



جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ل.م.د في الحقوق
تخصص: قانون قانون أعمال

إعداد الطلبة:

بن ضويو محمد

بن عمارة محمد

حريز بكار يسرى

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة	الصفة
سامية لموشية	جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي	رئيسا
قريشي رزيقة	جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
إدريس فتحي	جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022



جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ل.م.د في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

إعداد الطلبة:

بن ضويو محمد

بن عمارة محمد

حريز بكار يسرى

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة	الصفة
سامية لموشية	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	رئيسا
قريشي رزيقة	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	مشرفا ومقررا
إدريس فتحي	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

قال تعالى:

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾.

شكر وعرافان

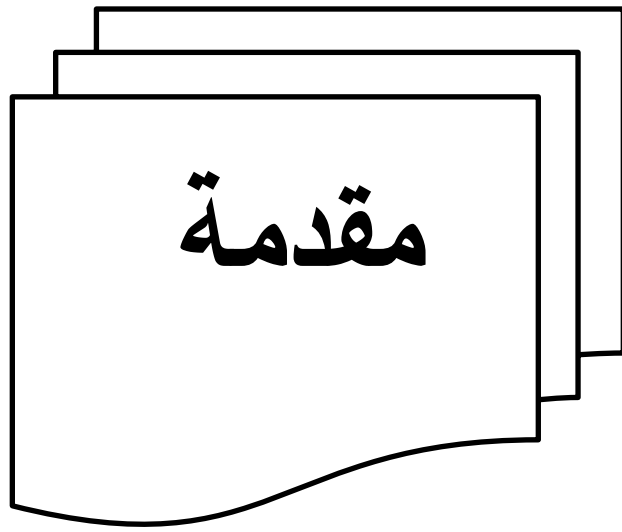
نشكر الله عز وجل بفضلته تتم الصالحات والذي بفضلله قمنا بإتمام هذا العمل

كما نوجه جزيل الشكر والعرافان إلى الأستاذة المحترمة قريشي رزيقة على رحابة قلبها
ومساعدتها الكبيرة على إتمام هذا العمل بفضلها

كما نوجه كذلك الشكر إلى جميع أساتذة كلية الحقوق الأفاضل الذين قدموا لنا المساعدة خلال
مشوارنا الدراسي لما بذلوه من مجهودات جبارة من أجل تكويننا والرقي بكليتنا حتى ولو من بعيد
في الأخير ندعو من الله عز وجل أن يجعل هذه المساعدات في ميزان حسناتهم وأن يحفظهم
من كل سوء وأن يوفقهم في عملهم وأن يوفقنا الله جميعا فهو القادر على كل شيء.

الإهداء

نبدأ بالصلاة على رسولنا الكريم محمد(ص) فصلوا على خير البشر،
اللهم صل وسلم وبارك على محمد وعلى آل محمد رسولنا النبي الأمي المبعوث
رحمة للعالمين خاتم الأنبياء والمرسلين نور هذه الأمة وضيائها وشيعنا يوم الحساب.
أوشكت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومثابرة
وها أنا أهدي ثمرة عملي إلى والديا العزيزين حفظهما الله وأدمهما نورا لدربي
كما أهدي تحياتي إلى جميع زملاء الدراسة وخاصة دفعة قانون الأعمال
وكل من ساهم وساعدنا بمعلومة او أرشدنا إلى الطريق الصحيح
وإلى جميع أصدقائي
ومعارفي الكرام الذين أكن لهم كل المحبة والتقدير.



من مسلم إن الإنسان وعند ممارسته إلى التجارة سابقا كان يستغرق وقت في التنقل والترحال، إلا انه وفي هذا العصر عرف المجتمع ثورة في العديد من المجالات وخاصة المجال التكنولوجي الذي يعرف دخول كبير في العديد من المجالات ولعل ابرزها التجارة، حيث ظهر نوع جديد من التجارة والذي يسمى بتجارة الإلكترونيات ، وهذا النوع يقدم تسهيلات كبيرة مقارنة بالتجارة القديمة حيث يسرع من المعاملات التجارية ويقلل من عبئ تنقل وتوفير الوقت.

