

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائرية 05-18

Legal guarantees to protect the electronic consumer during the pre-contract phase in the Algerian E-Commerce Law 05-18

عباس ريمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة/
الجزائر
مخبر بحث الدولة والإجرام المنظم: مقارنة قانونية
و حقوقية بأبعاد اقتصادية واجتماعية
r.abes@univ-bouira.dz

شيماني سمير

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة/
الجزائر
مخبر بحث الدولة والإجرام المنظم: مقارنة قانونية
و حقوقية بأبعاد اقتصادية واجتماعية
s.chihani@univ-bouira.dz

تاريخ النشر: 2023/01/01

تاريخ القبول: 2022/12/23

تاريخ الإرسال: 2022/09/25

الملخص:

على عكس القانون المدني الذي لم ينظم المرحلة السابقة للتعاقد بنصوص خاصة مكتفيا باهتمامه بالمراحل التالية لإبرام العقد، نجد قانون التجارة الإلكترونية الجزائري قد استحدث الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، وذلك درء لوقوع المستهلك الإلكتروني ضحية الخداع والممارسات غير المشروعة الصادرة من المورد حتى قبل إبرام العقد.

وتقوم حماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية خلال مرحلة ما قبل التعاقد على ضمانتين أساسيتين هما:

1- حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهار التضليلي: وتعتبر مرحلة الإشهار من أكثر المراحل إثارة لمشاكل الاستغلال؛ وذلك لعدم التوازن بين طرفي العقد قبل الدخول فيه، لذلك وضع قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ضوابط ترمي أساسا إلى التأكد من صحة الإرادة من جانب المستهلك الإلكتروني وأنه قد قبل الدخول في التعاقد الإلكتروني وهو على بينة من أمره.

2- حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام قبل التعاقد: ويستمد هذا الحق وجوده من مبدأ حسن النية، بحيث أن الهدف منه تنوير الطرف الآخر بالأمور التي تهمه بخصوص العقد والتي يصعب عليه الإحاطة بها.

المؤلف المرسل

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05

وحرصا من المشرع على احترام هذه الضمانات في العقود الإلكترونية أتبع مخالفة هذه الضمانات بجزاءات مدنية وأخرى جنائية.

كلمات مفتاحية: ضمانات قانونية؛ حاية المستهلك؛ قانون التجارة الإلكترونية الجزائري.

Abstract:

Contrary to the civil law, which did not regulate the pre-contracting phase with special texts, contenting itself with the following stages of concluding a contract, we find that the Algerian e-commerce law has introduced legal protection for the electronic consumer in the pre-contracting stage, in order to prevent the electronic consumer from falling victim to deception and illegal practices issued by the supplier even before the conclusion of the contract.

The protection of the electronic consumer in the Algerian e-commerce law during the pre-contract phase is based on two basic guarantees: the first guarantee, which is the protection of the electronic consumer from misleading advertising, so that he enters the electronic contract with a valid and unflawed will. The second guarantee, which is the right of the electronic consumer to information before the contract, until he is aware of the issues that concern him about the contract and that it is difficult for him to be aware of. Both guarantees are originally obligations on the supplier that require civil and Algerian liability in the event of their violation.

Keywords: protection of Electronic consumer; the phase before concluding contract; the Algerian law of electronic commerce.

مقدمة:

ساهمت التطورات التي شهدها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التأثير على كافة مجالات الحياة الإنسانية، وهذا ما أدى إلى تحول منهج دراسة إبرام العقد، وأصبحت الدراسة تتجه إلى المرحلة السابقة على التعاقد، فالمستهلك الذي نبحت عن حمايته نتيجة تعرضه للعديد من الأخطار سواء خلال مرحلة إبرام العقد أو تنفيذه، هو نفسه ذلك المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد ويحتاج لحماية أكبر تكون واضحة وشاملة تعزز موقفه؛ كون أن مرحلة ما قبل التعاقد هي تمهيد لمرحلة إبرام العقد وتنفيذه.

إن تلاقي الإرادتين في ظل البيئة الرقمية يتخلله الانعدام المادي والتعاصر الزمني، الوضع الذي يؤدي بالمستهلك الإلكتروني إلى التعاقد مكثفيا في ذلك بمعابنة السلع والخدمات بحسب المواصفات المبنية في الدعايات والإشهارات الإلكترونية، بالإضافة إلى أن هذا المستهلك قد يحتل توازنه المعرفي فيما يخص طبيعة هذه السلع والخدمات بالمقارنة مع ما يتمتع به المورد الإلكتروني من معرفة في هذا المجال، كل هذه الإشكاليات قد تصادف

عباس ريمة ، شهاني سمير

المستهلك المتعاقد إلكترونياً في مرحلة ما قبل التعاقد، وهو ما أدى إلى ظهور آليات قانونية من أجل ضمان حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد.

