

الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في ظلّ القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري

جقريف الزهرة (1)

(1) طالبة دكتوراه، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 25000 قسنطينة، الجزائر.

البريد الإلكتروني: djekrifzahra91@gmail.com

شريبط وسيلة (2)

(2) أستاذة، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 25000 قسنطينة، الجزائر.

البريد الإلكتروني: cherwassi@gmail.cim

الملخص:

لقد جاءت هذه الدراسة للوقوف على صور الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في ظلّ قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، حيث يعرف المستهلك الإلكتروني بأنه ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد عبر وسائل إلكترونية من أجل تلبية حاجياته، وكما هو معلوم أنه هو الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية التي تربطه بالمورد الإلكتروني، لأنه بكل بساطة يفنقر إلى النّفاة المعلوماتية، كما أنه يتعرض لضغوطات دعائية تمارس عليه وتدفعه إلى الإقدام على التعاقد دون توافر نية أو رغبة في الشراء، وأمام هذه الأسباب وغيرها فقد اهتم المشرع الجزائري بحماية المستهلك الإلكتروني ضمن قانون التجارة الإلكترونية الجديد.

الكلمات المفتاحية:

المستهلك الإلكتروني، العقد الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، الإعلانات التجارية.

تاريخ إرسال المقال: 2019/09/09، تاريخ قبول المقال: 2020/08/31، تاريخ نشر المقال: 2020/10/31

لتهميش المقال: جقريف الزهرة، شريبط وسيلة، "الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في ظلّ القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 11، العدد 03 (عدد خاص)، 2020، ص ص 186-199.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/72>

المقال متوفر على الرابط التالي:

المؤلف المراسل: جقريف الزهرة، djekrifzahra91@gmail.com

Civil protection for the Electronic Consumer under the Algerian Law 18-05 Relating to E-commerce

Summary:

The Algerian law 18-05 relating to e-commerce was adopted to protect electronic consumers. These consumers are defined as natural or legal persons who get their needs done using electronic means. It is known that these consumers are the weakest part in an electronic deal with the e-sources, for they simply lack knowledge in Information and Communications Technology (ICT), and they are exposed to advertising pressure which pushes them to make a deal without the intention or desire to make a purchase. For these reasons and others, the Algerian legislature has taken action to protect electronic consumers in the new e-commerce law.

Keywords:

electronic consumers, electronic deal, e-commerce, Algerian e-commerce law, commercial advertising.

La protection civile du consommateur électronique à la lumière de la loi 18-05 relative au commerce électronique

Résumé :

Le consommateur électronique est, selon la loi n° 18-05, toute personne physique ou morale qui contracte à travers des moyens électroniques en vue de subvenir à ses besoins de vie quotidienne. Il est, comme tout consommateur, le maillon faible de la relation contractuelle en ce qu'il ne dispose que de peu d'enseignements en matière numérique. C'est pourquoi, le législateur algérien lui a prévu une protection dans le cadre de la loi relative au commerce électronique.

Mots clés :

Consommateur électronique, contrat électronique, commerce électronique, les annonces commerciales.

مقدمة

بظهور التجارة الإلكترونية برزت أساليب جديدة لم تكن معروفة من قبل في إبرام العقود، ومن أهم هذه الأساليب التعاقد عبر شبكة الأنترنت أو ما يعرف بالعقد الإلكتروني، فقد أتاح هذا النوع المستحدث من العقود للمستهلك إمكانية طلب السلعة أو الخدمة التي يروم الحصول عليه من داخل بيته، وهذا دون الحاجة للولوج في علاقة مباشرة مع الطرف الآخر في العقد.

ومعلوم أنّ المستهلك هو دوما الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، التي تجمعها بمنتجاتي ومزودي ومسوقي السلع والخدمات، إذ أنهم يلجؤون إلى استعمال مختلف وسائل الدعاية والإعلام والعروض المبهرة والمغرية، والتي تؤثر في توجيه إرادته بما يدفعه إلى التعاقد، دون توافر أي نية أو رغبة في الشراء، ويتجلى هذا الضعف بصورة واضحة في العقد الإلكتروني، حيث يكون المستهلك غير قادر على رؤية ومعاينة السلع والخدمات محل الطلب والحاجة، للتأكد من نفعها وسلامتها من أي عيب يشوبها.

