مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ISSN 2602-7321/ EISSN 2773- 2649

السنة: 2022 المجلد: 05 العدد: 01 ص- ص: 13- 32

وسائل الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة)

Means of civil protection for the consumer in electronic commerce (a comparative study)

لينة بوهنتالة*[1]، مخبر البحوث القانونية السياسية والشرعية، جامعة خنشلة، الجزائر، bouhentala.lina@univ-khenchela.dz

الطاهر زواقري[2]، جامعة خنشلة، الجزائر، doyendroit-zouagri@univ-khenchela.dz

غيلاني الطاهر[3]، جامعة باتنة1، الجزائر، ghilanitahar@univ-batna.dz

تاريخ إرسال المقال: 2021/04/30 **تاريخ قبول المقال:** 2022/01/18 **تاريخ نشر المقال:** 2022/06/06

الملخص:

تعد حماية المستهلك الإلكتروني من أهم المشكلات القانونية التي يسعى التشريع لإيجاد حل لها، خاصة وأن التجارة الإلكترونية طريقة حديثة، تتطور مع تطور تقنيات الاتصال، وتتميز بوجود العديد من الخيارات التي تعطيها للمتعاقدين، رغم افتقارهم إلى المعرفة الجيدة بهذه الطريقة في التعاقد، على عكس المحترفين الرقميين، مما جعل من الصعب معالجة مخاطر الاستهلاك في التجارة الإلكترونية.

لأجل ذلك جاءت هذه الورقة البحثية، لمناقشة الوسائل المتعلقة بالحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، بدء من مرحلة المفاوضات، من خلال حماية رضا المستهلك، وإلزام المحترف الإلكتروني بتزويده بكافة المعلومات المتعلقة بالعقد، وكذلك في المرحلة التي تلي التعاقد وتشمل ضمان العيوب الخفية، وحق العدول.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الالكتروني، التجارة الإلكترونية، الحماية المدنية.

Abstract:

Electronic consumer protection is one of the most important legal problems that legislation seeks to find a solution to, especially since electronic commerce is a modern method that develops with the development of communication technologies, and is characterized by the presence of many options that it gives to contractors despite their lack of good knowledge of this way of contracting, unlike digital professionals, This made it difficult to address consumption risks in e-commerce.

* لينة بوهنتالة

For this reason, this research paper came to discuss the means related to civil protection for the electronic consumer, starting from the stage of negotiations by protecting consumer satisfaction, and obligating the electronic professional to provide him with all information related to the contract, as well as in the post-contracting stage, which includes guaranteeing hidden defects and the right to recourse.

Key words: Electronic consumer, e-commerce, civil protection**.**

المقدمة:

طرأ على العالم منذ ما يزيد عن السنة جائحة فيروس كورونا، ما سبب إغلاقا عاما في كامل أنحاء العالم، حيث شهد توقفا شبه كلي للأنشطة التجارية المباشرة بين الزبون والبائع، وفي المقابل انتعشت سوق التجارة الالكترونية، التي أصبحت واقعا يفرض نفسه، في ظل عدم وجود بديل أمام المشتري لاقتناء احتياجاته في اغلب الأوقات خاصة مع فرض الحجر الصحي المنزلي لأسابيع متواصلة، وهو ما جعل الأنظمة الداخلية للدول تراقب هذه المعاملات لمنع الممارسات الاحتيالية على شبكة الانترنيت، ورغم ذلك لا يزال هناك تزايد مستمر في أعداد الشكاوى التي تصدر من المستهلكين الذين يتعرضون لأفعال احتيالية على الإنترنت. وتزداد خطورة هذا الأمر بمعرفة مدى التنوع الكبير في أشكال وصور هذا الاحتيال التي تتغير بشكل طردي مع التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وفضلا عن كون الاهتمام بالمستهلك يعود لكونه الطرف الأضعف، فهو في ذات الوقت يعتبر المستفيد النهائي من التعاملات الإلكترونية، ولم يكن ليتم أي تعامل إلكتروني لولا وجود المستهلكين الذين يستقبلون ويتداولون مختلف السلع محل العقد، وعلى هذا الأساس أصبحت حماية المستهلك بحد ذاتها وسيلة لحماية التجارة الالكترونية، وتحقيقا لهذه الغايات حرص المجتمع الدولي على ضمان حماية المستهلك، وذلك بتضمين القوانين والاتفاقيات نصوصا تؤكد على حماية المستهلك، وإفراده بنصوص حمائية استثنائية لمنع الغش والتضليل، وهو ما ينعكس على ازدهار التجارة الالكترونية.

وبناء على ذلك فإن الإشكالية المراد معالجتها في هذه الورقة البحثية تتمثل في:

فيما تتمثل الآليات القانونية المتاحة للمستهلك الإلكتروني لضمان حقوقه في مواجهة أطراف المعاملة الالكترونية؟

وفي سبيل الإجابة عن هذه الإشكالية، وبغية الإحاطة بجزئيات الموضوع سنقسم خطة الدراسة على النحو التالي:

المبحث الأول: حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الالكترونية

- المطلب الأول: تعريف المستهلك الالكتروني
- المطلب الثاني:مبررات حماية المستهلك الالكتروني

المبحث الثاني : آليات حماية المستهلك الالكتروني

- المطلب الأول: حماية المتعاقد الالكتروني في مرحلة التفاوض الالكتروني
- المطلب الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة ما بعد البيع

المبحث الأول : حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الالكترونية

يمثل المستهلك الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية بينه وبين البائع أو المنتج، اللذان يتمتعان بالسيطرة على الموارد وأدوات الإنتاج، وكذا لقدرتهما على تقرير هامش الربح المقرر للسلع، وممارسة الغش والخداع في السلع المعروضة للمستهلك لذا وجب تقرير حماية خاصة لهذا الأخير، بغرض إقامة توازن بين المتدخلين في هذه العلاقة، ولذلك سنحدد مفهوم المستهلك **(المطلب الأول)**، ثم نبين المبررات التي تستدعي توفير الحماية له **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: تعريف المستهلك الالكتروني

يعتبر تحديد مفهوم المستهلك، وتحديد موقعه ضمن المؤسسة التعاقدية مرتكزا أساسيا لفهم ضرورة وجوب تقرير حماية له، وذلك من خلال تحديد المعنى اللغوي له **(أولا)**، ثم تحديد المعنى التشريعي في فرنسا، ومصر والجزائر **(ثانيا)**، لنختتم ذلك بالتعريف الفقهي له **(ثالثا)**.

أولا/ المعنى اللغوي للمستهلك: الحماية مصدر للفعل حمى بمعنى دفع عن الشيء ومنعه[1]، أما المستهلك فهو اسم الفاعل للفعل استهلك، واصله هلك يقال استهلك المال أي أنفقه وأنفذه، واستهلك الطعام أي أكله ، فحماية المستهلك هي الدفع عنه ومنع الاعتداء عليه[2].

ووجب القول أن حماية المستهلك ليست مصطلحا فقهيا ذو صبغة قانونية، إنما هي مصطلح اجتماعي يقصد به: زيادة حقوق ونفوذ المستهلك مقابل تراجع سلطة البائع، وحق المستهلك في هذا المجال أن يحصل على كل المعلومات المفيدة والصحيحة عن المنتج، والبائع حتى يتمكن من اتخاذ القرار المناسب بشأنها[3].

[1] خليل المجر، لاروس المعجم العربي الحديث، مكتبة لاروس، باريس، 1973، ص463.

[2] المرجع نفسه، ص 1108.

[3] محمد احمد أبو احمد سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ط01، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص12.

ثانيا/ التعريف التشريعي للمستهلك:

01_ تعريف المشرع الفرنسي: بغية توفير الأمان لكل أطراف المعاملة الرقمية قام المشرع الفرنسي بتعريفهم في الأحكام التمهيدية لقانون المستهلك[4]، فعرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في نطاق نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الزراعي"[5].

02 _تعريف المشرع المصري للمستهلك: بالإطلاع على قانون حماية المستهلك المصري نجده قد أورد تعريفا للمستهلك في المادة الأولى منه بأنه: "كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص" [6].

03_تعريف المشرع الأوروبي في التوجيه الأوروبي رقم 13 الصادر بتاريخ 2 أفريل 1993: عرفه في المادة 2 منه بأنه: "كل شخص طبيعي يتصرف قي عقود لغايات لا تندرج في إطار نشاطه المهني"[7].

وتأسيسا على ما قد أوردناه أعلاه يتبين لنا أن معظم التشريعات لم تتطرق لتعريف مصطلح المستهلك الالكتروني، وذلك كون مفهوم المستهلك الالكتروني لا يخرج عن مفهوم المستهلك العادي، إلا من حيث الوسيلة، فالمتضح أنها ذهبت إلى تعريف المستهلك من خلال الهدف الذي يسعى إليه، وليس من خلال الوسيلة التي يستخدمها أثناء التعاقد.

04_تعريف المشرع الجزائري: تدرج المشرع الجزائري في تعريف المستهلك الرقمي، فبينما عرف في القانون المحدد للقواعد المطبقة على المعاملات التجارية، وفي قانون حماية المستهلك لسنة 2009 المستهلك فقط، وذلك لشيوع المعاملات التقليدية، عاد سنة 2018 بمناسبة إصدار قانون التجارة الإلكترونية ليعرف المستهلك الإلكتروني.

حيث جاءت المادة 01/03 من القانون 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على المعاملات التجارية بالتعريف التالي للمستهلك: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"[8]، وفي نفس السياق جاءت المادة الثالثة **من القانون 09-03**

[4] Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, JORF n°0064 du 16 mars 2016.

[5] consommateur : toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole.

[6] عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني ،رسالة ماجستير في القانون الخاص ،جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2009، ص 11.

[7] محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية" دراسة مقارنة"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص70.

[8] القانون 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على المعاملات التجارية، المؤرخ 23 جوان 2004، ج ر عدد 41، المؤرخ 27 جوان 2004.

المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بنصها على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص أخر أو حيوان متكفل به"[9].

أما المستهلك الالكتروني فقد عرفه في المادة 6 من قانون التجارة الالكترونية بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي[10] ، وهو ما يعني أن المشرع عمد لتعريف المستهلك الإلكتروني، وذلك تفاديا لأي نزاع حوله فيما بعد.

ثالثا/ التعريف الفقهي:

يذهب اتجاه من الفقهاء إلى تعريف المستهلك العادي فقط دون حاجة للتفرقة بينه وبين المستهلك الإلكتروني، حيث عرفه بأنه: "ذلك الشخص الذي يبرم عقود مختلفة من شراء وإيجار وغيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية الآنية والمستقبلية دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها"[11]، أما جانب آخر من الفقه فذهب إلى ضرورة التمييز بينهما فعرف المستهلك الالكتروني بأنه: "كل من يبرم عقدا الكترونيا مهما كان نوعه من شراء و إيجار وقرض وانتفاع وغيرها قصد توفير ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها"[12]

المطلب الثاني : مبررات حماية المستهلك الالكتروني

إن حاجة المستهلك للخدمات الرقمية لممارسة حياته **(أولا)**، وضعف معرفته التقنية بأساليب التجارة الإلكترونية **(ثانيا)**، ووجود إعلانات إلكترونية مضللة **(ثالثا)**، كلها مبررات تستوجب توفير الحماية للمستهلك الالكتروني.

[9] القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ 25 فيفري 2009، ج ر عدد 15، المؤرخة 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18_09 المؤرخ 10 جوان 2018، ج ر عدد 35، المؤرخة 13 جوان 2018.

[10] قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية جريدة رسمية رقم 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018.

[11] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، بدون سنة نشر، ص50

[12] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 09.

أولا/ حاجة المستهلك للخدمات والسلع الالكترونية: مع التطور الحاضر في الخدمات الالكترونية والانترنت، أصبح التسوق عبر الانترنت متاحا لشريحة كبيرة من الناس، ومما زاد من حاجتهم لها انتشار فيروس كورونا الذي خلف فرض حجر صحي عالمي، فكانت التجارة الالكترونية الملاذ والبديل الوحيد أمام الناس لاقتناء حاجياتهم، وكذلك الأسعار المعقولة، والجودة في الخدمات التي توفرها زادت من إقبال المستهلكين عليها[13].

ثانيا/ قصور المعارف التقنية للمستهلك بأساليب التجارة الالكترونية: تعتبر شبكة الانترنت نافذة مفتوحة أمام الملايين، مثل صالة عرض لمختلف المنتجات عبر العالم، وقدرة المستهلك على التعامل معها تختلف من مستهلك لآخر، وذلك حسب معرفته وخبرته في المجال، وافتقاره لها قد يسبب له مشاكل عند التعمق في شبكة الانترنت، وقد يوقعه في شباك المحتالين والنصابين وقراصنة الانترنت، فيقع ضحية التعاقد والمواقع الوهمية[14].

ثالثا/ الإعلانات الالكترونية المضللة: إن للإعلان التجاري دور فعال ومؤثر في رضا المستهلك لاقتناء السلع محل هذا الإعلان، إذ يكيف الإعلان بأنه دعوة للتعاقد، يرتكز عليها صناعة قرار المستهلك، ولكن هذه الإعلانات قد تكون مضللة، وتروج لعكس الحقيقة، وهو ما يمكن أن نصطلح عليه بالتدليس، والذي يعد من عيوب الرضا في حال أنه كان الدافع الحقيقي لإبرام المعاملة الرقمية.

ومما يبرر وجوب تمكين المستهلك من الحماية، أن الطرق الاحتيالية ووسائل الغش في إطار معاملات التجارة الإلكترونية متعددة بكثرة لدرجة أنه لا يمكن عدها، كما أنها في حركية دائمة من حيث الوسائل المستعملة في ذلك، ولا يمكن الإلمام بها كلها كونها تتسم بذات الصفات التي تتسم بها التجارة الإلكترونية من كونها متجددة و تخضع للتطور المستمر.[15]

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك الالكتروني

إن المستهلك في إطار المعاملات الالكترونية عرضة لأخطار كثيرة، تتسبب له في أضرار مادية ومعنوية، وصحية لهذا حرصت الدول على ضمان حماية المستهلك، وذلك بتضمين القوانين والاتفاقيات نصوصا تؤكد على حماية حق المستهلك، وإفراده بنصوص حمائية استثنائية لمنع الغش والتضليل، سواء

[13] المرجع نفسه، ص 31.

[14] المرجع نفسه، ص 32.

[15] مها يوسف خصاونة، الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري المضلل وفقا لأحكام القانون المدني الأردني، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية، جامعة الشارقة، المجلد 09، عدد فبراير 2012، السنة2012، ص 166

تعلق الأمر بحمايته في مرحلة المفاوضات **(المطلب الأول)**، أو في المرحلة التي تلي إبرام العقد **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: حماية المتعاقد الالكتروني في مرحلة التفاوض الالكتروني

يقصد بالتفاوض الالكتروني تلك المرحلة قبل التعاقدية والتي تتم عبر وسائل الاتصال عن بعد والتي يتم فيها عمل كافة المساومات والمشاورات والاتفاق المبدئي حول مشروع بنود العقد الذي يحقق رغبات الطرفين[16]، وتقوم حماية المتعاقد في مرحلة التفاوض الالكتروني على العناصر التالية:

أولا/ حماية المستهلك من عيوب الإرادة في عقد التجارة الالكترونية:

رتب المشرع قابلية لإبطال العقود متى تضمنت أحد عيوب الرضا، والتي تعد وسيلة حمائية للمستهلك فمن يبرم عقدا تحت تأثير غلط أو تدليس أو استغلال أو إكراه، فإنما هو ضحية لمركز اقوي في جانب المتعاقد الآخر[17]، وفي سبيل إعادة حالة من التوازن فقد مُنح المستهلك مكنة طلب إبطال العقود المبرمة الكترونيا في حال تحقق إحدى الحالات التالية:

01_ حماية المستهلك الالكتروني من التدليس:

أ_ تعريف التدليس :هو إيقاع احد الأشخاص في الغلط، ليكون عنده الدافع لإبرام التصرفات القانونية[18]، وتختلف الوسيلة المتخذة في القيام بالتدليس، والتي يمثل الإعلان التجاري المروج للمنتج أهمهما.

ب_ الإعلان التجاري كوسيلة للتدليس على المستهلك الالكتروني: الإعلان التجاري هو كل وسيلة هدفها التأثير على الجمهور، لجلب انتباهه إلى سلعة أو خدمة قصد طلبها عن طريق وسائل إعلامية مرئية أو مسموعة، ويكون الإعلان التجاري مضللا حسب التوجيه الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 عندما يتضمن في طريقة تقديمه تضليلا لهؤلاء الذين يُوجه لهم الإعلان عن طريق إغفال إحدى الخصائص الهامة والجوهرية في البضاعة أو الخدمة المعلن عنها[19].

---

[16] ايمن احمد الدلوع، المسؤولية المدنية في مرحلة التفاوض الالكتروني، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2016، ص 17.

[17] ايمن احمد الدلوع، المرجع السابق، ،ص51

[18] **خليل احمد حسن قدادة**، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري: مصادر الالتزام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 52.

[19] سليماني مصطفى بحماوي الشريف، حماية رضا المستهلك الالكتروني، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، جامعة احمد دراية ادرار، المجلد 1، العدد1، جوان 2017، ص33.

ج_حماية المستهلك من التدليس الإعلامي: إن للتدليس الإعلامي أثرا على سلوك ونفسية المستهلك، جراء أساليب الإغراء التي يعتمدها المعلن، فتدفع المستهلك لسلوكيات استهلاكية منها السليم، ومنها المضر، وعليه فان المشرع وضع آليات لحماية المستهلك من التدليس.

وتتفرع إلى **وسائل عامة**، والتي وردت في المادة 86 ق مدني جزائري التي تنص على: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو نائبه من الجسامة بحيث لولاها لما ابرم الطرف الثاني العقد"، **ووسائل خاصة** حيث شدد في المادة 68 من قانون09_03 المتعلق بحماية المستهلك على معاقبة كل من يخدع أو يحاول خداع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت في بعض البيانات الخاصة بالمنتج .

وفي نفس السياق أتاح القضاء الفرنسي للمستهلك الالكتروني طلب إبطال العقد الخاص ببرامج الكمبيوتر، عند وقوعه في تدليس ناجم عن كتمان المزود أو مورد البرنامج معلومات خاصة بالبرنامج كان يمكن أن تتيح للمستهلك اختيار برنامج عن إرادة واعية ومبصرة لو علم بها[20].

02_ حماية رضا المستهلك الالكتروني من الغلط :

أ_ تعريف الغلط : هو وهم يقوم في ذهن المتعاقد يحمله على اعتقاد غير الواقع، والغلط الذي يعيب إرادة المتعاقد، هو الغلط الذي يقع فيه حال تكوين إرادته[21]، ويشترط في الغلط أن يكون جوهريا وان يكون الدافع وراء التعاقد، وان يكون متصلا بالمتعاقد الآخر، عالما به أو كان من السهل عليه تَبَينه.

ب _ أثر الغلط على إرادة المستهلك الالكتروني: إن خصوصية التعاقد الالكتروني، تنعكس على تطبيق القواعد العامة لنظرية الالتزامات على هذا التعاقد،لاسيما فيما يتعلق بعيوب الرضا، مثلا عندما يثور التساؤل حول موضوع الغلط في إبلاغ رسالة الكترونية، أو في الإعلان عبر شبكة الاتصالات الالكترونية، بأن يعرض التاجر أنه يبيع سلعة معينة بمبلغ ألف دينار، ولكن تحرف الرسالة فيظهر في الإعلان مبلغ مئة دينار.

فهذا النوع من الغلط وان كان يبدو مجرد غلط مادي، ولا دور له في تكوين الإرادة، حيث طرأ بعد تكوينها، ولا يؤثر في تكوين العقد الالكتروني، إنما يستلزم تصحيح الخطأ المادي فقط، إلا أنه في الحقيقة هذا الخطأ المادي قد رتب غلطا آخر وهو تحريف في نقل الإرادة، فلا نكون أمام غلط بعد تكوين الإرادة،

[20] سليماني مصطفى، بحماوي الشريف، المرجع السابق ص34

[21] خليل احمد حسن قدادة، مرجع سابق، ص 49.

إنما غلط في نقلها على غير مقصدها ذلك أن المتلقي للإعلان لن يفهم الإرادة الحقيقة للمعلن إنما يفهم ما رآه في الإعلان، وفي هذه الحالة فالعقد لا ينعقد لعدم تطابق الإرادتين[22].

إن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المورد في عقود التجارة الالكترونية، يجعل المطالبة بإبطال العقد بناء على عيب الغلط ممكنا بالنسبة للمستهلك وهو ما نتناوله لاحقا .

03_حماية إرادة المستهلك الالكتروني من الإكراه:

يعرف الإكراه بأنه: "ضغط مادي أو أدبي يقع على الشخص فيولد لديه رهبة أو خوفا يجبره على التعاقد، فيجعل رضا المتعاقد غير سليم حيث يفقده حريته في الاختيار[23]، وقد نصت عليه المادة 88 من القانون المدني الجزائري.

وان كان لا يتصور عيب الإكراه في عقود التجارة الالكترونية أو على الأقل مستبعدا فانه ليس مستحيلا، فإذا توافر الإكراه بأحد عنصريه في عقود التجارة الالكترونية يعرض العقد للبطلان، وإن كان واقعيا يصعب تصور وقوع الإكراه المادي الذي يبطل العقد بطلانا مطلقا، غير أن الإكراه المعنوي ممكن نسبيا بأن يتخذ شكل تهديد لشخص المستهلك بقتله أو فضحه أو تهديد سلامة أحد أفراد أسرته، مما يولد حالة من الرهبة في نفسية المتعاقد.

04_ حماية إرادة المستهلك الالكتروني من الاستغلال والغبن:

نصت المادة 90 من القانون المدني الجزائري على الاستغلال وهو: "أن يستغل شخص طيشا بينا أو هوى جامحا في أخر لكي يبرم تصرفا يؤدي لغبن فادح"، والغبن هو العنصر المادي للاستغلال.

وتطبيقات الاستغلال والغبن في التجارة الالكترونية وارد جدا لأنه غالبا ما يفتقر المستهلك للتجربة والخبرة الكافيين في المجال ما يجعله عرضة للاستغلال من طرف من هم أكثر خبرة منه فيدفعونه للتعاقد عن طريق وسائل احتيالية لا يمكنه التحقق منها، خاصة بعد أن أصبحت شبكة الانترنت متاحة للجميع بإمكان أي كان إبرام عقود رقمية[24].

وتأسيسا على ذلك تجيز قواعد القانون المدني الجزائري للمستهلك الالكتروني إبطال العقد الالكتروني قياسا على حق المستهلك العادي متى اثبت أنه وقع ضحية استغلال أو غبن فادح شرط الالتزام بالآجال المحددة قانونا، وأما المشرع التونسي فقد نص على أنه: "يُعاقب كل من استغل ضعف أو جهل شخص في إطار عمليات البيع الالكتروني، بدفعه للالتزام حاضرا أو آجلا بخطية تتراوح بين ألف وعشرين ألف دينار،

[22] خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق، ص80

[23] **خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص**147.

[24] سليماني مصطفى وبحماوي الشريف، المرجع السابق ص35.

وهذا إن أثبتت ظروف الواقعة أن هذا الشخص غير قادر على التمييز إبعاد تعهداته، أو كشف الحيل والخدع المعتمدة بالالتزام أو إذا اثبت انه كان تحت الضغط[25].

ثانيا/ مبدأ الالتزام بالإعلام الالكتروني.

يرتكز مبدأ الالتزام بالإعلام على مبدأ أن الوقاية خير من العلاج، حيث يهدف إلى تثبيت المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة التعاقدية، وتحصين مركزه من خلال إحاطته بكافة المعلومات المتعلقة بالعقد، ما يجنبه قدر الإمكان الوقوع في الغلط الذي يبدو جليا في العقود الالكترونية، ونظرا لأهمية هذه الوسيلة وجب تعريفها، وتبيان محل الالتزام فيها، وإبراز مبرراتها.

01_ تعريف مبدأ الالتزام بالإعلام الالكتروني

أ/ لغة: يعتبر مصطلحا مركبا فلا بد من تحليله لمكوناته الأولية لفهم مضمونه، وذلك على النحو التالي:

01_ الالتزام: يعرف بأنَّه: "إيجاب الإنسان على نفسه أمرا جائزا شرعا"، كما يعرف أيضا بأنه: "كون الشخص مكلفا شرعا بفعل أو امتناع عن فعل لمصلحة غيره"، والظاهر من خلال هذين التعريفين أن التعريف الثاني هو الراجح كون الالتزام يكون أمام الغير.

02_الإعلام: فيعرف بأنه إشاعة (نشر) المعلومات والحقائق والأخبار بين أفراد المجتمع[26].

وبدمج المصطلحين معا يمكن القول أن المعنى اللغوي للالتزام بالإعلام هو: "التزام شخص تجاه شخص آخر بنشر حقائق ومعلومات تتعلق بمعاملة يود القيام بها، والمعاملة بطبيعة الحال هنا هي الكترونية.

ب_ التعريف الفقهي:

يعرف الالتزام بالإعلام بأنه: "التزام المنتج أو المهني بوضع المستهلك في مأمن من مخاطر المنتج المسلم له سواء أكانت سلعة أو خدمة، وهو ما يتطلب أن يبين المنتج أو المهني للمستهلك كل المخاطر التي تكون مرتبطة بالملكية العادية للشيء المسلم له[27]، ويعرف كذلك بأنه: "التزام قانوني عام ومسبق للتعاقد، يلتزم فيه المدين سواء كان احد أطراف العقد أو كلاهما بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا

[25] امانج رحيم احمد، التراضي في عقود التجارة الالكترونية، ط 01، دار وائل للنشر،عمان، 2006، ص 242.

[26] المعجم الوسيط، ج2، ط3، دار المعارف، ص708

[27] السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية،1986،ص802، نقلا عن: نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص134.

وصادقا، بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضاءه بالعقد[28]".

أما الالتزام بالإعلام الالكتروني فهو: التزام سابق للتعاقد، يتعلق بتعهد احد المتعاقدين بأن يوفر للمتعاقد الآخر عند إنشاء العقد البيانات اللازمة لاكتمال الرضا السديد، لعلة وجود اعتبارات متعلقة بطبيعة العقد الالكتروني، والتي تجعل من المستحيل على المتعاقد الآخر معرفة البيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل العقد[29].

02_ محل الالتزام بالتعاقد الالكتروني: تكتسب البيانات والمعلومات في إطار العقد الالكتروني أهمية خاصة، ذلك أن أطراف العقد متباعدون مكانيا، ووسيلة التواصل فيما بينهم هي شبكة الانترنت، ويتم التعاقد عادة عبر الشبكة بوسائل متعددة منها المراسلة عن طريق البريد الالكتروني **(email)** أو المحادثة **(chat)** بصورها المتعددة بالكتابة أو بالصوت والصورة بحسب ما هو متوافر من وسائط الكترونية.

والالتزام بالإعلام يشمل مجموعة من البيانات والمعلومات التي تفيد المستهلك الالكتروني، والتي تؤثر على ركن الرضا لديه، وعملية صنع القرار بإبرام العقد من عدمه، وقد جاءت هذه البيانات في التشريعات المقارنة وكذا في قانون التجارة الالكترونية الجزائري على الخصوص في المادة 11 وهي كالتالي :

أ_ الالتزام بالتعريف بهوية البائع:

أوجب المشرع الجزائري أن يقدّم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، إذ يجب أن يتضمن على الأقل (أي ليس حصرا) المعلومات المتعلقة برقم التعريف الجبائي، ورقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، والعناوين المادية والالكترونية، ورقم الهاتف، وكلها معلومات تفيد المستهلك في الوصول إلى هوية البائع عند الحاجة.

ب_ البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة: ويشمل ذلك طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات مع احتساب الرسوم، و كيفيات الدفع شرط الفسخ عند الاقتضاء فضلا عن تكاليف النقل، وكل إخلال من طرف البائع بالإدلاء بهته المعلومات يعرضه للجزاءات المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

[28] جهاد محمود عبد المبدي، التراضي في تكوين عقود التجارة الالكترونية، ط01، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2017، ص 61

[29] سلام عبد الزهرة الفتلاوي وآخرين ، وسائل حماية المستهلك في التجارة الالكترونية في الفقه الإسلامي والقانون، مجلة مركز دراسات الكوفة، العراق، العدد 44، 2017، ص 30.

وهو ما نجده في التشريعات المقارنة، إذ نجد أن المشرع التونسي نص صراحة على واجب الإعلان عن هوية البائع وفقا للفصل 25 من قانون المبادلات والتجارة الالكترونية[30]، والتي تنص على: "يجب على البائع في المعاملات التجارية الالكترونية أن يوفر للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة، قبل إبرام العقد المعلومات التالية:

_ هوية وعنوان وهاتف البائع أو مسدي الخدمات.

_ وصفا كاملا لمختلف مراحل انجاز المعاملة.

_ طبيعة وخاصية وسعر المنتج.

_ كلفة تسليم المنتج، إمكانية العدول عن الشراء وأجله.

_ شروط فسخ العقد..."، وغيرها من المعلومات والتي استوجب المشرع التونسي أن تتوفر بشكل الكتروني، بحيث توضع على ذمة المستهلك لتمكينه من الإطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة.

وهي المعلومات الواجب توافرها حسب المادة 51 من قانون المعاملات والتجارة الالكترونية القطري[31]، أما المشرع المصري فقد حظر صراحة بموجب المادة 02 من قانون حماية المستهلك لسنة 2018 "أي اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بالحقوق الأساسية للمستهلك لاسيما الحق في الحصول على جميع المعلومات والبيانات الصحيحة عن الخدمات أو المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه"[32].

03_ مبرراته: إن السبب وراء إقرار مبدأ الالتزام بالإعلام الالكتروني هو حماية المتعاقد الالكتروني كونه الطرف الأضعف في المعاملة التجارية الالكترونية، فهذا المبدأ يكفل للمستهلك تعيين محل العقد تعيينا كافيا[33]، إذ أن القواعد العامة في القانون تحمي المستهلك في حالة عدم تعيين المحل تعيينا كافيا أو عند وضع البائع المحترف شروطا تؤدي إلى تجهيل السلعة أو الخدمة، فإذا ثبت ذلك، فإن العقد باطل حسب القواعد العامة، لان هذا الأمر تضليل و تجهيل في السلعة أو الخدمة سهل في العقود الالكترونية لذا سن القانون الفرنسي الالتزام بالإعلام قبل التعاقد و ألقى هذا الواجب على المحترف، الذي يتعَّين عليه الإفضاء

[30] قانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 09 أوت 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الالكترونية، جريدة الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد 64، المؤرخ 11 أوت 2011.

[31] مرسوم بقانون رقم 16 لسنة 2010، المؤرخ 19 أوت 2010، الجريدة الرسمية القطرية عدد 09، المؤرخ 28 سبتمبر 2010، متاحة على الرابط: https://www.almeezan.qa/LawView.aspx?opt&LawID=2678&language=ar

[32] قانون رقم 181 لسنة 2018، المؤرخ 13 سبتمبر 2018، الجريدة الرسمية لجمهورية مصر العربية، عدد 37 (تابع)، المؤرخ 13 سبتمبر 2018.

[33] تنص المادة 352 من القانون المدني الجزائري على: يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا أشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

للمستهلك بالمعلومات كافة المتوفرة لديه عن السلعة أو الخدمة، وفي هذا السياق تنص المادة 1/1112 من قانون العقود الفرنسي على: "يجب على من يعرف من الأطراف معلومة لها أهميتها الحاسمة بالنسبة لرضاء الطرف الآخر أن يعلمه بها .."[34]

وذهب البعض إلى انه يشترط لفرض هذا الالتزام على المهني أو المدين أن يكون عالما بكافة البيانات المطالب بالإعلان عنها، ويذهبون إلى أن هذا الالتزام غير منطقي كونه لا يمكن أن يكون عالما بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج، إضافة إلى أن القاعدة العامة تلقي عبء إثبات معرفة المدين بالمعلومات على الدائن، وفي حالة العقد الالكتروني فانه غالبا ما يعجز المستهلك عن إثبات ذلك، مما دفع بمحكمة النقض الفرنسية أن تفترض أن البائع المحترف يقع عليه التزام آخر، وهو البحث والتحري عن المعلومات المؤثرة في إرادة المتعاقد الآخر، والتي تساهم في تكوين رضاه، وعليه فان القضاء الفرنسي كون قرينة العلم على كل متعاقد محترف جاعلا إياها تصب في مصلحة المستهلك.[35]

ونظرا لأهميته فقد قرر المشرع **جزاء** عند تخلفه، إذ يترتب عن تخلف البائع عن أداءه لهذا الالتزام قيام مسئوليته المدنية التقصيرية الموجبة للتعويض، والتي تنعقد بمجرد انعقاد صورة من صور الخطأ سواء كان ايجابيا كأن يقوم البائع بالإدلاء بمعلومات خاطئة ومغلوطة للمستهلك، أو بطريق سلبي كأن يمتنع عن الإدلاء بمعلومات وبيانات مهمة لانعقاد العقد الالكتروني، وإن كان فرض الالتزام بالإعلام قانونا سهل مهمة إثبات الخطأ، فان إثبات الضرر أكثر صعوبة، فضلا عن ذلك يقع على عاتق المستهلك إثبات العلاقة السبب بين اضرر والخطأ.

كما قرر المشرع الفرنسي البطلان النسبي في حالة إخفاء أحد المتعاقدين عمدا المعلومة يعرف صفتها الحاسمة بالنسبة للطرف الآخر، لأنه كيف ذلك على أساس التدليس المعيب للرضا[36].

المطلب الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة ما بعد البيع

إن حماية المستهلك الإلكتروني لا تقتصر فقط على مرحلة المفاوضات بل تتعداها للمرحلة التي تلي إبرام العقد من خلال ضمان العيوب الخفية **(أولا)**، وتمكينه من حق العدول في حال لم يجد المنتج بالمواصفات المتفق عليها **(ثانيا)**.

أولا/ ضمان العيوب الخفية:

[34] محمد حسن قاسم، قانون العقود الفرنسي الجديد باللغة العربية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2018، ص 34.

[35] N ,RZEPECKI , Droit de la consommation et théorie générale du contrat ,op presses universitaire qix marselle .2002 .p62

[36] محمد حسن قاسم، المرجع نفسه، ص 54.

تحقيقا لغايات حماية المستهلك الالكتروني حرص المجتمع الدولي على ضمانها عن طريق تضمين القوانين والاتفاقيات نصوصا تؤكد على حماية حق المستهلك، وإفراده بنصوص حمائية استثنائية لمنع الغش والتضليل وتقرير حقه في العدول عن العقد دون الحاجة لتبرير ذلك.

أ_ تعريف العيوب الخفية: عرفتها مجلة الأحكام العدلية في المادة 338 العيب بأنه: "ما ينقص ثمن المبيع عند التجار وأرباب الخبرة"[37]، غير أن المشرع الفرنسي لم يعط تعريفا للعيب الموجب للضمان في القانون الفرنسي، وإنما اكتفى بتحديد الحالات التي يقوم فيها الضمان في المواد 1641إلى 1649، وكذلك فعل المشرع المصري في المادة 747 من القانون المدني[38]، كذلك لم يحد المشرع الجزائري تعريفا للضمان، واكتفى بالإشارة للحالات التي يتحقق فيها، وتضمينها في المادة 01/379 من القانون المدني، إذ يكون البائع ملزما بالضمان[39]:

_ إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري.

_ إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به حسب الغاية المقصودة منه، حسبما ذكر في عقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب، وإن لم يكن عالما بوجودها.

وتأسيسا على ذلك يمكن القول أن العيب لذي يلحق المبيع هو: "العيب الذي يصيب المنتج أو الخدمة سواء في الأوصاف أو الخصائص فيؤدي لجعلهما غير صالحين للهدف المعدين من اجله، من خلال التسبب في إتلاف المنتج أو الإنقاص من قيمته ومنفعته".

ب_ آثار وجود العيوب الخفية: رتبت التشريعات المختلفة عن وجود العيب الخفي في المبيع إمكانية رفع دعوى ضمان العيوب بما فيها التشريع الجزائري شرط أن يتحقق المشتري من حالة المبيع عند استلامه أو عندما يتمكن من ذلك، فإن كشف عيبا يضمنه البائع وجب عليه أن يخبر الأخير به في أجل مقبول، وإلا اعتبر راضيا بالبيع[40] وهو ما نصت عليه المادة01/380 من القانون المدني الجزائري، والتي يستخلص منها شرطان يجب توفرهما لأجل قبول دعوى الضمان وهما:

01_ التحقق من سلامة المبيع عند الاستلام.

---

[37] وحيد بن عبد السلام بالي، قوانين الشريعة الإسلامية التي كانت تحكم بها الدولة العثمانية، ج 01، دار التقوى، مصر، 2013، ص 460.

[38] مراد قرفي، دعوى الضمان القانوني لعيوب المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بومرداس، 2006، ص 8.

[39] الأمر 75-58 مؤرخ 28 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78، الصادر 30 سبتمبر 1975.

[40] المادة 380 الفقرة1 من القانون المدني الجزائري.

02_ إخطار البائع في آجال معقولة.

ثانيا/ حق العدول:

01_ **تعريف حق العدول:** يعد تخويل حق العدول للمستهلك من أبرز مظاهر الحماية المقررة له بعد انعقاد العقد الالكتروني، وذلك بموجب قوانين مختلفة من ضمنها القانون الجزائري، فللمستهلك الإلكتروني أحيانا أن يستفيد من رخصة خيار الرؤية ويحق له في المقابل العدول عن التعاقد بعد رؤية المنتج ورده إلي المهني، واسترداد ما دفعه من مقابل بذات الشروط والأحكام جميعها كون عرض المنتج أو السلعة عبر الانترنت لا يعطي المستهلك التصور الكافي عن المنتج الذي يريد اقتناءه فقد يفاجأ عند استلامه المنتج بغير ما كان يتصوره، وان ماراه في الإعلان ليس المنتج الذي تسلمه.

وبذلك عرف الأستاذ PIERRE BREEZE حق العدول أو الرجوع بأنه: "الحق المعطى للمتعاقد بأن يلغي من طرف واحد العقد الذي قبله والذي يجب أن يكون مبدئيا باتا ونهائيا"[41]، ويعرف أيضا بأنه: "التعبير عن إرادة مغايرة حيث يمكن لصاحب العمل أو لصاحب التعبير المنفرد عن هذه الإرادة العودة عنها وسحبها واعتبارها كما لو أنها لم تكن وذلك من اجل حرمانها من كل مفعول ماضي أو مستقبلي[42].

وقد عرف المشرع الجزائري العدول بكونه: "حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب.

للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية"، وذلك بموجب المادة 02 من القانون 18-09.

02_حق العدول في القانون الجزائري والقوانين المقارنة

أجاز التوجيه الأوروبي رقم 97-07 الصادر في 20 مايو1997 في المادة السادسة منه (التي تتناول الحق في الانسحاب) للمستهلك الرجوع عن القبول في العقود المبرمة عن بعد، وذلك خلال سبعة (07) أيام دون أن يكون ملزما بإبداء أية أسباب دفعته لهذا العدول، وتكون المدة سبعة أيام من تاريخ إبرام العقد، ومن تاريخ استلام المبيع بالنسبة للسلع والبضائع، وتكون المدة ثلاث أشهر إذا لم يتم تزويد المستهلك بالبيانات والمعلومات المطلوبة[43].

[41] PIERRE BREEZE guide juridique de l internet et du commerce électronique . édition vuibert . paris janvier 2000 . p 215

[42] ريان عادل ناصر، حق الرجوع عن العقد، ط 01، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2016، ص 30.

[43] جهاد محمود المبدي، المرجع السابق، ص 118

أما المشرع الفرنسي فقد منح للمستهلك في المادة 222 الفقرة 07 من قانون للمستهلك في التجارة الالكترونية فترة **ثلاثة أشهر** كاملة في يده للعدول عن العقد الالكتروني بعد أن كانت المدة 14 يوما فقط، وعلل ذلك بأنها مدة غير كافية خاصة في حال تخلف البائع عن واجب إعلام المستهلك عن إجراءات العدول، وبصدور قانون ماكرون MACRON LOI المؤرخ في 6 أوت 2015 فإن مدة الرجوع عن العقد هي 15 يوما تحتسب من يوم طلب السلعة أو الخدمة عبر الانترنت، وان كان هذا في غير صالح المستهلك ولا يحقق له حماية فعالة، لأنه مضطر لانتظار التسليم حتى يستعمل حقه في الرجوع وربما مدة 15 يوم تكون قد انتهت ولن يتمكن من استعمال حقه في الرجوع[44].

كما نص قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي كذلك على حق المستهلك في العدول عن الشراء في المادة 30 خلال اجل **عشرة أيام** تحتسب بالنسبة للبضائع من بداية تاريخ تسلمها من قبل المستهلك، ومن تاريخ إبرام العقد بالنسبة للخدمات، ويتم الإعلام بالعدول بأي وسيلة تم النص عليها سابقا في العقد.[45]

أما بالنسبة لقانون التجارة الالكترونية الجزائري لم يتضمن صراحة النص على حق العدول إنما أشار فقط لحق المستهلك في فسخ العقد الالكتروني في حالات نصت عليها المواد 22 و23 من القانون ذاته، لكنه استدرك هذا القصور بتعديل قانون حماية المستهلك وقمع الغش بصدور القانون 18_09، وضمنه في المادة 02 من أحكامه، لم يحدد ندة الرجوع عن العقد غير انه احال لتنظيم يصدر لاحقا للفصل في المسالة :

أما للمشرع المصري فقد نص على هذا الحق غير انه حصره في العقود التي تتم عن بعد كعقود التجارة الالكترونية، حيث أن المادة 34 من قانون حماية المستهلك لسنة 2015 تقر بأنه: "يحق للمستهلك الرجوع في التعاقد عن بعد، في أي وقت وبحد أقصى سبعة أيام من استلامه المنتج، وفي هذه الحالة يلتزم المورد برد المبلغ المدفوع من المستهلك."[46].

03_كيفية ممارسة حق العدول: لم يحدد أي من القانون الفرنسي ولا التوجيه الأوروبي شكلا معينا لتعبير المستهلك عن عدوله في العقد، وعليه فانه من الأجدر بالمستهلك اختيار وسيلة إثبات فعالة سواء عن

---

[44] سي يوسف زاهية حورية، حق العدول عن العقد كآلية لحماية المستهلك الالكتروني، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مكان النشر، العدد 02 سنة 2018، ص12.

[45] جهاد محمود المبدي ، المرجع السابق، ص 119.

[46] نورة جحايشية، عصام نجاح، حق المستهلك في العدول في القانون الجزائري ،مجلة العلوم القانونية والسياسية ،المجلد 11 العدد 01، أفريل 2020، ص 486.

طريق البريد الإلكتروني، أوفي موقع التاجر أو برسالة موصى عليها، وذلك خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة مع التاجر إذا أنكر تبليغه بالعدول[47]، أما بالنسبة **للمشرع التونسي** فلم يغفل ذلك، ونص في المادة 30 من القانون سالف الذكر، على أن يتم الإعلام عن العدول بأي وسيلة منصوص عليها مسبقا في العقد، أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص في قانون حماية المستهلك على حق العدول ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفع أي مصاريف إضافية، غير انه ترك تحديد كيفيات ممارسة هذا الحق و الآجال القانونية له لتنظيم يصدر لاحقا .