المشرع الجزائري، وسد للفرغ التشريعي في مجال التجارة الإلكترونية، جعل هذه الأخيرة تحت رقابة السلطات المعنية، وأوجب استيفاء مجموعة من الشروط عند القيام بأي معاملة إلكترونية، فبادر إلى إصدار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹، الذي يحكم العلاقة بين المورد الإلكتروني صاحب المنتج، والذي يكون في مركز قوة مقارنة بالمستهلك الإلكتروني صاحب الحاجة. وقد تعرض هذا القانون لحماية المستهلك حتى في المرحلة التي تسبق التعاقد، لكن تتساءل عن مظاهر الضمانات التي جاء بها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري من أجل حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد؟

المبحث الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان الإلكتروني

تعتبر مرحلة الإعلان من أكثر المراحل إثارة لمشاكل الاستغلال وعدم التوازن بين طرفي العقد قبل الدخول فيه، وهذا ما حتم النظر إليها بشكل خاص وإفراد الأحكام والضوابط التي تضمن تلافي الآثار السلبية على الطرف الضعيف. هذه الضوابط ترمي أساساً إلى التأكد من سلامة إرادة المستهلك، وأنه قد أقدم على الدخول في التعاقد الإلكتروني وهو على بينة من أمره.

وتقوم مسألة حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية على قاعدتين أساسيتين: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني (المطلب الأول)، ومنع الإعلان الإلكتروني المضلل (المطلب الثاني).

المطلب الأول: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

يعتبر هذا الشرط على درجة كبيرة من الأهمية؛ ذلك أن الطبيعة الخاصة للعقد الإلكتروني وكذا خصوصية الوسيلة التي يبرم عن طريقها، تجعل لشرط وضوح الإعلان الإلكتروني معنى خاصاً (الفرع الأول)، وهو ما سعى المشرع إلى تبيانته من خلال قانون التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: معنى شرط وضوح الإعلان الإلكتروني

معنى هذا الشرط أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، والتي من شأنها خلق تفكير واعٍ متبصرٍ - يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد². فالإعلان الإلكتروني يجب أن يكون واضحاً وغير غامض، بحيث يتم تزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة. كما يجب أن يسمح هذا الإعلان بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة

1 قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر عدد 28، صادر في 16 مايو 2018، ص 4.
2 إبراهيم خالد ممدوح، إبراهيم خالد ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية - دراسة مقارنة -، الطبعة 1، مصر، الدار الجامعية، 2007، ص 89.

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05

لحسابه، وأن يبيّن وبوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضاً أو مكافآت أو هدايا في حالة ما إذا كان العرض ترويجياً أو تنافسياً.

ولا توجد صيغة ثابتة للإعلان؛ فقد يكون مكتوباً، أو على شكل فيديو أو صور أو أشكال... الخ، المهم أن تكون الصيغة واضحة، وأن تكون الأصوات المرفقة بها مفهومة وذات صلة. ويعتبر شرط الوضوح غير محقق عند قيام المعلن بوضع بيانات متعلقة بالإيجاب في مكان لا تتم قراءته عادة، أو أنّ كتابتها تظهر بحجم صغير جداً يصعب أو يتعذر معه قراءتها¹.

الفرع الثاني: مضمون شرط وضوح الإعلان الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

المشرع الجزائري لم ينظم الإعلان الإلكتروني بقانون خاص وإنما تناولته مجموعة من المراسيم المتعلقة بحماية المستهلك، والقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي خصص له فصلاً كاملاً وهو الفصل السابع منه.

وقد عرفت المادة 06 من هذا القانون 18-05 الإعلان الإلكتروني بأنه كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، ونصت على شرط الوضوح في الإعلان الإلكتروني المادة 11 من القانون نفسه، حيث جاء فيها: «يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة...»، الأمر الذي يستخلص منه إلزام المورد الإلكتروني بضرورة تقديم الإعلان بطريقة واضحة غير مبهمة، وذلك من خلال استعماله لمصطلحات: "مرئية ومقروءة ومفهومة". وهذا طبعاً يكون بالنسبة للمستهلك الإلكتروني². ثم أورد المشرع في باقي نص المادة مجموعة من البيانات الواجب ذكرها في الإشهار، وهذه البيانات تزيد في وضوح الإعلان للمستهلك.

