

الإشهار الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية 18 – 05

قراءة في شروط ممارسته وجزاءات مخالفة أحكامه

**Electronic advertising in the e-commerce law 18 – 05
Reading of the conditions of its exercise and penalties for
contravention of its provisions**حماني إسماعيل¹¹ جامعة ألكي محند أولحاج - البويرة (الجزائر)

smail.hamani@univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2022/12/05 تاريخ القبول: 2023/02/08 تاريخ النشر: 2023/03/20

ملخص المداخلة:

تحاول هذه الورقة البحثية معالجة موضوع الإشهار الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18 - 05 من خلال إبراز أهم الشروط التي سنها المشرع الجزائري لتنظيم ممارسة الإشهار الإلكتروني، وكذا الجزاءات المترتبة عن مخالفة الأحكام القانونية المنظمة له، قصد ضبطه وحماية المستهلك الإلكتروني من مختلف أشكال ممارساته غير المشروعة.

الكلمات المفتاحية: الإشهار الإلكتروني، الاتصالات الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني.

Abstract:

This paper attempts to address the issue of electronic advertising in the light of the Algerian electronic commerce law 18 - 05 by highlighting the most important conditions enacted by the Algerian legislature to regulate the practice of electronic advertising, as well as the penalties for violating the legal provisions governing it, with a view to controlling it and

protecting the electronic consumer from its various forms of illegal practices.

Keywords: Electronic advertising, Electronic communications, E-commerce, electronic consumer.

المؤلف المرسل: حماني إسماعيل

مقدمة:

يعد الإشهار الإلكتروني أحد أهم نواتج التقدم الذي عرفته تكنولوجيا الاتصال، فالتطور المذهل في حركة الاتصالات، وشيوع التطبيقات، والوسائط الاتصالية الجديدة، ومختلف الطرق التي أتاحتها شبكة الانترنت جعلت الشركات المعاصرة أمام حتمية تكنولوجية ورهانات جديدة تتعلق بكيفية استخدام هذه الثورة الرقمية وتسخيرها بما يخدم أهدافها التسويقية، فالإشهار الإلكتروني أصبح اليوم يشكل أحد أبرز التقنيات الترويجية الحديثة الموظفة من طرف الشركات رغبة منها للوصول إلى أهدافها الاشهارية بأقل التكاليف الممكنة، مع إمكانية الوصول إلى الزبائن المستهدفين والتواصل معهم بسهولة، وهذا ما يساعدها في التعريف بعلامتها التجارية وتعظيم مبيعاتها، لكن رغم المزايا التي يقدمها الإشهار الإلكتروني هناك جانب مظلم في استخداماته، ويتمثل في إمكانية استغلال هذا النمط الاشهاري بنية تضليل المستهلكين وخداعهم، وقد يتجاوز الأمر هذه الحدود ليصل إلى استغلال الاشهارات الإلكترونية في ارتكاب جرائم رقمية ومعلوماتية مثل القرصنة والسرقة،... الخ، وهذا ما جعل الدول تسن قوانين خاصة لتنظيم المعاملات التي تتم عن طريق التجارة الإلكترونية، وفي هذا الصدد أصدر المشرع الجزائري قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05 الذي تطرق من خلاله إلى مختلف الأطر القانونية التي تنظم عمليات التجارة الإلكترونية بما في ذلك

وجزاءات مخالفة أحكامه

الإشهار الإلكتروني، من أجل ضبطه ولحماية المستهلك الإلكتروني من مختلف الممارسات غير النزهية.

