلك، فقد حدد المشرع الجزائري المنتجات الخاضعة لقانون حماية المستهلك، والتي تطبق عليها حق الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني من خلال التدابير المناسبة لمراقبة السلع والخدمات على المستوى الداخلي (المطلب الأول)، وباعتبار التجارة الإلكترونية ذات طابع عالمي فهي تكون بين الدول بالتالي فرض إجراءات الرقابة على المنتجات المستوردة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التدابير المتخذة لرقابة السلع والخدمات

على المستوى الداخلي

خول المشرع الجزائري السلطة الإدارية المختصة مهمة التحري لمراقبة مطابقة المنتجات الموضوعة في الأسواق الإلكترونية، قصد تفادي المخاطر التي تهدد سلامة وحقوق المستهلك الإلكتروني في محل التجارة الإلكترونية، من سلع وخدمات معروضة للإستهلاك النهائي.

ومن خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39¹ المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، نجد أنّ الأجهزة الإدارية المختصة اتخذت تدابير ردعية لحماية المستهلك جراء عدم مطابقة المنتج للمواصفات القانونية والمتمثلة في التدابير الأصلية (الفرع الأول) والتدابير التكميلية (الفرع الثاني) وذلك من أجل الحد من ظاهرة الغش في الأسواق والحفاظ على مصالح وصحة المستهلك².

الفرع الأول

التدابير الأصلية

تتمثل التدابير الأصلية في إطار التدابير الردعية لحماية المستهلك فيما يلي:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 جوان 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 5 الصادر بتاريخ 31 جوان 1991، المعدل والمتمم.

² علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج أطروحة دكتوراة في القانون الخاص كلية الحقوق جامعة وهران 2007، ص 282.

أولاً: سحب المنتج: تقوم السلطة الإدارية باتخاذ إجراءات ردية بهدف حماية صحة المستهلك ولتحقيق غرض المطابقة، تقوم بالسحب مؤقتاً أو نهائياً.

أ- **السحب المؤقت:** هو منع حائز المنتج من التصرف في ذلك المنتج، ففي حالة ما إذا كانت هناك شكوك لدى أعوان الرقابة بعد الفحص، واتطاع العينات في كون المنتج غير مطابق.

ولقد نصت المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90 على أنه (عندما تتحقق السلطة الإدارية المختصة من عدم مطابقة المنتج تم اختياره ودراسته مع كل أو بعض أحكام المادة الثالثة من هذا القانون فإنّ البضاعة المعنية تسحب من مسار وضع البضاعة حيز الاستهلاك من طرف منجها، كما يجب أن تجري أيضاً على المنتجات فحوص تكميلية من شأنها أن تثبت توفرها على المواصفات التي يجب أن تتوفر فيها قانوناً، ويترتب على السحب المؤقت تحرير المحضر حيث أنه ما لم تقع الفحوص التكميلية أو عدم المطابقة في أجل 15 يوم يرفع إجراء السحب فوراً، إلا أنه يمكن تمديد هذا الأجل إذا تطلبت ذلك شروط التحليل.

أما إذا تبين من التحاليل أنّ المنتج لا تتوافر فيه المواصفات المطلوبة، ففي هذه الحالة تحيل إلى تطبيق التدابير الإدارية اللاحقة أي يتحول السحب المؤقت إلى سحب نهائي.¹

ب- **السحب النهائي:** نصّ القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على حالات السحب "في حالة ما إذا كان المنتج المفحوص أو الذي تم تحليله يحتوي على خطر وشيك يهدد صحة وأمن المستهلك وعندما تستحيل مطابقته، فإنّ

¹ علي فتاك، مرجع سابق، ص302.

السلطة الإدارية المختصة تأمر بسحب المنتج نهائياً، ويقوم بعملية هذا السحب الأعدان المنصوص عليهم في المادة 25 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وذلك بعد الحصول على الإذن القضائي.

كما يمكن للسلطة الإدارية أن تأمر على نفقة ومسؤولية حائز المنتج الحالي إعادة توجيهه أو تغيير اتجاهه أو إتلافه دون الإخلال بالمتابعات القضائية المحتملة.

ثانياً: العمل بجعل المنتج مطابق: يمكن للسلطة الإدارية المختصة أن تعمل على جعل المنتج مطابق للمقاييس والمواصفات المطلوبة قانوناً وذلك عن طريق إنذار صاحب المنتج ومطالبته بأن يزيل عدم المطابقة أو عدم التزامه للأعراف والقواعد الفنية للمنتج وذلك بإدخال تعديلات على المنتجات أو تغيير صفة تصنيفها.¹

ثالثاً: تغيير المقصد: يقصد بتغيير المقصد تغيير وجهة الغير مطابق وذلك بإرسال المنتج من طرف المتدخل المعني إلى هيئة تستعمله في غرض شرعي لاستعماله إما بصفة مباشرة أو يحتفظ بعائد التنازل لدى الهيئة المسؤولة عن توضيها أو استيرادها مع تحمل صاحب المنتج نفقات ذلك.²

رابعاً: حجز المنتج: عرفت المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش "سحب المنتج لعدم مطابقته من حائزه في أماكن مخصصة لذلك يقوم بهذا الأعدان المؤهلون. والمنصوص عليهم في المادة 25 من القانون رقم 03-09"، غير أنه يجوز لهؤلاء الأعدان تنفيذ الحجز دون الحصول على إذن قضائي في حالات مذكورة في المادة 27 الفقرة 4 من المرسوم المذكور أعلاه وتتمثل في:

¹ المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، مرجع سابق.

