

التزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقاً لأحكام

القانون رقم 05-18

*Supplier's obligations in the electronic sales contract in
accordance with the provisions of Law No. 05-18*

سهام مسكر

Siham Masker

أستاذة محاضرة أ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة البليدة 02

Faculty of Law and Political Science, University of Blida 02

maskerdroit@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/06/28

تاريخ القبول: 2021/05/21

تاريخ إرسال المقال: 2020/12/03

ملخص:

تسمح التجارة الإلكترونية بتيسير عملية تسويق المنتج وتسريع عملية التواصل واتخاذ القرارات وتوفير نفقات، وتنوع السلع والخدمات المقدمة، وتسهيل عملية البيع الإلكتروني والتعاقد عن بعد، لهذا عمل المشرع الجزائري على تنظيم أحكام التجارة الإلكترونية بموجب القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، غير أن عقد البيع الإلكتروني يتضمن مخاطر ترتبط بصعوبة تحديد هوية المتعاقدين، وتعرض المستهلك للاحتيال والتدليس من قبل المورد الإلكتروني أو لعدم احترامه لالتزاماته التعاقدية والقانونية، ومن هنا تبرز أهمية البحث عن التزامات المورد في هذا النوع من التعاقد، بصفته الطرف القوي لحماية المستهلك الإلكتروني وتحقيق الاستقرار في المعاملات الإلكترونية.

وتهدف من خلال هذه الدراسة تحديد التزامات المورد السابقة واللاحقة لعقد البيع الإلكتروني، وقد توصلنا في نهاية البحث أن المشرع وضع ضمانات قانونية لحماية المستهلك، من خلال ضبط التزامات المورد التي تسلط عليه في حالة مخالفته لأحكام هذا القانون، من أجل توفير مناخ آمن لإبرام عقود البيع الإلكترونية داخل وخارج الوطن، غير أنه دون تطوير طرق الدفع الإلكترونية، وتسليم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين، وتنوع أشكال التجارة الإلكترونية، وعدم الاكتفاء بالإعلان والإعلام الإلكترونيين، لن تحقق التجارة الإلكترونية مكانة رائدة في التشريع الجزائري.

كلمات مفتاحية:

عقد البيع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، المورد الإلكتروني، التعاقد عن بعد، التزامات المورد الإلكتروني.

Abstract:

E-commerce allows facilitating the product marketing process, speeding up the process of communication and decision-making, saving the expenses and the diversity of the goods and services provided, and facilitating the electronic sale and distance contracting process. This is why the Algerian legislature worked to regulate the provisions of e-commerce according to Law No. Electronic selling includes risks related to the difficulty in identifying the contractors and exposing the consumer to fraud and fraud by the electronic supplier or for not respecting his contractual and legal obligations, hence the importance of researching the supplier's obligations in this type of contract as the strong party to protect the electronic consumer and achieve stability in electronic transactions.

Through this study, we aim to determine the supplier's prior and subsequent obligations to the electronic sales contract, and we have concluded at the end of the research that the legislator has put in place legal guarantees to protect the consumer by controlling the supplier's obligations and the penalties that are imposed on him in the event of his violation of the provisions of this law, with the aim of providing a safe environment for the conclusion of electronic sales contracts Inside and outside the country, however, without developing electronic payment methods, handing over the national card to electronic suppliers, and diversifying forms of e-commerce, we will only know electronic advertising and media, and e-commerce cannot achieve a leading position in Algerian legislation.

Keywords:

Electronic sales contract, E-Commerce, Electronic supplier, Remote contracting, Electronic supplier obligations.

مقدمة:

إن التطور التكنولوجي وانفتاح السوق الاقتصادية وتوسع المعاملات التجارية أدى لانتشار التجارة الإلكترونية، وتفضيل البيع الإلكتروني على البيع التقليدي، لما يحققه من تنوع في العروض التجارية ومنح حرية اختيار أكبر، ويسهل طلب السلع والخدمات والتعاقد عن بعد ويخفف من النفقات¹، لكن بالمقابل تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة خطيرة، فهي قوية من حيث التأثير على إرادة المتعاقد، لأنها تحور الإرادة الشخصية إلى إرادة رقمية تتصف بالآلية، مما تستوجب حماية هذه الإرادة من حيث إثبات مطابقة الإرادة الرقمية للإرادة الحقيقية للأطراف²، كما أن المستهلك الإلكتروني قد يكون معرض للتدليس من

قبل المورد الإلكتروني بسبب العروض الوهمية والمضللة، أو لعدم احترام التزاماته التعاقدية من حيث عدم تسليم البضاعة، أو التأخر في تسليمها أو تسلمها مخالفة لما اتفق عليه في عقد البيع، أو معيبة أو بيع سلعة غير متوفرة في المخازن.

ويعرف هذا نوع من البيع صعوبة في إثبات هوية المتعاقدين وأهليتهم، والعقد المبرم بينهما³ وتنازع القوانين في حالة التعاقد مع شخص أجنبي، الأمر الذي جعل المشرع يتدخل من خلال أحكام القانون رقم 18-05⁴ ليضبط التزامات المورد ومسؤوليته ليوفر الحماية القانونية للمتعاقد ويحقق الاستقرار في معاملات البيع الإلكتروني.

وتهدف من خلال هذا الموضوع لدراسة جانب من جوانب التجارة الإلكترونية التي تنتشر في كل دول العالم، لكن تعرف تباطؤ في تفعيل العمل بها على مستوى الجزائر، بسبب عدة عوامل وإشكالات نعمل على إبرازها وتحليلها واقتراح حلول قانونية للمساهمة في إثراء موضوع الساعة، حيث تقتضي ضرورة التنمية وانفتاح السوق التجارية الدولية إلى تطوير التجارة الإلكترونية، خاصة في ظل الأزمة الاقتصادية وجائحة كوفيد 19، التي أحدثت تدهوراً في اقتصاد الدول، بسبب غلق الحدود وتقلص المبادلات التجارية، ومن هنا تبرز أهمية التعاقد عن بعد والتجارة الإلكترونية، وعلى الجزائر أن تسعى لتطوير التجارة الإلكترونية، وتوفير مناخ آمن للمبادلات التجارية داخل وخارج الوطن لدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، من هنا نطرح الإشكالية التالية:

فما هي التزامات المورد في عقود البيع الإلكترونية طبقاً للقانون رقم 18-05؟

ومن خلال هذه الإشكالية ممكن طرح بعض التساؤلات: هل ضبط التزامات المورد الإلكتروني يوفر الحماية القانونية الكافية للمستهلك الإلكتروني؟ وهل تركيز المشرع على ضبط أكثر لالتزامات المورد لا يؤثر في تحقيق التوازن العقدي؟ وكيف يمكن إلزام المورد بالتنفيذ العيني للالتزامات؟ وما هي مسؤولية المورد في حالة اخلال بالالتزامات؟

للإجابة على هذه الإشكالية والتساؤلات التي يطرحها الموضوع ولالإلمام بالجوانب القانونية للبحث انتهجنا المنهج الوصفي التحليلي، للوقوف على تحديد التزامات المورد ومسؤوليته، من خلال تقسيم البحث إلى تعريف عقد البيع الإلكتروني وتحديد أطراف العقد في المحور الأول، ثم فصل في الالتزامات السابقة للتعاقد في المحور الثاني والالتزامات اللاحقة في المحور الثالث، وننتهي بتحديد مسؤولية المورد الإلكتروني في المحور الرابع.

المحور الأول: تعريف عقد البيع الإلكتروني

عرف عقد البيع الإلكتروني من خلال توسع التجارة الإلكترونية وانتشار تعاملات البيع والشراء عبر الأنترنت، فهو تعامل يجري إنجازه وإنهاؤه بين البائع والمشتري عبر شبكات الحاسوب، وهذا التعامل يقود إلى انتقال ملكية المنتج، وفضاء الأنترنت أعطى فرصة للمورد الإلكتروني لتسويق منتجاته وخدماته.

وليس بالضرورة إجراء عملية التبادل في معاملات التجارة الإلكترونية بصورة آلية بحدته، إذ قد يكون بعض التدخل في العنصر البشري عبر الأنترنت، كما تفعل بعض المتاجر الإلكترونية، حيث تتيح للمشتري (المتسوق) فرصة التفاوض والتخاطب مع قسم خدمات ودعم المستهلك، كما أن بعض المتاجر تتيح للمشتري فرصة الحديث باستخدام هاتف

الانترنت من أجل التعريف بالمنتج والتفاوض عليه⁵، فالإنترنت توفر شبكة خدمات معلوماتية ووسيلة اتصال عالمية، لا ترتبط بحدود جغرافية تسمح بالتنقل المعنوي بين الدول⁶، وتنفرد بطابع الحرية بحيث لا توجد لها إدارة مركزية محددة في وسيلة لا مركزية التحكم، وعليه فكل المعلومات والبيانات والمعاملات تسري من خلال خطوط الشبكة جميعها⁷.
ولتحديد التزامات المورد كان علينا أن نحدد التعريف الفقهي والقانوني لعقد البيع الإلكتروني.

