

جامعة ملحد نلضر بسكرة
كلية الحقوق والعلوم السلساسفة
قسم الحقوق



مذكرة ماسفر

مفدان: الحقوق والعلوم السلساسفة

فرع: الحقوق

فخصص: قانون أعمال

رقم:

إعداد الطالبفن:

فمعراف هاففة

فوافف مباركة

فوم: 2025/06/03

فماففة المسفر الكالفرونف

فف ظل القانون 05-18

لجنة المناقشة:

أ.د/ مزغفش عبفر	أسفان	جامعة بسكرة	رففسا
د/ قءوارف فافمة الزهرة	أسفان	جامعة بسكرة	مشرفا
د/ رابف سهام	أسفان	جامعة بسكرة	مناقشا

السنة الجامعفة: 2024 - 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اهداء

{وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى}

إلى من دعمني بلا حدود وأعطاني بدون مقابل، من علمني أن الدنيا كفاح وغرس فيّ مكارم الأخلاق وعلمني معنى المسؤولية والعمل الجاد
سندي وقوتي وملاذي بعد الله

إلى فخري وإعتزازي: **والدي**

إلى من كانت الجنة تحت قدميها وكان دعاؤها سرّ نجاحي، إلى القلب الحنون، سر قوتي ونجاحي، إلى من غرست في قلبي حب العلم والإصرار وداعمتي في مسيرتي: **والدي**
من تسعد عيني برؤية وجوههم ويفرح فؤادي بسماع رنات ضحكاتهم وأمدوني بالقوة والتوجيه وآمنوا بي ودعموني في الأوقات الصعبة لأصل إلى ما أنا عليه: **إخوتي**
إلى صديقاتي ورفقاء الخطوة الأولى والخطوة الأخيرة والداعم المعنوي لي
إلى من علمني أن الحياة من دون ترابط وحب وتعاون لا تساوي شيئاً
وإلى من كانوا خلال السنين العجاف سحاباً ممطراً،
أنا ممتنة.



تمعرات هادية

اهداء

ها أنا اليوم أقف على أعتاب لحظاتي الأخيرة من هذا الطريق... الذي كان مليئا بالعثرات، لكن قدمي مضت فيه صبرا وطموحا، ويقينا بأن الله لا يضيع أجر من أحسن عملا. أهدي تخرجي، بكل حب وامتنان، إلى نفسي التي صبرت وتحملت، وواجهت الصعوبات بعزيمة لم تزدها إلا إصرارا.

إلى ذلك الرجل العظيم، **والدي العزيز**، سندي وعمادي، ونور دربي، من حملت اسمه فخرا واعتزازا، من زرع فيّ الثقة وشجعني في كل خطواتي للوصول إلى طموحاتي، أدامك الله لنا ظلا لا يميل. إلى **أمي الغالية**، التي تعجز الكلمات عن وصفها، التي كانت النور في عتمتي، وكان دعاؤها سر نجاحي، إلى المضحية من أجلي، ورفيقتي في كل لحظاتي، إلى من أبصرت بها طريق حياتي، من علمتني الثبات والاعتزاز بالنفس، يا ضلعي الثابت ومصدر قوتي، شكرا لك لا تكفي.

إلى مصدر قوتي والداعمين والساندين لي، من حبهم يعلو فوق كل حب، إلي نوري الذي لا ينطفئ، إخوتي الأعزاء: **أسامة، أمال، ريمة، عيسى، إسلام**

إلى كل من كان عوننا وسندا في هذا الطريق، الأصدقاء الأوفياء ورفقاء السنين، لأصحاب الشدائد والأزمات، إلى من أفاضني بمشاعره ونصائحه المخلصة رفيقات دربي: **نفيسة، ریحانة**

إلى من كان حبهم بدون مقابل: **أمال، هادية**

إلى صغيرتي التي تحملت معي أعباء ليالي: **ريحاب**

ها أنا اليوم والحمد لله على ما وهبني أتممت أول نجاح



تواني مباركة

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه ينجز العمل ويحقق الهدف وبعد؛

نشكر الله سبحانه وتعالى الذي وفقنا وأعاننا على إتمام هذه المذكرة.

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذة الفاضلة الدكتورة: **قدواري فاطمة الزهرة**؛

المشرفة على هذا العمل، لما بذلته من متابعة طيلة إنجازه، وما قدمته من توجيهات علمية قيّمة ونصائح منهجية ثمينة وملاحظات بناءة، كان لها الأثر البالغ في إخراج هذا العمل في صورته النهائية؛ لقد كانت الأستاذة المشرفة مثالا يحتذى في العلم والخلق، ولم تبخل علينا بخبرتها، وصبرها الكريم، وتشجيعها المستمر في مختلف مراحل إعداد هذه المذكرة.

فجزاها الله عنا خير الجزاء، وبارك في علمها وعملها، وجعل ما قدمته في ميزان حسناتها.

كما لا يفوتنا أن نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى أساتذتنا أعضاء لجنة المناقشة

إلى كافة أساتذة قسم الحقوق، لما بذلوه من جهد في تكويننا العلمي وتوجيهنا طيلة مسيرتنا الجامعية.



تمعرات هادية
تواتي مباركة

قائمة المختصرات

باللغة العربية:

ق.م.ج: قانون مدني جزائري

ج.ر: جريدة رسمية

ج: جزء

د.س.ن: دون سنة النشر

ص: صفحة

ع: عدد

ف: فقرة

مج: مجلد

باللغة الأجنبية:

J.O.R.F: Journal Officiel de la République Française

Vol: Volume

N°: Numéro

P: page

Art: Article

C.C.F: Code Civile Français

Ibid : Ibidem

هتدفة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة بفعل الثورة الرقمية، التي لم تقتصر آثارها على الجانب التكنولوجي فحسب، بل امتدت إلى إعادة تشكيل أنماط الحياة الإنسانية، بما في ذلك طرق التفاعل الاجتماعي، وسائل المعرفة، وأنماط الاستهلاك، وفي خضم هذا التغيير، ظهرت التجارة الإلكترونية كواحدة من أبرز تجليات الاقتصاد الرقمي، حيث أصبحت المعاملات تتم عن بعد، وفي بيئة افتراضية، عبر شبكات الاتصال الحديثة، وعلى رأسها شبكة الإنترنت، وقد أسهمت هذه الطفرة التكنولوجية في تسهيل عمليات التبادل التجاري، وتوسيع نطاق الأسواق، وتمكين الأفراد من النفاذ إلى عدد لا محدود من السلع والخدمات.

غير أن هذه الطفرة، على أهميتها، أفرزت تحديات قانونية بالغة التعقيد، خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني، الذي يعتبر الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية، لكونه غالبا ما يكون محدود الخبرة، قليل الدراية بالجوانب التقنية والقانونية، في مواجهة موردين يستخدمون وسائل إشهار جذابة، ويملكون إمكانيات تقنية وتسويقية عالية.

وعلى خلاف المستهلك التقليدي الذي يتعاقد في إطار علاقة مباشرة، فإن المستهلك الإلكتروني يجد نفسه في بيئة افتراضية قد تفتقر إلى الحد الأدنى من الشفافية والضمانات، مما يجعله عرضة لممارسات غير مشروعة، كالإشهار المضلل، الإخلال بالالتزام بالإعلام، فرض الشروط التعسفية، وانتهاك سرية بياناته أو تعريضه لمخاطر تقنية عند الدفع الإلكتروني.

وأمام هذا الواقع الجديد، بات من الضروري أن يواكب التشريع الجزائري هذه التغيرات، من خلال تبني نصوص قانونية خاصة توفر حماية فعالة للمستهلك في البيئة الرقمية، تراعي خصوصية العلاقة التعاقدية الإلكترونية، وتضمن التوازن بين أطرافها، وقد استجابت الجزائر لهذا المطلب من خلال إصدار القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والذي يعد أول نص تشريعي جزائري ينظم بصورة متكاملة العلاقات التعاقدية التي تبرم بوسائل إلكترونية، مع تخصيص عدة مواد لحماية المستهلك الإلكتروني، سواء قبل إبرام العقد أو أثناءه.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الطابع المستجد لموضوعها الذي يندرج ضمن اهتمامات المشرع والمجتمع على حد سواء، نظرا للانتشار المتزايد للتجارة الإلكترونية في الجزائر، وما يرافقها من ممارسات قد تخلّ بمبدأ حماية المستهلك، كما تكتسي هذه الأهمية بعدا نظريا يتمثل في محاولة فهم الأطر القانونية الجديدة المنظمة لهذه العلاقات، وبعدا عمليا من خلال الوقوف على مدى كفاية الضمانات التي يوفرها القانون 18-05.

إشكالية الدراسة:

في ضوء ما سبق، تتبلور الإشكالية الرئيسية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها كما يلي:

هل الأحكام القانونية التي قررها المشرع الجزائري في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كافية لضمان حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني في مواجهة التحديات القانونية والتقنية التي يفرضها التطور الرقمي؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- كيف عالج المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني المضلل في إطار حماية المستهلك الإلكتروني ضمن القانون 18-05؟
- 2- ما هي حدود الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية، وما مدى فعالية الجزاءات المقررة عند الإخلال به؟
- 3- هل استطاع القانون 18-05 ضمان التوازن العقدي من خلال تكريس الحق في العدول، ومكافحة الشروط التعسفية؟
- 4- ما مدى نجاعة الآليات القانونية في حماية المستهلك الإلكتروني من المخاطر التقنية كالدفع الإلكتروني ومعالجة المعطيات الشخصية؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز حاجة المستهلك الإلكتروني إلى ضمانات قانونية فعّالة عند إبرام العقد الإلكتروني، بالنظر إلى ما قد يتعرض له من مخاطر متعددة يجهلها، مصدرها في الغالب المورد الإلكتروني أو طبيعة البيئة الرقمية. كما تسعى إلى تحليل أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، واستعراض مختلف الآليات التي قررها لحماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد، تجنباً لوقوعه في التضليل أو الاستغلال.

وتولي الدراسة اهتماماً خاصاً بالحقوق التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة التعاقد والتنفيذ، مع التركيز على مدى نجاعة هذه الحماية في الممارسة العملية. ومن بين الأهداف الأساسية كذلك، تقييم فعالية الإطار التشريعي الذي جاء به القانون 18-05، وقدرته على تكريس حماية متوازنة وفعالة للمستهلك الإلكتروني من التحديات التي تفرضها البيئة الرقمية، لاسيما فيما يتعلق بالإشهار المضلل، عدم التوازن العقدي، والمخاطر التقنية.

أسباب اختيار الموضوع:

في ضوء ما تقدّم، تم اختيار هذا الموضوع استناداً إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

- **من الناحية الذاتية:** ينبع اختيارنا من اهتمام شخصي بالإشكاليات القانونية المعاصرة، خاصة تلك التي أفرزتها البيئة الرقمية في مجال العلاقات التعاقدية، كما أن الرغبة في مواكبة التطورات التكنولوجية وانعكاساتها القانونية، والافتتاع بأهمية تعزيز ثقافة الاستهلاك الإلكتروني الآمن، شكّلت دافعا قويا للتعلم في هذا المجال، إلى جانب ذلك، نطمح إلى الإسهام في تطوير فهمنا القانوني للتوازن العقدي في الفضاء الرقمي.
- **من الناحية الموضوعية:** يفرض تسارع وتيرة التجارة الإلكترونية تحديات قانونية مستجدة، تتعلق أساساً بكيفية ضمان حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني، باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، ورغم أن القانون 18-05 يعد خطوة هامة، إلا أنه لا يزال يثير تساؤلات حول مدى كفايته وفعاليتيه، كما أن ندرة الدراسات المتخصصة في هذا المجال داخل البيئة الأكاديمية الجزائرية شكّلت دافعا موضوعيا لمعالجة هذا الموضوع، ومحاولة سد جزء من الفراغ البحثي فيه.

الصعوبات المعترضة للدراسة:

- لم تكن هذه الدراسة بمنأى عن بعض الصعوبات التي اعترضتها سواء من حيث:
- محدودية الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تعالج بموضوع حماية المستهلك الإلكتروني في ضوء القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بشكل منهجي نسبيا، وانعدام المراجع التي لها علاقة بهذا الموضوع بصفة ملموسة على مستوى المكتبة، وهو ما شكّل عائقا أمام الإحاطة الشاملة بجوانب الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.
 - اللجوء إلى القواعد العامة لإنعدام وجود بعض النصوص القانونية الخاصة التي تحكم المستهلك الإلكتروني وإسقاطها عليه.
 - غياب الإجهادات القضائية الجزائرية المتخصصة في حماية المستهلك الإلكتروني، مما حدّ من إمكانية دعم التحليل النظري بأمثلة عملية تعزز من واقعية الدراسة.
 - ومن جانب آخر، فإن الطابع التقني لبعض محاور الموضوع، لاسيما ما يتعلق بأنظمة الدفع الإلكتروني وحماية البيانات الشخصية، فرض تحديا إضافيا تمثل في ضرورة الإلمام بجوانب تقنية ومعلوماتية مكّلة للجانب القانوني، قصد الإحاطة الدقيقة بالإشكالات التي يفرزها الواقع الرقمي عند تنفيذ الالتزامات العقدية.

الدراسات السابقة:

- استندت هذه الدراسة إلى مجموعة من الدراسات العلمية التي تناولت موضوع حماية المستهلك الإلكتروني، ومن أبرز هذه الدراسات:
- أطروحة دكتوراه للباحث رحالي سيف الدين (2024)، الموسومة بـ: "الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني"، المنجزة بجامعة أحمد بوقرة-بومرداس، تخصص قانون خاص، وقد ركزت على تحليل أهم الضمانات القانونية المقررة لحماية المستهلك في البيئة الرقمية، خاصة في ظل المخاطر التي تفرضها المعاملات الإلكترونية.
 - أطروحة دكتوراه للباحث بادي عبد الحميد (2019/2018)، بعنوان: "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني"، المنجزة بجامعة الجزائر1، تخصص قانون خاص، والتي قدمت دراسة معمقة للمسائل القانونية المتعلقة بإبرام العقود الإلكترونية، ومدى ملاءمة الحماية المقررة للمستهلك ضمن هذا الإطار.

- مذكرة ماجستير للباحثة الذهبي خدوجة (2014/2013)، بعنوان: "الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية"، بجامعة أدرار، تخصص القانون الخاص، وقد تناولت مختلف الوسائل القانونية المتاحة لضمان حماية فعالة للمستهلك في ظل العقود المبرمة عبر الوسائط الإلكترونية.

تعد هذه الدراسات مرجعا هاما في بلورة الإطار النظري لهذا البحث، كما ساعدت على تحديد أهم المسائل الجدلية المتعلقة بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، مع الإشارة إلى أن هذه الدراسة تسعى إلى استكمال الجهود السابقة من خلال التركيز على تحليل مدى فعالية القانون 05-18 في ضوء التحديات القانونية والتقنية التي تفرضها البيئة الرقمية في الجزائر.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحليلي لفهم وتفسير النصوص القانونية المنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني الواردة في القانون 05-18، إضافة إلى النصوص المكملة له كالقانون 03-09 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كما تمّ توظيف المنهج الوصفي في عرض الإطار المفاهيمي والنظري للمفاهيم المرتبطة بالموضوع.

تقسيم الدراسة:

من أجل الإحاطة بجوانب الموضوع محل الدراسة، ومعالجة الإشكالية المطروحة والتساؤلات المتفرعة عنها، وبلوغ الأهداف المرجوة، ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين على النحو الآتي:

جاء الفصل الأول بعنوان: **حماية المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد**، مؤرّع على مبحثين، خصّص المبحث الأول لدراسة: **حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل**، من خلال التطرق إلى الحماية المدنية والحماية الجزائية ضمن مطلبين، بينما ركّز المبحث الثاني على **الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني**.

أما الفصل الثاني فقد كان بعنوان: **حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد**، ويتضمن بدوره مبحثين؛ جاء المبحث الأول موسوما بـ: **ضمان التوازن العقدي في عقد الاستهلاك الإلكتروني**، وذلك بالتطرق إلى الحق في ضمان العيوب الخفية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني، والحق في العدول وكذا الحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، أما المبحث الثاني فخصّص لدراسة **ضمان أمن المستهلك الإلكتروني من المخاطر**

التقنية، من خلال تناول حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى حماية بياناته الشخصية، ضمن مطلبين منفصلين. ونختم الدراسة بعرض أبرز النتائج التي توصلنا إليها، مع تقديم مجموعة من الاقتراحات التي توصلنا إليها لتعزيز حماية المستهلك الإلكتروني في القانون 18-05.

الفصل الأول: حماية المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد

في ظل التحول الرقمي المتسارع وانتشار المعاملات الإلكترونية، برزت الحاجة الملحة إلى توفير حماية قانونية فعّالة للمستهلك الإلكتروني، خاصة في المرحلة السابقة لإبرام العقد، إذ يواجه هذا الأخير جملة من التحديات، من أبرزها ضعف الشفافية، وتضليل المعلومات، وغياب الضمانات الكافية التي تكفل له اتخاذ قرار تعاقدى واع ومستنير، وهو ما يستدعي تدخلا تشريعيا يضمن وضوح المعلومات وتوازن العلاقة التعاقدية في البيئة الرقمية.

لذلك قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، حيث يتضمن المبحث الأول حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل، بينما يتناول المبحث الثاني الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني.

المبحث الأول

حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل

يمثل الإشهار الإلكتروني المضلل أحد أبرز التهديدات التي تواجه المستهلك في البيئة الرقمية، نظرًا لما ينطوي عليه من ممارسات خادعة تؤثر على إرادته وتدفعه إلى التعاقد بناء على معلومات غير صحيحة أو مضللة، ومن ثم، فإن تنظيم هذا النوع من الإشهار يشكل إحدى الدعائم الأساسية لضمان شفافية المعاملات التجارية الإلكترونية، وتعزيز الثقة بين الموردين والمستهلكين في الفضاء الرقمي.

وبالنظر إلى تنوع الآليات القانونية التي تمكّن المستهلك من مواجهة هذه الممارسات، فإن دراسة الحماية المقررة له تستلزم التطرق إلى الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل (المطلب الأول) والحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل

يعد الإشهار الإلكتروني وسيلة أساسية لترويج المنتجات، لكنه قد يكون مضللًا، مما يستدعي حماية المستهلك مدنيا عبر آليات قانونية تضمن الشفافية، تمنع الخداع، وتكفل حق التعويض عند الضرر.

لذلك سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى مفهوم الإشهار الإلكتروني المضلل (الفرع الأول)، ثم نتناول الضوابط المدنية للإشهار الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم الإشهار الإلكتروني المضلل

سنتطرق في هذا الفرع إلى تعريف الإشهار الإلكتروني المضلل (أولاً)، وخصائص الإشهار الإلكتروني المضلل (ثانياً).

أولاً: تعريف الإشهار الإلكتروني المضلل

قبل التطرق إلى تعريف الإشهار الإلكتروني المضلل، من الضروري أولاً الوقوف على مفهوم الإشهار الإلكتروني بشكل عام، ويعرّف هذا الأخير بأنه: "هو عرض منتجات للبيع وذلك باستعمال أساليب خاصة تقوم أساساً على الدعاية والترويج اللذان يعتبران أمرين ضروريين للتعريف بالمنتج".¹

ويتميّز الإشهار الإلكتروني بكونه عملية رقمية بحتة تيسر على المستهلك عملية الاطلاع على مزايا وبيانات المنتجات أو الخدمات في أي زمان ومكان، ويتم الترويج لهذه المنتجات من خلال منصات رقمية متنوعة، كالمواقع الإلكترونية ومحركات البحث وشبكات التواصل الاجتماعي.

أما فيما يخص تعريف الإشهار الإلكتروني المضلل فهو: "الإشهار الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك من خلال بيانات ليست كاذبة وإنما تؤدي إلى خداع الجمهور".²

كذلك يمكن القول بأن الإشهار التضليلي هو كل محاولة تضليل المستهلكين وتقديم معايير السلعة ووصفها والترويج لها بطريقة مبالغ فيها أو خدمة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة باستعمال الوسائط الإلكترونية والتي من شأنها أن تقوم بتغليب المستهلك.³

نستنتج أن الإشهار الإلكتروني المضلل هو أسلوب يهدف إلى جذب المستهلكين من خلال تقديم معلومات ومواصفات دعائية غير مطابقة للواقع، بغرض التأثير على إرادتهم وخداعهم ودفعهم إلى التعاقد، وغالباً ما يكتشف المستهلك، بعد

¹نورة جبارة، "الإشهار الإلكتروني كوسيلة للإعلام"، مجلة الدراسات القانونية، مج 07، ع 02، جوان 2021، جامعة سيدي يحيى فارس بالمدينة، الجزائر، ص 672 .

²علاوة هوام، سارة عزوز، "الحماية الجزائية للمستهلك من الممارسات غير النزيهة"، مجلة الحقوق والحريات، ع 04، أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 292.

³عبد الكريم بوخالفة، "حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الإلكتروني"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مج 01، ع 02، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، ص 126.

إبرام العقد، أنه قد وقع ضحية للتضليل، إذ تكون السلعة أو الخدمة التي حصل عليها لا تتوافق مع المزايا التي تم الترويج لها.¹

إن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على تعريف الإشهار الإلكتروني المضلل وإنما ذكر حالاته، إذ نجد المشرع في المادة 28 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية²، اعتبر الإشهار المضلل ممارسة تجارية غير أخلاقية، ووردت ثلاث حالات بشكل غير حصري، يمكن من خلالها استنتاج الطبيعة المضللة للإشهار، وهي:

1. أن يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو وفرته أو مميزاته.

2. يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

3. يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكن ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

ثانياً: خصائص الإشهار الإلكتروني المضلل

قبل التطرق إلى خصائص الإشهار الإلكتروني المضلل، يجدر الإشارة إلى الخصوصيات التي تميز اللغة الإشهارية عموماً، والتي تتسم بطابعها الإعلامي والتأثيري³، أما الإشهار الإلكتروني المضلل، فيتمثل جوهره في استعمال الوسائط الإلكترونية لتمرير معلومات أو معطيات غير صحيحة أو مبالغ فيها، بقصد التأثير

¹ أمينة مقلاتي، فراح ربيعة، "مسؤولية المورد الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي: (التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق)، المنعقد في نوفمبر 2022، جامعة تمنغست، ص9.

² القانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 41، المؤرخة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06، مؤرخ في أوت 2010، ج ر، ع 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.

³ كلثوم مدقن، "لغة الإشهار، وظائفها، أنماطها وخصائصها"، مجلة الأثر، ع 29، ديسمبر 2017، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص149.

