الإلتزام بالضمان: آلية حماية بعدية للمستهلك الالكتروني لإخلال المنتج بالالتزام بالإعلام

Warranty Commitment: A mechanism to post Electronic Consumer protection in the event of non-compliance with the notification commitment by the producer

السعدية رافع*، مخبر بحث الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عمار ثليجي – الأغواط–

sa.rafa@lagh-univ.dz

مراد بلكعيبات ، مخبر بحث الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عمار ثليجي – الأغواط –

mo.belkaibat@lagh-univ.dz

تاريخ إرسال المقال:2023/07/28 تاريخ قبول المقال: 2023/10/13 تاريخ نشر المقال: 2023/11/30

الملخص:

مع ظهور العالم الافتراضي أصبح ضرورة حتمية الانتقال إلى التجارة الإلكترونية لمسايرة التطورات التكنولوجية و الاستفادة من مزاياها، كالسرعة في إبرام العقود و عدم الوجود المادي للمتعاقدين للحصول على المنتج أو الخدمة. غير أن عقد البيع الإلكتروني لا يخلو من المخاطر المهددة للمستهلك الإلكتروني سواء المتعلقة بالمبيع أو بالمهني ، إلا أن المشرع كرس له آليات قانونية لحمايته .

و قد ارتأينا في هذه الدراسة أن نتطرق إلى آلية الضمان القانوني التي تمنح للمستهلك التعويض عن الضرر الذي لحقه إما لوجود عيب في المنتوج ، أو لإخلال المُنتج بإحدى التزاماته التعاقدية أو غير التعاقدية في مرحلة إعلام المستهلك إلكترونيا قبل مرحلة إبرام العقد ، و دراسة مدى تحقيق هذه الضمانة للثقة والأمان في السوق الإلكترونية ، وهو ما يحتاجه المستهلك الإلكتروني لتلبية حاجياته الشخصية.

الكلمات المفتاحية: الالتزام بالضمان ، التسوق الإلكتروني ، المستهلك الإلكتروني ، الحق في الإعلام.

Abstract:

With the advent of the Virtual world, It has become imperative to move to E-commerce to keep pace with technological developments and benefit from its advantages, Such as the speed in concluding contracts and the physical absence of the contractors to obtain the product or service , However, the legislator has established legal mechanisms for his protection.

In this study, We decided to address the legal guarantee mechanism that gives the consumer compensation for the damage he has suffered Either because of a defect in the product, or because the producer breached one of his contractual or non-contractual obligations at the

*المؤلف المرسل

electronic consumer stage before the contract conclusion stage, And a study of the extent to which this guarantee achieves trust and safety in the electronic market, which is what the electronic consumer needs to meet his personal needs.

Key words: Warranty Commitment ; E- Shopping ; E- Consumer ; Right to Information.

المقدمة:

شهد العالم ثورة تكنولوجية ساهمت في تأسيس مجموعة من المتغيرات التي أدت بدورها إلى إعادة هيكلة النظام العالمي الجديد. وبالتالي أثرت على اقتصاديات العديد من الدول واستراتيجياتها المستخدمة في التعامل ، فحاولت التحول إلى الاقتصاد المعرفي، الذي يعتمد على تفوق رأس المال الذهني مما أدى إلى تغير أسس المنافسة التي تمكنها من خدمة الأسواق والحصول على أخرى مستهدفة.

ونتيجة للثورة المعلوماتية برز نوع جديد من الوسطاء، يمثله وسطاء المعرفة الالكترونية الذين يعملون على تنظيم السوق الالكترونية لتسهيل عمليات التبادل بين المنتجين والمستهلكين. فالتسويق عبر الانترنيت أسلوب تجاري حديث يبحث في الحاجة التي يشعر بها كل من التجار والمستهلكين على حد سواء لمجموع المزايا التي يوفرها لكليهما.

ويعتمد التسوق الالكتروني على التعامل المرن بين أطرافه المبني على التفاوض الآني ودون تطلب التواجد المكاني، حيث يتم إبرام التعاقد الالكتروني بمجرد توافق القبول والإيجاب الإلكترونيين بعد تفاعل المستهلك مع العرض الإلكتروني الذي يقدمه المنتج في مجموعة التزامات أوجبها عليه المشرع ، غير أنه في حال الإخلال بها فالمستهلك يتكبد أضرارا مادية (جسمانية أو مالية) أو معنوية حاول المشرع حمايته منها بمجموع آليات قانونية منها الضمان ، منه محاولة لحماية بعدية لتنفيذ العقد وما تم الاتفاق عليه في مرحلة إبرامه من خلال حق الإعلام التعاقدي وغير التعاقدي الذي يرتبط بهوية المنتِج و المنتَج على حدّ سواء.

فإلى أي مدى تمكن المشرع من توفير حماية للمستهلك الإلكتروني من خلال آلية الضمان البعدية ، وتحقيق مسؤولية المنتج لإخلاله بالتزام الإعلام الإلكتروني؟.

ولمحاولة الإجابة على هذه الإشكالية قسمنا ورقتنا إلى مبحثين

تعرضنا في **المبحث الأول** لمفهوم الضمان وتطبيقاته في مجال عقود البيع الاستهلاكية، وكذا علاقته بالتزام المنتج في إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بمحل عقد البيع.

أما **المبحث الثاني** فحاولنا تسليط الضوء على الآثار المترتبة على الإخلال بالالتزام بالضمان والمسؤولية المدنية والجزائية المترتبة على المنتج ومن كان في حكمه في هذه الحالة .

المبحث الأول: مفهوم الضمان وعلاقته بالتزام الإعلام في عقود البيع الاستهلاكية الالكترونية

نظرا للتطور الفني للمنتجات وما نتج عن ذلك من حوادث ومخاطر فقد ظهرت فكرة الضمان لتغطي نقص الأمان الذي يرتب أضرارا للمستهلك وتحقيق الحماية لهم وقد تم التوسع في مفهوم الضمان ليشمل مجالات كبيرة تتعلق بالمستهلك سواء كان متعاقدا مع منتج الخدمات ، أو غير ذلك.

المطلب الأول: الالتزام بالضمان وتطبيقاته في مجال حماية المستهلك

عرف مصطلح الضمان قديما في لغة القانون، كون المتعاقد كان دائما ما يبحث عن الوسيلة والآلية التي توفر له الحماية وتعزز ثقته في المتعاقد الآخر انطلاقا من زمن البيع بالمقايضة ، ومايزال حتى اليوم يفعل ذلك ، ولذلك سنعمل على تعريف الضمان وتحديد بعض تطبيقاته المتعلقة بالمستهلك.

