مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد

Pre-contracting consumer protection mechanisms

غول سليمة [1]*، ميهوب علي [2]

[1] كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة صفاقس (تونس)، ghoul.salimasali@gmail.com

[2] كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المنار (تونس)، mihoub.ali27@gmail.com

تاريخ ارسال المقال: 2020/08/04	تاريخ القبول: 2020/08/21	تاريخ النشر: 2020/12/01

* المؤلف المرسل

الملخص:

نتيجة للتطور الصناعي والتجاري والإقتصادي الذي شهده العالم في شتى المجالات، لم تسلم المنتجات التي يقدمها المنتج للمستهلك من آثار الإنفتاح الاقتصادي الذي أثر على عقيدة وإرادة المستهلك، مما تطلب الأمر على التدخل الضروري للمشرع في فرض وسائل وقائية قبلية تفاديا لإحداث أي ضرر يلحق المستهلك، مما دفع بالتشريعات القانونية إلى ضرورة التقيد بمبدأ الإلتزام بالإعلام حماية للمستهلك من جهة، ومنحه الحق في العدول والرجوع عن رغبته في التعاقد من جهة أخرى، وهذا ما اقره التشريع الجزائري من خلال النصوص القانونية والآليات القائمة على حماية المستهلك سواء في الشق المدني أو الجنائي.

الكلمات المفتاحية: الإلتزام بالإعلام للأسعار، الإلتزام بالإعلام لشروط البيع، المستهلك، المنتج

Abstract

As a result of the industrial, commercial and economic development that the world has witnessed in various fields, the goods provided by the product to the consumer have not been spared the effects of the economic openness that affected the choice and will of the customer, which required the necessary intervention of the legislator in imposing precautions to avoid causing any harm to the client, This pushed the legal legislation to the need to adhere to the principle of commitment to the notification to protect the consumer on the one side, and to give him the right to refrain and return from his desire to contract on the other side, and this is what Algerian legislation approved through legal texts and mechanisms based on consumer protection, whether in the civil or criminal parts.

Keywords: Commitment to informing about prices, commitment to informing the terms of sale, consumer, product.

مقدّمة:

يشهد العالم وبشكل كبير تطورا هائلا ومتسارعا في تكنولوجيا عالم الاتصالات حتى أصبحت وسائل الاتصال الحديثة وعلى رأسها الإنترنت وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها فبعد أن كانت الاتصالات تعتمد على التليفون ثم الفاكس والتلكس ظهر الإنترنت وأصبح الوسيلة المثلى في الاتصال ونقل المعلومات وتقديمها[1]، فظهرت التجارة الإلكترونية وفرضت هذه الأخيرة نفسها لتصبح ثورة جديدة في أنظمة التجارة التي عرفتها الإنسانية، فبواسطة الإنترنت أصبح كل شئ قابلا للشراء ببساطة عن طريق الحاسوب الإلكتروني الكائن في منزل كل واحد منا مادام متصلا بالشبكة وبذلك فتحت الإنترنت أفاقا رحبة لممارسات جديدة للإستهلاك لا حدود لها فتحول التعامل من تعامل كلاسيكي تقليدي إلى تعامل إلكتروني حديث فظهرت ما تعرف بالسوق الإلكترونية والعقد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني[2] فأصبح المستهلك يستطيع طلب حاجاته من سلع وخدمات دون تحمل عبء التنقل ، فأصبح المستهلك يستطيع طلب حاجاته من سلع وخدمات دون تحمل عبء التنقل، كما رتبت نتائج إيجابية للمنتجين والبائعين حيث سمحت لهم بعرض منتجاتهم عبر هذه الوسائط الإلكترونية وما نتج عنه من إقبال سريع في التعامل كما اختلفت وتنوعت هذه الوسائل بحسب طلبات المستهلكين عليها منها ما تعلق

بالتعامل بالسكايب أو عبر صفحات الفايسبوك أو عن طريق مواقع خاصة بالعرض يتم تحميلها، إلا أنه وعلى غرار تنوع هذه التقنيات الحديثة التي فرضت نفسها على المجتمع ومع قلة وعي المستهلك بها وتفاوت المستويات الثقافية لمختلف الفئات العمرية وبما أن المستهلك هو الطرف الضعيف والمستهدف هنا فيمكن أن يقع تحت عمليات تدليسية من شأنها المساس والتأثير على إرادته في التعاقد وما يمكن أن يشوبها من عيوب سواء من طرف الموردين أو المنتجين الذين غايتهم هو تحقيق الربح السريع .هذا ما يؤدي إلى خرق قواعد شفافية ونزاهة الممارسات التجارية لهذا شهدت المنظومة القانونية تعديلات عميقة لتتماشى والتوجه الجديد الذي عرفته بدخول العالم الإلكتروني.

مما استلزم الأمر هنا إلى تدخل الدولة لفرض آليات قانونية الهدف والغاية منها حماية المستهلك حيث ألزم وفرض المشرع على كل متدخل ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بكل المعلومات حول المنتوج وكذلك بإقرار آليات بعدية أي علاجية بعد وقوع الضرر ضمانا له.

مما يدفعنا لطرح الإشكالية التالية : **فيما تتمثل هذه الآليات القانونية التي كرسها المشرع في حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل تعاقده؟، وهل هذه الآليات كفيلة لتوفير الحماية الكاملة للمستهلك؟، وما مدى فعالية الوسائل والآليات القانونية التي أقرها المشرع لإعلام المستهلك الإلكتروني؟.**

ولكي نتطرق إلى هذا الموضوع اعتمدنا على خطة ثنائية كلاسيكية، مبحثين وفي كل مبحث مطلبين تحدثنا في المبحث الأول المبحث الأول آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل وقوع الضرر، تطرقنا في مطلبه الأول إلى مفهوم الإلتزام بالإعلام الإلكتروني أما في المطلب الثاني تناولنا حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد، أما فيما يتعلق بالمبحث الثاني فتطرقنا إلى آليات حماية المستهلك بعد وقوع الضرر (الآليات العلاجية)، تناولنا في مطلبه الأول الحماية المدنية للمستهلك وبالنسبة للمطلب الثاني فتطرقنا إلى الحماية الجزائية للمستهلك، وفي الأخير خلصنا إلى خاتمة تناولنا فيها مجموعة من النتائج والاقتراحات.

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل وقوع الضرر (آليات الوقائية)

الأصل في القواعد العامة التي تقتضيها المعاملات التجارية أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ينفي عنه كل جهالة وهذا وفقا لما أقرته المادة 352 من القانون المدني الجزائري[3]، ولا يصبح هذا العلم كافيا إلا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية ولهذا فرض المشرع إلتزامات على التجار من شأنها حماية حقوق المستهلك من جهة وضمانا لنزاهة وشفافية الممارسات التجارية من جهة أخرى.