على إرادة المستهلك الإلكتروني ودفعه إلى اتخاذ قرار تعاقدى لم يكن ليقدم عليه لو كان على علم بالحقيقة، ويتميز هذا النوع من الإشهار بعدة خصائص، من أبرزها:

أ- الإعلان نشاط غير شخصي:

ليس هناك ضرورة في الإعلان وجود إتصال مباشر بين المعلن والمعلن إليه¹، يمكن إستخدام أي وسيلة من وسائل السمعي البصري بغرض الوصول إلى تضليل المستهلك حسب وسيلة الإعلان التجاري تقليدية كانت أو إلكترونية².

ب- إحتواء الرسائل الإلكترونية على عروض تجارية:

إن الهدف من الرسائل الإلكترونية هو التعريف بالسلع والخدمات وجذب المستهلكين على موقعها الإلكترونية مع التحفيز على التعاقد بشأنها، وهذا مثل أي إشهار تجاري مشروع³، وقد تكون غير مشروعة مثل تجارة المقاطع الجنسية الفاضحة أو المنتجات المقلدة⁴.

ج- الإرسال المكثف والمتكرر للوسائل:

ويتم ذلك عادة بواسطة تقنيات وتطبيقات تكنولوجية معدة خصيصا لإرسال عدد كبير من الرسائل الإشهارية إلى البريد الإلكتروني للمرسل إليهم متسببة عادة في نقل لحواسيبهم الآلية وضعف في تدفق الأنترنت بالنسبة لمقدم خدمة الدخول⁵.

¹ محمد الأمين نويري، "الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار التجاري التضليلي"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى القانوني حول: (الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وآثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك)، يوم 05 ديسمبر 2018، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، ص5.

² ريمة عبد الصمد، "حماية المستهلك من الإشهار المضلل للعلامة التجارية خلال التعاقد الإلكتروني"، مجلة الحوكمة والقانون الاقتصادي، مج01، ع 02، سنة 2021، جامعة الحاج لخضر - باتنة1، ص42.

³ حسين جفالي، الطاهر دلول، "الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج02، ع04، جامعة عمار ثلجي - الأغواط، ص527.

⁴ نجا زعزوعة، "الحماية الجزائرية للمستهلك من جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المشروع في ظل أحكام قانون 05-18"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج16، ع01، 2023، كلية الحقوق، جامعة عين تموشنت (الجزائر)، ص375.

⁵ فاتح بن خالد، سعاد قيرة، "الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني غير المرحب به - إشهارات البريد الإلكتروني نموذجاً"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، مج3، ع01، جوان 2018، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف02، ص74.

كما أنها تهدر من وقت المستهلك، إذ يقضي المستهلك وقتاً طويلاً في حذف هذه الرسائل مما يسبب إرهاقه، بالإضافة إلى ذلك فقد تهدد هذا الرسائل خاصة الإستهبيان المباشر خصوصية المستهلك، وذلك في كشف رغباته و ميولاته للغير.¹

د - إنعدام الأمان:

هناك عامل آخر مهم وهو عدم وجود إرشادات للشراء عبر الأنترنت بأمان، ومن المهم إدراك أن المعاملات التجارية ليست آمنة 100%، فهناك دأمة درجة من المخاطرة عند شراء سلعة أو منتج.²

هـ - الإحتيال:

يتم الإحتيال عبر الأنترنت للحصول على المعلومات المصرفية خاصة بالمستهلك وإستخدامها لطلب البضائع أو تحويل الأموال إلى حساب مصرفي آخر.³

الفرع الثاني: الضوابط المدنية للإشهار الإلكتروني

في ظل تنامي التجارة الإلكترونية واعتماد الموردين بشكل متزايد على الإشهار الرقمي كوسيلة رئيسية للتسويق، تبرز الحاجة إلى ضبط هذه الوسيلة قانونياً، لاسيما من حيث ضمان شفافيتها وصدق مضمونها، إذ قد ينطوي الإشهار الإلكتروني في كثير من الأحيان على مبالغات أو بيانات مضللة تؤثر على رضا المستهلك وتخل بمبدأ حسن النية في التعاقد، لهذا تولي التشريعات المدنية أهمية خاصة لتقييد حرية الإشهار بضوابط تهدف إلى حماية رضا المستهلك.

ومن هذا المنطلق، سنتناول في هذا الفرع أبرز هذه الضوابط، وذلك من خلال التطرق إلى اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني (أولاً)، ومنع الإعلان الإلكتروني المضلل (ثانياً).

¹ حسين جفالي، الطاهر دلول، مرجع سابق، ص 227.

² Nath Mandal Shashi, "Protection of Consumers' Rights in Electronic Transactions", Hooghly Mohsin College, Higher Education Department, The University of Burdwan, Gov of west Bengal India, 8 jul 2011, p 5.

³ Ibid, p 5.

أولاً: إشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

تناول المشرع الجزائري الإعلان في المجال الاستهلاكي عبر عدة نصوص، حيث نصّ في المادة 2 الفقرة 8، من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم¹، على أن الإشهار يشمل: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات... بصرية أو سمعية بصرية"، مستعملاً بذلك مصطلح "الدعاية" كمفهوم شامل لمختلف أشكال الإعلان.

وفي إطار تنظيم التجارة الإلكترونية، عرف القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية²، الإعلان الإلكتروني في المادة 6 الفقرة 6 بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

يتضح من خلال هذا التعريف أن المشرع يشدد على الغرض الترويجي للإعلان، سواء تم بشكل صريح أو ضمني، مما يستلزم من المورد الإلكتروني الالتزام بمبدأ الوضوح والصدق، ضماناً لعدم تضليل المستهلك الإلكتروني.

ويعرف الإعلان الإلكتروني على أنه: "كل خبر تجاري أو مهني يقوم به التجار ومقدمو الخدمات باستخدام وسائل إلكترونية لإعلام المستهلك بمزايا السلع والخدمات بهدف تحفيزه وزيادة رغبته في التعاقد"³.

ويمثل الإعلان الإلكتروني شكلاً حديثاً من الإعلانات يعتمد على الوسائل الرقمية، وخاصة الإنترنت، لنشر المعلومات حول المنتجات والخدمات، ويتميز بالمرونة، والتكلفة المنخفضة، وسرعة الانتشار، مع إمكانية استهداف الشرائح بدقة،

¹ المرسوم التنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، ع 05، سنة 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-135، المؤرخ في 16 جانفي 2001 ج ر، ع 61، سنة 1990.

² القانون رقم 18-05، مؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28، المؤرخة في 16 ماي 2018.

³ Sourour Boukemouche, "The legal system for electronic advertisements", Journal Of LEGAL STUDIES, vol 09, N° 02, jun 2023, Faculty of law and political Science, University of Blida2- Algeria, p 940.

كما يدمج بين النصوص والصور والفيديوهات، مما يجعله أكثر تفاعلية وتأثيرا مقارنة بالإعلان التقليدي.¹

وقد وضع المشرع الجزائري قواعد قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني من الأضرار الناتجة عن الإعلانات الإلكترونية المضللة، التي قد تعرض حياتهم وسلامتهم وحتى وضعهم المادي للخطر، حيث نص المشرع على عدة شروط يجب استفاؤها لأي إعلان أو ترويج، وتتضمن هذه الشروط على أنه لا يجوز أن يخل بالآداب العامة أو النظام العام وعدم وجود محتوى مضلل أو غامض.²

ووضوح الإعلان الإلكتروني يعني تقديم بيانات كافية ومفهومة عن المنتج أو الخدمة، بحيث تساعد المستهلك على إتخاذ قرار مستتير دون لبس أو غموض. لتحقيق ذلك، يجب على المعلن استخدام عبارات واضحة وسهلة تتناسب مع الجمهور المستهدف، فإذا كان المنتج موجّها لعامة الناس، ينبغي استخدام لغة بسيطة ومباشرة، أما إذا كان الإعلان مخصصا لخبراء، كالمجال الطبي، فيجب أن يكون بصياغة متخصصة تتماشى مع مستوى فهمهم.³

ونص المشرع على ذلك صراحة في المادة 18 من القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁴، بقوله: " 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 الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".

¹ فائزة سبع، الطاهر بن يعقوب، "آليات حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول: (المستهلك والاقتصاد الرقمي ضرورة الانتقال وتحديات الحماية)، المنعقد يومي 23-24 أبريل 2018، جامعة فرحات عباس - سطيف 1، الجزائر، ص3.

² Kettab Zahia, "Legal Mechanisms for Consumer Protection under Algerian E-Commerce Law", *JOURNAL OF LAW AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT*, vol.13, N° 1, 2025, Faculty of law and political Sciences, Abdelhamid Ben Badis University of Mostaganem, Algeria, p 9-10.

³ وفاء بن يحيى، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في قانون حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر، 2016، ص 14.

⁴ القانون رقم 09-03، مؤرخ في 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر ع15، مؤرخة في 2009/03/8، معدل ومتمم بالقانون رقم 18-09، مؤرخ في 2018/06/10، ج.ر ع35، مؤرخة في 2018/06/13.

من منظورنا، نرى أن وضوح الإعلان الإلكتروني ضروري لحماية المستهلك، فهو يجب أن يزوده بمعلومات دقيقة وكاملة عن المنتج أو الخدمة، مثل الخصائص، السعر، وشروط الاستخدام، حتى يتمكن من اتخاذ قرارات واعية دون التعرض للتضليل.

كما أن بعض القوانين تضمن حق المستهلك في معرفة أن ما يراه هو إعلان واضح، مع الكشف عن أي علاقة تجارية بين المعلن والمنتج أو الخدمة، مما يعزز الشفافية ويحميه من الخداع.

ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني المضلل

لقد تم تجريم الإعلانات الإلكترونية المضللة التي باتت تواجه المستهلك كون هذا الأخير يعتبر ممارسة غير نزيهة، ويعتبر كذلك إشهار غير شرعي وممنوعاً، كما جاء في المادة 28 من القانون 04-02 السالفة الذكر، ولتقادي الإعلانات الإلكترونية المضللة التي تهدف إلى تغليط المستهلك بهدف جذبهم للتعاقد، ولكيلا يضر الإعلان الرقمي المضلل بالمستهلك وجب حماية الجمهور لكي يحظى بمنافسة حرة ونزيهة وحق الحصول عن المعلومات الصحيحة عن المنتجات والخدمات المعلن عنها عبر شبكة الانترنت.¹

وإذ أن المستهلك يجد نفسه قد تم الإحتيال عليه جراء الإعلانات الخادعة، ولا يكتشف ذلك إلا بعد فوات الأوان، لذلك نجد المشرع الجزائري قد نص في المواد 30، 31، 32، 34، 37، 38، 40 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على تجديد عقوبات صارمة على من يقوم بخداع المستهلك وتضليله من خلال الإعلان المظلل²، وبالتالي نجد أن المشرع قد أخذ الأمر بجدية ومسؤولية أكبر، خاصة أن النصوص التقليدية أصبحت غير قادرة على الوقوف على أساليب التضليل الإلكتروني.³

¹ مريم الطويل، "الإشهار التضليلي الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، مج01، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون- تيارت، ص 64 .

² أحمد حسين، محمد خلايفية، الحماية القانونية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ومكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2023، ص 25-26.

³ سمير شيهاني، ريمة عباس "الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، مج08، ع02، 2023، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، ص541-542.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل

بالنظر إلى ما يشكله الإشهار الإلكتروني المضلل من مساس بحقوق المستهلك وثقة المعاملات التجارية، أقر المشرع حماية جزائية خاصة تهدف إلى تجريم هذا السلوك وردعه، ويتطلب تفعيل هذه الحماية ضمن هذا المطلب التوقف عند أركان الجريمة من جهة (الفرع الأول)، والعقوبات المقررة لها من جهة أخرى (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أركان جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

لا تقوم المسؤولية الجزائية عن الإشهار الإلكتروني المضلل إلا بتوافر الأركان القانونية المكونة للجريمة، والتي تمكن من تكييف الفعل على أنه سلوك مجرم، وعليه، سنتناول في هذا الفرع أركان جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل، من ركن شرعي (أولاً)، وركن مادي (ثانياً)، وركن معنوي (ثالثاً).

أولاً: الركن الشرعي لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

يتمثل الركن الشرعي في وجود نص قانوني يجرم صراحة فعل الإشهار الإلكتروني المضلل، ويرتب عليه جزاء جزائياً، حيث اعتبره ممارسة تجارية غير مشروعة يعاقب عليها بنصوص قانونية، ووضع حداً لأساليب الإشهار المضلل التي يضعها المورد من أجل ترويجه للسلع والخدمات بغية جلب المستهلك الإلكتروني للتعاقد عليها¹، وقد ورد هذا الركن في أحكام المادة 40 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، التي نصت على ما يلي: "دون المساس بحق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30.... 34 من هذا القانون".²

وعليه، فإن الإشهار الإلكتروني المضلل يجد أساسه التجريمي في هذه المادة، طالما ارتبط بمخالفة الالتزامات القانونية التي تفرض إعلاماً صادقاً وواضحاً للمستهلك.

كما تقرر المادة 48 من نفس القانون تشديد العقوبة في حال العود، إذ تضاعف الغرامة إذا تم ارتكاب الجريمة مجدداً خلال مدة تقل عن 12 شهراً،

¹ سارة عزوز، حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه LMD في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1-الحاج لخضر، السنة الجامعية 2016-2017، ص 279.

² المادة 40 من القانون رقم 05-18، السالف الذكر.

ثانيا: الركن المادي لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

يقوم الركن المادي لأي جريمة على توافر ثلاثة عناصر أساسية: السلوك الإجرامي، النتيجة الإجرامية، وعلاقة السببية بينهما، وفيما يتعلق بجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل، فإن المشرع لم يحدد صراحة صور السلوك الإجرامي ضمن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، باستثناء ما ورد في الفقرة الخامسة من المادة 30، التي اشترطت ألا يكون العرض التجاري مضللاً أو خادعاً.

وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وتحديدًا المادة 28، نجد أن المشرع بيّن بعض صور الإشهار المضلل، مما يسمح بتطبيق تلك الأحكام على الإشهار الإلكتروني في حال تحققت عناصر الجريمة.¹

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع لم يشترط في هذه الجريمة تحقق نتيجة إجرامية فعلية، بل يكفي أن يكون مضمون الإعلان من شأنه إيهام المستهلك أو التأثير في إرادته بشكل غير مشروع، مما يجعلها جريمة خطر لا يشترط فيها وقوع ضرر فعلي.

ثالثا: الركن المعنوي لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

يقصد بالركن المعنوي في الجرائم بوجه عام، القصد الجنائي الذي يتمثل في انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المجرّم مع العلم بخطورته وعدم مشروعيته، غير أن جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل، كما نظمها القانون رقم 18-05، لا تتطلب توفر سوء النية أو قصد خاص، بل يكفي فيها مجرد القيام بالفعل المخالف، أي نشر إعلان إلكتروني يتضمن معطيات من شأنها تضليل المستهلك.

وعليه، تعد هذه الجريمة من الجرائم المادية أو الشكلية التي لا يشترط فيها توافر القصد الجنائي بالمعنى التقليدي، بل يرتب القانون الجزاء بمجرد تحقق السلوك المادي المجرّم، دون حاجة لإثبات نية التضليل بشكل صريح.²

¹ فيصل بوجبل، سمار نصر الدين، "مظاهر الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني المضلل وفق أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، مج 07، ع 02، ديسمبر 2022، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، ص 17.

² المرجع نفسه، ص 18.

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

حرص المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على مواجهة الإشهار الإلكتروني المضلل باعتباره من الممارسات التجارية غير المشروعة التي تضر بمصالح المستهلك¹، وقد اختار المشرع في هذا المجال العقوبات المالية كوسيلة ردعية رئيسية، وهو ما ينسجم مع طبيعة هذه الجرائم الاقتصادية، التي غالبا ما ترتكب بدافع الربح السريع والكسب غير المشروع.²

وتنص المادة 40 من القانون المذكور سالفًا على أنه: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون."

كما تشدد العقوبة في حالة العود³، حيث تضاعف الغرامة لتتراوح بين 100.000 دج و1.000.000 دج، إذا ارتكبت الجريمة مجددا خلال أجل أقل من اثني عشر (12) شهرا.

إضافة إلى ذلك، أتاح المشرع آلية الصلح في الجرائم المرتبطة بالإشهار الإلكتروني المضلل، والتي تشكل إحدى وسائل التسوية الإدارية⁴، وذلك وفقا للمادة 46 من ذات القانون، التي تنص على أن: "مبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون".

وفي حال قبول المورد الإلكتروني بالصلح، يحق للإدارة المختصة تطبيق تخفيض بنسبة 10% على مبلغ الغرامة.⁵

¹ ريمة عبد الصمد، مرجع سابق، ص 47.

² حسين جفالي الطاهر دلول، مرجع سابق، ص 531.

³ وليد قحاق، "جرائم الاشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، مج 09، ع02، جويلية 2020، جامعة الحاج لخضر باتنة1، ص 564.

⁴ فاتح بن خالد، سعاد قيرة، مرجع سابق، ص 76.

⁵ عماد الدين لكحل، إسلام شنية، "حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل في ظل القانون 18-05"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج11، ع03، 2023، مركز الحكمة للبحوث والدراسات - الجزائر، ص 70.

ومن خلال هذه الأحكام، يتضح أن المشرع الجزائري قد اعتمد مقارنة مزدوجة تقوم على الردع بالعقوبات المالية من جهة، والمرونة عبر الصلح من جهة أخرى، بما يحقق توازنا بين حماية المستهلك وضمان استقرار المعاملات الإلكترونية.

المبحث الثاني

الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني

يعد الالتزام بالإعلام من أبرز الآليات القانونية التي اعتمدها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني، باعتبار أن هذا الأخير لا تتاح له في البيئة الرقمية فرصة المعاينة المادية للمنتج أو التحقق المباشر من خصائص الخدمة، ولهذا أوجب القانون على المورد أو المتعاقد المحترف تقديم معلومات دقيقة وكافية قبل إبرام العقد، بما يتيح للمستهلك اتخاذ قراره عن علم ووعي.

وقد كرس المشرع الجزائري هذا الالتزام من خلال أحكام القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، محددًا مضمون المعلومات الواجب إعلام المستهلك بها، ومقررا جزاءات عند الإخلال بهذا الالتزام.

وبناء عليه، سيتم في هذا المبحث تناول مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني (المطلب الأول)، ثم جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

ألزم القانون رقم 05-18 المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من الاطلاع المسبق على عدد من البيانات الجوهرية المتعلقة بهوية المورد، وخصائص المنتج أو الخدمة، وشروط التعاقد، ويندرج هذا الالتزام ضمن الإطار العام لحماية المستهلك الإلكتروني، ويعتبر شرطا لازما لصحة الرضا التعاقدي في البيئة الرقمية.¹

في هذا السياق، يهدف هذا الفرع إلى تحديد المقصود بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني، استنادا إلى أحكام التشريع الجزائري ذات الصلة (الفرع الأول)، ثم تحديد نطاقه (الفرع الثاني).

¹ Douaa Khadidja MAHDJOURI, **The Protection of the Consumer in Electronic Commerce Contracts in Algerian Legislation**, Master's thesis, Business Law, Department of Law, Faculty of Political Science and Law, University of Mohamed Boudiaf - M'Sila, 2023-2024, p. 24.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

تقتضي حماية رضا المستهلك الإلكتروني إلزام المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من معلومات دقيقة، مسبقة وواضحة تتعلق بهوية المورد، ومواصفات المنتج أو الخدمة، وشروط التعاقد، وهو ما يكرسه التشريع الجزائري صراحة من خلال عدة نصوص.

يعرف بعض الفقهاء هذا الالتزام بأنه: "واجب قانوني يقع على عاتق المهني يتمثل في إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة وشروط التعاقد، بما يسمح بتكوين إرادة واعية وسليمة".¹

أما في البيئة الرقمية، فيعرف بأنه: "الالتزام سابق على التعاقد يقتضي تمكين المستهلك الإلكتروني من البيانات الأساسية التي تؤسس رضاه قبل إبرام العقد، بما في ذلك العناصر التقنية والقانونية للعقد الإلكتروني"²، وكذلك من جهة أخرى فقد تم تعريفه بأنه: "الالتزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع العقود الإلكترونية"³.

من الناحية التشريعية، لم يورد القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تعريفا صريحا لهذا الالتزام، إلا أنه نص على مضمونه وشروطه من خلال المواد 11 و13، حيث أوجب في المادة 11 تقديم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة⁴، وأن يتضمن العرض على الأقل مجموعة من البيانات الأساسية مثل: الهوية الكاملة للمورد، خصائص المنتج أو الخدمة، الشروط المتعلقة بالدفع والتسليم، وغيرها.⁵

¹ محمد زايد، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مجلة آفاق علمية، مج 12، ع 04، 2020، جامعة تمنغست، ص 541.
² علي محمد كامل محمد، "الحماية القانونية الوقائية للمستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة بين القانون المصري والفرنسي"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ع 56، 31 أكتوبر 2022، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر، ص 274.
³ عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 86.

⁴ نصت المادة 11 من القانون رقم 05-18 السالف الذكر على أنه: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر".
⁵ نصت المادة 13 من نفس القانون على أنه: "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:

- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات،
- شروط وكيفيات التسليم،
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع،.....
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع، طبقاً لأحكام المادة 2 أعلاه.

كما أشار القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في المادة 17، إلى وجوب إعلام المستهلك بجميع المعلومات المتعلقة بالمنتج باستخدام الوسم أو العلامات أو أي وسيلة مناسبة أخرى.

بناء على ما سبق، يمكن استخلاص أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني يتمثل في واجب المورد الإلكتروني في تقديم كافة البيانات الجوهرية اللازمة للمستهلك، من أجل ضمان تكوين رضا حر وواع في إطار عقد استهلاكي إلكتروني، يراعي التوازن بين الطرفين، ويكرس مبدأ الشفافية وحسن النية، ويجنب وقوع المستهلك الإلكتروني في عيوب خفية.¹

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

باستقراء أحكام المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الواردة ضمن الفصل الثالث تحت عنوان "المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني"، يتبين أن المشرع قد أقر التزاما صريحا يقع على عاتق المورد الإلكتروني، يقضي بضرورة تقديم العرض التجاري بطريقة مرئية، مقروءة ومفهومة، مع تضمينه الحد الأدنى من البيانات والمعلومات الجوهرية، دون حصرها بشكل نهائي.