المطلب الثاني: منع الإعلان الإلكتروني التضليلي

يعتبر الإعلان التجاري مظهرًا من مظاهر المنافسة المشروعة، وعاملاً من عوامل التسويق، وأداة من أدوات إعلام الجمهور بالخدمات والمنتجات³، فإذا كان هذا الإعلان خادعاً ومضلاً، انعكس ذلك سلباً على نظام المنافسة الحرة وعلى حق المستهلك في الحصول على معلومات صحيحة عن المنتجات والخدمات المعلن عنها عبر شبكة الأنترنت. كما يؤثر ذلك على سلوكه وحرية الاختيار. والتضليل الذي يتم عبر شبكة الأنترنت لا يختلف في شروطه عن التضليل في وسائل الإعلان التقليدية (الفرع الأول)، فالخداع والتضليل

1 شريف محمد غانم، التنظم القانوني للإعلانات التجارية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 63.

2 عبد الله صفيح، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 18-05، مجلة الدراسات القانونية، جامعة المدية، المجلد السابع، العدد الثاني، جوان 2021، ص 798.

3 الزقدي، أحمد إسماعيل، الحماية القانونية من الخداع في الإعلان في القانون الكويتي المقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، 1995، ص 144.

واحد، لكنه يتم بوسائل حديثة تتمثل في شبكة الأنترنت¹. ويكون في عقد تجاري إلكتروني له أحكامه الخاصة (الفرع الأول).

الفرع الأول: شروط اعتبار الإشهار التجاري الإلكتروني مضللاً

الإعلان التجاري المضلل قد يؤدي إلى خداع المستهلك من خلال تضمّنه معلومات مغلوطة بعناصر وأوصاف جوهرية في المبيع²، حيث تدفع هذه المعلومات المستهلك إلى الوقوع في غلط وانخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج³. (أولاً). وقد لا يذكر بيانات مغلوطة ولكنه يصوغ الإعلان في عبارات تؤدي إلى خداع المتلقي (ثانياً)؛ ولذلك يقع هذا الإعلان في منطقة رمادية بين الإعلان الصادق والإعلان الكاذب.

أولاً: استخدام معلومات تضليلية

يجب أن تكون البيانات الواردة في الإعلان واضحة وملمنةً للانتباه. ويعتبر من باب التضليل ترك ذكر بيان مهم يؤدي عدم وجوده إلى خداع المستهلك، وكذلك حجب المعلومات الحقيقية عن المستهلك⁴. وقد يتحقق التضليل في ذاتية المنتجات أو الخدمات، كما يمكن أن ينصب التضليل على عناصر خارجة عن ذاتية المنتج أو الخدمة.

1- التضليل في ذاتية المنتج أو الخدمات عبر الأنترنت:

قد يرد التضليل على عنصر أو أكثر من العناصر المتعلقة بجوهر أو ذاتية المنتجات أو خواصها، التي تكون محلاً للاعتبار عند المستهلك. سواء تعلق ذلك بوجود المنتجات أو الخدمات، أو مقدارها أو مكوناتها أو نوعها أو طريقة صنعها، كما يمكن أن ينصب التضليل على منشأ المنتجات والخدمات أو أصلها، من خلال نسب المنتجات المعلن عنها إلى مناطق معيّنة على أساس أنها مناطق نشأتها في حين أن الحقيقة خلاف ذلك⁵. كأن تنسب مثلاً إلى ألمانيا وهي صينية.

1 مريم طويل، الإشهار التضليلي الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 01، العدد 01، جامعة تلمسان، 2019، ص 66.

وقد تحدث توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 1984/12/15 في المادة 02 منه عن الإعلان المضلل أو الخادع بأنه: أي إعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل لهؤلاء الذين يوجه إليهم الإعلان، كما نصت المادة 03 من هذا التوجيه على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال أحد الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها. انظر: إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 91.

2 عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني- دراسة مقارنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 43.

3 رجال بومدين، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد، مجلة الفقه والقانون، العدد 58، 2017، ص 137.

4 بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، 2014-2015، ص 280.

5 مريم طويل، المرجع السابق، ص 67.

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائي 18-05

وقد نصت المادة 36 من المرسوم التنفيذي 13-378 على أنه: «يجب ألا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطباعاً خاطئاً بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك، ويجب أن لا تكون الادعاءات المستعملة على الوسم وعلى المواد الغذائية الموضوعه حيز الاستهلاك غير صحيحة أو غامضة...»¹. وهو ما ذكرته المادة 24 من قانون 04-02² والمادة 34 من القانون 18-05، والمادة 09 من القانون 09-03³.