خاتمة:

إن حماية المستهلك الالكتروني هدف أساسي جاء نتيجة للثورة الرقمية من جهة، وكذلك أزمة كورونا التي شكلت لدى الأفراد حافزا لتسوق عبر الانترنت، فكان لابد من تفعيل آليات تتلاءم مع طبيعة هذه التجارة والتي تتطلب السرعة والمرونة في التعامل، وأيضا لما تتميز به من أخطار كثيرة بسبب حداثتها ونقص الوعي والخبرة لدى المستهلك الالكتروني، ومما أوجب أيضا تحديد نقاط الضعف على مستوى القوانين المنظمة لحماية المستهلك وكذلك المنظمة للتجارة الالكترونية في مختلف التشريعات الوطنية والأجنبية قصد التصدي للمحتالين والنصابين عبر الانترنت.

وبذلك نخلص لمجموعة من النتائج والمقترحات تتمثل في:

أولا/ النتائج:

01_ المستهلك هو محور تطوير التجارة الإلكترونية، إذا أن توفير الحماية له من شأنه تحفيزه على إبرام المعاملات بطريقة الكترونية، مما ينعكس إيجابا على التأسيس لاقتصاد رقمي.

02_ تمثل الحماية المدنية للمستهلك الرقمي ضمانة حقيقية له عند ممارسته للتجارة الإلكترونية، وتنقسم إلى حماية أثناء **مرحلة التفاوض** من خلال حمايته من عيوب الرضا، والتزام الطرف الآخر بالإعلام، وحماية **بعدية** من خلال ضمان العيوب الخفية، وحق العدول.

ثانيا: توصيات.

01_ بذل مزيد من المجهودات، وفتح الآفاق في قطاع التجارة الالكترونية وصناعة تحول رقمي شامل لتوسيع مجالات التجارة الالكترونية، وتسهيل هاذ النوع من المعاملات على الأفراد من خلال نشر التوعية، وترقية ثقافة الاستهلاك الرقمي.

[47] سي يوسف زاهية حورية، المرجع السابق ص14.

02_ توفير وسائل تكنولوجية متطورة ومختصين قصد تتبع المواقع الاحتيالية التي تمارس النصب على المستهلكين، كطريقة تقنية لحماية المستهلك الرقمي.

03_ ضرورة صدور تشريعات خاصة بحماية المستهلك الالكتروني نظرا لتوسع دائرة التعاملات الالكترونية وانتشارها السريع والإخطار الناجمة عنها، ومن بينها التنظيم الخاص بحق العدول الذي نص عليه المشرع في تعديل 2018، دون أن يجسد ذلك فعليا.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: النصوص القانونية

_ الأمر 75-58 مؤرخ 28 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78، الصادر 30 سبتمبر 1975.

_القانون 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على المعاملات التجارية، المؤرخ 23 جوان 2004، ج ر عدد 41، المؤرخ 27 جوان 2004.

- القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ 25 فيفري 2009، ج ر عدد 15، المؤرخة 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18_09 المؤرخ 10 جوان 2018، ج ر عدد 35، المؤرخة 13 جوان 2018.

- قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية جريدة رسمية رقم 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018.

_ قانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 09 أوت 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الالكترونية، جريدة الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، عدد 64، المؤرخ 11 أوت 2011.

_ مرسوم بقانون رقم 16 لسنة 2010، المؤرخ 19 أوت 2010، الجريدة الرسمية القطرية عدد 09، المؤرخ 28 سبتمبر 2010، متاحة على الرابط:
https://www.almeezan.qa/LawView.aspx?opt&LawID=2678&language=ar

_ قانون رقم 181 لسنة 2018، المؤرخ 13 سبتمبر 2018، الجريدة الرسمية لجمهورية مصر العربية، عدد 37 (تابع)، المؤرخ 13 سبتمبر 2018.

ثانيا: الكتب

_ السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية،1986،ص802، نقلا عن: نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

_ امانج رحيم احمد، التراضي في عقود التجارة الالكترونية، ط 01، دار وائل للنشر،عمان، 2006.

_ أيمن احمد الدلوع، المسؤولية المدنية في مرحلة التفاوض الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016.

_ جهاد محمود عبد المبدي، التراضي في تكوين عقود التجارة الالكترونية، ط01، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2017.

_ حسام توكل موسى، الإطار القانوني لخدمات ما بعد البيع في قانون حماية المستهلك المصري، طبعة 2020، بدون دار نشر، بدون مكان نشر.

_ خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، بدون سنة نشر.

_ خليل احمد حسن قدادة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري: مصادر الالتزام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

_ خليل المجر، لاروس المعجم العربي الحديث، مكتبة لاروس، باريس، 1973.

_ ريان عادل ناصر، حق الرجوع عن العقد، ط 01، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2016.

_ محمد احمد أبو احمد سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ط01، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004.

_ محمد حسن قاسم، قانون العقود الفرنسي الجديد باللغة العربية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2018.

_ محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

_ وحيد بن عبد السلام بالي، قوانين الشريعة الإسلامية التي كانت تحكم بها الدولة العثمانية، ج 01، دار التقوى، مصر، 2013.

ثالثا: الرسائل والمذكرات

_ عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2009.

_ مراد قرفي، دعوى الضمان القانوني لعيوب المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بومرداس، 2006.

رابعا: المقالات

_ سلا عبد الزهرة الفتلاوي وآخرون، وسائل حماية المستهلك في التجارة الالكترونية في الفقه الإسلامي والقانون، مجلة مركز دراسات الكوفة، العراق، العدد 44، 2017.

_ سليماني مصطفى وحماوي الشريف، حماية رضا المستهلك الالكتروني، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، جامعة احمد دراية ادرار، المجلد 1، العدد1، جوان 2017.

_ سي يوسف زاهية حورية، حق العدول عن العقد كآلية لحماية المستهلك الالكتروني، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مكان النشر، العدد 02 سنة 2018.

_ مها يوسف خصاونة، الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري المضلل وفقا لأحكام القانون المدني الأردني، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية، جامعة الشارقة، المجلد 09، فبراير 2017.

_ نورة جحايشية، عصام نجاح، حق المستهلك في العدول في القانون الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية ،المجلد 11 العدد 01، أفريل 2020.

خامسا: المواقع الإلكترونية

https://www.almeezan.qa/LawView.aspx?opt&LawID=2678&language=ar

سادسا: المراجع الأجنبية:

_ Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, JORF n°0064 du 16 mars 2016.

_ N ,RZEPECKI , Droit de la consommation et théorie générale du contrat ,op presses universitaire Aix marseille .2002 .

_PIERRE BREEZE guide juridique de l internet et du commerce électronique . édition vuibert . paris janvier2000.