ومن خلال تحليل هذا النص، يمكن تقسيم البيانات والمعلومات محل الالتزام بالإعلام إلى صورتين رئيسيتين:

- الصورة الأولى: تتعلق بالمعلومات الخاصة بالمورد الإلكتروني، والتي تهدف إلى تعريف المستهلك بهويته وموقعه ووسائل الاتصال به؛
- الصورة الثانية: تتعلق بالمعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة المعروضة، والتي تمكن المستهلك من الإلمام الكامل بخصائص العرض التجاري، بما في ذلك طبيعته، مميزاته وسعره شاملا كافة الرسوم.

أولا: المعلومات المتعلقة بالمورد الإلكتروني

يعتبر تحديد هوية المورد الإلكتروني من أبرز الجوانب التي تثير قلق المستهلك عند التعاقد عن بعد، إذ إن غياب المعرفة الدقيقة بشخصية المتعامل التجاري قد يضعف من عنصر الثقة ويضفي نوعا من الغموض على العملية التعاقدية، ولهذا، فإن بيان هوية المورد

¹بسمه محمد نوري كاظم البكري، "الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني دراسة في ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري" رقم 18-05 لسنة 2018 والتوجيه الأوروبي EU/ رقم 83 لسنة 2011، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، مج06، ع03، 2021، ص22-36، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة1، الجزائر، ص24.

يعد عنصرا أساسيا لتحقيق الأمان القانوني والعملي في العقود الإلكترونية¹، باعتبار أن وضوح شخصية الطرف الموجب يمثل خطوة محورية في بناء علاقة تعاقدية متوازنة، خاصة عندما يتعلق الأمر باسم شخص طبيعي محل اعتبار أو شخص معنوي كشركة لها سمعة محلية وعالمية، مما يعزز ثقة المستهلك في التعامل وجودة المنتج المقدم.²

وبالنظر إلى الطبيعة الخاصة للتعاقد عبر الوسائط الإلكترونية، والتي غالبا ما تتسم بانعدام الاتصال المادي بين الطرفين، فقد أقر المشرع الجزائري، من خلال المادة 11 من القانون رقم 05-18، التزاما على عاتق المورد الإلكتروني يتمثل في إعلام المستهلك بجملة من البيانات التعريفية³، وعلى وجه الخصوص: العنوان المادي والإلكتروني، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري، فضلا عن رقم التعريف الجبائي.

وتكمن أهمية هذا الالتزام في كونه يعزز من عنصرَي الثقة والأمان، ويمكن المستهلك من التأكد من وجود المورد كشخص قانوني أو طبيعي يمكن الرجوع إليه في حالة وقوع نزاع، كما يتيح للجهات الرقابية إمكانية تتبع مصدر المعاملات الإلكترونية المشبوهة أو المخالفة.⁴

ثانيا: المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة

يقصد بالصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة، المسائل التفصيلية التي يجب أن تصل إلى علم المستهلك، حتى يمكنه إصدار قبول بحرية تامة ودون ضغط أو تضليل، وهو ما يتحقق بوصف المنتج وصفا دقيقا وشاملا يتحقق معه وعلم المستهلك بالمبيع محل التعاقد علما كافيا

¹ خدوجة الذهبي، الآليات القانونية لحماية المستهلك في العقود التجارية الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2013-2014، ص 71.

² رشا مقدم، "التزام المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني وفقا للقانون رقم 05-18 المتعلق بحماية بالتجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، مج07، ع02، 2024، جامعة الشاذلي بن جديد- الطارف، الجزائر، ص1328.

³ صراح خوالف، "الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، مج01، ع01، جامعة ابن خلدون تيارت، ص71.

⁴ نورة بسعدي، خيرة العرابي، "الإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري" 05-18، مجلة صوت القانون، مج08، ع02، 2022، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، ص240.

نافيا للجهالة¹، عن طريق بيان الأوصاف الأساسية للسلعة ومميزاتها سواء ما تعلق منها بتكبيها وتغليفها وصيانتها وتعليمات استعمالها وإتلافها²، وجاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في نص المادة 17 على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك..."³، وهو ضرورة إعلام المورد للمستهلك بجميع البيانات المتعلقة بالسلعة أو المنتج، وذلك لتمكين المستهلك الإلكتروني اتخاذه قرار الإقدام بالتعاقد أو الإحجام عنه.

وقد عدت المادة 11 من القانون 18-05 الساف الذكر المعلومات التي يتعين على مقدم المنتج أو الخدمة إرفاقها مع عرضه التجاري الإلكتروني على سبيل المثال لا الحصر الأمر الذي يتيح للمستهلك الإلكتروني إمكانية التحقق من أية معلومات أو مواصفات تتعلق بالسلعة أو الخدمة⁴.

المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

تعتبر الثقة عنصرا محوريا في عقود التجارة الإلكترونية، خاصة بالنظر إلى طبيعتها التي تتم عن بعد، مما يجعل المستهلك غالبا في موقف غير متكافئ من حيث المعرفة بنطاق حقوقه والتزاماته، ومن ثم، فإن الإخلال بالالتزام بالإعلام من جانب المورد قد يؤدي إلى تأثير جوهري على رضا المستهلك، بما يفقد العقد أحد أركانه الأساسية، وهو الرضا المستتير.

وقد أشار القرآن الكريم إلى أهمية التوافق بين القول والفعل، في قوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ"⁵، وهي دلالة أخلاقية تعزز مبدأ الصدق والشفافية، الذي يمثل الأساس في العقود عامة، والعقود الإلكترونية على وجه الخصوص.

¹ حسين اجفالي، "الحماية الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام في التشريع الجزائري"، مجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج03، ع01، 2019، جامعة العربي التبسي-تبسة، ص135.

² نجية معداوي، "حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مج06، ع01، 12 ماي 2022، جامعة عمار تليجي- الأغواط، ص616.

³ المادة 17 من القانون 09-03 السالف الذكر.

⁴ فاتح خلاف، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، مج08، ع02، 2021، جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل، ص143.

⁵ سورة الصف، الآية: 03.

وبالرجوع إلى القواعد العامة في القانون المدني، فإن الإخلال بالالتزام بالإعلام يمكن أن يؤدي إلى قابلية إبطال العقد إذا ثبت أن المستهلك لم يكن ليبرم العقد لو علم بالمعلومة المحجوبة، لاسيما إذا كانت جوهرية.

أما على مستوى القواعد الخاصة التي نظمها القانون رقم 18-05، فإن المشرع قرر جزاءات صريحة في حالة إخلال المورد بالتزاماته الإعلامية، تتراوح بين إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك، كما أن هناك جزاء جنائيا نتيجة الإخلال بهذا الإلتزام. وانطلاقا من ذلك، سنتناول الجزاء المدني للإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني (الفرع الأول) ثم الجزاء الجنائي للإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجزاء المدني للإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني

إن الإلتزام بالإعلام من الوسائل الأساسية لحماية رضا المستهلك الإلكتروني، باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية في البيئة الرقمية، إذ أن إخلال المورد الإلكتروني بهذا الإلتزام قد يؤدي إلى وقوع المستهلك في غلط أو تدليس، ما يؤثر في صحة إرادته، ومن ثم، يترتب على هذا الإخلال إمكانية المطالبة بإبطال العقد والتعويض، تأسيسا على المسؤولية المدنية للمورد، وذلك تعزيزا لثقة المستهلك في المعاملات الإلكترونية.

في إطار القواعد العامة، يحدد المشرع الجزاء في المادة 352 من القانون المدني الجزائري، التي تمنح المستهلك حق إبطال العقد في حال عدم وفاء المدين بالالتزام بالإعلام حول الشيء المبيع¹، وبذلك، يمكن للمستهلك المطالبة بإبطال العقد وفقا لأحكام هذه المادة، في حال تبين أن إخلال المدين بهذا الإلتزام أثر على إرادة المستهلك.

أما فيما يتعلق بالقواعد الخاصة بحماية المستهلك الإلكتروني، فقد أشار المشرع إلى أهمية الإلتزام بالإعلام في نصوص قانونية عديدة، خاصة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك، الذي نص في مادته 17 على ضرورة إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات المعروضة، كما أقر المشرع في المادة 14 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حقين للمستهلك في حال الإخلال بالإعلام: الأول هو

¹ فاطمة الزهراء قنواز، "مقارنة الإلتزام بالإعلام بعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مج 01، ع 01، 2015، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، ص35.

حقه في مطالبة بإبطال العقد (أولاً)، والثاني هو حقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه (ثانياً).¹

أولاً: حق المستهلك الإلكتروني في المطالبة بإبطال العقد

ينتج عن إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بالإعلام جزاء مدني متمثل في إبطال العقد الإلكتروني، لكونه يفضي إلى وقوع المستهلك في عيب من عيوب الإرادة²، كالغلط أو التدليس، ولقد خول المشرع الجزائري حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني³، إذ نص في المادة 14 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني، يمكن المستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".

ويفهم من ذلك أن المشرع ربط إمكانية إبطال العقد بثبوت الإخلال بالإعلام الواجب، خاصةً فيما يتعلق بالمعلومات الجوهرية التي تؤثر على رضا المستهلك، مما يعكس رغبة المشرع في تحقيق التوازن العقدي بين طرفي العلاقة الإلكترونية.

أ- المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك الإلكتروني في غلط:

أقرّ المشرع الجزائري إمكانية إبطال العقد إذا شابه عيب الغلط، شريطة أن يكون الغلط جوهرياً⁴، أي مؤثراً في رضا المتعاقد ويجعله غير ملزم بما تعاقد عليه لو علم بالحقيقة⁵، وقد نصت المادة 81 من القانون المدني الجزائري⁶ صراحة على ذلك بقولها: "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله".

¹ مريم بنت الخوخ، "الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني"، مجلة دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، مج06، ع02، 2022، المركز الجامعي عبد الله مرسلني تيبازة، الجزائر، ص76.

² كريمة بركات، "حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني"، مجلة الحقوق والحريات، ع04، أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص296.

³ مريم بنت الخوخ، مرجع سابق، ص 76.

⁴ عبد الحميد بادي، "الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، ع03، جوان 2017، جامعة الجزائر 01، ص84.

⁵ عدنان نجم عبود، "عيوب الإرادة وأثرها في العقد الإلكتروني دراسة مقارنة"، مجلة الجامعة العراقية، ع 46، سنة 2020، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، قسم القانون، كلية الإمام الأعظم، جامعة العراق، ص 440.

⁶ الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر ع 78، مؤرخة سنة 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10، مؤرخ في 20/06/2005، ج.ر، ع 44، مؤرخة في 26/06/2005، معدل ومتمم بالقانون رقم 07-05، مؤرخ في 13/05/2007 ج.ر، ع31، مؤرخة في 13/05/2007.

ويعرف الغلط على أنه حالة يعتقد فيها الشخص من تلقاء نفسه عند التعاقد أمرا على خلاف الحقيقة، فتدفعه إلى التعاقد، بحيث أنه لم يكن ليبرم هذا العقد لو لم يقع في هذا الغلط، أي أنه كان الدافع إلى إتمام العقد.¹

ولا يختلف الغلط، كعيب من عيوب الإرادة، في التعاقد الإلكتروني عنه في التعاقد التقليدي، من حيث الطبيعة القانونية والشروط اللازمة لقيامه، غير أن خصوصية التعاقد الإلكتروني تبرز إمكانيات جديدة للوقوع في الغلط نتيجة لعدة عوامل، أهمها: البعد المكاني بين الأطراف، واعتماد العقد على وسائل تقنية قد تفتح مجالا للخطأ في التعبير عن الإرادة، وقد نصت المادة 10 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني".²

يستفاد من نص هذه المادة، أن المشرع الجزائري أولى أهمية خاصة لمبدأ الشفافية والوضوح في المعاملات التجارية الإلكترونية، وذلك من خلال إلزام المورد الإلكتروني بضرورة تقديم عرض تجاري إلكتروني مسبق يتضمن كافة البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، قبل إبرام العقد الإلكتروني، ويهدف هذا الالتزام إلى تمكين المستهلك الإلكتروني من تكوين إرادة سليمة ومستنيرة، ويسهم في الحد من حالات الغلط أو التضليل، بما يعزز الحماية القانونية للمستهلك ويكرس مبدأ الرضا الواعي في البيئة الرقمية.

هذا، ومن أبرز صور الغلط في البيئة الإلكترونية، وقوع المستخدم في خطأ تقني أثناء تفاعله مع واجهة الموقع، كأن يضغط على خانة خاطئة تؤدي به إلى إبرام العقد دون قصد حقيقي لذلك، كما قد يصاب المتعاقد بغلط في شخص المتعاقد الآخر، أو في صفته، نتيجة تشابه أسماء المواقع أو العلامات التجارية، مما قد يدفعه إلى الاعتقاد بأنه يتعامل مع طرف معين في حين أن الواقع غير ذلك.³

¹ رفيقة بوالكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، 2019، ص 179.

² المادة 10 من القانون 05-18 السالف ذكره.

³ بادي عبد الحميد، مرجع سابق، ص 85.

وعليه، فإن التعاقد الإلكتروني يفتح المجال لتصور وقوع الغلط في صور قد لا تكون مألوفة في التعاقد التقليدي، مما يقتضي تفسيراً مرناً للمفهوم التقليدي للغلط، بما يضمن حماية فعالة لإرادة المستهلك الإلكتروني.

ب- المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك الإلكتروني في التدليس:

نص المشرع الجزائري في المادة 87 ق.م.ج على إمكانية إبطال العقد إذا شابه عيب التدليس، حيث جاء فيها: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه..."، ويقصد بالتدليس استعمال طرق احتيالية، سواء كانت إيجابية أو سلبية، من شأنها إيقاع الطرف الآخر في وهم يدفعه إلى التعاقد دون إرادة حرة.¹

ويتميز التعاقد الإلكتروني بخصوصيات قد تسهل على المورد الإلكتروني ارتكاب تدليس، إما إيجابياً، عبر تقديم بيانات كاذبة أو مضللة بشأن المنتج أو الخدمة² أو إغراء المستهلك بإقتناء منتج وهمي مما يدفعه إلى التعاقد مع شركة وهمية لا وجود لها بحيث أن هذه الشركة هنا تقوم بتقديم مزايا عروض لا أساس لها لجذب العملاء والدفع يكون غير وسائل الوفاء الإلكتروني بالرغم من عدم وجود البضاعة أصلاً³ أو سلبياً، من خلال الكتمان المتعمد لمعلومات جوهرية كان من شأنها التأثير على قرار المستهلك الإلكتروني بالتعاقد، وقد اعترف المشرع بأن الكتمان عمداً عن واقعة جوهرية يعد صورة من صور التدليس، متى ثبت أن المستهلك لم يكن ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة.⁴

وعليه، فإن ثبوت التدليس، سواء عبر الكتمان أو التضليل، يخول للمستهلك الإلكتروني المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الأضرار الناتجة، وذلك ضماناً لحماية الإرادة وتحقيقاً للعدالة التعاقدية في البيئة الرقمية.

¹ فاطمة دريسي، "خصوصية عيوب الإرادة في العقود الإلكترونية"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مج 12، ع 02، سبتمبر

2021، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي، ص 614 .

² الطيب قلوش، "الأثار المدنية لإخلال المتدخل بالالتزام بالإعلام"، مجلة القانون، ع 07، ديسمبر 2016، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غليزان، ص 154-155.

³ مفيدة العوادي، التعبير عن الإرادة في العقود عبر شبكة الانترنت، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016، ص 63.

⁴ تنص المادة 2/86 ق.م.ج: "يعتبر تدليسا السكوت عمداً عن واقعة أو ملاحظة، إذا ثبت أن المدلس ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو الملاحظة".

ج- المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك الإلكتروني في استغلال:

نص المشرع الجزائري في المادة 90 من القانون المدني على إمكانية إبطال العقد إذا استغل أحد المتعاقدين حاجة أو هوى أو طيش الطرف الآخر للحصول على التزام يخل فيه التوازن بشكل فاحش.¹

ونظرا لكثرة التعامل في المجال الإلكتروني، بحيث أغلبية المتعاملين تنقصهم الخبرة الكافية في هذا المجال، ما يجعله بيئة خصبة لقيام عيب الإستغلال، فأغلب المتعاملين لا ينقرون على زر الموافقة دون إتمام قراءة جميع البنود²، كما أن المورد الإلكتروني غالبا ما يكون محترفا يملك المعلومات، في مقابل مستهلك إلكتروني غير ملم بكل الجوانب التقنية أو القانونية، وهذا يزيد من خطورة التعاملات بالوسائط الإلكترونية.

ثانيا: حق المستهلك الإلكتروني في التعويض

يكرس المشرع الجزائري حق المستهلك الإلكتروني في التعويض كآلية أساسية لضمان حمايته من الأضرار الناتجة عن الإخلال بالالتزامات القانونية، وعلى وجه الخصوص الالتزام بالإعلام، فقد لا يكون إبطال العقد كافيا لجبر الضرر الذي لحق بالمستهلك، خاصة إذا تعلق الأمر بخسائر مادية أو فرص ضائعة لم يتمكن من تعويضها³، ولذلك، يعد التعويض الجزاء المدني الأنجع في حالات الإخلال الجسيم بالإعلام، وهو ما كرسته المادة 14 من القانون 05-18، التي حولت للمستهلك الإلكتروني المطالبة بالتعويض في حال عدم احترام المورد لأحكام المادتين 10 و 13 المتعلقة بالإعلام المسبق.⁴

كما يقوم هذا الحق على أسس المسؤولية التقصيرية وفق المادة 124 ق.م.ج⁵، والتي تربط قيام التعويض بثبوت الخطأ والضرر وعلاقة السببية، ويستند كذلك إلى أحكام المسؤولية

¹ فاطمة دريسي، مرجع سابق، ص 618.

² محمد عقوني، حسين عبد الرزاق، "عيوب الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية على ضوء التشريع الجزائري"، مجلة الإجتهد

القضائي، مج 13، ع 25، جانفي 2021، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 635.

³ فتيحة بن عيسى، سهام المر، "التدليس كأساس للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني"، مجلة الفكر

القانوني والسياسي، مج 07، ع 01، 2023، المركز الجامعي مغنية، ص 354.

⁴ سي عيسى بوعلي، ليلي كراش، "أثر الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد على استقرار العقد الإلكتروني"، مجلة الدراسات

القانونية والاقتصادية، مج 05، ع 02، السنة 2022، المركز الجامعي بركة، ص 1320.

⁵ تنص المادة 124 ق.م.ج على أنه: "كل فعل يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه

بالتعويض".

الموضوعية عن المنتجات المعيبة المنصوص عليها في المواد 140 مكرر و 140 مكرر 1 ق.م.ج، حيث لا يشترط وجود علاقة مباشرة بين المنتج والمتضرر، بل يكفي بثبوت العيب والضرر¹، وبمنح القاضي، طبقا للمادة 182/ف1 من نفس القانون²، سلطة تقدير التعويض العادل الذي يشمل الخسارة الفعلية وما فات المتضرر من كسب، ما دام ذلك نتيجة طبيعية للإخلال بالالتزام.

وعليه، فإن التعويض في إطار التجارة الإلكترونية لا يقتصر على مجرد رد الاعتبار، بل يمثل وسيلة فعالة لردع السلوكيات الاحتياالية التي قد ترتكب في بيئة التعاقد الرقمي.

الفرع الثاني: الجزاء الجنائي للإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني

لم يتضمن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نصوصا صريحة ترتب جزاء جنائيا خاصا في حال الإخلال بإعلام المستهلك الإلكتروني، رغم ما لهذا الالتزام من دور في ضمان شفافية العلاقة التعاقدية، وأمام هذا الفراغ، يصبح الرجوع إلى القواعد العامة المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك رقم 09-03 والقوانين ذات الصلة، لاسيما قانون الممارسات التجارية رقم 04-02، أمرا ضروريا.³

وقد تبنى المشرع الجزائري في هذه القوانين آلية الردع بالعقوبة الجزائية لمواجهة حالات الإخلال بواجب الإعلام في العلاقات الاستهلاكية، لاسيما حين يكون المورد في موقع مهيم اقتصاديا أو معرفيا على المستهلك⁴، وفي هذا الإطار، نصت المادة 78 من قانون حماية المستهلك المعدل والمتمم بالقانون 18-09، على عقوبة مالية تتراوح بين مائة ألف ومليون

¹ طيب ولد عمر، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته- دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في القانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان، 2009-2010، ص 142، 143.

² تنص المادة 182/ق.م.ج، بأنه: " إذا لم يكن التعويض مقدرا في العقد، أو في القانون فالقاضي هو الذي يقدره، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاتته من كسب، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو للتأخر في الوفاء به، ويعتبر إذا نتيجة طبيعية إذا لم يكن في استطاعة الدائن أن يتوفاه ببذل جهد معقول".

³ ليلي هوارى، محمد بوجانة، "الالتزام بإعلام المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد القضائي، مج 12، ع02، أكتوبر 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 483.

⁴ رضوان لشخم، عيسى لحاق، "العلامة كالتزام بالإعلام المقرر للمستهلك وجزاء الإخلال به"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مج08، ع02، جوان 2022، جامعة عمار تليجي، الأغواط، ص 109

دينار جزائري عند مخالفة إلزامية وسم المنتج¹، كما أورد القانون رقم 04-02 في مادتيه 31 و32 غرامات مالية عن الإخلال بإعلام المستهلك بالأسعار أو بشروط البيع، تتراوح بين 5.000 دج و100.000 دج حسب طبيعة المخالفة.²

وبذلك، ورغم غياب التنصيص الخاص ضمن قانون التجارة الإلكترونية، فإن النظام القانوني الجزائري يتيح مساءلة المورد الإلكتروني جزائياً عند ثبوت إخلاله بواجب الإعلام، سواء تعلق الأمر بإخفاء معلومات أساسية أو عرض بيانات غير دقيقة، من خلال تفعيل النصوص العامة التي تحكم العلاقات التجارية والاستهلاكية التقليدية.

¹ تنص المادة 78 القانون 09-03 المعدل والمتمم السالف الذكر على أنه: "يعاقب بغرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج)، كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون."

² تنص المادة 31 على أنه: "يعتبر عدم الأعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)". أما المادة 32 تنص على أنه: "يعتبر عدم الأعلام بشروط البيع، مخالفة لأحكام المادتين 8 و9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)".



يمثل إبرام العقد في البيئة الإلكترونية مرحلة دقيقة ينطوي فيها المستهلك الإلكتروني على قدر كبير من الهشاشة القانونية والعملية، بالنظر إلى افتقاده للقدرة على التفاوض أو التعديل في الشروط المفروضة من طرف المورد، فضلا عن ما يشوب هذه البيئة من تعقيدات تقنية ومخاطر رقمية، وتزداد حدة هذه الهشاشة بالنظر إلى الطبيعة غير المتوازنة للعلاقة التعاقدية، التي تكون في الغالب مبنية على نماذج عقود إذعان تتضمن شروطا معدة مسبقا من طرف المهني، مما يضع المستهلك في موقف الطرف الضعيف الذي يحتاج إلى حماية خاصة.