² المادة 26 من المرسوم 90-39 ، مرجع سابق.

- التزوير .
- المنتجات المحجوزة بدون سبب شرعي كالتزوير .
- المنتجات المعترف بعدم صلاحيتها ما عدا المنتجات التي لا يستطيع العون أن يقرر عدم صلاحيتها للاستهلاك دون تحاليل لاحقة.
- المنتجات المعترف بعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة للموصفات القانونية والتنظيمية وتمثل خطرا على صحة المستهلك وأمنه.
- استحالة العمل بجعل المنتج مطابق للمطلوب أو استحالة تغير المقصد إذا فمتى تم الحجز في حالة عدم الحصول على الإذن القضائي يجب إعلام السلطة القضائية فورا في جميع هذه الحالات المذكورة مع تحرير محضرا بذلك يتضمن نفس البيانات المحددة في المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، وكذلك الوصف التفصيلي للتدابير المتخذة وتترك مراجع المحضر إلى حائز المنتج.

خامسا: إتلاف المنتج وإعادة توجيهه.

أ- إتلاف المنتج:

إذا لم تستعمل المنتجات لأي غرض قانوني أو اقتصادي، فإنه يمكن للأعوان المكلفين بالرقابة أن تقوم بإتلافها وهذا طبقا للمادة 28 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش التي تنص على "تتلف المنتجات المحجوزة كلما تعذر التفكير في استعمالها استعمالا قانونيا واقتصاديا دون المساس بالأحكام، ويمكن أن يتمثل الإتلاف في تغيير طبيعة المنتج".

ففي هذه الحالة يجب تحرير محضر الحجز فوراً في عين المكان وببين نفس البيانات الواردة في المادة 6 من المرسوم المذكور أعلاه، والوصف التفصيلي للتدابير المتخذة.¹

كما يتحمل المتدخل المقصر المصاريف الناتجة عن تطبيق الأحكام المتعلقة بالإبداع، الحجز، السحب، أما بالنسبة لعدم المطابقة للمنتج المستورد سواء اتخذ الشخص المستورد الإجراءات القانونية المخولة له (الطعون الإدارية) ولم يتخذها، ففي هذه الحالة على مصالح التفتيش الحدودية التي أمرت بحجز المنتج المستورد باتخاذ مقرر رفض دخول منتج المستورد وذلك بإرسال النسخة إلى مصالح الجمارك التابعة لمكان إدخال المنتج المستورد إلى التراب الوطني مع تحويل الملف إلى الجهات القضائية المختصة إقليمياً من أجل متابعة المستورد عن المخالفة المرتكبة.

ب - إعادة توجيه المنتج:

يقصد بإعادة توجيه المنتج الغير مطابق في إرسال منتج من طرف المتدخل المعني إلى هيئة تستعمله في غرض شرعي بعد تحويله، فينبغي أن يستجيب المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك، أي أن يقدم المنتج وفق المقاييس المحددة، كأن يذكر مصدره، تاريخ صنعه، والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها، فإذا لم تظهر هذه العناصر في الوسم الذي يحمله المنتج فإنه يتم الحجز الفوري بقرار من السلطة

¹ عماد عجابي، مرجع سابق، ص53.

الإدارية المختصة حيث نوجه هذه المنتجات المحجوزة إذا كانت قابلة للاستهلاك إلى مركز للمنفعة الجماعية بناء على مقرر تتخذه السلطة الإدارية المختصة.¹

الفرع الثاني

التدابير التكميلية

تتمثل التدابير التكميلية في التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة ونشر قرار القاضي بالتدابير الإدارية.

أ- التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة.

في حالة ما إذا كنا أمام إحدى التدابير المذكورة أعلاه في الفرع الأول سواء كان السحب أو الحجز أو تغيير المقصد أو الإلتلاف أو إعادة التوجيه، فإنّ القرار الإداري الصادر بتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة أو المؤسسات المساهمة في عملية طرح المنتج في مسار وضعه حيز الاستهلاك لغاية زوال الأسباب التي أدت إلى اتخاذ الإجراء المعني بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة.²

ب- نشر قرار القاضي بالتدابير الإدارية.