أولاً - التعريف الفقهي لعقد البيع الإلكتروني:

يرتبط مفهوم عقد البيع الإلكتروني بمفهوم التجارة الإلكترونية، فهذه الأخيرة عبارة عن طريقة لشراء وبيع المنتجات والخدمات عبر شبكة الانترنت، والشبكات التجارية العالمية الأخرى سواء كانت التجارة في السلع أو المعلومات أو برامج الكمبيوتر⁸.

وعرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية التجارة الإلكترونية على أنها جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمؤسسات، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات والمفاوضات التجارية والعقود، والأطر القانونية والتنظيمية⁹، غير أن هذا التعريف يخلط بين التطبيقات الواقعة عبر شبكة الأنترنت التي تشمل على العديد من الأعمال والأنشطة والتصرفات ومفهوم التجارة المرتبط فقط بتبادل السلع والخدمات عبر هذه الشبكة، الأمر الذي يجعل هذا التعريف موسع وغير محدد بدقة.

فاتجهت المنظمة للتعريف الموسع من خلال عدم تضيق في مجال الأنشطة التجارية بنفس ما اتجهت إليه لجنة الأمم المتحدة للقانون الدولي التي أوصت ضمن القانون النموذجي لسنة 1996 في المادة الأولى على أن تشمل التجارة الإلكترونية جميع المسائل الناشئة عن جميع العلاقات ذات الطابع التجاري أو المدني أو الإداري، والتصرفات والأعمال سواء كانت تعاقدية مثل البيع والإيجار والوكالة والتأمين ونقل البضائع جواً وبحراً وبراً أو غير تعاقدية مثل تقديم المعلومات باستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصالات، على خلاف التعريف الضيق الذي جاء بعد التعريف الموسع، حيث حاولت لجنة الأمم المتحدة تحديد دقيق لمفهوم التجارة والخدمات من خلال التقرير الصادر عن منظمة التجارة الدولية بتاريخ 1999/12/03 المنعقد بسياتل الذي ربط التجارة الإلكترونية بأداء نشاط تجاري يخص التعاقدات فقط، بهدف تبادل السلع والخدمات من خلال وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني، وعليه يختلف كل من التعريف الموسع والضيق من حيث تحديد مجال التجارة الإلكترونية¹⁰، غير أننا نعتبر التعريف الضيق أكثر دقة في ضبط المفهوم من التعريف الموسع المحدد أعلاه.

وتعتبر التجارة الإلكترونية هي الترجمة الاقتصادية الكونية الأولى لثورة المعلومات، التي أثرت كثيراً على حجم المبادلات والصفقات المحققة وعلى فعاليتها، وأدت إلى نشوء طريقة جديدة للقيام بالتجارة بين مختلف الأطراف سواء مؤسسات أو زبائن أو إدارات، فلولا هذه الثورة لما كان هناك شيء اسمه التجارة الإلكترونية¹¹، وبما أن هذه الثورة لا يمكن الاستغناء عنها في زمن العولمة وسرعة المعاملات التجارية فيجب برأينا ضبط المعاملات التجارية العابرة للحدود، كونها أكثر المعاملات التجارية الإلكترونية انتشاراً، وتوفير منظومة قانونية داخلية ودولية تحمي المستهلك الوطني والأجنبي، خاصة تحديد القانون

الواجب التطبيق في حالة نزاع مترتب عن عقد البيع الإلكتروني وفقاً لقواعد القانون الدولي الخاص وتحديد إجراءات تسوية النزاع بموجب اتفاقيات دولية، وكنا نفضل وضع تشريع موحد دولياً لمعاملات التجارة الإلكترونية وإنشاء مركز دولي لتحكيم الإلكتروني لتحكم أكثر في مثل هذه المعاملات و تسريع تسوية النزاعات التي يكون أحد أطرافها أجنبياً.

والعقد الإلكتروني يترجم المعاملات التجارية الكترونية ويفرغ إرادة الطرفين واتفاقهما في عقد يرتب آثار قانونية لكلا الطرفين، لهذا ارتبط مفهوم العقد الإلكتروني بمفهوم التعاقد عن بعد وحسب الدكتور سليم السعداوي عقد البيع الإلكتروني هو عقد: "يتضمن التزام المورد ببيع لمال أو أداء لخدمة دون الحضور المادي للمتعاقد باستخدام وسائل الاتصال عن بعد"¹²، و ما نأخذه على هذا التعريف أنه ركز على المفهوم اللامادي الذي ينكر حقيقة وجود مادة كشيء محسوس، وهو غير مشخص، حيث نزع عنه هذه الصفة بوحدة الذات بما فيها من وجدان وفكر وعقل وإرادة ، وهذا لا يقر بحقيقة وجود المعاملة الإلكترونية من الناحية المادية وبتصرف صادر عن شخص، هنا قد لا يوجد مجلس لتعاقد حقيقي لكن هو مجلس افتراضي فالأنترنت هي وسيلة سمعية ومرئية تمكن الأطراف من التعاقد بأسمائهم ويمكن اللجوء إلى التوقيع الإلكتروني والتوثيق الإلكتروني للتصرفات التي تقوم على الشكلية، كما يفهم من هذا التعريف أن العقد الإلكتروني يطبق عليه آثار التعاقد بين غائبين، بالرغم من أن الأنترنت قد تسمح باعتباره مجلس تعاقد بين حاضرين حكماً لعدم وجود مدة زمنية فاصلة بين صدور القبول وعلم الموجب.

حيث أن التعاقد عن بعد سمح بتحويل الإرادة الشخصية إلى إرادة رقمية تصاغ في شكل رقمي، وهذا بمجرد النقر على أيقونة الشيء الذي يستدعي لمطابقة هذه الإرادة مع الإرادة الحقيقية الشخصية، كما سهل عملية التواصل مع المورد، لكن طرح عقد البيع الإلكتروني صعوبة في تحديد صحة الإرادة وسلامتها من كل العيوب وهل الضغط على الأيقونة تعبير صادر عن القابل نفسه حتى نطبق آثار حكم التعاقد بين حاضرين، لهذا يجب وضع آليات قانونية تحمي إرادة ورضا المستهلك الإلكتروني من سرعة والآلية في التعاقد¹³ وتوضيح الآثار القانونية المطبقة على التعاقد عن بعد.

وعلى خلاف التعريف السابق، عرفت الدكتورة يمينة حوحو عقد البيع الإلكتروني: "بأنه عقد يتم فيه تلاقي كل من الإيجاب والقبول عبر شبكة الأنترنت، والتي تتيح التفاعل بين المتعاقدين (البائع والمشتري) كوسيلة مسموعة ومرئية في إطار التجارة الإلكترونية"¹⁴، و ما يمكن ملاحظته أن هذا التعريف مادي يقر بالمعاملات التجارية، حيث يعقد العقد في مجلس عقد حكومي وهذا يطرح اشكال ما إن كان العقد بين غائبين أو حاضرين من خلال تخلف وحدة المكان والزمان، نظراً لأن العقد يتم عن طريق وسيلة اتصال عن بعد فيعتبر تعاقد بين غائبين عملاً بنص المادة 02 من التوجيه الأوربي رقم 97/7 المؤرخ في 1997/05/20¹⁵ وهذا الرأي يخالف ما اتجهت إليه الدكتورة، لأن المعروف أن شبكة الأنترنت تعد وسيلة مسموعة ومرئية تمكن المتعاقدين من تبادل الإيجاب والقبول وبالتالي تتحقق وحدة المكان الافتراضية لوجود التواصل بين الطرفين افتراضياً وكأنه بين حاضرين حكماً، إذا تزامن الإيجاب مع القبول باستخدام هذه الوسيلة ليرتب آثار العقد بين الحاضرين، ونحن نتوافق مع هذا الرأي لأن الذي يميز التعاقد بين الغائبين الفترة الزمنية الفاصلة بين صدور القبول وعلم الموجب به، لكن لا يمكن تطبيق هذه القاعدة على التعاقد بواسطة البريد الإلكتروني لهذا كان على التعريف

المذكور أعلاه استبعاد هذه القاعدة ، لأنه يعتبر تعاقد بين غائبين، وبالتالي العقد ينعقد في اللحظة التي تصل فيها الرسالة المتضمنة للقبول إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالموجب، مما يفيد علم هذا الأخير بما، دون الاخلال في حالة اتفاق الطرفين على تحديد زمان العقد¹⁶، وعليه فإن التعريف لم يتطرق لحالة التعاقد عن طريق البريد الإلكتروني ولم يفرق بين هذين الحالتين وكنا نفضل أن يكون شامل لكل أنواع الاتصال الإلكتروني.