الفرع الأول: تعريف الضمان

إن المستهلك في علاقاته التعاقدية و بخاصّة التجارية منها عادة ما يبحث عن الثقة والأمان ، والتي تتعزز أكثر كلما كانت مساحة الضمان التي يوفرها المتعامل معه أكبر، و"يعرف بعض الفقهاء الضمان بأنه التعهد الذي يلتزم به أحد المتعاقدين لتنفيذ التزاماته ، وفي الإخلال بذلك يتم تعويض الضرر الناجم عن عدم التنفيذ" [1] فالضمان التزام تبعي لبقية الالتزامات الأخرى المترتبة عن علاقة تعاقدية لا يتوجب إلا في حال مخالفتها ونقضها .

وقد نص عليه المشرع الجزائري في مجموعة مواد من التشريعات الوطنية ، فنجد نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري: " يكون البائع ملزما بالضمان ..." وفيها أورد كلمة الضمان صريحة.
كما نص عليه بما يدل عليه ضمنيا في مجموعة من النصوص مثل ما كان في المادة 02 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك : " توفر كل منتوج ... أو خدمة...على ...كل ما من شأنه يؤكد خلوه من أي عيب يجعله مؤثرا في استعماله...". وكذا في نص المادة03 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش :" التزام كل متدخل...في حالة ظهور عيب بالمنتوج باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته" وهو تعبير ضمني على إلزامية المتدخل بالضمان في حالة الإخلال بمواصفات المنتوج أو الخدمة محل التعاقد لمدة زمنية محددة .

والضمان في التشريع الجزائري لا يعدو أن يكون إلا في حالة وجود عيب خفي أو عدم مطابقة مواصفات المنتج أو الخدمة لما تم الاتفاق عليه مسبقا في بنود العقد ، لكن الإشكال يثار في حالة وجود عيب ناتج عن تراكمات أو تفاعلات لا يدركها حتى المتدخل نفسه الذي يجهل حدوثها بسبب نقص الخبرة الفنية.

والضمان نوعان إما أن يكون قانونيا وذلك بالتزام البائع بعدم التعرض للمشتري المستهلك سواء كان من شخصه هو أو من الغير، وكذا ضمان كل العيوب الخفية التي تظهر في فترة لاحقة من التسليم للمبيع. كما يمكن أن يكون اتفاقيا وهذا في حالة ما اتفق المتعاقدان على زيادة مجموع بنود توسع أو تضيق من التزامات البائع في مجال الضمان وهذا بنص المادتين 384 و386 من القانون المدني.

الفرع الثاني : تطبيقات أحكام الضمان في حماية المستهلك

إن فكرة الضمان وسيلة حماية للمستهلك في مواجهة البائع المحترف كون القانون دائما ما كان ينظر إلى المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية نظرا لنقص خبرته الفنية لذلك فهو دائما ما

يسعى لتوفير الحماية له من خلال النصوص القانونية ، ويمكننا رصد مجموعة من التطبيقات لأحكام الضمان.

أولا : ضمان العيوب الخفية

إن المستهلك إذا ما تعاقد مع البائع على اقتناء منتج أو خدمة فإنه يدفع ثمنا محددا يكون مقابلا وموازيا في القيمة لما تحصل عليه سواء كان التسليم حاليا أو مؤجلا في حالة التعاقد الالكتروني ، ولذلك فهو ينتظر الحصول على المنتج أو الخدمة بمجموع المواصفات المتعاقد عليها أو حتى المتوقعة، دون تضمينها أي عيب يخل ببنود التعاقد .

والعيب في الفقه والقانون الوضعي [2] " عدم قابلية المبيع للاستعمال المعد له، بحسب طبيعته، أو تبعا لإرادة الطرفين. أو ذلك النقص اللاحق به، بحيث ما كان المشتري ليرضى به، أو ما كان يعطي فيه إلا ثمنا قليلا لو علم بذلك".

فمن خلال التعريف نستشف أن العيب هو النقص الذي يلاحظه المستهلك المشتري في محل العقد سلعة كان أو خدمة وهذا بعد مدة من التسليم والاستعمال ، والذي يمنع الشيء المبيع من تحقيق الغاية المرجوة من شرائه، فالمستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية إذا كان طرفا في إبرام عقد إلكتروني فهو بلا ريب يكون قد تعرف على مجموع مزايا تخص محل العقد ، عرفه بها البائع الإلكتروني في مرحلة المفاوضات و هي ما دفعته إلى إبرام وإتمام عقد البيع . فإذا ما أخل البائع بهذه المزايا وأصبح المنتج أو الخدمة خاليين منها واكتشفها المستهلك بعد مدة من التسليم – ولا يهم أن تكون هذه المدة في فترة التجريب أو بعدها – فإنه يعد عيبا في المنتج أو الخدمة يمنح المستهلك الحق في الضمان القانوني أو الاتفاقي على حد سواء. إلا أنه يجب أن تتوافر شروط في هذا العيب ليتمكن المستهلك من رفع دعوى الرجوع والضمان على البائع وهي:

1- **أن يكون العيب قديما:** ومعناه أن العيب الذي ظهر في المنتوج أو الخدمة بيد المستهلك كان به من قبل أن يتسلمه من البائع ، أي أنه حدث به من فترة إنتاجه أو تصنيعه إلى غاية التسلم، أ و"أن يكون معاصرا لعملية التصنيع ذاتها، إذ يمكن القول إن المنتجات صنعت معيبة، أو مهيأة لأن تكون معيبة حسب طبيعة تركيبها " [3]

2- **أن يكون مؤثرا** : وهو أن يكون العيب فادحا ينقص من قيمة محل العقد بالشيء الكبير أي أنه يبلغ درجة من الجسامة التي تمنع المستهلك من إبرام العقد خاصة وأن المستهلك الإلكتروني لم يتفحص المنتج قبل التعاقد إلا من خلال رؤيته عبر الصفحات الإلكترونية وما يكتبه المنتج أو المزود عنه .