2- التضييل الخارج عن ذاتية المنتجات أو الخدمات عبر الأنترنت

ينصّب التضييل في هذه الحالة على عنصر- أو أكثر من العناصر الخارجة عن ذاتية المنتجات والخدمات، والتي يكون لها تأثير كبير في قرار المستهلك بشأن الحصول على المنتج أو تلقي الخدمة، ومن بين هذه العناصر نجد على سبيل المثال: الدافع إلى التعاقد، شروط التعاقد، النتائج المتوقعة الحصول عليها، أسعار المنتجات والخدمات، التزامات المعلن، البيانات المتعلقة بالمعلن⁴.

ثانياً: تضييل المستهلكين بهدف جذبهم للتعاقد أو لزيادة التعاقد

في هذه الحالة يقوم التاجر أو مقدم الخدمة بتضمين إعلانته معلومات الهدف منها خداع المستهلك، وذلك بذكر مميزات وفوائد للسلعة أو الخدمة، وأهميتها بالنسبة له واحتياجه إليها، مما قد يؤثر على إرادة المستهلك في اتخاذ القرار بشراء أو عدم شراء المنتج، أو تحول المستهلك من سلعة كان يعتزم شراءها إلى السلعة المعلن عنها. ويعدّ القصد العام مفترضاً في هذه الحالة، فكل دعاية أو إعلان تجاري مضلل من شأنه خداع المستهلك يعدّ جريمة بحدّ ذاته الإعلان إلى الجمهور، حتى وإن لم ينخدع أي شخص⁵.

الفرع الثاني: الإشهار المضلل في قانون التجارة الإلكترونية

نص قانون التجارة الإلكترونية على الإشهار المضلل في المواد من 30 إلى 34 وكذا المادة 40 منه، حيث جاء في المادة 30: «...دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المنصوص عليها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلي

1 المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط وكيفية المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر عدد 58، صادر في 09 نوفمبر 2013.

2- قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج. ر، عدد 41، صادر في 27 يونيو 2004، ص 3.

3- قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وكيفية العمل، المعدل والمتمم، ج. ر، عدد 15، صادر في 08 مارس 2009، ص 12.

4 عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلانات عن المنتجات والخدمات من وجهة قانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، ص 213.

5 ميرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2001، ص 184.

عباس ريمة ، شهاني سمير

المقتضيات الآتية: ...-التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة أو غامضة»¹.

وتعدّ خطوة حسنةً من المشرع الجزائري في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إدراجه نصوصاً تتعلق بالإشهار الإلكتروني، من خلال تطرقه للشروط الواجب توافرها في الإشهار الإلكتروني، ونصه على جزاء الإخلال بهذه الشروط، فهذا كله خطوة إيجابية للتقدم في إطار التجارة الإلكترونية رغم التأخر الكبير في سن القانون.

وقد أقر قانون التجارة الإلكترونية الجزائري عقوبات خاصة في حالة مخالفة الإشهار الإلكتروني النزيه؛ فجرم سلوك المورد الإلكتروني الذي يستعمل التضليل في عرض السلع والخدمات، حيث أقر عقوبة للمورد الإلكتروني الذي يخالف أحكام المادتين 11 و12 من قانون التجارة الإلكترونية، المتعلقة بالبيانات الإلزامية واجبة الذكر في العرض التجاري، إذ نصّت المادة 39 منه أنه: «يعاقب بغرامة مالية من 50000 دج إلى 500000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 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-».

والملاحظ أن المشرع شدد عقوبة مخالف البيانات الإلزامية المشترطة في العرض التجاري الإلكتروني؛ فإلى جانب العقوبة الأصلية المتمثلة في الغرامة المالية، أدرج إمكانية التعليق القضائي لنفاذ المورد الإلكتروني المخالف إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني مدة من الزمن²، وهذا عكس عقوبة من يخالف المقتضيات المتعلقة بالإشهار الإلكتروني التي أقر المشرع بشأنها عقوبة الغرامة المالية للمخالفين، إذ تنص المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري: «دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30، 31، 34، 32 من هذا القانون»، أي من يخالف المواد المتعلقة بالإشهار وشروطه.

المبحث الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام قبل التعاقد

يعتبر إعلام المستهلك من الوسائل القانونية الفعالة لحمايته في التعاقد عبر الأنترنت، وهذا الالتزام واسع في مفهومه (المطلب الأول)، وله طبيعته الخاصة التي استوجبت إفراد أحكام تمشي وهذه الخصوصية في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري (المطلب الثاني).

¹ بالرجوع إلى القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك نجد المشرع قد ذكر بعض الحالات المتعلقة بخداع المستهلك، حيث نصت المادة 68 منه: «يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتجات المسلمة، تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج».

² هذه المدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر.