حيث ألزم على المتعامل الإقتصادي أن يعلم زبائنه سواء كانوا مستهلكين أو تجار قبل التعاقد بكل ما يتعلق بموضوع السلعة أو الخدمة سواء ما تعلق بالإعلام بالسعر أو بشروط البيع أو خدمات ما بعد البيع تجنبا لوقوعه في أي لبس من شأنه التأثير على سلوكه التعاقدي كما حث على منحه حق في الرجوع عن تعاقده شأنه شأن العقود التقليدية وما يطلق عليه بمصطلح حق العدول وهذا ما سنحاول تفصيل فيه كمايلي:

المطلب الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام الإلكتروني

نظرا للتغيرات التي يشهدها العصر في الوقت الحالي نتيجة للتطورات الإقتصادية والتكنولوجية الحديثة ما يؤثر سلبا ويحدث خلل على إرادة المستهلك نتيجة للمعلومات التي يتحصل عليها سواء قبل التعاقد ما يدفعه لإبرام العقد سواء تعلق الأمر هنا بنوع السلع أو الخدمة أو سعرها فعلى المحترف هنا ضرورة إعلام المستهلك بكافة البيانات والمعلومات اللازمة وهذا ما سنتطرق إليه من خلال تعريف الإلتزام بالإعلام وبيان خصائصه وطبيعته القانونية وبيان مضمونه.

الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالإعلام الإلكتروني

فهو يعد بمثابة وسيلة لتفادي الوقوع في مخاطر الإشهارات والإعلانات وهذا بتقديم معلومات على السلع والخدمات[4]، تناوله المشرع الجزائري في الفصل الخامس من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[5]، تحت عنوان "إلزامية الإعلام للمستهلك" في مواده 17[6] و18[7]، والمرسوم التنفيذي 13- 378[8]، من خلال نص المادة 04[9]، والتي نصت على وجوب إعلام المستهلك وفق عدة طرق متمثلة في الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى مناسبة من أجل وضع المنتوج تحت تصرف المستهلك شرط تقديم كل الخصائص الأساسية الخاصة بالمنتوج طبقا لأحكام المرسوم المذكور.

وتطبيقا للقانون 91-05[10] المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية فإن هاته الإشارات والعلامات والأسعار وجب أن تكون باللغة العربية مع إمكانية إضافة لغة أخرى على سبيل الإضافية فاللغة العربية هي اللغة الوطنية التي يستطيع تداركها عموم المستهلكين وهذا ما أقره كذلك المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 09-65[11]، الذي يحدد الكيفيات الخاصة والمتعلقة بالإعلام حول الأسعار، والتي نصت على إمكانية استعمال لغات أجنبية بالإضافة إلى اللغة العربية وهذا من خلال مضمون المادة 07[12] من المرسوم التنفيذي 09-65.

كذلك نجد أن المشرع قد عالج موضوع المنتوجات المعروضة التي تتم عبر تقنيات التواصل الاجتماعي " عن بعد" وهذا من خلال مضمون المادة 05[13] من المرسوم التنفيذي 13-378 التي أقرت على تطبيق قواعد فيما يخص المنتوجات المعروضة للبيع في مجال تقنيات الاتصال والتي تتمثل في تقديم كل البيانات الإجبارية التي نص عليها المرسوم المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، باستثناء المعلومات المتعلقة بمدة صلاحيات المنتوج المعروض قبل إتمام الشراء والتي تظهر على دعامة البيع عن بعد حيث استلزم إرسالها بأي طريقة مناسبة وواضحة من طرف المتدخل المعني، كما اشترط أيضا تقديم كل البيانات الإجبارية للمنتوج وقت التسليم، إلا أن المشرع في الفقرة الثالثة من نفس المذكورة نجد أنه لم يفرض تطبيق أحكام الفقرة الأولى المتعلقة بتقديم البيانات الإجبارية على المواد الغذائية المقترحة للبيع من طرف الموزعين الآليين أو المحلات التجارية الآلية.

وعرفه الفقه القانوني من خلال الاستناد إلى التعريف الذي تناوله الفقيه "جوقلار" والذي كان مضمونه كالآتي:" مخالفة مبدأ الإلتزام بالإعلام يعد عيبا للرضا ويجب أن يكون إعلام المستهلك في المرحلة ما قبل التعاقد حتى يتمكن المستهلك بمعرفة كل البيانات والمعلومات المتعلقة بالشيء محل الإلتزام فالإعلام قبل التعاقد يطلق عليه تسمية الإشهار ويكون إما بوسائل مرئية كالتلفاز أو السمعية كالإذاعة كما يمكن عن طريق الكتابة في الجزائر

والغاية من كل هذا من أجل تنوير رضا المستهلك عن فكرة المنتوج حتى يتمكن من اختيار الشيء الذي يناسب مع احتياجاته الخاصة"[14].

كما عرفه على أنه:" إلتزام سابق على مرحلة التعاقد ملقى على عاتق أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الأخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لكسب رضاه،بحيث يكون هذا الأخير على دراية بكافة التفصيلات المتعلقة بهذا العقد".

كما عرفه الأستاذ "عمر عبد الباقي" على أنه" الإلتزام بإدلاء المعاصر لتكوين العقد والسابق على إبرامه بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية والمؤثرة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد والتي يجهلها الدائن ويتعذر حصوله عليها عن طريق من غير طريق المدين وذلك بهدف تكوين رضا حر وسيلم لديه حال إقباله على التعاقد"[15].

كما عرفه البعض الآخر على أنه: "كل إلتزام يطلق على عاتق المحترف يكون سابقا للتعاقد ويتعلق الأمر هنا بتنويره بكافة المعلومات اللازمة من أجل إيجاد رضا حر وسليم ويكون المستهلك على علم كافي وبينة وإدراك لخصائصه[16]، وألزم المشرع الجزائري على كل متدخل ضرورة ان أن يعلم المستهلك سواء بوضع وسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى[17]".

فمن خلال التعاريف السابقة نلاحظ أن إلإلتزام بالإعلام أو ما يعرف بالإلتزام بالتبصير يكون في مرحلة سابقة عن التعاقد وهذا لإحاطة المستهلك بكافة البيانات سواء بالمنتجات أو الخدمات المعروضة، بالنسبة للعقود التقليدية أما إذا تعلق الأمر هنا بعقود التجارة الإلكترونية فيجب في هذه الحالة إلزامية الإعلام بقوانين المعلوماتية والحريات كما يمكن نلاحظ حرص بعض العقود من خلال أن يتم إعلام المتعاملين بشأن الأعباء الضريبية وكذلك حقوق جمارك كما أقرته بعض العقود الإلكترونية[18].

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام

يعد الإلتزام قبل التعاقد هو إلتزام وواجب قانوني يقع على عاتق المدين إتجاه الدائن قبل إبرام العقد هذا من خلال تقديمه للبيانات المتعلقة بالشيء محل العقد فالغاية منه تنوير رضا المستهلك بكافة المعلومات والبيانات اللازمة كما تلزم المنتج هنا ضرورة حماية المستهلك لتمكينه من الانتفاع بالسلعة وهو إلتزام سابق لمرحلة العقد يحدد فيه كل الجزاءات في حالة الإخلال بالإلتزامات التعاقدية ويستدعي الأمر هنا حق المستهلك في التعويض في حالة عدم إعلامه.

ولقد اختلفت الآراء حول تحديد الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام فمنهم من يرى أنه إلتزام بتحقيق نتيجة والبعض الأخر يرى أنه إلتزام ببذل عناية.