ولهذه الأسباب وأمام عجز وقصور القواعد القانونية التقليدية على توفير الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني، فقد استقطبت حماية هذا الأخير اهتمام جل التشريعات الدولية والوطنية، من خلال تعديل القوانين القائمة للتناسب وطبيعة الحماية المطلوبة، أو إصدار ترسانة قانونية خاصة تهدف إلى تعزيز حماية المستهلك من مخاطر الغش والتدليس التي قد يقع فيها جراء التعاقد بواسطة شبكة الأنترنت، نظرا لافتقاره للثقافة المعلوماتية. وعلى غرار التشريعات الغربية والعربية، فقد أدرك المشرع الجزائري هو الآخر ضرورة حماية المستهلك المتعاقد في البيئة الرقمية، فقام بإصدار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والذي تطرق فيه إلى حماية المستهلك الإلكتروني.

وتأسيسا على ما سبق ذكره فإن إشكالية بحثنا تتمحور من خلال الإجابة على إشكال رئيسي مفاده: هل وفق المشرع الجزائري في تحقيق الحماية الكافية واللائمة للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟

على أنّ هذا الإشكال قد تفرعت عنه الأسئلة التالية:

يما تتمثل صور الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني؟

وفيما تمثل كذلك صور الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد الإلكتروني؟

وفي سبيل الإجابة عن الإشكال المطروح اتبعنا الخطة التالية:

أولا: حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني

ثانيا: حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد الإلكتروني

الخاتمة. النتائج والتوصيات

واتبعنا المنهج الاستقرائي، وذلك من خلال استقراء النصوص القانونية الواردة في القانون 18-05، للوقوف على صور الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.

أولاً: حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني

تعد المرحلة السابقة على إبرام العقد من أهم مراحلها وأخطرها، لما تتضمنه من تحديد لمعظم حقوق أطراف العقد والتزامهم، وما قد ينشأ عنها من مشكلات قانونية مختلفة¹، بما أنّ المستهلك الإلكتروني يتعاقد في بيئة رقمية لامادية قائمة على الإغراءات والدعايات، والتي تكون في الأغلب كاذبة ومضللة، دون إعطاء الوصف الدقيق للمنتج، فإنّ ذلك دفع المشرع الجزائري إلى التّدخل وإحاطة المستهلك الإلكتروني بالحماية المطلوبة، إذ تنصب هذه الحماية على الحماية من الإعلانات التجارية الخادعة والمضللة (1)، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني (2).

1: حماية المستهلك من الإعلانات التجارية الخادعة والمضللة عبر الانترنت

يختلف المستهلك الإلكتروني عن المستهلك العادي في وسيلة التعاقد والمتمثلة في الوسائل الإلكترونية، حيث تعتمد هذه الأخيرة بالدرجة الأولى على فكرة الدعاية والإعلان عن السلع والخدمات لدفع المستهلكين إلى التعاقد²، ويعرف الإعلان التجاري بأنّه: "كل نشاط يهدف إلى تحقيق الربح عن طريق الإعلان عن سلعة أو خدمة معينة بإظهار محاسنها ومزاياها بأي وسيلة من وسائل الإعلان لإثارة المستهلكين ودفعهم للتعاقد من أجل الحصول عليها"³.

وهناك فرق بين الإعلان المضلل⁴ والإعلان الخادع، فأما الأول فهو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، أما الإعلان الخادع فهو كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى غشّ وتضليل المخاطبين، أو هو ذلك الإعلان المتضمن معلومات قد تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط فيما

¹ موفق حماد عبد: الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، ط1، مكتبة زين الأدبية والحقوقية، 2011م، ص33.

² زواوي عباس، مانع سلمى: الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 04، أبريل 2017، ص312.

³ موفق حماد عبد: المرجع السابق، ص41.

⁴ تطرق المشرع الجزائري إلى الإعلان المضلل بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 28 حيث جاء فيها: "دون الاخلال بالنصوص التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهاراً غير شرعي وممنوع، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أنّ العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار."