والملاحظ أيضا في تعريف الدكتوراة اعتبارها أن عقد البيع الإلكتروني من عقود المساومة لأنه يتيح التفاعل بين طرفي العقد، غير أنه في الغالب قد يكون من عقود الإذعان، في شكل عقد نموذجي مكتوب دون أن يكون هناك تفاعل بين طرفي العقد وليس من حق المستهلك تعديل العقد أو مناقشته، ويتضمن العقد شروط محددة مسبقا لصالح المورد بصفته المحتكر للسلعة أو الخدمة عن طريق شبكة الأنترنت، ومن هنا وجب على المشرع الجزائي حماية المستهلك الإلكتروني لتحقيق التوازن العقدي، كما هو محدد طبقا للقواعد العامة في عقد البيع التقليدي¹⁷.

وكنا نفضل تحديد أطراف العقد في التعريف التي حددته الدكتوراة ليس فقط في شخص البائع و المشتري بل تتعدد بحسب أشكال التجارة الإلكترونية المتطورة، فالبائع أو المورد الإلكتروني قد يتعاقد مع المستهلك أو المشتري أو قد يبرم العقد بين شركات تجارية مع أحد فروعها الداخلية أو الخارجية أو مع شركات أخرى، وقد يتم العقد بين الدول والحكومات وقد يتم بين مستهلكين فيما بينهم.

وعليه يمكننا تعريف العقد الإلكتروني بأخذ بعين الاعتبار الملاحظات السابقة على أنه: " هو ذلك العقد الذي يسمح بالمبادلات التجارية الداخلية والخارجية وبيع السلع والخدمات بمختلف أشكال التجارة الإلكترونية عن طريق التعاقد عن بعد بواسطة الاتصال الإلكتروني، ل يتم فيه تلاقي كل من الإيجاب والقبول فيعتبر العقد بين حاضرين حكما إذا تم عن طريق الأنترنت، ويعتبر تعاقد بين غائبين إذا تم عن طريق البريد الإلكتروني، ويرتب العقد آثاره القانونية طبقا لما اتفق عليه وقد يكون من عقود الإذعان وفي هذه الحالة وجب حماية المستهلك الإلكتروني بصفته الطرف الضعيف طبقا لما يقتضيه القانون".

ومن التعريفات الفقهية وخصائص البيع الإلكتروني نستخلص المميزات الإيجابية له حيث أنه يسمح بالتسويق الإلكتروني لكونه يوفر آلية بحث قوية وسريعة لمقارنة السلع المعروضة من الموردين واختيار الأفضل والأقل ثمنا، من أجل التعاقد مع المورد المناسب والاتفاق معه على ترتيبات التوريد وارسال الطلبات دون تدخل الوسيط، كما يسهل عملية تبادل البيانات إلكترونيا، التي تستفيد من مزاياها الشركات بإجراء عمليات تبادل للسلع داخليا بين فروعها وخارجيا مع شركات أخرى¹⁸، إضافة لتيسير طرق الدفع الإلكترونية دون حاجة لمقابلة البائع، ولا يلزم لإتمام البيع مكان مخصص وقد لا يحتاج المورد لموظفين مما يوفر النفقات، بالمقابل هناك عيوب للبيع الإلكتروني من حيث عدم تطابق المنتج على ما اتفق عليه والتأخر في التسليم وإمكانية حدوث النصب الإلكتروني من خلال اختراق نظم الدفع الإلكترونية والاستلاء على الأرصدة البنكية، و المغالاة في رفع الأسعار استغلالا لرغبة المستهلك في الحصول على المنتج بأسرع وقت لباب المنزل وعدم وجود قانون دولي موحد للتجارة الإلكترونية مما يصعب تسوية النزاعات التي يكون أحد أطرافها أجنبي.

والمشرع الجزائري لم يترك تحديد المصطلحات والتعريفات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية للفقهاء، بل عمل على ضبطها قانونياً، ونعمل على تحديدها من خلال النقطة الموالية.

ثانياً-التعريف القانوني لعقد البيع الإلكتروني

تأخر المشرع الجزائري مقارنة مع باقي التشريعات العربية في تنظيم القواعد المرتبطة بالتجارة الإلكترونية بموجب القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 برغم من أهميتها، وعرف التجارة الإلكترونية من خلال المادة 06 من هذا القانون على أنها: «النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الإلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية».

كما عرف العقد الإلكتروني بصفة عامة دون أن يقتصر على عقد البيع على أنه: "العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وتم ابرامه عن بعد دون حضور الفعلي والتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً بتقنية الاتصال الإلكتروني".

ولكون المورد في عقد البيع الإلكتروني يلجأ للإعلان من أجل تسويق منتوجه، فعرف الأشهر الإلكتروني في المادة 08 من القانون رقم 18-05 على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج سلع أو خدمات عن طريق اتصالات الإلكترونية".

ويقصد بالاتصالات الإلكترونية عملاً بنص المادة 10 الفقرة الأولى من القانون رقم 18-04 المتعلق بالبريد والاتصالات الإلكترونية¹⁹ على أنها: "كل إرسال أو ترأسل أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو بيانات أو معلومات مهما كانت طبيعتها، عبر أسلاك أو الألياف البصرية أو بطريقة كهرومغناطيسية".

ويتكون عقد البيع الإلكتروني من المشتري الذي يعرف بالمستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني وعرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في نص المادة 06 من القانون رقم 18-05: "... المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقبني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

وهو نفسه المتعاقد بالطريقة التقليدية، لكنه يتعامل بوسائل إلكترونية، يتمتع بنفس حقوق المستهلك بالطرق التقليدية، وهو متلقي العرض وسواء كان مشتري أو مستهلك فهو بحاجة لحماية قانونية، تضمن الثقة في الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية، بغض النظر إن كان يشتري لسد حاجاته الشخصية أو العائلية أو المهنية²⁰، من هنا تظهر أهمية الإعلام عند التعاقد عن بعد²¹ بما يلائم طبيعة البيع الإلكتروني، خاصة أن الوفاء بالثمن يكون سريعاً وآلياً، لكن إذا فرقنا بينهما سيستفيد المستهلك الإلكتروني من الحماية القانونية وفقاً لقواعد حماية المستهلك وأحكام القانون رقم 18-05، فحين المشتري يستفيد فقط من الحماية المقررة من الحماية الناجمة من الوسيلة المستخدمة²².

أما المورد الإلكتروني عرفه المشرع الجزائري على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"²³.

لكن التجارة الإلكترونية لها عدة أشكال، لا ترتبط فقط بمفهوم المورد الإلكتروني، فقد تتخذ شكل التجارة بين وحدة الأعمال والتبادل بين الشركات كإجراء المفاوضات وتبادل المعلومات والبيانات، أو التسويق الإلكتروني لينتهي الأمر بإبرام العقود التجارية، غير أن المشرع فضل التعريف الضيق على التعريف الموسع ليكون أكثر دقة في تحديد مجال التجارة الإلكترونية كما سبق توضيحه عند تحديد التعريف الفقهي.

وقد يكون التبادل داخل المؤسسة الواحدة بين مختلف فروعها أو التجارة بين وحدات الأعمال والمستهلكين، ليتعامل التاجر مباشرة مع المستهلك من خلال ما يعرف بتجارة التجزئة الإلكترونية، أو قد تتخذ شكل التجارة بين الحكومات والمستهلكين، من خلال فتح العروض وأوامر التوريد والخدمات المقدمة عبر الوسائط الإلكترونية، وأخيرا قد تتخذ شكل التجارة بين مستهلكين ومستهلكين آخرين، من أجل بيع أغراضهم وتطور الأمر لظهور ما يعرف بالمزاد الإلكتروني²⁴، ولهذا نرى أنه يجب تأطير قانوني لكل هذه الحالات بتنوعها ضمن القانون رقم 18-05.

وتطرح أيضا في عقود التجارة الإلكترونية مسألة الصعوبة في لغة الأجنبية وفهمها، وفي أدلة الإثبات الإلكترونية والشكلية العقد وتحديد هوية المتعاقدين والتأكد منها ومن أهليتهم والقانون الواجب التطبيق في حالة وجود أجنبي²⁵، وفي تطوير تقنيات الأعمال المالية والمصرفية وصعوبة الدفع الإلكتروني، لهذا وجب إيجاد حلول قانونية في القانون رقم 18-05 بما يحقق استقرار في هذه المعاملات الإلكترونية، ويوفر الأمن الرقمي.

وعقد البيع الإلكتروني قد يرتب التزامات سابقة للتعاقد ترتبط بمرحلة ترويج المنتج والتفاوض والتزامات لاحقة للتعاقد ترتبط بأثر العقد على كلا المتعاقدين تنطبق لها في المحور الموالي.

المحور الثاني: التزامات المورد الإلكتروني السابقة للتعاقد

من خلال تعريف عقد البيع الإلكتروني استخلصنا أنه قد يسبق عملية التعاقد الإعلان عن المنتج، وإعلام المستهلك بمضمون المنتج وتوفير كل البيانات والمعطيات الواجب تحديدها، من أجل التفاوض على العقد، ومن مخاطر التعاقد عن بعد التعامل مع موردين وهمين هدفهم النصب والاحتيال، لهذا ضبط المشرع الجزائري شروط ممارسة التجارة الإلكترونية وألزم المورد بصحة الإعلان والإعلام بما يضمن النزاهة في مرحلة التفاوض.

أولا- الالتزامات المرتبطة بصفة المورد الإلكتروني:

اشتراط المشرع في المادة 08 من القانون رقم 18-05 أن يخضع المورد الإلكتروني للتسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية لعرض منتوجه في الموقع الإلكتروني أو الصفحة الإلكترونية على الأنترنت مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz، كما يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته، وهنا كان على المشرع توسيع التعاقد إلى التعاقد عن طريق البريد الإلكتروني.

كما ألزم الموردين بإنشاء بطاقة وطنية للموردين إلكترونيا لدى المركز الوطني التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية، ولا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم الناطق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، وتنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق اتصالات

الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني ليتأكد من فعالية الشركة أو المورد عملاً بنص المادة 09 من القانون رقم 18-05.

ويعد الإعلان المقدم من قبل المورد الإلكتروني دعوة للتعاقد والتفاوض، فهو يعبر عن رغبته في إبرام العقد دون بيان أركانه، ويعمل على حث من وجه إليه ليتقدم بهدف التفاوض للوصول إلى مرحلة تقديم اقتراحات للتعاقد والاتفاق على التحفظات التي لا تجعل من العرض باتاً ولا ترقى لمرتبة الإيجاب²⁶، واستثناء يمكن أن تكون إيجاباً إذا حدد المنتج أو البائع عزمه على إبرام العقد مع تحديد الأركان والشروط الجوهرية للعقد ومن خلال ما سبق اتضح أن المورد ملزم بالإدلاء بينات توضح على الأقل ما سبق ذكره، وعليه يعتبر الإعلان المحدد للمعلومات إيجاباً ينتظر القبول لينعقد العقد.

وطالما لم يقتزن الإيجاب بالقبول من حق الموجب العدول عنه ما لم يتصل بعلم من وجه إليه، إلا إذا حدد أجلاً لقبوله فإنه يلتزم بالبقاء على إيجابه إلى انقضاء هذا الأجل عملاً بنص المادة 63 من القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم²⁷. ولا يتم إبرام عقد البيع إلا بعد تطابق إرادتين لكل من الموجب والقابل وفقاً لمبدأ الرضائية، حيث يكون لكلا الطرفين الحرية والاستقلالية في التعبير عن إرادتهما، وتحديد شروط العقد وتحمل آثاره طبقاً للقواعد العامة²⁸. لهذا يلتزم المورد الإلكتروني بالنزاهة والشفافية في معاملاته الإلكترونية، وألزمه المشرع بالإعلان عن المنتج إلكترونياً وتقديم كل المعلومات الضرورية تحت ضوابط قانونية نتعرف عليها في النقطة الموالية.

ثانياً- الالتزام بصحة الإعلان والإعلام:

انتشرت ظاهرة التسويق من خلال الإعلان الإلكتروني عبر الأنترنت لما له من مزايا من حيث وفرة المعلومات وتعدد الخيارات²⁹، فعند فتح صفحة الأنترنت تظهر عناوين بعض المواقع التجارية على صفحة الويب بما يعرف بالمتاجر الافتراضية³⁰، حيث يمكن اختيار الدخول إلى أي عنوان من عناوين المطروحة.

وهو دعوة للتعاقد مع كل من هو مهتم بالإعلان ثم يلتزم المورد بإعلام المستهلك بالمعلومات المطلوبة قانوناً، وفي حالة اتفاقهما وتطابق الإيجاب مع القبول تأتي مرحلة إتمام جميع إجراءات البيع طبقاً للقانون³¹، ولهذا يعتبر الإعلان الخادع والإعلام المظلل عبر الأنترنت نصب واحتيال وجريمة فدرالية، وعليه المرحلة السابقة للتعاقد ترتب التزامات ترتبط بالإعلان والإعلام نحددها في النقطة الموالية.

أ- التزامات المورد المترتبة على الإعلان:

على كل إشهار ذو طبيعة تجارية وترويجية يتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية أن يلي مقتضيات المحددة في نص المادة 30 من القانون رقم 18-05 المتمثلة في:

" - أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو اشهارية،

- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه،

- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام،

- 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 مظلمة وغامضة".

من خلال استقراءنا لنص هذه المادة حاول المشرع توفير الحماية القانونية الكافية للمستهلك الإلكتروني من خلال اشتراط المشرع أولاً أن يكون الإعلان في شكل رسالة تجارية لترويج المنتج موجهة لأشخاص يهمهم العرض المقدم أو اعلان تجاري أو اشهاري وصممت الرسالة لهم خصيصاً، حيث التزم المورد بالتعريف بالمنتج بدقة و أن يكون مسموح التعامل به قانوناً غير مخالف للنظام العام والأداب العامة، حيث يمنع المتاجرة في المواد المحصورة قانوناً مثل المتاجرة في المخدرات، كما يجب عليه أن يوضح المزايا المحفزة لاقتنائه مثل التخفيضات و المكافآت و الهدايا الممنوحة في حالة قبول العرض في ظل المنافسة الشريفة من أجل تسريع عملية التسويق وكسب ثقة الزبون وتلبية طلباته حسب احتياجات السوق الإلكترونية.

وبما أن العرض التجاري ومميزاته له تأثير على إرادة المستهلك في ابرام العقد لمنتج لم يراه ويفحصه، فيجب أن يكون هناك علم كافي وواضح وغير مظلل ويبين إن كان منتج أصلي أو مقلد، حتى لا يقع هذا الأخير في غلط أو تدليس أو نصب من قبل المورد، ويجب أن يعكس حقيقة جودة ونوع المنتج والمزايا المعلن عنها، لكن للأسف غالباً ما يقع المستهلك ضحية للإعلان الكاذب ولاقتناء المنتج المقلد كان الدافع للتعاقد السعر التنافسي واعتقاد المستهلك بجودة المنتج. من خلال تحليلنا لنص هذه المادة نستخلص أن الحماية القانونية والشروط المحددة في المادة غير كافية لحماية المستهلك الإلكتروني حيث يجب أن يكون هناك جهاز إداري مكلف بالرقابة للإعلانات الإلكترونية أو انشاء موقع إلكتروني خاص لاستقبال شكاوى الزبائن ومراقبة المنتج من قبل خبراء، بهدف تحقيق الأمن الإلكتروني وتعزيز الثقة في عقود البيع الإلكترونية بما يوفر الحماية القانونية للمستهلك بصفته الطرف الضعيف.

وعلى المورد الإلكتروني أن يحترم إرادة المستهلك إذا لم يبدي موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني، ولرغبته في عدم تلقي أي اشهار دون مصاريف أو مبررات، وهنا عليه تأكيد تسجيل طلبه واتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته خلال 24 ساعة³²، وفي حالة المنازعة عليه أن يثبت أن إرسال الإشهارات الإلكترونية كانت بموافقة مسبقة وحررة للمستهلك، كما يلتزم بحفظ المعلومات وسرية البيانات ذات الطابع الشخصي المرتبطة بالمستهلك التي جمعها لإبرام معاملاته التجارية³³.

إضافة لمنع الإشهار والتعاقد لكل منتج أو خدمة ممنوعة التسويق وغير المشروعة عملاً بنص المادة 34 من القانون رقم 18-05، وكل تجارة إلكترونية تتعلق بلعب القمار والرهان واليانصيب، وبيع المشروبات الكحولية والتبغ والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية وكل سلعة أو خدمة محصورة بموجب التشريع، وكل سلعة أو خدمة تستوجب اعداد عقد رسمي، لأنها تتطلب تدخل الموثق في حماية الأطراف المتعاقدة بالنظر لقيمة محل العقد³⁴.

كما تمنع الإعلان عن المعاملات في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم وكل المنتجات و/أو الخدمات الأخرى، التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي، وفي هذه حالة تتعدى المسألة فقط حماية المستهلك إلى الحفاظ على النظام العام والأمن الوطني.³⁵

وبما أن الإعلان الإلكتروني هو الرائج في الجزائر لعدم تطوير وسائل الدفع الإلكتروني، وجب تشكيل لجان متخصصة في إطار حماية هذا المستهلك وتفعيل دور المنظمات غير الحكومية للتصدي للإعلانات التي فيها تدليس وتغليط للمستهلك، بكل الوسائل المتاحة والحفاظ على رضا المستهلك عند تلقي العرض.³⁶

والإعلان غير مغشوش ينتهي بإعلام يعكس مضمون المنتج، بالرغم من أن هناك بعض الفقهاء يفرقون بين الإعلان والإعلام من حيث المفهوم والمضمون والتأثير على إرادة المتعاقدين، ويعتبرون الإعلام الوسيلة لمقاومة مخاطر الدعاية عن طريق تقديم معلومات موضوعية على السلعة والتنبيه بمخاطرها³⁷، وسنوضح الالتزام بالإعلام في النقطة الموالية.

ب-التزامات المورد المترتبة على الإعلام:

نص المشرع الجزائري على الالتزام بالإعلام في عقد البيع التقليدي في القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³⁸، وفي نص المادة 08 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية³⁹.

حيث أزم البائع بأن تكون المعلومات المتعلقة بمميزات المنتج أو السلعة نزيهة والصادقة، وقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، غير أنه اكتفى بالمعلومات اللاحقة للتعاقد على خلاف إلزام المورد الإلكتروني بالإعلام طبقاً لأحكام القانون رقم 18-05، بحيث يقدم كل البيانات السابقة واللاحقة المطلوبة قانوناً عند تقديم العرض التجاري ووقت التسليم، بما يسمح بتعديل الطلبية أو الغائها، ونحن نستحسن جعل الإعلام شامل لكل البيانات بما يحقق الحماية القانونية والثقة في المعاملات الإلكترونية.

وضبط هذا الالتزام يتماشى مع توجيه الأوربي لعام 7/97 بشأن حماية المستهلك في مجال التعاقد عن البعد، حيث أوجب على الدول الأعضاء في الإتحاد الأوربي إصدار التشريعات اللازمة أو الملائمة لهذه الحماية⁴⁰.

ويقع على كل من تاجر والمنتج الالتزام بصحة كل ما يتم نشره لحماية المقتني من المعلومات الخاطئة التي تهدف لجلبه للتعاقد، بهدف استنزاف أمواله دون الحصول على ما دفعه للقبول، وتوقيعه في الغلط واستغلال حاجته بوجه غير مشروع وغير أخلاقي.

ويجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، ويقدم العرض التجاري من قبل المورد بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة⁴¹، وتتضمن البيانات المحددة في

المادة 11 من القانون رقم 18-05 المحددة على الأقل وليس على سبيل الحصر لتشمل:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم الهاتف 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 مسبقاً،
 - كيفيات واجراءات 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،
 - مواعيد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء،
 - طريقة ارجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه،
 - تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها".
- من خلال استقراءنا لنص هذه المادة نلاحظ أن المشرع حرص على توفير حد أدنى من المعلومات الضرورية فحرص أولاً على تحديد **صفة المورد** والتأكد من أن المستهلك لا يتعامل مع شخص وهمي أو شركة غير فعلية، حتى لا يكون معرض للنصب والاحتيال، فيجب على المورد أن يعلم المتعاقد معه برقم التعريف الجبائي وسجل تجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، وألا يكون قد عوقب بتعليق نفاذ الناطق وغلقت الموقع وتعمد فتح موقع آخر باسم مستعار من أجل التحايل والنصب، كما يلتزم بتمكين المستهلك من معرفة العناوين المادية والإلكترونية ورقم الهاتف لتيسير التواصل قبل وبعد التسليم.

ومن أجل توفير حماية قبلية للمستهلك ألزم المشرع المورد بالإعلام المسبق لكل البيانات الجوهرية أساس العقد، مثل: تحديد الصفات الأساسية للسلعة وشروط البيع والسعر أو طرق تحديده ويوضح كيفية الدفع، لهذا يعتبر هذا الاعلام ايجاب يفيد الرغبة في التعاقد وفي نفس الوقت اشهار وترويج للسلعة، وليس فقط دعوة للتعاقد التي لا تتوفر على العناصر الأساسية للإيجاب⁴².

كما يجب أن يتضمن الإعلام معلومات حول تنفيذ العقد لاحقاً من خلال الاتفاق على طرق التسليم، التي في غالب تكون مادية بنفس الطرق المعروفة في القواعد العامة للبيع التقليدي، وبحسب نوع المبيع خلال المدة المتفق عليها، وتحديد حق

العدول وطرق الفسخ وإنهاء العقد وكيفية ارجاع المنتج إن لم يكن مطابقاً للطلبية، وكل هذه التوضيحات يتضمنها أيضاً العقد الإلكتروني⁴³.

وكل هذه المعلومات المحددة قانوناً تحت طائلة ترتيب مسؤولية على المورد الإلكتروني تكفل حماية إرادة المستهلك من الوقوع في غلط أو تدليس، ولم يحددها على سبيل الحصر حتى يسمح للمورد بإضافة كل البيانات التي تختلف بحسب نوع المنتج محل العقد، وعليه يلتزم المورد بالبيانات المحددة في المادة 11 ويمكن الإضافة لكن دون إنقاص من هذا الحد الأدنى، كما لم يكتفي بواجب الاستخبار من قبل المستهلك بل اشترط ذكر معلومات ترتبط البعض منها بالإعلام السابق لمرحلة التعاقد طبقاً للقواعد العامة، والبعض الآخر يتعلق بالإعلام اللاحق لإبرام العقد، من أجل توفير حماية أوسع للمتعاقد الإلكتروني وهذا من خلال تحديد للمعلومات، بما يتناسب مع هذه المرحلة وطبيعة التعاقد.

وكنا نفضل أن يضيف المشرع الجزائري للبيانات المحددة في المادة 11 تحديد أهلية كلا الطرفين المتعاقدين لما لها من أهمية في تحديد صحة التعاقد، وتوضيح ظروف إبرام العقد للتأكد من صحة رضا المستهلك، والتعريف بجودة المنتج وذكر صراحة إن كان أصلي أو مقلد وتبيان المواد الخطرة في المنتج وذكر الآثار الجانبية السلبية لبعض المواد التي تدخل في تركيبه، مع تعيين الدقيق للشرط الجزائي في حالة عدم احترام مدة التسليم لضمان حسن تنفيذ العقد خلال الأجل المتفق عليه، وكل البيانات التي يفترض فيها جهل المستهلك من أجل تنويره، ومن حق هذا الأخير الاستخبار وطرح الأسئلة على المورد قبل قبول العقد، كما أن الالتزام بالإعلام لوحده لا يحقق الضمانة الكافية دون وجود رقابة مستمرة على نشاطات ومعاملات التجارية للمورد، خاصة فيما يخص المنتجات غير الأصلية أو الأقل جودة والتي تكون خطيرة أو تتضمن مواد مضرّة بالإنسان عند استهلاكها، ويجب إلزام المورد بضرورة الإعلام بلغة المستهلك الإلكتروني وترجمة البيانات لتفادي الوقوع في الغلط أو تكون بأكثر من لغة لنضمن معرفة من وجه إليه الإعلان بهذه المعلومات الإلزامية تحت طائلة تطبيق العقوبات الجزائية.

ويقع على مقدم العرض أن يضع شروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، لتمكينه من التعاقد على علم ودراية تامة من تحقق في تفاصيل طلبه الذي يؤدي إلى تكوين العقد، ويكون اختياره معبر عنه صراحة، ولا يمكن أن تتضمن الطلبية خانات فارغة معدة لملاها من قبل المستهلك بناء على معطيات تهدف لتوجيه اختياره، ويتم تحرير العقد وفقاً للمعلومات المحددة في نص المادة 13 من نفس القانون تحت طائلة بطلان العقد⁴⁴، والتي تبين خصائص المنتج وشروط البيع والبيانات الجوهرية المتفق عليها، بما فيها كميّات الدفع ومدة العقد وشروط إعادة المنتج وطرق الفسخ وكيفية معالجة الشكاوى والجهة القضائية المختصة في حالة النزاع، كما تبرز التزامات المورد الإلكتروني التعاقدية التي تفصل فيها في المحور الموالي.