أولا: الإلتزام بالإعلام هو إلتزام ببذل عناية

يرى جانبا من شراح القانون أن الإلتزام بالإعلام الإلكتروني هو إلتزام ببذل عناية إذا يستعمل المتدخل كل الوسائل المناسبة عند تنفيذ الإلتزام ولا يتحكم في نتيجة النصائح التي يقدمها للمستهلكين كما لا يمكنه إلزامية بإتباعها فعلى المدين بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقدي أن يبذل في سبيل تنفيذ التزامه عناية المهني

المتوسط الحريص الذي يعمل في ذات المهمة التي ينتمي إليها فيكون قد قام بالتزامه حتى ولو لم يستفد المستهلك من هذه البيانات والمعلومات[19].

وبالتالي يعد الإلتزام بالإعلام إلتزام ببذل عناية لا بتحقيق نتيجة .لان مهني ليس مطالبا بأكثر من تقديم المعلومات الكافية لتنوير رضا المستهلك وذالك باستخدام كافة الوسائل التي تجعله إلتزاما ناجعا.

ثانيا: الإلتزام بالإعلام هو إلتزام بتحقيق نتيجة

بينما يرى جانب أخر على أن الإلتزام بالإعلام هو إلتزام يحقق نتيجة خاصة في حال ما تعلق الأمر بالأشياء الخطيرة[20]، فهو إلتزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات للمستهلك ولابد أن تكون المعلومات التي تقدم من طرف المهنيين صادقة و نزيهة مما تحقق الشفافية في الممارسات التجارية و التي نص عليها المشرع الجزائري في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

فحق الإعلام هو حق إلزامي وضروري ولقد نادت به جل التشريعات العالمية فالمستهلك الذي يتمكن من معرفة يكون على إطلاع ودراية بكافة المعلومات هو الذي يستطيع الدفاع عن نفسه وهو إلتزام يقع على عاتق المنتج ويتوجب احترامه[21].

الفرع الثالث: محل الحق في الإعلام الإلكتروني

العقود الإلكترونية شأنها شأن العقود التقليدية حيث لا تختلف هذه الأخيرة إلا من حيث انعدام الحضور المادي للأطراف أو من حيث وسيلة التواصل أما ما تعلق منها بإلزامية التقيد بالمبادئ أو الضوابط التي تستدعيها الأعراف التجارية فلا تخرجان عن هذا الإلتزام وهذا ضمانا لتوفير الحماية والإحاطة الكاملة سواء من حيث هوية كلا من المتعاقدين أو من حيث البيانات التي يستلزم معرفتها بالنسبة للخدمة أو السلعة المتفق عليها.

أولا: تحديد شخصية البائع

بما أن التعامل هنا هو تعامل إلكتروني بين شخصين حاضرين من حيث الزمان مختلفان من حيث المكان حيث لا يجمعهما مجلس عقد حقيقي[22]، لهذا تعتبر مسألة تحديد شخصية التاجر الإلكتروني من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وتحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية فهوية أو إسم المنتج عبر الإنترنت من أهم المعلومات التي ينبغي على التاجر تبصير المستهلك الإلكتروني بها، وهذا حسب ما أقرته المادة (1/19) من قانون تعزيز الثقة في الإقتصاد الفرنسي على أنه: "إذا كان المهني شخصا طبيعيا فيجب أن يبصر المستهلك بإسمه ولقبه إذا كان شخصا معنويا فإنه يجب أن يذكر أن العنوان التجاري له"، لهذا فإن تحديد شخصية المنتج (المهني) يحمل المستهلك على الاطمئنان وربما كان ذلك محل إعتبار في التعاقد عن بعد، فهناك أسماء تجارية لأشخاص وشركات لها سمعة محلية ودولية تجعل من المستهلك يثق في التعامل معها وفي محتوى المعاملات الواردة على موقعها، ولهذا وجب ذكر إسم المنتج (المهني) بالتفصيل وبدقة مع تحديد المقر الاجتماعي أو الشركة ورقم هاتفه وبريده الإلكتروني...إلخ[23].

ثانيا: المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة

بما أن الشخص المستهدف في العلاقة التعاقدية هو المستهلك والمهني بإعتباره الطرف الأقوى حيث أن هذا الأخير يمتلك العلم الكافي بالمواصفات الدقيقة المتعلقة بخدمته أو سلعته، لهذا وجب عليه في هذه الحالة الإلتزام بالإعلام وفقا لما تقتضيه مبادئ الأمانة العقدية وأن يحيط المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بمحل العقد[24]كذلك الأمر بالنسبة لثمن السلعة أو الخدمة المقابلة لكل منتج فالخدمة التي يتم تقديمها للمستهلك يجب أن تقدم وفقا لتقنيات الاتصالات الحديثة ويكون ذلك بطريقة واضحة[25].

وهذا ما أقره كذلك المشرع التونسي من خلال نص المادة 25 من القانون الإلكتروني التونسي حيث اشترط هذا الأخير على البائع في مجال التعاملات الإلكترونية أن يوفر للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة قبل أن يتم إبرام العقد بمجموعة من البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المراد التعاقد الإلكتروني بشأنها[26]، وهو مادفع كذلك بالعديد من الدول إلى النص على ضرورة وإلزامية أن تكون أوصاف السلع والخدمات كافية لعلم المستهلك، كما هو الشأن بالنسبة لقانون الاستهلاك الفرنسي من خلال ما جاءت به نص المادة 111 على أنه يلزم التاجر الإلكتروني الذي يقوم بعرض منتجاته عبر الإنترنت أن يقوم بتحديد الخصائص العامة والضرورية للمنتج أو الخدمة وبالأخص الكيفية والكمية والمدة التي يستغرقها قطع الغيار في السوق والسعر بالعملة الفرنسية أو ما يعادلها بالعملة الأوروبية الموحدة مشمولا الضرائب ورسم التسليم وميعاده [27].

كذلك الأمر بالنسبة لقانون التونسي الخاص بالمبادلات التجارة الإلكترونية حيث اشترط هذا الأخير كذلك وجوب إلتزام البائع في المعاملات التجارية الإلكترونية بأن يقوم بإعلام المستهلك بطريقة مفهومة وواضحة قبل إبرام العقد حول المعلومات الشخصية للبائع وطبيعة وسعر المنتج والضمانات المقدمة وخدمة ما بعد البيع وطرق الدفع وطرق وآجال التنفيذ العقد والوسيلة التي يتم بها طلب المنتجات، كما تضمن هذا القانون كذلك شرط أحقية المستهلك في العدول عن الشراء وطريقة إرجاع المنتج واسترداد المبلغ المدفوع[28]، فالهدف من إحاطة المستهلك بمختلف المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة هو كسب رضا المستهلك وشعوره بالإرتياح فكسب رضا المستهلك هو أحد الأولويات التي توليها المنظمات بأهمية خاصة[29] فالرضا هو أهم رابط بين المستهلك والسلعة فقد يكون المستهلك بمرور الوقت يصبح بمثابة وسيلة إعلانية للسلعة أو الخدمة[30]، في حال ما إذا تم إقتناءه لسلعة معينة ولاقت إعجابه فيمكن أن يؤثر إعجابه بالسلعة على إرادة أشخاص آخرين في إقتناءه من حيث قيامه بعرضها أو بيانه لخصائصها المميزة التي تختلف عن مثيلاتها أما بالنسبة للغة التي يجب أن يتم استعمالها في طريقة الإعلام فلقد اشترط المشرع وفقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 السابق ذكره أن اللغة التي يجب استعمالها هي اللغة العربية وهذا ما أقرته نص المادة 18 سواء تعلق الأمر بتحديد البيانات أو طريقة الاستعمال أو دليل الاستعمال وكذلك الأمر بالنسبة لشروط ضمان المنتوج كما يمكن استعمال لغة أخرى على سبيل الإضافة وأن يكون الإعلام بصفة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.