3- **أن يكون العيب خفيا** : والخفاء عكس الظهور والمقصود بهذا الشرط أن لا يكون ظاهرا للمشتري الذي يمكن له أن يراه إذا ما تفحص المنتج أو قرأ بيان خصائصه جيدا بعناية ، ويؤخذ في هذه الحالة قرينة

عناية الرجل العادي، فإذا ما استطاع الرجل العادي اكتشاف العيب تخلف هذا الشرط وسقط ، فللمستهلك حينئذ الرجوع بدعوى الضمان في مواجهة المنتج أو المزود البائع.

4- **عدم علم المشتري بالعيب:** يرى البعض من القانونيين أن هذا الشرط مندمج في شرط الخفاء [4] إلا أن هذا الشرط يختلف عن سابقه كون العلم يعتد به وقت إبرام العقد أي قبل التنفيذ في مرحلة المفاوضات، أما الخفاء فزمنه لاحق لهذا الشرط ولا يمكن اكتشافه إلا بعد مدة، وإثبات العلم يقع على عاتق البائع في حين أن إثبات الخفاء ليقع على المشتري وتخضع للتقدير من القاضي بعناية الرجل العادي .

ثانيا : الالتزام بالمطابقة

نصت الفقرة 03 من المادة 18 من قانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على : "استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية و المتطلبات الصحية و البيئية و السلامة و الأمن الخاصة به" وهو ما يفهم منه المقصود بالمطابقة التي تتمثل في احتواء وتوافر المنتوج لمجموع من المواصفات والمقاييس التي أعدت من طرف الخبراء ليكون آمنا على المستهلك وخطرا في حالة ما تم الإخلال بها ، ونفس الشيء بالنسبة للخدمة، حيث نصت المادة 03 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه" يجب أن تتوفر في المنتوج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية و التنظيمية التي تهمه و تميزه. "

فهذا الالتزام يقع على عاتق المنتج المصنع في مرحلة سابقة للتعاقد وهي مرحلة تصنيع المنتج أو الخدمة ضمانا لأمن وسلامة المستهلك .

وكضمان للمستهلك أقر المشرع هذا الالتزام الذي يمارس من خلال نوعين من الرقابة ذاتية داخلية وأخرى خارجية:

1- **الرقابة الذاتية :** فرضت هذه الرقابة بموجب نص المادة 5 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وكذا نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة ، ومضمون هذه الرقابة أنها تلزم كل من يعد في سلسلة الإنتاج من صانع أو مزود أو موزع أو مستورد من مراقبة مدى تطابق منتجاته لمقاييس التصنيع فقد أوجب المرسوم السابق الذكر " على الأطراف المعنية الأنفة الذكر واجب القيام بإجراء تحليل للجودة ومراقبة المطابقة ، بحيث يعتمد الصانع في القيام بالفحوص الضرورية لذلك على الوسائل المادية الملائمة ، أو على فنيين ...داخل المصنع ،...يلجأ إلى التعاقد مع مراكز مختصة في مراقبة الجودة" [5] هذه الجملة الأخيرة التي تحيلنا إلى رقابة خارجية

2- **الرقابة الخارجية :** وهي إخضاع المنتوج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك على هيئة مختصة خارجية عن فنيي المصنع من أجل مراقبة مدى مطابقتها للمعايير المطلوبة قانونا " تمليها اعتبارات المصلحة العامة

وتباشرها الدولة عن طريق بعض الأجهزة لها" [6] وهي في هذه الحالة إجبارية كما يمكن أن تكون اختيارية إذا ما كانت بناء على طلب المهني المنتج لزيادة تدعيم مكانة ما يصنعه.

لكن الإشكال الذي يثار في هذه المسألة هو الزمن الذي تتم فيه هذه المطابقة، فهل يكون هذا الأخير وقت تصنيع المنتج أم وقت تسليمه للمشتري، خاصة إذا كانت الفترة بينهم طويلة وفي المنتجات التي تحدث بين تراكيبها التفاعلات بأنواعها ؟.

ثالثا : ضمان سلامة المنتوج أو الخدمة

إن المستهلك الإلكتروني إذا أبرم عقدا استهلاكيا فإنه لا يعلم الظروف المحيطة بمكان الإنتاج والتوزيع خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمواد الغذائية أو المواد الصيدلانية ، والتي يمكن أن تسبب له التسمم الغذائي أو الجلدي في حالة تلفها، فهي مواد ذات طبيعة خاصة وحساسة . وهذا ما جعل المشرع يخضعها لقواعد مشددة وخاصة من أجل حماية المستهلك باعتبارها مواد خطيرة سريعة التلف، وفرض على المنتج أن يحقق كل شروط النظافة والوقاية لتوفير الأمن وحماية سلامة المستهلكين.

رابعا: ضمان الصلاحية

إن هذا الالتزام هو التزام تبعي لالتزام الضمان أو الأصح أن نقول هو التزام فرعي ، فالمستهلك من يتعاقد من أجل الحصول على منتج خاصة إذا كان من الأجهزة الإلكترونية أو الكهرومنزلية، فهو يطمع في الحصول على أطول مدة صلاحية للجهاز ، ويسمى هذا الالتزام بخدمة ما بعد البيع وهي "تنصرف إلى الآداءات التي تكون بمقابل ، ولا تدخل في ثمن البيع ، فيتم مثلا إصلاح الشيء المبيع ، أو صيانته بمقابل"[7] ، لكن قد يكون اتفاق مابين طرفي العقد على أن تكون بالمجان لفترة معينة بعد تسليم المنتج ، فيكون في هذه الحالة التزام أحادي من طرف المنتج دون مقابل من المستهلك ، ولا نجد للمشرع الجزائري نصوص قانونية حول هذا الضمان مما يخلق فراغا تشريعيا بالرغم من أن المشرع دائما ما يهدف لحماية المستهلك باعتباره طرفا ضعيفا.

والالتزام بضمان الصلاحية لا يتحقق إلا بتوافر شروط [8]:

- حدوث الخلل في المبيع في فترة الضمان
- ارتباط الخلل بصناعة المنتوج
- أن لا يكون الخلل ناتجا عن سوء الاستخدام

ولابد في هذه النقطة أن نتساءل في عقود البيع الإلكترونية عن التكفل بمصاريف النقل لإصلاح الجهاز إذا كان المنتج لا يملك فرعا قريبا من المستهلك ، ففي غالب الأحيان إذا ما كانت المسافة بعيدة بينهما فإن المستهلك عادة ما يتخلى عن إصلاح الجهاز المبيع كون قيمة تكلفة النقل تساوي قيمة الجهاز أو ما تفوقه ، كما يمكن أن يكون السبب هو عدم التمكن من معرفة موطن المنتج أو المزود بالتحديد إذا ما تم الابتياع من ولاية أخرى أو حتى دولة أخرى .