يعتبر نشر الحكم الصادر بإدانة جزء مكمل للجزء الأصلي نادرا ما ينص عليه القانون العام، إلا أنّه يغلب النصّ عليه في قوانين حماية المستهلك، لما له من أثر فعال في مكافحة جرائم الأضرار بالمستهلك، حيث يصيب المحكوم عليه في شرفه واعتباره، لذلك لا

¹ المادة 55، الفقرة الأولى من القانون رقم 03-09، مرجع سابق.

² المادة 57 من القانون رقم 03-09، مرجع سابق.

يجوز الحكم به إلا إذا نصّ المشرع على ذلك صراحة، فالنشر يكون بالإعلان على واجهة المنشأة أو في الصحف أو الإذاعة المرئية.

كما ينشر القرار القاضي بالتدبير الإداري الأصلي بكامله أو باختصار وذلك بطلب من الإدارة المعنية،¹ كما أنّ المشرع قد خول لجهتين نشر قراراتها وهما الوالي المختص إقليمياً، الجهة الإدارية، إضافة إلى السلطة القضائية التي منحها سلطة تقديرية كاملة في توقيع هذه العقوبة، ولم يحدد المدة التي يتم من خلالها نشر القرار والمكان الذي يتم فيه ذلك.

المطلب الثاني:

إجراءات رقابة المنتجات المستوردة محل التجارة الإلكترونية.

تعد المنتجات المستوردة محل التجارة الإلكترونية من المنتجات التي يجلبها المستورد من خارج التراب الوطني، فهي تمر بعدة عمليات لكي تصل السوق الوطنية وتصبح مهياً للاستهلاك، يترتب على إستيراد المنتجات المستوردة محل التجارة الإلكترونية تدخل عدة هيئات وأشخاص تعمل على مراقبة هذه المنتجات والعمل على فحصها ومطابقتها للقوانين والتشريعات الخاصة بها، وبما أنّ هذه المنتجات عابرة للحدود، فإنّها إجبارياً تخضع للمراقبة الجمركية من طرف الهيئات المكلفة بمراقبة المنتجات المستوردة (الفرع الأول)، وهذه الهيئات تتبع إجراءات معنية منصوص عليها قانوناً لمراقبة هذه المنتجات (الفرع الثاني).

¹ كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011، ص94.

الفرع الأول

الهيئات المتعلقة بمراقبة المنتجات المستوردة

عبر التجارة الإلكترونية

أولى المشرع الجزائري أهمية كبيرة لمراقبة دخول المنتجات المستوردة إلى التراب الوطني، وهذا من أجل ضمان سلامة المستهلك الذي يكون معرضا لمخاطر هذه المنتجات، فنجد الهيئات تخضع كل المنتجات المستوردة إلى القابة عن طريق أعوان الجمارك (أولا) وأعوان الغش (ثانيا) للتأكد من سلامة وصحة هذه المنتجات.

أولا: أعوان الجمارك.

تعمل إدارة الجمارك على تحقيق أمن المستهلك من خلال منع وحجز السلع المقلدة والمغشوشة المستوردة من الخارج، إذ لا يكفي وضع تشريعات وهيئات تحارب كل ما يمس بأمن وسلامة المستهلك في السوق، وإنما لابد من وضع سياج أو حاجز يحمي من دخول هذه المنتجات إلى السوق الوطنية.¹

إنّ مراكز الجمارك الحدودية مكلفة بالتحقق من مطابقة البضائع المستوردة مع التصريحات الشفوية أو المكتوبة للمسافرين، وهي مهام مخولة لهم من أجل تحديد الرسوم والحقوق الجمركية، غير أنّ تدخلاتها في مجال حماية المستهلك لا يتعارض مع صلاحيتها

¹ أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم، جامعة تيزي وزو، 2011، ص177.

بمقتضى التعليمات الصادرة عن الإدارة المركزية للجمارك تؤكد أنّ رقابة المطابقة تعتبر بمثابة امتياز جديد لإدارة الجمارك.¹

وتوكل مهمة مراقبة المنتجات المستوردة عبر الحدود البرية والبحرية والمطارات من صلاحيات ومهام مفتشية الجودة وقمع الغش الحدودية، إذ أنشأت مفتشية مراقبة الجودة وقمع الغش الحدودية بمقتضى المادة 07 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 98-105 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 91-91² والتي تولي مفتشية الحدود لمراقبة الجودة وقمع الغش السهر على احترام الأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالجودة ومطابقة المنوجات الموجهة للاستيراد والتصدير وسلامتها، كما حددت المادة 08 مكرر من ذات المرسوم التنفيذي التنظيم الإداري لمفتشية مراقبة الجودة وقمع الغش الحدودية بأن يديرها رئيس مفتشية يساعده حسب أهمية المهام مساعد رئيس مفتشية الحدود أو مساعدين رئيس مفتشية الحدود، ويكون تحت تصرفه بحسب خصوصيات الهيكل قصد إنجاز المهام المسند إليه قسمان متخصصان إلى أربعة أقسام متخصصة في مراقبة الجودة وقمع الغش، وبإلغاء المرسوم التنفيذي رقم 91-91 السالف الذكر، ضمن المفتشية الحدودية إلى المديرية الولائية للتجارة الحدودية طبقا لنص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 03-409³ التي تنص: "تضم المديرية الولائية للتجارة الحدودية مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية وفي المطارات"، وهذا بعدما كانت من المصالح الخارجية لمديرية المنافسة والأسعار، ما تجدر

¹ غنيمة ركاي، الإلتزام بمطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات القانونية والتنظيمية، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2005، ص58.