يتعلق بعناصر جوهرية بالمنتج وذلك من أجل إخفاء أو حجب الحقيقة عن المستهلكين الخاصة بالمنتج باستعمال أي وسيلة⁵.

وبالرجوع إلى القانون الجزائري نجد أنّ المشرع الجزائري يستعمل مصطلح الإشهار بدل الإعلان وقد عرفه بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في نصّ المادة 3-3 حيث جاء فيها: "الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو الوسائل المستعملة." وبحسب نصّ المادة يظهر جليا أنّ المشرع الجزائري قد تطرق للإشهار الإلكتروني من أجل ترويج السلع، وهذا ما يفهم من قوله مهما كان المكان أو الوسائل المستعملة، وعليه يعرف قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 الإشهار الإلكتروني في نصّ المادة 6-6 بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية." وبحكم انتشار وتنوع أساليب الإعلانات التجارية الإلكترونية وتطورها التقني، فإنّ المستهلك يبنى قراره بناء عليها في التعاقد، إذ قد يلجأ المورد الإلكتروني إلى استخدام أساليب دعائية مبنية على الغشّ والخداع والتضليل، وذلك بذكر مواصفات خاطئة وغير صحيحة للمنتج أو الخدمة المعلن عنها بقصد دفع المستهلك للتعاقد⁶. ولهذا يشترط لحماية المستهلك الإلكتروني وضوح الإشهار الإلكتروني، بالألا يتضمن أي بيانات من شأنها أن تضلل المستهلك وتؤثر على إرادته بهدف غشه وخداعه، وقد أشار المشرع الجزائري لهذه النقطة في نصّ المادة 5/30 من القانون 18-05 والتي نصّها كالتالي: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية: التأكد من أنّ جميع الشروط الواجب استيفؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة أو غامضة." فالمشرع حرص على ضرورة أن يكون العرض التجاري واضح غير مضلل أو غامض، كما رتب على كل من يخالف أحكام هذه المادة غرامة مالية تقدر ب 50.000 إلى 500.000 دج حسب ما جاء في نصّ المادة 40 من القانون 18-05⁷.

⁵ بن غيدة ايناس: الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2015، ص 35.

⁶ بن غيدة ايناس: المرجع نفسه، ص 36-37.

⁷ المادة 40 من القانون 18-05: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة مالية من 50.000-500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30-31-32-34 من هذا القانون."

2: الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني

الالتزام بالإعلام بصفة عامة هو: "تعريف أو تزويد المستهلك بكيفية استعمال السلعة بالشكل الذي يحقق له أقصى مدى من الأهداف التي يبتغيها من اقتنائها، أو البوح للمستهلك بكل ما يجعله على بينة من عيوب الشيء المبيع وإدراك خصائصه، وكذلك إبراز الاحتياطات التي يجب على المستهلك اتخاذها عند حيازته أو استعماله المنتج⁸، وعرفه المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك في نص المادة 03 والتي تنص: "مصطلح الإعلام والذي يعني جميع المعلومات المتعلقة بالمنتج وتتحقق بأي وسيلة بما في ذلك الطرق التكنولوجية"⁹.

والواضح من هذا النص أنّ المشرع الجزائري لم يفرق بين فكرة الالتزام بالإعلام وفقا للطرق التقليدية وفكرة الالتزام بالإعلام وفقا للطرق الإلكترونية بقدر اهتمامه بوجود تنوير إرادة المستهلك وتحقيق فكرة العلم بالمنتج أو الخدمة محل التصرف القانوني المزمع إبرامه¹⁰.

وتطبيقا للقواعد العامة التي تفترض أن يكون كل مشتري على علم كاف بما هو مقدم على شرائه، نجد أنّ المشرع الجزائري قد نصّ على هذا الالتزام في نص المادة 1-352 ق م ج: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"¹¹.

وبالرجوع إلى التشريعات الخاصة بحماية المستهلك نجد كذلك أنّ المشرع الجزائري قد أكد على ضرورة الالتزام بإعلام المشتري بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من خلال تولي المنتج أو البائع وجوبا إعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة والمتعلقة بمميزات السلعة أو الخدمة. وهو ما كرسه كذلك بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ ضمن الفصل الخامس منه

⁸ عبايد فريحة حفيظة: الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك: مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيارت، مج 3، العدد 02، ص 425.

⁹ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المؤرخ في في 05 محرم عام 1435 الموافق ل09 نوفمبر 2013، ج ر عدد58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

¹⁰ قاصر الليل عائشة: الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة الجلفة، مج9، العدد3، ص79.

¹¹ القانون رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، ج ر عدد 78، الجريدة الرسمية الصادر في 30 سبتمبر 1975م.

تحت عنوان " إلزامية إعلام المستهلك "بمقتضى نصّ المادة 17-11¹² و 18¹³ على وجوب تبصير المتعاقد بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج.

ولقد أدى الانتشار الواسع لشبكة الانترنت في مجال التجارة الإلكترونية، إلى توسيع آفاق التسوق أمام المستهلك وزيادة المعروض من المنتجات وبمواصفات مختلفة، وهذه نقطة ايجابية تحسب للتجارة الإلكترونية نظرا لما توفره للمستهلك من خيارات عديدة للتسوق، إلا أنّ ذلك يؤدي في بعض الأحيان إلى فقدان التركيز لدى المستهلك من حيث التعرف على الأصلح والأنسب مما يحتاج ومما هو معروض، فضلا عن افتقاد معظم المستهلكين للخبرة والدراية الكافية بخواص ومواصفات السلع ومعرفة مدى فائدتها وجودتها وأساليب استخدامها¹⁴.

علاوة على ما سبق فإنّ قيام المستهلك بالاختيار ومن ثمّ التعاقد على ما اختاره وهو بعيد عن مكان تواجد المنتج يجعل إمكانية التحقق من صلاحية السلعة المتعاقد عليها أو إجراء التجربة الحقيقية عليها أمرا صعبا، وهذا ما أدى بالتشريعات إلى سنّ قوانين تدعو إلى ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من المعطيات تسمح له بالتعاقد عن وعي وعلم كافيين، ومن ثمّ تصدر عنه الإرادة التعاقدية عن رضاء حقيقي وتبصر¹⁵. ولم يغفل المشرع الجزائري بموجب القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية عن فرض الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل التّعاقد من قبل المورد الإلكتروني بجملة من المعلومات وردت في نصوص المواد 11-12، فبالرجوع مثلا إلى نصّ المادة 11 نجد أنّ المشرع قد أوجب على المورد الإلكتروني أن يقدم العرض التجاري بطريقة مرئية ومقرّوءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر بعض البيانات كطبيعة وخصائص السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، حالة توفر السلعة أو الخدمة، كفاءات ومصاريف وآجال التسليم، الشّروط العامة للبيع، ولاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا، كفاءات وإجراء الدفع، شروط فسخ العقد عند الاقتضاء، وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية، مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء، شروط وآجال العدول عند الاقتضاء، طريقة تأكيد الطلبية، موعد التسليم

¹² المادة 17-1: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة."

¹³ تنص المادة 18: " يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الاضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقرّوءة ومتعذر محوها."

¹⁴ هادي مسلم يونس البشكاني: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، د ط، دار الكتب القانونية للنشر، مصر، 2009، ص 313.

¹⁵ هادي مسلم يونس البشكاني: المرجع نفسه، ص 313-314.

وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه.

أما المادة 12 من ذات القانون والتي تعتبر في غاية الأهمية فقد وضح المشرع الجزائري من خلالها المراحل الإلزامية التي تمرّ بها طلبية منتج أو خدمة عبر الانترنت، والتي أولها وضع الشّروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة، وثانيها التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخصّ ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة، وثالثها تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد، يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه بصراحة، يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أي معطيات تهدف إلى توجيه اختياره، أما المادة 13 فقد أكد كذلك المشرع الجزائري من خلالها على ما يجب أن يتضمنه العقد الإلكتروني من معلومات كالخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات، شروط و كيفيات التسليم، شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، شروط فسخ العقد الإلكتروني، شروط وكيفيات الدّفع، شروط وكيفيات إعادة المنتج، كيفيات معالجة الشكاوى، شروط وكيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، الشّروط و كيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتّجريب عند الاقتضاء.