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائي 18-05

المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني

يعرّف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني على أنه التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين، الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائل إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة، للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة¹؛ ذلك أن جوهر هذا الالتزام هو التزام المورد أو التاجر قبل التعاقد بإعلام المستهلك الإلكتروني حتى يتخذ المستهلك قراره بالإقدام أو الإحجام، بناءً على رضا سليم وإرادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي اتخذه.

الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

ما يميز المعاملات والبيوع التجارية هو أنها تتم عن بعد ولا تجمع البائع بالمشتري في مجلس عقد واحد، فضلاً عن أن المبيع يستحيل معاينته مادياً؛ لذا كان لا بد أن يتم الإعلام بمسائلتين أساسيتين: هوية البائع الإلكتروني أو مزود الخدمة (أولاً)، والصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة؛ وذلك من أجل حماية المستهلك من الغش والاحتيال في العقد الإلكتروني (ثانياً).

أولاً- تحديد هوية البائع الإلكتروني

يعتبر هذا الشرط جد مهم، يبعث المستهلك على الاطمئنان قبل التعاقد، خاصة إذا كان شخص البائع محل اعتبار²، ومن أهم المعلومات المتعلقة بتحديد هوية البائع الإلكتروني التي يجب تقديمها للمستهلك نجد: بيان اسم البائع ورقم هاتفه، وعنوان قيده في السجل التجاري، ووضوح التزاماته وإمكانية تنفيذها³، هذا إذا كان شخصاً طبيعياً. أما إذا كان شخصاً معنوياً فيحدد اسم الشركة وطبيعتها القانونية وعنوان مركز إدارتها الرئيسي⁴.

إن تحديد هوية البائع الإلكتروني مهمة جداً لإبرام المستهلك العقد برضا صحيح، وكذلك للتأكد من كونها هوية حقيقية غير احتيالية، كما أن التعرف على شخصية التاجر الإلكتروني تتيح للمستهلك رفع شكوى إلى الجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك عند إخلال البائع بأحد التزاماته الواردة في قانون الاستهلاك⁵.

1 السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت، البار الجامعية، بيروت، 2006، ص24.

2 راجع قانون التجارة المادة10قانون التوجيه الأوربي رقم 07/97 الصادر بتاريخ 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد م1/4. ذكره: ربيع زهية، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 10، العدد2، جامعة الوادي، 2019، ص428.

3سمير عبد السمیع الاودن، العقد الإلكتروني، منشأة معارف، الإسكندرية، 2005، ص122.

4 معزوز دليمة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، العدد 2، جامعة مولود معمري بتيزي وزو، 2012، ص384.

5 سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص274.

وبالنسبة للمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك رقم 09-03 فإننا نجد أنه لم ينص على تقديم بيانات محددة لشخصية البائع، بل اهتم بالمنتج فقط، وربما قصد حينها أنه يمكن من خلال الالتزام بالإعلام عن طريق الوسم للمستهلك التعرف على بائعه ومنتجه عن طريق الإدلاء بمكان الصنع أو البيع وكذا أرقام هواتف هؤلاء.

ثانيا- الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة تمثل حماية للمستهلك من الغش والاحتيال في العقد الإلكتروني:

يعتبر الإعلام عن الصفات أو الخصائص المتعلقة بالمبيع دافعاً لجذب المستهلك للتعاقد، كما هو جوهر الالتزام بالإعلام، وذلك في إطار ما يمكن أن يقع من غش وتقليد¹. ويتم إعلام المستهلك عن طريق قيام البائع بوضع معلومات عن منتوجاته على شبكة الأنترنت؛ ليتمكن المستهلك من معاينتها عن طريق جهاز الحاسوب - مثلاً- المتصل بالشبكة²، فإذا كان محل العقد سلعا معنوية كبرامج الحاسوب، فلا بد من إنزالها مباشرة على جهاز المتعاقد لضمانه من الاحتيال والقرصنة الإلكترونية، أما إذا كانت سلعا مادية فإن وصفها يكون بعرضها على شبكة الأنترنت وبيان حجمها ووزنها وجودتها وصورها³.

وقد فرض المشرع الجزائري بموجب القانون 18-05 على المورد الإلكتروني التصريح بالصفات الأساسية والتفصيلية للمنتج قبل إبرام العقد الإلكتروني؛ حيث تنص المادة 11 في المطة الثالثة من هذا القانون على أنه: «يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني... ويجب أن يتضمن على الأقل... المعلومات الآتية: - طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب الرسوم». كما نصت المادة 12 في المطين 2و3 على وجوب وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك، لاسيما ما يخص الخدمات أو المنتجات المطلوبة، ونصت المادة 13 في المطة 1 على وجوب أن يتضمن العقد الإلكتروني الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات.

