

تاريخ القبول: 2021/10/17

تاريخ الإرسال: 2021/09/01

**تفعيل التزامات المورد الإلكتروني، آلية لحماية المستهلك الإلكتروني
(دراسة مقارنة)**

**ACTIVATING THE OBLIGATIONS OF THE
ELECTRONIC SUPPLIER, A MECHANISM FOR
THE PROTECTION OF THE ELECTRONIC
CONSUMER Comparative study**

أ. د/ سي يوسف زاهية حورية¹

¹ كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة تيزي وزو، (الجزائر)،

siyoucefzahia@yahoo.fr

المخلص

ظهرت في القرن العشرين تقنية جديدة للاتصال، وهي الانترنت. إذ أضحت التعامل بهذه التقنية حقيقة واقعة وضرورية في وقتنا الحالي وخاصة في العقود الاستهلاكية. فرغم الإيجابيات التي تنطوي عليها مثل هذه المعاملات والتي تتمثل في حصول المستهلك الإلكتروني على السلع والخدمات التي يحتاجها في وقت قصير وبدون تكلفه عناء البحث عنها في السوق، إلا أنه تواجهها مشكلة هامة، وهي حماية هذا الأخير من تعسف المورد الإلكتروني و التحايل عليه وغيرها من أساليب خداعه، لكونه الطرف الضعيف في التعاقد لافتقاده الخبرة القانونية والفنية في المجال الإلكتروني. ولذا اهتمت كثير من التشريعات بهذه المسألة، ومنها المشرع الجزائري الذي وضع آليات متمثلة في التزامات الملقاة على عاتق المورد الإلكتروني، والتي في مجملها تهدف إلى إعادة التوازن في عقود الاستهلاك الإلكترونية ولو بصفة نسبية.

الكلمات المفتاحية: عقود استهلاكية، المورد الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني، الحماية، الانترنت، المشرع الجزائري.

*المؤلف المرسل

Abstract:

In the 20th century, a new communication technique emerged, the Internet. As dealing with this technology becomes a reality and necessary today, especially in consumer contracts. Despite the advantages involved in such transactions, which are the electronic consumer's access to the goods and services he needs in a short time and without the cost of looking for them in the market, however it faces an important problem, namely, protecting the latter from the abuse of the electronic supplier and circumventing him and other methods of trickery, because he is the weak party in the contract because of his lack of legal and technical expertise in the electronic field. Many legislations have therefore dealt with this issue, including the Algerian legislator, who has put in place mechanisms of obligations to the electronic supplier, which in its entirety are aimed at rebalancing electronic consumer contracts, if relatively so.

Key words: consumption contracts, electronic supplier, electronic consumer, protection, internet, Algerian legislator.

مقدمة

عرفت المعاملات التجارية في الآونة الأخيرة تطورا من حيث الأساليب المستخدمة، إذ ظهرت تقنية جديدة وهي الانترنت - إلى جانب الوسائل الإلكترونية التقليدية المعروفة كالفاكس والتيلكس والمينائل - . فهي شبكة عالمية لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا السياسية، باعتبارها وسيلة للتعامل عن بعد بين أشخاص ليسوا غائبين، بل هم حاضرين في أماكن مختلفة، وأضحت المعاملة عن طريق الإلكتروني هي الوسيلة الوحيدة والمسيطر على مجموع الأنشطة التجارية، خاصة في الدول التي سارعت إلى إصدار قواعد تنظم مثل هذه المعاملات، أي ما يعرف بقانون التجارة الإلكترونية⁽¹⁾ Commerce Electronique.

أضحت مثل هذه المعاملات الإلكترونية خاصة في عقود الاستهلاك، حقيقة واقعة وضرورية في وقتنا الحالي، لكن تواجهها مشكلة هامة وهي حماية المستهلك الإلكتروني⁽²⁾، لكونه الطرف الضعيف في التعاقد، بينما المهنيون في مركز القوة. فهو غالبا ما يتلقى معلومات تتعلق بعقد عن بعد وكذا المصطلحات المعقدة والفنية التي تنقص من حقوقه ولا يملك اختيار الشروط ومناقشتها، بل هو في موقف مدعن لها وقد

لا تخدم إلا مصالح الموردين، فضلا أن طلب التعويض قد يكون مكلفا خاصة إذا كان التقاضي مقصورا على بلد المحترف أي البائع . ولا يمكن إنكار الحواجز الأخرى المتمثلة في اللغة لعدم وجود التوافق النصي ، حيث أن كلمة واحدة قد تحتل معاني عدة، مما يسبب له متاعب جمة عند تنفيذه العقد⁽³⁾ . إضافة إلى ذلك عدم حصوله على المعلومات الكافية التي تنير إرادته، مما يجعله يتعرض لاستغلال غير مشروع. كما يمكن أن يتعرض لجريمة الغش والتدليس عند شرائه منتجات مخالفة أي غير مطابقة للمواصفات القانونية سواء من حيث النوع ، العدد والمصدر. ونتيجة لهذه المخاطر الكثيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها، دفعت الكثير من الدول المتقدمة إلى الاهتمام بهذه المسألة، فأصدرت عدة قوانين لحماية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات عن بعد. فكان أوله التوجيه الأوروبي رقم 7/97 في 20 مايو 1997 في شأن حماية المستهلكين في العقود عن بعد، ثم تلتها عدة تشريعات أخرى دولية.

وساير المشرع الجزائري هذا التطور ولو أنه تمّ في مرحلة متأخرة جدا -بالمقارنة للدول العربية- وقام بإصدار قانون التجارة الإلكترونية في سنة 2018 ، وكذا تعديل وإتمام قانون حماية المستهلك في نفس السنة وذلك تماشيا مع التطور الذي طرأ على المعاملات، من خلال وضعه آليات يضمن بموجبها حماية المستهلك الإلكتروني لكونه الطرف الضعيف ، خاصة بعد ما ثبت بالفعل عجز القواعد التقليدية عن مواكبة التطور الذي لحق وسائل اقتناء السلع والخدمات، هذا من ناحية . ومن ناحية أخرى لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين.

وبناء على ذلك ، فإن الإشكالية تنحصر في البحث عن هذه الآليات التي سخرها المشرع بموجب هذه القوانين لحماية المستهلك الإلكتروني ؟ وما مدى فعاليتها ؟ فلاجابة على هذه الإشكالية، اعتمدنا المنهج التحليلي والوصفي وأحيانا المقارن، مقسمين البحث إلى مبحثين. الالتزامات التقليدية الملقاة على المورد الإلكتروني (المبحث الأول)، ثم الالتزامات المستحدثة (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الالتزامات التقليدية

يقصد بالالتزامات التقليدية، تلك المتعارف عليها في عقود الاستهلاك التقليدية التي تتم بالطرق العادية قبل ظهور وسائل اتصال الكترونية حديثة أي التعاقد عن بعد كالانترنت، والتي حاول المشرع أن يجسد البعض منها في قانون التجارة الإلكترونية. وهذه تتمثل في التزام المتدخل بضمان السلامة، التزامه بالتسليم المطابق، التزامه بضمان التعرض والاستحقاق والتزامه بالمحافظة على التوازن العقدي.