كما أن التطور المتسارع لوسائل التعاقد عبر الإنترنت قد أفرز تحديات قانونية جديدة، من أبرزها ظهور مخاطر تقنية تمس أمن التعاملات الإلكترونية، وعلى رأسها حماية المعطيات الشخصية وضمان سلامة عمليات الدفع الإلكتروني، وقد دفعت هذه المستجدات بالأنظمة القانونية الحديثة، ومن بينها التشريع الجزائري، إلى تبني مجموعة من الآليات القانونية تهدف إلى تحقيق التوازن العقدي من جهة، وضمان أمن المستهلك من جهة أخرى. وفي هذا الإطار، يسعى هذا الفصل إلى تسليط الضوء على أبرز صور الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد، من خلال محورين رئيسيين: يتعلق أولهما بضمان التوازن العقدي في عقد الاستهلاك الإلكتروني (المبحث الأول)، ويتناول الثاني ضمان أمن المستهلك الإلكتروني من المخاطر التقنية التي تهدده (المبحث الثاني).

المبحث الأول

ضمان التوازن العقدي في عقد الاستهلاك الإلكتروني

يعتبر التوازن العقدي أحد المبادئ الأساسية التي تسعى القوانين الحديثة إلى تكريسها، لاسيما في عقود الاستهلاك الإلكتروني التي تتسم بعدم تكافؤ واضح بين طرفي العلاقة التعاقدية، إذ غالبا ما يبرم المستهلك العقد ضمن بيئة رقمية يطغى عليها الطابع غير التفاوضي، حيث يفرض عليه القبول بشروط معدة مسبقا من قبل المورد دون إمكان مناقشتها أو تعديلها، وتتفاقم هذه الوضعية بالنظر إلى افتقار المستهلك للخبرة التقنية والمعرفة الكافية بطبيعة المنتجات والخدمات التي يقبل على اقتنائها، مما يجعله عرضة للاستغلال والغش، ويهدد التوازن المفترض في العلاقة التعاقدية.

ولتدارك هذا الخلل، تدخل المشرع الجزائري من خلال إقرار آليات قانونية تهدف إلى إعادة الاعتبار لهذا التوازن، وهذا بمنح المستهلك الإلكتروني حقوقا خاصة تتيح له الحماية من الممارسات التعسفية والمعلومات المضللة.

وعليه، سيتم في هذا المبحث تناول مختلف صور الحماية التي أقرها المشرع لضمان التوازن العقدي في عقد الاستهلاك الإلكتروني، من خلال دراسة الحق في الضمان ضد العيوب الخفية التي قد تشوب المنتج أو الخدمة (المطلب الأول)، والحق في العدول كضمانة لتدارك التسرع أو التضليل (المطلب الثاني)، والحماية من الشروط التعسفية التي تخل بإنصاف العقد ومشروعيته (المطلب الثالث).

المطلب الأول: الحق في ضمان العيوب الخفية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني

يمثل الالتزام بضمان العيوب الخفية إحدى الدعائم الأساسية لتحقيق الحماية التعاقدية للمستهلك، وقد كرّسه المشرع في إطار العقود التقليدية والإلكترونية على حد سواء، إلا أن خصوصية التعاقد الإلكتروني، باعتباره يتم عن بعد وفي بيئة افتراضية، تجعل من هذا الضمان أكثر إلحاحا وضرورة، نظرا لما يترتب عن غياب المعاينة الفعلية للمنتج من مخاطر متزايدة قد لا تتكشف إلا بعد إتمام التعاقد.

ففي ظل تعقيد سلاسل الإنتاج وتطور التقنيات الصناعية، بات من الصعب على المستهلك وخاصة الإلكتروني اكتشاف العيوب التي قد تنطوي عليها السلعة أو الخدمة قبل تسلمها أو استعمالها، الأمر الذي يستوجب من المشرع التدخل لتوفير حماية قانونية خاصة، تضمن للمستهلك حق الرجوع عند ظهور هذه العيوب، باعتبارها تمس جوهر العقد وقد تخلّ بتوازن العلاقة التعاقدية.

وانطلاقا من أهمية هذا الحق، يعالج هذا المطلب مفهوم العيب الخفي الموجب للضمان (الفرع الأول)، ويبين الشروط القانونية لقيام الالتزام بالضمان (الفرع الثاني)، قبل التطرق إلى دعوى ضمان العيوب الخفية كوسيلة قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول: مفهوم العيب الخفي الموجب للضمان

لم يرد في القانون المدني الجزائري تعريف صريح للعيب الخفي، إلا أنّ أحكامه ضمنا تشير إليه، كما يتضح من نص المادة 380 منه التي تنص على أنه: "يجب على المشتري التحقق من حالة المبيع عند تسلمه، وإخطار البائع بالعيب الذي يكتشفه فيه"، ورغم أن هذا النص يفرض التزاما على المشتري، إلا أنه لا يعرف العيب الخفي.

ذات الغموض نجده أيضا في القانون المدني الفرنسي، إذ لم يقدم تعريفا دقيقا للعيب الخفي، واكتفى في مادته 1641 ببيان التزام البائع بضمانه¹، حيث نصّت على: "يلتزم البائع بالضمان بسبب العيوب الخفية في الشيء المبيع، التي تجعله غير صالح

¹ طيب ولد عمر، ضمان عيوب المنتج في القانون الجزائري والمقارن، دار الخلدونية، الجزائر، 2017، ص 17.

للاستعمال المعدّ له، أو التي تنقص من صلاحيته لهذا الاستعمال بدرجة كبيرة، بحيث لو كان المشتري على علم بها، لما أقدم على الشراء، أو لما دفع الثمن المتفق عليه كاملاً".¹ وفي المقابل، نجد أن بعض التشريعات العربية حاولت سدّ هذا الفراغ، ومنها القانون المصري لحماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006²، الذي عرّف العيب في مادته الأولى بأنه: "كل نقص في قيمة أو منفعة أي من المنتجات بحسب الغاية المقصودة منها، ويؤدي بالضرورة إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك قد تسبب في وقوع هذا النقص".

أما على مستوى الفقه، فقد تم تعريف العيب الخفي بأنه: "العيب غير الظاهر الذي لا يستطيع المشتري اكتشافه بفحص المبيع فحصاً عادياً يجريه الشخص المعتاد، ويكون من شأنه أن ينقص من قيمة المبيع أو منفعته، أو يجعله غير صالح لما أعد له".³ وفي إطار القانون الجزائري، ورغم غياب تعريف صريح في القانون المدني، فإن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش قدم تعريفاً غير مباشر للعيب الخفي، من خلال تعريفه للمنتج السليم بأنه: "كل منتج خال من أي نقص و/أو عيب خفي من شأنه أن يضر بصحة وسلامة المستهلك و/أو مصالحه المادية والمعنوية". وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن المشرعين الفرنسي والجزائري اعتمدا نهجا غير مباشر في تحديد مفهوم العيب الخفي، من خلال بيان آثاره وشروطه، لا من خلال تعريف

¹ Art 1641 du code civil français promulgué par (Loi n°1804-03-06), du 6 mars 1804, modifié par l'ordonnance n°16-131 du 10/02/2016, portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, modifiant le Code civil français, J.O.R.F, N°35 du 11/02/2016, publié sur le site: www.legifrance.gouv.fr; « Le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus ».

² القانون رقم 181-18، مؤرخ في 2018/09/13، المتعلق بقانون حماية المستهلك المصري، ج.ر، ع 37، سنة 2018، عبر موقع: www.fedcoc.org.eg، تمت زيارته بتاريخ: 2025/05/16 بتوقيت: 11.20.

³ عبد الحميد بادي، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2018-2019، ص 170.

جامع مانع، خلافا لبعض التشريعات الحديثة التي سعت إلى تحديده صراحة في إطار حماية المستهلك، خصوصا في البيئات التعاقدية المستحدثة كالعقود الإلكترونية.

الفرع الثاني: شروط الالتزام بضمان العيوب الخفية

كما سبقت الإشارة، فإن المشرع الجزائري لم يضع تعريفا صريحا للعيوب الخفية، غير أنه حدد الشروط الواجب توافرها لقيام التزام البائع بضمانه، وذلك من خلال المادة 379/1 من ق.م.ج، التي نصت على أن: "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله. فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها".

ويستفاد من هذا النص أن تحقق مسؤولية البائع لاسيما المهني عن ضمان العيوب الخفية، يتطلب توافر مجموعة من الشروط، تتمثل فيما يلي:

أولاً: أن يكون العيب مؤثرا

يقصد بالعيوب المؤثر، ذلك العيب الذي يطل مادة الشيء محل التعاقد، ويؤدي إلى إنقاص قيمته أو نفعه، بحسب الغاية التي خصص لها، ما لم يتم تحديد غرض معين في العقد، ويعتمد في تقدير هذا الأثر على معيار موضوعي يتمثل في مدى صلاحية المبيع للاستعمال الذي أعد له عادة، أو ما اتفق عليه صراحة بين الطرفين.¹

ثانياً: أن يكون العيب قديما

يقصد بقدم العيب أن يكون موجودا في المبيع وقت التسليم، أي أن المورد يضمن العيب الذي نشأ بعد إبرام العقد ولكن قبل لحظة التسليم، وهو ما أكده المشرع في المادة 379/1 ق.م.ج بنصه على "وقت التسليم".

¹ سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة الحقوق والحريات، ع04، أبريل

2017، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص372.

أما إذا نشأ العيب بعد التسليم نتيجة قوة قاهرة أو حادث طارئ، فإن ضمان البائع يسقط، ما لم يثبت المستهلك أن العيب كان موجودا في الأصل قبل التسليم، وله في ذلك الاستعانة بكافة وسائل الإثبات، بما فيها القرائن.¹

ثالثا: أن يكون العيب خفيا

يشترط في العيب أن يكون خفيا، أي غير ظاهر ولا يمكن اكتشافه من قبل المشتري عند الفحص المعتاد الذي يجريه الشخص الحريص، وقد نصت المادة 2/379 من ق.م.ج على سقوط حق المشتري في الضمان إذا كان بإمكانه اكتشاف العيب عند المعاينة، وبمفهوم المخالفة، فإن العيب غير الظاهر، الذي لا يكتشف حتى بعد فحص المبيع بعناية الرجل العادي، يوجب الضمان، سواء تم البيع بوسيلة تقليدية أو إلكترونية.

وفي البيع الإلكتروني، تتعزز أهمية هذا الشرط نظرا لعدم قدرة المستهلك على المعاينة المادية للمبيع، وقد أشار المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات² في مادته الرابعة إلى أنه: "يمكن للمستهلك أن يطالب بتجريب المنتجات والخدمات....، دون أن يعفي ذلك المحترف من إلزامية الضمان"، وهو ما يفيد أن التجريب لا يسقط حق المستهلك في الضمان، خاصة بالنسبة للمنتجات التي لا يظهر فيها العيب إلا بعد مدة من الاستعمال، وقد كرس المشرع هذا المبدأ أيضا في المادة 13 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، التي تنص على أنه: "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني، عند الاقتضاء، الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب".

ومن خلال هذه المقترضات، يتضح أن المشرع حرص على توفير حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني من مخاطر العيوب الخفية، سواء على مستوى مصالحه المادية أو سلامته الجسدية والمعنوية.³

¹ خدوجة الذهبي، مرجع سابق، ص 137، 138.

² المرسوم التنفيذي 90-266، مؤرخ في 15 سبتمبر سنة 1990، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر، ع 40 الصادرة في 19 سبتمبر سنة 1990.

³ حليلة كوسة، "حق المستهلك الإلكتروني ضمان العيب الخفي، دراسة على ضوء أحكام القانون رقم 05-18"، مداخلة مقدمة ضمن اليوم الدراسي حول: (حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية)، منشور ضمن سلسلة دراسات أكاديمية، مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، الجزائر، ط1، 2020، ص 129-132.

الفرع الثالث: الدعوى القضائية الناشئة عن العيب الخفي

يترتب على المتدخل في العلاقة الاستهلاكية مجموعة من الالتزامات القانونية، من أبرزها التزامه بضمان المنتجات ضد العيوب الخفية، وهو ما كرّسته المادة 13 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي تخول المستهلك حق رفع دعوى الضمان بشرط إثبات أن العيب ظهر خلال المدة المشمولة بالضمان، والمنصوص عليها في شهادة الضمان.

غير أن اللجوء إلى القضاء لا يكون مباشرا، إذ يجب على المستهلك، وقبل اتخاذ أي إجراء، سلوك السبل الودية، وذلك بإخطار المتدخل بظهور العيب، فإذا امتنع هذا الأخير عن تنفيذ التزامه داخل الأجل المحدد في الضمان، جاز للمستهلك رفع دعوى قضائية، خلال سنة واحدة من تاريخ الإنذار، سواء كان المتدخل متعاقدا معه مباشرة أم لا.¹

وقد عزز المرسوم التنفيذي رقم 13-327² هذا المبدأ، إذ نص في مادته 12 على وجوب تنفيذ التزام الضمان المنصوص عليه في المادة 13 من القانون 03-09، بحيث يترتب عنه استبدال المنتج المعيب أو استرجاع قيمته، ورغم هذا الانسجام الظاهري بين النصين، إلا أنه يلاحظ اختلاف في ترتيب الأولويات؛ فبينما أعطت المادة 13 من القانون 03-09 الأفضلية للاستبدال، قدمت المادة 12 من المرسوم المذكور خيار الإصلاح، وهو ما يثير إشكالا من حيث منطقية التطبيق، لاسيما في حال كون العيب قابلا للإصلاح.³

¹ أيمن براكيتية، ياسين بوشوية، حماية المستهلك المتعاقد إلكترونيا دراسة للمرحلة ما بعد العقدية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل، 2021/2020، ص 47.

² المرسوم التنفيذي رقم 13-327، مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر ع 49، الصادرة في 2 أكتوبر سنة 2013.

³ Yacine Hadjab, Sana Rahmani, "Consumer Protection in Relation to Product Guarantee in Algerian Legislation: An Analytical Study in Light of Law 09/03, as Amended and Supplemented by Law 18/09 on Consumer Protection and Fraud Prevention, and Law 18/05 on Electronic Commerce", *Russian Law Journal*, Vol. XII, N°. 2, 2024, Mohammed Boudiaf University of M'sila (Algeria), p. 1863.

أما في نطاق التجارة الإلكترونية، فقد أولى المشرع حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني، حيث نصت المادة 23 من القانون رقم 18-05 على حقه في إرجاع المنتج خلال أربعة (4) أيام عمل من تاريخ التسليم، شرط أن يكون في غلافه الأصلي وأن يتضمن مبررات الرفض، كما يلتزم المورد بتحمل تكاليف الإرجاع، وردّ المبالغ المدفوعة خلال أجل أقصاه خمسة عشر (15) يوما من تاريخ استلام المنتج.¹

ويلاحظ أن المشرع قيد المستهلك الإلكتروني بأجل قصيرة نسبيا، ما يحتم عليه التحقق من حالة المبيع فور استلامه، وإخطار البائع خلال مدة معقولة، وتسقط دعوى الضمان بمرور سنة من تاريخ الاستلام، حتى وإن لم يكتشف العيب إلا لاحقا، ما لم يبادر المشتري إلى رفع الدعوى في الأجل القانوني.²

وترى الدكتورة فتيحة سعدي في أطروحتها حول ضمان عيوب المبيع الخفية في القانون المدني الجزائري أن دعوى الضمان قد تسقط في الحالات الآتية³:

- زوال العيب: رغم سكوت المشرع الجزائري صراحة عن هذا الوضع، إلا أن بعض الفقه يرى أن زوال العيب يجعل الدعوى غير ذات موضوع.

- التنازل عن الضمان: إذ أن الحق في الضمان لا يعد من النظام العام في بعض التشريعات، ما يجيز للمشتري التنازل عنه، صراحة أو ضمنا، غير أن القانون الجزائري على خلاف ذلك، اعتبر في الفقرة الرابعة من المادة 13 من القانون 09-03 كل شرط مخالفا لهذه الأحكام باطلا.

- عدم احترام المدة القانونية لرفع الدعوى: وقد نظمها المشرع في المادة 383/ف1 من ق.م.ج، التي تنص على سقوط دعوى الضمان بالتقادم بعد سنة من تاريخ تسلّم المبيع، ما لم يتفق على مدة أطول.

¹ أمال بوهنتالة، مرجع سابق، ص 138.

² كهينة قونان، "قصور ضمان العيب الخفي في حماية المستهلك المنتجات الخطيرة"، مجلة القانون والمجتمع، مج03، ع01، جوان 2015، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، ص 42.

³ فتيحة سعدي، ضمان عيوب المبيع الخفي في القانون المدني الجزائري مقارنا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012، ص 228-229.

وباستقراء هذه النصوص، يظهر أن المشرع ساوى بين المستهلك التقليدي والإلكتروني في الأجل والإجراءات، مع مراعاة بعض الخصوصيات المرتبطة ببيئة التعاقد الإلكتروني، التي قد تعرف طوارئ خارجة عن إرادة الطرفين، مثل الأعطال في شبكة الإنترنت، أو تدخل وسطاء تقنيين، أو حتى وقوع حالات احتيال أو غش.¹ ومع أن هذه البيئة لا تزال تطرح تحديات عملية، إلا أن المساعي الحثيثة للمشرع في تحديث الإطار القانوني تجعل من هذه النصوص أساساً ملائماً لحماية المستهلك الإلكتروني، وتمكينه من اللجوء إلى القضاء لاستيفاء حقوقه، باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية الرقمية.

المطلب الثاني: الحق في العدول كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني

يعتبر الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني من أبرز آليات الحماية التي أقرها المشرع لصالح المستهلك الإلكتروني، بالنظر إلى ما تتسم به البيئة الرقمية من غياب العلاقة المباشرة بين المتعاقدين، وعدم إتاحة الفرصة الكافية للمستهلك للاطلاع الفعلي والمباشر على طبيعة المنتج أو الخدمة قبل إبرام العقد، فقد كرّس القانون هذا الحق كمظهر من مظاهر حماية الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، إذ يتيح له التراجع عن العقد بعد إبرامه دون الحاجة إلى بيان الأسباب أو تحمّل جزاءات.

ويتمثل الهدف من هذا الحق في إعادة التوازن إلى العلاقة التعاقدية الإلكترونية، التي كثيراً ما تطغى فيها مصلحة المورد أو المهني بسبب تفوقه المهني والتقني، لذلك حرص المشرع على ضبط ممارسة هذا الحق ضمن آجال وشروط محددة، وضمان فعالية آثاره القانونية بما يكفل حماية حقيقية للمستهلك.

لذلك سنتناول في هذا المطلب مفهوم هذا الحق (الفرع الأول)، ثم ننتقل إلى دراسة ضوابط وآثار ممارسته (الفرع الثاني).

¹ فتيحة سعدي، مرجع سابق، ص 233.

الفرع الأول: مفهوم الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني

إن التعاقد الإلكتروني، بما يتسم به من سرعة وسهولة في الإبرام، قد يؤدي إلى اتخاذ قرارات تعاقدية غير مدروسة من طرف المستهلك، مما يبرر ضرورة منحه فرصة للتراجع عن التزامه حماية لمصلحته، وهنا، يبرز الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني كوسيلة قانونية تهدف إلى إعادة التوازن بين طرفي العلاقة الاستهلاكية.

ولتحديد هذا الحق بدقة، من المهم بيان تعريفه (أولاً)، ثم الوقوف على الخصائص التي تميزه عن غيره من الحقوق (ثانياً)، وأخيراً تحديد طبيعته القانونية في ضوء النصوص والتوجهات الفقهية ذات الصلة (ثالثاً).

أولاً: تعريف الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني

يعد الحق في العدول ضمن عقود التجارة الإلكترونية مظهراً من مظاهر الإرادة المنفردة للمستهلك، حيث يخول له ممارسته بكامل الحرية، دون حاجة إلى تسبب قراره أو تبريره، شريطة احترام الضوابط القانونية المحددة، ويشكل هذا الحق استثناء على مبدأ القوة الملزمة للعقد، إذ يتيح للمستهلك إمكانية التراجع عن الالتزام التعاقدية دون أن تترتب عليه أية مسؤولية قانونية، ما دام قد باشر هذا الحق في الإطار الزمني والشروط التي يقرها المشرع، باعتباره حقا شخصيا يهدف إلى حماية مصلحته في بيئة تعاقدية تتسم بعدم التوازن أحيانا.¹

وقد تباينت التعريفات عند الفقه حول حق العدول أو خيار الرجوع، فيعرفه البعض بأنه: "وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك الإلكتروني بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الإلتزام الذي ارتبط به مسبقا، بحيث يستفيد من مهلة للتفكير من خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وأن ارتبط به".²

كما يعرفه جانب آخر من الفقه بأنه: "إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع محل التعاقد إذا لم يكن قد رآه عند العقد أو قبله والمستهلك الإلكتروني

¹ مديحة بن زكري بن علو، سميرة فكنوس، "الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة الكترونيا تطبيقاً لأحكام القانون رقم 05/18"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج04، ع02، 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي الأغواط، ص 584.

² سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 40، 41.

الذي يشتري السلعة عن طريق الأنترنت لم يكن قد رأى البضاعة، وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أمامه، فإذا ما استلم السلعة يكون له الحق في خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه".¹

كرس المشرع الجزائري حق العدول بموجب القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم للقانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث نصت الفقرة الثانية من المادة 19 على أن: "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب"، ويفهم من هذا النص أن المشرع منح المستهلك حرية التراجع عن رغبته في اقتناء المنتج دون أن يكون ملزماً بتبرير قراره.

كما ورد في الفقرة الثالثة من المادة ذاتها: "للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، دون دفعه مصاريف إضافية"، وهو ما يعكس رغبة المشرع في ضمان توازن العلاقة التعاقدية وحماية الطرف الضعيف فيها، أما الفقرة الأخيرة من المادة، فقد خوّلت التنظيم تحديد شروط وكيفيات ممارسة هذا الحق، وكذا الآجال المقررة له وقائمة المنتجات المعنية به.

وعليه، فإن حق العدول يعد من الحقوق المقررة لصالح المستهلك، يتيح له مراجعة قراره خلال أجل قانوني محدد، شريطة الإفصاح عن رغبته في العدول بالطرق التي يحددها التنظيم، ووفق الضوابط المقررة في إطار العلاقة التعاقدية.