² المرسوم التنفيذي رقم 91-91 المؤرخ في 06 أبريل 1991 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة و الأسعار و صلاحياتها و عملها الجريدة الرسمية عدد 16 الصادرة في 10 أبريل 1991.

³ المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها و عملها الجريدة الرسمية عدد 68 الصادرة في 09 نوفمبر 2003.

الإشارة إليه أنه لا توجد المفتشيات الحدودية على مستوى كل المديریات الولائية للتجارة وإنما فقط في المديریات التي تتواجد بها موانئ أو مطارات أو مراكز العبور، لذا أحالت المادة 06 من ذات المرسوم التنفيذي تحديد مواقع مفتشيات الحدود إلى قرار يصدر عن الوزير المكلف بالتجارة¹.

الفرع الثاني

أعوان قمع الغش

إن حماية المستهلك تتطلب جهاز فعال ومتناسق بين هياكله ومؤهل لمراقبة ما تم استيرادهم من منتجات موجهة للاستهلاك وإثبات المخالفات إن دعت الضرورة ومتابعتها حرص المشرع الجزائري على ذلك بتكليف أعوان مؤهلين عددهم المادة 25 من القانون رقم 09-03 التي نصت على ما يلي: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك"²، حيث منح لهم القانون صلاحية مراقبة المنتجات المستوردة، وهذا ما نصت عليه المادة 30 في فقرتها الثانية كما يلي: "تتم مطابقة المنتجات المستوردة عند الحدود قبل جمركتها"³.

إن هؤلاء الأعوان هم موظفون، أضفى عليهم القانون صفة الضبطية القضائية نظرا للطبيعة التقنية والمقعدة التي تتسم بها وسائل ارتكاب أعمال الغش والخداع، ويؤدي أعوان قمع الغش اليمين أمام محكمة إقامتهم، ليسلموا بعد ذلك إسهادا يوضح على بطاقة التفويض

¹ خديجة بوطبل، مرجع سابق، ص 39.

² المادة 25 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

³ المادة 30 من القانون رقم 09-03 مرجع سابق.

بالعمل الخاصة بهم، وضمادات قانونية،¹ ويمكن للأعوان المكلفون برقابة الجودة وقمع الغش التدخل للقيام بمهامهم في كامل أوقات العمل أو ممارسة النشاط، كما يقوم الأعوان بالعمليات الموكلة إليهم في أي مكان على الصعيد الوطني وتراقب المنتجات المستوردة عند الحدود باعتبارها عملية الإستيراد من عمليات التسويق التي تدخل في مهام أعوان قمع الغش.²

الفرع الثاني

الإجراءات المتبعة لمراقبة المنتجات المستوردة.

تقوم الهيئات المكلفة بمراقبة المنتجات المستوردة بعدة عمليات للسماح لهذه المنتجات بدخول التراب الوطني وطرحها في السوق الوطنية، ولقد حدد القانون الإجراءات الواجبة التطبيق التي يتقيد بها الأعوان المكلفون بالرقابة وهي الإجراءات تتمثل في فحص الوثائق ومراقبة المطابقة (أولاً)، وفي حالة عدم تطابق المنتجات المستوردة للمواصفات القانونية برفض دخول هذه المنتجات (ثانياً).

أولاً: فحص الوثائق ومراقبة المطابقة.

كرس مجموعة من النصوص القانونية وعلى رأسها المرسوم التنفيذي رقم 05-467 الذي يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات³ ذلك مجموعة من الإجراءات يستوجب مراعاتها، في إطار التفيتش والمراقبة للمنتجات التي تدخل إلى

¹ أيت شعلال وردية، الإختصاص الرقابي لأعوان قمع الغش الملتقى الوطني حول "تدخل الدولة لحماية المستهلك عن طريق إدارة قمع الغش"، يومي 22-23 ماي 2012، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص123.

² خديجة بوطبل، مرجع سابق، ص41.

³ المرسوم التنفيذي رقم 05-467، المؤرخ في 11-12-2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك الجريدة الرسمية عدد 80 لسنة 2005.