المطلب الأول: التزام المورد الإلكتروني بضمان السلامة

يلتزم المورد الإلكتروني⁽⁴⁾ بضمان السلامة كآلية تقليدية لحماية المستهلك الإلكتروني. فهو التزم يحرص فيه المدين على تنفيذ الالتزام دون أن يلحق ضررا بالدائن⁽⁵⁾. وتجدر الإشارة، أن هذا الالتزام ظهر أولا في عقد النقل الذي يلقي على عاتق الناقل التزام بضمان سلامة الراكب إلى مكان وصوله. وبعد مرور حقبة زمنية ، ظهرت الحاجة إلى توسيع دائرة هذا الضمان ليمتد إلى عقد البيع، لأنّ هناك أضرار لحقت أشخاصا نتيجة اقتنائهم للمنتجات. واستقرّ أخيرا هذا الالتزام في عقد البيع لكونه يستجمع الشروط التي يراها الفقه ضرورية، ومنها، وجود خطر يهدد سلامة أحد المتعاقدين وأن يكون المدين بهذا الالتزام مهنيا، وأخيرا أن يكون أمر الحفاظ على سلامة أحد المتعاقدين موكولا إلى الطرف الآخر.

لكن ينبغي القول، أن هذا الالتزام القضائي ليس حديث النشأة ، بل كان سائدا في إطار دعوى ضمان العيب الخفي ، عندما افترض القضاء الفرنسي قرينة سوء النية في البائع المحترف لعلمه بعيوب المنتجات التي أنتجها، ملقيا على عاتقه التزام بتسليم للمشتري منتوجا خاليا من العيوب أو التزامه بإزالتها إذا وجدت فيه ، وذلك بغية ضمان سلامة المستهلك وتحقيق الأمن في المنتج الذي ارتضاه هذا الأخير.

لكن اتّضح قصور هذا الالتزام في تحقيق الحماية الكاملة والفعالة للمستهلك لعدة أسباب منها، أن المستهلك لا يحصل على التعويض عن الأضرار الجسمانية والمادية ببل يعرض فقط عن الأضرار التجارية أي إصلاح العيب أو استبداله بمبيع آخر سليم أو

إنقاص الثمن بقدر الضرر الذي لحقه بسبب العيب . أضف إلى ذلك صعوبة إثبات الشروط الخاصة بالعيب الخفي وشرط المدة القصيرة لرفع دعوى ضمان العيب . لذا سعى القضاء الفرنسي مرّة أخرى للبحث عن أفضل السبل لضمان سلامة المستهلك من كافة الأضرار المحدقة به سواء كانت تصيب جسده أو ماله أو ذمته المالية. وقد تأثر المشرع الفرنسي بذلك، فأصدر قانون رقم 93-949 المتعلق بالاستهلاك سنة 1993⁽⁶⁾، وأقر بالزامية المهني بتحقيق المطابقة بين المنتج والموصفات التي يتعيّن إنتاجه بها . وهو نص أمر لا تجوز مخالفته، لأنه يمثل حماية أكثر تتجاوز تلك التي توفرها دعوى ضمان العيب الخفي. فمثلا لو تعاقد شخص عبر الانترنت على شراء جهاز كهربائي، ثم تبين أنه يحتوي في ثناياه على حشرات من النوع الفتاك لأثاث المشتري، فتسبب في خسارة فادحة داخل منزله. فهنا لا يوجد عيب خفي في الجهاز يستطيع المستهلك الاستناد إليه للرجوع على البائع، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، أن البائع قد أعلم المشتري بكل الاحتياطات اللازمة لحفظ المنتج في بيئة ملائمة . وبالتالي نرى أن قواعد ضمان العيب الخفي غير كافية لحماية المشتري من العيب متى استطاع البائع أن يثبت أنه قد راعى الأصول الفنية والعلمية في الإنتاج. لكن قواعد ضمان السلامة تجيز للمضروب الرجوع على المنتج بالتعويض الكامل ، أضف إلى ذلك أنها تفرض عليه هذا الالتزام بمجرد طرحه للمنتج في التداول، كما تبطل كل شرط يعدل من هذا الضمان⁽⁷⁾ .

ونخلص إلى القول ، أن الالتزام بضمان سلامة المستهلك من الالتزامات القائمة على عاتق أي متدخل أي المهني والذي جسده المشرع الجزائري في المادة 140 مكرر قانون مدني، باعتبار أن المنتج مت دخلا يكون مسؤولا عن جميع الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة دون حاجة لإثبات خطئه. كما كرّسه أيضا في المادة (9) التاسعة من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽⁸⁾، وذلك بهدف توفير الأمن أي ضمان حصول المستهلك الإلكتروني على سلعة آمنة لا تتطوي على أيّة خطورة . أما عن طبيعة الالتزام بضمان السلامة، فلا يمكن اعتباره التزاما ببذل عناية . لذا يرى بعض الفقهاء أنه أكثر من ذلك وأقل من الالتزام بتحقيق نتيجة ، ولقيام مسؤولية المهني

أي المورد لا يكفي للمستهلك أن يثبت أنه قد أصابه ضرر، بل يتعين عليه إقامة الدليل على رجوع الضرر إلى عيب أو خلل في الصنع الذي جعل السلعة خطيرة⁽⁹⁾. وهذا ما يصعب على المستهلك إثباته. وباعتبار العقد الإلكتروني له خصائص يميّز بها عن غيره من العقود التقليدية، يستوجب إضفاء حماية خاصة، وذلك بجعل الالتزام بضمان السلامة فيه التزام بتحقيق نتيجة بصفة مطلقة قصد حماية المستهلك من الخطر الذي يهدد سلامته عند اقتنائه لمواد خطرة بالطبيعة بصفة خاصة ومواد أخرى بصفة عامة.

المطلب الثاني: الالتزام بالتسليم المطابق

يقوم المستهلك الإلكتروني بالشراء استنادا إلى عرض أوصاف المبيع عبر الشاشة العنكبوتية، وأن العرض غالبا ما لا يتناول ذات المبيع، بل يرد على نموذج مصور وعرض لأوصافه فقط. لذا يسمح للمستهلك إذا تسلّم المنتج وهو غير مطابق لما هو معلن عنه أن يرفضه، وهذا ما يسمّى بمبدأ خيار الرؤية المعروف في الشريعة الإسلامية. لكن هذا الخيار لا يثبت للمستهلك عند التعاقد عن بعد، بل يتراخى إلى وقت التسليم. وما يبرر ذلك أن المستهلك لم يتعاقد على السلعة برؤيتها حسيًا، بل مجرد مشاهدتها على الشاشة. وهذا المفهوم (أي ضرورة تسليم المورد للمستهلك المنتج المتفق عليه في العقد) يختلف عن الإخلال بالالتزام بالتسليم، الذي يفيد أن المورد لم يسلم المنتج للمستهلك في الموعد المحدد أي إخلاله بأجل التسليم، مما يخول للمستهلك الحق في إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه 04 أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج. ويجب على المورد في هذه الحالة إرجاع للمستهلك الثمن الذي دفعه مع قيمة مصاريف إرسال المنتج وذلك خلال 15 يوم من تاريخ استلامه المنتج وهذا استنادا إلى المادة 22 قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. وهذا المبدأ مستخلص من الأحكام العامة في القانون المدني أي جزاء الإخلال بالتزام بالتسليم. إلا أن البعض يرى بإمكان البائع أن يبرر للمستهلك تأخره في التسليم، أو يقترح عليه الانتظار لحين تواجد السلعة أو تسليمه سلعة أخرى بدلها من نفس النوع والثمن، وتكون مصاريف الإرجاع على عاتقه⁽¹⁰⁾.