الفرع الثاني: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يمكن إجمال شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في شرطين هامين وهما:

- 1- جهل المستهلك بالمعلومات (أولا).
- 2- علم المحترف بالمعلومات وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك (ثانيا).

أولا: جهل المستهلك بالمعلومات

مبدئيا حتى يلتزم المهني الإلكتروني بإعلام المستهلك عن المبيع، لا بد أن يكون المستهلك جاهلا لحقيقة المبيع. غير أنه لا يجوز للمستهلك التذرع بالجهل بالمبيع، وبالتالي عليه بذل جهد معقول للاستعلام عن

1 مجازي عبد الفتاح بيومي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2006، ص 39.

2 ربيع زهية، المرجع السابق، ص 428.

3 الزهرة جقريف، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراسة على ضوء القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، المجلد 24، العدد 51، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، 2020، ص 720.

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائي 18-05

المعلومات الخاصة به وبالقدر معًا، إلا أن الاستعلام تقل أهميته كلما تفاوتت القدرة الفنية لأطراف التعاقد في البيع الإلكتروني؛ لكون الاستعلام هنا يتطلب من صاحبه امتلاك القدرة على تقدير أهمية الإعلام والمعلومة، وهذا نادرا ما يتحقق مع المستهلك، وبالتالي البائع أو المحترف الإلكتروني يلتزم بإعلام المستهلك في الحالة التي يستحيل فيها على هذا الأخير الإحاطة بتلك المعلومات¹.

بيد أنه قد تكون أسباب عدم استطاعة علمه بالبيانات راجعة إلى اعتبارات الثقة العقدية المشروعة، فقد يُنتَى جهل المستهلك بالمعلومات في بعض الأحيان على عامل الثقة في المهني، مما يجعل المستهلك يتوقع تنويره تلقائياً وبشكل واضح من قبل مهني، أو إلى الاستحالة الموضوعية المتعلقة بالعلم بالمبيع أو أوصافه، أو يكون راجعا إلى استحالة شخصية، كأن يكون المستهلك قليل دراية أو خبرة في هذا الميدان.

فالالتزام بالإعلام يكون في حالة جهل المستهلك، وهذا الجهل يكون مشروعاً؛ ذلك أن الالتزام بالإعلام له حدود، يتوقف عندما يتوقف الالتزام بالاستعلام²، وذلك من أجل إقامة توازن حقيقي بين طرفي العقد وتحقيق استقرار في العقود، فالمستهلك عليه أن يسعى للاستعلام حول المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع العقد³.

ثانياً: علم البائع المحترف بالمعلومات وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك

معنى هذا الشرط أنه إذا أراد المستهلك الإلكتروني إبطال العقد للغلط الجوهري المترتب على إخلال البائع الإلكتروني بالتزامه بالإعلام، يقع على عاتقه إثبات علم البائع بالمعلومات والمواصفات المتعلقة بالمبيع ومدى تأثيرها على إرادته في التعاقد.

كما أنه لا يكفي للبائع أو التاجر الإلكتروني لدفع مسؤوليته الادعاء بعدم علمه بها؛ ذلك أن صفة الاحتراف لدى التاجر العادي أو الإلكتروني قرينة على علمه، فهو مسؤول ولا يمكنه التخلص من الالتزام بالإعلام إلا بإثبات بذله عناية الرجل العادي، أو بإثبات السبب الأجنبي، وكل ذلك حماية للمستهلك⁴.

والمهني وبمحكم احترافيته لا يقتصر - علمه على المعلومات والبيانات الخاصة بالمنتج محل العقد، بل يجب أن يتعدى ذلك إلى ضرورة العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك⁵.

1 معروز دليّة، مرجع سابق، ص 337.

2 بربيع زهية، مرجع سابق، ص 430.

3 راجع في تفصيل الالتزام بالاستعلام، ضريفي الصادق، النظام القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، 21 ماي 2015، ص 321 وما يليها.

4 معروز دليّة، المرجع السابق، ص 338.

5 بربيع زهية، المرجع السابق، ص 430.

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

الإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني هو التزام على عاتق المورد مفروض بنص القانون (الفرع الأول)، ويتربط على ذلك أن الإخلال بهذا الالتزام يترتب جزاءات قانونية على هذا المورد الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: فرض الالتزام بالإعلام قبل التعاقد على المورد الإلكتروني في قانون 05-18

نص المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية على واجب الإعلام قبل التعاقد دون تسميته تحت بند معين لهذا الغرض، ولكنه من ضمن التزامات المورد قبل التعاقد¹، وهو ما أشارت إليه المادة 12 من قانون التجارة الإلكترونية، والمادة 11 التي ألزم من خلالها المشرع المورد بإعلام المستهلك، وذلك عن طريق تقديم العرض الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، مع وجوب تضمن المعلومات الواردة في المادة 11 من نفس القانون، كما يجب وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك بحيث يمكنه التعاقد بعلم ودراية. وقد نصت المادة 09 منه أيضا على وجوب أن يسجل الموردون الإلكترونيون في السجل التجاري؛ وذلك لمنح المستهلك ثقةً وأماناً أكثر في هوية المورد أو التاجر.

وما يلاحظ على المشرع في القانون 05-18 أنه لم يفرض لغةً معينة لتنفيذ الالتزام بالإعلام، على عكس القانون 03-09 الذي اشترط في المادة 18 منه أن يتم تحرير بيانات الوسم وغيرها من المعلومات باللغة العربية، ولا حرج من زيادة لغة أخرى سهلة الفهم من المستهلكين².

الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد في القانون 05-18

إن الجزاء المترتب على مخالفة الالتزام بالإعلام يستمد أساسه وخصائصه من الهدف من تقريره، وهو العمل على تنوير إرادة المستهلك لدى المتعاقد، ومن ثم فإن الإخلال به يعد أمرا ذا تأثير بالغ على رضا المستهلك الإلكتروني، ويؤدي إلى تعيب إرادته؛ لذا فإن خرق هذا الالتزام من قبل التاجر المحترف يعرضه للمسؤولية المدنية وحتى الجزائية.

1 سعى المشرع الجزائري في تنظيم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كضمانة لحماية المستهلك بصفة عامة وذلك في القواعد العامة. فبالرجوع إلى القانون المدني نجد المادة 1/352 تلزم البائع بضرورة أن يعلم المشتري علما كافيا بالشيء المباع. ونجد تنظيم هذه الضمانة أيضا في نص المادة 07 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المادة 17 من نفس القانون، التي نصت على وجوب إعلام المستهلك قبل العقد وذلك من أجل تنويره. انظر: بن دياب ماسينيسا، إشكاليات التعاقد في البيئة الرقمية، دراسة تحليلية نقدية على ضوء القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة البراس للدراسات القانونية، مجلد 03، عدد 2، 2020، ص 04.

2 المالحى فاطمة زهرة شريفة، مدى فعالية القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، تامنغست، 2021، ص 185.

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائي 18-05

أولاً: الجزاءات المدنية المقررة في القانون 18-05

إن عدم وفاء التاجر بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد يؤثر على رضا المستهلك الراغب في التعاقد، ويؤدي إلى تعيب إرادته؛ مما يخول لهذا الأخير المطالبة بإبطال العقد وقيام المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني في حالة حدوث ضرر للمستهلك، حيث نصت المادة 14 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 أنه في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 وأحكام المادة 13 من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر اللاحق به¹.

ثانياً: الجزاءات الجزائية المقررة في القانون 18-05

نص قانون التجارة الإلكترونية الجزائي على عقوبة المورد الإلكتروني التي أشرنا إليها سابقاً، والمتمثلة في الغرامة المالية التي تتراوح من 50.000 إلى 500.000 دج في حالة مخالفته للالتزامات المذكورة في المادة 11 و12 من نفس القانون، والمتعلقة أصلاً بعدم تقديم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة غير مرئية وغير مفهومة، وكذا عدم تضمينه هذا العرض البيانات المذكورة على سبيل المثال كعدم ذكر رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، رقم هاتف المورد الإلكتروني... إلخ².

بالإضافة إلى تمكين المشرع الجهات القضائية التي رُفعت أمامها الدعوى القضائية أن تأمر جميع منصات الدفع الإلكتروني بمنع أي تعامل بخصوص تلك السلعة التي امتنع فيها المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك، وذلك خلال مدة لا تتجاوز ستة أشهر³.

غير أن هذا المنع من الناحية التقنية ليس واضحاً، خاصة أنه تكلم بصيغة الأمر، أي أن الجهات القضائية تأمر بتعليق نفاذ هذا المورد إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، فهل تأمر الجهات التقنية الوطنية بمنعه من الولوج إلى أي منصة دفع عن طريق الصفحة التي يتعامل بها، أم أن الأمر يكون إلى منصات الدفع الإلكتروني، والتي في معظمها أجنبي. وهنا نعتقد أن الأمر الأخير مستبعد لصعوبة تطبيقه.

خاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائي يمكن القول أننا خرجنا بالنتائج والتوصيات الآتية:

1 الماحي فاطمة زهرة شريفة، المرجع السابق، ص 185.

2 راجع المواد 39 - 11 - 12 من القانون 18-05.