تفرض التجارة الإلكترونية نفسها باعتبارها أحد صور التكنولوجيا الجديدة والعولمة الاقتصادية حيث أصبحت حقيقية يعيشها المستهلك والمجتمع بصفة عامة ولعل من أبرز الاختلافات التي شهدها هذا التطور التكنولوجي وهو التعاقد بين الأطراف المستهلك والمورد حيث أصبح التعاقد إلكترونيا يتم بأساليب و آليات متقدمة و متطورة عكس التعاقد التقليدي الذي يحدث باليات و أساليب قديمة متعارف عليها بين كل الناس وهذا ما أدى بالمشرع الجزائري الى خلق منظومة تشريعية تكفل الحماية القانونية للمستهلك في إطار التعاقد الإلكتروني كون المستهلك يمثل الطرف الأضعف في مواجهة المورد والتي تعتبر بالعملية الغير متكافئة الأطراف لأن المستهلك في أغلب الأحيان يكن عرضة للخداع والنصب والاحتيال لهذا فإن المشرع الجزائري قد اهتم بهذا النوع من التعاقد ومن خلال ما تمت دراسته فإن المشرع الجزائري عمل على وضع آليات قانونية للمستهلك سواء كانت هذه الحماية قبل التعاقد أي في مرحلة التفاوض أو كانت هذه الحماية بعد التعاقد.

تبرز أهمية الموضوع أن في ظل التطور التكنولوجي وما تشهده من تنوع السلع والخدمات وكذا ظهور وسائل حديثة للتعاقد بشأنها الامر الذي جعل الفجوة كبيرة بين المستهلك والمورد(أطراف العقد) حيث حاول المشرع التعريف بالآليات القانونية التي أقرها المشرع لحمايته وضمان تحقيق أهدافه وحقوقه سواء كانت هذه الحقوق والالتزامات سابقة من مرحلة إبرام العقد أو بعد إبرام العقد، حيث يتسنى للمتعاقدين الإلكترونيين معرفة الآليات والضمانات التي تمكنهم من تحصيل حقوقهم في حال وقع لهم تدليس أو احتيال.

كما أن فكرة التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية تثير مخاوف المستهلك بسبب احتمال تقديم معلومات كبطاقة الائتمان الخاصة به وحسابه الإلكتروني مما تؤدي إلى قرصنة أو سوء استعمالها من قبل التاجر وهذا يعتبر تهديدا لمصلحته المعنوية والمادية وهنا كان المستهلك في أمس الحاجة لوضع آليات قانونية لحماية المستهلك في سوق الإلكتروني.

أهمية الدراسة: تبرز أهمية الدراسة من خلال النقاط التالية :

- في ضوء التقدم التكنولوجي وما يترتب عليه من تنوع في السلع والخدمات وسرعة انتشارها، كذا خلق وسائل حديثة للتعاقد بشأنها، الأمر الذي وسع الهوة بين طرفي العقد من حيث القدرة والخبرة والمعرفة لصالح التاجر على حساب المستهلك، فأساس إيجاد آليات قانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية يكمن في حالة الضعف المسيطرة على المستهلك، ومن ثم يمكن القول أن تكريس هذه الحماية لا تهدف فقط إلى حماية أحد الطرفين نما تهدف ضد تجاوزات الآخر، وأيضاً بطريقة واضحة إلى حماية أحد المتعاقدين من نفسه.

- إن البيئة الإلكترونية التي ينشأ من خلالها التعاقد، تدعم ضرورة وجود حماية خاصة للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، وذلك لقصور القواعد العامة التي تحمي المستهلك في عقود التجارة التقليدية عن توفير الحماية المنشودة للمستهلك الإلكتروني، فالسمة البارزة للعقد الإلكتروني أنه يتم في ظل الغياب المادي لأطراف العقد، كما أن طبيعة البيئة الإلكترونية المفتوحة عالمياً والمتاحة لجميع الأشخاص، تجعل المستهلك رهينة التعاقد في ظل جو يفقر للعلم الكافي أو الشامل بحيثيات العقد وحقيقة السلع و الخدمات مما يجعله فريسة سهلة للغش والتدليس والاحتيال.