أما مفاد الالتزام بالتسليم المطابق المذكور أعلاه ، يتمثل في أن البائع ملزم بتسليم للمستهلك منتوجا مطابقا لما تم الاتفاق عليه (عكس الحالة المتعلقة بالإخلال بأجال التسليم)، سواء كانت مطابقة كمية أو اتفاقية وأيضا مطابقا للاستعمال المخصص له (11) أي غير معيبا، وهذا ما حاول المشرع الجزائري أن يجسده في الفقرة الأولى من المادة 23 من نفس القانون المذكور أعلاه، كما يلي: (يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية.....)

والقول بمطابقة المنتج للاستعمال المخصص له حسب المفهوم الحديث، يعني خلوه من العيب . فوجود العيب بالمنتج يخلّ بالمطابقة ومن ثم يعد إخلالا بالالتزام بالتسليم المطابق الذي يستطيع معه المستهلك أن يرفع دعوى المسؤولية، ويتخلص من ثمة من الشروط الصارمة لدعوى ضمان العيب الخفي وبالأخص شرط المدة القصيرة. (12) لكن منح المستهلك هذا الحق لا يوفر له الحماية بعد التسليم، لأن رفعه دعوى التسليم المطابق تكون قد سقطت بقبول المبيع وتسلمه . وإذا ظهر العيب بعد التسليم لا يمكنه إلا استعمال دعوى ضمان العيب الخفي في خلال سنة من يوم تسليم المبيع مثلا طبقا للمادة 383 قانون مدني جزائري. لذلك حاول الفقه القانوني أن يوسّع من مفهوم المطابقة وجعله يشمل كل عيب ولو ظهر بعد التسليم. ففي هذا التوسع في مفهوم المطابقة حماية أكثر للمستهلك الذي لن يبقى محملا بعبء الإثبات الثقيل ولن يبقى مقيدا بالمدة القصيرة لضمان العيوب الخفية.

المطلب الثالث: التزام المورد بضمان التعرض والاستحقاق

يمكن القول أن القواعد القانونية التي تنظم حماية المستهلك بصفة عامة هي نفس القواعد التي وضعها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني. ومن بين تلك القواعد ، التزام المورد بضمان التعرض والاستحقاق، والذي لم يرد بنص صريح في قانون التجارة الإلكترونية، لكنه يستخلص من الفصل الخامس منه وبالخصوص في الفقرة الأولى من المادة 18 منه والتي تنص على ما يلي: (بعد إبرام العقد الإلكتروني ، يصبح المورد الإلكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد.....).

ويَنصَح من النص، أن المورد ملزم بتنفيذ كل ما يترتب على العقد من التزامات، ومنها التزامه بضمان التعرض والاستحقاق -إلى جانب التسليم وضمان العيوب الخفية- فإذا تمّ مثلاً إبرام عقد بيع إلكتروني بين مورد إلكتروني ومستهلك إلكتروني وتم دفع الثمن وتم انتقال الملكية، فهنا المورد ملزم بعدم التعرض للمستهلك الإلكتروني في ملكية الشيء المبيع كما أنه ملزم بالتدخل لدفع التعرض الصادر من الغير. أي أن المورد الإلكتروني ملزم بضمان تعرضه الشخصي و ضمان التعرض الصادر من الغير .

ويقصد بضمان التعرض الشخصي، امتناع المهني أو المورد المتعاقد عبر شبكة الإنترنت عن القيام بأي عمل من شأنه أن يحول دون انتفاع المستهلك بالمنتج أو الخدمة. وقد تتحقق هذه الصورة في التعرض في حالة قيام البائع أي المورد بزراعة فيروس داخل برنامج الكمبيوتر المبيع أو بتوجيه فيروس عن بعد من خلال جهاز المودم الموجود داخل جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستهلك المشتري عبر الانترنت، مما قد يسبب تدميراً كلياً أو جزئياً للنظام المعلوماتية لجهاز الكمبيوتر الخاص بالمشتري. أما ضمان التعرض الصادر من الغير، هو أن يقوم الغير بإعاقبة المستهلك من الانتفاع بمحل العقد من خلال قيامه بأي تصرف قانوني، كأن يثبت من خلاله بأحقاقه على ملكية البرنامج، ففي هذه الحالة يتوجب على المورد الإلكتروني التدخل لدفع هذا الإدعاء القانوني⁽¹³⁾.

وما تجدر الإشارة إليه، هو أن التعرض بنوعيه في التعاقد الإلكتروني لا يمكن أن يكون مادياً ولموساً بل هو معنوياً وغير ملموس⁽¹⁴⁾.

المطلب الرابع: التزام المورد الإلكتروني بالمحافظة على التوازن العقدي.

يعد المستهلك الطرف الضعيف في العقد الإلكتروني الذي يعتبر عقد إذعان، لكونه يحتوي على شروط تعسفية غالباً⁽¹⁵⁾. ويعرف عقد الإذعان، بأنه عقد يسلم به القابل بشروط مقررّة يضعها الموجب ولا تقبل مناقشة فيها سواء تعلق بسلعة أو خدمة ضرورية وتكون محل احتكار قانوني أو فعلي أو تكون المناقشة محدودة النطاق بشأنها.

فالعقد الإلكتروني محدد سلفا من قبل المورد أي المهني ومطروح على الموقع الإلكتروني ، كما أنه ينعدم فيه التواصل المباشر بين المهني والمستهلك الذي يتيح لهذا الأخير فرصة المساومة والتفاوض. ولذا فإن العقد غير متوازن فهو مقرر لمصلحة المهني، ضد القابل أي المستهلك الذي لا يملك المناقشة والمساومة ، بل له أن يرفض أو أن يقبل إذا كان في حاجة ماسة إلى السلعة . فهو نوع من الإكراه المتصل بالعوامل الاقتصادية لكون هذا الأخير أي المستهلك في حاجة ماسة إلى تلك السلعة أو الخدمة، إلا أن هذا الإكراه يختلف عن الإكراه الذي هو عيب الإرادة⁽¹⁶⁾.

يرى البعض أنه إذا كان الإذعان يتصور في شركة محتكرة للسلع والخدمات في الواقع المادي، فإن هذا الاحتكار لا يتصور في العالم الافتراضي، لأنه في الأغلب هناك شركات كثيرة يعثر عليها المستهلك في مواقع كثيرة عبر شبكة الإنترنت. لكن المسألة تتمثل في أن المستهلك لا يملك فرصة معاينة السلعة ومواصفاتها مما يعرضه للغش والاحتيال، بالإضافة أنه لا يملك إمكانية التفاوض مع البائع أو المورد بحرية تامة. ولهذا يرى الفقه القانوني، أن عقد التجارة الإلكترونية هو عقد إذعان بالنسبة للمستهلك نظرا لظروفه الاقتصادية بوصفه الطرف الضعيف في هذه العلاقة أمام الطرف الآخر الذي هي شركات عملاقة تملك وسائل بشرية ومادية هائلة وقدرات معتبرة قادرة على الدعاية. فاعتبارات العدالة تقتضي النظر إلى المستهلك بوصفه طرفا مذعنا في عقد التجارة الإلكترونية⁽¹⁷⁾ وتوفير له الحماية عن طريق منحه حق إبطال العقود التي ترد فيها الشروط التعسفية، لأنها تمثل اعتداء على مصلحته، وهذه مستخلصة من القواعد العامة ومن النصوص الخاصة بالمنافسة وحماية المستهلك.