المحور الثالث: التزامات المورد الإلكتروني التعاقدية

الأصل أن يتم التعاقد بين إرادتين حاضرتين، لكن يجوز أن تبرم بين غائبين وهذه هي السمة الأساسية للتجارة الإلكترونية، التي تتمثل في عدم الحضور المادي المتعاصر لأطرافه وجهاً لوجه، ونص المشرع الجزائري على أهم الالتزامات التي تقع على المورد الإلكتروني بعد التعاقد في المواد من 18 إلى 26 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

أولاً- الالتزام بحسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على العقد

الالتزام بحسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عن العقد الإلكتروني أمر مطلوب في كل عقد البيع حتى في البيع التقليدي، عملاً بنص المادة 107 من القانون المدني، وضرورة إرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني ليطلع على مضمون الاتفاق، وما يترتب من التزامات لكلا الطرفين والتأكد من المعلومات المتفق عليها، والتي قد كانت محل تفاوض بين الطرفين. ويتم إعداد فاتورة وإرسالها إلى المورد الإلكتروني، وتسليم المنتج أو تقديم الخدمة وفقاً لما هو متفق عليه، وما يغلب على البيع الإلكتروني أن المقتني قد يتفاجأ عند تسلم المنتج أنه لا يطابق مكان ينتظره أو بجودة أقل مما طلبه من المورد الإلكتروني، وعليه في حالة رفض المنتج من المستهلك الإلكتروني يجب إعادة تسليم له منتج جديد موافق للطلبية أو إصلاح العيب أو استبدال بمنتج آخر.

ويلتزم المورد الإلكتروني ببيع المنتجات التي مجوزته والامتناع عن الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في المخزن، فقد يصعب الحصول على الطلبية لعدم وفرتها بعد إبرام العقد، وعليه يجب ضمان توفر المنتج في مخازنه قبل إبرام العقد، وبعد إبرام عقود البيع كأبي تاجر يلتزم بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنحزة وتواريحها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري، الذي يشرف على مراقبة هذه السجلات.

ثانياً- الالتزام باحترام خصوصية المستهلك

قد تتطلب معاملات البيع والتوريد على ملئ بيانات شخصية ترتبط بالمستهلك، وعلى المورد الإلكتروني أن يلتزم بالامتناع على جمع المعطيات ذات الطابع الشخصية للزبائن والاكتفاء بالبيانات الضرورية للإبرام العقد، وعليه الحصول على موافقة المستهلك قبل جمع تلك البيانات، مع الالتزام بسريتها.

وأغلب التشريعات تعمل على وضع ضوابط لحماية خصوصية المستهلك الإلكتروني، فحين الجزائر لتزال متأخرة للوصول إلى هذه المحطة، لأن نقطة الانطلاق في عقود البيع الإلكترونية تقتضي توفير وسائل الدفع الإلكتروني وتنوعها، وتعد هذه من الأكبر الإشكالات المطروحة، حيث يواجه المستهلك صعوبة في دفع الثمن، لهذا نحن عندنا فقط الإعلان والإعلام الإلكتروني في هذا المجال، وبخاصة إلى الاستعانة بالأساليب التقنية للوفاء السريع مثل بطاقات السحب التقني، لذلك أصبح من الضروري على معظم المؤسسات المالية والمصرفية خصوصاً والشركات التجارية أن توحد وتطور أساليبها وأن تخلق تقنيات تساعد على تقديم خدماتها إلكترونياً، بما ينسجم مع متطلبات التجارة الإلكترونية.⁴⁵

بالمقابل تمثل التزامات المستهلك الإلكتروني بالالتزام بدفع الثمن المتفق عليه⁴⁶، وتوقيع وصل الاستلام عند التسليم الفعلي للمنتج أو الخدمة⁴⁷، وفي حالة عدم مطابقة المنتج لطلبه ينبغي عليه إرجاع السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها 04 أيام عمل⁴⁸.

وعليه فالمشرع ركز على ضبط التزامات المورد الإلكتروني أكثر من التزامات المستهلك الإلكتروني، حماية لهذا الأخير بصفته الطرف الضعيف ولبعث الثقة بين المتعاقدين في عقد البيع الإلكتروني، وإن كان هذا يشكل اختلالاً في توازن العلاقة التعاقدية من حيث تساوي الالتزامات الملقاة على كل متعاقد.

وعليه يلتزم المورد بالمراحل الإلزامية التي تمر بها طلبية منتج أو خدمة، حددتها المادة 12 من نفس القانون بثلاث مراحل هي:

المرحلة الأولى: وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتمكن من التعاقد بعلم ودراية تامة.
المرحلة الثانية: التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكنه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة والتأكد من المعلومات.

المرحلة الثالثة: تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد، وقد حرص المشرع على أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه بصراحة، ويقصد بذلك أن يصادق هذا الأخير على العقد الإلكتروني كتوثيق للمعاملة التجارية التي تمت ما بين الطرفين، لذلك أوجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره وإلا ترتبت على المورد مسؤولية نفصل فيها من خلال المحور الموالي.

المحور الرابع: مسؤولية المورد في عقد البيع الإلكتروني

يترتب على مخالفة الالتزامات السابقة واللاحقة لعقد البيع الإلكتروني مسؤولية مدنية وجزائية، نفصل في كليهما فيما يلي:

أولاً- المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني

قد يلجأ المورد الإلكتروني لإبرام العقود المؤقتة أثناء فترة التفاوض، لتتم عبر مراحل بموجب عقود تمهيدية، مثل: عقود التوريد للآلات والأجهزة ونقل التكنولوجيا وعقود الاستصناع، وتركيب الآلات والوعد بالبيع من جانب واحد⁴⁹، وأي إخلال بالالتزامات في هذه المرحلة يترتب مسؤولية عقدية، خاصة إذا ثبت تدليس واحتيال المورد، الأمر الذي يترتب الحق للمستهلك الإلكتروني في المطالبة بالتعويض، إضافة لدفع قيمة الشرط الجزائي في حالة الاتفاق عليه مسبقاً.

وللمستهلك الإلكتروني الحق في إبطال العقد في حالة عدم قيام المورد الإلكتروني بعرض تجاري مسبق للمعاملة التجارية الإلكترونية أو عدم توثيقها بعقد إلكتروني يتضمن المعلومات الإلزامية المنصوص عليها في المادة 13 من القانون رقم 18-05، ولا يمكن للموردين الإلكترونيين التمسك بحق الإبطال، لأن القانون أعطى هذا الحق للمستهلك دون غيره.

وعملاً بالقواعد العامة يلتزم البائع بأن ينفذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبمحسن النية، ولا يقتصر على ما ورد في العقد بل يتضمن مستلزمات العقد وفقاً للعرف والعدالة وبموجب طبيعة الالتزام، ما لم تطرأ ظروف استثنائية حسب المادة 107 من القانون المدني، ولهذا يمكن للمقني حق طلب فسخ العقد لإخلال البائع بالالتزامات المترتبة عليه طبقاً لأحكام المادة 119 من القانون المدني، وتأكيداً على حماية المستهلك نجد القضاء الفرنسي والجزائري يلزم البائع بتعويض المقني فضلاً عن فسخ العقد عند الإخلال بالالتزام بالإعلام³².

وبالنسبة لعقود المبرمة في إطار إعلانات الإلكترونيات والتجارة الإلكترونية، فإن القانون رقم 18-05 منح للمستهلك الحماية القانونية من التظليل والاستغلال، وأعتبر المورد مسؤول عن حسن تنفيذ التزاماته عملا بنص المادة 18 من نفس القانون.

وفي حالة إخلال المورد لالتزاماته واتفاقاته التعاقدية ألزمه باستعادة سلعة في حالة تسليمها للمستهلك غير مطابقة للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيباً³³، وعلى المستهلك إعادة ارسال السلعة في غلافها الأصلي خلال المدة أقصاها 4 أيام من تاريخ التسليم الفعلي ويتحمل المورد تكاليف التسليم.

ويقع على المورد توفير المنتج موافق للطلبية وإصلاح المنتج المعيب أو استبداله بمنتج آخر مماثل أو إلغاء الطلبية دون الإخلال بالمطالبة بالتعويض مع إرجاع المبلغ خلال 15 يوم من استلام المنتج، عملا بنص المادة 23 من القانون رقم 18-05.

أما إذا تعاقد المستهلك على منتج معلن عنه دون توفره في المخزن، ولم يستطع المورد الحصول عليه لاحقا، فمن حق المستهلك طلب التعويض وارجاع الثمن من المورد، لأنه انتظر متوجه لمدة دون تلبية طلبه وتفويت عليه فرصة تعاقد مع عروض أخرى أفضل³⁴.

وإذا تعاقد المستهلك مع موردين ومنتجين أو بائعين وهميين فمن حقهم في هذه حالة رفع شكوى لتابعهم جزائيا، بتهمة النصب والاحتيال لتوقيع العقوبات المحددة في المادة 372 من قانون العقوبات³⁵، دون اخلال بالشق المدني المتمثل في طلب التعويض واسترداد المبالغ المدفوعة.

وتؤهل الادارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات تحصيل غرامة الصلح المقترحة من قبل الأعوان المكلفين بمعاينة المخالفات⁵⁰، وفي حالة قبول الصلح من المورد تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10 بالمائة، ويتم الدفع خلال 7 أيام من تاريخ تحرير المحضر عن طريق جميع الوسائل، وإذا لم يتم الدفع خلال 45 يوم يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة وتضاعف الغرامة حالة تكرار الجريمة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا، غير أنه لا يمكن تطبيق الصلح حالة العود والمخالفات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية المحضرة المحددة في المادتين 73-38 من نفس القانون⁵¹.