3 راجع المادة 39 من القانون 18-05 سالف الذكر.

عباس ريمة ، شهاني سمير

- قانون التجارة الإلكترونية الجزائري استحدث حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني، وهي حماية تكون خلال مرحلة ما قبل التعاقد، على عكس ما هو عليه الأمر في القانون المدني الجزائري حيث إن المشرع لم ينظم المرحلة السابقة على التعاقد بنصوص خاصة مكنتها باهتمامه بالمراحل التالية لإبرام العقد.

- تشتمل مرحلة ما قبل التعاقد على مسألتين أساسيتين هما: الإعلام ما قبل التعاقد، الذي يهدف إلى تنبيه المستهلك وإحاطته بكل التفاصيل المتعلقة بالمنتجات والخدمات، وكذا الإشهار الإلكتروني، الذي يهدف إلى محاولة جذب المستهلك، وهما التزامان يقعان على عاتق المورد الإلكتروني؛ مما استوجب حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني في هاتين المسألتين. غير أن ما ورد في المادة 11 من القانون 05-18 أوجب إيراد بيانات معينة، وفي الوقت نفسه جعلها على سبيل المثال، والوجوب يتنافى مع التمثيل، فهو يتناسب مع الحصر، فضلا عن مطاطية بعض تلك البيانات، وضع فيها عبارة "عند الاقتضاء"، فمن يحدد هذا الاقتضاء وعلى أي أساس؟

- إن الغاية من حماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل التعاقد هي اجتناب وقوع هذا المستهلك ضحية الخداع والممارسات غير المشروعة الصادرة عن المورد الإلكتروني، خاصة مع الطبيعة الخاصة للعقد الإلكتروني من خلال الطرق التكنولوجية المستخدمة في عقده، وكذا العالم الافتراضي الذي يتم فيه.

- إن مرحلة ما قبل التعاقد على درجة كبيرة من الأهمية؛ كونها تمهيد لبناء العقد، وخلال هذه المرحلة يحتاج المستهلك، سواء في العقد التقليدي أو الإلكتروني، إلى حماية قانونية مضاعفة؛ لذا حبذا لو ينظم المشرع الجزائري حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد بنصوص قانونية وتنظيمية مستقلة.

قائمة المراجع

1- الكتب

- ميرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2001.
- السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت، الدار الجامعية، بيروت، 2006.
- إبراهيم خالد ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية- دراسة مقارنة، الطبعة 1، مصر، الدار الجامعية، 2007.
- مجازي عبد الفتاح بيومي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2006.
- سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- سمير عبد السميع الاودن، العقد الإلكتروني، منشأة معارف، الإسكندرية، 2005.

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون

التجارة الإلكترونية الجزائي 18-05

- شريف محمد غانم، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008.

- عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلانات عن المنتجات والخدمات من وجهة قانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر.

2- الأطر والمذكرات:

- بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، 2014-2015.

- ضريفي الصادق، النظام القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 1، 21 ماي 2015.

- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني- دراسة مقارنة-، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009.

3- المقالات

- الزقّد أحمد إسماعيل، الحماية القانونية من الخداع في الإعلان في القانون الكويتي المقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، 1995.

- المحامي فاطمة زهرة شريفة، مدى فعالية القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، تامنغست، 2021.

- بن دياب ماسينيسا، إشكاليات التعاقد في البيئة الرقمية، دراسة تحليلية نقدية على ضوء القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، مجلد 03، عدد 2 سنة 2020.

- جقريف الزهرة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراسة على ضوء القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، المجلد 24، العدد 51، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، 2020.

- ربيع زهية، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 10، العدد 2، جامعة الوادي، 2019.

- رحال بومدين، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد، مجلة الفقه والقانون، العدد 58، سنة 2017.

- عبد الله صفيح، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 18-05، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحي فارس، المديّة-المجلد السابع، العدد الثاني، جوان 2021.

- مريم طويل، الإشهار التضليلي الإلكتروني وتأثيره على المستهلك الإلكتروني، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 01، العدد 01، جامعة تلمسان، 2019.

عباس ريمة ، شهاني سمير

- معزز دليمة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، العدد2، جامعة مولود معمري بتيزي وزو، 2012.

4- النصوص القانونية

- قانون رقم 02-04، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج. ر، عدد 41، صادر في 27 يونيو 2004، ص3.

- - قانون رقم 03-09، مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، ج. ر، عدد15، صادر في 08 مارس 2009، ص12.

- قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر عدد28، صادر في 16 مايو 2018، ص4.

- القانون الفرنسي- رقم 575/2004 المؤرخ في 2004/6/21 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي، ج.ر رقم 143، صادر في 2004/06/22.