أما المشرع الفرنسي لم يسلم بفكرة عقود إذعان، لأنه لم يهتم بفكرة عدم التوازن بين المتعاقدين أي المهني والمستهلك مادام قد تراضيا على العقد، فالشروط عادلة⁽¹⁸⁾. ولذا فالحماية القانونية للمستهلك في فرنسا لم تتحقق من خلال القواعد العامة، كما هو الحال في القانوني الجزائري والمصري، إلى أن صدر قانون حماية المستهلك في 18 يناير 1992 في المادة 9 منه محتويا المضمون المشار إليه أعلاه. وهذا يمثل تطورا هاما لحماية المستهلك في العقود وبالأخص العقود الإلكترونية .

ونخلص إلى القول، بأن حماية المستهلك في عقود إذعان لا تعني إهدار هذه العقود ، بل تتمثل في العلاج وذلك من خلال وسائل معينة، ومنها اقتصادية التي تتمثل في تقوية الطرف الضعيف وكذا تشجيع جمعيات حماية المستهلكين وتعاونها في مقاومة تعسف واحتكار الجانب القوي .بالإضافة إلى وسائل تشريعية تتمثل في إعادة التوازن بين طرفي العقد عن طريق استبعاد الشروط التعسفية الواردة في العقد أو بإبطال مثل هذه العقود⁽¹⁹⁾.

ففي غياب النصوص الخاصة في هذا الشأن في قانون التجارة الجزائري لا مناص من اللجوء إلى القواعد العامة التي تمنح المستهلك الحق في فسخ العقد بإرادته المنفردة خلال مدة معينة تحسب من يوم استلام السلعة أو التعاقد على الخدمة. وكذا تفسير الشك لمصلحته ومنح للقاضي سلطة تعديل الشروط التعسفية أو إعفاء الطرف المدعن منها وذلك بناء على المادة 110 قانون مدني جزائري، أو تفسير الغموض الوارد في العقود لمصلحة الطرف المُدعِن، بناء على المادة 112 من نفس القانون.

المبحث الثاني: الالتزامات المستحدثة

بالإضافة إلى الالتزامات التقليدية العامة والمستقاة من القواعد العامة والملقاة على المورد الإلكتروني، هناك التزامات أخرى مستحدثة ألقاها المشرع على عاتق المورد مواكبة للتطور الحاصل في مجال المعاملات التجارية قصد توفير حماية واسعة النطاق للمستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول: التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك وتبصيره.

حرصا على سلامة العقود في ظل عدم المساواة بين المهني والمستهلك في المعرفة بالمعلومات والخبرة، تقرر حماية المستهلك من استغلال الطرف الأقوى، صاحب الخبرة⁽²⁰⁾ وذلك بإلقاء التزام على عاتق المهني أساسه الثقة وحسن النية في التعامل ، وهو إعلام المستهلك المتعامل عبر شبكة الانترنت بالمعلومات والبيانات المتعلقة بوضعية السلعة أو الخدمة محل التعاقد وكل ما يلزم لاستخدام المبيع والانتفاع به⁽²¹⁾ . وهذا ما يطلق عليه الإعلام الإلكتروني بوجه عام. و يعرف بأنه التزام قانوني يلتزم بموجبه إحدى الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية حول السلعة أو الخدمة بتقديمها

للطرف الآخر بوسائط الكترونية في الوقت المناسب، تساعده في اتخاذ القرار المناسب بالإقدام أو الإحجام بناء على رضا صريح وإرادة واعية. ويعرف أيضا، بأنه إلزامية أحد المتعاقدين أي المهني أن يمدّ الطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته على اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه⁽²²⁾

وهو ما يطلق عليه الإعلام السابق على إبرام العقد. أي هو التزام قانوني سابق على إبرام العقد الكتروني يلتزم بموجبه إحدى الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه من تقديمها بوسائط الكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة، بهدف تنوير رضاه حتى يصدر قراره بالفرض أو الشراء وكذا إعادة تحقيق المساواة في المعرفة الفنية بين المتعاقدين أي التوازن العقدي. وهو ما جسده المشرع الجزائري في المادة 11 من قانون رقم 05-18 سالف الذكر، مؤكدا على ضرورة أن يتضمن الإعلام بيانات متعلقة بالسلع والخدمات ، وتلك الخاصة بالموارد والشروط الأساسية للتعاقد وكيفية تنفيذ وضماناته ، وأن تتم بصورة مقروءة ومفهومة ومرئية.

وقد جاء في الفصل 27 من قانون المعاملات والتجارة التونسي ما يلي : "يتعين على البائع قبل إبرام العقد ، تمكين المستهلك من المراجعة النهائية لجميع اختياراته وتمكينه من إقرار الطلبية أو تغييرها حسب إرادته كذلك الإطلاع على شهادة المصادقة الإلكترونية المتعلقة بإمضائه". وهذا ما جاء أيضا في قانون حماية المستهلك الفرنسي الصادر في 10 يناير 1978 حيث تضمنت المادة 111-1 ما يلي: "يتوجب على كل مهني بائع أموال أو مقدم خدمات قبل إبرام العقد ، أن يوفر للمستهلك ما يمكنه من معرفة الخصائص الجوهرية للمال أو الخدمة ".

فالإخلال بهذا الالتزام قبل التعاقد يرتب مسؤولية المهني التقصيرية ، ويعتبر تدليسا يؤثر على الإرادة مما يسمح للطرف الذي عيبت إرادته بإبطال العقد طبقا للقواعد التقليدية، وذلك لعدم وجود نصوص خاصة بمثل هذه الحالة في قانون التجارة الإلكترونية أو في قانون الاستهلاك . إلا أن بعض الباحثين، يرى أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد له من الاستقلالية دون حاجة إلى الاستناد إلى النظرية التقليدية⁽²³⁾.

لكن قد لا يكفي إبطال العقد كجزاء عن الضرر الذي لحق المستهلك نتيجة إخلال المنتج أو المهني بالتزامه بالإعلام. ولذلك فالطريقة المثلى هي التعويض كجزاء مدني والذي يقوم على أساس المسؤولية التقصيرية. ولما كان اللجوء إلى هذه المسؤولية يستوجب على المستهلك إثبات خطأ المهني المتمثل في الإخلال، فإن صفة الاحتراف في هذا المهني تعفيه من إثبات الخطأ.

أما الإعلام الإلكتروني اللاحق على العقد فهو التزام ينشأ عن العقد أي هو أثر من آثار العقد. إذ يتمثل في التزام المنتج أو المهني بتزويد المشتري بكافة المعلومات الضرورية عن المبيع حتى يتفادى خطره ويتمكن من استعماله والانتفاع به أي بتعبير آخر التزام المورد أي المهني بتوضيح للمستهلك كل المخاطر التي تكون مرتبطة بالشيء المسلم له⁽²⁴⁾. فإن الإخلال به يؤدي إلى ترتب مسؤولية المورد العقدية. ويمنح للمستهلك حق فسخ العقد وطلب التعويض عن الأضرار إذا كان لذلك مقتضى، كما يستوجب معاقبة المهني في حالة إخفائه لخصائص السلعة أو عدم التطابق بين المعلومات المقدمة وخصائص السلعة الذي يعد من قبيل الغش والتدليس⁽²⁵⁾.

ويقع هذا الالتزام على وجه الخصوص على عاتق البائع عندما يكون المنتج جديداً أو معقداً كإلزام المعلوماتية وخصوصاً إذا كان المنتج خطراً، إذ هناك عدة بيانات يجب على المورد أو المهني أن يقدمها للمستهلك كتابياً وقت تنفيذ العقد أو عند التسليم، حول كيفية الاستعمال والخصائص الأساسية للمنتج⁽²⁶⁾. كما أن اشتراط الكتابة في الإعلام، هي لتقوية الالتزام بالإعلام في حد ذاته. (المادة 8/21 من تقنين الاستهلاك الفرنسي رقم 93/93 الصادر في 26 أبريل 1993)، وهو أيضاً ما أوجبه المشرع الجزائري في المادة 18 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، سالف الذكر والمادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁽²⁷⁾، من ضرورة كتابة البيانات الخاصة بالسلعة أو الخدمة. إلا أن الإعلام الإلكتروني له خصوصية مهمة لكون المستهلك لا يعلم بالمتعاقدين معه أي المورد الإلكتروني ولم يعاين السلع المطلوبة بالعين المجردة، لذا يجب تبصيره خصوصاً بالصفات المميزة للسلع وكذا تحديد شخصية التاجر الإلكتروني.

وفي هذا الصدد يرى جانب من الفقه الفرنسي أن الالتزام بالإعلام بصورة خاصة - وحسب القانون الفرنسي الصادر في 1993 في مواده 2/111 و 3/113 بشأن حماية المستهلك - يجب أن يتضمن ما يلي:

-التبصير بالخصائص أو الصفات المميزة للسلع.

إذ يقضي قانون الاستهلاك الفرنسي أن على التاجر الإلكتروني الذي يعرض منتجاته على المستهلك عبر شبكة الإنترنت، أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للسلع والخدمات ، وعلى وجه الخصوص الخصائص الكيفية والكمية والمدة التي ستعرض فيها والثمن بالعملة المتعارف عليها ومصاريف التسليم ، وإعلامه بالأعباء الضريبية والخدمات ما بعد البيع⁽²⁸⁾، لأنه يفتقر إلى الخبرة والمعرفة الكافية للتمييز بين سلعة وأخرى .

—تحديد شخصية التاجر الإلكتروني: إن عدم تحديد شخصية التاجر الإلكتروني من الأمور التي تقلق المستهلك الإلكتروني، لأن من مصلحته التعرف على شخصية البائع الذي يتعامل معه، ومن شأن ذلك توفير الأمان والثقة للمستهلك⁽²⁹⁾. أضف إلى ذلك أن تحديد شخصية التاجر لها اعتبار في إبرام العقد من عدمه. ويقتضي ذلك أن تتضمن المعاملة التجارية اسم المشروع ووسيلة الاتصال به وعنوان مقره أو مقر المؤسسة المسؤولة عن العرض، وسجله التجاري، هذا إذا كان شخصا طبيعيا. أما إذا كان شخصا معنويا، كالشركات التجارية، يجب أن يتضمن الإعلام بها بيان مقرها بالخارج، شكلها القانوني، مركز إدارتها الرئيسي ورقم التسجيل في الدولة التي بها مقرها.

أما عن طبيعة هذا الالتزام ، فهو التزام بتحقيق نتيجة إذا تعلق الأمر بحماية المستهلك، وذلك تأسيسا على ما ذهب إليه محكمة النقض الفرنسية في هذا الصدد ، حينما أشارت إلى أن: " الالتزام بالإدلاء بالمعلومات في العقود الجارية عبر وسائل تكنولوجية ، هو التزام بتحقيق نتيجة"⁽³⁰⁾.

المطلب الثاني: التزام المورد الإلكتروني باحترام حق المستهلك في العدول عن العقد
(31)

نظرا لما توفره وسائل الاتصال الحديثة من قدرات فائقة على حمل الناس على التعاقد والشراء تحت تأثير وسائل الدعاية المتطورة، ولما تنطوي عليه هذه العمليات التعاقدية من مخاطر تتعرض لها فئات من المستهلكين غير المهنيين ، قرّرت معظم قوانين الاستهلاك الحديثة منح هذه الفئة (أي المستهلكين) الحق في التراجع عن العقد أي الحق في العدول خلال فترة زمنية معينة كضمانة لهم وذلك حماية لهم من مخاطر الغش والخداع .

وقد انتشر استعمال الرجوع عن التعاقد في الآونة الأخيرة وخاصة في البيوع الإلكترونية ، وما يبرر ذلك أن المستهلك يشتري السلعة عن طريق الانترنت ولم يكن قد رأى السلعة وإنما شاهد صورتها على شاشة الحاسوب . ولذا يمنح له هذا الحق حماية له من أيّ تلاعب وتغريب من قبل المهني⁽³²⁾ . فحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية أضحت لازمة خاصة أنه ينعدم الاتّصال بينه وبين المهني ، إذ قد يقدم على التعاقد بالنقر على الموقع الإلكتروني تحت الإغراءات أو ربما عن خطأ، وأنه لا يملك الإمكانيات الفعلية لمعاينة المنتج والعلم بخصائصه أو العلم بالخدمة قبل إبرام العقد، ولذلك يجب أن يتمتع بحق العدول⁽³³⁾، أي حق الرجوع عن العقد خلال مدة تبدأ من يوم استلام المبيع . وهذا الحق يثبت له دون أن يبرر رجوعه ، كما لا يلتزم بالتعويض عن ذلك لخصوصية العقود الإلكترونية. وهذا ما تناوله المشرع الجزائري في الفقرتين 2 و3 من المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، بأنه:

(...العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب، للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفعه مصاريف إضافية...).

إلا أنه ما يلاحظ أن المشرع الجزائري عرّف الحق في العدول بصورة غير واضحة، كما أنه لم يحدد مدة العدول، بل ترك تحديد الشروط والكيفيات لممارسته لحين صدور

التنظيم والذي لم يصدر لحد الساعة. ولذلك فيمكن تعريف الحق في العدول ، بأنه حق شخصي مقرر للمستهلك دون المتدخل المتعاقد معه و يخضع لمطلق تقديره ويمارسه وفقا لما يحقق مصلحته كما أنه ليس ملزما بإبداء أسباب معينة لهذا العدول.

وما يقابل ذلك في قانون التجارة الإلكترونية التونسي رقم 83-02 الصادر في 9 أوت 2000 في المادة 25 الفقرة 9 منه⁽³⁴⁾. وما جاء أيضا في قانون استهلاك الفرنسي والتعليمات الأوروبية بأحقية المستهلك في العدول عن الصفقة التي قبلها دون أن يتعرض لجزاء ودون إبداء لأسباب محددة.

كما نصت الفقرة الأولى من المادة 6 من التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997⁽³⁵⁾ والمتعلق بالمستهلكين عن بعد، على ما يلي: (في العقود المبرمة عن بعد بواسطة إحدى تقنيات اتصال عن بعد ، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة 7 أيام دون جزاء ودون حاجة لبيان الأسباب..).

أما بالنسبة للفقرة الثانية من المادة 06 من التوجيه المذكور أعلاه، فتفرق بين الأموال والخدمات من حيث سريان مهلة العدول. فبالنسبة للأموال، تبدأ المهلة من يوم استلام المستهلك لها، وبالنسبة للخدمات تبدأ من يوم إبرام العقد⁽³⁶⁾. لكن بعد صدور التوجيه الأوروبي رقم 83-2001 المتعلق بحقوق المستهلك، تم زيادة المدة الممنوحة للمستهلك في حق العدول من 7 أيام إلى 14 يوم. وهو ما انتهجه المشرع الفرنسي في المادة 121-21 من قانون الاستهلاك رقم 344-2014، كالاتي: (يكون للمستهلك مدة 14 يوما لممارسة حقه في الرجوع عن العقد المبرم عن بعد دون أن يلتزم ببيان الأسباب أو تحمل المصاريف...)⁽³⁷⁾

إلا أن المشرع الجزائري لم يشر إطلاقا إلى حق المستهلك في العدول وفق قانون رقم 18-05 سالف الذكر، بل تناول ما يسمى بالإخلال بالتسليم المطابق بصورة غير مباشرة. إذ سمح لهذا الأخير أي المستهلك الحق في فسخ العقد في أجل 4 أيام دون المساس بحقه في التعويض في حالة إخلال المورد بإحدى التزاماته -كعدم احترام آجال التسليم- وهذا مستوحى من المادة 22 منه، والتي تنص على ما يلي: (في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لآجال التسليم، يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة

إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر).

كما تنص المادة 23 من نفس القانون على أن: (.... يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة ... مع الإشارة إلى سبب الرفض...)

فمن خلال المادتين، يتضح الفرق بينهما وبين مضمون المادة 19 من القانون رقم 09-03 المذكور آنفاً، رغم أن البعض يذهب إلى عكس ذلك . والتباين يظهر في أن حق العدول الوارد في المادة 19 ، يكون تلقائياً من جانب المستهلك ودون إيدائه لأية أسباب ودون وجود أيّ إخلال بالتزام من جانب المتعاقد الآخر، وتكون نفقات إعادة البضائع على عاتق المستهلك، في حين أن الحق في إعادة المنتج المنصوص عليه في المادتين 22 و23 من قانون التجارة الإلكترونية يتحقق عند عدم احترام المورد لأجل التسليم ، كما يفرض على المستهلك الإلكتروني تحديد سبب الرفض.

وقد سار القانون التونسي على نفس النهج الوارد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، في المادة 31 منه على أنه: (إذا تبين أن البضاعة المسلمة غير مطابقة للشروط والمواصفات أو أنه تم تسليمها خارج الأجل المتفق عليه ، جاز للمشتري إعادتها تحت طائلة إلزام البائع بإعادة المبلغ مع المصاريف الناجمة عن ذلك خلال 10 أيام من تاريخ إرجاع المنتج).

وتجدر الإشارة إلى القول ، أنه إذا قرر المستهلك (المشتري) العدول ، عليه أن يرد المبيع بنفس الصورة التي تم التسليم بها دون دفع أيّ مقابل عكس ما هو في البيع بالعربون⁽³⁸⁾، إلا أنه يتحمل نفقات إعادة تصديره إلا إذا كان الخطأ من جانب البائع ، وفي هذه الحالة على هذا الأخير أن يرد الثمن للمشتري الذي دفعه في مقابل الحصول على المبيع⁽³⁹⁾.

إلا أن هناك حالات لا يجوز فيها العدول⁽⁴⁰⁾ وهي:

- عندما يطلب المستهلك توفير الخدمة قبل انتهاء أجل العدول عن الشراء.
- إذا تم تزويد المستهلك بمنتجات ذات خصوصية معينة ، أو لا يمكن إعادة إرسالها لأنها قابلة للتلف أو الفساد لانتهاء مدة صلاحيتها.

- عند قيام المستهلك بنزع الأختام عن التسجيلات السمعية أو البصرية.

- إذا تم توريد السلعة المصنعة بناء على مواصفات حددها المستهلك.

ويرى البعض من الفقهاء، أن إمكانية التراجع عن العقود المبرمة عن بعد، يعد خروجاً عن مبدأ سلطان الإرادة وانتهاك للقوة الملزمة للعقد الذي يوجب عدم الرجوع عن العقد. إلا أنه يمكن تبرير ذلك بالاستناد إلى رأي بعض الفقه الذي يرى بضرورة التخلص من المفهوم الإرادي، لأن الإرادة عاجزة عن التنفيذ بصورة إلزامية قبل انقضاء أجل التفكير والتروي أي هناك فاصل زمني بين تكوين العقد وفعالته. فقبل تنفيذ العقد، للمستهلك فترة التروي والتفكير. وإذا انتهت هذه المدة ولم يمارس حقه في العدول، تأكدت فعالية العقد⁽⁴¹⁾.

ويذهب البعض الآخر، أن منح هذا الحق للمستهلك دون الطرف الآخر، يعد إخلالاً وانتهاكاً للتوازن العقدي، لأنه يلحق الضرر بالبائع ومركزه المالي من جهة، ومخزون البضائع المتوفر لديه من جهة أخرى⁽⁴²⁾. لكن يمكن الرد على ذلك، بأن معظم العقود عن بعد إنما هي عقود إذعان بالنسبة للمستهلك عبر الانترنت ولا تتيح له مناقشة شروطها، هذا فضلاً عن التاجر غالباً ما يكون شركة كبرى لها مركز مالي ضخم، وقدرة على الدعاية الهائلة عكس الحال بالنسبة للمستهلك الذي تخول له هذا الحق وبقيود⁽⁴³⁾.

لكن التساؤل الذي يثور في هذا الصدد، هل يسري هذا الحق على الخدمات؟ أو بتعبير آخر ما هي الخدمات المشمولة بحق العدول؟

لم ينص المشرع الجزائري صراحة في قانون رقم 09-03 سالف الذكر على حق العدول في الخدمات في المادة 19 الفقرة الثانية. لكن يرى البعض، أنه يفهم من خلال مصطلح المنتج أنه يشمل السلعة والخدمة. إلا أنه بالرجوع إلى قوانين خاصة أخرى لها صلة بقانون الاستهلاك، فنجد أنه قد نظم صراحة حق العدول بالنسبة لخدماتي القرص الاستهلاكي⁽⁴⁴⁾ والتأمين على الحياة⁽⁴⁵⁾.

المطلب الثالث: الالتزام المورد الإلكتروني بالدعاية الصادقة

تتطلب قوانين التجارة الإلكترونية ضرورة اعتبار وثائق الدعاية والإعلان التي تتم عن طريق شبكة الانترنت من الوثائق المكتملة للعقود التي يتم إبرامها لشراء المنتجات (46). لأن الإعلان هي وسيلة لخلق جوّ من المنافسة وتحقيق الربح عن طريق جذب الأشخاص نحو اقتناء السلع والخدمات. ولذلك يجب أن يكون هذا الإعلان صادقا وألا يكون التعبير عنه بصفات المبالغة وأفعال التفضيل، وإنما يكون واقعيًا ممثلًا للحقيقة غير متجاوز عنها، والمعبر عنه بالإشهار الإلكتروني الصادق، وهذا ما أقرّه المشرع الجزائري في المادة 30 من قانون رقم 18-05 سالف الذكر.

وقد عرف المشرع الجزائري الإعلان الإلكتروني في الفقرة السادسة من المادة 6 من قانون رقم 18-05 سالف الذكر: (كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية).

إلا أن الدعاية الإلكترونية التي يمارسها المورد الإلكتروني أحيانا قد تكون مقترنة بوسائل احتيالية تضلل المستهلك وتوقعه في الخطأ⁽⁴⁷⁾، كحجب المعلومات الكافية عن المستهلك على نحو يخلّ بحقه في الإعلام ، أو الإدعاء بأنّه الوحيد المنخصص في إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة، أو الاستعانة بشهادات نجوم المجتمع كأهل الفن والرياضة والمتخصصين ، أو عن طريق تصميم وسائل تثير الانتباه باللون والصورة والرسم ، أو عن طريق الجوائز . كل هذه العوامل تؤثر على المستهلك سلبيًا وخاصة في عقود التجارة الإلكترونية.