المطلب الثاني: علاقة الالتزام بالضمان بالالتزام بالإعلام

لقد فرض المشرع جملة من الالتزامات على المنتج حتى يكفل الحماية للمستهلك بوصفه الطرف الضعيف انطلاقا من مرحلة التفاوض وهي مرحلة إعلام المستهلك بهوية السلع والخدمات المبيعة في شكل عروض إلكترونية إلى ما بعد تنفيذ الخدمة والتي تمثل جزءا من التزام الضمان فما هي العلاقة بينهما ؟

الفرع الأول : مفهوم الالتزام بالإعلام

عرف الفقيه الفرنسي **سافتيه** الالتزام بالإعلام بأنه:" التزام عام سابق على التعاقد ، يتحدد محله في قيام المدين بإخطار الطرف الآخر الدائن به بكافة البيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه سواء من ناحية شروطه ، أم أوصاف الشيء محلّه ، أم مدى سعة التعهدات المتبادلة الناشئة عنه، فهو على حد قول الفقه يقصد به بصفة عامة إيجاد رضاء سليم حر واعي لدى الطرف الآخر ولا يتضمن تعهدا خاصا بالقيام بعمل، أو الامتناع عن عمل " [9]

وهو كذلك" تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد، حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسبا على ضوء حاجته ، وهدفه من إبرام العقد". [10]

فالالتزام بالإعلام هو تعرف المستهلك على كل ما يخص المنتوج أو الخدمة التي سيبتاعها، وهذا لحماية إرادته من كل عيب يشوبها في الرضا إذا ما تم اطلاعه على كل ما تعلق بالمبيع وهو الأمر الذي يحثه على التعاقد من عدمه . ولقد كرس المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام بموجب نصوص قانونية منها المادة 352 من القانون المدني الجزائري: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ، أو يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه ".

ولاشك أن العقود الإلكترونية تحتاج إلى إعلام بالمنتوج أو الخدمة بصورة أكبر ، كون المستهلك في هذه الحالة يتعذر عليه معاينة وفحص محل عقد البيع عن قرب ، كما لا يمكنه التأكد من هوية البائع إلا من خلال ما يرسله له من معلومات عبر شبكة الانترنيت ، وهذا ما يحتم على المنتج أن يقوم بالالتزام بالإعلام بشقيه سواء ما تعلق بالمنتِج أو المنتَج.

وفي نفس السياق فإن المشرع الجزائري بصدور التشريع المتعلق بالتجارة الالكترونية لسنة 2018، وإن كان حديثا عمل على توسيع الالتزام بالإعلام كحق للمستهلك الالكتروني في مواجهة المورد في المعاملات الالكترونية، حيث أوجب سبق العقد بعرض تجاري الكتروني من أجل إضفاء الشفافية على كل جوانب العقد لكي يتسنى للمستهلك الدراية الكاملة بها وتطبيق سلطان الإرادة في التعاقد حماية للمستهلك، وهذا بموجب المادتين 10 و 11 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي يشترط فيه :

- تقديم العرض الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة.
- تضمينه للتعريف بالمورّد .

– تعريفه بالسلعة أو الخدمة و خصائصها، و سعرها مع احتساب كل الرسوم.
– كل ما تعلق بالتسليم .
– الضمان وخدمة ما بعد البيع.
– السعر وإجراءات الدفع .
– طريقة فسخ العقد.

وهذه المشتملات تمثل الحد الأدنى للعرض فلابد أن يقوم المورّد بذكرها وحدها كما يمكنه الإضافة عليها.

وعلى هذا الأساس فالمستهلك يمكنه إبداء رغبته في التعاقد أو التخلي عن المنتوج أو الخدمة بناء على ما اشتمله العرض التجاري ، وبهذا يمكنه تجنب مخاطر التعاقد الإلكتروني . فحق المستهلك في الإعلام هو سبيل وآلية وضمانة قانونية تحقق مبدأ التكافؤ في العلم بين طرفي العقد باعتبار أن المورّد ذو خبرة فنية بمحل العقد .

الفرع الثاني: علاقة الالتزام بالضمان بالالتزام بالإعلام

بعد التعديل الأخير لقانون المعاملات التجارية 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نرى أن المشرع أولى عناية خاصة لحق المستهلك في الإعلام، وذلك ضمانا للشفافية التي تحيط بإبرام العقد الالكتروني ، وحتى يبصر المستهلك المتعاقد كل ما يتعلق بالشيء المبيع والمهني معا ، وهذا ضمانا للجانب الجسماني والمالي له.

والمتفق عليه قانونا وفقها أن كل إخلال بالشروط والمواصفات والبنود المتفق عليها في حق المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد تستوجب تعويضا من طرف المنتج فيما يعرف بالضمان والتي من بينها ما قدم في العرض الإلكتروني بالطريقة المرئية أو المسموعة كإعلان تخص المنتج أو الخدمة .

" فالالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالضمان القانوني، ولا يتحدد نطاقه بضمان العيوب الخفية والاستحقاق والتعرض فحسب، بل يمتد ليشمل كافة الالتزامات التي من شأنها تنفيذ العقد تنفيذا صحيحا والذي يعتبر الالتزام بالإعلام واحدا منها " [11]

إن الالتزام بالضمان ينطلق من الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي في المرحلة التي تسبق إبرام العقد أو ما يعرف بمرحلة المفاوضات ، حيث إن كل ما تم التعرف عليه من طرف المستهلك حول المبيع أدى إلى اتجاه تحقيق إرادته لإبرام العقد يدخل ضمن نطاق الضمان، لذلك فهما فكرتان متزامنتان بالرغم من أن طبيعة الأولى عقدية أما الثانية فيمكنها أن تكون غير ذلك. كما أن ضمان العيوب الخفية ينتج من إخلال المتعاقد البائع بحقيقة المبيع الذي أدلى بها للمستهلك في مرحلة الإعلام ، ونفس الشيء للالتزام بالسلامة الذي يعتبره الفقه أساسا للالتزام بالإعلام ، حيث إن المشرع فرض على البائع المهني تنوير المستهلك بكل ما يمكن أن يسببه المنتج أو الخدمة من خطورة على سلامة المستهلك سواء بتركيبته أو كيفية استعماله .