المطلب الثاني : حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد

على رغم من إقرار المشرع لحق المستهلك في الحصول على مختلف المعلومات سواء المتعلقة بشخص التاجر أو تلك المتعلقة بمميزات السلعة أو الخدمة كما ذكر سابقا إلا أن المستهلك الإلكتروني لا يستطيع الوقوف بشكل صحيح على طبيعة السلعة محل التعاقد لهذا أقر المشرع حق المستهلك في أن يعطى له مهلة للتفكير قبل إقباله على إبرام العقد،فأقر له حق في التراجع وهو يعتبر بمثابة وسيلة قانونية حمائية يمكنه من خلاله مراجعة اختياراته وهو ما يطلق عليه حق العدول ولهذا سنحاول تطرق إليه من خلال معرفة مفهوم حق العدول (الفرع الأول) وكذلك الأمر بالنسبة لآجال ممارسة حق العدول والآثار المترتبة لكل من المستهلك والتاجر(الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم حق العدول

إن تقرير حق المستهلك في العدول عن عقده لم يرتبط بوجود تنظيم إلكتروني وإنما ارتبط وجوده ببداية التشريعات الهادفة إلى حماية المستهلك حيث سمح للمستهلك من التروي وعدم التعجيل في إبرام عقده إلا بعد أن تكون إرادته غير معيبة ولا يختلف العدول في العقود العادية عن العقود الإلكترونية فحق العدول هنا منحه المشرع للمستهلك دون النظر للطرف الأخر وهو البائع أو مقدم الخدمة إلا أنه يبقى هذا الحق ملزم لجانبين فمتى تقرر المستهلك الرجوع فلا يحق للبائع أو مقدم الخدمة رفض ذلك[31].

أولا:تعريف حق العدول

يعرف حق العدول بأنه:" تعبير عن إرادة مخالفة لما وقع الإتفاق عليه يرمي من ورائها أحد الأطراف الرجوع فيما وقع الإتفاق عليه واعتباره كأن لم يكن" كما عرف كذلك بأنه"سلطة أحد المتعاقدين بالإنفراد بنقض العقد والتحلل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الأخر"[32]، ومنهم من عرفه على أنه: "وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الإلتزام الذي ارتبط به مسبقا"[33].

ثانيا: خصائص حق العدول

بما أن العدول هو حق منح للمستهلك في مرحلة سابقة على إبرامه في حالة رغبته في التراجع عن عقده مما جعل هذا الأخير يتميز بجملة من الخصائص أهمها:

– فهو يعتبر بمثابة حق تقريري ومؤقت ومجاني يعلق استعماله على إرادة المستهلك، كما أن مصدره محددا إما بالقانون أو الإتفاق الراجع إلى إرادة الأطراف المتعاقدة بالإضافة إلى أنه يتم تقرير هذا الأخير بإرادة منفردة دون حاجته إلى اللجوء إلى القضاء كما انه يتم دون اشتراط موافقة الطرف الآخر[34]

– حق العدول تحكمه قواعد أمرة بمعنى تنظمه قواعد حماية المستهلك المتعلقة بالنظام العام الإقتصادي ولا يجوز التنازل عنه[35].

– حق العدول هو حق لا يقتصر فقط في مجال السلع والمنتجات عن بعد وإنما في مجال الخدمات كذلك[36].

الفرع الثاني: آجال ممارسة حق العدول والآثار المترتبة عنه

إقرارا من المشرع وحماية منه لحق من الأطراف المتعاقدة وضمانا للتقيد بمبدأ الشفافية في السوق وتجنب منه للقيام بأي تصرف من شأنه المساس بحقوق كل المستهلك الإلكتروني والتاجر من تعاملات الإلكترونية في هذا

العالم الافتراضي فقد رتب هذا الأخير آجال محددة لممارسة هذا الحق كما رتب كذلك أثار ونتج عنه التزامات لكل من الطرفين وهذا ما سنحاول تناوله من خلال مايلي:

أولا: آجال ممارسة حق العدول

إن ممارسة حق العدول سواء بالنسبة للتاجر أو المهني فهو محدد بمهلة معينة أقرتها أغلب تشريعات على رغم من اختلافهم في المدة الممنوحة فالمشرع التونسي حدد الآجال لحق المستهلك من ممارسة حقه في العدول بعشرة أيام وأقر أن هذه الآجال تختلف في حالة ما إذا كان العقد بضاعة أو عقد خدمة ففي حالة ما إذا كانت البضاعة فيتم إحتسابها إبتداء من عشرة أيام عمل بداية من تاريخ تسلمها من طرف المستهلك وفي حالة ما إذا كانت خدمة فتحسب حسب بداية من تاريخ إستلام البضاعة[37].

ثانيا: أثار ممارسة حق العدول

بما أن حق العدول هو حق يرتب زوال العقد وإعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد وتترتب على هذا الحق أثار سواء بالنسبة للتاجر أو بالنسبة للمستهلك.

أ – أثار العدول بالنسبة للتاجر

في حالة إذا ماتم انقضاء المدة المحددة لممارسة المستهلك حقه في العدول ففي هذه الحالة يصبح العقد ملزما لكليهما لارجعة فيه أما في حالة ما إذا استعمل المستهلك ومارس حقه خلال المدة المتفق عليها قانونا ففي هذه الحالة تترتب إلتزامات على ذمة التاجر كإلتزامه برد الثمن[38]،كما يترتب عليه كذلك فسخ عقد القرض الذي يكون قد أبرمه مع المشتري لتمويل شراء البضاعة أو الإستفادة من الخدمة[39].

ب– أثار العدول بالنسبة للمستهلك

بما أن المستهلك ليس له القدرة الكافية على معاينة المنتجات التي يرغب في إقتناءها وليس له العلم كذلك بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد لهذا أعطي له حق الرجوع عن عقده ويترتب على حق الرجوع انقضاء العقد وانتهاء الرابطة العقدية وإعادة الحالة كما كانت قبل التعاقد وفي حالة ما إذا انتهت مدة الرجوع أو العدول ولم يمارس هذا الأخير حقه فيسقط حقه هنا ويبقى العقد ساري المفعول ومنتجا لأثاره القانونية أما في حال ما تم ممارسة هذا الحق فيجب رد الثمن من طرف المهني ويلتزم المستهلك بإرجاع المنتج أو السلعة التي إقتناها[40]، كما وجب أن تكون السلعة بنفس الحالة التي كانت عليها وقت تسلمها فلا يجوز أن يمس هذه الأخيرة تلف أو هلاك وإلا وقعت تبعة الهلاك هنا على المستهلك وهذا على أساس أن تبعة الهلاك ترتبط بالتسليم[41]، أما إذا انقضت مهلة العدول دون أن يتمسك المشتري بحقه في العدول عن العقد فإن صفة اللزوم تلحق بالعقد ويصير باتا ويستقر نهائيا ولا يكون للمشتري ممارسة هذا الحق مرة أخرى[42].