وقد جرّم المشرع الفرنسي صراحة مثل هذه الدعاية المضللة التي تتم عن طريق شبكة الانترنت بوجه خاص ، لكون العقود التي تبرم بين غائبين أي بين أطراف متباعدة من شأنها خداع المستهلك . ومنع المشرع الجزائري بدوره الإشهار الكاذب والمضلل من شأنه إحداث لبس في ذهن المستهلك أو خداعه وذلك في المادة 28 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المذكور سالفًا و التي جاء فيها ما يلي:

(... يعتبر إشهارًا غير شرعي وممنوعًا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف منتج أو خدمة...) وأيضاً ما أورده في المادة 56 من مرسوم تنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، سالف الذكر ، والتي جاء فيها ما يلي:

(تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك). كما رتب عقوبة على كل من يخالف أحكام المواد 30 و31 و32 و34 من قانون رقم 18-05 سالف الذكر، والتي تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 50000 دج إلى 500000 دج (المادة 40 من نفس القانون).

وهو ما أكدته أيضاً القواعد الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE التي تحكم حماية المستهلك، عندما ألزمت الشركات بعدم اللجوء إلى ممارسات من شأنها تضليل هؤلاء الآخرين أو خداعهم⁽⁴⁸⁾.

خاتمة

توصلنا من خلال دراسة هذا الموضوع إلى ما يلي :

-لم يتناول المشرع في قانون حماية المستهلك المعدل والمتمم مسألة مدة العدول عن شراء المنتجات ، وإن كان قد أشار إليها في بعض الخدمات ، كخدمة القرض الاستهلاكي. كما لم يرد أي نص حول حق العدول في قانون التجارة الإلكترونية ، بل أشار فقط إلى مسألة فسخ العقد في حالة إخلال المورد بالتزاماته.

-لم ينظم قانون التجارة الإلكترونية ولا قانون حماية المستهلك مسألة التعويض التي يلتزم بها المورد عند الإخلال بالتزاماته، علماً أن الرجوع إلى القواعد العامة غير كفيل بتوفير الحماية لكون قواعدها تضمن حماية محدودة النطاق.

-لم ينظم المشرع كيفية مكافحة الشروط التعسفية في العقود المبرمة عن بعد بين المورد والمستهلك، خاصة إذا اعتبرنا أن معظم العقود الإلكترونية هي عقود إذعان تتضمن مثل هذه الشروط.

التوصيات:

- على المشرع الإسراع في إصدار النصوص التطبيقية للقانون رقم 18-05 لاسيما فيما يخص تنظيم مسألة العدول في المنتوجات والخدمات و كيفية الإعلام الإلكتروني حتى نضمن فعليا حماية المستهلك الإلكتروني.
- على المشرع أن يتدخل لتعديل وإتمام قانون التجارة الإلكترونية لسد بعض الثغرات القانونية، كتوضيح مفهوم الشروط التعسفية التي ترد في العقود الكترونية وكيفية مكافحتها.
- نظرا لخصوصية المعاملات الإلكترونية، كان من الواجب على المشرع، وضع أحكام خاصة لتعويض المستهلكين لإلكترونيين تختلف عن تلك المعمول بها في القانون المدني.

المراجع:

الكتب

- أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة 2000.
- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار النهضة العربية 2003.
- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف بالإسكندرية 1986.
- بشار محمود دودين ، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن 2006.
- حسن عبد الباسط جمعي، حماية رضا المستهلك في عقد الاستهلاك ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1996.
- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، إسكندرية 2005.

- سمير عبد السميع الأودن، العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، الإسكندرية، (د.ت.ن).
- عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، نظرية التزام ، دار إحياء التراث العربي ، لبنان، دون تاريخ النشر.
- عمر خالد زريقات ، عقد البيع عبر الانترنت ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن 2007.
- فاروق حسين ، البريد الإلكتروني ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1999.
- عبد الفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2006 .
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية 2004.
- محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي 2006.
- محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية 2002.
- نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2005 .
- هدى حامد فشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الكترونية عبر الإنترنت، دار النهضة العربية ، القاهرة 2000.
- البحوث المقدمة في المؤتمرات والمنشورة :**
- محمد شكري سرور ، التجارة الإلكترونية ومقتضيات حماية المستهلك ، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية المنعقد من 26 إلى 28 نيسان 2003 ، أكاديمية شرطة دبي ، الإمارات العربية المتحدة ، أبريل 2003.

- عبد الحق حميش ، حماية المستهلك الإلكتروني ، بحث مقدم إلى المؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون ، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات ، مايو 2003 .

رسالة ماجستير

- فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الكويت 2011.

المقالات

- عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، دراسة مقارنة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث للعلوم الإنسانية، فلسطين ، المجلد 27، عدد 01، سنة 2013، ص ص(1-24).

- قالية فيروز، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة القانون والمجتمع، مجلد08، العدد02، سنة 2020، (387-410).

- نبيل محمد أحمد صبيح ، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية ، مجلة الحقوق، الكويت، عدد 2 يونيو ،لسنة 2008، (ص ص163-272).

Ouvrages

- Mazen HOTAIT ,Protection du consommateur dans les contrats conclus sur internet , thèse pour le doctorat en droit , fac de droit, Université Panthéon –Assas (Paris 2),29/09/2008.
- THIBAUT Verbiest, La protection Juridique Du cyber – consommateur, LITEC, Editions JCP, PARIS 2002.

Textes juridiques

- 1 -LOI n° 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation (partie Législative) JORF n°0171 du 27 juillet 1993
- 2 - LOI n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation JORF n°0065 du 18 mars 2014.

- 3- Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance J.O.U.E L144 du 4 juin 1997.

النصوص القانونية

1- النصوص التشريعية

- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، جريدة رسمية ، عدد41 ، صادر في 27 يونيو 2004.

- قانون رقم 04-06 مؤرخ في 20 فبراير 2006 يعدل ويتمم الأمر رقم 07-95 مؤرخ في 25 يناير 1995 والمتعلق بالتأمينات، جريدة رسمية، عدد15، صادر في 12 مارس 2006.

- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، جريدة رسمية عدد 15 صادر في 8مارس 2009.

- قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية، عدد 28 صادر في 16 مايو 2018.

- قانون رقم 09-18 مؤرخ في 10 يونيو 2018 يعدل ويتمم القانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية ، عدد 35 ، صادر في 13 يونيو 2018.

2- النصوص التنظيمية

- مرسوم تنفيذي رقم 12-203 مؤرخ في 6مايو 2012 ، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، جريدة رسمية ، عدد 28 ، صادر في 9 مايو 2012.

-مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية، عدد 58 صادر في 18 نوفمبر 2013.

- مرسوم تنفيذي رقم 15-114 مؤرخ في 12 مايو 2015، يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، جريدة رسمية، عدد 24 صادر في 13 مايو 2015.

الهوامش والمراجع

1- تعرف التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة المبادلات الرقمية الخاصة بأنشطة تجارية في إطار سيل لا ينقطع من المعلومات لتتم مبادلات تتعلق بالسلع والخدمات.

-أنظر في هذا الصدد: أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار النهضة العربية 2003، ص 19.