الجزائر، وتتمثل طرق المراقبة في فحص الوثائق المكونة للملف محل المراقبة، وتشمل الوثائق المكونة للملف فيما يلي:

- التصريح باستيراد منتج بحوزة المستورد.
- نسخة طبق الأصل مصادق عليها من مستخرج السجل التجاري.
- نسخة طبق الأصل مصادق عليها للفاتورة.
- نسخة أصلية لكل وثيقة أخرى تطالب بها المفتشية الحدودية تتعلق بمطابقة المنتوجات المستوردة.¹

بعد فحص الوثائق المقدمة يقوم الأعوان المكلفين بالرقابة بالتأكد من مطابقة المنتج، فقد نصت المادة السابقة من الأمر رقم 03-04 الذي يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها² على وجوب مطابقة المنتوجات المستوردة للمواصفات المتعلقة بنوعية المنتوجات وأمنها، وفق ما هو منصوص عليه في التنظيم المعمول به في الجزائر، وأسند المشرع مهمة مراقبتها على مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود التابعة للمديرية الولائية للتجارة التي تقع منافذ برية أو موانئ أو مطارات، ويتم ذلك قبل جمركيتها أي أن عملية المراقبة تبدأ بمجرد إيداع المتدخل المستورد لملف طلب دخول البضائع المستوردة إلى أرض الوطن لدى مفتشية الحدود المختصة إقليمياً مشمولاً بالوثائق المذكورة سالفاً، وتكون مراقبة المطابقة للمنتج المستورد بالعين المجردة أولاً، وفي حالة

¹ حجارة ربيحة، مدى الحماية القانونية للمستهلك من المنتوجات المستوردة، اعمال الملتقى الوطني المنافسة وحماية المستهلك، أيام 17، 18 نوفمبر 2009، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، ص 51-52.

² أمر رقم 03-04 المؤرخ في 19/07/2003، يتعلق بالقواعد المطبقة على عمليات إستيراد البضائع وتصديرها، الجريدة الرسمية، عدد 43 لسنة 2003.

النتائج التي تتبين بالعين المجردة أنها إيجابية أو مشكوك فيها تكون المراقبة بإقتطاع العينات، فبالنسبة للمراقبة بالعين المجردة¹ تتم كما يلي:

- التأكد من مطابقة المنتج استنادا إلى شروط استعماله أو تخزينه.
- التأكد من مطابقة المنتج للبيانات المتعلقة بالوسم.
- التأكد من عدم وجود أي تلف أو تلوث محتمل للمنتج.²

وتترتب نتائج المراقبة بالعين المجردة أي المراقبة المادية للسلع فيما يلي:

• تحرير محضر مراقبة المطابقة:

يحرر المحضر طبقا لنص المادة 03 من القرار المؤرخ في 14 ماي 2006 المحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود،³ التي تنص: "يحرر محضر مطابقة المنتجات المسمى نموذج (م.م.م.م) أعوان الرقابة تحتوي الوثيقة المتعلقة بهذا المحضر على مجموعة المعلومات باعوان محرري المحضر والمستورد المعني وكذلك عملية المعاينة التي أجريت على المنتج".

- تسليم المستورد الوثيقة المناسبة لنتائج المراقبة بالعين المجردة:

¹ تعويلت كريم، سلطات أعوان الغش قمع الغش التابعين لإدارة التجارة، أشغال الملتقى الوطني حول تدخل الدولة لحماية المستهلك عن طريق إدارة قمع الغش، يومي 22-23 ماي 2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، ص115.

² حجارة ربيحة، المرجع السابق، ص52.

³ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ماي 2006، يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود، الجريدة الرسمية، عدد 52 لسنة 2006.

وتتمثل في تسليم رخصة دخول المنتج، أو تسليم المستورد مقرر رفض دخول المنتج،
أولاً أيضاً تسليم وصل إقتطاع عينه.¹

أما بالنسبة للمراقبة عن طريق إقتطاع العينات، فيكون في حالة ما إذا كانت نتائج
الفحص بالعين المجردة إيجابية أو إذا ككانت هناك شكوك حول مطابقة المنتجات
المستوردة سواء بالنظر إلى المنشأ أو الطبيعة أو النوع أو الغرض أو مستوى الخطر الذي
يشكله أو بالنظر إلى السوابق المتعلقة أو المستورد، في هذه الحالة يقوم أعوان قمع الغش
بإقتطاع عينات ونقلها الفوري وبطريقة تحول دون أي تلف للمنتج إلى مخبر مراقبة الجودة
وقمع الغش، أو أي مخبر معتمد لغرض إجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب
الضرورية.²

وتترتب عن نتائج عملية الرقابة بواسطة إقتطاع العينات حيث تبلغ نتائج التحاليل،
الاختبارات والتجارب إلى المستورد وتسلم له سواء رخصة دخول المنتج، أو مقرر رفض
الدخول حسب الحالة، ويجب أن يتم تبليغ نتائج الرقابة من قبل المفتشية الحدودية في
غضون 48 ساعة ابتداء من تاريخ إيداع الملف، ويمكن تمديد هذا الأجل بالمدة التي تلزم
لإجراء التحاليل والاختبارات أو التجارب، على أن لا يتعدى ذلك المدة القصوى لبقائها في
المخزن أو مكان الإيداع المؤقت.³

ثانياً: رفض دخول المنتجات المستوردة.