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك بعد وقوع الضرر (الآليات العلاجية)

على غرار ما حث عليه المشرع من خلال إقراره لآليات قبل تعاقد أو قبل تعرض المستهلك للضرر فقد نص على إلزامية وضع آليات بعدية علاجية حماية منه للمستهلك الإلكتروني أمام ما يمكن أن يتعرض له من مناورات كذلك مع غياب كذلك وجود قانون خاص بحماية المعاملات الإلكترونية، لهذا منح المشرع للمستهلك الإلكتروني حماية مدنية بالنظر إلى النصوص التي أقرها القانون المدني أو ما تعلق منها بالقوانين الأخرى المكملة سواء ما تعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش أو ما تعلق منها بقانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كما أقر حماية جزائية وتتجسد هذه الأخيرة في إقرار عقوبات وجزاءات المطبقة لكل من جرائم النصب والخداع والإحتيال التي يكون عرضة لها.

وهذا ما سنحاول التفصيل فيه من خلال التطرق إلى الحماية المدنية والحماية الجزائية المقررة.

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك

العقد هو إتفاق بموجبه يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما في التعاقد وهذا وفقا لما أقرته المادة 59 من القانون المدني الجزائري[43]، على أنه فمتى تبادل الطرفان عن رغبتهما في التعاقد أنشأ العقد والتعاقد الإلكتروني كالتعاقد التقليدي متى تبادل المتعاقدين رغبتهما في التعاقد نشأ العقد ومتى كان العقد الإلكتروني من طائفة العقود التي تتم عن بعد فيختلف الإيجاب الإلكتروني عن الإيجاب التقليدي، فالإيجاب والقبول في العقود التقليدية يقوم على أساس إلتزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي على أن يلتزم المشتري بالوفاء بالثمن إما أن يكون الثمن نقدا أو من خلال الأوراق المالية والشيكات أما الإيجاب الإلكتروني يتم عبر وسائط إلكترونية مما جعلته يتميز بخصوصية تجعله يتميز بجملة من المشكلات النوعية بسبب ما يترتب عن هذا الأخير من آثار فبمجرد النقر على الفأرة بقبول مطابق يعني موافقة القابل على إبرام العقد الإلكتروني[44].

لهذا وحفاظا من المشرع على المستهلك بإعتباره الطرف الضعيف وخصه بحماية خاصة سواء في لهذا وحفاظا من المشرع على المستهلك بإعتباره الطرف الضعيف وخصه بحماية خاصة سواء في قوانين المدنية أو قوانين أخرى، لهذا فقد حث المشرع الجزائري على إلزامية التقيد بالكتابة الإلكترونية وفقا لما أقرته المادة 323 مكرر1 من القانون المدني[45]، بحيث أقرت على أن الإثباتات في الكتابة الالكترونية لا تختلف عن الإثباتات في الكتابة على الورق مع اشتراط التأكد من هوية الشخص الذي قام باصدارها، كما يشترط كذلك أن تكون محفوظة في ظروف تضمن سلامتها وعدم اتلافها على أنه: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".

وعليه يمكن الإعتداد بالكتابة الإلكترونية كالإعتداد بالكتابة على الورق مع شرط التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها،حيث أن الكتابة هنا لا ينظر إليها من حيث ارتباطها بالدعامة أو الوسيط المستخدم في التمويل، بل ينظر إليها بوظيفتها في إعداد الدليل على وجود التصرف القانوني، ومحاولة تحديد مضمونها بما يمكن الأطراف من الرجوع إليها في حالة ما إذا تم نشوب نزاع[46].

كما اعتمد المشرع كذلك إلزامية التوقيع الإلكتروني وهذا وفق ما أقرته المادة 327 من القانون المدني الجزائري على أنه: "يعتبر العقد العرفي صادرا ممن كتبه أو وقعه أو وضع عليه بصمة إصبعه ما لم ينكر صراحة ماهو منسوب إليه أما ورثته أو خلفه فلا يطلب منهم الإنكار ويكفي أن يحلفوا يمينا بأنهم لا يعلمون أن الخط أو الإمضاء أو البصمة هو لمن تلقوا منه هذا الحق".

ويعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر1 من القانون المدني الجزائري أعلاه على أن الكتابة الإلكترونية هنا لها نفس حجية التوقيع الإلكتروني على الورق فالتوقيع في الشكل الكتابي يؤدي إلى مجموعة من الوظائف وهذا بالنظر إلى طبيعة المستند الذي يحمل التوقيع، فالتوقيع يمكن أن يكون دليل على نية الموقع الإقرار بتحرير نص المستند، كما يمكن اعتباره دليل إثبات في حالة ما إذا تم نشوب نزاع مستقبلي بين الأطراف وكذلك أداة للتعبير عن إرادة الشخص في قبوله الإلتزام بمضمون العقد ووسيلة لتوثيق العقد وتأمينه من التعديل كما أنه يميز شخص صاحبه ويحدد هويته كذالك ما تعلق الأمر بالتوقيع الإلكتروني بالإضافة إلى الوظائف نفسها التي يقوم بها التوقيع التقليدي، فهو يتفوق على التوقيع التقليدي وهذا بالنظر إلى أن الإستيثاق من شخصية صاحب التوقيع يتم بشكل روتيني في كل مرة يتم فيها استخدام الرقم السري أو المفتاح الخاص، وبالتالي هنا لا مجال للإنتظار حتى ينشب النزاع للبحث في مدى صحة التوقيع كما هو الشأن في معظم الأحوال بصدد المحررات الموقعة بخط اليد[47]، كما اشترط المشرع إلزامية التصديق الإلكتروني وأقره من القانون 15-04[48]، من خلال المادة 05[49] منه على ضرورة تواجد كل البيانات والمعلومات على التراب الوطني ذات الطابع الشخصي التي تم جمعها من طرف مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، أو الطرف الثالث الموثوق، أو سلطات التصديق الإلكتروني، وكذلك قواعد البيانات التي تحتويها، ولا يمكن نقلها خارج التراب الوطني إلا في الحالات التي ينص عليها التشريع المعمول به.

على أن يلتزم المسؤول بالاحتفاظ بكل وثيقة من شأنها إثبات التوقيع الإلكتروني كما أقرت المادة 15[50] من ذات القانون على إمكانية لجوء الأطراف إلى طرف ثالث موثوق أو من قبل مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك

بما أن التعاقد هو تعاقد إلكتروني و ينعدم فيه التواجد المادي للأطراف وما يمكن أن ينجر عليه من سلبيات ومخاطر يمكن أن يتعرض لها المستهلك فبالإضافة إلى الحماية المدنية التي تم ذكرها سابقا أقر المشرع حماية جزائية للمستهلك الإلكتروني فعلى غرار تعرضه لجرائم التي من شأنها المساس بشفافية الممارسات التجارية وما تقتضيه الأعراف التجارية سواء ما تعلق منها بجرائم عدم إعلام أو ما تعلق منها بجرائم الإشهار التضليلي أو عدم منح المستهلك الحق في التراجع عن عقده في حالة إخلال البائع بإلتزاماته التعاقدية أقر المشرع كذلك حماية جزائية من الجرائم التي يمكن أن تجعله محل تلاعب و غش وإحتيال وخداع أو ما تعلق منها في حال تعرضه للبيانات الشخصية التي يمكن أن تكون محل سرقة وقرصنة .لهذا أقر المشرع عقوبات لكل منها على حدى وهذا ما سنفصل فيه على النحو التالي:

الفرع الأول: العقوبة المقررة لجريمة النصب والاحتيال

أما ما تعلق بقانون العقوبات فحمى المشرع المستهلك من جريمة الخداع والنصب وهذا وفقا لنص المادة 372[51]، حيث أقر عقوبات أصلية يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وبغرامة من 500إلى 20.000 دينار جزائري.

وإذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشر سنوات والغرامة إلى 200.00 دينار.

كما أقر عقوبات تكميلية "جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14[52] أو من بعضها بالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر".

وصور النصب متعددة لا حصر لها أشهرها انتحال إسم أحد المواقع الشهيرة، الترويج لسلعة مقلدة، الترويج لسلعة باستخدام الإعلانات الكاذبة والمظللة وغيرها إلا الصعوبة تكمن في إثبات الوقائع المادية للجريمة بإعتبار أن التعامل في المجال الإلكتروني يحتاج إلى تقنيات علمية خاصة في الإثبات،بالإضافة إلى صعوبة الإسناد المادي أي من خلال تحديد الهوية الحقيقية للمزود لأنه غالبا ما يتم انتحاله لأسماء وهمية وتزداد الصعوبة متى كان خارج الجزائر[53].

الفرع الثاني: العقوبة المقررة لجريمة الخداع

نص المشرع على جريمة الخداع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[54]، من خلال نص المادة 68[55]، التي أقرت على أنه يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات[56]، كل من يخدع أو يحاول ان يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة حول سواء ما تعلق الأمر بكمية المنتوجات المسلمة أو تسليمها غير تلك المعينة مسبقا أو قابلية استعمال المنتوج أو النتائج المنتظرة منه أو طرق الاستعمال أو الإحتياطات اللازمة لاستعماله.

كما أقر كذلك عقوبات أصلية وفقا لما نصت عليه المادة 429 من قانون العقوبات على أنه يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2.000إلى 20.000دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، سواء في نوعها أو مصدرها، سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون وجه حق.

الفرع الثالث: العقوبة المقررة لجريمة الغش

أما في حال ما تعلق الأمر هنا بجريمة الغش فوفقا لما أقرته المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري[57]، وحددت هذه الأخيرة عقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10.000إلى 50.000دج .

كما شدد العقوبة في حال كانت هذه المواد الغذائية نتج عنها أضرار للمستهلك وهذا وفقا لنص المادة 432 من قانون العقوبات[58] التي نصت على انه في حالة ما إذا ألحقت المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها، أو الذي الحقت له مرضا أو عجزا عن العمل، يعاقب مرتكب الغش وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة وهو يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو سامة، بالحبس من خمس (5) سنوات إلى (10) سنوات وبغرامة من 500.00 إلى 1000.000دينار جزائري ويعاقب الجناة بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى عشرين (20) سنة وبغرامة من 1.000.000دج إلى 2.0000.00 دج إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو في فقد استعمال عضو أو عاهة مستديمة، وقد تم تشديد عقوبة الجناة بالسجن المؤبد في حالة ما إذا تسببت المادة في موت الإنسان.

الفرع الرابع: العقوبة المقررة على الاعتداء على نظم المعالجة الآلية للمعطيات

نص المشرع على الجرائم المتمثلة في الاعتداء على نظام المعالجة الآلية في المواد من 394 مكرر إلى غاية المادة 394 مكرر 7 والتي تتضمن ما يلي:

حيث تتجسد العقوبات الأصلية من خلال نص المادة 394 مكرر من قانون العقوبات[59]، على جريمة الدخول أو البقاء غير المشروع بعقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة والغرامة من خمسة ألاف 5.000 دينار جزائري إلى 10.000 دج، ونص المشرع على مضاعفة العقوبة في حالة إذا ترتب عن هذه الجريمة حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة، بالإضافة إلى ذلك نص على عقوبة تتمثل في الحبس 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من 500.00 دج إلى 150.000 دج في حالة ما إذا ترتب عن الأفعال المذكورة سابقا من نفس المادة حدوث تخريب لنظام اشتغال المنظومة.

أما ما تعلق بنص المادة 394 مكرر1 من قانون العقوبات[60]، نصت هذه الأخيرة على عقوبة الحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وغرامة من 500.000دج إلى 2.000.000دج في حالة ما إذا تم إدخال بالغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو إزالة أو تعديل معطيات خاصة بالنظام عن طرق الغش.

أما بالنسبة للمادة 394 مكرر2 من قانون العقوبات[61]، فقد عالجت الجزاء المترتب عن جريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة بالعمد وعن طريق والمتمثلة في أفعال إجرامية تقع على نظام المعطيات والتي نص المشرع عليها بعقوبة الحبس من شهرين (2) إلى (3)سنوات وبغرامة من 1.000.000دج إلى 5.000.000دج .

أما في حال ما تعلق الأمر بالأشخاص المعنويين كذلك نصت المادة 394 مكرر3 من قانون العقوبات[62]، فنلاحظ أن المشرع قد شدد العقوبة في حال استهدفت الجريمة، مراكز الدفاع الوطني أو الهيئات والمؤسسات الخاضعة للقانون العام.

كما أقر المشرع عقوبات تكميلية حسب ماجاءت به المادة 394 مكرر6 من قانون العقوبات[63]، نصت على الاحتفاظ بحقوق الغير حسن النية، يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المعاقب عليها، علاوة على ذلك أقرت على إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بدون علم مالكها.

خاتمة:

نستنتج من خلال ما سبق أن حماية المستهلك في مجالات المعاملات التجارية واقع فرض نفسها لهذا يجب مواكبة التطورات التكنولوجية، فلقد حرص المشرع الجزائري على الحرص على هذه الحماية حماية للمستهلك الإلكتروني من جهة وكذلك من اجل تجنب ما من شأنه المساس بمصالح الأطراف المتعاقدة، لهذا أقر المشرع مبدأ الحماية السابقة على إبرام العقد كإلتزامه بالإعلام هو إلتزام قانوني يعد من أهم الركائز الرئيسية التي أقرها واستلزمها المشرع سواء ا تعلق الأمر هنا بمبدأ الإعلام بالأسعار و تعريفات أو شروط البيع وهدف منه كسب رضا المستهلك وفرض كذلك المشرع اتخاذ آليات قانونية ووسائل وقائية تتلاءم مع الطبيعة الإلكترونية التي استدعت عدم حضور المادي للأطراف المتعاقدة الهدف منها تحقيق الحماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني وهذا من خلال إقراره لحق في العدول وهذا حفاظا على مصالحه من الوقوع في أي ممارسات تدليسية من شأنها أن تؤثر على إرادته على التعاقد وكذلك من خلال إقراره لآليات علاجية بعدية تجسدت من خلال توفير الحماية المدنية وحماية جزائية.