وقد جاءت هذه الورقة البحثية لتسلط الضوء على التنظيم القانوني للإشهار الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18 - 05، وذلك من خلال محاولة التركيز على شروط الإشهار الإلكتروني والجزاءات المترتبة عن مخالفة الأحكام القانونية المنظمة له، وتأسيسا على ما سبق يمكن أن تتحدد إشكالية هذه الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: كيف نظم المشرع الجزائري شروط ممارسة الإشهار الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05، وما هي الجزاءات المترتبة عن مخالفة الأحكام المنظمة له؟

➤ تساؤلات الدراسة:

- ما المقصود بالإشهار الإلكتروني؟
- ما هي شروط ممارسة الإشهار الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05؟
- ما هي الجزاءات المترتبة عن مخالفة الأحكام المنظمة للإشهار الإلكتروني؟

1. تعريف الإشهار الإلكتروني

يقدم الإشهار الإلكتروني اليوم في عدّة سياقات ترتبط بشكل عام بالنواحي والأبعاد التجارية والاجتماعية والتكنولوجية القائمة على اقتصاد المعلومات، ووفقا لأدبيات الاتصال التجاري والتسويقي، يعرف الإشهار الإلكتروني على أنه اتصال حواري مباشر communication directe يوجه للمستهلك في إطار علاقة مشتركة يكون المنتج قد سعى لتطويرها من قبل، فهو "وسيلة تجارية وتسويقية تجمع بين طرفين هما البائع والمشتري ولكن الوسيلة الاشهارية هنا تكون في شكل حوار أكثر منها وسيلة مطالبة (كموش، 2015، ص 35)، ويعرفه "ليونيل بوشيريرغ" (Lionel

حماني إسماعيل

Bochurberg) على انه كل وسيلة اتصال موجهة لتمكين أي مستهلك مفترض بان يتكون لديه رأي حول النتائج المرجوة والمنتظرة من استعمال السلع أو الخدمات المقترحة عبر الانترنت (Lionel, 2001, p 164)، وهو الإشهار الذي "يتم بالوسائل الالكترونية، وأشهرها الذي ينشر عبر الشبكة العنكبوتية، ويهدف إلى الترويج لبضاعة أو تسويق خدمة أو دعاية لموقع الكتروني أو غيره" (صلاح، 2015، ص 233).

فالعلمية الاشهارية في صيغتها الإلكترونية أحيانا تعرف بالإشهار العلاقتي أو المباشر la communication ou la publicité relationnelle الذي يتم من خلال وسائط تكنولوجية واتصالية مجتمعة في شبكة الإنترنت، وفي أشكال منها:

- ✓ البريد الإلكتروني أو ما يعرف بالرسائل الإخبارية أو المعلوماتية News letters
- ✓ مواقع وفضاءات إشهارية خاصة بالمعلنين.
- ✓ شراء مساحات في مواقع أخرى أو في محركات البحث (كموش، 2015، ص ص 35، 36).

إذن فالإشهار الإلكتروني هو "أي إعلان بواسطة وسيلة الكترونية يهدف للترويج لسلعة أو خدمة معينة" (بونفلة، 2006، ص 101)، وبما أن الإشهار الإلكتروني يمر عبر وسيلة الإنترنت -online adverting- فهذا يعني أنه توليفة إلكترونية تجمع بين وسائط النص والصوت والصورة الثابتة أو المتحركة آخذا شكلا معيناً، ويتفق مع توجهات وحاجات الأفراد، وهو في العادة نشاط مدفوع الأجر يهدف إلى إقناع المتلقي- الزبون الإلكتروني -بمضمون الفكرة، ويرى الكندي -HERVET GUILLAUME- أن الإشهار الإلكتروني هو فكرة هجينة ونتيجة حتمية لتزاوج بعد التكنولوجيا الحديثة وما أفرزته من تفاعلية معلوماتية Interactivité - informationnelle والتطور الحاصل في ميدان الاتصال وأدبيات التسويق والإشهار وما نتج عنهما من جوانب الفردانية l'individualité ، أي تخصيص المادة

وحزاءات مخالفة أحكامه

الإشهارية لكل فرد أو أن لكل فرد مادته الإشهارية الخاصة به، والتي تبني تبعاً لاعتبارات معينة. (كموش، 2015، ص ص 35، 36).