يترتب على تأكد الأعوان المكلفين بالرقابة من عدم صحة وسلامة الوثائق و/أو
سلامة المنتج المستورد تحرير محضر رفض دخول المنتج طبقاً لنص المادة 05 من

¹ خديجة بوطبل، المرجع السابق، ص ص57-59.

² تعويلت كريم، المرجع السابق، ص 115.

³ حجارة ربيحة، المرجع السابق، ص ص53-54.

القرار المحدد لنماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود، ويحتوي المحضر على مجموعة المعلومات الخاصة بالمنتج المستورد ومختلف العمليات الرقابة المنجزة ونتائجها، ويشار في الأخير إلى أسباب الرفض، كما يحمل المحضر تأشيرة وختم المستورد أو ممثله، وفي حالة الإمتناع يشار إلى ذلك إضافة حرير تاريخ وتأشيرة وختم رئيس مفتشية الحدود.¹

يكون رفض دخول المنتج إما بصفة مؤقتة أو بصفة نهائية، بالنسبة للرفض المؤقت لدخول المنتجات المستوردة عند الحدود هو الرفض الذي يقره أعوان قمع الغش التابعين لمفتشية مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود، عندما شك حول مطابقة المنتج المستوردة المعني ويستمر الرفض المؤقت في هذه الحالة إلى غاية إجراء التحريات المدققة أو ضبط المنتج.

ويكون الرفض النهائي لدخول المنتجات المستوردة في حالة ما إذا أثبت أعوان مفتشية الحدود عدم مطابقة المنتج وعدم إمكانية ضبطه، سواء كان ذلك بالمعاينة المباشرة أو بعد إجراء التحريات المدققة، يصرحون بالرفض النهائي لدخول المنتج المستورد عند الحدود ويحق للمستورد الطعن في محضر رفض الدخول أمام المديرية الولائية للتجارة في غضون الثمانية أيام التالية لتبليغه بهذا المقرر.²

¹ خديجة بوطيل، المرجع السابق، ص 58.

² تعويلت كريم، المرجع السابق، ص 116.

عرفت الجزائر قفزة نوعية في مجال الممارسات التجارية بإعتمادها في منظومتها القانونية قانونا جديدا و هو قانون التجارة الإلكترونية الصادر سنة 2018 بموجب القانون رقم 05-18 و الذي نظم التجارة عبر الوسائل الإلكترونية سواء من حيث الإجراءات المتبعة أو من حيث الموضوع.

كرس المشرع الجزائري التعاقد الإلكتروني بإخضاع أطرافه لقانون التجارة الإلكترونية، و الذي من خلاله تم تحديد أطرافه لقانون التجارة الإلكترونية، و الذي من خلاله تم تحديد أطراف هذه التجارة و المتمثلة في كل من المستهلك الإلكتروني و هو نفسه المستهلك العادي و يختلفان فقط من حيث وسيلة التعاقد حيث أن المستهلك الإلكتروني يستعمل وسيلة إلكترونية لإقتناء سلعة أو خدمة أما الطرف الثاني وهو المورد الإلكتروني فقد عرفته المادة (02) من القانون رقم 05-18 و هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو إقتراح توفير السلع و الخدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية و قد أخضعه المشرع الجزائري لمجموعة من الإلتزامات للقيام بهذه المهمة أهمها توفير موقع إلكتروني معتمد و التسجيل في قائمة الموردين الإلكترونيين و هذا حماية للمستهلك الإلكتروني الذي يعد الحلقة الأضعف في العلاقة الإستهلاكية .

كما حدد قانون التجارة الإلكترونية الجزائري نطاق تطبيقه من حيث الموضوع و ذلك بتحديد المنتجات محل التجارة الإلكترونية من خلال المادة الأولى منه و تتمثل في السلع و الخدمات و التي تتعدد خاصة في مواقع التسويق و الأنترنت و التي لا يمكن حصرها إلا إذا كانت ممنوعة قانونا أو مخلة بالنظام العام و الأداب العامة.

و نميز بين نوعين من المنتجات محل التجارة الإلكترونية من حيث الإجراءات و هي السلع و الخدمات المحلية و المستوردة فكل نوع مهما يخضع لرقابة خاصة خاصة من طرف

أعوان التجارة و أعوان قمع الغش و كذلك أعوان الجمارك الذين يطبقون كل أنواع الرقابة للتأكد من مطابقة المنتج المعروض عبر الوسائل الإلكترونية للمنتج الفعلي .

و قد نظم قانون التجارة الإلكتروني الجزائري أحكام هذه التجارة بإعتماد وسائل قانونية فعالة لتعزيز المبادلات التجارية و رفع نسبة الضرائب و الأرباح للدولة و بالتالي تطوير الإقتصاد الوطني و تنويع كل الأعمال التجارية لكن مع الأخذ بعين الإعتبار مقومات المجتمع الجزائري و مشروعية السلع و الخدمات المقدمة عبر المواقع الإلكترونية.