قائمة المراجع:

01- الكتب والمؤلفات:

- أشرف محمد مصطفى أبوحسين، إلتزامات البائع في التعاقد، منشاة المعارف الإسكندرية، لسنة 2009.
- بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد، ديوان المطبوعات الجامعية، لسنة2001.
- خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، سنة 2008.
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية،2007.
- سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- عمار زغبي، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015.
- محمد منصور أبوجليل، إيهاب كمال هيكل، سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، 2012.

02- المقالات والمجلات:

- أدحيمن محمد الطاهر، حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية والإقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يوسف بن خذة، الجزائر، المجلد 57، العدد01، الجزائر، سنة 2020.
- باطلي غنية، الكتابة الإلكترونية كدليل إثبات، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، عدد 30، جوان 2012.

- بخالي عجالي، حق المستهلك الإلكتروني في التراجع عن العقد وأثره على النظرية العامة للعقد في ظل نظريات القانون الإقتصادي ،مجلة الحقوق والحريات ،العدد الرابع ، بسكرة ، الجزائر، أفريل 2017.
- دريسي فتحي كمال، قراءة في النصوص القانونية المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والعددول عن العقد الإلكتروني في التشريعين الجزائري والتونسي، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مخبر السياسات العامة وتحسين الخدمة العمومية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، سنة 2017.
- زهية ربيع، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 10، العدد 02، سبتمبر 2019.
- زوزو هدى، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري،مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017.
- عباید فریحة حفیظة، الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة إبن خلدون، تيارت، الجزائر، المجلد 03، العدد02، لسنة 2018.
- عمار زغبي، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الأخضر، بسكرة، الجزائر، العدد 09، جوان 2018.
- نابي مريم، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي في حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 03، العدد 04، ديسمبر2018.
- نصيرة غزالي، العربي بن مهيدي رزق الله، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، مجلة أفاق علمية، المركز الجامعي تامنغست، الجزائر، المجلد 11، العدد03، لسنة 2019
- يسعد فضيلة، التزام المنتج بإعلام المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك والمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، العدد 48، لسنة 2017.
- يلس أسيا، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد "بين الحاجة وغموض النص" مجلة الإجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،الجزائر،العدد الرابع عشر، أفريل 2017.

03- مذكرات وأطروحات:

- جلول دواجي، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة ماجيستار، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2014-2015.
- عياض محمد عماد الدين، حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية "دراسة على ضوء القانون 04-02" مذكرة لنيل شهادة الماجيستار، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، لسنة 2005-2006.
- مقراني كمال، رمضان زهير، الإلتزام بالإعلام كوسيلة للحماية المستهلك، مذكرة الماستر، القانون الخاص كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، دفعة 2017.

04- قوانين:

- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم.
- الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.
- القانون رقم 82-04 المؤرخ في 13 فيفري 1982، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.
- القانون 91-05 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 16 يناير 1991، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية رقم 03 المؤرخة في 16 يناير1991، لسنة 1991.
- القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.
- القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو لسنة 2005 المعدل والمتمم للأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر لسنة 1975 والمتضمن للقانون المدني.
- القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.
- المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق 07 فبراير 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية رقم 10 المؤرخة في فبراير 2009.
- القانون رقم 09- 03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة رقم 15 المؤرخة في 08 مارس لسنة 2009.
- قانون 04-02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية مؤرخ في 23 يونيو 2004، الجريدة الرسمية رقم 41 في 27 جوان 2004, معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 عشت سنة 2010، "الجريدة الرسمية رقم 46 مؤرخة في 18 أوت 2010".

- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- قانون رقم 15-04 مؤرخ في 01 فيفري سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية رقم 06 المؤرخة في 10 فيفري 2015.

الهوامش:

[1]- خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، در الفكر الجامعي، الإسكندرية، سنة 2008، ص:48.

[2]- عياض محمد عماد الدين، حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية "دراسة على ضوء القانون 04-02" مذكرة لنيل شهادة الماجيستار، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، لسنة 2005-2006، ص:98.

[3]- نصت المادة 352 من القانون المدني الجزائري على ما يلي:" يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا أذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا ثبت غش البائع".

[4]- يسعد فضيلة، التزام المنتج بإعلام المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك والمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، العدد 48، لسنة 2017، ص: 245.

[5]- القانون رقم 09- 03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة رقم 15 المؤرخة في 08 مارس لسنة 2009.

[6]- نصت المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي:" يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم".

[7]- نصت المادة 18 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي:" يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان النتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".

[8]- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك

[9]- نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك على ما يلي:" يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأية وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتوج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتوج طبقا لأحكام هذا المرسوم".

[10]- القانون 91-05 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 16 يناير 1991، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية رقم 03 المؤرخة في 16 يناير1991، لسنة 1991.

[11]- المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق 07 فبراير 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية رقم 10 المؤرخة في فبراير 2009.

[12]- نصت المادة 07 المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق 07 فبراير 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة على ما يلي: "تحرر المعلومات المتعلقة بالأسعار والتعريفات التي ينص عليها هذا المرسوم، طبقا للأحكام التشريعية السارية المفعول باللغة العربية.

ويمكن استعمال لغات أجنبية على سبيل الإضافة".

[13]- نصت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 05 محرم عام 1435 الموافق 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك على ما يلي: "بغض النظر عن أحكام هذا المرسوم تطبق على المنتوجات المعروضة للبيع عن طريق تقنيات الاتصال عن بعد القواعد الأتية:

1) تقدم البيانات الإجبارية المنصوص عليها في هذا المرسوم بإستثناء تلك المتعلقة بمدة صلاحية المنتوجات قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل المعني.

2) تقدم كل البيانات الإجبارية وقت التسليم.

لا تطبق الأحكام المحددة في النقطة 1 أعلاه على المواد الغذائية المقترحة للبيع عن طريق الموزعين الآليين أو في محلات تجارية ألية".

[14]– مقراني كمال، رمضان زهير، الإلتزام بالإعلام كوسيلة للحماية المستهلك، مذكرة الماستر، القانون الخاص كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، دفعة 2017، ص: 21.

[15]– نابي مريم، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي في حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 03، العدد 04، ديسمبر2018، ص: 148.

[16]– مقراني كمال، رمضان زهير، المرجع السابق، ص: 22.

[17]– المادة 17 من قانون 04–02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية مؤرخ في 23 يونيو 2004، الجريدة الرسمية رقم 41 في 27 جوان 2004, معدل ومتمم بالقانون رقم 10–06 مؤرخ في 15 عشت سنة 2010، "الجريدة الرسمية رقم 46 مؤرخة في 18 أوت 2010".

[18]– أشرف محمد مصطفى أبوحسين، إلتزامات البائع في التعاقد، منشاة المعارف الإسكندرية، لسنة 2009، ص: 167.

[19]– يسعد فضيلة، المرجع السابق، ص: 07.

[20]– زهية ربيع، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 10، العدد 02، سبتمبر 2019، ص: 430.

[21]– عمار زغبي، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص: 126–127.

[22]– خالد ممدوح إبراهيم ،التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية ،المرجع السابق، ص: 77.

[23]– عبايد فريحة حفيظة، الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة إبن خلدون، تيارت، الجزائر، المجلد 03، العدد02، لسنة 2018، ص: 429.

[24]– أشرف مصطفى أبو حسين، المرجع السابق، ص: 168.