كما يعرف المشرع الجزائري، التجارة الإلكترونية في المادة 1/6 من قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، كما يلي: (النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية)، جريدة رسمية، عدد 28، صادر في 16 مايو 2018.

تنقسم التجارة الإلكترونية إلى قسمين: القسم الأول، يتضمن مجموعة المعاملات الإلكترونية بين شركة وأخرى. أما القسم الثاني: فيتضمن مجموعة المعاملات الإلكترونية التي تتم بين شركة أي المورد والمستهلك، وهو ما يتعلق بموضوع بحثنا.

2- تعرف المادة 3/6 من قانون رقم 18-05 المذكور أعلاه، المستهلك الإلكتروني، بأنه: (كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي).

3- أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 22.

4- تعرف المادة 4/6 من قانون التجارة الإلكترونية، سالف الذكر، المورد ، بأنه: (كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية).

5- عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الانترنت، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 2007، ص343.

6 -LOI n° 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation (partie Législative) JORF n°0171 du 27 juillet 1993.

7- عمر خالد زريقات ، مرجع سابق ،ص 347.

8- تنص المادة 9 قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، المعدل والمتمم ،على ما يلي: (يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن)، جريدة رسمية ، عدد 15 ،صادر في 08 مارس 2009.

9- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، إسكندرية 2006، ص68

10- THIBAUT Verbiest, La protection Juridique du cyber – consommateur, LITEC, Editions du juris-classeur, PARIS 2002, P 86.

11- حسن عبد الباسط جمبيعي، حماية رضا المستهلك في عقد الاستهلاك ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1996، ص 53.

12- عمر خالد زريقات ، مرجع سابق، ص 353.

13- قالية فيروز، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة القانون والمجتمع، مجلد08، العدد02، سنة 2020، ص394.

14- فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الكويت 2011، ص 108.

- 15- يُعرف المشرع الجزائري الشرط التعسفي في المادة (3) الفقرة (5) من قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المعدل والمتمم ، كما يلي:
- (كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد). جريدة رسمية ، عدد41 ، صادر في 27 يونيو 2004.
- 16- عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، نظرية التزام ، دار إحياء التراث العربي ، لبنان ، ص 244.
- 17- عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 48.
- 18- محمد شكري سرور، التجارة الإلكترونية ومقتضيات حماية المستهلك، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية، أكاديمية شرطة دبي، الإمارات العربية المتحدة، أبريل 2003، المجلد الأول، ص 101.
- 19- محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية 2002، ص148.
- 20- نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2005 ، ص134.
- 21- عمر خالد زريقات ، مرجع سابق ، ص 340.
- 22- أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت، دار النهضة العربية ن القاهرة 2000، ص 108.
- 23- سمير عبد السميع الأودن ، العقد الإلكتروني ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، (د.ت.ن)، ص141.
- 24- السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، منشأة المعارف بالإسكندرية 1986، ص 802.
- 25- سمير عبد السميع الأودن ، مرجع سابق ، ص 120.

- 26- نضال إسماعيل برهم، مرجع سابق، ص 136.
- 27- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية ، عدد 58 ، صادر في 18 نوفمبر 2013.
- 28- بشار محمود دودين ، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن 2006، ص187.
- 29-خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2005، ص 438.
- 30 – Cassation Civile,1ere chambre du 8/01/1985.
- نقلا من المرجع: عمر خالد زريقات، مرجع سابق، ص343.
- 31- هناك من الفقهاء من يفرق بين مصطلحي، العدول عن العقد والرجوع في التعاقد ، على أساس أن الحق في الرجوع في التعاقد يبدو في مرحلة التنفيذ . أما مفهوم العدول عن العقد يظهر في مرحلة قبل إبرام العقد .
- انظر في هذا الصدد :
- عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك ، منشأة المعارف ، الإسكندرية 2004، ص766.
- لكن البعض يرى أنه لا أهمية عملية للفرقة بينهما. وهو ما جعل المشرع الفرنسي في تقنين الاستهلاك يمنح الحماية للمستهلك في الحالتين. أنظر في هذا الصدد :
- نبيل محمد أحمد صبيح ، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية ، مجلة الحقوق ، الكويت ، عدد 2 يونيو ، لسنة 2008 ، ص 218.
- 32-عبد الحق حميش ، حماية المستهلك الإلكتروني ، بحث مقدم إلى المؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون ، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات ، مايو 2003 ، ص 1290-1291.
- 33- محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، مرجع سابق، ص147.

- 34- عبد الفتاح بيومي حجازي ، مرجع سابق ، ص 33.
- 35 -Article 6 de la directive dispose :(**1. Pour tout contrat à distance, le consommateur dispose d'un délai d'au moins sept jours ouvrables pour se rétracter sans pénalités et sans indication du motif...**). Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (J.O.U.E L144 du 4 juin 1997)
- 36- Article 6 de la directive citée ci-dessus, dispose :(... **Pour l'exercice de ce droit, le délai court:**
- pour les biens, à compter du jour de leur réception par le consommateur lorsque les obligations visées à l'article 5 ont été remplies,
 - pour les services, à compter du jour de la conclusion du contrat)
- 37 -Art. L. 121-21 dispose :(**Le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d'autres coûts ...**).
- 38-يعرف العربون بأنه مبلغ من المال يدفعه الشخص الذي يرغب في الشراء (المشتري) وقت إبرام العقد، وإذا عدل خسره ، في حين الحق في العدول هو حماية له ولا يخسر أي شيء بعدوله عن العقد . كما أن الحق في العدول مخول للمستهلك دون المورد، في حين في البيع بالعربون، يحق لكلا الطرفين ممارسته ومن هنا يظهر أن الحق في العدول عن العقد يختلف عن البيع بالعربون.
- 39- بشار محمود دودين ، مرجع سابق ، ص193.
- 40- نضال إسماعيل برهم ، مرجع سابق ، ص141.
- 41- نضال إسماعيل برهم ، المرجع نفسه، ص 142.
- 42- محمد أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، الأردن 2005، ص51.
- 43- نبيل محمد أحمد صبيح ، مرجع سابق ، ص220-221.

44-تنص الفقرة الثانية من المادة 11 من مرسوم تنفيذي رقم 15-114 مؤرخ في 12 مايو 2015، يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، والتي تنص على ما يلي:(...غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدته ثمانية (8) أيام عمل، تحسب من تاريخ إمضاء العقد، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما).جريدة رسمية ، عدد 24 صادر في 13 مايو 2015.

45- تنص المادة 90 مكرر من قانون رقم 06-04 مؤرخ في 20 فبراير 2006 يعدل ويتم الأمر رقم 95-07 مؤرخ في 25 يناير 1995 والمتعلق بالتأمينات، على ما يلي : (باستثناء عقود تأمين المساعدة ، يجوز لمكتب عقد التأمين على الأشخاص لمدة شهرين كحد أدنى، أن يتراجع عن العقد برسالة مضمونة مع وصل استلام خلال أجل 30 ثلاثين يوما ابتداء من الدفع الأول للقسط). جريدة رسمية، عدد15، صادر في 12 مارس 2006.

46-هدى حامد فشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الكترونية عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة 2000، ص 67 .

47- وقد عرفت المادة 2 من التوجيه الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984، الدعاية المضللة، بأنها الدعاية التي تؤدي إلى إيقاع الأشخاص الذين توجه إليهم في غلط .

48- نبيل محمد أحمد صبيح ، مرجع سابق، ص203.