ثانيا- المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني:

إذا تم الإعلان عن المنتوجات المحضرة والتعاقد عليها بما يخالف نص المادة 03 من القانون رقم 18-05، فإنه يعاقب جزائيا طبقا لأحكام المادة 37 من نفس القانون بغرامة مالية تتراوح ما بين 200.000 دج إلى 1.000.000 دج، كما يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر إلى 6 أشهر، ويعاقب لمخالفته أحكام نص المادة 05 من نفس القانون بغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج، إضافة لإمكانية غلق الموقع عملا بنص المادة 38 من نفس القانون.

أما في حالة مخالفته للبيانات المحددة في نص المادة 11 و 12 من القانون رقم 18-05 المرتبطة بالحد الأدنى للإعلام يعاقب بغرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج، وللمحكمة التي رفعت أمامها القضية أن تأمر بتعليق نفاذ الناطق إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 6 أشهر.

ويعاقب لمخالفة شروط الإشهار الإلكتروني المحددة في المواد من 30 إلى 34 من القانون رقم 18-05 إضافة لحق التعويض بغرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج.

أما في حالة عدم الالتزام بحفظ المعاملات طبقاً للمادة 25 من نفس القانون يعاقب بغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج.

وتقوم الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة بالتعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، ويقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري ويبقى هذا التعليق لغاية تسوية وضعيته، لضمان عدم التعاقد مع موردين وهميين عملاً بنص المادة 42 من القانون رقم 18-05.

إضافة لغلط المحل التجاري وتعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي دون تجاوز مدة التعليق 30 يوم في حالة ارتكاب هذه المخالفات تحت طائلة غلق المحل طبقاً للمادة 43 من نفس القانون، إلا أن المشرع لم يبين ما إذا كان قرار الغلق قابل للطعن من عدمه، ومدى إمكانية المطالبة بالتعويض في حالة الغلق التعسفي.

وفي حالة تعمد المورد الإلكتروني الكذب والتظليل في الاعلانات وتحديد المعلومات عبر الأنترنت فيعتبر مرتكب لجريمة النصب والاحتيال، وبالتالي تطبق عليه في هذه الحالة الغرامة ما بين 20.000 دج إلى 100.000 دج والحبس من السنة إلى 5 سنوات، إضافة لإمكانية حرمانه بالمنع من الإقامة لمدة من سنة إلى 5 سنوات.

غير أن العلاقة التجارية قد تكون بين المورد الإلكتروني والمستهلك الذي لا يحمل الجنسية الجزائرية، وهنا نشير مشكلة القانون واجب التطبيق في العقود التجارية الإلكترونية، كون عقد البيع الإلكتروني قد يكون من العقود دولية والتي يكون أحد أطراف العقد شخص أجنبي، وللحد من هذا الإشكال الذي يعتبر من بين الصعوبات التي تعيق التجارة الإلكترونية، حيث لا يعرف الطرفان القانون الذي يحمي مصالحه في حالة ما إذا أحل أحد الأطراف بالتزاماته، تتجه معظم الدول لتحديد مكان إبرام عقد التجارة الإلكترونية الذي يكون له أهمية في تحديد القانون الواجب التطبيق، واختلفت التشريعات الدولية في تحديد المكان، بين مقر عمل المرسل إليه أو محل الإقامة المعتاد أو مكان قبول العرض، وكنا نفضل تحديده بمحل إقامة المستهلك بصفته الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية⁵²، لكن أغلب القوانين تسمح للأطراف باختيار القانون الذي يحكم نزاعاتهم سواء عند إبرام أو تنفيذ العقد، مع وضع بعض الضوابط وهو ما فعله المشرع الجزائري عند تحديد الحالات التي يمكن أن يطبق فيها القانون الجزائري على النزاع المعروض أمام المحاكم، وذلك في نص المادة 02 من القانون رقم 18-05 السالف الذكر، وتمثل هذه الضوابط في ما يلي:

- إذا كان أحد الأطراف متمتعاً بالجنسية الجزائرية،
- إذا كان مقيماً إقامة شرعية في الجزائر،
- إذا كان شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري،
- إذا كان العقد محل إبرامه أو تنفيذه في الجزائر."، ويبقى التحكيم الدولي من أنجع الحلول لتسوية المنازعات المترتبة على العقد الإلكتروني.

ولتفعيل المسؤولية المدنية والجزائية من الناحية العملية وحب تفعيل الرقابة الممارسة من قبل الهيئات المكلفة بذلك⁵³، وعلى المورد الإلكتروني السماح للأعوان بالولوج بحرية إلى تواريخ المعاملات التجارية لتيسير إجراءات المراقبة.

الخاتمة:

لقد سعى المشرع الجزائري في ظل تحديات التطور التكنولوجي وانفتاح السوق الاقتصادية إلى تنظيم أحكام التجارة الإلكترونية، والتشديد في ضبط التزامات المورد بصفته الطرف القوي في العلاقة التعاقدية، بهدف حماية المستهلك الإلكتروني وتحقيق استقرار في المعاملات الإلكترونية.

ومن النتائج المتوصل إليها في البحث أن المشرع الجزائري حدد التزامات المورد الإلكتروني بحسب مراحل المعاملة، سواء في الفترة السابقة لإبرام العقد أو اللاحقة له، ومنع التعامل في المواد المحضرة، وأطر ضوابط الإعلان والإعلام الإلكتروني، وألزم المورد بتحديد كل المعلومات قبل وبعد التعاقد.

كما ألزمه بتوثيق المعاملة التجارية بموجب العقد الإلكتروني وحدد الحد الأدنى من البيانات الواجبة فيه، وأقر بمسؤولية المورد الإلكتروني بقوة القانون اتجاه المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، وخاصة تلك المتعلقة بتمكين المستهلك من العقد والفاتورة، وتسليمه المنتج والضمان، ورتب جزاءات مدنية وجزائية رادعة في حالة مخالفته لهذه الالتزامات بغرض تحقيق الأمن الرقمي والثقة عند التعامل مع المورد الإلكتروني.

لكن المشرع الجزائري لم يخلق بيئة تسمح بالتجارة الإلكترونية وإبرام عقود البيع الإلكترونية من الناحية القانونية والعملية، لعدم تفعيل البطاقة الوطنية الخاصة بالموردين الإلكترونيين، ولعدم تطوير وسائل الدفع الإلكتروني وحصر التجارة الإلكترونية على العقود الاستهلاكية، والعقود المبرمة عن طريق الواب، دون التي تتم عبر البريد الإلكتروني، وبناءً على ما سبق نقترح ما يلي:

- الإسراع في اعداد وتسليم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين.
- تطوير وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني مع خلق بيئة تسمح بالمبدلات التجارية داخل وخارج الوطن.
- توسيع مجال عقد البيع الإلكتروني لكل أشكال التجارة الإلكترونية بتنوعها، وعدم حصرها في العقود الاستهلاكية والعقود المبرمة عن طريق الأنترنت، والأخذ بالعقود التي تتم عن طريق البريد الإلكتروني.
- عدم التفريق بين المستهلك الإلكتروني والمشتري الإلكتروني في توفير الأمن الرقمي.

- تقرير عقوبات جزائية في حالة عدم الالتزام بالتنفيذ العيني لما اتفق عليه، وفي حالة بيع منتج دون وجوده في المخزن مع قبض الثمن.
- إلزام المورد بضرورة الإعلام بلغة المستهلك الإلكتروني وترجمة البيانات لتفادي الوقوع في الغلط.
- تشديد الرقابة على المورد الإلكتروني.
- الإسراع في إصدار النصوص التنظيمية المحددة لشروط وكيفيات تطبيق المادة 07 من القانون رقم 18-05 المتعلقة بالمعاملات التجارية العابرة للحدود، كونها أكثر المعاملات التجارية الإلكترونية انتشارا.
- انشاء مركز دولي لتحكيم الإلكتروني من أجل تسوية النزاعات المترتبة عند التعاقد مع شخص أجنبي.
- منح حق الطعن على عقوبة التعليق والغلق المقرتان في المادتين 42 و43 من القانون رقم 18-05.
- التمييز ما بين الشخص الطبيعي والمعنوي عند تقرير العقوبات الجزائية، وضرورة الإحالة إلى نص المادة 18 مكرر من قانون العقوبات المعدل والمتمم.
- تعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية بين الموردين والمستهلكين والمشترون، وتسريع في تدفق الأنترنت خاصة في المناطق الظل والريفية.