[25]– المرجع نفسه، ص 169.

[26]– بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد، ديوان المطبوعات الجامعية، لسنة2001، ص: 35.

[27]– خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية،2007، ص: 176.

[28]– خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، المرجع السابق، ص: 181.

[29]– محمد منصور أبوجليل، إيهاب كمال هيكل، سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، 2012، ص: 131.

[30]– محمد منصور أبوجليل، إيهاب كمال هيكل، المرجع السابق، ص: 132.

[31]– جلول دواجي، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة ماجيستار، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2014–2015، ص: 65.

[32]– عمار زغبي، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك ،المرجع السابق، ص: 122.

[33]– سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنيت–دراسة مقارنة–، دار الكتب القانونية، المجلة الكبرى، 2008، ص: 318، أشار إليه: أدحيمن محمد الطاهر، حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية والإقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يوسف بن خذة، الجزائر، المجلد 57، العدد01، الجزائر، سنة 2020، ص 27.

[34]– نصيرة غزالي، العربي بن مهيدي رزق الله، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، مجلة أفاق علمية، المركز الجامعي تامنغاست، الجزائر، المجلد 11، العدد03، لسنة 2019، ص: 302.

[35]– يلس أسيا، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد "بين الحاجة وغموض النص" مجلة الإجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،الجزائر،العدد الرابع عشر، أفريل 2017، ص: 515 .

[36]– نصيرة غزالي، العربي بن مهيدي، المرجع السابق ص: 302.

[37]– دريسي فتحي كمال، قراءة في النصوص القانونية المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والعدول عن العقد الإلكتروني في التشريعين الجزائري والتونسي، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مخبر السياسات العامة وتحسين الخدمة العمومية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، سنة 2017 ص: 60.

[38]– سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص: 344.

[39]- عمار زغبي، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الأخضر، بسكرة، الجزائر، العدد 09، جوان 2018، ص: 127.

[40]– عمار زغبي، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، المرجع السابق، ص: 127.

[41]- سامح عبد الواحد التهامي ،المرجع السابق، ص: 342.

[42]- بخالي عجالي، حق المستهلك الإلكتروني في التراجع عن العقد وأثره على النظرية العامة للعقد في ظل نظريات القانون الإقتصادي ،مجلة الحقوق والحريات ،العدد الرابع ، بسكرة ، الجزائر، أفريل 2017، ص: 354.

[43]– نصت المادة 59 من الأمر 75–58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم على ما يلي:" "يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتيهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية ".

[44]– خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، المرجع السابق، ص: 87.

[45]– نصت المادة 323 مكرر 01 من القانون رقم 05–10 المؤرخ في 20 يونيو لسنة 2005 المعدل والمتمم للأمر 75–58 المؤرخ في 26 سبتمبر لسنة 1975 والمتضمن للقانون المدني على أنه: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".

[46] باطلي غنية، الكتابة الإلكترونية كدليل إثبات، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، عدد 30، جوان 2012، ص: 129.

[47]– خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية المرجع السابق، ص: 406.

[48]– قانون رقم 15–04 مؤرخ في 01 فيفري سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية رقم 06 المؤرخة في 10 فيفري 2015.

[49]– نصت المادة 05 قانون رقم 15–04 مؤرخ في 01 فيفري سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على ما يلي:" يجب أن تتواجد على التراب الوطني كل البيانات والمعلومات ذات الطابع الشخصي التي تم جمعها من طرف مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، أو الطرف الثالث الموثوق، أو سلطات التصديق الإلكتروني، وكذلك قواعد البيانات التي تحتويها، ولا يمكن نقلها خارج التراب الوطني إلا في الحالات التي ينص عليها التشريع المعمول به".

[50]– نصت المادة 15 قانون رقم 15–04 مؤرخ في 01 فيفري سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على ما يلي:" شهادة التصديق الإلكتروني الموصوفة في شهادة التصديق الإلكتروني تتوفر فيها المتطلبات الآتية:

1– أن تمنح من قبل طرف ثالث موثوق أو من قبل مؤدي خدمات تصديق إلكتروني، طبقا لسياسة التصديق الإلكتروني الموافق عليها.

2– أن تمنح للموقع دون سواه

3– يجب ان تتضمن على الخصوص:

أ– إشارة تدل على أنه تم منح هذه الشهادة على اساس أنها شهادة تصديق إلكتروني موصوفة

ب– تحديد هوية الطرف الثالث الموثوق أو مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني المرخص له المصدر لشهادة التصديق الإلكتروني وكذا البلد الذي يقيم فيه

ج– إسم الموقع أو الإسم المستعار الذي يسمح بتحديد هويته

د– إمكانية إدراج صفة خاصة للموقع عند الإقتضاء، وذلك حسب الغرض من استعمال شهادة التصديق الإلكتروني.

هـ– بيانات تتعلق بالتحقق من التوقيع الإلكتروني، وتكوم موافقة لبيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني.

و– الإشارة إلى بداية ونهاية مدة صلاحية شهادة التصديق الإلكتروني

ز– رمز تعريف شهادة التصديق التصديق الإلكتروني

ح– التوقيع الإلكتروني الموصوف لمؤدي خدمات التصديق الإلكتروني أو للطرف الثالث الموثوق الذي يمنح شهادة التصديق الإلكتروني

ط- حدود استعمال شهادة التصديق الإلكتروني عند الاقتضاء

ي- حدود قيمة المعاملات التي قد تستعمل من أجلها شهادة التصديق الإلكتروني، عند الاقتضاء

ك- الإشارة إلى الوثيقة التي تثبت تمثيل شخص طبيعي أو معنوي آخر، عند الاقتضاء".

[51]- أنظر نص المادة 372 من القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري .

[52]- أنظر نص المادة 14 من القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.

وتسري هذه العقوبة من يوم انقضاء العقوبة السالبة للحرية أو الإفراج عن المحكوم عليه".

[53] زوزو هدى، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري،مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017، ص 327.

[54]- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 15 المؤرخ 8 مارس سنة 2009.

[55]- أنظر نص المادة 68 قانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[56]- أنظر نص المادة 429 من القانون القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري .

[57]- نصت المادة 431 من القانون رقم 82-04 المؤرخ في 13 فيفري 1982، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري على ما يلي:"يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10.000 إلى 50.000 دج كل من:

1- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبيعية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبية مخصصة للاستهلاك

2- رض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية، أو طبية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

3- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات، أو تعليمات وهو يعلم أنها مخددة".

[58]- أنظر نص المادة 432 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.

[59]- أنظر نص المادة 394 مكرر من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري .

[60]- نصت المادة 394 مكرر1 من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري على ما يلي:" يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر غلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج، كل من أدخل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو ازال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي يتضمنها.

[61]- أنظر نص المادة 394 مكرر2 من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.

[62]- نصت المادة 394 مكرر3 من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري على ما يلي:" تضاعف العقوبة المنصوص عليها في هذا القسم، إذا استهدفت الجريمة الدفاع الوطني أو الهيئات و المؤسسات الخاضعة للقانون العام دون الإخلال بتطبيق عقوبات أشد".

[63]- أنظر نص المادة 394 مكرر6 من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم للأمر الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري .