

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني

وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

Crimes against the electronic consumer in accordance with the provisions of Law 18-05 on electronic commerce

ط.د بريوة علاء الدين⁽¹⁾ أ. د بوضياف عبد الرزاق⁽²⁾

باحث دكتوراه- مخبر دراسات وأبحاث حول أستاذ التعليم العالي - كلية الحقوق والعلوم

المجازر الاستعمارية السياسية

جامعة محمد لمين دباغين - سطيف02 (الجزائر) جامعة محمد لمين دباغين - سطيف02 (الجزائر)

boudiafabderrazak@yahoo.com

a.brioua@univ-setif2.dz

تاريخ النشر

تاريخ القبول:

تاريخ الارسال:

20 ديسمبر 2020

05 أكتوبر 2020

06 فيفري 2020

المخلص:

انصاع المشرع للمطالب الملحة بتأطير المعاملات التجارية الإلكترونية، من جهة؛ للاقترب أكثر من الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، ومن جهة أخرى؛ سدا للفراغ التشريعي في مجال التجارة الإلكترونية، بوضعها تحت رقابة السلطات المعنية ووجوب استيفاء مجموعة من الشروط عند القيام بأي معاملة إلكترونية، لذا قام المشرع بإصدار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي يحكم بالأساس العلاقة بين المورد الإلكتروني صاحب المنتج، الذي يكون في مركز قوة مقارنة بالمستهلك الإلكتروني صاحب الحاجة. تضمنت أحكام القانون 18-05 في أغلبها قواعد حمائية، تضمن حفظ حقوق المستهلك الإلكتروني، فمخالفة هذه القواعد توقع المورد الإلكتروني أمام المساءلة الجزائية، وهو موضوع دراستنا في هذا المقال بتطرقنا للمخالفات الواقعة على المستهلك الإلكتروني سواء قبل إبرام العقد الإلكتروني أو بعد إبرامه.

الكلمات المفتاحية: إلتزامات المورد الإلكتروني؛ حماية المستهلك؛ المعاملات التجارية؛ جرائم.

Abstract :

The legislator complies with the urgent demands of the framing of electronic commercial transactions on the one hand, to move closer to joining the World Trade Organization, and on the other hand to fill the legislative gap in the field of electronic commerce, by placing them under the control of the relevant authorities and must meet a set of conditions in any electronic transaction. Therefore, the legislator passed Law 18-05 on electronic commerce, which basically governs the relationship between the electronic supplier with the product, which is in a position of strength compared to the electronic consumer in need. The provisions of Law 18-05 contained a set of precautionary rules, which guarantee the rights of the electronic consumer. Violation of these rules places the electronic resource before criminal liability, which is the subject of our study in this article by addressing the violations committed against the consumer, either before the conclusion of the electronic contract or after the conclusion.

key words : Electronic Supplier Obligations; Consumer Protection; Transactions; Crimes.



مقدمة:

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد مخلفات التطور التكنولوجي الذي تشهده البشرية في شتى المجالات، والتي لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا بالمبادئ التي عرفناها في التجارة التقليدية، كون أن الانترنت هو القاعدُ الأساسية لها.

رغم التأثير الإيجابي الذي تحدثه التجارة الإلكترونية على الاقتصاد بصفة عامة والتجارة الخارجية بصفة خاصة من إزالة القيود المادية وتسهيل وتسريع وتيرة المعاملات التجارية، إلا أن الجزائر تعتبر من الدول المتأخرة في هذا المجال، كونها انتظرت إلى غاية 2018 لإصدار أول قانون ينظم التجارة الإلكترونية¹.

حيث عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية² في المادة 6 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، فهي إذًا تربط العلاقة بين المستهلك الإلكتروني كطرف ضعيف يحتاج للمنتوج والمورد الإلكتروني³ الذي يكون في مركز قوة من حيث المعرفة والتخصص.

لهذا جاء القانون 18-05 السالف الذكر ليوافق بين هذه المصالح المتضاربة، بتحديد حقوق والتزامات كل طرف، وتعدا ذلك إلى إقرار مخالفات ضد المورد الإلكتروني في حالة خروجه عن الإطار القانوني المنظم لتجارة الإلكترونية، حيث ستكون هذه المخالفات موضوع دراستنا لهذه الورقة البحثية، من خلال تطرنا للمخالفات التي تمس بحقوق المستهلك الإلكتروني.

نشير في بداية دراسة هذا الموضوع إلى أن المستهلك في مجال التعاملات الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية لكنه فقط يتعامل من خلال شبكة اتصالات دولية، وهذا يعني أن للمستهلك الإلكتروني نفس حقوق المستهلك العادي، مع أخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد.⁴ حيث عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني⁵ بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، كما أولى له العناية، بسن عددٌ مخالفات تمس بحقوقه.

سنسلط الضوء على الجرائم التي تمس بمصالح المستهلك الإلكتروني والمنصوص عليها في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، من خلال الإجابة على الإشكالية التالية: ما مدى فعالية أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في ردع الجرائم المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني؟

للإجابة عن هذه الإشكالية سنأخذ بالمنهج الوصفي والتحليلي بتناول موضوع الدراسة على جزئيتين، بالتطرق إلى المخالفات التي تسبق إبرام العقد (المبحث الأول)، ثم مخالفات المورد الإلكتروني بعد إبرام العقد الإلكتروني (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الجرائم المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني خلال مراحل تكوين العقد

المورد الإلكتروني وهو بصدد إيصال منتوجه للمستهلك الإلكتروني يوجب عليه المشرع الجزائري احترام مجموعة من الضوابط تضمن عدم المساس بحقوق المستهلك الإلكتروني، خاصة وأن ميدان عرض المنتوجات هو العالم الافتراضي، هذا ما يصعب على المستهلك أن يضمن لنفسه حماية من جشع الموردين الإلكترونيين.

فمخالفة الالتزامات التي وضعها المشرع الجزائري يوقع المورد الإلكتروني بمجموعة من الجرائم⁶، وستتناول منها في هذا المبحث ما يرتكب خلال مراحل تكوين العقد الإلكتروني، من خلال التطرق للجرائم المتعلقة بالإشهار الإلكتروني (المطلب الأول)، ثم الجرائم المتعلقة بمتطلبات المعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الجرائم المتعلقة بالإشهار الإلكتروني

عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى الترويج ببيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁷، ويشمل الاعلان كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية⁸، حيث يعتبر وسيلة المورد الإلكتروني لتعريف بمنتجاته، كما يعد مرآة المستهلك الإلكتروني لتحديد ما إذا كان هذا المنتج يتطابق مع متطلباته أو لا.