- كما أن فكرة التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية تثير مسألة أمن المستهلك، فقد يتطلب التعاقد أن يقدم المستهلك معلومات شخصية كرقم بطاقة الائتمان، أو عنوان البريد الإلكتروني، مما يعرضه لخطر إساءة استعمالها من قبل التاجر أو غيره من قرصنة الأنترنت، وهو ما يمثل انتهاكا لخصوصية المستهلك وتهديدا لمصلحته المادية والمعنوية، ومن هنا بدت الحاجة لوضع

آليات قانونية لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية، فالثقة في التعامل التجاري الإلكتروني من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية، وبهذا تظهر ضرورة توافر الوسائل القانونية لضمان قيام مبادلات تجارية إلكترونية آمنة وسليمة

أسباب اختيار الموضوع

ومن بين أبرز الدوافع التي جعلتنا نختار هذا الموضوع كون أن العقود الإلكترونية انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة مما سيزداد التعامل بها مستقبلا بسبب التطورات التي يشهدها العالم كل فترة وفكرة التخلي عن العقود التقليدية بصفة تلقائية وهذا يعد سبب جوهر يكون هذا البحث يحاكي الواقع المعاصر والمستقبل، فمسألة التبادل التجاري الإلكتروني ستفرض نفسها على المستهلك الجزائري وهذا الأمر من المتوقع أن يجلب مسائل جديدة لحماية المستهلك وهذا ما يؤدي إلى الحاجة إلى إصدار نصوص قانونية أكثر تميزا ومرونة لتتماشى مع ما هو قادم و ما سبق مع القواعد التقليدية.

ومن خلال بحثنا هذا حاولنا تبين الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك أثناء مرحلة التفاوض وهي مرحلة سابقة للتعاقد وكذلك مرحلة تنفيذ العقد وما ينتج من آثار. كما حاولنا في هذه الدراسة الوقوف على المنظومة الجزائرية وما مدى نجاحها ونجاحاتها في تحقيق الأمن للمستهلك الإلكتروني وكذلك حاولنا الكشف عن مدى النقائص والقصور الذي وقع فيه المشرع ومن خلال ذلك قمنا بتقديم إضافة في هذا الموضوع عن طريق تقديم شرح شامل للآليات المقررة من طرف المشرع.

من خلال ما سبق ذكره من معلومات تم التطرق إليها وتقديمها والتفصيل فيها وكذلك التعرف على النصوص القانونية التي خص بها المشرع الجزائري ومن أجل تحديد وتخصيص مجال الموضوع ومن أجل التعرف وتحليل النصوص القانونية التي خص بها المشرع هذا الموضوع نطرح الإشكال التالي

ما مدى نجاعة الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني؟

ولخوض غمار هذا الموضوع ومحاولة التعمق فيه للإجابة على هذه الإشكالية ومحاولة التفصيل فيه فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في معظم وأغلبية الموضوع حين قمنا بتحليل هذه الضمانات القانونية المقررة لحماية المستهلك كذا حاولنا تحليل المواد القانونية الخاصة بهذه الآليات القانونية كما أدرجنا القليل من المنهج المقارن للوصول إلى آخر المستجدات في القانون الجزائري ومقارنته مع نصوص وقوانين دول أخرى والتميز بينهما لمعرفة مدى نجاح المشرع الجزائري في مسايرة التطورات.

صعوبات الدراسة

مما الشك فيه أن كل بحث علمي تعترضه جملة من الصعوبات العملية، وهي تختلف بحسب كل موضوع ولدى كل بحث، ويمكن التطرق ألهم الصعوبات من خلال هذه الدراسة في النقاط التالية :

- سعة مجال الدراسة وتشعبها، بحيث استدعى ذلك جهد كبير في تحصيل المادي العلمية وتحليلها، والخروج بالأحكام المنظمة لمجال الدراسة .
- الاعتماد على المنهج المقارن، يخلق صعوبة على مجال استقراء الأحكام من مختلف التشريعات المقارنة الأمر الذي تطلب مجهودا في التحليل والتوصل إلى الأحكام المرجوة في هذا الصدد.

ومن أجل الإحاطة بالموضوع ودراسة كافة تفاصيله وفهم جوانبه فقد قمنا بتقسيم موضوعنا هذا إلى فصلين، حيث تناولنا في الفصل الأول آليات حماية المستهلك قبل التعاقد حيث احتوى هذا الفصل على مبحثين الأول يتناول العرض التجاري المسبق كألية للإعلام والثاني منع الإشهار الإلكتروني وضوابطه أما في الفصل الثاني فإنه يتناول آليات حماية المستهلك بعد التعاقد حيث احتوى كذلك على مبحثين؛ المبحث الأول: التسليم الأمن والمطابق كألية لحماية المستهلك وفي المبحث الثاني: حق العدول عن العقد وخدمة ما بعد البيع كأليات لحماية المستهلك .

الفصل الأول

آليات حماية المستهلك المتعاقد

إلكترونيا في مرحلة ما قبل التعاقد

تمهيد:

نتيجة التطور العلمي والتكنولوجي وظهور شبكة الإنترنت وازدياد استعمالها في مختلف المجالات، زاد العرض والإقبال عن السلع والخدمات المتنوعة مما أدى إلى حيرة وفقدان التركيز لدى المستهلك وصعوبة التعرف على ما هو أصح وأصح لتلبية حاجياته، فقد أصبح مستخدم شبكة الأنترنت كأنما يدخل في سوق عادية عندما يقوم بفتح أحد حساباته على مواقع التواصل، ونظرا لقلّة خبرته ومعرفته في تمييز السلعة أو الخدمة عن أخرى مما أدى إلى اختلال في التوازن العقدي بين المستهلك والمتدخل الاقتصادي، فتدخل المشرع في سن أحكام كضمان لحماية المستهلك قبل التعاقد ومنها المشرع الجزائري والذي أهتم بتعزيز الثقة بين أطراف العقد رغبة منه في تسهيل وزيادة المعاملات التجارية وقد نشأ على هذا الاهتمام ظهر واستحداث قواعد قانونية بحماية المستهلك ولم تقتصر هذه القواعد على إبرام العقد وتنفيذه فقط بل شملت المرحلة السابقة على إبرام العقد وهو ما سنقوم بدراسته من خلال تقسيم الموضوع إلى مبحثين حيث تناولنا في المبحث الأول الالتزام بالإعلام كألية لحماية المستهلك قبل التعاقد وفي المبحث الثاني منع الشروط الإعلانية المضللة والكاذبة.

المبحث الأول: العرض التجاري المسبق كآلية للأعلام

نظرا لما يشهده العالم من تطورات حديثة وثورة تكنولوجية كبيرة في عدة مجالات خاصة في المجال التجاري، عملت المنظومة التشريعية في الجزائر مواكبة هذا التطور الحاصل من خلال سن مجموعة كبيرة من القوانين منها قانون 05-18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

تقوم التجارة الإلكترونية على أساس المعاملات التجارية كما نصت عليه المادة 10 من القانون 05-18 والتي عرفت لنا العرض التجاري المسبق وضرورة وجوده كآلية لحماية المستهلك كما حددت المواد 11 و12 من نفس القانون أسلوب وكيفية هذا العرض التجاري الإلكتروني.

وعليه سنحاول دراسة العرض التجاري المسبق من خلال إلزامية تقديم عرض تجاري مسبق في المطلب الأول والإعلام المسبق وجزء الإخلال به في المطلب الثاني.

المطلب الأول: إلزامية تقديم العرض التجاري الإلكتروني المسبق

يعتبر العرض التجاري الإلكتروني المسبق من أهم الآليات القانونية التي تلعب دورا كبيرا في حماية رضا المتعاقد وعليه تقتضي دراسة مفهوم العرض التجاري المسبق إلى تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، (الفرع الأول) تعريف العرض التجاري الإلكتروني (الفرع الثاني) أهمية العرض التجاري المسبق أما (الفرع الثالث) تطرقنا إلى مضمون العرض التجاري.

الفرع الأول: تعريف العرض التجاري الإلكتروني

نص المشرع الجزائري في المادة 10 من قانون 05¹/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث نصت على "يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني".

¹ القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 24 شعبان 1439 هـ الموافق ل 10 مايو سنة 2018م، الجريدة الرسمية المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 ماي، 2018، ال عدد28، السنة 55.

ويقصد بالعرض التجاري الإلكتروني وهو الايجاب الإلكتروني مع خصوصية الوسيلة المستعملة فيه وهي الاتصالات الإلكترونية، كما أنه يعتبر تعبير عن الإرادة الموجهة للشخص المحدد والمراد إبرام العقد معه أو إلى الجمهور بصفة عامة من أجل إقناعهم على إبرام العقد

فالعرض يتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية حيث يتم من خلاله تعبير الشخص على وجه الجزم عن إرادته متضمننا كافة العناصر والشروط الأساسية للعقد المجمع إبرامه، فالأمر هنا يتعلق بالقبول فبمجرد القبول نكون على وشك إبرام العقد.¹

وهذا ما جاء في نص المادة 12 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث أشار إلى جميع المراحل والشروط الإلزامية التي يجب أن تمر عليها الطلبية حيث جاء في الفقرة 3 "تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد".²

وعليه يتم العرض التجاري من خلال قيام صاحب الخدمة أو السلعة أي المتعامل الاقتصادي بعرض تفاصيلها وخصائصها وجودتها على المستهلك أو العميل لينظر إليها ويتعرف على نوعيتها وما إذا كان سيرغب في اقتناءها أو لا، فالواجب على المورد الإلكتروني أن يعرض سلعته أو خدمته بشكل جيد على العميل لأن في الغالب السلعة تكون في مكان مختلف عن المكان المتواجد فيه العميل عكس التعاقد التقليدي.

وعليه فإن العرض التجاري الإلكتروني يدخل ضمن الإعلام الإلكتروني، فيختلف عن الالتزام بالإعلام كون هذا الأخير يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم أحد المتعاقدين المعلومات والبيانات اللازمة للمتعاقد الآخر لإيجاد رضا سليم، وهنا يكمن الفرق الجوهرى بين الالتزام بالإعلام والعرض التجاري الإلكتروني الذي يعلم المتعاقد بتفاصيل الخدمة أو السلعة للمستهلك.

ومن خلال ما سبق من توضيحات حول تعريف العرض التجاري الإلكتروني يمكن تعريفه أنه "الترام قانوني سابق عن العقد يتوجب فيه المورد الإلكتروني إعلام المستهلك بجميع المعلومات

¹د. مريم يغل، قانون التجارة الإلكترونية 05/18 بين الفعالية والقصور، مجلة صوت القانون، المجلد التاسع، العدد 01، أكتوبر 2022، ص448.

² المادة 12 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

والبيانات والمعطيات المتعلقة بالسلعة محل الصفقة التجارية عبر شبكات الإنترنت بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني¹

الفرع الثاني: أهمية العرض التجاري الإلكتروني

للعرض التجاري الإلكتروني أهمية بالغة في تكوين رضا المستهلك الإلكتروني على الخدمة أو السلعة المعروضة أمامه عبر شبكات الاتصال الالكترونية، ولعل ما يميز التجارة الالكترونية هو عدم تواجد المتعاقدين بنفس مكان السلعة محل المعاملة الالكترونية حتى تكون لا يشوب ارادته غلط أو تدليس من المورد الالكتروني، فالعرض الذي يقدمه المورد الإلكتروني يكون بمثابة ايجاب بالنسبة له، فبمجرد عرضه على المستهلك الالكتروني وعند موافقة المستهلك على جميع البيانات والمعلومات المقدمة له حول الخدمة أو السلعة التي يريد اقتناءها تصبح إرادته حرة وقبوله السليم لإبرام الصفقة من خلال مصادقته على القعد الإلكتروني المحتوي على العرض التجاري².

الفرع الثالث: مضمون العرض التجاري الإلكتروني

ساير المشرع الجزائري التطور، من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بتنظيم العرض الإلكتروني، حيث جاء في نص المادة 11 منه على أنه: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية ورقم هاتف المورد الإلكتروني؛
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي؛
- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم؛
- حالة توفر السلعة أو الخدمة؛

¹ قعيد ابراهيم وبختي ابراهيم، دور المزيج الترويجي الالكتروني في تأثير على سلوك المستهلك الجزائري، مقال منشور بمجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، الصادرة عن جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 10 سنة 2017، ص51.

² د، قسومي فاهيمة، خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الالكتروني طبقا للقانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الخامس، ديسمبر 2018، ص191.

- كفيات ومصاريف وأجال التسليم؛
- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي؛
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع؛
- طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقاً؛
- كفيات وإجراءات الدفع؛
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء؛
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية؛
- مدة صلاحية العرض، عند الاقتضاء؛
- شروط وأجال العدول، عند الانقضاء؛
- طريقة تأكيد الطلبية؛
- موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكفيات إلغاء الطلبية المسبقة، عند الاقتضاء؛
- طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه؛
- تكلفة استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية عندما تحتسب على أساس غير التعريفات المعمول بها¹

المطلب الثاني: الإعلام قبل التعاقد وجزاء الإخلال به

الفرع الأول: تعريف بالإعلام قبل التعاقد:

أ. لغة: الإعلام من فعل علم وعلمت بالشيء أي عرفته وعلم بالأمر بمعنى تعلمه وأتقنه وتحصل على حقيقة الشيء وأدركه².