ثانياً: خصائص الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني

يتميّز حق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني بجملة من الخصائص التي تبرز طبيعته الاستثنائية ضمن المنظومة القانونية للعقود، ويمكن تلخيص أهم هذه الخصائص فيما يلي:

- يعدّ حق العدول آلية قانونية استثنائية تمنح للمستهلك، تمكّنه من التراجع عن إرادته في الاستمرار في التعاقد أو إتمام عملية الشراء، وذلك خلال مهلة زمنية محددة قانوناً.

¹ محمد سعيد أحمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2009، ص 393.

- يرد هذا الحق حصرا في إطار عقود الاستهلاك، أي تلك التي يبرمها المستهلك بصفته الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وبالتالي لا يطبق في سائر أنواع العقود، كما أنه يتميز بكونه حقا مؤقتا ينقضي بانقضاء المدة القانونية المقررة لممارسته.¹
- يمارس حق العدول بإرادة منفردة من جانب المستهلك، دون الحاجة إلى موافقة المورد أو تدخل أي جهة أخرى، ويكفي أن يعبر المستهلك عن رغبته في العدول وفق الشروط والإجراءات المحددة قانونا.
- يعتبر الحق في العدول عن العقد من القواعد الآمرة، على اعتبار أن المشرع قد قرره بنص صريح، ومن ثم يعد باطلا كل اتفاق يتضمن التنازل عن هذا الحق.²
- يعتبر حق العدول من الحقوق المجانية للمستهلك، ولا يشترط دفع مقابل مالي لممارسته، باستثناء احتمال تحمّله لمصاريف إعادة إرسال المنتج، ما لم ينص القانون أو العقد على خلاف ذلك.³

ثالثا: الطبيعة القانونية لحق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني

اختلف الفقه بشأن التكييف القانوني لحق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني، وتعددت الآراء حول طبيعته، وانقسمت إلى اتجاهات رئيسية:

أ- الاتجاه الأول:

يرى أن حق العدول يعد من الحقوق الشخصية، على اعتبار أنه ينشأ في إطار علاقة تعاقدية بين طرفين، ويخول أحدهما وهو المستهلك سلطة المطالبة بتنفيذ التزام معين أو الامتناع عنه، إلا أنّ هذا الاتجاه محل انتقاد، إذ إنّ ممارسة الحق في العدول لا تقوم

¹ أحمد حسين، محمد خلايفية، مرجع سابق، ص 62.

² علال قاشي، "خيار العدول عن العقد ضمانا للمستهلك في المعاملات الإلكترونية"، المجلة الجزائرية السياسية والاقتصادية، مج 57، ع 4، 2020، كلية الحقوق بجامعة الجزائر، ص 341.

³ نورة بسعدي، خيرة العرابي، "النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن"، مجلة القانون الدولي والتنمية، مج 10، ع 01، 2022، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص 441.

على رابطة دائنية بالمعنى التقليدي، كما أنه لا يترتب عليه التزام في ذمة الطرف الآخر، وإنما يرتبط بإرادة المستهلك وحده دون حاجة إلى تدخل المورد أو رضاه.¹

ب- الاتجاه الثاني:

يعتبر أن العدول يمثل حقا عينيا، كون المستهلك يملك سلطة مباشرة تمكّنه من الاختيار بين إتمام العقد أو الرجوع عنه، غير أنّ هذا التكييف يلقي اعتراضا بدوره، نظرا لكون الحق العيني يتعلق عادة بشيء مادي معين، وهو ما لا يتوافر في حالة العدول.

ج- الاتجاه الثالث:

يذهب إلى اعتبار أن العدول مجرد رخصة قانونية تمنح للمستهلك، إلا أن هذا الطرح تعرّض هو الآخر للنقد، باعتبار أن الرخصة في معناها العام تمنح على نحو مطلق لكل الأفراد، بينما حق العدول يقرّ لفئة محددة وبشروط معينة، كما أنه يرد بموجب نص قانوني يحدد ضوابطه بصراحة.

وأمام النقد الموجّه إلى الاتجاهات الثلاثة، برز رأي أكثر توفيقا يرى أن خيار العدول هو وسط بين الحق والرخصة، أي هو أعلى من مجرد رخصة وأقل من اعتباره حقا، ويستمد مشروعيته من طبيعته الإرادية، حيث يمنح للمستهلك سلطة استثنائية تمكّنه من إعادة النظر في اختياره التعاقدية، خلال أجل قانوني محدد، دون الحاجة إلى تبرير قراره أو تحمّل أي تبعه قانونية.²

الفرع الثاني: ضوابط وآثار ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول

بعد أن تبين أن الحق في العدول يعد من أبرز ضمانات الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في البيئة الرقمية، فإنه من اللازم التوقف عند الضوابط التي تنظّم كيفية ممارسته، وكذا الآثار القانونية المترتبة عنه.

¹ محمد الأمين نويرة، عبد الحق لخزاري، "حق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 09/18"،

المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية، مج 57، ع 02، 2020، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، ص 234.

² محمد الأمين نويرة، عبد الحق لخزاري، مرجع سابق، ص 235.

فهذا الحق، وإن كان يمنح المستهلك سلطة إنهاء العقد بإرادته المنفردة، إلا أنه ليس مطلقاً، بل مقيد بشروط زمنية وإجرائية ينبغي احترامها ضماناً للتوازن العقدي، وتفادياً لأي تعسف في استعماله.¹

ومن جهة أخرى، فإن مباشرة الحق في العدول لا تظل دون أثر، بل ترتب التزامات متقابلة على عاتق كل من المستهلك الإلكتروني والمورد، سواء تعلق الأمر بإرجاع المنتج أو استرداد المبالغ المدفوعة أو التعويض عن الأضرار إن وجدت.

لذلك، سيتم في هذا الفرع بيان أهم الضوابط التي تحكم ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول (أولاً)، ثم التطرق إلى أبرز الآثار القانونية التي تترتب عن هذه الممارسة بالنسبة لطرفي العلاقة التعاقدية (ثانياً).

أولاً: ضوابط ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول

رغم أن الحق في العدول يعكس إرادة المشرع في تعزيز مركز المستهلك الإلكتروني ومنحه فرصة مراجعة قراره بالتعاقد، إلا أن ممارسة هذا الحق لا تتم بطريقة مطلقة، بل تخضع لجملة من الضوابط القانونية التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين مصلحة المستهلك الإلكتروني وحقوق المورد، وسنعالج أهم هذه الضوابط فيما يلي:

أ- ممارسة الحق في العدول بآجال محددة

تجمع معظم التشريعات المقارنة على ضرورة تقييد ممارسة الحق في العدول بمهلة زمنية محددة، وذلك تحقيقاً للتوازن بين مصالح المستهلك الإلكتروني من جهة، وضمان استقرار المعاملات التجارية من جهة أخرى²، وقد خصّ المشرع الجزائري ممارسة هذا الحق بأحكام دقيقة في إطار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقد نصت المادة 11 منه على إلزام المورد الإلكتروني أن يتضمن عرضه التجاري الإلكتروني مجموعة من المعلومات على الأقل وليس على سبيل الحصر من بينها شروط وآجال العدول عند الاقتضاء.

¹ نورة بسعدي، خيرة العرابي، مرجع سابق، ص 443.

² محمد الأمين نويري، عبد الحق لخذاري، مرجع سابق، ص 239.

ومن جهة أخرى، وفي حال إخلال المورد بالتزامه بتسليم المنتج في الأجل المتفق عليه، يمنح المستهلك وفقا للمادة 22 من نفس القانون الحق في إعادة ارسال المنتج خلال أربعة (4) أيام عمل، تحسب ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، شريطة أن يعاد في حالته الأصلية، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، كما ألزمت ذات المادة المورد الإلكتروني بإرجاع المبلغ المدفوع من قبل المستهلك، بالإضافة إلى النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه للمنتج.

وعليه، يتضح أن المشرع الجزائري حرص على تنظيم ممارسة حق العدول ضمن آجال محددة، مراعيًا خصوصية التعاقد الإلكتروني ومقتضيات حماية المستهلك.

ب- كيفية ممارسة المستهلك الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني

يمارس المستهلك حقه في العدول عن التعاقد الإلكتروني بإرادة منفردة ودون الحاجة إلى اللجوء إلى القضاء أو تبرير أسباب العدول، وهو ما يعكس الطبيعة الخاصة لهذا الحق باعتباره استثناء على مبدأ القوة الملزمة للعقد.

ولم يحدد المشرع شكلا معينا لإخطار المورد بممارسة الحق في العدول، مما يتيح للمستهلك استخدام أي وسيلة اتصال متاحة ومناسبة، شريطة أن تكون واضحة ودالة على إرادته في التراجع عن العقد.

ومن جهة أخرى، يلتزم المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من وسيلة فعالة لممارسة هذا الحق، كأن يضع على منصته نموذجا إلكترونيا للعدول يمكن تعبئته وإرساله، أو أن يقبل إقرارا صريحا من المستهلك يفيد بعدوله، كما يلتزم المورد بإشعار المستهلك بتسلمه لطلب العدول، بما يعزز من شفافية المعاملة ويحفظ حقوق الطرفين.¹

ثانيا: آثار ممارسة الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني

يترتب على ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول انقضاء الرابطة العقدية التي كانت تربطه بالمورد، حيث يتم الرجوع إلى الوضع الذي كان عليه الطرفان قبل إبرام

¹ دليلة معزز، "حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني"، مجلة معارف، ع22، جوان 2017، قسم العلوم القانونية، جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة، ص 11.

العقد، دون أي التزام بمواصلة تنفيذ الالتزامات التعاقدية، فهو عقد غير ملزم وللمستهلك العدول عنه بإرادة منفردة خلال فترة العدول، وبالتالي يترتب عن ممارسة هذا الحق آثار بالنسبة للمستهلك الإلكتروني والمورد معا.¹

أ- آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني:

يترتب على ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول ضمن الأجل القانونية المحددة انقضاء الالتزام التعاقدي دون أن يتحمل أي مقابل أو جزاءات، أيا كان نوعها، ويعد هذا الحق مجانيا بطبيعته، فلا يشترط على المستهلك دفع تعويضات أو توضيح أسباب العدول.

غير أن المستهلك قد يتحمل مصاريف إرجاع المنتج، وهو أمر مبرر في إطار التعاقد الإلكتروني بالنظر إلى الطبيعة الخاصة لهذا النوع من المعاملات، وعليه، فإن ممارسة حق العدول لا تفرض على المستهلك أعباء مالية مباشرة، باستثناء التكاليف المرتبطة بإرجاع السلعة، والتي يتحملها عند الاقتضاء.²

ب- آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمورد الإلكتروني:

عند ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول ضمن الأجل القانوني، يلتزم المورد بإرجاع المبالغ المدفوعة خلال مدة محددة قانوناً، فقد تناول المشرع آثار العدول من خلال المادة 23 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث أوجب على المورد اتخاذ أحد التدابير التالية: إما تسليم منتج جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب، أو استبداله بمنتج مماثل، أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة، مع عدم الإخلال بحق المستهلك في المطالبة بالتعويض في حالة وقوع ضرر، كما ألزم القانون المورد بإرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل أقصاه خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلام المنتج.

¹ نورة بسعدي، حق العدول في العقد الإلكتروني الاستهلاكي في القانون المقارنة، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه ل.م.د. في القانون الخاص، تخصص القانون المقارن للعقود وقانون الاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، 2022/2021، ص 205.

² بدر الدين مرغني حيزوم، العروسي حاققة، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول"، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، مج 05، ع 01، 2020، المركز الجامعي إليزي، ص 91.

وبالتالي، فإن المورد الإلكتروني يقع على عاتقه التزام صريح برد الثمن خلال الأجل القانوني، وتترتب عليه غرامات مالية في حال تجاوزه.¹

المطلب الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية

يعد مبدأ التراضي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها العلاقات التعاقدية، إلا أن التطورات الاقتصادية واختلال التوازن في موازين القوى الاقتصادية بين الأطراف، أدت إلى بروز عقود يملئ فيها أحد الأطراف إرادته على الآخر دون مناقشة أو تفاوض، وقد أطلق على هذا النوع من العقود تسمية "عقود الإذعان".

وبينما تعاملت المبادئ القانونية التقليدية مع هذه العقود بوصفها استثناء على قاعدة سلطان الإرادة، توجهت النظرة القانونية الحديثة نحو توفير حماية أكبر للطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وهو المستهلك، لاسيما في ظل البيئة الرقمية، من خلال منحه إمكانية تعديل أو إبطال الشروط التعسفية التي تفرض عليه، وذلك عبر آليات قانونية تهدف إلى إعادة التوازن.

وانطلاقاً مما سبق، سنتناول في هذا المطلب مفهوم هذه الشروط (الفرع الأول)، ثم بيان آليات مكافحتها في إطار عقد الاستهلاك الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية

تعتبر الشروط التعسفية من أبرز مظاهر الخلل في التوازن العقدي، لاسيما في عقود الاستهلاك الإلكتروني، ولتحديد مفهوم هذه الشروط، من الضروري الوقوف على تعريفها (أولاً) وبيان عناصرها الأساسية (ثانياً).

أولاً: تعريف الشروط التعسفية

تعددت التعريفات الفقهية للشروط التعسفية، واختلفت المعايير التي استند إليها الفقهاء في تحديد مضمونها، فقد اعتبرها بعضهم نتيجة للتعسف في استعمال القوة الاقتصادية، بينما ركز آخرون على كونها شروطاً تدرج في عقود محررة مسبقاً، بما يؤدي إلى اختلال

¹ انظر: المادة 23 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

التوازن التعاقدى لصالح الطرف الأقوى¹، خاصة عندما يتفوق هذا الأخير من الناحية المهنية أو التنظيمية، كما ذهب اتجاه آخر إلى وصفها بأنها شروط تتنافى مع مقتضيات العدالة وروح الحق.²

أما من الناحية التشريعية، فقد سعى المشرع الفرنسي إلى تقديم تعريف دقيق للشرط التعسفي، حيث نصت المادة 132-1 من قانون 96/95 على أن: "في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين، تعد تعسفية تلك الشروط التي يكون هدفها أو أثرها إحداث اختلال كبير في التوازن بين الحقوق والالتزامات التي تترتب على أطراف العقد، على نحو يضر بالطرف غير المهني أو بالمستهلك".³

ومن خلال هذا النص، يتضح أن المشرع الفرنسي ركز على معيار الاختلال الجسيم في التوازن العقدي، دون اشتراط قيام سوء النية، وهو ما يميزه عن التوجه الأوروبي.

وفي هذا السياق، اقتبس المشرع الفرنسي تعريفه من التوجيه الأوروبي رقم 13/93، والذي ورد في مادته الثالثة أن: "كل شرط في العقد لم يكن محل مساومة فردية رغم ضرورة توفر حسن النية...".

¹ كريمة حدوش، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، مجلة السياسة العالمية، مج 06، ع2، 2022، جامعة أحمد بوقرة -بومرداس، ص 751.

² إيمان بوشارب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، 2012/2011، ص 50-52.

³ Loi n° 95-96 du 01/02/1995, concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial, J.O.R.F, N° 28, 02/02/1995, Modifiée par Ordonnance n° (01-741) du 23/08/2001, J.O.R.F, N° 196, 25 août 2001 modifié par n° (08-776) du 04/08/2008, J.O.R.F, N°181 du 05/08/2008, publié sur le site: www.legifrance.gouv.fr. Art 132-1: «Dans les contrats conclus entre professionnels et non-professionnels ou consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat. »

ويلاحظ أن المشرع الأوروبي استند إلى عنصر "غياب المساومة الفردية" و"حسن النية" في تحديد الطابع التعسفي للشرط، بخلاف المشرع الفرنسي الذي تغاضى عن معيار النية، وركز بدلا من ذلك على الآثار العملية للشرط.¹

أما بالنسبة للمشرع الجزائري، فقد عرّف الشرط التعسفي في المادة 03/ف5 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، والتي تنص على ما يلي: "كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين الحقوق وواجبات أطراف العقد".²

يتبين من هذا النص أن المشرع الجزائري قد تبنى نفس الاتجاه الذي سلكه المشرع الفرنسي، من خلال التركيز على معيار "الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي"³، دون ربط ذلك بضرورة قيام النية السيئة، كما يتضح أنه اعتمد على تقنية مستمدة من نظرية عقود الإذعان، حيث لا تطبق أحكام إعادة التوازن في العقد الاستهلاكي إلا إذا كان هذا الأخير يتسم بالإذعان.⁴

وبذلك، يمكن القول إن التشريع الجزائري قد تأثر بشكل واضح بالمدرسة القانونية الفرنسية في مقارنته لمفهوم الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلك.

¹ محمد جريفي، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق تخصص قانون خاص معمم، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018/2017، ص 176.

² انظر: المادة 3 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.

³ أمال بوهنتالة، "حماية المستهلك الإلكترونية من الشروط التعسفية"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، مج10، ع03، جويلية 2021، جامعة باتنة 1، الجزائر، ص 832.

⁴ خالد معاشو، دور القاضي في حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون الأعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 45 قالة، 2016/2015، ص 55.

ثانياً: عناصر الشروط التعسفية

من خلال أحكام المادة 03 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية نستخلص أن تكييف شرط تعاقدى ما على أنه تعسفي يستوجب توافر ثلاثة عناصر أساسية وهي:

أ. أن يرد الشرط ضمن عقد إذعان:

حتى يعد العقد إذعانا يجب أن يتوفر شرط واحد فقط حسب المبادئ القانونية الحديثة وهو أن يقوم الطرف القوي في العقد بإعداد الشروط وتحديد حقوق والتزامات الطرف الضعيف، فنكون بصدد عقد معد سلفاً متضمناً بنود تعسفية لا يسع للمستهلك إلا التوقيع عليها، في حين نجد المبادئ القانونية التقليدية تفرض على المستهلك بدون حق في التعديل أو المناقشة، على أن يكون هناك إحتكار للسلعة أو خدمة ضرورية للمستهلك ليعتبر العقد إذعانا.¹

ب. أن يكون الشرط مكتوباً ومحدداً مسبقاً:

حتى نكون بصدد شرط تعسفي لا بد من وجود عقد مكتوب ومحدد مسبقاً، وهو ما نصت عليه المادة الثالثة من الحالة الخامسة من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية²، إشتراط المشرع في العقد الإستهلاكي الذي يظهر في صورة إذعان أن يكون محرراً مسبقاً من أحد الأطراف مع إذعان الطرف الآخر وإرغامه على التعاقد بما يحويه من شروط تعسفية، وتتعدد أشكال هذا العقد فقد يرد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان، جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى.³

¹ انتصار بوزكري، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02-سطيف، 2012-2013، ص 38.

² المادة 3 ف4 من القانون 04-02، المتعلق بالممارسات التجارية.

³ سلمة بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص عقود ومسؤولية مدنية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2013-2014، ص 65.

ج. أن يؤدي الشرط إلى اختلال ظاهر في التوازن العقدي:

يستخلص من ذات المادة أن المشرع تبنى معيار "الاختلال الظاهر" بين التزامات الطرفين كمؤشر على تعسفية الشرط، ويقصد بذلك وجود ميزة مفرطة لطرف على حساب الآخر، تؤدي إلى غياب التوازن في الالتزامات المتقابلة، ولا يقيّم هذا الاختلال على أساس بند منفصل، وإنما ينظر إلى العقد ككل في ضوء ظروف إبرامه، فإن كان التقدير منصبا على عقد معين، وجب تبني المعيار الشخصي، مع الأخذ بعين الاعتبار المستهلك المتعاقد وظروف إبرام العقد، أما إذا تعلق التقدير بالشروط العامة دون الرجوع لعقد محدد، فإن المعيار يكون موضوعيا، ويستند فيه إلى المستهلك المتوسط في ظروف عادية.¹

الفرع الثاني: آليات مكافحة الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك الإلكتروني

سنتناول في هذا الفرع مختلف الآليات القانونية المتاحة لمكافحة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك الإلكتروني، وذلك من خلال بيان نطاق السلطة التقديرية للقاضي في التصدي لهذه الشروط (أولا)، ثم تحديد الجزاءات القانونية المترتبة على إدراجها في العقد (ثانيا).

أولا: السلطة التقديرية للقاضي في مواجهة الشروط التعسفية

خروجا عن القاعدة العامة المتمثلة في مبدأ "العقد شريعة المتعاقدين"، منح المشرع للقاضي سلطة استثنائية لمواجهة الشروط التعسفية، لا سيما تلك الواردة في عقود الإذعان² فقد نصت المادة 110 من القانون المدني على أنه: "إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو يعفي الطرف المدّعن منها، وذلك وفقا لما تقضي به العدالة، ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك".

بموجب هذا النص، يملك القاضي صلاحية مراجعة بنود العقد وتعديلها أو إبطالها متى ثبت أنها تخل بالتوازن العقدي وتلحق ضررا بالطرف الضعيف، وهو المستهلك غالبا،

¹ عبد القادر الصادق، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية دراسة مقارنة"، مجلة آفاق علمية، مج11، ع01، أبريل 2019، جامعة تامنغست-الجزائر، ص 45.

² فريدة عيادي، "حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية من القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج 06، ع 02، 2022، جامعة عمار تليجي بالأغواط، ص 502 .

وتمارس هذه السلطة في إطار تقديري يهدف إلى تحقيق العدالة، دون التقيد الصارم بإرادة الأطراف.

وفي مجال التجارة الإلكترونية، تتجلى هذه الحماية من خلال التأكيد على التزام المورد بالإعلام، إذ لا يقتصر دوره على عرض المنتج وتسليمه، بل يتوجب عليه تمكين المستهلك من معرفة جميع خصائصه ومواصفاته قبل التعاقد، ويعتبر هذا الالتزام بالإعلام آلية وقائية مهمة، بالنظر إلى أن المستهلك الإلكتروني لا يمكنه فحص المنتجات فعلياً، بل يكتفي بالمعلومات المعروضة إلكترونياً.

وعلى الرغم من أن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لم ينص صراحة على حماية المستهلك من الشروط التعسفية، إلا أنه أقر حماية ضمنية من خلال تنظيم ما يعرف بـ "العرض التجاري الإلكتروني"، كما جاء في المواد 10، 11، 12 من هذا القانون، والتي ألزمت المورد بتوفير معلومات دقيقة وكاملة حول المنتج أو الخدمة المعروضة، بما يضمن حماية المستهلك من الوقوع في الشروط المجحفة أو الغامضة.¹

ثانياً: الجزاءات المترتبة على الشروط التعسفية

تتعدد الجزاءات القانونية المقررة لمواجهة الشروط التعسفية، وتتنوع بين جزاءات مدنية وأخرى جزائية، وذلك حسب طبيعة الشرط وطبيعة الخرق المرتكب.