قائمة المصادر والمراجع:

I- النصوص القانونية:

- 1 - الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08/06/1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 49 المؤرخة في 11/07/1966.
- 2- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية العدد 78 المؤرخة في 30/09/1975.
- 3- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية العدد 41، المؤرخة في 27/06/2004.
- 4- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية العدد 15، المؤرخة في 08/03/2009.
- 5- القانون رقم 18-04 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 27، الصادرة في 27 شعبان 1439 الموافق 13 مايو 2018.
- 6- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 28، المؤرخة في 16/05/2018.

7- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09/11/2013 الذي يحدد الشروط والكميات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 58 المؤرخة في 18/11/2013.

II- الكتب :

- 1- إبراهيم محتي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 2- أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
- 3- فايزة براهيم، التزامات الأطراف السابقة للتعاقد، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية مصر، 2014.
- 4- ممدوح محمد خيرى هاشم، نظرات في قوانين المباني والعقارات، دار النهضة العربية مصر، 2006.
- 5- يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، الطبعة الأولى، دار بالقيس الجزائر، 2016.
- 6- سليم السعداوي، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الخلدونية، 2008.
- 7- عباس العيودي، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2002.
- 8- كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة، 2008.
- 9- زهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، 2012.
- 10- محمد أحمد أبو القاسم، التسويق عبر الأنترنت، دار الأمين للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2000.
- 11- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، الجزء الأول، النظرية العامة للتزامات مصادر الالتزام، العقد والإرادة المنفردة، طبعة جديدة مزيده ومنقحة، دار الهدى الجزائر، 2012.
- 12- يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2004.
- 13- Alex Weill, droit civil, les obligations, Dalloz, 1971.

III- المقالات :

- 1- بولافة سامية، التوقيع الإلكتروني في ظل القانون 15-04، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 01، جانفي 2020. الجزائر.
- 2- حفيظ كراع، حجية التوقيع الإلكتروني في اثبات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية العدد 13 جويلية، 2018، الجزائر.

IV- المداخلات العلمية المنشورة :

- 1- الياقوت جرعود، دور الاعلام في حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق سعد دحلبل البلدية، العدد 02، عدد خاص بيوم دراسي حول مسؤولية المنتج يومي 12-13 ماي 2010، ويوم دراسي حول آليات حماية المستهلك يومي 09-10-10 ماي 2011، جانفي 2012.

- 2- جمال محي الدين، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب البليدة، العدد الثاني، عدد خاص بيوم دراسي حول مسؤولية المنتج يومي 12-13 ماي 2010، واليوم دراسي حول آليات حماية المستهلك يومي 09-10-10 ماي 2011. جانفي 2012.
- 3- سعودة عمارة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب البليدة، العدد الثاني، عدد خاص بيوم دراسي حول مسؤولية المنتج يومي 12-13 ماي 2010، واليوم دراسي حول آليات حماية المستهلك يومي 09-10-10 ماي 2011. جانفي 2012.

الهوامش:

- 1 - بولافة سامية، التوقيع الإلكتروني في ظل القانون 15-04، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 01، جانفي 2020، الجزائر، ص.108.
- 2 - يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، الطبعة الأولى، دار بالقيس الجزائر، 2016، ص. 12.
- 3 - حفيظ كراع، حجية التوقيع الإلكتروني في إثبات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية العدد 13 جويلية، 2018، الجزائر، ص.704.
- 4 - القانون رقم 18-05 المؤرخ في المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 28، المؤرخة في 16/05/2018، ص. ص. 04-10.
- 5 - يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني عناصر المزيح التسويقي عبر الأنترنت، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2004، ص. 24.
- 6 - كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة، 2008، ص. 13.
- 7 - نفس المرجع، ص. 12.
- 8 - محمد أحمد أبو القاسم، التسويق عبر الأنترنت، دار الأمين للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص. 18.
- 9 - إبراهيم بحتي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص. 40.
- 10 - يمينة حوحو، المرجع السابق، ص. ص. 12، 13، 14.
- 11 - أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006، ص.22.
- 12 - سليم السعداوي، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الخلدونية، 2008، ص. 19.
- 13 - يمينة حوحو، المرجع السابق، ص. 23.
- 14 - نفس المرجع، ص. 06.
- 15 - لزهرة بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، 2012، ص. 45.
- 16 - نفس المرجع، ص.118.
- 17 - يمينة حوحو، المرجع السابق، ص.26.
- 18 - لزهرة بن سعيد، المرجع السابق، ص. 27.

- 19 - القانون رقم 18-04 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 27، الصادرة في 27 شعبان 1439 الموافق 13 مايو 2018. ص.03.
- 20 - يمينة حوجو، المرجع السابق، ص. 54.
- 21 - عرفت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 تقنية الاتصال عن بعد: "كل وسيلة بدون حضور الشخصي والمتزامن للمتدخل والمستهلك، يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين".
- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09/11/2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 58 المؤرخة في 18/11/2013، ص.09.
- 22 - يمينة حوجو المرجع السابق، ص. 54.
- 23 - المادة 06 من القانون رقم 18-05، ص. 05.
- 24 - لزهرة بن سعيد، المرجع السابق، ص. 26.
- 25 - سليم سعداوي، المرجع السابق، ص. 19.
- 26 - حمدي أحمد سعد أحمد، المرجع السابق، ص.46.
- 27 - محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، الجزء الأول، النظرية العامة للتزامات مصادر الالتزام، العقد والإرادة المنفردة، طبعة جديدة مزودة ومنقحة، دار الهدى الجزائر، 2012، ص. ص. 104-105.
- 28 - Alex Weill, droit civil, les obligations, Dalloz, 1971, p. 25.
- 29 - ممدوح محمد خيرى هاشم، نظرات في قوانين المباني والعقارات، دار النهضة العربية مصر، 2006، ص.26.
- 30 - جمال محي الدين، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب البليدة، العدد الثاني، عدد خاص بيوم دراسي حول مسؤولية المنتج يومي 12-13 ماي 2010، واليوم دراسي حول آليات حماية المستهلك يومي 09-10-10 ماي 2011. جانفي 2012، ص. 163.
- 31 - مسعودة عمارة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب البليدة، العدد الثاني، عدد خاص بيوم دراسي حول مسؤولية المنتج يومي 12-13 ماي 2010، واليوم دراسي حول آليات حماية المستهلك يومي 09-10-10 ماي 2011. جانفي 2012، ص. 319.
- 32 - المادة 31 والمادة 32 من القانون رقم 18-05، ص.09.
- 33 - المادة 26 من القانون رقم 18-05، ص.08.
- 34 - المادة 03 من القانون رقم 18-05، ص.05.
- 35 - المادة 05 من القانون رقم 18-05، ص.05.
- 36 - محي الدين جمال، المرجع السابق، ص. 165.
- 37 - الياقوت جرعود، دور الاعلام في حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق سعد دحلب البليدة، العدد 02، عدد خاص بيوم دراسي حول مسؤولية المنتج يومي 12-13 ماي 2010، ويوم دراسي حول آليات حماية المستهلك يومي 09-10-10 ماي 2011، جانفي 2012، ص. 283.
- 38 - المادتين 17 و18 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية العدد 15 المؤرخة في 08/03/2009 ص. 12.
- 39 - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية للديموقراطية العدد 41 المؤرخة في 27/06/2004 ص. 03.
- 40 - سليم سعداوي، المرجع السابق، ص. 18.
- 41 - المادتين 10 و11 من القانون رقم 18-05، ص.06.
- 42 - يمينة حوجو، المرجع السابق، ص.69.
- 43 - المادة 13 من القانون رقم 18-05، ص.07.

- 44 - المادتين 12-13 من القانون رقم 05-18.
- 45 عباس العبودي، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2002، ص.146.
- 46 المادة 16 من القانون رقم 05-10، ص.07.
- 47 المادة 17، المرجع نفسه، ص.07.
- 48 المادة 22، المرجع نفسه، ص.08.
- 49 - براهيمى فايزة، التزامات الأطراف السابقة للتعاقد، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية مصر، 2014، ص. ص. 63-64.
- 32 - محي الدين، جمال المرجع السابق، ص. 171.
- 33 - المادة 23 من القانون رقم 05-18، ص.08.
- 34 - المادة 15 من القانون رقم 05-18، ص.07.
- 35 - المادة 372 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08/06/1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 49 المؤرخة في 11/07/1966، ص.148.
- 50 - المادة 36 من القانون رقم 05-18، ص.09.
- 51 - المواد من 45 إلى 48 من القانون رقم 05-18، ص.10.
- 52 - لزهري بن سعيد، المرجع السابق، ص.121.
- 53 - المادة 36 من القانون رقم 05-18: "زيادة على ضباط وأعاون الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية يؤهل لمعاينة المخالفات أحكام هذا القانون، الأعاون المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة..."، ص.09.