كما نلاحظ أن المشرع الجزائري حاول مسايرة التشريعات الوضعية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية بإستحداث وسائل الترويج الحديثة و إعتمادها في المنظومة القانونية الجزائرية سواء الإشهار الإلكتروني أو الإعلان الإلكتروني و دعم هذا المجال بالعقوبات الردعية للمخالفين في تطبيق الأحكام القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر .

و أخيرا يمكن القول أن المشرع الجزائري نجح في مسايرة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سواء من حيث نطاقه الشخصي أو الموضوعي مع إمكانية تعديله لاحقا بسبب التطور السريع و المتغير للوسائل الإلكترونية المستعملة في مجال التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع

باللغة العربية:

أولاً: الكتب.

- 1- أسامة محمد بدر: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- 2- أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكتروني، دط، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.
- 3- إلياس ناصيف: العقود الدولية (العقد الإلكتروني في القانون المقارن)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.
- 4- بشار محمد دوين، الإطار في العقد المبرم عبر شبكة الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 5- خالد ممدوح إبراهيم: إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
- 6- كوثر سعيد عدنان خالد: حماية المستهلك الإلكتروني دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
- 7- محمد أحمد عبد الحميد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
- 8- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دط، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.

- 9- محمد البنان، العقود والاتفاقيات في التجارة الإلكترونية(العقود الإلكترونية) المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، 2007.
- 10- محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع،الأردن 2011.
- 11- محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
- 12- محمد حسن قاسم، عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- 13- مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى الجزائر، 2009.
- 14- نسرين عبد الحميد نبيه، الجانب الإلكتروني للقانون التجاري، دط، منشأ المعارف، مصر، 2008.
- 15- حمودي محمد ناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، دار الثقافة و النشر و التوزيع الأردن ، 2012.
- 16- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 17- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح ق المدني، ج4، دار المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 18- عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الأنترنت- دراسة تحليلية-، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن 2008.
- 19- محمد لبيب، الوجيز في مصادر الالتزام، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، مصر، 1992.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية.

- 1- أكسوم عيلام رشيدة: المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018.
- 2- خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2016-2017.
- 3- بن سالم مختار، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والإستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018.
- 4- علي فتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج أطروحة دكتوراه في القانون الخاص كلية الحقوق جامعة وهران 2007.
- 5- كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011.
- 6- أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم، جامعة تيزي وزو، 2011.
- 7- غنيمة ركاي، الإلتزام بمطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات القانونية والتنظيمية، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2005.
- 8- مولود بغداداي: حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الإستهلاك، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص حماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014-2015.

- 9- عبد الله ذيب عبد الله محمود: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009.
- 10- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2002.
- 11- بن زادي سرين، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالضمان، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2015.
- 12- برنجي أيمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك – دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009.

ثالثا: المداخلات و المقالات.

- 1- عبد الله ليندة: المستهلك والمهني، مفهومان متباينان، مداخلة في الملتقى الوطني بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الإقتصادي يومي 13 و 14 أفريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي.
- 2- صغير موح مريم سردون مهدية مداخلة بعنوان- إشكالية الإعراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الإلكترونية - الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر/معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، بتاريخ 26-27 أفريل 2011.
- 3- نسرين محاسنة: إنعقاد العقد الإلكتروني، مجلة الدراسات الأردنية، علوم الشريعة والقانون المجلد 31 عدد2، الأردن، 2004.

- 4- محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد التاسع، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.
- 5- أيت شعلال وردية، الإختصاص الرقابي لأعوان قمع الغش الملتقى الوطني حول "تدخل الدولة لحماية المستهلك عن طريق إدارة قمع الغش"، يومي 22-23 ماي 2012، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.
- 6- حجارة ربيحة، مدى الحماية القانونية للمستهلك من المنتجات المستوردة، اعمال الملتقى الوطني المنافسة وحماية المستهلك، أيام 17، 18 نوفمبر 2009، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية.
- 7- تعويلت كريم، سلطات أعوان الغش قمع الغش التابعين لإدارة التجارة، أشغال الملتقى الوطني حول تدخل الدولة لحماية المستهلك عن طريق إدارة قمع الغش، يومي 22-23 ماي 2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو.

رابعا: النصوص القانونية.

- النصوص التشريعية:

- 1- الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية عدد 78 الصادرة في 30 سبتمبر 1975.
- 2- أمر رقم 03-11، مؤرخ في 26/08/2003، يتضمن قانون النقد والقرض، الجريدة الرسمية عدد 52، صادر بتاريخ 27/08/2003.
- 3- أمر رقم 03-04 المؤرخ في 19/07/2003، يتعلق بالقواعد المطبقة على عمليات إستيراد البضائع وتصديرها، الجريدة الرسمية، عدد 43 لسنة 2003.

- 4- القانون رقم 02-04 المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادر بتاريخ 2004/06/23 معدل ومتمم.
- 5- قانون رقم 03-09 المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادر بتاريخ 2009/03/08.
- 6- قانون رقم 05-18 مؤرخ في 2018/05/10، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد رقم 28، الصادر بتاريخ 2018/05/16.
- 7- قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

- النصوص التنظيمية:

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق برقبة الجودة وقمع الغش الجريدة الرسمية عدد 05، الصادر بتاريخ 1990/01/31.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14 جانفي 1997، يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، الجريدة الرسمية عدد 04 الصادر في 15 جانفي 1997، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010، الجريدة الرسمية عدد 26 صادر بتاريخ 21 أبريل 2010.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم 91-91 المؤرخ في 06 أبريل 1991 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للمنافسة و الأسعار و صلاحياتها و عملها الجريدة الرسمية عدد 16 الصادرة في 10 أبريل 1991.

4- المرسوم التنفيذي رقم 03- 409 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها و عملها الجريدة الرسمية عدد 68 الصادرة في 09 نوفمبر 2003.

5- المرسوم التنفيذي رقم 05-467، المؤرخ في 11-12-2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك الجريدة الرسمية عدد 80 لسنة 2005.

- المراجع باللغة الفرنسية:

¹- Loi n 78-22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certains opérations de crédit, voir : www.legifrance.gouv.fr, vue le 20/05/2021.

² - Directive 97-07/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997, concernant la protection des consommateurs en matière des contrats à distance, J,O n L144 du 4 juin 1997. www.justicom.net, vue le 20/05/2021.

³ - Loi n 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation, voir : www.justice.gouv.fr, vue le 20/05/2021.

الفهرس

كلمة شكر

الإهداء

1	مقدمة
4	الفصل الأول: نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري من حيث الأشخاص.....
4	المبحث الأول: المستهلك الإلكتروني
5	المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني.....
5	الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني
11	الفرع الثاني: التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني
16	المطلب الثاني: التزامات المستهلك الإلكتروني
17	الفرع الأول: إلتزام المستهلك بالدفع الإلكتروني.....
25	الفرع الثاني: إلتزام المستهلك بتسلم المبيع.....
28	المبحث الثاني: المورد الإلكتروني.....
28	المطلب الأول: مفهوم المورد الإلكتروني.....
28	الفرع الأول: تعريف المورد الإلكتروني.....
31	الفرع الثاني: شروط ممارسة المعاملات التجارية الإلكترونية

- 38المطلب الثاني: إلتزامات المورد الإلكتروني
- 39الفرع الأول: إلتزام المورد الإلكتروني بالتسليم
- 42الفرع الثاني: إلتزام المورد الإلكتروني بتأدية الخدمة
- 44الفصل الثاني: نطاق قانون التجارة الإلكترونية من حيث الموضوع
- 45المبحث الأول: السلع و الخدمات محل التجارة الإلكترونية
- 46المطلب الأول: السلع في ظل القانون رقم 18-05
- 46.....الفرع الأول: مفهوم السلع
- 48.....الفرع الثاني: أنواع السلع
- 51المطلب الثاني: الخدمات في ظل القانون رقم 18-05
- 51الفرع الأول: تعريف الخدمات
- 52الفرع الثاني: خصائص الخدمات
- 55المبحث الثاني: إجراءات مراقبة السلع و الخدمات محل التجارة الإلكترونية
- 55المطلب الأول: التدابير المتخذة لمراقبة السلع و الخدمات على المستوى الداخلي
- 56الفرع الأول: التدابير الأصلية
- 60الفرع الثاني: التدابير التكميلية
- 62.....المطلب الثاني: إجراءات رقابة المنتجات المستوددة محل التجارة الإلكترونية
- 62.....الفرع الأول: الهيئات المتعلقة بمراقبة المنتجات المستوددة عبر التجارة الإلكترونية

الفرع الثاني: الإجراءات المتبعة لمراقبة المنتوجات المستوردة..... 65

خاتمة..... 70

قائمة المراجع.....

الفهرس.....

المخلص

يتحدد تطبيق قانون التجارة الإلكترونية نظرًا إلى الزاوية التي ينظر إليها في هذا المجال، ومن جهة أخرى بالنظر إلى الموضوع التي تهتم به، لذا من المهم تحديد الأشخاص الذين يدخلون في دائرة تطبيق التجارة الإلكترونية وقد حدد المشرع الجزائري من خلال قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05-18 أطراف التجارة الإلكترونية وهم: المستهلك الإلكتروني كطرف في هذه التجارة، و المورد الإلكتروني كطرف ثاني.

كما يتحدد نطاق تطبيق قانون التجارة الإلكترونية من حيث الموضوع في السلع والخدمات التي تعرض على الأسواق العادية، لذا يتحدد مضمون السلع والخدمات في التجارة الإلكترونية إلى قوانين حماية المستهلك التي تضمنت محل التجارة الإلكترونية التي يجب أن لا تكون مخالفة للنظام العام و الأداب العامة.

الكلمات الدالة: المستهلك الإلكتروني - حماية المستهلك - المورد الإلكتروني -
المنتجات - السلع - الخدمات - التجارة الإلكترونية - قانون رقم 05-18 .