بعد عرض النصوص السابقة يتضح أنّ المشرع الجزائري قد ألقى على عاتق المورد الإلكتروني الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني حماية للمستهلك المتعاقد إلكترونيا، حيث أوجب عليه أن يكون الإعلان التجاري واضح ومقروء إلى جانب تضمينه بعض البيانات التي تساعد المستهلك في الإقدام على التعاقد أم الإحجام عنه.

ثانيا: حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد الإلكتروني

حتى تكون حماية المستهلك العادي أو الإلكتروني تامة على أكمل وجه، فإنّه يجب ضمان رغباته حسب ما يبرمه في مختلف تعاقداته، ولا يتحقق ذلك إلا إذا التزم المورد الإلكتروني بتنفيذ ما عليه من التزامات، ولذلك فإنّ أساس حماية المستهلك في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد الإلكتروني يكون من خلال حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية (1)، حقه في ضمان العيوب الخفية (2)، حقه في ضمان التّعرض والاستحقاق (3)، وحقه في الرّجوع عن تنفيذ العقد الإلكتروني (4).

1: حق المستهلك الإلكتروني في حماية بياناته الشخصية

يقصد بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني: "عدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق بشخصية المستهلك الإلكتروني أو حياته الخاصة"¹⁶، وفي نطاق المعاملات التي يقوم بها المستهلك عبر شبكة الأنترنت، نجد أنها تتضمن معلومات تتعلق بحياته الخاصة، كبيان اسمه، مقر اقامته، طبيعة عمله... وقد يسيء المورد الإلكتروني استخدامها، ويتعامل معها في الأغراض غير المخصصة لها¹⁷، وفي هذا الصدد تنص المادة 26 من القانون 05-18 على أنه: "ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية، كما يجب عليه: الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل البدء في جمع البيانات، ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات، الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال".

2: حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيوب الخفية

عرف المشرع الجزائري الضمان بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في نص المادة 3-19 والذي جاء فيه: "الضمان هو التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة". ويعد الالتزام بضمان العيوب الخفية وسيلة فعالة لحماية المستهلك من العيوب التي قد توجد في المبيع وتقال من صلاحيته للانتفاع به على نحو يخالف الغرض من التعاقد¹⁸.

ولقد كفل المشرع الجزائري للمستهلك في عقود البيع سواء كانت تقليدية أم إلكترونية التزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع، فجاء في نص المادة 379 ق م ج: "يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينتقص من قيمته، أو من الانتفاع به حسب الغاية المقصودة حسب ما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالماً بوجودها، غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص بعناية المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا عنه".

¹⁶ اسماعيل قطاف: العقود الإلكترونية حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص 35.

¹⁷ عبوب زهيرة: الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2018، ص 134.

¹⁸ طارق كميل: حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الأنترنت، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، الجامعة العربية الأمريكية، جنين، فلسطين، مج 0، العدد 0، ص 73.

كما تنص المادة 380 من ذات القانون: "إذا تسلم المشتري المبيع وجب عليه التّحقيق من حالته عندما يتمكن من ذلك حسب قواعد التعامل الجارية، فإذا كشف عيبا يضمنه البائع وجب عليه أن يخبر هذا الأخير في أجل مقبول عادة فإن لم يفعل اعتبر راضيا بالمبيع. كما جاء كذلك في المادة 13 من القانون 09-03: "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتادا مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون، ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات، يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته."

فحماية للمستهلك في البيع العادي أوجد المشرع دعوى الضمان وهي الدّعى التي يكون فيها البائع ملزما بضمان العيوب الخفية، وهذا الضمان يكون إما بإصلاح المنتج المعيب أو تعديل الخدمة على حسابه، أو استبدال المنتج بآخر، أو إرجاع ثمن المنتج، ويشترط لرفع دعوى الضمان توافر شروط هي: أن يكون العيب مؤثرا، وأن يكون خفيا، وألا يكون المشتري عالما بالعيب، هذا مع عدم إغفال الميعاد المحدد لرفع هذه الدّعى حسب نصّ المادة 383 من ق م ج: "تسقط بالتقادم دعوى الضمان بعد انقضاء سنة من يوم تسليم المبيع حتى ولو لم يكتشف المشتري العيب إلا بعد انقضاء هذا الأجل ما لم يلتزم بالبائع لمدة أطول .."

وبالرجوع إلى القانون 05-18 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية وبالذات لنصّ المادة 23¹⁹ نجد أنّ المشرع الجزائري وفي سبيل حماية المستهلك الإلكتروني قد أوجب على المورد الإلكتروني استعادة منتوجه المعيب، وبالتالي الالتزام بضمان هذا العيب إما بتسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب أو استبدال المنتج بآخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة خلال 15 يوما من تاريخ استلام المنتج، كما قرر التعويض في حالة وقوع ضرر للمستهلك الإلكتروني.

وحتى يكون المورد الإلكتروني ملزما بضمان العيب يشترط توافر شرطان هما: الشّروط الأول يتمثل في إرسال المستهلك الإلكتروني المنتج المعيب في غلافه الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة أيام ابتداءً من تاريخ تسليم المنتج، والشّروط الثاني الإشارة إلى أنّ سبب رفض المنتج يرجع لوجود عيب به.

لكن الملاحظ على هذا القانون أنّه حصر مدة الضمان في أربعة أيام مقارنة بمدة الضمان في البيع العادي، وهي المدة التي نراها غير كافية لاكتشاف إذا كان المنتج معيب أو لا، لاسيما وأنّ المستهلك

¹⁹ تنص المادة 23 من القانون 05-18: "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا، يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة أيام عمل ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، و تكون تكاليف إعادة الإرسال على حساب المورد الإلكتروني، ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي: تسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب أو استبدال المنتج بآخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر، يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشرة 15 يوما من تاريخ استلامه المنتج."

الإلكتروني لا يسوغ له لمس المنتج وتفقدته كما في البيع التقليدي، كما أنه هناك عيوب قد لا تظهر للوهلة الأولى إلا بعد الاستعمال المتكرر للمنتج.

3: جق المستهلك الإلكتروني فيضمان التّعرض والاستحقاق

من التزامات البائع في البيع العادي أو المورد الإلكتروني في العقد الإلكتروني تمكين المستهلك من الانتفاع بالشيء المبيع بطريقة هادئة ومستقرة، وذلك بالامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة المستهلك من الانتفاع بالشيء المبيع وفقا للغاية المرجوة من اقتنائه. فالبائع ملزم تجاه المستهلك بضمان التعرض من شخصه هو ومن طرف الغير.

ويتفق معظم الفقه على أنّ فحوى الالتزام بضمان التّعرض هو "ضمان البائع لكل فعل صادر منه نفسه أو من غيره، ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه"²⁰، وفي هذا الصدد تنصّ المادة 371 من ق م ج: "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، ويكون البائع مطالبا بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه." ففي حال تعرض المشتري لأي تعرض، فإنّ البائع ملزم بدفع هذا التعرض، فإذا استطاع دفع هذا التعرض فإنّه يكون قد نفذ التزامه بضمان التعرض تنفيذا عينيا، وإذا لم يستطع واستحق الغير المبيع كليا أو جزئيا فعندها يقع على عاتقه تعويض المشتري عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذا الاستحقاق استنادا لمسؤوليته العقدية، وهذا ما يعرف بضمان الاستحقاق، وهذا ما نصّت عليه المادة 372 من ق م ج: "إذا رفعت على المشتري دعوى استحقاق المبيع كان على البائع حسب الأحوال وفقا لقانون الاجراءات المدنية أن يتدخل في الخصومة إلى جانب المشتري أو أن يحل فيها محله إذا أعلم البائع في الوقت المناسب وإن لم يتدخل وجب عليه الضمان...."

وبالرجوع إلى الفصل الخامس من القانون 18-05 والموسوم بواجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته وبالذات لنصّ المادتين 1-18 والتي تنصّ: "بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الإلكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤدي خدمات آخرين، دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم." والمادة 19 التي جاء فيها: "بمجرد إبرام العقد، يلزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني."

يمكننا القول أنّ المشرع الجزائري قد تطرق إلى حق المستهلك الإلكتروني في ضمان التّعرض والاستحقاق من قبل المورد الإلكتروني، فبمجرد إبرام العقد الإلكتروني تترتب التزامات على عاتق المورد الإلكتروني، وهو

²⁰ بن غيدة إيناس: المرجع السابق، ص 92.

ملزم بتنفيذها بقوة القانون تجاه المستهلك الإلكتروني، فيلتزم بضمان التّعرض الصّادر من قبله ومن قبل الغير، ومثال ذلك: تم إبرام عقد إلكتروني بين مورد إلكتروني ومستهلك إلكتروني وتم دفع الثمن وتم انتقال الملكية، هنا المورد الإلكتروني ملزم بعدم التعرض للمستهلك الإلكتروني في ملكية الشيء المبيع، كما أنّه ملزم بالتدخل ودفع التعرض الصادر من قبل الغير.

4: حق المستهلك في الرجوع عن العقد الإلكتروني

يعد حق الرجوع عن العقد خروجاً عن مبدأ القوة الملزمة للعقد، الذي يقتضي ضرورة الوفاء بالعهد كمبدأ خلقي وقانوني، ولا يجوز لأي طرف أن يستقل بنقض هذا العقد أو تعديل أحكامه إلا في حدود ما يسمح به الاتفاق أو النص القانوني²¹.

وللمستهلك الإلكتروني الحق في الرجوع عن إبرام العقد الإلكتروني شأنه في ذلك شأن العقد التقليدي، وهذا الحق مكمل لحق التبصر،²² ونظراً لتأثير وسائل الدعاية والاعلام وإجراءات وتسهيلات البائع، والوسيلة المستخدمة في إبرام العقد والتي لا تتيح الفرصة للتفكير المتأن قبل الإبرام، يجد المستهلك الإلكتروني نفسه بعد إبرام العقد أنّه قد تسرع في إبرامه، لأنّه يجد السلعة لا تتفق ورغباته أو أنّه تصورها خلافاً لما تبدو عليه، إذ لا يتيح العقد المبرم عبر شبكة الانترنت رؤية السلعة حقيقة وتجربتها²³، ولهذا يعتبر حق الرجوع عن العقد الإلكتروني من أهم مظاهر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني²⁴.

ولقد كرس التّوجيه الأوروبي رقم 97-07 المتعلق بالتعاقد عن بعد وحماية المستهلك حق الرجوع عن العقد في نصّ المادة السادسة²⁵، والتي أقرت للمستهلك الإلكتروني الحق في الرجوع عن العقد خلال مدة 7 أيام و بدون إعطاء أي سبب أو حتى بدون أن يتعرض لأي جزء، لكن بعد صدور التوجيه الأوروبي رقم 83-2001 المتعلق بحقوق المستهلك وفي نصّ المادة 09 منه تم زيادة المدة الممنوحة للمستهلك لممارسة حقه وجعلها 14 يوماً بدل 07 أيام، وهو ذات النهج الذي سار عليه المشرع الفرنسي في نصّ المادة 121-21 من قانون

²¹ عبد الرحمان خلفي: حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري-دراسة مقارنة-، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الانسانية)، جامعة النجاح، فلسطين، مج27، 2013، ص13.

²² زروق يوسف: حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد-دراسة مقارنة-، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 09، جوان 2013، ص139.

²³ موفق حماد عبد: المرجع السابق، ص211.

²⁴ محمد سعيد أحمد اسماعيل: أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2009م، ص393. زروق يوسف: المرجع السابق، ص139.

²⁵ See Article 06/1 of the Directive 97/07/EC: For any distance contract, the consumer shall have a period of at least seven working days in which to withdraw from the contract without penalty and without giving any reason.

الاستهلاك الفرنسي رقم 344-2014 الصادر في 18 مارس 2014 على أنه: " يكون للمستهلك مدة أربعة عشرة يوما لممارسة حقه في الرجوع عن العقد المبرم عن بعد دون أن يلتزم ببيان الأسباب أو دفع الجزاءات باستثناء مصاريف الرد"²⁶.