لدور الذي يلعبه الإشهار الإلكتروني في عملية عرض المنتج للإستهلاك، نظم المشرع أحكامه في الفصل السابع من الباب ثاني من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث وضع له القالب القانوني الواجب احترامه من قبل المورد الإلكتروني، فأى خروج عن هذا الإطار يعد جريمة في مفهوم هذا القانون.

الفرع الأول: مخالفة ضوابط الإشهار الإلكتروني

جاءت المادة 30 من قانون 18-05 السالف الذكر، بتحديد بعض الضوابط التي يجب أن تتوفر في الإشهار الإلكتروني حتى يحقق الغاية المرجوة منه، بنصها كما يلي: "... يجب أن يلبي المتقاضيات الآتية:

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية،
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه،
- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام.

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضاً أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً،
- التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة⁹ .

فيجب أن يكون محل الإعلان التجاري مشروعاً، وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة، كما يجب أن لا يكون كاذباً أو خادعاً أو مضللاً، أو من شأنه إيقاع المستهلك في الخطأ، وأن يتضمن البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، وأن يأتي خالياً من العبارات التي تعمل على تكوين فكر خاطئ لدى المستهلك، ومثالها العبارات التي تمتدح التدخين، أو توحى بأن للمشروبات الكحولية نتائج إيجابية أو مزايا صحية، وكذلك العبارات التي توحى بالترقية العنصرية أو العرقية أو الدينية.¹⁰

باستقراء المادة السابقة نجد أن المشرع يشترط في الإشهار أن يكون محدد كرسالة تجارية أو إشهارية¹¹، أي أن يكون الغرض من هذه الرسالة هو الترويج التجاري للمنتج المراد عرضه للاستهلاك، وأوجب كذلك تحديد الفئة المعنية بهذا العرض التجاري، كما يجب تحديد مميزات هذا العرض إذا كان يحتوي على تخفيضات أو مكافآت أو هدايا، مثلما هو معمول به في خدمات شبكات المحمول والتنافس الموجود بينها، بالإضافة إلى أن لا يكون مخالف للآداب العامة والنظام العام.

كما ألزم المشرع المورد في الفقرة الأخيرة على "التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة"، فهذا الالتزام يهدف أساساً لحماية رضا المستهلك الإلكتروني، نظراً لوجود المستهلك في مكان بعيد عن مكان المورد، علاوة على عدم الوجود المادي الواقعي للسلع والخدمات أمام عين المستهلكين الأمر الذي يؤثر على قدراتهم في الحكم بدقة على المبيع ووصافه خاصة في ظل تطور الاعلانات والتي قد تكون خادعة أو مضللة في أحيان كثيرة.¹²

من الناحية العملية يقوم المورد الإلكتروني بالإشهار لمنتجاته عن طريق الإعلانات المختصرة التي تأخذ مساحة صغيرة من صفحة الويب، حيث يكون الإعلان المختصر مربوطاً مع الموقع المعلن عند النقر على الإعلان، يتم تحويل المستخدمين إلى موقع المعلن.¹³

نشير إلى أن الإشهار الإلكتروني يثير إشكالاً على مستوى الفقه حول مسألة اعتباره إيجاباً من عدمه¹⁴، حيث أن الإشهار لا يعدو أن يكون عرضاً تجارياً إلكترونياً وهذا حسب ما جاءت به أحكام القانون 18-05، كون أن هذه الأخيرة حددت الالتزامات الواجب احترامها في كل

منهما، لكن لو يحتوي الاشهار الالكتروني عى جميع ضوابط العرض التجاري الالكتروني هنا يلزم المورد الالكتروني باتمام العقد إذا أبدا المستهلك قبوله باعتبار أن هذا الاشهار يعد ايجابا. يعاقب المشرع على عدم احترام الضوابط التي جاءت بها المادة 30 السالفة الذكر، بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج.¹⁵

الفرع الثاني: المخالفات المتعلقة بموانع الإشهار الإلكتروني

يعتبر الإشهار الإلكتروني كالعصا السحرية بيد المورد الإلكتروني لترويج لمنتجاته ولاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين الإلكترونيين، كما يعد مرآة المستهلك لتحديد ما إذا كانت هذه المنتجات تتوافق مع رغبته الإستهلاكية أو لا.

لكن قد يتعسف المورد الإلكتروني في استعمال الإشهار الإلكتروني، كأن يقوم بإرسال الإستبيانات المباشرة دون رضا المستهلك، أو عدم وضع منظومة إلكترونية تسمح لشخص المرسل إليه الإشهار بالتعبير عن رغبته بعدم تلقي أي إشهار عن طريق الاتصالات الإلكترونية، أو يصل بالمورد إلا مخالفة المنع من ممارسة أنشطة معين من خلال الإشهار أو الترويج لها، وستتطرق لهذه النقاط تاليا:

أولا - منع الاستبيان المباشر:

نصت المادة 31 من قانون 18-05 السالف الذكر، "يمنع الاستبيان المباشر اعتمادا على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الإلكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي¹⁶، بأي شكل من الأشكال، لم يبد موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصالات الإلكترونية.".

حيث يقوم المورد الإلكتروني باستخدام الاستبيانات الإلكترونية لتجميع المعلومات بشكل مباشر من الزبائن، كون أن الاستبيانات تمتاز بسهولة تعبئتها، فما على المستهلك سوى النقر فوق صناديق الخيارات، أو الاختيار من القوائم مما يجعل هذه العملية مسلية ولا تبعث على الضجر كما هو الحال في الاستبيانات الورقية.¹⁷

ويرجع هذا المنع لكثرة الرسائل التي تصل المستهلك الإلكتروني، والتي تصل لدرجة أن تكون طفيليات إلكترونية، فإ خلال بهذا المنع يعرض المورد الإلكتروني للمساءلة الجزائية¹⁸.

يخرج الإستبيان المباشر من دائرة المنع إذا كانت هناك موافقة مسبقة للمستهلك، حيث يوجد صيغ إلكترونية يتم العمل بها في مجال التجارة الإلكترونية تسمح للمورد الإلكتروني بأخذ الموافقة المسبقة قبل إرسال أي رسالة للمستهلك، والصيغة التي تتوافق وأحكام القانون 18-05؛ هي "Opt in"¹⁹، بحيث يقوم المورد بإرسال رسالة قصيرة مضمونها " إذا كنت ترغب في تلقي العروض التجارية التابعة لنا، فيرجى تحديد هذا المربع"²⁰، هذا فيما يخص الإعلانات

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

التجارية بصفة عامة، حيث يمكن أن يرسل المورد رسالة قصيرة مفادها: " إذا كنت ترغب في الإجابة على الاستبيان، فيرجى تحديد هذا المربع"، فإن وافق المستهلك على تلقي الاستبيانات يسقط بذلك المنع القانوني.