لذلك يجب القول بأن فكرة الضمان وفكرة الالتزام بالإعلام هما فكرتان متلازمتان ومتكاملتان ، يستوجب تحقق إحداهما وجود الأخرى .

المبحث الثاني : الآثار المترتبة عن إخلال المنتج بالالتزام بالضمان ومسؤوليته تجاه المستهلك .

إن موضوع حماية المستهلك لم يعد يقتصر على إيجاد آليات وطرق لحمايته فقط، وإنما تعدّاه إلى وجود نصوص تدعمها وتحقق لها الحماية الجنائية إذا ما تم الإخلال بها ، وهو ما سنتطرق إليه في المطلبين الآتين على التوالي

المطلب الأول : المسؤولية المدنية عن الإخلال بالضمان

إن فكرة الضمان تقوم على تعويض المستهلك عما أصابه من ضرر جراء استخدام المنتجات والخدمات، وقد أعطاه المشرع مجموعة من الحقوق قبل التوجه للقضاء لرفع دعوى الضمان لاستيفاء حقه

الفرع الأول : الحقوق المكفولة للمستهلك في حالة الإخلال بالالتزام بالضمان

أولا: التنفيذ العيني

أعطى المشرع في المعاملات الالكترونية المهني مجموعة خيارات تحقق له التنفيذ العيني للطلبية إذا ما أخطره المستهلك بوجود عيب فيها وهذا بموجب نص المادة 23 من قانون المعاملات التجارية 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وهي :

- تسليم جديد موافق للطلبية
- إصلاح المنتوج المعيب
- استبدال منتوج بآخر مماثل
- إرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بطلب التعويض في أجل لا يتعدى 15 يوما من تاريخ استلامه للمنتوج المبيع

وما يعاب على المشرع الجزائري في هذه النقطة أنه بالرغم من استحداث هذا القانون لسد الشغور فيما يتعلق بالمعاملات الإلكترونية إلا أنه لا يتحدث إلا عن المنتوجات التقليدية، ولا نجد أثرا للمنتوج الرقمي أو الخدمات الإلكترونية التي لا يمكن إرجاعها للمهني في حالة وجودها معيبة مما يسمح للمهني بالتهرب من تنفيذ هذا الالتزام وتبقى حماية المستهلك قاصرة في هذا المجال.

ثانيا: حق العدول

إن المشرع قد كرس إحدى الضمانات للمستهلك بقوة القانون والتي تحميه من المورد باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وهي العدول.

يعرف العدول بأنه " مكنة تشريعية أو اتفاقية تتيح للمستهلك خلال مهلة محددة للرجوع عن العقد دون إبداء المبرر بشرط تحمل نفقات رد المبيع " [12]. فمن خلال التعريف نرى أن العدول وسيلة في يد المستهلك مصدرها إما القانون أو الاتفاق فتمنح له سلطة إتمام العقد أو التخلي عنه دون إلزامه بأي تبرير.

وهو التعريف نفسه الذي ذهب إليه المشرّع الجزائري بموجب نص الفقرة الثانية من المادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك و المعدلة بالمادة 2 من القانون رقم 18-09 والتي تنص أن " **العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب** " .

أما في العقود الإلكترونية فقد خصص المشرع المادتين 22 و23 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 للعدول و الذي تحدث فيهما عن سببين للعدول فقط و هما :عدم احترام أجل التسليم، أو تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو وجود عيب في المنتوج، مما يحيلنا للرجوع إلى حق العدول الخاص بالمعاملات الكلاسيكية وتطبيقه على الإلكترونية. وجعل المشرع الجزائري ممارسة حق العدول بالنسبة للمستهلك مقيدة بمدة زمنية ، بالرغم من أنه أقره وسيلةً لحمايته . والغالب في الأمر أن هذا التقييد جاء من باب عدم تعسف المستهلك في استعمال هذا الحق ومناصفة للمورد في حماية نشاطه التجاري، ولذلك جعل مدة العدول محددة بأربعة (4) أيام من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج ، وذلك حسب نص المادة 22 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، في مقابل استرداده لمبلغ المنتوج ومصاريف إعادة الإرسال في أجل 15 يوما ، والحفاظ على حقه في طلب التعويض إن لزم الأمر .

كما اعتمد المشرّع معيار التسليم الفعلي كبداية سريان الأمر لحماية المستهلك ، حيث يتمكن هذا الأخير من فحص وتجربة المنتوج ومعاينة مدى مطابقته للطلبية. ويحسب الأجل في حالة ما إذا تم العقد ، أما في مرحلة ما قبل التعاقد فللمستهلك ممارسة حقه في العدول متى رغب في ذلك ودون تحمل أي مصاريف . وهي آلية حماية من الطرفين من المستهلك نفسه ومن المورد .

ولا ننسى أن نشير إلى أن المشرع ألزم المستهلك ببيان سبب رفضه للمنتوج حسب نص الفقرة الثانية من المادة 23 قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وهذا ما يجعل المشرع يقع في تناقض بين المادتين 23 قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تلزم القائم بالعدول عن العقد بذكر سبب رفض التسلم ، والمادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المعدلة بالمادة 2 من القانون 18-09 التي تجيز للمستهلك العدول عن تنفيذ العقد دونما ذكر السبب بحسب نص فقرتها الثانية، مع أن كل التعريفات الفقهية والقانونية تخص العدول بعدم ذكر السبب ، حيث أنه حرية خاصة للمستهلك يستعمل إرادته في تقرير الرجوع عن إبرام العقد الاستهلاكي دون ذكر الأسباب المؤدية لذلك . ولعل المشرع في هذه الحالة يهدف إلى حماية المعاملات الاقتصادية وكبت رغبات الطائشين من المستهلكين وتعزيز الثقة بين الموردين والمستهلكين .

الفرع الثاني: دعوى الضمان

أولا : أطراف الدعوى

إن سبب قيام دعوى الضمان هو إخلال المنتج بالتزاماته التعاقدية مع المستهلك أو حتى قبل التعاقدية ، فهي مرتبطة بقانون الإجراءات المدنية والجزائية كسائر الدعاوى في إجراءاتها ، إلا أننا نلمس ثمة اختلافا في أطرافها وهما :

1-المدعي

بالرغم من أن الالتزامات التي يفرضها عقد البيع الالكتروني على المنتج إلا أننا نصنفها التزامات تعاقدية يرفع المضرور وهو المستهلك المتضرر من استعمال المنتج أو الخدمة في حالة الإخلال بها دعوى الضمان على أساس المسؤولية العقدية، إلا أن المشرع وسع من دائرة المستفيد من رفع هذه الدعوى للحصول على تعويض جراء ما أصابه من ضرر ، حيث "إن مدلول المضرور بحسب قواعد مسؤولية المنتج يأخذ مفهوما واسعا فيشمل الضحية المتعاقد على السلعة أو مستعملها من أفراد العائلة أو أقاربه بل ينسحب أيضا على الأغيار المصابين بأضرار فعل المنتوج المعيب " [13]، كما يمكن أن تتأسس حتى جمعيات حماية المستهلك كطرف في هذه الدعوى بحسب نص المادة 23 من القانون 09-03 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. وعلى هذا الأساس فالمشرع وسع من دائرة المستهلك المتضرر حتى إلى الغير الذين تبنوا مسؤولية المنتج في دعواهم على أساس المسؤولية التقصيرية المفضية لأضرار تستوجب تعويض ، وهذا توفيرا للحماية اللازمة لهم باعتبارهم دائما الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية .

2-المدعى عليه

مثلما وسع المشرع من دائرة المتضرر حماية له ، فإنه السبب ذاته قد وسع من دائرة المتسبب في هذا الضرر ضمانا منه لحق المستهلك في التعويض لما أصابه من ضرر مادي أو معنوي وهذا ما نستشفه من خلال تعريفه للمنتج من خلال نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات باعتباره "**كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع ، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك** ".

فالمشرع أعطى الحرية للمستهلك أن يرفع الدعوى على أي أحد من الأشخاص المنضَمين لسلسلة إيصال المنتَج أو الخدمة للمستهلك ، وهذا ضمانا لحقه من الضياع في سبب إمكانية عدم معرفته للبائع .

ثانيا : قيام مسؤولية البائع

إن مسؤولية المنتج ذات طبيعة خاصة وموضوعية كونها لا تقوم على أساس الخطأ المرتكب دائما من طرفه وإنما قد تكون على أساس الضرر الذي يصيب المستهلك، كما يمكنها أن تقوم نتيجة لإخلاله بالالتزامات وهو ما سنتطرق إليه من خلال دراستنا لأركان قيام مسؤوليته.

1-الخطأ : إن إخلال البائع الإلكتروني بأحد الالتزامات التي اتفق مع المشتري عليها هو إخلال بالالتزامات التعاقدية وهو خطأ تقوم عليه المسؤولية العقدية، كما يمكن أن يكون الخطأ غير عقدي فتبنى عليه المسؤولية التقصيرية ، والملاحظ من خلال الدراسة للنصوص التشريعية أن المشرع قد وسع من دائرة الخطأ، حتى " إن مسؤولية البائع في عقد البيع الالكتروني هي مسؤولية دون خطأ بمعنى أنها لا تستند على سلوك انحرافي من قبل البائع ، هذا يعني أن مسؤولية البائع هي قائمة تجاه المشتري بمجرد عدم تنفيذه لالتزامه"[14].

كما أن المستهلك المتضرر قد أعفي من إثبات الخطأ ، لأن مسؤولية المنتج ومَنْهُم في حكمه تقوم على أساس الخطأ المفترض في جانبهم ، مما يجعلهم مجبرين على إثبات نفي الخطأ ." ويرى البعض أن تحميل المنتج المسؤولية عن الأضرار الناجمة عن المنتوج رغم عدم ثبوت خطئه يعد تشديدا للمسؤولية عليه، إلا أنه يشكل حافزا له على العناية بالإنتاج وإلى دفعه لاتخاذ الوسائل الكفيلة للوقاية من أضراره " [15].

2-الضرر: إن دعوى الضمان تحقق للمستهلك التعويض عن الضرر الذي يصيبه جراء إخلال المهني بأحد التزاماته التعاقدية أو غير التعاقدية شرط أن تحدث له ضررا، ولم يحدد المشرع الجزائري نوع الضرر الموجب للتعويض في دعاوى الإنتاج إلا أنه بالرجوع للقواعد العامة للمسؤولية يتعين التعويض في اشتماله لكافة الأضرار الجسدية والأدبية ، وحتى الأضرار التي تصيب الجانب المالي للمستهلك .

فالضرر الجسدي أو ما يعرف بالجسماني هو كل ما يسببه المنتوج المبيع من عجز يصيب أي عضو من جسم الإنسان أو حتى يؤدي بحياة المستهلك ، وهذا نظرا لوجود عيب فيه ، أو لقصور الإعلام حول طريقة استعماله أو احتياطات حفظه، و أما الأضرار الأدبية أو المعنوية فيقصد بها " تلك الأضرار التي تصيب الإنسان في شعوره أو كرامته أو شرفه، أو أي معنى من المعاني التي يحرص عليها الناس" [16]، فالمنتوجات المعيبة أو الخطرة إذا ما سببت ضررا جسديا فلاشك أنه يتبعه الضرر المعنوي مثل أن يصاب الشخص بتشوهات جراء ابتياع مواد تجميلية فاسدة تؤثر على حالته النفسية، كما يمكن أن يكون الضرر المعنوي لوحده كالحالة النفسية التي يسببها فقدان أحد الوالدين بسبب منتوج معيب .

وبالنسبة للضرر المالي فهو استنزاف أموال المستهلك في حالة إبرامه لعقد إلكتروني أو كلاسيكي على حد سواء، حيث يدفع مبلغا ماليا معتبرا ولا يحصل على منتوج أو خدمة يعادلانه في القيمة بسبب العيب الذي يشوبهما.

ثالثا : الإخطار والتعويض في دعوى الضمان

إن دعاوى الضمان لا تقبل إلا إذا سبقها إجراء قبلي وهو الإخطار والمقصود به هو إخبار وإبلاغ البائع بوجود عيب ينقص من قيمة الشيء المبيع متى اكتشفه المستهلك ، وهذا من أجل أن يبين المستهلك للبائع رفضه وعدم موافقته لبنود العقد المتفق عليها ، " ويستوي أن يكون الإخطار بأي شكل ، بشرط أن يصل إلى علم المنتج "[17]

فإذا استجاب المنتج أو من يعد في مقامه مثل البائع في العقود الإلكترونية للطرق الودية قضي الأمر، وإذا لم يستطع لاستحالة الأمر أو عدم الرغبة كان لزاما على المستهلك التوجه للقضاء بعد قيامه بإجراء الإخطار الإجباري أولا للحصول على تعويض بموجب نص المادة 182 من القانون المدني . ويعد التعويض " أهم وسيلة يسعى إليها المتضرر للوصول إلى استيفاء حقه عن طريق إثارة مسؤولية المنتج التي تحققت بتحقق شروطها ، كما أن التأمين على هذه المسؤولية أصبح التزاما قانونيا بنص المادة 168 من الأمر 95-07 والمتعلق بالتأمينات في الجزائر "[18].

ويتحقق التعويض بشروط هي :

- أن يكون التنفيذ العيني للالتزام مستحيلا
- أن يكون التنفيذ العيني ممكنا وفيه إرهاق للمنتج
- أن يكون الطرفان قد اتفقا في العقد صراحة على التعويض بالاتفاق رغم إمكانية التنفيذ العيني .

ويشمل التعويض جميع الأضرار المذكورة سابقا، وإن لم يتمكن المستهلك من عدم تحديد المهني ومن في حكمه فإن القانون الجزائري أوجد آليتين لتعويض المتضرر وهما: الضمان القانوني بتحميل الدولة عبء تعويض الضحايا ، أو عقد التأمين حماية للمستهلك .

المطلب الثاني : المسؤولية الجزائية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالضمان

يترتب عن الإخلال بالالتزام قيام المسؤولية الجزائية إلى جانب المدنية والتي يمارسها المستهلك في مجموع دعاوى نتطرق إليها في هذا المطلب

الفرع الأول: دعاوى التدليس والغش

أولا : مفهوم الغش والتدليس

يعرف الغش على أنه " كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة التي لا تتفق مع التنظيم، وتؤدي بطبيعتها إلى التحريف في التركيب المادي للمنتوج " [19].

أما التدليس فهو " استعمال شخص طرقا احتيالية بقصد إيقاع شخص آخر في غلط يدفعه إلى التعاقد أو هو الالتجاء إلى الحيلة بقصد إيهام المتعاقد بغير الحقيقة والتأثير على رضائه لحمله على التعاقد ".[20]

ولهذا فالتمييز بينهما واضح حيث إن الغش يقع على المنتج بالتحايل على تركيبته أو في طريقة صنعه ، أما التدليس فهو العمل على التأثير على إرادة المتعاقد الثاني بوسائل خداعه. كذلك فإن الغش لا يقع إلاعلى مجموعة من المنتجات المحددة قانونا مثل المواد الطبية والصيدلانية والزراعية والغذائية ، أما التدليس فيقع على كل ما من شأنه أن يكون مبيعا سلعة كان أو خدمة. إلى جانب أن المتضرر المقصود في جريمة الغش ليس بالضرورة أن يكون متعاقدا ، في حين يبقى الشخص المعني بالتدليس هو المتعاقد المتضرر بالفعل.

ثانيا: شروط الغش والتدليس

كما سبق التمييز بين الغش والتدليس انطلاقا من تعريفيهما ، فإن شروطهما تختلف .

1-بالنسبة للغش: أسس المشرع لهذا الفعل المخالف للقانون بموجب المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري والتي نستخلص شروط الغش منها وهي:

- تخصيص السلعة لغرض غذائي أو صحي
- مخالفة التنظيمات القانونية المعمول بها في تركيب هذه السلع والمواد .

2-بالنسبة للتدليس : تتمثل شروطه في

- استعمال طرق احتيالية
- أن يكون التدليس دافعا للتعاقد
- اتصال المتعاقد الأخر بالتدليس أي أن يكون هو المعلن .

ثالثا : الجزاءات المترتبة عن الغش والتدليس

إن جريمتي الغش والتدليس من الجرائم العمدية التي لابد أن يتوافر فيها الركن المعنوي إلى جانب المادي ، وإذا تحققت أركانها تحددت عقوبة جنحة التدليس من شهرين إلى ثلاث سنوات حبس وغرامة من 20000 إلى 100000دج وهذا بنص المادة 429 من قانون العقوبات المعدلة بالقانون 06-23 . أما جريمة الغش فبموجب المادة 431 قانون عقوبات فجزاؤها من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 20000 إلى 100000دج.

وبالعودة لقانون الاستهلاك فالمادة 68 تحيلنا إلى نفس المادتين السابقتي الذكر من قانون العقوبات .

لكن ما يجدر الإشارة إليه أن المشرع الجزائري بالرغم من تشدده لمسؤولية المنتج في حماية المستهلك إلا أنه أجاز له التوجه لغرامة الصلح التي تجنبه العقوبة مما يجعل دعوى التدليس قاصرة في حماية المستهلك.

الفرع الثاني : مسؤولية المنتج في حالة حدوث الضرر الجسدي

إن عقود البيع الإلكترونية تتم بين شخصين غير متوازنين معرفيا حول السلع أو الخدمات المبيعة لذلك أوجب المشرع على الطرف الأقوى في العلاقة التعاقدية أن يعلم الضعيف منها بكل ما يتعلق بها ، لكن الإخلال بهذا الالتزام قد يسبب خطرا وضررا على حياة المستهلك ، هذا الأخير الذي يمكن أن يمس بحياة الشخص أو سلامته الجسدية مما يجعلنا أمام جنح قتل أو جرح . والأكيد أن " المحترف الذي يعرض في السوق منتجا أو خدمة خطيرة ، لا يتوفر له القصد الجنائي في المساس بحياة الغير أو سلامته ...لا يمكن تشبيهه بإرادة الجاني في ارتكاب الجريمة مع علمه بأركانها وانصراف قصده إلى تسبيب ضرر معين " [21].

لذلك فالخطأ المرتكب عند إحداث ضرر الجرح أو القتل نكون أمام جنح غير عمدية أقر لها القانون مجموعة

عقوبات في المادتين 288 و289 يحيلنا إليها نص المادة 29 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

ويعاقب القانون على جنحة القتل الخطأ بموجب نص المادة 288 ق ع ج : " كل من قتل خطأً أو تسبب في ذلك برعونته أو عدم احتياطه أو عدم انتباهه أو إهماله أو عدم مراعاته الأنظمة يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج "

أما الجرح الخطأ فالمادة 289 ق ع ج تنص على : " إذا نتج عن رعونة أو عدم احتياط إصابة أو جرح أو مرض أدى إلى عجز كلي لمدة تتجاوز 3 أشهر يعاقب الجاني بالحبس من شهرين إلى سنتين وبالغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين ".

وبموجب التعديل الأخير لسنة 2020 لقانون العقوبات [22] فقد عدل المشرع عنوان القسم الثالث من الفصل الأول للباب الثاني من الكتاب الثالث من قانون العقوبات ليصبح عنوانه القتل الخطأ والجرح الخطأ وتعريض حياة الغير وسلامته الجسدية للخطر ، حيث أضاف المادة 290 مكرر التي نصت على: يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى 2 سنتين و بغرامة 60.000 دج إلى 200.000 دج كل من يعرض حياة الغير أو سلامته الجسدية مباشرة للخطر بالانتهاك المتعمد والبين لواجب من واجبات الاحتياط أو السلامة التي تفرضها القانون أو التنظيم" ، ويمكن أن تنطوي تحت هذه المادة مسؤولية المنتج أو من هو في حكمه لا سيما البائع الإلكتروني إذا لم يقم بالالتزامات الاحتياطية للمنتوجات والسلع التي تجعلها تسلم للمستهلك دون أي تغيير يطرأ عليها و يسبب ضررا له.

ويمكن إعفاء المنتج من تحمل مسؤوليته لمجموعة من الأسباب وهي :

- انعدام صفة المنتج
- انعدام الطابع المعيب للمنتوج
- خطأ المستهلك
- الضرر نتيجة فعل الغير
- الحادث المفاجئ
- القوة القاهرة
- مخاطر النمو.

الخاتمة:

لا ننكر أن عقود البيع الإلكترونية قدمت الكثير من الرفاهية للمستهلك في قضاء حاجياته، إلا أنها لا تخلو من المخاطر التي تهدد حياة المستهلك أو ماله، وقد تنجم هذه الخطورة إما بسبب العقد الإلكتروني، وإما نتيجة للسلع أو الخدمات المبيعة التي تكون إما مغشوشة أو بها عيب يشوبها ، وإما لكونها غير صالحة

أساسا ، وقد يكون الخطر نتيجة التدليس الذي يقوم به المنتج ومن في حكمه والذي يؤثر على الجانب المالي للمستهلك .

وللتقليل من هذه المخاطر حاولت التشريعات مواكبة التطورات التكنولوجية من جهة وإيجاد طرق وآليات لحماية المستهلك من جهة أخرى ، فألزمت المنتج البائع بضمان كل ما يشوب المبيع من عيوب إلا أنها بقيت قاصرة لعدم توفيرها للحماية الجسمانية للمستهلك .

ولما كانت المسؤولية العقدية لا تكفي وحدها لضمان وتعويض الأضرار التي تمس الأطراف الخارجة عن عقد البيع الإلكتروني كان لزاما عليه التوجه للمسؤولية التقصيرية لتوفير هذه الحماية للغير ، وعمل على منح حقوق أخرى تحقق الأمان للمستهلك الالكتروني كحق العدول وحق استبدال المنتوج ، أو رفع دعوى الضمان بعد إخطار المنتج بالعيب وعدم استجابته لاستيفاء حقه منه. إلا أن هذه الحماية غير متكاملة باعتدادها نصوصا تشريعية متفرقة .

لذلك نوصي بمجموع التوصيات الآتية التي خرجنا بها من هذه الورقة البحثية وهي:

- ضرورة مسايرة المشرع لكل التطورات المصاحبة للتسوق الإلكتروني ، بتشكيل لجنة تشريعية خاصة بالعقود الاستهلاكية ، وتوحيد قوانين حماية المستهلك في قانون نموذجي.
- إنشاء هيئة تعمل على تنظيم السوق الإلكترونية وضبط الإعلانات الإلكترونية المسموعة والمرئية والمقروءة حتى تصبح أدلة إثبات في مواجهة المنتج .
- سن قواعد قانونية خاصة بالضمان الإلكتروني الذي يختلف عن الضمان الكلاسيكي لا سيما في المنتجات الرقمية والخدمات المبيعة والتجارية ، خصوصا و أن قانون المعاملات التجارية المستحدث 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لم ينص عليها .

الهوامش:

1-حساني علي ، ضمان حماية المستهلك ، نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري، ط1، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2016 ص72.

2-محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي،دار الكتاب الحديث، الجزائر،2006 ص 351

3-زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ،2009،ص80

4-محمد بودالي، المرجع السابق ، ص 353.

5-محمد بودالي ،المرجع نفسه ، ص 28،287.

6-زاهية حورية سي يوسف ، المرجع السابق ، ص 174

7-محمد بودالي، المرجع السابق، ص 386.

8-زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق ، طالع 113ص ، 115ص ...ص119

9-نقلا عن: عمر عبد الفتاح السيد عبد اللطيف، التوازن المعرفي في العقود المدنية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2019، ص 39 كمرجع وسيط.

10-سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، مصر، 1990، ص41.

11-حساني علي ، المرجع السابق، ص118

12-حامد منصور حامد صقر، الحماية المدنية من الإعلانات الكاذبة في عقد البيع الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2020،ص 176

13-كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر ، دراسة تحليلية وتطبيقية في ضوء أحكام القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش لعام 2009، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2013، ص148.

14-يمينة حوحو عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري، ط1، دار بلقيس للنشر، الجزائر،2016،ص 285.

15-زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 241

16- حساني علي، المرجع السابق، ص 341

17-زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص108

18-حساني علي ، المرجع السابق ، ص 386.

19-حساني علي، المرجع نفسه ، ص421

20-محمد حسن قاسم ، القانون المدني الالتزامات المصادر 1 العقد ، المجلد الأول ، دار الجامعة ، الإسكندرية، 2017، ص 228.

21-محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص 436

22-قانون 20-06، المعدل والمتمم للأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات، (ج ر، عدد 25)، الصادر في 29 ابريل 2020.