أما من المنظور القانوني فقد ورد تعريف المشرع الجزائري للإشهار الإلكتروني في المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية الجديد (18-05) الصادر بتاريخ 10 ماي 2018 على أنه " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، فنلاحظ أن هذا التعريف نفسه تعريف الإشهار التجاري خاصة من حيث الهدف، غير أن الاختلاف يكمن في الدعامة الإشهارية المستعملة فيه والمتمثلة في وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، وبالتالي يدخل ضمن هذا المفهوم إعلانات محركات البحث على النت والويب وكذا الرسائل القصيرة وكل ما يظهر على اللوحات الإلكترونية التي نصادفها في الشوارع، وتجدر الإشارة إلى أطرافه المتمثلة في كل من المستهلك الإلكتروني والمعلن (العصامي، كحلول، 2022، ص 716).

2. شروط تنظيم وممارسة الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري

لقد تضمن قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05 مجموعة من الشروط التي تنظم عملية الإشهار الإلكتروني، فقد نصت المادة رقم 30 منه على أن كل إشهار يتم عبر الوسائط الإلكترونية يجب أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط التي يجب على المورد الإلكتروني احترامها حتى يكون هذا الإشهار مشروعاً قانونياً، ويمكن التطرق إلى هذه الشروط على النحو التالي:

1-2 أن تكون الرسالة الإشهارية محدّدة بوضوح:

يتطلب الإشهار الإلكتروني النزاهة أن يكون محدّداً من حيث المحل، أي محتوى ومضمون الرسالة الإشهارية، ومن حيث الشخص المعلن عنه بشكل واضح بعيداً عن الممارسات الكاذبة والتضليلية التي يسهل اللجوء إليها في بيئة

حماني إسماعيل

رقمية افتراضية (أكسوم، 2018، ص 328)، وفي هذا السياق نصت المادة 30 - 01 من قانون 18 - 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أن كل إشهار أو رسالة ذات هدف تجاري تتم عبر الوسائط الالكترونية يجب "أن تكون محدّدة بوضوح كرسالة تجارية أو اشهارية" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09).

إن شرط وضوح الإشهار الالكتروني يعني أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد، فالإشهار الواضح يحقق مزايا كثيرة للمستهلك الالكتروني منها تنوع المنتجات والخدمات وكذا إمكانية الاتصال المباشر بالمعلن وإجراء حوار معه حول ما تضمنه الإشهار، كما تمكنه من إجراء مقارنة بين سلع المنافسين المختلفة في دقائق معدودة، وتلك المقارنة تكون تحت تصرف المستهلك تدفع المنتجين إلى تحسين منتجاتهم وإيضاحها بشكل يجذب المستهلكين، فمن الضروري أن يتم الإشهار الالكتروني بطريقة واضحة غير مبهمة حتى يتسنى للمستهلك معرفة المنتجات التي يريد شرائها حتى لا يكون ضحية للدعاية المضللة والخادعة (وأعمر، 2021، ص ص 307، 308).

2-2 أن يحدد هوية الجهة القائمة بالإشهار:

من بين الشروط المنظمة للإشهار الالكتروني التي تضمنها قانون 18 - 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية أن تظهر هوية المعلن ضمن الرسالة الاشهارية، وهذا ما جاء به البند 02 من المادة 30، والذي ينص على " أن تسمح (الرسالة الاشهارية) بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09).

وحزاءات مخالفة أحكامه

فالمعلن لابد عليه أن يوضح مجموعة من البيانات في الإشهار الذي يوجه للمستهلكين،... ليسهل على أي مستخدم رؤيتها بسهولة واتخاذ قرار بشأنها (دمانة، 2018، ص 296)، والظاهر أن المادة المذكورة أعلاه لم تحدّد نوع المعلومات التي يتوجب على المعلن إظهارها من خلال إشهاره، إلا أن المادة 11 من نفس القانون وضحت ذلك، حيث نصت على الآتي: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات التالية: رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات،...الخ" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 06).

3-2 أن لا تمس بالآداب العامة والنظام العام:

أشار التشريع الجزائري من خلال البند الثالث من المادة 30 السابقة إلى أن الرسالة الإشهارية الإلكترونية يجب " ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 06)، ويقصد بالآداب العامة تلك الأسس الأخلاقية التي تهدف لحفظ كيان المجتمع، وتشكل الآداب العامة الجانب الخلقى للنظام العام، فهي جزء لا يتجزأ منه، ونعني بالنظام العام مجموعة المبادئ الأساسية التي يقوم عليها المجتمع، سواء كانت سياسية، اجتماعية، أو خلقية أو اقتصادية (قندوزي، 2001، ص 43)، فلا يجوز أن يتضمن (الإشهار الإلكتروني) على أية عبارات أو صور أو رسوم أو أصوات تثير المشاعر أو تكون صورة مستفزة أو مخالفة للنظام العام وللآداب العامة، فلا يجوز مثلا أن يتضمن الإشهار الإلكتروني إعلانا يخص مواقع إباحية، أو إشهارا خادشا للحياء مثل التي تروج لها تلك المواقع، فالإشهار الذي يهدف إلى ترويج سلع أو خدمات منافية للأخلاق محظور قانونيا (ربحي، 2020، ص ص 146، 147)،

حماني إسماعيل

وهذا ما بينته المادة الثالثة من نفس القانون، والتي نصت على الآتي: " تمارس التجارة الالكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بما يلي: لعب القمار والرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية... كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به،..." (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 05)، كما نصت المادة 34 من نفس القانون بالاتي " يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الالكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الالكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما"، كبيع الأسلحة المنظمة بموجب تنظيم خاص يتعلق بالعتاد الحربي والمتفجرات التي تخضع بدورها لتنظيم خاص بها (ربحي، 2020، ص ص 146، 147).

2-4 أن يحدّد مضمون العرض التجاري:

من بين الشروط التي يجب أن يتضمنها الإشهار الالكتروني وفقا للتشريع الجزائري ضرورة أن يحدد مضمون العرض التجاري، وهذا ما جاء به البند الرابع من المادة 30، والذي نص على الآتي " أن تحدد (الرسالة الاشهارية) بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09)، بمعنى أن المورد أو المعلن عبر شبكة الانترنت ملزم بتحديد مضمون إشهاره التجاري، باعتباره عرضا موجها للمستهلك الالكتروني قد يتضمن على سبيل المثال تخفيضات في الأسعار أو مكافآت أو هدايا تقدم نظير اقتناء المنتج محل العرض أو الإشهار التجاري الذي يتم عبر شبكة الانترنت (دمانة، 2018، ص 285).

وحزاءات مخالفة أحكامه

2-5 أن لا يكون مضللاً أو غامضاً:

حدّد المشرع الجزائري من خلال البند الخامس من المادة 30 من قانون 18 - 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية شرطاً آخرًا يتوجب على المعلن التقيد به، والمتمثل في ضرورة أن لا يكون محتوى الإشهار يتضمن معلومات مضللة ولا غامضة... وهذا نص البند: "التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09)، .. والإشهار المضلل هو كل إشهار يؤدي إلى التأثير على المستهلك من خلال حذف أو إسقاط بعض العناصر في خطاب الإشهار... وهو كذلك الإشهار الذي يكون انطباع غير حقيقي عن السلع والخدمات المعلن عنها والتي من شأنها خداع المستهلك... ويقصد بوضوح الإشهار أن تكون الدعاية الإلكترونية واضحة، وان يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، والتي من شأنها أن تخلق تفكير واع ومتبصر يعمل على تكوين إرادة مستنيرة لدى المستهلك عند إقباله على التعاقد (صفيح، بن جديد، 2021، ص ص 796، 798) .. اشترط المشرع انتفاء صفتي التضليل والغموض في الإشهار، بحيث يتطلب النزاهة والشفافية، وان تكون هذه المعلومات صحيحة، وفقا لما ينص عليه الالتزام بالمطابقة، الذي يشكل أساس تعاقد المستهلك الإلكتروني (واعمر، 2021، ص 308).

2-6 إلزامية أخذ موافقة المستهلك الإلكتروني في تلقي رسائل الاستبيان المباشر،
والإشهارات:

نصت المادة 31 من قانون 18 - 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على الآتي:
" يمنع الاستبيان المباشر اعتمادا على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الإلكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي، بأي شكل من الأشكال، لم يبد

موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09)، ونصت المادة 32 من نفس القانون على ما يلي " يجب على المورد الإلكتروني أن يضع منظومة الكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مصاريف أو مبررات" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09).

قرر المشرع الجزائري حماية المستهلك الإلكتروني من الرسائل المزعجة (والاشهارات الإلكترونية)، حيث اخضع إرسالها للمستهلك إلى شرط الموافقة المسبقة والحرّة له في تلقي أو عدم الموافقة على تلقيه، وألزم المشرع المورد الإلكتروني صاحب الإشهار بإنشاء منظومة الكترونية لتحقيق هذا الشرط (ربحي، 2020، ص 147).

3. جزاءات مخالفة ضوابط ممارسة الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري:

تفنن اليوم أصحاب الاشهارات الإلكترونية في إبرازه على مختلف الوسائل الإلكترونية المتاحة، مستعملين في ذلك مؤثرات من شأنها أن تظهر السلع والخدمات محل الإشهار على غير حقيقتها، ومبالغة في وصفها، ليصبح معها المستهلك في موضع خطر نتيجة تأثيرها على إرادته لحظة الإشهار التي قد تدفعه للتعاقد أو الشراء من غير بينة ورؤية حقيقية وواضحة لهذه المعروضات الإلكترونية، لهذا توجهت التشريعات الحديثة نحو تجريم المزاعم و الإشارات والعروض الزائفة، أو التي لها طابع التضليل المؤدي إلى الخطأ، سواء تعلق ذلك بمحتوى المنتج أو صفة من صفاته أو منشأه أو كميته أو سعره أو في النتائج المترتبة على استخدامه (بوعزيز، 2021، ص 243)، وتعتبر العقوبات المالية أهم العقوبات التي جاء بها قانون التجارة الإلكترونية، ومن بينها جرائم الإشهار التجاري غير المشروع، باعتبارها جرائم اقتصادية، ومرجع ذلك أن اغلب هذه

وجزاءات مخالفة أحكامه

الجرائم ترتكب بدافع الطمع والربح غير المشروع، فكان من الملائم فرض عقوبات مالية تصيب الجناة في ذمتهم المالية لردعهم، بما يكفل احترام قوانين حماية المستهلك، ولقد عرفت الغرامة على أنها إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغ من المال إلى الخزانة العامة للدول، وهي بذلك عقوبة تتوافر فيها كل مقومات وخصائص العقوبة الجزائية، باعتبارها إيلاما مقصودا ينال من الحقوق المالية للمحكوم عليه بها (قحاح، 2020، ص 561)، ويمكن حصر جزاءات مخالفة شروط الإشهار الإلكتروني وفقا لقانون 18 - 05 فيما يلي:

1-3-العقوبات الأصلية:

1-1-3 جزاء الإشهار الإلكتروني المروج للمنتجات والخدمات المحظورة:

نصت المادة 37 من قانون 18 - 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على الآتي: دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج كل من يعرض للبيع، أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09)، ومن خلال قراءة وتحليل المادة أعلاه نجد أن المشرع الجزائري استخدم تعبير "...من يعرض للبيع .."، ويدخل ضمن ذلك العرض عن طريق الإشهارات الإلكترونية، أما المادة 03 من نفس القانون التي بينت أنواع المنتجات والخدمات المقصودة فهذا نصها "تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي: لعب القمار والرهان واليناصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية،

2018، ص 05)، كما حدّدت المادة 38 من نفس القانون غرامة مالية أخرى على نوع آخر من منتجات وخدمات المحظورة، حيث نصت على الآتي: دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 09)، والتي نصت على ما يلي: تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات و / أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 05)، والمنع يشمل أيضا الاشهارات الالكترونية عن الأشياء المحددة في المادة أعلاه.

3-1-2 جزاء عدم احترام المشهر الالكتروني لضوابط العرض التجاري:

نصت المادة 39 من قانون التجارة الالكترونية على الآتي: يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل مورد الكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 10)، وتنص المادة 11 على وجوب " .. أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات التالية: رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والالكترونية، طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات،...الخ" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 06)، أما المادة 12 فتتعلق بالمراحل التي تمر عليها طلبية المنتج والخدمة الكترونيا.

وحزاءات مخالفة أحكامه

3-1-3 جزاء مخالفة النصوص المنظمة للإشهار الإلكتروني:

حدّد المشرع الجزائري في المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية غرامة "من 50.000 دج إلى 500.000 دج لكل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون" (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 10)، وقد تم ذكر هذه المواد سابقا في الجزء المتعلق بشروط الإشهار الإلكتروني.

2-3 العقوبات التكميلية: أقر القانون 18 - 05 عقوبات تقنية من نوع خاص تعد خروجاً عن القواعد العامة في قانون العقوبات كونها تتم وتنفذ بالوسائل الإلكترونية عن طريق وسيط الكتروني يباشرها يتمثل في مركز البحث العلمي والتقني (Cerist) وذلك نظراً لتحكمه في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، نوردها فيما يلي (جزام، 2021، ص ص 59، 61):

1-2-3 غلق وتعليق الموقع الإلكتروني: يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني المقصر في التزاماته والمخالف في التشريع المعمول به في مجال التجارة الإلكترونية لمدة بين 01 شهر و 06 أشهر، وهذا من خلال المادة 37 و 38 من قانون 18 - 05، وذلك في حالة مخالفة الحظر المنصوص عليه في المادة 03 و 05 منه، كما قد يجري تعليق الموقع الخاص بالمورد الإلكتروني الذي يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري وذلك طبقاً لنص المادة 42 الفقرة 02 التي تنص على أنه يبقى تعليق هذا الموقع ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته.

2-2-3 تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكتروني:

يترتب تعليق النفاذ إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني بمدة لا تتجاوز 6 أشهر طبقاً لنص المادة 39 من القانون 18 - 05 في حالة مخالفة المورد الإلكتروني التزامه بتقديم إعلان نزيه، وكذا بإعلام المستهلك الإلكتروني بشخصية

حماني إسماعيل

أو نشاطه إلى جانب تقديم كل البيانات والمعلومات عن المنتج المعروض للاستهلاك عبر الانترنت المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من نفس القانون، حيث يتم إنشاء واستغلال منصات الدفع الالكترونية المعتمدة في التجارة الالكترونية في الجزائر بصفة حصرية من طرف البنوك المعتمدة في بنك الجزائر أو بريد الجزائر أو الموصولة بأي نوع من أنواع الدفع الالكتروني للتعامل العمومي للمواصلات السلوكية واللاسلكية طبقا لنص المادة 27 من قانون 18 - 05.

3-2-3 التعليق التحفظي لتسجيل أسماء النطاق للمورد الالكتروني:

يتعرض المورد الالكتروني إلى تعليق تسجيل أسماء النطاق عند عدم القيام بإجراءات التسجيل الضرورية في السجل التجاري بصفة مسبقة لمزاولة نشاطه التجاري عن طريق الاتصالات الالكترونية طبقا لنص المادة 43 من القانون 18 - 05، حيث يتم ذلك من قبل هيئة مؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على قرار من وزارة التجارة، وكون التعليق فوري لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، ويبقى هذا التعليق ساري المفعول ولا يتم رفعه إلا بتسوية المورد الالكتروني لوضعيته من خلال التسجيل في السجل التجاري طبقا لنص المادة 42 من القانون 18 - 05، يمكن أن يتم تعليق تسجيل أسماء النطاق للمورد الالكتروني بشكل تحفظي عند ارتكابه مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية، ولا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق 30 يوما، وتعتبر هاته العقوبة كعقوبة إدارية كون الجهة المكلفة بتطبيقها على المورد الالكتروني هي إدارة والمتمثلة في مركز أسماء النطاقات بالجزائر وتعتبر مصلحة من مصالح مركز البحث العلمي والتقني (Cerist).

ويقصد باسم النطاق الرموز التي تستخدم من قبل كل حاسوب مرتبط بشبكة الانترنت للدلالة عليه وتمييزه عن غيره من الحواسيب الأخرى

وحزاءات مخالفة أحكامه

المرتبطة بذات الشركة، أو هي عبارة عن سلسلة من الكلمات التي يفصل بينها نقاط تتولى تعريف عنوان برتوكول الانترنت ينفرد بها حائزه، عرفه التشريع الجزائري بأنها عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام مقيّسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعريف والولوج إلى الموقع الإلكتروني... ويتم تسجيل اسم النطاق - الجزائر -DZ بنفس طريقة أسماء النطاقات، وذلك عبر الموقع [http:// webidn.nic.dz](http://webidn.nic.dz)، وهذا الامتداد DZ ضروري يسمح للعملاء بالترويج لنشاطهم على الانترنت في الجزائر (لصلح، 2021، ص ص 857، 862).

3-3 غرامة الصلح:

نص قانون التجارة الإلكترونية على إمكانية التسوية الودية للمخالفات المتعلقة بالإشهار الإلكتروني عن طريق غرامة الصلح، حيث نصت المادة 45 على الآتي: " دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، تؤهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات غرامة الصلح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 10)، ومبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، في حالة قبول المورد الإلكتروني لغرامة الصلح، تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10 % (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 10)

4-3 طريقة تبلغ المخالفات:

نصت المادة 47 من نفس القانون عن طريقة تبليغ المخالفة، حيث جاء فيها: " تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الإلكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز سبعة (7) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار بالاستلام، يتضمن هوية المورد الإلكتروني، عنوان بريده الإلكتروني، وتاريخ وسبب المخالفة، ومراجع النصوص

حماني إسماعيل

المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدفع، إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها خلال خمسة وأربعين (45) يوما، يرسل إلى الجهة القضائية المختصة (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، ص 10).

الخلاصة والتوصيات:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة موضوع الإشهار الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05 من حيث شروط ممارسته وجزاءات مخالفة الأحكام المنظمة له، وكخلاصة لهذه الدراسة يمكن القول أن المشرع الجزائري وحرصا منه على مواكبة التطورات التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال في مجال التجارة الإلكترونية قد أعطى أهمية للإشهار الإلكتروني وحفه بمجموعة من الضوابط، حيث قدم المشرع الجزائري من خلال هذا القانون تعريفا للإشهار الإلكتروني، كما وضع له مجموعة من الشروط والضوابط والتي تتمثل في أن يكون محددا بوضوح من حيث المحتوى والمضمون، وهوية الجهة القائمة به، وأن لا يمس بالأداب العامة والنظام العام، وأن لا يكون مضللا أو غامضا، بالإضافة إلى إلزام المعلن الإلكتروني بأخذ موافقة المستهلك الإلكتروني في تلقي رسائل الاستبيان والإشهارات الإلكترونية، كما فرض هذا القانون مجموعة من العقوبات الأصلية والتكميلية كجزاءات تترتب على مخالفة الأحكام المنظمة للإشهار الإلكتروني، لكن رغم كل ذلك هناك بعض جوانب القصور في هذا القانون، منها: أن المشرع الجزائري لم يقدم تعريفا بصورة مباشرة للإشهار الإلكتروني التضييقي أو الكاذب، وكذا عدم تخصيص هيئة أدرية تهتم بمراقبة الإشهارات الإلكترونية، بالإضافة إلى إغفال هذا القانون إمكانية إتمام المعاملات الإلكترونية عبر الخط عن طريق شبكات التواصل الاجتماعية والافتراضية، وهو مجال خصب للغش والخداع وتغليب المستهلك الإلكتروني بالإشهارات الكاذبة والمضللة، الأمر الذي

الإشهار الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05 قراءة في شروط ممارسته

وحزاءات مخالفة أحكامه

يتطلب إطارا قانونيا خاصا بهذه المعاملات، أضف إلى ذلك أن عقوبة الغرامة المالية لا توفر حماية كافية للمستهلك الإلكتروني، كما أنها ليست عقوبة رادعة للمشهر أو المعلن الإلكتروني.

وتأسيسا على ما سبق يمكن طرح بعض التوصيات التي يمكن أن تسد الاختلالات والنقائص التي استوقفتنا في محتوى قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05، وذلك من خلال النقاط التالية:

- ضرورة تقديم تعريف واضح للإشهار الإلكتروني المضلل.
- تخصيص هيئة متخصصة لمراقبة الإشهارات الإلكترونية.
- ضرورة عقد ندوات ودورات تكوينية لرجال القانون حول العملية الاتصالية في ظل البيئة الرقمية، بهدف إعداد الأطر القانونية المنظمة للإشهار الإلكتروني بطريقة مسيرة للمستحدثات التي تشهدها البيئة الرقمية... ولذات الغرض يمكن استعانة رجال القانون بخبراء الاتصال الرقمي والتكنولوجيا الرقمية.
- إعادة النظر في العقوبات المفروضة على المعلن الإلكتروني المخالف للأحكام المنظمة للإشهار الإلكتروني حتى تكون أكثر ردعا للمعلن، حمايةً للمستهلك الإلكتروني، ويكون ذلك من خلال رفع الغرامة المالية المفروضة، مع ضرورة تسليط عقوبات تتعدى الغرامة المالية، كالحبس، والحرمان المؤقت من ممارسة النشاط التجاري.
- ضرورة مراجعة الأطر القانونية المنظمة للإشهار الإلكتروني بشكل دوري، وتحديثها تبعا للمستحدثات الاتصالية المتسارعة التي تفرزها تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- الحرص على توعية المستهلك الإلكتروني بالعواقب السلبية للتعاملات التجارية الإلكترونية، بما يجعله يكتسب ثقافة الكترونية في هذا المجال، خاصة ما يتعلق

حمانى إسماعيل

بالاشهارات الالكترونية التضليلية، وذلك من خلال تنظيم حملات إعلامية
تحسيسية للمواطنين من طرف الهيئات المعنية كوزارة التجارة ومنظمات حماية
المستهلك،...الخ.

وحزاءات مخالفة أحكامه

➤ قائمة المراجع:

■ باللغة العربية:

- أكسوم عيلام رشيدة (2018): المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في القانون، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر.
- بوعزيز فريد (2021): الإشهار الإلكتروني في المعاملات التجارية بين الفعالية والتضليل في القانون الجزائري، مجلة نوميروس الأكاديمية، المجلد 02، العدد 02.
- بونفلة صليح (2006): المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 05، العدد 17.
- دمانة محمد، يوسف نور الدين (2018): الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك، مجلة الفكر، العدد 17.
- واعمر فائزة (2021): الإشهار الإلكتروني، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02.
- حزام فتيحة (2021): خصوصية مسؤولية المورد الإلكتروني في ظل القانون 18 – 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 07، العدد 02.
- كموش مراد (2015): الإشهار الإلكتروني في بيئة الإعلام الجديد، مجلة التراث، المجلد 05، العدد 01.
- لصليح نوال (2021): دور أسماء النطاق في تطوير معاملات التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 22، العدد 02.

حماني إسماعيل

- لعصامي رمزي بدر الدين، وليد كحول (2022): الإشهار الإلكتروني المضلل جانب للجريمة المعلوماتية، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 09، العدد 01.

- صلاح مروى عصام (2015): الإعلام الإلكتروني الأسس والآفاق، دار الإعصار العلمي، عمان.

- صفيح عبد الله، بن جديد فتحي (2021): الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 07، العدد 02.

- قحقح وليد (2020): جرائم الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 09، العدد 02.

- قندوزي خديجة (2000-2001): حماية المستهلك من الاشهارات التجارية- على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، مذكرة قانون الإشهار في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، الجزائر.

- ربيحي تبوب فاطمة الزهراء (2020): حماية المستهلك من الإشهار التجاري المضلل، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 35، العدد 01.

- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (ماي 2018)، العدد 28.

■ باللغة الأجنبية:

- Lionel Bocharberg (2001): internet et commerce électronique, collection DELMAS, 2^{ème} édition, paris.