ثانيا- عدم وضع منظومة إلكترونية لتجنب الإشهارات الإلكترونية:

يعتبر التزام على عاتق المورد الإلكتروني أن يضع منظومة إلكترونية تسمح لمتلقي إشهاراته الإلكترونية بإبداء رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه، ومخالفة هذا الالتزام يوقع المورد أمام المساءلة الجزائية، هذا حسب المادة 40 من قانون 18-05 السالف الذكر.

كما يوجب القانون على المورد الإلكتروني بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه، مع وجوب اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة، وهذا كله دون مصارف أو مبررات.²¹

من الناحية العملية نجد أن المورد الإلكتروني يضع في أحد أطراف الملصقة الإعلانية علامة تسمح للمستهلك الإلكتروني من إزالة ذلك الإشهار، بعد ذلك يأتي الرد من قبل المورد الإلكتروني وبطريقة آلية مفاده الاستفسار عن سبب إزالة ذلك الإشهار.

ويستعمل المورد الإلكتروني نظام "Opt out"²² حتى يسمح للمستهلك الإلكتروني من إبداء رغبته في عدم تلقي الإشهارات منه، يكون في شكل رسالة مضمونها: " إذا كنت لا تريد تلقي العروض التجارية التابعة لنا، فيرجى تحديد هذا المربع"²³، وبهذا يتم تسجيل طلب المستهلك.

كما يستعن المستهلك الإلكتروني ببعض البرامج التي تثبت على الأجهزة التي يستعملها، بشكل يمكنه من تصفية البريد، ورفض الإعلان المزعج، وهذا ما يدعى بتقنية تصفية الرسائل "Filtrage des courriers"، التي تعمل بشكل تلقائي من خلال تحديد كلمات مفتاحية يتم وضعها مسبقا من قبل المستهلك.²⁴

يوجد كذلك بعض المواقع الإلكترونية المنشأة خصيصا لمكافحة الرسائل الإعلانية المزعجة عن طريق نشر ما يسمى "بالقوائم السوداء"، والتي يسجل فيها أسماء الأشخاص والشركات التي تستعمل الرسائل الإعلانية المزعجة.²⁵

ثالثا- الترويج لمنتجات ممنوعة من التسويق:

المشرع الجزائري لم يطلق العنان لتجاره في جميع المنتجات، حيث حدد بعض المنتجات الممنوع التعامل فيها عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وهذا ما حددته المادة 2/3 و5 من القانون 18-05 السالف الذكر، كالتالي؛ المادة 2/3: " غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرهان واليانصيب،
- المشروبات الكحولية والتبغ،
- المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية،
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به،
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي".

المادة 5: " تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات و/أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي".
فبحكم أن هذه المنتجات يمنع المتاجرة فيها، فبنتيجة يكون ممنوع الإشهار بها والترويج لها، وهذا ما أقرته المادة 34 من قانون 18-05 بنصها: " يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الالكترونية لكل منتج²⁶ أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الالكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما".

عقوبة مخالفة هذا المنع تكون بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج²⁷، حيث يساءل كل من يكون سبب في نشر أي إشهار أو ترويج للمنتجات الممنوعة من التسويق الالكتروني حتى وإن لم يكن هو صاحب المنتج.

كما يتابع جزائيا المورد الإلكتروني الذي يخالف منع المتاجرة في المحظورات من التجار الإلكترونية التي نصت عليه المادتين 3 و5 من هذا القانون، وفي حالة اجتماع الفعل الإجرامي للمادة 34 واحدى المادتين 2/3 و5، يتم تطبيق العقوبة الأشد وهي العقوبة المقررة لمخالفة أحكام المادتين 2/3 و5، والمنصوص عليها في المادتين 37 و38 من قانون 18-05 السالف الذكر.

المطلب الثاني: الجرائم المتعلقة بمتطلبات المعاملات التجارية الإلكترونية

العقد الإلكتروني هو ذلك العقد الذي يتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والملتزم لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني²⁸، وقبل الوصول إلى التكوين النهائي للعقد يجب احترام مجموعة من الضوابط، أولها أن تكون المعاملات التجارية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني²⁹ -يسمح بالتعريف بالخصائص الأساسية³⁰ للمنتج-، حيث نص المشرع على الحد الأدنى من الشروط الواجب توافرها في العرض التجاري وهذا حسب المادة 11 منه.

بعد العرض الإلكتروني من قبل المورد الإلكتروني يأتي الدور على المستهلك، فإن كان بالقبول؛ يتحول هذا العرض إلى طلبية، وبالتأكيد على هذه الطلبية ينعقد العقد³¹.

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

فمخالفة أحكام العرض الإلكتروني والطلبية يوقع المورد الإلكتروني للمساءلة الجزائية، حيث سنأخذ مخالفة أحكام العرض الإلكتروني في الفرع الأول، ثم نتطرق إلى مخالفة أحكام طلبية المنتج في الفرع الثاني.

الفرع الأول: مخالفة أحكام العرض الإلكتروني

يجب على المورد الإلكتروني وهو بصدده عرضه لمنتجاته احترام مجموعة من الضوابط، جاءت بها المادة 11، بنصها: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني،
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي،
- طبيعة، وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم،
- حالة توفر السلعة أو الخدمة،
- كيفيات ومصاريف وآجال التسليم،
- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي،
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع،
- طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا،
- كيفيات وإجراءات الدفع،
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء،
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية،
- مدة صلاحية العرض، عند الاقتضاء،
- شروط وآجال العدول، عند الاقتضاء،
- طريقة تأكيد الطلبية،
- موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة، عند الاقتضاء،
- طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه،
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها. "

باستقراء المادة أعلاه نجد أن هذه الضوابط عبارة عن صور للالتزام بالإعلام، أي أن العرض الإلكتروني يخضع للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في مجال اعلام المستهلك،

والتي نُظِمَ أحكامها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفية المتعلقة بإعلام المستهلك.

حيث بدأ المشرع بوجود أن يكون العرض الإلكتروني مرثيا، فلا يتصور أن يكون عبارة عن تسجيل صوتي فقط أو محادثة، كما يجب أن تكون المعلومات المتعلقة بالمنتج مقروءة ومفهومة³²، فهذا هو الشطر الأول من الالتزام المتعلق بالعرض الإلكتروني.

أما الشطر الثاني من الالتزام المتعلق بالعرض الإلكتروني فيتمثل في تضمين العرض مجموعة من البيانات تعد الحد الأدنى من المعلومات التي يجب أن يعلم بها المستهلك الإلكتروني، فهي كفيلا بتنوير إرادته المستهلك عند التعاقد، بمعنى أن يتضمن الشروط الأساسية للعقد بحيث يكون إيجابا صحيحا وصالحا لأن يقتترن به قبول مطابق ينعقد به العقد³³.

الاخلال بهذين الالتزامين يوقع المورد الإلكتروني أمام المساءلة الجزائية، وهذا حسب المادة 39، بنصها: " يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج، كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون. كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز ستة أشهر".

هنا بتفسيرنا لنص المادة 39 نجد بعض الغموض خاصة في الجزئية الأخيرة من المادة "... يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز ستة أشهر"، فكلمة "نفاذه" تعود على الحكم القضائي، لكن ما يلاحظ أن الحكم بالغرامة ليس له أي علاقة مع منصات الدفع الإلكترونية، هذا ما يجعلنا نعود إلى النص باللغة الفرنسية³⁴ لنجد أن المشرع الجزائري يقصد تعليق معاملات المورد الإلكتروني على منصات الدفع الإلكترونية لمدة لا تتجاوز ستة أشهر.

مع ملاحظة أن المشرع الجزائري في تحديده لضوابط التي يجب احترامها في العرض الإلكتروني نص على مجموعة منها لكن ليس على سبيل الحصر بل تعد الحد الأدنى الواجب احترامه، فهنا يطرح تساؤل حول مسألة وجوب أن يكون الفعل الإجرامي محدد بدقة وهذا تماشيا وقاعدة لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص، فبنظره المشرع؛ إن كانت هناك بعض المعاملات الإلكترونية تستلزم تحديد ضوابط أخرى بالإضافة إلى ما هو محدد في نص المادة 11، فعدم ذكرها يعد جريمة.

فنحن نرى أنه يجب على المشرع أن يحدد على سبيل الحصر المعلومات الواجب احترامها من قبل المورد الإلكتروني في عرضه للمنتجات الإلكترونية، كون أنه مخالفة هذا الالتزام التجاري يوقعه في المساءلة الجزائية.

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

الفرع الثاني: مخالفة الأحكام المتعلقة بطلبية المنتج

أغلب العقود الإلكترونية تأخذ شكل عقود إذعان بحيث لا يكون للمستهلك سوى حرية القبول بالتعاقد من عدمه، هذا التعاقد الذي يبدأ بأشهر المورد لمنتجاته، ويمر بتحديد المستهلك لطلبية في حال قبوله للعرض الإلكتروني وينتهي بتأكيد على الطلبية، وبذلك تنتهي مراحل تكوين العقد.

سنتحدث في هذه الجزئية عن مخالفة أحكام طلبية المنتج، هذه الأخيرة التي جاء تنظيمها بموجب المادة 12 من قانون 18-05 السالف الذكر، بنصها: "تمر طلبية المنتج أو الخدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:

- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة،
- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة،
- تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبر عنه بصراحة. يجب أن لا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره."

نص المشرع على جزاء مخالفة أحكام نص المادة 12 بتوقيع غرامة تقدر ب 50.000 دج إلى 500.000 دج مع إمكانية تعليق معاملاته الإلكترونية على جميع منصات الدفع، وهي نفس العقوبة المقررة لمخالفة أحكام العرض الإلكتروني وهذا ما جاءت به نص المادة 39، فالفعل الإجرامي في هذه الجريمة هو الإخلال بأحد الالتزامات المادة 12.

فأول الالتزامات المتعلقة بالطلبية يتمثل في أن تستغرق هذه الأخيرة ثلاثة مراحل تضمن للمستهلك اختيار المنتج المراد اقتناؤه بدراية، بالإضافة إلى إمكانية التأكد من أن الطلبية متوافقة مع ما تم التفاوض عليه، وفي الأخير التأكيد على الطلبية³⁵ وهنا نكون قد أنهينا مراحل تكوين العقد الإلكتروني، أما بالنسبة للالتزام ثاني فيتمثل في عدم قيام المورد الإلكتروني بتوجيه إرادته المستهلك، من خلال تحرير عقود نموذجية³⁶ تحل محل إرادته في الاختيار.

الملاحظ من نص المادة 12، أن المرحلة الأولى من طلبية المنتج عبارة عن تحصيل حاصل للالتزام الواجب احترامه في العرض الإلكتروني، هذا الأخير يعد إيجابا ينتظر اقتترانه

بالقبول الذي يستغرق مدّة من الزمن يمكن أن نسميها مرحلة تفاوض³⁷، لذلك نقول أن وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك هو عملية تلقيه للعقد النموذجي المعد مسبقا من قبل المورد الإلكتروني والذي يحدد جميع بنود العقد والالتزامات المترتبة على التوقيع عليه. فبعد ملء خانات العقد النموذجي الإلكتروني، تأتي بعدها مرحلة التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك حيث يكون له كامل الحرية في تعديل أو إلغاء أو تصحيح الأخطاء المحتملة، في الأخير تأتي مرحلة تأكيد الطلبية لينعقد العقد. يضيف المشرع في آخر نص المادة 12 وجوب ألا تتضمن الخانات المعدّة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره، فمخالفة هذه الالتزامات يوقع المورد الإلكتروني أمام المساءلة الجزائية.

المبحث الثاني: الجرائم التي يرتكبها المورد الإلكتروني بعد إبرام العقد الإلكتروني

بعد تناولنا في الجزئية الأولى من هذا البحث الجرائم المرتكبة من قبل المورد الإلكتروني قبل إحداث العقد لآثاره القانونية، سنخرج الآن على الجرائم التي تلحق المستهلك سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة بعد إبرام العقد.

حسب ما تناوله المشرع في القانون 18-05، هناك نوعين من الجرائم التي تمس بحقوق المستهلك الإلكتروني بعد إبرام العقد، لدينا ما يتعلق بعدم حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية (المطلب الأول)، وهناك الجرائم المتعلقة بالفوترة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مخالفة التزام حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية

الالتزام بحفظ سجلات المعاملات الإلكترونية وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري واجب على كل مورد، وأساس هذا الالتزام نص المادة 25³⁸ التي تحيل تطبيق أحكامها إلى المرسوم التنفيذي رقم 19-89³⁹ المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني لسجل التجاري.

حيث أورد المشرع جزاءات جنائية لمخالف هذا الالتزام، وسنخرج أولا على الأحكام التي جاء بها المرسوم التنفيذي 19-89 السالف الذكر (الفرع الأول)، ثم نتناول جزاء مخالفة التزام الحفظ (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الأحكام المتعلقة بحفظ سجلات المعاملات الإلكترونية

عرف المرسوم التنفيذي 19-89 السالف الذكر، سجل المعاملات الإلكترونية بأنه سجل يودع فيه المورد الإلكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة، من عقود، فواتير أو الوثائق التي تقوم مقامها، إضافة إلى كل وصل استلام، أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد حسب الحالة.⁴⁰

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

كما يلزم المرسوم المورد بحفظ سجلات معاملاته في سجل المعاملات الإلكترونية، وبين طيات هذا الالتزام هناك التزامات فرعية، تتعلق بكيفية حفظ هذه السجلات وجاءت كلها بصيغة الوجوب، حيث:

- نجد أنه عند إيداع عناصر المعاملات التجارية، يوجب المشرع أن يتم تخزينها بطريقة تمكن من التولج إليها وقراءتها وفهمها وتمكين الأعوان المؤهلين من تضحها،
- ويجب أن يتم حفظ هذه العناصر من طرف المورد الإلكتروني في شكلها الأصلي، أو في شكل غير قابل للتعديل أو الإتلاف في محتواها.

كما يجب على المورد تزويد المركز الوطني للسجل التجاري بالمعلومات المستخرجة من سجلات المعلومات التجارية المنجزة، وتتمثل هذه المعلومات في: موضوع المعاملة، المبلغ المحدد للمعاملة باحتساب كل الرسوم، تاريخ المعاملة، طريقة الدفع، رقم الفاتورة أو رقم الوثيقة التي تقوم مقامها.⁴¹

حيث يجب إرسال هذه المعلومات-المنصوص عليها في نص المادة 03-، قبل تاريخ العشرين من الشهر (20) بالنسبة للمعاملات التي أجزاها خلال الشهر السابق.⁴²

الاخلال بهذه الالتزامات يمس بحقوق المستهلك بطريقة غير مباشر، حيث يؤدي عدم حفظ هذه المعاملات إلى التغليب بالمركز المالي الحقيقي للمورد الإلكتروني، كما يعتبر إرسال هذه المعاملات إلى المركز الوطني للسجل التجاري أكبر ضمان للمستهلك من ناحية إثبات معاملاته مع المورد الإلكتروني مستقبلا خاصة في المعاملات العابرة للحدود.

الفرع الثاني: جزاء مخالفة التزام حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية

أورد المشرع جزاء على مخالفة التزام حفظ سجلات المعاملات، وهذا حسب المادة 07 من المرسوم التنفيذي 19-89 السالف الذكر، والتي تنص: " كل إخلال بأحكام هذا المرسوم يعرض صاحبه للعقوبات المنصوص عليها في المادة 41 من القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 والمذكور أعلاه"، والعقوبة التي أقرتها المادة 41 من القانون 18-05 هي غرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج.

المطلب الثاني: مخالفة الأحكام المتعلقة بالفوترة

تلعب الفاتورة عدو أدوار لا تقل أهمية عن أنها وسيلة لإعلام المستهلك⁴³، حيث نظم المشرع أحكامها بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴⁴، باعتبارها أحد ضمانات شفافية المعاملات التجارية⁴⁵، ويعد إعدادها التزام على عاتق العون الاقتصادي، هذا الالتزام انتقل إلى عالم الافتراضي بإقرار القانون 18-05 وجوب إعداد

الفاتورة من قبل المورد الالكتروني وتسليمها للمستهلك الالكتروني عند كل بيع لسلعة أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية⁴⁶.

تعد الفاتورة الالكترونية نتاج للعقد الالكتروني المبرم بين طرفي المعاملة الالكترونية، وهي نفس الفاتورة التقليدية لكن الاختلاف يكمن في السند المادي، ففي الأولى تكون في شكل ورقي ملموس أما الفاتورة الالكترونية فتكون عبارة عن وثيقة الكترونية، وهذا ما أكدت المادة 3/20 من قانون 18-05 السالف الذكر بنصها على إمكانية أن يطلب المستهلك الالكتروني الفاتورة في شكلها الورقي.

حيث يعتبر من حق المستهلك الحصول على الفاتورة، مبيناً فيها اسم المؤسسة المزودة للمنتج وعنوانها ورقم تسجيلها المعتمد في السجل التجاري، وكذلك تاريخ المعاملة مع بيان السلعة أو الخدمة المزودة ووحده بيعها أو تأجيرها، وبيان كمية السلعة أو عددها، أو نوع الخدمة التي تلقاها وقيمها المتفق عليه بين المزود -المورد- والمستهلك مع القيمة الإجمالية للفاتورة وذلك على حسب العملة المتداولة.⁴⁷

جاء القانون 18-05 بمادتين تنظمان أحكام الفاتورة في المعاملات الالكترونية، المادة 20 التي ألزمت إعداد الفاتورة عند كل معاملة إلكترونية، مع وجوب أن تعد الفاتورة طبقاً لتشريع والتنظيم المعمول بهما⁴⁸، والمادة 44 التي اعتبرت مخالفة أحكام المادة 20 جريمة، بنصها: " كل مخالفة لأحكام المادة 20 من هذا القانون يعاقب عليها طبقاً لأحكام القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 والمذكور أعلاه."

برجعنا إلى أحكام القانون 04-02 السالف الذكر، نجد المشرع يجرم عدم الفاتورة في نص المادة 33، ويجرم عدم مطابقة الفاتورة في المادة 34 من القانون وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب.

الفرع الأول: المخالفة المتعلقة بعدم الفاتورة

أقرت المادة 33 من قانون 04-02 السالف الذكر على عقوبة عدم فواترة المعاملات التجارية بصفة عامة، ويدخل تحت هذا نص عدم فواترة المعاملات الالكترونية⁴⁹، بنصها: " دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجنائي، تعتبر عدم الفاتورة مخالفة لأحكام المواد 10⁵⁰ و11⁵¹ و13⁵² من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80 ٪ من المبلغ الذي كان يجب فواترته مهما بلغت قيمته."، سنتناول أركان هذه الجريمة، كالآتي:

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

أولاً- الركن المادي للجريمة :

يتكون الركن المادي في جريمة عدم الفوترة من جزئيتين، الأولى تتعلق بصفة الجاني في هذه الجريمة وهو المورد الإلكتروني، أما الثانية فتتعلق بصور الفعل الإجرامي، هذا الأخير الذي ينقسم إلى قسمين:

1- إعدام فاتورة وعدم تقديمها للمستهلك:

الفاتورة الإلكترونية كما ذكرنا سابقا تعد نتاج المعاملة الإلكترونية التي تجمع المورد الإلكتروني بالمستهلك الإلكتروني، فهي تعتبر حق للمستهلك وواجب على المورد إعادتها عند كل معاملة وإن لم يطلبها المستهلك الإلكتروني، وهذا ما أقره المشرع بنص المادتين 20 من قانون 18-05 السالف الذكر والمادة 10 من قانون 04-02.

2- عدم إعدام الفاتورة:

قد يصل الأمر بالمورد الإلكتروني إلى عدم إعدام الفاتورة أصلا، حتى وإن طلبها المستهلك، حيث يكون الرد من المورد؛ بعدم إنتاج هذا النوع من المعاملات للفاتورة الإلكترونية.

ثانيا- الركن المعنوي:

القصد الجنائي في الجرائم الاقتصادية مفترض⁵³، فكون أن المورد الإلكتروني من أهل الاختصاص يجب أن يكون أكثر حرصا وأمنا في معاملاته التجارية.

ثالثا- الركن الشرعي:

نص المشرع على عقوبة عدم الفوترة بغرامة تقدر بنسبة 80٪ من المبلغ الذي كان يجب فوترته ومهما بلغت قيمته، فهذه العقوبة قد يعتقد البعض أنها مجحفة في حق المورد الإلكتروني خاصة إذا كان مبلغ المعاملة الإلكترونية كبيرا، لكن المشرع أعطى من جهة أخرى للمورد مهلة للصالح في حالة ما قبل بغرامة الصلح⁵⁴، ومن منظورنا نرى أن أغلب التجاوزات التي تقع من قبل المورد الإلكتروني فيما يخص مسألة عدم الفوترة تكون في المعاملات التي يكون مبلغها الإجمالي صغيرا كون أن المستهلك الإلكتروني يتحاشى طلب هذه الفاتورة. نشير إلى أن هذه الجريمة عبارة عن جنحة وإن كانت الغرامة التي ستطبق على الجاني أقل من الحد الأدنى المطلوب في الجنح.

الفرع الثاني: المخالفة المتعلقة بعدم مطابقة الفاتورة

أكدت المادة 2/20 من قانون 18-05 السالف الذكر على وجوب أن يتم إعدام الفاتورة الإلكترونية طبقا لتشريع والتنظيم المعمول بهما، ومخالفة أحكام هذه الفقرة يحيلنا إلى تطبيق نص المادة 44 من قانون 04-02 السالف الذكر، التي تنص على عقوبة عدم مطابقة الفاتورة، حيث: " تعتبر فاتورة غير مطابقة كل مخالفة لأحكام المادة 12⁵⁵ من هذا القانون،

ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار جزائري (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج)، شرط ألا تمس عدم المطابقة الاسم والعنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة غير الرسوم للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة ويعاقب عليها طبقاً لأحكام المادة 33 أعلاه."

وجاء المرسوم التنفيذي 05-468 السالف الذكر، تطبيقاً لأحكام نص المادة 12 من القانون 04-02، حيث حدد البيانات الواجب ذكرها في الفاتورة، والتي تتعلق بمعلومات طريفي المعاملة الإلكترونية، وهذا حسب المادة 3 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر، نبدأ أولاً بالبيانات المتعلقة بالموارد الإلكتروني⁵⁶ :

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه،
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري،
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني، عند الاقتضاء،
- الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة النشاط،
- رأسمال الشركة، عند الاقتضاء،
- رقم السجل التجاري،
- رقم التعريف الإحصائي،
- طريقة الدفع وطريقة تسديد الفاتورة،
- تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها،
- تسمية السلعة المباعة وكمياتها و/أو تأدية الخدمات المنجزه،
- سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزه،
- السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزه،
- طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات ونسبها المستحقة، حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزه. ولا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه،

- السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم، محرر بالأرقام والأحرف.

أما البيانات المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني، فيذكر منها اسم المشتري ولقبه وعنوانه، وهذا ما نصت عليه الفقرة الأخيرة من المادة أعلاه، لكن ما يلاحظ أنها لم تنص على البيانات التي يجب أن تذكر في حالة ما إذا كان المستهلك الإلكتروني شخصاً معنوياً، وهذا راجع لتاريخ

الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية —

صدر هذا المرسوم (2005) حيث كان القانون في ذلك الوقت يحصر مفهوم المستهلك في الشخص الطبيعي فقط.

ويشير المشرع إلى أن مخالفة عدم ذكر الاسم والعنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة غير الرسوم للمنتجات المباعة أو الخدمات المقدمة، يؤدي إلى تغيير وصف هذه الجريمة من عدم المطابقة إلى عدم الفوترة.⁵⁷

من منظورنا نرى وجوب إخضاع نص المادة 20 من قانون 18-05، إلى نظام قانوني خاص بالفوترة الإلكترونية كون أن مخالفة أحكام هذه الأخيرة تعد جريمة يعاقب عليها، فلهذا من غير المعقول تطبيق أحكام المرسوم التنفيذي 05-468 السالف الذكر في عملية اثبات الجريمة، حيث أن القاضي يكون مقيد بقاعدة التفسير الضيق لنصوص القانون الجنائي وعدم إمكانية اجتهاده مع صراحة النص.

خاتمة:

أحاط المشرع المعاملة الإلكترونية بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني بالتزامات، أغلبها على عاتق هذا الأخير للمركز الاقتصادي الذي يكون فيه مقارنة بالمستهلك المحتاج للمنتج، وتتعدى هذه الالتزامات الوصف المدني للوصف الجزائي، باعتبارها جرائم يعاقب عليها القانون 18-05 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

تطرقنا في هذه الورقة البحثية للجرائم التي يرتكبها المورد الإلكتروني وتلحق حقوق المستهلك، بدءا بالمخالفات التي تسبق إبرام العقد الإلكتروني؛ من الجرائم المتعلقة بالإشهار الإلكتروني، وهي المخالفات المتعلقة بضوابط الإشهار الإلكتروني والمخالفات المتعلقة بموانع الإشهار الإلكتروني - هذا فيما يخص الجرائم المتعلقة بالإشهار الإلكتروني-، بالإضافة إلى الجرائم متعلقة بمتطلبات المعاملات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وتأتي تحتها مخالفة أحكام العرض الإلكتروني، ومخالفة أحكام طلبية المنتج، أما فيما يخص الجرائم المرتكبة بعد إبرام العقد الإلكتروني، لدينا مخالفة التزام حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية، ومخالفة أحكام الفوترة.

فباصدار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، أضفى المشرع حماية جزائية للمستهلك، ضمنت له نوع من الطمأنينة بالتعامل بهذا النوع من التجارة، لكن -حسب نظرنا- تخلل هذا القانون نقائص قد تعرقل التطبيق السليم للنصوص الجزائية التي يتضمنها، ونحصرها فيما يلي:

- ضبط مفهوم "المنتوج"، كما تناوله القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث نجد أن المشرع في كثير من المواد يضع مصطلح "المنتوج" مكان مصطلح "السلعة"، كما نصت عليه المادة 12 من القانون 18-05: "تمر طلبية المنتوج أو خدمة..."، المادة 20: "... لمنتوج أو تأدية خدمة...".
- تحديد الضوابط التي يلزم المورد الإلكتروني باحترامها في عملية عرض المنتج للاستهلاك - ما جاءت به المادة 11 من قانون 18-05-، كوننا أمام مساءلة جزائية.
- تحديد الحد الأدنى من العناصر التي يجب أن تتضمنها "الرسالة الإشهارية الإلكترونية"، وهذا لتسهيل إثبات وجود إخلال بضوابط الإشهار الإلكتروني- ما جاء في نص المادة 30 من قانون 18-05-.
- تعديل نص المادة 39 من قانون 18-05: "... كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني..."، هنا كلمة "نفاذه" تعود على الحكم القضائي وهذا يغلط المعنى الصحيح لنص المادة، حيث بالرجوع لنص المادة باللغة الفرنسية نجد أن المشرع يقصد "تعليق نفاذ المعاملات التجارية الإلكترونية إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني".
- من الأفضل إخضاع الفاتورة الإلكترونية لنظام قانوني خاص بها لتسهيل الكشف عن الجرائم المتعلقة بها.
- تمديد الحماية الجزائرية للشخص المعنوي من الاستبيانات المباشرة المنصوص عليها في نص المادة 31 من قانون 18-05، وعدم اقتصارها على الشخص الطبيعي.
- بالرغم من هذه الحماية الجزائرية للمستهلك الإلكتروني، إلا أن القانون يبقى عبارة عن نصوص محدودة لا تحيط بجميع جوانب هذه المعاملات، حيث يبقى "الدور التوعوي" - تعريف وتثقيف المستهلك-، للتعامل الآمن بهذا النوع من المعاملات التجارية الإلكترونية.

الهوامش:

- ¹ - قانون 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28، صادر في 16 ماي 2018.
- ² - عرفت التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنت، وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية والقانونية... الخ. وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الانترنت، وشبكات المعلومات. - أنظر: محمد ابراهيم عبد الرحيم، الإقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007، ص 148.
- ³ - المورد الإلكتروني هو: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، أنظر المادة 6 من قانون 18-05 السالف الذكر.

- 4 - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الكتب القانونية، 2008، مصر، ص 16.
- 5 - أنظر المادة 6 من القانون 18-05 السالف الذكر.
- 6 - هناك بعض الجرائم تتعلق بالنظام العام حيث لا يكون الضحية الأولى في هذه الجرائم المستهلك الإلكتروني، كمخالفة ممارسة التجارة الإلكترونية دون التسجيل في السجل الإلكتروني، المنصوص عليها في المادة 42 من قانون 18-05 السالف الذكر، وكذا جريمة المتاجرة بالمحظورات التي نصت عليها المادتين 37 و38 من نفس القانون.
- 7 - أنظر المادة 6 من قانون 18-05 السالف الذكر.
- 8 - عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الواجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، مصر، 1991، ص 17.
- 9 - قد تتداخل بعض المفاهيم فيما بينها، حيث يذهب جانب من الفقه إلى اعتبار الاعلان المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، ويذهب جانب آخر إلى القول بأن الاعلان الخادع هو كل اعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى تضليل أو من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به، أو المنافسين على نحو قد يلحق ضررا بمصالحهم الاقتصادية أو هو ذلك الاعلان المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط أو خداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج. أنظر: العضير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)، دار الجامعة الجديد، مصر، 2015، ص 179.
- أما الاعلان الغامض فهو كل إعلان يتم عرضه بطريقة تلقي في نفس المستهلك شك حول ما إذا كان هذا المنتج له نفس خصائص المنتج المراد اقتناؤه، وهو عكس الاعلان الواضح الذي يتضمن بيانات كافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، والتي من شأنها خلق تفكير واعي متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الاقبال على التعاقد. أنظر: عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكره الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 41.
- 10 - زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من التفرير والغبن في العقود الإلكترونية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 144.
- 11 - يحدد الفقه عنصرين للاعلان، عنصر مادي وعنصر معنوي، فالعنصر المادي يتمثل فالوسيلة التي يستعملها المورد في ائصال العلم بالمنتج للمستهلك، أما العنصر المعنوي فهو استعمال تلك الوسائل لغرض تحقيق الكسب المادي، (أنظر: عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، صص 19-22). إذا فالعنصر المعنوي هو المعيار المعتمد في تفريق بين الاعلان التجاري والاعلانات الاخرى التي لا تستهدف الربح، ونص عليه المشرع بأن يكون محدد بوضوح كرسالة تجارية أو إخبارية.
- 12 - فانت حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك (دراسة في أحكام القانون اللبناني مع الإشارة إلى حماية المستهلك المتعاقد عن بعد - إلكترونيا-)، منشورات حلبى الحقوقية، لبنان، 2012، ص 134.
- 13 - برهان محمود نور، خطاب عز الدين، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2009، ص 230.
- 14 - أكثر تفصيلا أنظر: بن عומר محمد الصالح، التراضي الإلكتروني بين المنتج والمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والانسانية، أدرار- الجزائر، مجلد 18، عدد 01 مارس 2019، ص ص 364-368.

- 15 - أنظر المادة 40 من قانون 18-05 السالف الذكر.
- 16 - هنا استبعد المشرع الحماية الجزائية للمستهلك الشخص المعنوي، فمن المفروض أن يضي على المستهلك الشخص معنوي نفس الحماية التي يتمتع بها الشخص الطبيعي.
- 17 - برهان محمود نور، خطاب عز الدين، المرجع السابق، ص 135.
- 18 - يعاقب عليها المشرع بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج. - المادة 40 من قانون 18-05 السالف الذكر.
- 19 - يقصد به " خيار العضوية"، أي تلقي كل ما هو جديد من عروض تجارية خاصة بمنتجات المورد الإلكتروني المرسل للرسالة، أنظر: https://fr.wikipedia.org/wiki/Opt_in، تم التصفح يوم: 2019/07/25 على الساعة 23:15.
- 20 - أنظر: <https://www.cnil.fr/fr/cnil-direct/question/opt-opt-out-ca-veut-dire-quoi>، تم التصفح يوم: 2019/07/25 على الساعة 23:30.
- 21 - أنظر المادة 32 من قانون 18-05 السالف الذكر.
- 22 - يقصد به " خيار العضوية"، أي تلقي كل ما هو جديد من عروض تجارية خاصة بمنتجات المورد الإلكتروني المرسل للرسالة، أنظر: https://fr.wikipedia.org/wiki/Opt_in، تم التصفح يوم: 2019/07/25 على الساعة 23:15.
- 23 - أنظر: <https://www.cnil.fr/fr/cnil-direct/question/opt-opt-out-ca-veut-dire-quoi>، تم التصفح يوم: 2019/07/25 على الساعة 23:30.
- 24 - أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم الثالث (ل.م.د) في القانون - تخصص قانون خاص داخلي-، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو-، الجزائر، 12 جوان 2018، ص 343.
- 25 - نفس المرجع، نفس الصفحة.
- 26 - يرمز مصطلح المنتج في صلب المادة إلى السلعة، والملاحظ في بعض نصوص هذا القانون أن المشرع يستعمل مصطلح المنتج مكان السلعة.
- 27 - أنظر المادة 40 من قانون 18-05 السالف الذكر.
- 28 - أنظر المادة 6 من نفس القانون.
- 29 - تنص المادة 10 من قانون 18-05: " يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني".
- 30 - الخصائص الأساسية هي المعلومات الضرورية لإرضاء المستهلك بصفة واضحة، والتي تحمل على الأقل تعريف المنتج والمتدخل المعني بعرض المنتج للإستهلاك للمرة الأولى وطبيعة المنتج والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمم المنتج والسعر ومدى عقود الخدمات. - أنظر المادة 3 من مرسوم التنفيذي 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر عدد 58، صادر في 18 نوفمبر 2013.
- 31 - أنظر المادة 12 من القانون 18-05.
- 32 - هنا المشرع لم يحدد اللغة التي يجب على المورد الإلكتروني استعمالها في إعلام المستهلك بخصائص المنتج، على خلاف مرسوم التنفيذي 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الذي يوجب في نص المادة 7 منه بوجوب استعمال اللغة العربية في إعلام المستهلك مع إمكانية استعمال لغة أو عدده لغات أخرى.

- 33 - زياد ابراهيم النجار، المرجع السابق، ص 144.
- 34 - *Art 39 " ... Son accès à toute plate-forme de paiement électronique peut être suspendu, sur injonction de la juridiction saisie, pour une durée n'excédant pas six (6) mois."*
- 35 - جل التشريعات تمنع تسليم البضاعة بدون طلبية مسبقة، أنظر: فريد منعم جبور، حماية المستهلك ومكافحة الجرائم الإلكترونية، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص ص 55-57.
- 36 - يحرص المتعاملون في مجال التجارة الإلكترونية على استعمال صيغ نموذجية للعقود التي يبرمونها، وتشمل هذه الصيغ أحكاما تفصيلية تتعلق بتحديد حقوق والتزامات طرفي العقد الأساسية، كما تتعلق بكيفية تنفيذ العقد، وتبين هذه الشروط مكان التسليم وزمانه وتبعية تحمل المخاطر والهلاك وضمان العيوب الخفية وجزاء التأخر عن الدفع والقانون الواجب التطبيق، ويكثر استعمال نوعين من هذه الصيغ: العقود النموذجية الذاتية التي يكون فيها فراغات تتعلق باسم المتعاقد فقط، ولدينا العقود النموذجية التبعية (يطلق عليها كذلك بالشروط العامة في البيع) حيث يكون للمتعاقدين عقد خاص مستقل عن النموذج. أنظر: نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 51.
- 37 - يمكن أن نطلق عليه تفاوض مدعن، أي أن للمستهلك سوى التفاوض على خصائص المنتج، وتستغرق مرحلة التفاوض من وصول العرض الإلكتروني للمستهلك إلى غاية تأكيد الطلبية.
- 38 - المادة 25 من قانون 18-05 السالف الذكر: "يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.
- تحدد كفيضا تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم."
- 39 - مرسوم تنفيذي رقم 19-89 مؤرخ في 05 مارس 2019، يحدد كفييات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني لسجل التجاري، ج ر عدد 17، صادر في 17 مارس 2019.
- 40 - أنظر المادة 02 من نفس المرسوم.
- 41 - أنظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي 19-89 السالف الذكر.
- 42 - أنظر المادة 04 من نفس المرسوم.
- 43 - تكمن هذه الأدوار في كونها وسيلة لشفافية المعاملات التجارية، ووسيلة لإثبات المعاملات التجارية، ووسيلة للمحاسبة. أنظر: أرزقي زويبي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرو لنيل الماجستير في القانون - فرع المسؤولية المهنية-، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو-، الجزائر، 2011/04/14، ص ص 66-68.
- 44 - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، صادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم.
- 45 - نظم المشرع أحكام الفوترة في الفصل الثاني من الباب الثاني المعنون بشفافية الممارسات التجارية، وخصص لها المواد من 10-13 من نفس القانون.
- 46 - أنظر المادة 20 من قانون 18-05 السالف اذكر.
- 47 - رامي زكريا رمزي مرتجى، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الفلسطيني دراسة مقارنة بالشرعية الاسلامية، مذكرو ماجستير في القانون العام بكلية الشريعة والقانون في الجامعة الاسلامية بغزة، فلسطين، جويلا 2017، ص 44.

48 - نظم المشرع الأحكام المتعلقة بالفاتورة بموجب مرسومين تنفيذيين، الأول المرسوم التنفيذي 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر عدد 80، صادر في 11 ديسمبر 2005، أما المرسوم الثاني فهو المرسوم التنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فيفري 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10، صادر في 22 فيفري 2016.

49 - المادة 44 من القانون 18-05 السالف الذكر، أحالت تطبيق العقوبات المنصوص عليها في القانون 04-02 على مخالفة عدم الفوترة في المعاملات الالكترونية.

50 - المادة 10 من قانون 04-02 السالف الذكر: " يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه، مصحوب بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها. يلزم البائع أو مقدم الخدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها ويلزم المشتري بطلب أي منهما، حسب الحالة، وتسلمان عند البيع أو عند تأدية الخدمة.

يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة. غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلّم إذا طلبها الزبون.

يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، عن طرق التنظيم". معدلة بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للقانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. ج ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010.

51 - المادة 11 من نفس القانون: " يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنظمة عند بيع منتجات لنفس الزبون، ويجب أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية. لايسمح باستعمال وصل التسليم إلا للأعوان الاقتصاديين المرخص لهم صراحة بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة.

يجب أن تكون البضائع التي ليست محل معاملات تجارية مصحوبة عند نقلها بسند تحويل يبرر تحركها. "

52 - المادة 13 من قانون 04-02: " يجب أن يقدم العون الاقتصادي بصفته بائعا أو مشتريا الفاتورة للموظفين المؤهلين بموجب هذا القانون عند أول طلب لها، أو في أجل تحدده الإدارة المعنية. "

53 - لتفصيل أكثر أنظر: حزاب نادية، فيلاي بومدين، خصوصية الركن المعنوي في الجرائم الاقتصادية، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثالث، ديسمبر 2017، ص 268-286.

54 - أنظر المواد 45-48 من القانون 18-05 السالف الذكر.

55 - المادة 12 من قانون 04-02 السالف الذكر: " يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم. "

56 - المرسوم التنفيذي 05-468، نص على البيانات المتعلقة بالبائع، ويقابله المورد الإلكتروني حسب نص المادة 20 من القانون 18-05 السالف الذكر.

57 - أنظر المادة 34 من قانون 04-02 السالف الذكر.