وقد عرف المشرع الجزائري الحق في الرجوع عن تنفيذ العقد بموجب نصّ المادة 19-1 من القانون 18-09 المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ على أنه: " العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب."²⁷، وبهذا يكون المشرع الجزائري قد ساير التوجيه الأوروبي في إعطاء الحق للمستهلك بالرجوع عن العقد دون تقديم أي مبررات عن سبب الرجوع، إلا أنه لم يبين أهم الركائز التي يبنى عليها هذا الحق من شروط وكيفية ممارسته من طرف المستهلك الإلكتروني وكذا قائمة المنتجات التي تدخل ضمن نطاقه محيلا ذلك إلى التنظيم الذي لم يصدر بعد، ولهذا فإننا نأمل منه ألا يتأخر في إصداره من أجل ضبط هذا الحق.

خاتمة

وفي الأخير ورغم ما يأخذ على المشرع الجزائري من تأخره في إصدار قانون خاص ينظم التجارة الإلكترونية مقارنة بالدول العربية الأخرى-وذلك صحيح-إلا أنه أحسن فعلا في إصداره لهذا القانون حتى لا يبقى هناك فراغ قانوني أمام ما يعترض التجارة الإلكترونية من إشكالات، والتي من بينها حماية المستهلك الإلكتروني الذي قد يتعرض للانتهاك والاعتداء نتيجة جهله وعدم خبرته بأساليب التعاقد الإلكتروني. ولعل من أهم النتائج التي خلصنا إليها من خلال تتبع جزئيات موضوع الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في ظلّ القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الآتي:

- اهتمام المشرع الجزائري بالمستهلك المتعاقد إلكترونيا، حيث سنّ قانون خاص ومستقل يتعلق بالتجارة الإلكترونية وخصص جانب منه للحديث عن حماية المستهلك الإلكتروني.
- لقد أحاط المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني بحماية سواء في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني أو في المرحلة اللاحقة على إبرامه.

²⁶عبوب زهيرة: المرجع السابق، ص 225.

²⁷القانون 18-09 المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 رمضان 1439 هـ الموافق ل10 يونيو 2018، ج ر عدد 35، المؤرخة في 28 رمضان 1439 الموافق ل13 يونيو سنة 2018 م.

- قدر المشرع الجزائري في مسألة ضمان العيوب الخفية مدة الضمان ب 4 أيام، وهي المدة التي نراها غير كافية لاكتشافها إذا كان المنتج معيبا أولا، لاسيما وأنّ المستهلك الإلكتروني لا يسوغ له لمس المنتج وتقده كما في البيع التقليدي، كما أنّ هناك عيوب قد لا تظهر للوهلة الأولى إلا بعد الاستعمال المتكرر للمنتج.
- المشرع الجزائري في إقراره لحق الرجوع عن تنفيذ العقد الإلكتروني بموجب القانون رقم 18-05 أحسن فعلا، لكنه من جهة أخرى لم يصب عندما لم ينظم أهم الركائز التي يبني عليها هذا الحق من شروط وكيفيات ممارسته من طرف المستهلك الإلكتروني، وكذا قائمة المنتجات التي تدخل ضمن نطاق هذا الحق.
- ومن خلال تتبع بحث الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في ظلّ القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية توصلنا إلى جملة فوائد صيغت على شكل توصيات لعل من ضمنها الآتي:
- ضرورة إجراء تعديل على نصوص القانون المدني الجزائري، لاسيما فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني، وهذا لتغطية النقص الذي يعتري قانون التجارة الإلكترونية.
- ضرورة إصدار تشريع خاص ومستقل ينظم حماية المستهلك الإلكتروني.
- ندعو المشرع الجزائري إلى إعادة النظر في مدة ضمان المنتج الإلكتروني من العيب الخفي، والتي قدرها ب 4 أيام.
- نأمل من المشرع الجزائري ألا يتأخر في إصدار التنظيم الذي يتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة الحق في الرجوع عن تنفيذ العقد، وكذا قائمة المنتجات التي تدخل ضمن دائرة هذا الحق، وهذا بغية ضبط هذا الحق حتى لا يتعسف المستهلك الإلكتروني في استعمال الحق المخول له بموجب القانون.
- إعداد ورشات وندوات وطنية من طرف أهل الخبرة والاختصاص، لشرح أكثر لحقوق المستهلك المتعاقد إلكترونيا وآليات حمايتها.