أ- الجزاء المدني المترتب على الشروط التعسفية:

ينقسم الجزاء المدني إلى فئتين، تبعاً لطبيعة الشرط محل النزاع:

1- الشروط المحظورة بقوة القانون:

تعتبر الشروط التي تدرج ضمن القائمة المنصوص عليها في المادة 29 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، والمادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، شروطاً تعسفية بحكم القانون، وفي هذه الحالة، لا يملك القاضي سلطة تقديرية، بل يتعين عليه الحكم ببطلان تلك الشروط بمجرد تحقق مطابقتها للائحة القانونية.

¹ غنية عباس، "حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية"، مجلة الحقوق والحريات، مج 11، ع 01، 2023، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 822.

2- الشروط الخاضعة لتقدير القاضي:

أما بالنسبة للشروط التي لم يرد بشأنها نص صريح، فإن أمر تقدير تعسفها يترك للقاضي، الذي يستند في حكمه إلى معيار العدالة والتوازن العقدي، وبأخذ في الاعتبار طبيعة العقد، وضعف مركز المستهلك، ومدى وضوح أو غموض الشرط موضوع الطعن.

ب- الجزاء الجزائي المترتب على الشروط التعسفية

سعى المشرع أيضا إلى إضفاء طابع ردي على الشروط التعسفية من خلال فرض جزاءات جزائية، تتنوع بين عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

1- العقوبات الأصلية:

نصت المادة 38 من القانون رقم 02-04 على فرض غرامة مالية تتراوح بين 50.000 دج و 5.000.000 دج على كل ممارسة تجارية غير نزيهة أو شرط تعاقدى تعسفي مخالف لأحكام المواد 26 إلى 29 من القانون ذاته.

أما في إطار التجارة الإلكترونية، فقد نصت المادة 39 من القانون رقم 05-18 على غرامة تتراوح من 50.000 دج إلى 500.000 دج، في حالة مخالفة أحكام المادتين 11 و12 من نفس القانون، والمتعلقين بالعرض التجاري الإلكتروني والتزام الإعلام.

2- العقوبات التكميلية:

إلى جانب الغرامات المالية، أتاح المشرع للقاضي إمكانية فرض عقوبات تكميلية، من بينها غلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح بين شهر وستة أشهر، وفقا لما نصت عليه المادة 37 من القانون رقم 05-18.

كما أجازت المادة 38 من القانون نفسه للقاضي أن يأمر بالشطب من السجل التجاري بالإضافة إلى غلق الموقع الإلكتروني، وذلك تعزيزا لحماية المستهلك الإلكتروني من الممارسات غير المشروعة.¹

¹ فريدة عيادي، مرجع سابق، ص 502، 503.

المبحث الثاني

ضمان أمن المستهلك الإلكتروني من المخاطر التقنية

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي تشهدها مختلف مجالات الحياة، غزت التكنولوجيا الرقمية شتى القطاعات، لما توفره من سهولة في الاستخدام وتخفيف لأعباء التنقل، ولم يكن القطاع المصرفي بمعزل عن هذه التحولات، إذ أصبح الدفع الإلكتروني يشكل أحد أهم وسائل المعاملات المالية، بديلا عن وسائل الدفع التقليدية.

وفي هذا السياق، برزت جملة من المخاطر التقنية التي قد تهدد أمن المستهلك الإلكتروني وتؤثر على سلامة تعاملاته، وهو ما استدعى تدخل المشرع لتوفير الحماية القانونية الكافية له.

وعليه، سنتناول في هذا المبحث حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني (المطلب الأول) وحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني

أصبح الدفع الإلكتروني وسيلة معتمدة وأساسية في تنفيذ المعاملات ضمن التجارة الإلكترونية، فهو من أبرز الوسائل الحديثة للوفاء بالالتزامات المالية في البيئة الرقمية، وقد أنشئت أنظمة الدفع الإلكتروني خصيصا لتلبية متطلبات المعاملات التجارية الإلكترونية، بما يضمن السرعة، والفعالية، وتقليل الاعتماد على وسائل الدفع التقليدية.

غير أن هذه الوسيلة الحديثة لا تخلو من مخاطر قد تهدد مصالح المستهلك، خاصة في ظل ضعف خبرته التقنية أو عدم وضوح بعض جوانب التعاملات.

ومن هذا المنطلق، سنتناول في هذا المطلب مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني في (الفرع الأول) ثم صور حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

تعددت وسائل الدفع الإلكتروني مع تطور التجارة الإلكترونية، وأصبحت تشكل أدوات أساسية في إتمام المعاملات المالية عن بعد، وفي هذا الفرع سنعالج تعريف وسائل الدفع الإلكتروني (أولاً)، ثم ننتقل إلى بيان أنواعها (ثانياً).

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

يقصد بوسائل الدفع الإلكتروني مختلف الأدوات والنظم الإلكترونية التي تصدرها البنوك والمؤسسات المالية، والتي تتيح للمستهلكين إجراء عمليات الدفع أو تحويل الأموال عن بعد دون الحاجة إلى تبادل نقدي مباشر.¹

وقد تطرقت بعض التشريعات الوطنية إلى هذا المفهوم، فنجد القانون 09-23 المتعلق يتضمن القانون النقدي والمصرفي² في مادته 74 نصت على أنه: "تعتبر وسائل دفع، كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل، بما في ذلك العملة الإلكترونية".

ويلاحظ من خلال هذا التعريف أن المشرع الجزائري تبني مفهوماً واسعاً لوسائل الدفع يشمل كافة الأدوات، بغض النظر عن طبيعتها أو التقنية المستعملة في تشغيلها.

كما أشار القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى هذا المفهوم في المادة 6، التي جاء فيها: "كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به، تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية".

ويفهم من ذلك أن الدفع الإلكتروني لا يقتصر على نمط واحد، بل يشمل كل الوسائل المعتمدة قانوناً، والتي تعمل ضمن منظومة رقمية تضمن إتمام العملية المالية بطريقة إلكترونية مؤمنة.

¹ هشام لبزة، محمد الهادي ضيف الله، "واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث الإجماعية، ع24، ديسمبر 2017، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، ص 280.

² القانون رقم 09-23، مؤرخ في 21 جوان 2023، يتضمن القانون النقدي والمصرفي، ج ر، ع 43، مؤرخة في 27 جوان 2023.

ثانياً: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

تعددت وسائل الدفع الإلكتروني بتعدد الوسائل التقنية المستخدمة في تنفيذ المعاملات المالية عن بعد، ومن أبرز هذه الوسائل:

أ- البطاقات البنكية:

تعددت تعاريف البطاقات البنكية واختلفت بين مجمع الفقهاء، فهناك من يعرف البطاقة البنكية على أنها بطاقة بلاستيكية أو ورقية يصعب تزويرها أو التلاعب بها، لاحتوائها على شريحة إلكترونية مؤمنة¹، وتعرف أيضاً على أنها بطاقة مغناطيسية تسمح لحاملها باستخدامها في شراء معظم حاجاته أو أداء ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض لمخاطر السرقة والضياع أو التلغ، حيث تمكن حاملها سحب النقود من الآلات المخصصة لذلك²، وتؤدي هذه البطاقة وظيفتين أساسيتين: وظيفة الوفاء ووظيفة الائتمان، حيث تصدرها مؤسسة مالية لفائدة شخص طبيعي أو معنوي، وتمكن حاملها من سحب النقود من أجهزة الصراف الآلي، أو أداء ثمن السلع والخدمات مباشرة، مقابل التزامه بالوفاء للمؤسسة المصدرة وفقاً للشروط المتفق عليها.

وتنقسم البطاقات البنكية إلى بطاقات ائتمانية وبطاقات غير ائتمانية.³

1- البطاقات الائتمانية:

تعرف على أنها مستند يعطيه مصدره لشخص ثقة به، في شكل قرض استهلاك بناء على عقد مبرم بينهما، يمكنه من الحصول على حاجياته من السلع أو الخدمات من محلات تقبل هذا المستند لنفس المصدر أو غيره بناء على عقد سابق بينها دون أن يدفع الحامل الثمن فوراً، كما يمكنه من سحب النقود من الصراف الآلي ولو لم يكن له رصيد أو رصيده

¹ وفاء عبدلي، "وسيلة الدفع الإلكترونية بين حتمية العولمة المصرفية وواقع الوظيفة النقدية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، ع 04، جامعة المسيلة، ص 149.

² عمار لوصيف، استراتيجيات نظام المدفوعات لقرن الحادي والعشرون مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة 1، 2009، ص 11.

³ كريمة شايب باشا، "آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، مج 07، ع 02، ديسمبر 2018، جامعة الجزائر 3، ص 34.

غير كافي على أن يرجع المصدر على الحامل لتسديد قيمة هذه السلع أو الخدمات بالإضافة إلى الفوائد التي يحددها المصدر في شكل أقساط دورية.¹

2- البطاقات غير الائتمانية:

يطلق على هذا النوع بطاقة الخصم الفوري، حيث تستخدم كأداة وفاء فقط، تسمح لحامل البطاقة الحصول على احتياجاته من حيث السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم هذه الأخيرة، ويتم الخصم مباشرة لقيمة الخدمة المقدمة من الحساب الجاري المفتوح من طرف البنك المصدر دون انتظار اعداد كشف حساب البطاقة.²

ب- الأوراق التجارية الإلكترونية:

تتمثل الأوراق التجارية الإلكترونية أساسا في:

1- السفتجة الإلكترونية:

هي محرر شكلي إلكتروني ثلاثي الأطراف، يعالج إلكترونيا كليا أو جزئيا، ويتضمن أمرا صادرا من الساحب إلى المسحوب عليه بدفع مبلغ معين للمستفيد عند الاطلاع أو في تاريخ محدد.

2- الشيك الإلكتروني:

يعتبر بديلا محل الشيك الورقي، بحيث يحزر عن طرق أداة إلكترونية لسداد قيمة مالية ما في تاريخ معين لصالح شخص أو جهة معينة، ويتم تذييله بتوقيع إلكتروني.³

¹ جمال أوجاني، النظام القانوني لبطاقة الائتمان، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 45، قالمة، 2016/2015، ص 28، 29.

² نعيمة عبدلي، "وسائل الدفع الإلكترونية في القانون"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مج 05، ع 01، 2021، جامعة عمار تليجي، الأغواط، ص 227.

³ حميد سلطاني، "مفهوم الدفع الإلكتروني وآفاق تطويره في الجزائر"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مج 11، ع 02، 2022، جامعة البليدة 2، ص 215.

ج- التحويلات البنكية الإلكترونية:

هي مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك إلكترونية مرخص لها بالقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق حاسوب ومن خصائصها، ضمان الأمن وأكثر مصداقية للمتعاملين.¹

د- النقود الإلكترونية:

تعتبر قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً فهي وسيلة دفع رقمية غير متصلة بحساب بنكي تتوافق مع معاملات التجارة الإلكترونية²، بحيث تتعدد أنواع النقود الرقمية بحسب إختلاف وجهات النظر في أساس التقسيم، يتم إصدار النقود الإلكترونية بناء على قيمة الأموال التي يتم إداؤها لدى المصدر وتخزينها في شكل إلكتروني من خلال التخزين على وسائط الخادم أو الرقائق.³

الفرع الثاني: صور حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني

في ظل تعدد مخاطر الدفع الإلكتروني، بات من الضروري اعتماد آليات فعّالة لضمان أمن المستهلك الإلكتروني أثناء استخدامه لهذه الوسائل، وتتنوع صور الحماية بين تدابير تقنية تهدف إلى تأمين المعاملات، وأخرى قانونية توفر الإطار التشريعي والتنظيمي الكفيل بحماية حقوق المستهلك.

وعليه، سنتناول في هذا الفرع صور الحماية التقنية (أولاً) ثم الحماية القانونية (ثانياً).

¹ عماد الدين بركات، حورية طيبي، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والتنمية المحلية، مج 01، ع 02، جوان 2019، جامعة أحمد دراية أدرار، ص 129.

² أمانة زربوط، "دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر"، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج 01، ع 01، 2019، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي أفلو، ص 56.

³ Asriati, « **Legal Protection for Consumers Who Use Electronic Wallets (E-Wallets) as a Means of Payment** », Alauddin Law Development Journal (ALDEV), Universitas Muslim Indonesia, Vol 6, N° 1, 2024, p.46.

أولاً: الحماية التقنية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني

يقصد بالحماية التقنية مجموع الإجراءات الوقائية المعتمدة لتأمين الأنظمة الإلكترونية الخاصة بعمليات الدفع، ولحماية المواقع والمنصات التي تتم عبرها هذه العمليات، وتنقسم هذه الحماية إلى نوعين أساسيين: تقنيات تهدف إلى تحديد هوية المستخدم والتحقق منها (أ)، وأخرى تستخدم لتأمين المراسلات والمواقع الإلكترونية (ب).

أ- تقنيات تحدد الشخصية والتحقق منها:

في ظل تنامي ظاهرة اختراق البيانات الشخصية، سعت المؤسسات البنكية إلى اعتماد معايير تقنية متقدمة لتأمين حسابات العملاء وحمايتها من السحب غير المشروع أو القرصنة، ومن أبرز هذه التقنيات:

1- تقنية هوية المستخدم وكلمة السر:

تمثل هذه التقنية أول خطوة في نظام الحماية، إذ تتيح للعميل الوصول إلى حسابه الشخصي والتصرف فيه، وتوفر في الوقت ذاته بيانات مهمة تستخدم في كشف محاولات الاختراق وتحديد مصدرها.

2- تقنية التوقيع الإلكتروني:

يعد التوقيع الإلكتروني من أبرز وسائل التعبير عن الإرادة في البيئة الرقمية، ويتميز بامتلاكه نفس حجية التوقيع التقليدي من حيث الإثبات، مع فارق أنه يأخذ شكلاً إلكترونياً وهو وسيلة فعالة لتحديد هوية الموقع أو المرسل.¹

ب- تقنيات حماية أمن العمليات والمواقع الإلكترونية:

توجد عدة تقنيات تعمل على تأمين العمليات الإلكترونية وضمان سلامتها، ومن أهمها:

¹ سيف الدين رحالي، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه ل م د، شعبة حقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2024، ص 254-268.

1- تقنية التشفير:

التشفير أو الكتابة السرية هي تقنية لحماية بيانات العميل من الإختراق والقرصنة والفيروسات، فالتشفير يمتاز بخصوصية المعاملات الإلكترونية، مما يعزز الثقة في التعاملات البنكية والتجارية عبر الإنترنت.¹

2- تقنية جدران الحماية Firewalls:

توظف هذه التقنية لتنظيم تدفق البيانات داخل الشبكات البنكية، إذ تربط بين فروع البنك في شبكة داخلية خاصة، وتعمل على تأمين البيانات في نقطة مركزية.²

3- تقنية البلوك تشين Blockchain :

هي تقنية رقمية ضخمة، تعتمد على نظام موزع يقوم بتخزين المعاملات عبر شبكة حواسيب لامركزية، ما يجعل اختراق البيانات أو التلاعب بها أمرا بالغ الصعوبة، ويضمن درجة عالية من الأمان.³

ثانيا: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني

نظم المشرع الجزائري الدفع الإلكتروني ضمن أحكام الفصل السادس من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال المواد 27 إلى 29، والتي تتضمن قواعد وآليات تهدف إلى حماية المستهلك من المخاطر المرتبطة بالدفع الإلكتروني.

حيث نصت المادة 27 منه على أن الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية يتم إما عن بعد، أو عند استلام المنتج، وذلك باستخدام وسائل دفع مرخص بها وفقا للتشريع المعمول به، أما بالنسبة للمعاملات التجارية العابرة للحدود، فقد أوجبت أن يكون الدفع حصريا عن بعد، وعبر منصات دفع إلكترونية منشأة من قبل بنوك معتمدة من بنك الجزائر أو بريد الجزائر، ومتصلة بشبكة الدفع العمومية.

¹ حمزة مرابط، منصور داودي، "التشفير كآلية لحماية المصنفات الرقمية من القرصنة الإلكترونية"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، مج 10، ع 01، 2023، جامعة عباس لغرور، خنشلة، ص 42.

² فتيحة حزام، "حماية الأنظمة الرقمية بين الآليات التقنية وأجهزة الحماية، قراءة في أحكام المرسوم الرئاسي 05-20"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع 03، أكتوبر 2020، جامعة زيان عاشور بالجلفة، ص 175.

³ عوسات تكلت، "تقنية البلوك تشين: دراسة في المفهوم والعناصر"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مج 07، ع 02، جوان 2022، جامعة زيان عاشور بالجلفة، ص 945.

نستنتج أن المشرع الجزائري قد فرّق بين المعاملات الداخلية والدولية، وفرض وسائل دفع إلكترونية مرخصة لضمان الأمان في العمليات.

كما ألزمت المادة 28 من نفس القانون بأن يكون رابط موقع المورد الإلكتروني بمنصة الدفع مؤمّنا بواسطة نظام تصديق إلكتروني، وبالتالي فهذا الأخير، يمنح الثقة والأمان بين أطراف المعاملة، ويساعد في التحقق من هوية المستخدم.

وقد أخضعت المادة 29 من القانون السالف ذكره، منصات الدفع الإلكتروني لرقابة بنك الجزائر، بهدف التأكد من احترامها لمتطلبات التشغيل البيئي، وسرية البيانات، وسلامتها وأمن تبادلها.

وبالتالي، فبنك الجزائر هو الهيئة المخولة قانونا برقابة أنظمة الدفع، وله صلاحية فحص العمليات البنكية التي تقوم بها المؤسسات المالية داخليا أو مع الزبائن.

المطلب الثاني: حماية المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

لكل شخص الحق في حماية حياته الخاصة وبياناته الشخصية، فهي من الحقوق الأساسية التي كفلتها التشريعات الوطنية والدولية، وكرستها مبادئ الشريعة الإسلامية في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ¹، غير أن تطور وسائل الاتصال وتوسع التعاقد الإلكتروني أسهما في تزايد التهديدات التي تطل خصوصية الأفراد ومعطياتهم الشخصية، مما استدعى تدخل المشرع بوضع إطار قانوني يحمي المستهلك الإلكتروني من الاستغلال أو التعدي على معطياته.

ومن هنا سنتطرق في البداية إلى مضمون إلتزام المورد الإلكتروني لحماية البيانات الشخصية للمستهلك (الفرع الأول) وجزء مخالفة المورد الإلكتروني لالتزامه بحماية البيانات الشخصية (الفرع الثاني).

¹ سورة الحجرات، الآية: 12.

الفرع الأول: مضمون التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك
إن مصطلح البيانات أو المعطيات الشخصية أو ذات الطابع الشخصي ظهر في
مجال المعاملات الإلكترونية، التي يتم إرسالها من طرف المستهلك الإلكتروني إلى المورد
الإلكتروني والتي تكون عبارة عن معطيات أو بيانات شخصية في شكل إلكتروني وذلك من
أجل التحقق والتأكد من صحة المعاملة بينهما، فتشكل هذه المعطيات الحياة الخاصة
للمتعاقدين.

هذا، وتعتبر البيانات الشخصية ذات قيمة كبيرة للشركات عبر الأنترنت، لأنها تساهم
في معلوماتها الإستخبارية وتسهل تحديد ملفات ربط المستهلكين.
وتعدّ حماية الخصوصية من أبرز التحديات القانونية في البيئة الرقمية، إذ تواجه هذه
الحماية إشكاليات متعددة، من بينها محدودية وعي الأفراد بكيفية استخدام بياناتهم الشخصية
التي يتم جمعها عبر الأنترنت، وتحديد المسؤولية القانونية في حال حدوث اختراق لهذه
البيانات.

وفي هذا الإطار، تؤكد المبادئ التوجيهية الدولية الخاصة بحماية الخصوصية على
ضرورة تمكين المستهلك من آليات فعالة للرقابة على بياناته، من خلال اعتماد تدابير قائمة
على الشفافية، والأمان، والحصول على الموافقة المستنيرة، بما يضمن احترام خصوصيته
أثناء جمع البيانات الشخصية واستخدامها.¹

يمكننا تعريف المعطيات الشخصية بأنها معلومة مرتبطة بحالة الإنسان المادية أو
المعنوية أو الصحية أو الوظيفية أو الاجتماعية، وتعد حماية البيانات الشخصية حقا أساسيا
للجميع، ورغم أنها ليست فكرة جديدة في حد ذاتها، إلا أنها اكتسبت أهمية متزايدة مع
التطورات التكنولوجية المتسارعة، وقد بادرت العديد من الدول إلى سنّ تشريعات شاملة
تهدف إلى مكافحة إساءة استخدام البيانات الشخصية وضمان سرية تداولها.²

¹ United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Note by the UNCTAD Secretariat: **Consumer Protection in Electronic Commerce**, Item 3 (e), 24 April 2017, United Nations, p. 11.

² يحي إبراهيم دهشان، "الحماية الجنائية للبيانات في ظل التحول الرقمي"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مج 9، ع 3، سبتمبر 2023، كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، 2022، ص 18، 19.

ويمكن القول إن المعطيات الشخصية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية من البيانات ذات الصلة المباشرة بالمستهلك الإلكتروني، إذ تشمل معلومات تتعلق بطلبه لسلمة أو خدمة، أو تكشف عن رغباته وميوله الاستهلاكية، وبالنظر إلى طبيعتها الحساسة، فقد حظيت هذه المعطيات بمكانة مهمة ضمن التشريعات المقارنة التي أولتها حماية خاصة باعتبارها جزء من الحقوق الرقمية للمستهلك.¹

وانطلاقاً مما سبق، ألزم المشرع المورد الإلكتروني بعدد من الالتزامات التي تندرج ضمن مسؤولية معالجة المعطيات الشخصية، ومن أبرزها التزامه باعتباره مسؤولاً عن معالجة المعطيات الشخصية (أولاً) والالتزام بتمكين المستهلك الإلكتروني من التحكم في معطياته الشخصية (ثانياً).

أولاً: التزام المورد الإلكتروني باعتباره مسؤولاً عن معالجة المعطيات الشخصية

يحظر تخزين المعطيات الشخصية التي تمس بالحياة الخاصة للمستهلك الإلكتروني، وقد يرفض الشخص تخزين معطياته الشخصية، لكن المصلحة العامة تقتضي خلاف ذلك، لذا سنذكر بعض الحالات التي سمح المشرع التعامل فيها من بينها التزام المورد الإلكتروني بضمان احترام مبادئ معالجة المعطيات الشخصية (أ)، والتزامات المورد الإلكتروني بمناسبة استغلال المعطيات الشخصية في الإشهار الإلكتروني (ب).

أ- التزام المورد الإلكتروني بضمان احترام مبادئ معالجة المعطيات الشخصية

القاعدة أن البيانات الشخصية بما فيها المعطيات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية، يجب حفظها لمدة محدودة، ويترك تحديد المدة لظروف واعتبارات مختلفة²، وتجد المعالجة أساسها القانوني في المادة 26 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تنص على أنه: "ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي

¹ محاسن ابتسام زيغم، حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة من أجل نيل شهادة الدكتوراه، تخصص: قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق، جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب، السنة الجامعية 2023/2024، ص 194.

² كريمة بركات، "الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مج 13، ع 01، أبريل 2022، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، ص

ويشكل ملفات الزبائن المحتملين، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية...".

فمن ضمن المبادئ الأساسية التي تتم بها معالجة المعطيات الشخصية، مبدأ توجيه المعالجة لأهداف محددة، بحيث لا يمكن المطالبة ببيانات غير ضرورية، أو لا تتناسب مع الهدف المرجو من المعالجة¹، ويتضح من نص المادة السالفة الذكر أن المشرع وضع جملة من الشروط بهدف ضمان حماية المعطيات الشخصية المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني، فتمكين المورد من جمع المعطيات الشخصية للمستهلك لا يعني بأي حال من الأحوال جواز الكشف عن خصوصياته أو نقلها إلى الغير دون قيود، كما أن رضا المستهلك على تداول بياناته لا يفهم منه تفويضا مطلقا لتداولها أو نشرها، لهذا، أوجب المشرع على المورد الالتزام بضمان أمن وسرية هذه البيانات²، بوصفها أحد أركان الثقة في البيئة الرقمية.

ف نجد أن المشرع الجزائري استخدم عبارة "ينبغي للمورد"، ويفهم من ذلك أنه قد أُلزم المورد بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي والحصول على المعلومات الضرورية لإبرام المعاملة التجارية، من خلال استعماله لعبارة "البيانات الضرورية"، غير أن هذا الالتزام بقي عاما، حيث فتح المجال للمورد في تحديد نوعية البيانات التي يطلبها من المستهلك، الأمر الذي قد يستغل بشكل إيجابي أو سلبي، بحسب النية أو الممارسات الفعلية.

أما بشأن كيفية تخزين تلك المعطيات، فلم يرد نص صريح في القانون 18-05 وإنما أحال المشرع هذه المسألة إلى الأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها، قصد ضمان حماية المعطيات أثناء تخزينها واستعمالها.

¹ سهام قارون، "التزام المورد الإلكتروني لحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج07، ع02، 2020، جامعة الحاج لخضر باتنة1، ص1019.

² محمد رضا التميمي، "آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد وفقا للقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية" مجلة العلوم الإنسانية، مج09، ع02، جوان 2022، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، ص1274.

ب- التزامات المورد الإلكتروني بمناسبة استغلال معطيات الشخصية في الإشهار الإلكتروني

لبناء علاقات قوية ودائمة مع عملائها، تقوم الشركات بجمع المعلومات الشخصية لتقديم عروض أفضل لتوقعاتهم، وذلك ما يعرف بـ: **الإشهار الموجه (La publicité ciblée)**، الذي يعتمد على المعطيات الشخصية للأشخاص، ولموازنة مصالح الطرفين ألزم المشرع في المادة 32 من القانون 05-18 المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من التعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار إلكتروني، وذلك من خلال منظومة إلكترونية مخصصة لهذا الغرض، تسجل فيها رغبة المستهلك، ويتم منحه وصل يثبت تسجيل طلبه، ومنه يلتزم المورد الإلكتروني بتبصير المستهلك بشأن استعمال معطياته الشخصية في الإشهار الإلكتروني المستهدف.¹

هذا، ويكون للمستهلك الحق في الإعراض عن تلقي الإعلانات التجارية، ويعرف هذا النظام بـ **نظام الموافقة المسبقة (Opt-in)** ، والذي يقوم على ضرورة الحصول على إذن أو موافقة صريحة من المستهلك قبل الشروع في إرسال أي رسائل تسويقية، وهو ما يصطلح عليه أيضا بـ **التسويق القائم على الإذن (Permission Marketing)**.²

وبموجب هذا النظام، يلتزم المعلن بعدم إرسال أي إعلانات للمستهلك ما لم يحصل على رضا صريح ومسبق منه، أما في حال سحب المستهلك هذه الموافقة لاحقا، فإن الأمر يتعلق بـ **نظام إلغاء الاشتراك (Opt-out)**، والذي يمكّن المستهلك من التراجع عن موافقته، ووقف استقبال الرسائل التسويقية.

¹ نزيهة علال، فاطيمة عاشور، "الحماية القانونية للمعطيات الشخصية في معاملات التجارة الإلكترونية"، مجلة دائرة

البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، مج06، ع02، 2022، المركز الجامعي مرسلني عبد الله، تيبازة، ص184.

²فاطمة سرير، "حماية البيانات الشخصية للمستهلك من الإشهار عبر البريد الإلكتروني غير المرحب به في ظل التجارة الإلكترونية رقم 05-18"، مجلة الحقوق والحريات، مج 13، ع1، 2025، كلية الحقوق، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص428.

ويعد نظام الموافقة المسبقة أكثر فاعلية في تحقيق التوازن بين حرية التعبير من جهة، والحق في الخصوصية وحماية المعطيات الشخصية للمستهلك من جهة أخرى، كما يسهم في تعزيز الثقة في أنشطة التسويق المباشر ضمن البيئة الرقمية.¹

كما منع المشرع، تحت طائلة المسؤولية، بموجب القانون 05-18 باستعماله مصطلح "الإستيبيان المباشر" المورد الإلكتروني من استعمال المعطيات الشخصية للأشخاص الطبيعيين ما لم يوافقوا على ذلك مسبقاً، وعليه يجب على المورد تحديد هذا الغرض عند جمع عنوان البريد الإلكتروني، حتى يبدي المستهلك قبوله أو إعتراضه على تلقي الإستيبيانات.²

ثانياً: الإلتزام بتمكين المستهلك الإلكتروني من التحكم في معطياته الشخصية

أقرّ المشرع الجزائري في القانون 05-18 المتعلق التجارة الإلكترونية حق المستهلك الإلكتروني في التحكم في معطياته ذات الطابع الشخصي، ويتجلى هذا الحق في إلزام المورد بإعلام المستهلك قبل الشروع في معالجة بياناته، ومنحه حرية القبول أو الرفض.³

ويجب على المورد الحصول على موافقة صريحة ومسبقة من المستهلك قبل البدء في جمع أو معالجة المعطيات الشخصية، وتكون هذه الموافقة عادة كتابية وبوسيلة إلكترونية، كالنقر على زر "موافق" على رسالة تعلم المستخدم بأن بياناته ستستخدم، فلا تتصور بأي حال الموافقة الضمنية.⁴

وتعلن المواقع الإلكترونية، في العادة، عن سياساتها الخاصة بمعالجة البيانات من خلال قسم "سياسة الخصوصية" (Privacy Policy)، والذي يتضمن تفاصيل طرق استخدام البيانات، وما إذا كانت ستشارك مع الغير.

¹ فاطمة سرير، مرجع سابق، ص430.

² المرجع نفسه، ص185.

³ أميرة غابشة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د.الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1 الحاج لخضر، 2021-2022، ص286.

⁴ نورة حمليل، "حماية المعطيات الشخصية في مواجهة الإدارة الإلكترونية"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية،

مج15، ع02، 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص41.

وهو ما أكدته المادة 32 من القانون 07-18¹ على أنه يجب على المسؤول عن المعالجة إعلام مسبقا، صريحا، ودون لبس، كل شخص يتم الإتصال به لتجميع المعطيات الشخصية، وهو ما يعزز مبدأ الشفافية.

وفي السياق ذاته، أكدت المادة 26 من القانون رقم 05-18 على ضرورة الحصول على الموافقة الصريحة للمستهلك الإلكتروني قبل جمع البيانات ذات الطابع الشخصي، وهو ما كررته المادة 07 من القانون رقم 07-18 المتعلق بحماية المعطيات الشخصية، التي نصت صراحة على أنه: "لا يمكن القيام بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي إلا بالموافقة الصريحة للشخص المعني".

وبالتالي، فإن السماح للمورد بجمع البيانات بعد موافقة المستهلك لا تعني الحق في الكشف عنها، كما أن موافقة العميل على تخزين المعلومات لا تعني حرية نقلها للغير²، وكما أكدت الفقرة الثانية على إمكانية تراجع المعني في أي وقت عن موافقة، الملاحظ هنا أن إقرار المشرع الجزائري لحق المعني في التراجع في أي وقت يشاء، رغم أن هذا الحق يخدم مصلحة المعني بالأمر، غير أنه يشكل تهديدا كبيرا بالنسبة لاستقرار المعاملات.³

الفرع الثاني: جزاء مخالفة المورد الإلكتروني لالتزامه بحماية المعطيات الشخصية

خصص المشرع الجزائري الباب الثالث من القانون 05-18 للجرائم والعقوبات التي تطبق على المورد الإلكتروني في حالة مخالفته وعدم إحترامه لأحكام هذا القانون، والتي يمكن تصنيفها إلى عقوبات إدارية (أولا) وأخرى جزائية (ثانيا).

¹ القانون رقم 07-18، مؤرخ في 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع 34، مؤرخة في 10 جوان 2018.

² Zakaria Moulay, Karim KHdim, "Protection of Consumer in E-commerce - Comparison Study between Algeria and European Legislations", The Algerian and Comparative Public Law Journal, vol.06, N° 02, December 2020, University of ALGIERS1, p2626.

³ أمينة مسياد، "آليات حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في ظل القانون (07-18)"، مجلة الباحث في العلوم القانونية والسياسية، ع05، جوان 2021، جامعة محمد الشريف مساعديّة- سوق أهراس، ص105-106.

أولاً: العقوبات الإدارية

يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، وتنشأ بطاقة للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، ولا يمكن للمورد ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني إلا بعد إيداع إسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.¹

في الفصل الثاني من الباب الثالث من القانون 18-05 المتعلق بالجرائم والعقوبات نصت المواد 42 و 43 على عقوبات إدارية تسلط على المورد الإلكتروني في حالتين:

- الحالة الأولى: نصت المادة 42 على أنه: "تقوم هيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر، بناء على مقرر من وزارة التجارة، بالتعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق...". أي إذا قام شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر باقتراح توفير سلعة أو خدمة عبر الأنترنت من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، تقوم الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بالتعليق الفوري، ويبقى معلقاً إلى غاية تسوية الوضعية بناء على مقرر من وزارة التجارة.

- الحالة الثانية: بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية، يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر، عند ارتكاب المورد الإلكتروني أثناء ممارسته للنشاط، مخالفة تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل ولا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق ثلاثين (30) يوماً²، حيث نصت المادة 43 على بأنه: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها، عندما يرتكب المورد الإلكتروني أثناء ممارسة نشاطه،... لا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق ثلاثين (30) يوماً".

¹ كمال فتحي دريس، حيزوم بدر الدين مرغني، "مسؤولية المورد الإلكتروني-دراسة إقتصادية وقانونية"، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، مج13، ع03، 2019، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، ص9.

² المرجع نفسه، ص 10.

ومنح المشرع الجزائري في نص المواد 45 و 46 من القانون 05-18 صلاحية للإدارة المكلفة بحماية المستهلك غرامة الصلح مع المتابعين بمخالفة، ويعتبر مبلغ غرامة الصلح الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، وفي حالة قبول المورد الإلكتروني لغرامة الصلح، تقوم الإدارة المؤهلة تخفيض قدره 10%.

ثانياً: العقوبات الجزائية

نص القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، في الفصل الثاني من الباب الثالث، على عقوبات جزائية تفرض على المورد في حال مخالفته للأحكام القانونية المنظمة للعلاقات الإلكترونية، خاصة ما يتعلق بحماية المستهلك.

وتتمثل هذه العقوبات في غرامات مالية تختلف باختلاف طبيعة المخالفة المرتكبة، فإذا أخل المورد بأحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من القانون، فإنه يعاقب بغرامة مالية تتراوح بين 50.000 و 500.000 دج.

كما يجوز للجهة القضائية المختصة، التي تنظر في الدعوى، أن تأمر بتعليق نفاذ المورد إلى منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر، وذلك كإجراء احترازي لحماية المعاملات الإلكترونية والمستهلكين من أي ضرر محتمل.¹

ونظم الفصل السابع من الباب الثاني من القانون 05-18 الإشهار الإلكتروني ونص على شروط ومقتضيات الإشهار أو الترويج للمنتوج إلكترونياً²، وكل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34، يعاقب بغرامة مالية من 50.000 إلى 500.000 دج.³

¹ المادة 39، من القانون 05-18 السالف الذكر.

² كمال فتحي دريس، حيزوم بدر الدين مرغني، مرجع سابق، ص 10

³ المادة 40، من القانون 05-18 السالف الذكر.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، التي تناولت موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05-18، يمكن القول أن المشرع الجزائري بذل جهدا معتبرا لتوفير حماية قانونية لهذا الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية، فقد فرض مجموعة من الالتزامات على المورد، وكرس للمستهلك الإلكتروني جملة من الحقوق، بهدف تحقيق التوازن العقدي وتوفير بيئة تجارية إلكترونية آمنة وشفافة.

النتائج المستخلصة من الدراسة:

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. ألزم المشرع الجزائري أن تكون كل المعاملات التجارية الإلكترونية مسبقة بإعلان تجاري، ووضوح جميع البيانات عن السلعة أو الخدمة المقدمة التي من شأنها تقادي الإشهارات الضللة.
2. يعد الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد واجبا قانونيا على المورد الإلكتروني لتقديم المعلومات الكافية والدقيقة للمستهلك الإلكتروني لإتخاذ القرار، وأقر المشرع أنه في حالة إخلال المورد الإلكتروني بأحد من التزاماته الاعلامية يجوز للمستهلك الإلكتروني طلب إبطال العقد وتعويضه عن ما لحقه من ضرر.
3. كرس المشرع الجزائري حماية قانونية خاصة للمستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد، بالنظر إلى ما قد يتعرض له من مخاطر النصب والاحتيال نتيجة لافتقاره غالبا إلى الخبرة التقنية والفنية اللازمة لتقييم المنتجات أو الخدمات المعروضة إلكترونيا، وقد أنشئت لهذه الغاية مجموعة من الآليات القانونية التي تهدف إلى حمايته من الممارسات التعسفية والمضللة، وتحقيق نوع من التوازن العقدي بينه وبين المورد.
4. في ظل العلاقة التعاقدية الإلكترونية، بات من الصعب على المستهلك الإلكتروني معاينة منتج أو سلعة باعتبار أن العقد يتم عن بعد، مما ألزم المشرع بوضع دعامة أساسية لحماية المستهلك بوضعه آلية الإلتزام بضمان العيوب الخفية.
5. يعد الحق في العدول من الآليات التي تحمي المستهلك الإلكتروني، إذ تتيح له الحق في التراجع عن العقد بعد إبرامه ضمن ضوابط محددة أقرها المشرع الجزائري.

6. رغم أن حق العدول يعد من الآليات المستحدثة نسبيا، إلا أنه أظهر فعالية كبيرة في تعزيز حماية المستهلك الإلكتروني، ويعد من أنجح الآليات التي توازن بين حرية التعاقد وحق التراجع.
7. بينّ المشرع الجزائري من خلال القانون 05-18 أن الشروط التعسفية تعد من أبرز مظاهر الإخلال بالتوازن العقدي في عقود الإذعان المكتوبة، حيث نصّ على جملة من الشروط التي تشكل هذا النوع من الشروط المجحفة، وأقرّ جزاءات قانونية لمواجهة، وذلك بهدف حماية المستهلك الإلكتروني من السيطرة التعسفية للمورد وضمان عدالة العلاقة التعاقدية.
8. أقرّ المشرع الجزائري بأن الدفع الإلكتروني يعد من أبرز التقنيات الحديثة التي أصبحت ركيزة أساسية في المعاملات التجارية الإلكترونية، ونظرا لتعدد آلياته ومخاطره التقنية، فقد وضع إجراءات وقائية وتشريعية لحماية الأنظمة والمواقع الإلكترونية من الاختراق أو سوء الاستخدام، بما يعزز الثقة في بيئة التجارة الرقمية.
9. وقرّ المشرع الجزائري حماية فعّالة للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني من خلال إلزام المورد باحترام خصوصية تلك البيانات، كما منح المستهلك الحق في التحكم في معطياته الشخصية، ولاسيما من خلال موافقته المسبقة قبل الشروع في أي عملية جمع أو معالجة لتلك البيانات، وهو ما يعكس توجهها تشريعيًا نحو تكريس مبدأ السيادة على البيانات الشخصية.
10. حرص المشرع الجزائري على تضمين النصوص القانونية مجموعة من الجزاءات التي تفرض على المورد في حال إخلاله بالتزاماته التعاقدية أو القانونية، ما يعزز من فعالية الحماية التشريعية.
11. يعد إصدار القانون 05-18 خطوة إيجابية هامة، إذ يعكس إرادة المشرع في تعزيز التدخل التشريعي لحماية المصلحة العامة وضمان الأمن القانوني في البيئة الرقمية، من خلال سن قواعد واضحة تنظم التجارة الإلكترونية وتوازن بين حقوق الأطراف.

الاقتراحات المقدمّة:

- ✓ ضرورة مراجعة العقوبات المقررة في القانون 18-05 بإدراج تدابير أشد صرامة في حالة العود، بما في ذلك إمكانية الحبس وسحب الاعتماد التجاري عند ثبوت تكرار التحايل، على أن تكون هذه العقوبات متناسبة ومبنية على أحكام قضائية قائمة.
- ✓ اقتراح استحداث مادة متممة للمادة 40، تتضمن عقوبات بديلة أو تكميلية للغرامات، كالإقصاء المؤقت أو النهائي من النشاط التجاري في حالة التكرار.
- ✓ التأكيد على تضمين مبدأ التعويض الكامل للمستهلك في حالة عدم مطابقة السلعة أو الخدمة للمعايير المعروضة، بما يشمل تعويضا ماليا عن الضرر، واسترجاع تكلفة النقل، وتوفير خدمة استبدال فوري.
- ✓ التصييص على مسؤولية المستهلك الإلكتروني عند ثبوت خطئه الشخصي في التعامل، مع عدم تحميل المورد مسؤولية غير مبررة عند الالتزام التام بالشروط القانونية المنصوص عليها.
- ✓ الدعوة إلى صياغة نصوص قانونية واضحة بلغة مبسطة، تدرج ضمن وسائل التوعية الرسمية لحماية المستهلك الإلكتروني، خصوصا في ظل جهل فئة واسعة من المواطنين بحقوقهم الرقمية.
- ✓ اقتراح إنشاء هيئة وطنية مستقلة تعنى بمراقبة المعاملات التجارية الإلكترونية، وتقييم مدى احترام الموردين للالتزامات القانونية والتقنية، وتلقي الشكاوى والفصل فيها بوسائل إلكترونية فعالة.
- ✓ ضرورة تضمين نص صريح وواضح في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ينص على حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية التي قد يفرضها المورد في العقود الإلكترونية، وذلك على غرار ما هو معمول به في التشريعات المقارنة، بما يضمن تعزيز مبدأ التوازن العقدي وبدعم حماية إرادة المستهلك من أي استغلال قد ينتج عن طبيعته الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

1- القرآن الكريم.

2 - النصوص التشريعية والتنظيمية:

❖ باللغة العربية:

أ- القوانين:

1. القانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة

على الممارسات التجارية، ج ر، ع 41، المؤرخة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06، مؤرخ في أوت 2010، ج ر، ع 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.

2. القانون رقم 09-03، مؤرخ في 25/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. ع 15، مؤرخة في 8/03/2009، معدل ومتمم بالقانون رقم 18-09، مؤرخ في 10/06/2018، ج.ر. ع 35، مؤرخة في 13/06/2018.

3. القانون رقم 18-05، مؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28، مؤرخ في 16 ماي 2018.

4. القانون رقم 18-07، مؤرخ في 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع 34، مؤرخة في 10 جوان 2018.

5. القانون رقم 18-181، مؤرخ في 13/09/2018، المتعلق بقانون حماية المستهلك المصري، ج.ر. ع 37، سنة 2018، عبر موقع: www.fedcoc.org.eg، تمت زيارته بتاريخ: 2025/05/16 بتوقيت:

.11.20

6. القانون رقم 23-09، مؤرخ في 21 جوان 2023، يتضمن القانون

النقدي والمصرفي، ج ر، ع 43، مؤرخة في 27 جوان 2023.

ب-الأوامر:

1. الأمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون

المدني، ج ر ع 78، لسنة 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10،

مؤرخ في 20/06/2005، ج.ر، ع 44، مؤرخة في 26/06/2005،

معدل ومتمم بالقانون رقم 07-05، مؤرخ في 13/05/2007 ج.ر، ع31،

مؤرخة في 13/05/2007.

ج-المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة

الجودة وقمع الغش، ج ر، ع 05، سنة 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم

التنفيذي رقم 01-135، المؤرخ في 16 جانفي 2001 ج ر، ع 61، سنة

1990.

2. المرسوم التنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 15 سبتمبر سنة 1990، يتعلق

بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر، ع 40 الصادرة في 19 سبتمبر سنة

1990.

3. المرسوم التنفيذي رقم 13-327، مؤرخ في 26-سبتمبر سنة 2013، يحدد

شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر ع 49،

الصادرة في 2 أكتوبر سنة 2013.

❖ باللغة الفرنسية:

1. Loi n°1804-03-06, du 6 mars 1804, modifié par l'ordonnance n°16-131 du 10/02/2016, portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, modifiant le Code civil français, J.O.R.F, N° 35 du 11/02/2016, publié sur le site : www.legifrance.gouv.fr.

2. Loi n° 95-96, du 01/02/1995, concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial, J.O.R.F, No 28, 02/02/1995, Modifiée par Ordonnance n° 01-741, du 23/08/2001, J.O.R.F, No 196, 25 août 2001 modifié par n° 08-776, du

04/08/2008, J.O.R.F, N°181 du 05/08/2008, publié sur le site:
www.legifrance.gouv.fr.

ثانيا: المراجع

❖ المراجع باللغة العربية:

أ-الكتب:

1. أحمد حسين، محمد خلايفية، الحماية القانونية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ومكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2023.
2. سليم سعادوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
3. طيب ولد عمر، ضمان عيوب المنتج في القانون الجزائري والمقارن، دار الخلدونية، الجزائر، 2017.
4. عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. محمد سعيد أحمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2009.

ب-الرسائل العلمية:

❖ أطروحات الدكتوراه:

1. أميرة غبابشة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د.الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2021-2022.

2. رفيقة بوالكور، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، 2019.
3. سارة عزوز، حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه LMD في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، السنة الجامعية 2016-2017.
4. سيف الدين رحالي، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه ل م د، شعبة حقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2024.
5. طيب ولد عمر، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته-دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في القانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان، 2009-2010.
6. عبد الحميد بادي، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2018-2019.
7. فتيحة سعدي، ضمان عيوب المبيع الخفي في القانون المدني الجزائري مقارنا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012.

8. محمد جريفيلي، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق تخصص قانون خاص معمق، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018/2017
9. نورة بسعدي، حق العدول في العقد الإلكتروني الاستهلاكي في القانون المقارنة، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه "ل.م.د" في القانون الخاص، تخصص القانون المقارن للعقود وقانون الاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، 2022/2021

❖ رسائل الماجستير:

1. انتصار بوزكري، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02-سطف، 2013-2012
2. إيمان بوشارب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، 2012/2011.
3. جمال أوجاني، النظام القانوني لبطاقة الائتمان، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 45، قالمة، 2016/2015.
4. خالد معاشو، دور القاضي في حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون الأعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 45 قالمة، 2016/2015

5. خدوجة الذهبي، الآليات القانونية لحماية المستهلك في العقود التجارية الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2013-2014.

6. سلمة بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص عقود ومسؤولية مدنية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2013-2014.

7. عمار لوصيف، استراتيجيات نظام المدفوعات لقرن الحادي والعشرون مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة 1، 2009.

8. وفاء بن يحي، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في قانون حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر، 2016.

❖ مذكرات الماستر:

1. أيمن براكنية، ياسين بوشوية، حماية المستهلك المتعاقد إلكترونيا دراسة للمرحلة ما بعد العقدية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل، 2020/2021.

2. مفيدة العوادي، التعبير عن الإرادة في العقود عبر شبكة الانترنت، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016.

ج-المقالات القانونية:

1. أمال بوهنتالة، "حماية المستهلك الإلكترونية من الشروط التعسفية"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، مج10، ع03، جوبلية 2021، جامعة باتنة 1، الجزائر.
2. آمنة زربوط، "دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر"، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج 01، ع 01، 2019، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي آفلو.
3. أمينة مسياد، "آليات حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في ظل القانون (07-18)"، مجلة الباحث في العلوم القانونية والسياسية، ع05، جوان 2021، جامعة محمد الشريف مساعديّة- سوق أهراس.
4. بدر الدين مرغني حيزوم، العروسي حاقة، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول"، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، مج05، ع01، 2020، المركز الجامعي إليزي.
5. حسين اجفالي، "الحماية الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام في التشريع الجزائري"، مجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج03، ع01، 2019، جامعة العربي التبسي-تبسة.
6. حسين اجفالي، الطاهر دلول، "الحماية الجنائية للمستهلك من الاشهار التجاري الالكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج02، ع04، جامعة عمار تليجي-الأغواط.
7. حمزة مرابط، منصور داودي، "التشفير كآلية لحماية المصنفات الرقمية من القرصنة الإلكترونية"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، مج 10، ع 01، 2023، جامعة عباس لغرور، خنشلة.
8. حميد سلطاني، "مفهوم الدفع الالكتروني وآفاق تطويره في الجزائر"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مج 11، ع 02، 2022، جامعة البليدة2.

9. دليلة معزوز، "حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني"، مجلة معارف، ع22، جوان 2017، قسم العلوم القانونية، جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة.
10. رشا مقدم، "التزام المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني وفقا للقانون رقم 05-18 المتعلق بحماية بالتجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، مج07، ع02، 2024، جامعة الشاذلي بن جديد- الطارف، الجزائر.
11. رضوان لشخم، عيسى لحاق، "العلامة كالتزام بالإعلام المقرر للمستهلك وجزاء الاخلال به"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مج08، ع02، جوان 2022، جامعة عمار ثليجي، الأغواط.
12. ريمة عبد الصمد، "حماية المستهلك من الإشهار المضلل للعلامة التجارية خلال التعاقد الإلكتروني"، مجلة الحوكمة والقانون الاقتصادي، مج01، ع02، سنة 2021، جامعة الحاج لخضر-باتنة1.
13. سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة الحقوق والحريات، ع04، أبريل 2017، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
14. سمير شيهاني، ريمة عباس "الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، مج08، ع02، 2023، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر.
15. سهام قارون، "التزام المورد الإلكتروني لحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج07، ع02، 2020، جامعة الحاج لخضر باتنة1.

16. سي عيسى بوعليبي، ليلي كراش، "أثر الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد على استقرار العقد الإلكتروني"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مج05، ع02، السنة 2022، المركز الجامعي بربكة.
17. صراح خوالف، "الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، مج01، ع01، جامعة ابن خلدون تيارت.
18. الطويل مريم، "الإشهار التضليلي الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، مج01، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون - تيارت.
19. الطيب قلووش، "الأثار المدنية لإخلال المتدخل بالالتزام بالإعلام"، مجلة القانون، ع07، ديسمبر 2016، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غليزان.
20. عبد الحميد بادي، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، ع03، جوان 2017، جامعة الجزائر 01.
21. عبد القادر الصادق، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية دراسة مقارنة"، مجلة آفاق علمية، مج11، ع01، أبريل 2019، جامعة تامنغست - الجزائر.
22. عبد الكريم بوخالفة، "حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الإلكتروني"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مج01، ع02، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي.
23. عدنان نجم عبود، "عيوب الإرادة وأثرها في العقد الإلكتروني دراسة مقارنة"، مجلة الجامعة العراقية، ع46، سنة 2020، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، قسم القانون، كلية الإمام الأعظم، جامعة العراق.

24. علال قاشي، "خيار العدول عن العقد ضمانة للمستهلك في المعاملات الإلكترونية"، المجلة الجزائرية السياسية والاقتصادية، مج 57، ع 4، 2020، كلية الحقوق بجامعة الجزائر.
25. علاوة هوام، سارة عزوز، "الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات غير النزيهة"، مجلة الحقوق والحريات، ع 04، أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
26. علي محمد كامل محمد، "الحماية القانونية الوقائية للمستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة بين القانون المصري والفرنسي"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ع 56، 31 أكتوبر 2022، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر.
27. عماد الدين بركات، حورية طيبي، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والتنمية المحلية، مج 01، ع 02، جوان 2019، جامعة أحمد دراية أدرار.
28. عماد الدين لكحل، إسلام شنية، "حماية المستهلك من الاشهار الإلكتروني المضلل في ظل القانون 18-05"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج 11، ع 03، 2023، مركز الحكمة للبحوث والدراسات - الجزائر.
29. عوسات تكليت، "تقنية البلوك تشين: دراسة في المفهوم والعناصر"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مج 07، ع 02، جوان 2022، جامعة زيان عاشور بالجلفة.
30. غنية عباس، "حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية"، مجلة الحقوق والحريات، مج 11، ع 01، 2023، جامعة محمد خيضر بسكرة.
31. فاتح بن خالد، سعاد قيرة، "الحماية الجنائية للمستهلك من الاشهار الإلكتروني غير المرحب به-اشهارات البريد الإلكتروني نموذجاً"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، مج 03، ع 01، جوان 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر.

32. فاتح خلاف، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، مج08، ع 02، 2021، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل.
33. فاطمة الزهراء قلواز، "مقارنة الالتزام بالإعلام بعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مج 01، ع 01، 2015، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر.
34. فاطمة دريسي، "خصوصية عيوب الإرادة في العقود الإلكترونية"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مج 12، ع 02، سبتمبر 2021، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي.
35. فتيحة بن عيسى، سهام المر، "التدليس كأساس للإخلال بالالتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مج07، ع01، 2023، المركز الجامعي مغنية.
36. فتيحة حزام، "حماية الأنظمة الرقمية بين الآليات التقنية وأجهزة الحماية، قراءة في أحكام المرسوم الرئاسي 05-20"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع 03، أكتوبر 2020، جامعة زيان عاشور بالجلفة.
37. فريدة عيادي، "حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية من القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج 06، ع 02، 2022، جامعة عمار تليجي بالأغواط.
38. فيصل بوحيل، سمار نصر الدين، "مظاهر الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني المضلل وفق أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، مج 07، ع 02، ديسمبر 2022، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.
39. كريمة بركات، "الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مج13، ع01، أبريل 2022، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي.

40. كريمة بركات، "حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني"، مجلة الحقوق والحريات، ع04، أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
41. كريمة حدوش، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني"، مجلة السياسة العالمية، مج 06، ع2، 2022، جامعة أحمد بوقرة - بومرداس.
42. كريمة شايب باشا، "آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، مج 07، ع 02، ديسمبر 2018، جامعة الجزائر3.
43. كلثوم مدقن، "لغة الإشهار، وظائفها، أنماطها وخصائصها"، مجلة الأثر، ع 29، ديسمبر 2017، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
44. كمال فتحي دريس، حيزوم بدر الدين مرغني، "مسؤولية المورد الإلكتروني - دراسة إقتصادية وقانونية"، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، مج13، ع03، 2019، المدرسة العليا للتجارة.
45. كهينة قونان، "قصور ضمان العيب الخفي في حماية المستهلك المنتجات الخطيرة"، مجلة القانون والمجتمع، مج03، ع01، جوان 2015، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار.
46. ليلي هوارى، محمد بوجانة، "الالتزام بإعلام المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد القضائي، مج 12، ع02، أكتوبر 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
47. محمد الأمين نويري، عبد الحق لخذاري، "حق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 09/18"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية، مج 57، ع 02، 2020، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1.

48. محمد رضا التميمي، "آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد وفقا للقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية" مجلة العلوم الإنسانية، مج09، ع02، جوان 2022، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.
49. محمد زايد، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مجلة آفاق علمية، مج12، ع04، 2020، جامعة تمنغست.
50. محمد عقوني، حسين عبد الرزاق، "عيوب الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية على ضوء التشريع الجزائري"، مجلة الإجتهد القضائي، مج13، ع25، جانفي 2021، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
51. مديحة بن زكري بن علو، سميرة فكنوس، "الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة الكترونيا تطبيقا لأحكام القانون رقم 18/05"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مج04، ع02، 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي الأغواط.
52. مريم بنت الخوخ، "الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني"، مجلة دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، مج06، ع02، 2022، المركز الجامعي عبد الله مرسلّي تيبازة، الجزائر.
53. نجاه زعزوعة، "الحماية الجزائرية للمستهلك من جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المشروع في ظل أحكام قانون 18-05"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج16، ع01، 2023، كلية الحقوق، جامعة عين تموشنت (الجزائر).
54. نجية معداوي، "حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مج06، ع01، 12 ماي 2022، جامعة عمار تليجي - الأغواط.
55. نزيهة علال، فاطيمة عاشور، "الحماية القانونية للمعطيات الشخصية في معاملات التجارة الإلكترونية"، مجلة دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، مج06، ع02، 2022، المركز الجامعي مرسلّي عبد الله، تيبازة.

56. نعيمة عبدلي، "وسائل الدفع الإلكترونية في القانون"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مج 05، ع 01، 2021، جامعة عمار تليجي، الأغواط.
57. نورة حمليل، "حماية المعطيات الشخصية في مواجهة الإدارة الإلكترونية"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مج 15، ع 02، 2020، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.
58. نورة بسعدي، خيرة العرابي، "النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن"، مجلة القانون الدولي والتنمية، مج 10، ع 01، 2022، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
59. نورة بسعدي، خيرة العرابي، "الإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري" 18-05، مجلة صوت القانون، مج 08، ع 02، 2022، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة.
60. نورة جبارة، "الإشهار الإلكتروني كوسيلة للإعلام"، مجلة الدراسات القانونية، مج 07، ع 02، جوان 2021، جامعة سيدي يحيى فارس بالمدينة، الجزائر.
61. هشام لبزة، محمد الهادي ضيف الله، "واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث الإجماعية، ع 24، ديسمبر 2017، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي.
62. وفاء عبدلي، "وسيلة الدفع الإلكترونية بين حتمية العولمة المصرفية وواقع الوظيفة النقدية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، ع 04، جامعة المسيلة.
63. وليد قحقح، "جرائم الأشهار الإلكترونية في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، مج 09، ع 02، جويلية 2020، جامعة الحاج لخضر باتنة 1.

64. يحي إبراهيم دهشان، "الحماية الجنائية للبيانات في ظل التحول الرقمي"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مج 9، ع 3، سبتمبر 2023، كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، 2022.

د-الملتقيات العلمية:

1. أمينة مقلاتي، ربيعة فراح، "مسؤولية المورد الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 05-18"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي: (التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق)، المنعقد في نوفمبر 2022، جامعة تمنغست.

2. حليلة كوسة، "حق المستهلك الإلكتروني ضمان العيب الخفي، دراسة على ضوء أحكام القانون رقم 05-18"، مداخلة مقدمة ضمن اليوم الدراسي حول: (حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية)، منشور ضمن سلسلة دراسات أكاديمية، مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، الجزائر، ط1، 2020.

3.فايزة سبع، الطاهر بن يعقوب، "آليات حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول: (المستهلك والاقتصاد الرقمي ضرورة الانتقال وتحديات الحماية)، المنعقد يومي 23-24 أبريل 2018، جامعة فرحات عباس - سطيف 1، الجزائر.

4. محمد الأمين نويري، "الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار التجاري التضليلي"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى القانوني حول: (الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وآثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك)، يوم 05 ديسمبر 2018، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.

هـ-المواقع الالكترونية:

www.legifrance.gouv.fr -

www.fedcoc.org.eg -

❖ المراجع باللغة الأجنبية:

1. Asriati, « **Legal Protection for Consumers Who Use Electronic Wallets (E-Wallets) as a Means of Payment** », Alauddin Law Development Journal (ALDEV), Universitas Muslim Indonesia, Vol 6, N° 1, 2024.
2. Douaa Khadidja MAHDJOUBI, “**The Protection of the Consumer in Electronic Commerce Contracts in Algerian Legislation**”, Master's thesis, Business Law, Department of Law, Faculty of Political Science and Law, University of Mohamed Boudiaf - M’Sila, 2023–2024.
3. Nath Mandal Shashi, “**Protection of Consumers’ Rights in Electronic Transactions**”, Hooghly Mohsin College, Higher Education Department, The University of Burdwan, Gov of west Bengal India, 8 jul 2011.
4. Sourour Boukemouche, “**The legal system for electronic advertisements**”, Journal Of LEGAL STUDIES, vol 09, N° 02, jun2023, Faculty of law and political Science, University of Blida2- Algeria.
5. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Note by the UNCTAD Secretariat: **Consumer Protection in Electronic Commerce**, Item 3 (e), 24 April 2017, United Nations.
6. Yacine Hadjab, Sana Rahmani, “**Consumer Protection in Relation to Product Guarantee in Algerian Legislation: An Analytical Study in Light of Law 09/03, as Amended and Supplemented by Law 18/09 on Consumer Protection and**

- Fraud Prevention, and Law 18/05 on Electronic Commerce”**, Russian Law Journal, Vol. XII, No. 2, 2024, Mohammed Boudiaf University of M’sila (Algeria).
7. Zahia Kettab, “**Legal Mechanisms for Consumer Protection under Algerian E-Commerce Law**”, Journal of Law and Sustainable Development, Vol. 13, N°. 1, 2025, Faculty of Law and Political Sciences, Abdelhamid Ben Badis University of Mostaganem, Algeria.
8. Zakaria Moulay, Karim KHdim, “**Protection of Consumer in E-commerce- Comparison Study between Algeria and European Legislations**”, The Algerian and Comparative Public Law Journal, vol.06, N°02, December 2020, University of ALGIERS1.

فهرس المحتويات

أ	مقدمة
7	الفصل الأول: حماية المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد
9	المبحث الأول: حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل
9	المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل
9	الفرع الأول: مفهوم الإشهار الإلكتروني المضلل
10	أولاً: تعريف الإشهار الإلكتروني المضلل
11	ثانياً: خصائص الإشهار الإلكتروني المضلل
13	الفرع الثاني: الضوابط المدنية للإشهار الإلكتروني
14	أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني
16	ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني المضلل
17	المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل
17	الفرع الأول: أركان جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل
17	أولاً: الركن الشرعي لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل
18	ثانياً: الركن المادي لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل
18	ثالثاً: الركن المعنوي لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل
19	الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الإشهار الإلكتروني المضلل
20	المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني
20	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني
21	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني
22	الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني
22	أولاً: المعلومات المتعلقة بالمورد الإلكتروني
23	ثانياً: المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة
24	المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني
25	الفرع الأول: الجزاء المدني للإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني
26	أولاً: حق المستهلك الإلكتروني في المطالبة بإبطال العقد
29	ثانياً: حق المستهلك الإلكتروني في التعويض

30.....	الفرع الثاني: الجزاء الجنائي للإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني.....
32.....	الفصل الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد
34.....	المبحث الأول: ضمان التوازن العقدي في عقد الاستهلاك الإلكتروني
35...	المطلب الأول: الحق في ضمان العيوب الخفية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني ...
35.....	الفرع الأول: مفهوم العيب الخفي الموجب للضمان.....
37.....	الفرع الثاني: شروط الالتزام بضمان العيوب الخفية
37.....	أولاً: أن يكون العيب مؤثراً.....
37.....	ثانياً: أن يكون العيب قديماً.....
38.....	ثالثاً: أن يكون العيب خفياً.....
39.....	الفرع الثالث: الدعوى القضائية الناشئة عن العيب الخفي.....
41.....	المطلب الثاني: الحق في العدول كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني
42.....	الفرع الأول: مفهوم الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني
42.....	أولاً: تعريف الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني.....
43.....	ثانياً: خصائص الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني.....
44.....	ثالثاً: الطبيعة القانونية لحق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني
45.....	الفرع الثاني: ضوابط وآثار ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول.....
46.....	أولاً: ضوابط ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول.....
47.....	ثانياً: آثار ممارسة الحق في العدول عن التعاقد الإلكتروني.....
49.....	المطلب الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية.....
49.....	الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية
49.....	أولاً: تعريف الشروط التعسفية.....
52.....	ثانياً: عناصر الشروط التعسفية.....
53.....	الفرع الثاني: آليات مكافحة الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك الإلكتروني.....
53.....	أولاً: السلطة التقديرية للقاضي في مواجهة الشروط التعسفية.....
54.....	ثانياً: الجزاءات المترتبة على الشروط التعسفية

56.....	المبحث الثاني: ضمان أمن المستهلك الإلكتروني من المخاطر التقنية.....
56.....	المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني
57.....	الفرع الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني.....
57.....	أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني.....
58.....	ثانياً: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.....
60.....	الفرع الثاني: صور حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني.....
61.....	أولاً: الحماية التقنية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني
62.....	ثانياً: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني
63.....	المطلب الثاني: حماية المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.....
64....	الفرع الأول: مضمون التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك.....
65.....	أولاً: التزام المورد الإلكتروني باعتباره مسؤولاً عن معالجة المعطيات الشخصية.....
68.....	ثانياً: الالتزام بتمكين المستهلك الإلكتروني من التحكم في معطياته الشخصية.....
69.....	الفرع الثاني: جزاء مخالفة المورد الإلكتروني لالتزامه بحماية المعطيات الشخصية.....
70.....	أولاً: العقوبات الإدارية.....
71.....	ثانياً: العقوبات الجزائية.....
72.....	الخاتمة
76.....	قائمة المصادر والمراجع.....
94.....	فهرس المحتويات
98.....	ملخص المذكرة

ملخص المذكرة

ملخص المذكرة باللغة العربية:

اهتم المشرع الجزائري بحماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05-18، وذلك في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، أين أصبحت التجارة الإلكترونية عنصرا أساسيا في الحياة اليومية للمستهلكين، لما توفره من سهولة في الوصول إلى المنتجات والخدمات، وسرعة في إتمام المعاملات دون عناء، غير أن هذه الديناميكية الرقمية أفرزت تحديات قانونية جديدة، لاسيما على مستوى حماية الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، وهو المستهلك الإلكتروني، الذي غالبا ما يفنقر إلى الخبرة التقنية والمعرفة الكافية لمعاينة السلع أو التحقق من صحة المعلومات المقدمة له.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني، سواء في مرحلة ما قبل إبرام العقد كالإعلام المسبق ومحااربة الإشهار الإلكتروني المضلل، أو أثناء التعاقد، من خلال ضمان التوازن العقدي، بتكريس حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيوب الخفية بالمنتج، وحمايته من الشروط التعسفية، وتوفير حقه في العدول، بالإضافة إلى ضمان أمنه من خلال حمايته من مخاطر الدفع الإلكتروني، وحماية معطياته الشخصية.

وخلصت المذكرة إلى ضرورة تعزيز هذه الحماية بنصوص أكثر صرامة وأجهزة رقابية متخصصة.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني، قانون 05-18، المورد، التجارة الإلكترونية، الإشهار الإلكتروني المضلل، الالتزام بالإعلام، الشروط التعسفية، حماية، الدفع الإلكتروني، المعطيات الشخصية.

Abstract of the thesis:

The Algerian legislator has devoted significant attention to the protection of the electronic consumer under Law No. 18-05, particularly in light of the rapid digital transformations that have rendered e-commerce an essential component of consumers' daily lives. This is due to its ease of access to goods and services and the efficiency it offers in completing transactions effortlessly.

However, this digital dynamism has given rise to new legal challenges, especially regarding the protection of the weaker party in the contractual relationship - the electronic consumer - who often lacks the technical expertise and sufficient knowledge to inspect products or verify the accuracy of the information provided.

This study aims to analyze the legal mechanisms established by the Algerian legislator to protect the electronic consumer, whether in the pre-contractual phase, such as prior information requirements and combating misleading electronic advertising or during the formation of the contract, by ensuring contractual balance. This includes affirming the consumer's right to protection against hidden defects in products, shielding them from unfair terms, safeguarding their right of withdrawal, and ensuring their safety by protecting them from the risks associated with electronic payment and securing their personal data.

The study concludes with the recommendation to strengthen this protection through stricter legal provisions and the establishment of specialized regulatory bodies.

Keywords: Electronic Consumer, Law N°18-05, Supplier, E-commerce, Misleading Electronic Advertising, Duty of information, Unfair Terms, protection, E- payment, Personal data.