¹ المادة 11 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، المجلد التاسع، ط4، دار صادر للطباعة والنشر لبنان 2005، ص264.

ب. التعريف الفقهي:

عرفه بعض الفقه: بأنه التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة يقوم من خلاله بإعلام المستهلك الإلكتروني مستعملاً أحد الوسائل الإلكترونية بكافة البيانات والمعلومات التي تخص هذه السلعة أو الخدمة.¹

كما عرفه البعض بأنه تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات وبيانات من شأنها إلقاء الضوء على حادثة ما أو عنصر من عناصر التعاقد.²

كما يمكن تعريف الالتزام بالإعلام على أنه: "الالتزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة يخبر المستهلك بشخصه ومعلوماته وبياناته التجارية بكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد والتي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستنيرة".³

كما عرفه البعض بأنه التزام سابق على التعاقد يتعهد بالالتزام أحد أطراف العقد بأن يمنح للطرف الآخر عند إبرام العقد البيانات والمعلومات اللازمة لإيجاد رضا سليم ومنتور.

ج. التعريف القانوني:

نص القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وقد عرف الالتزام بالإعلام في العقود التقليدية بصفة عامة حيث عرفه في المادتين 17 و18 حيث تنص المادة 17 "أنه يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة..."

¹إبادة عبد الكامل، أوني هاني، بن علي صبيرين، ضمانات حماية المستهلك المتعاقد إلكترونياً مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الوادي، 2022، ص 8.

² خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، د، ط، د، ت، ن، ص 94

³ تغدين صونيه، اورزيق نعيمة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية لحماية رضا المستهلك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2021، ص 14

لكن في قانون التجارة الإلكترونية 05/18 قد تم تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني في المواد 10 و11 و12 والتي تم ذكرها سابقا.

شروط الإعلام قبل التعاقد:

1. الشرط الأول: علم المحترف بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع

على غرار العديد من التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني وبموجب القانون 05¹/18 فرض المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني التصريح بالصفات الأساسية وهذا ما جاء في المادة "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض بالطريقة مرئية مقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية: طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة، حالة توفر السلعة، كفاءات ومصاريف وأجال التسليم."

من أجل قيام الالتزام بالإعلام يتعين أن يكون المتدخل على إطلاع وعلم بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بشروط العقد وأن يكون أيضا على علم بأهميتها ومدى تأثيرها على المستهلك، لأن هذا العلم الملقى على عاتقه لا يتوقف على التي يعلمها فقط وإنما يشمل أيضا تلك البيانات المفروض عليه أن يكون على علم بها، الأمر الذي يتطلب من المتدخل الاستعلام كما يسميه بعض الفقه الالتزام من أجل الاعلام.

وطبيعة الالتزام بالاستعلام من أجل الاعلام هو في الحقيقة بحث في درجة العناية المطلوبة من المحترف في استعلامه عن المعلومات المتصلة بالمنتج محل التعاقد وقد يتخذ هذا الالتزام شكل التزام ببذل عناية، أو شكل التزام بتحقيق نتيجة أو شكل التزام بالضمان.²

¹ القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 97.

2. الشرط الثاني: إعلام المستهلك بشخصية التاجر

من أكثر المشاكل وأبرزها والتي تثير قلق المستهلك وقد تحد وجهته على لجوؤه لإبرام العقد من عدمه هي تخوفه وجهله لشخصية البائع، وقد رأى البعض بأن يجب أن يتم إيجاد آليات قانونية وإدارية كإعطاء شهادة تدل على شخصية التاجر أو المورد عن طريق طرف ثالث محايد لتسجيل جميع مراحل التعاملات الإلكترونية بين الطرفين

مما قد يثير التساؤل بالنسبة للتاجر الذي بدأ جديدا معاملاته التجارية وليس هناك جهة تستطيع إعطائه شهادة توثيق أو ضمان، وحل هذه المشكلة في رأيي يكون عن طريق اللجوء الى المنشآت التجارية تحت مظلة أو اسم شركة أو مؤسسة تجارية معروفة سبق لها إجراء العديد من المعاملات التجارية الإلكترونية وحازت على ثقة المستهلكين.¹

حيث يكون من الواجب على الموجب (المهني) في نطاق مبدأ حسن النية والثقة أن يعلم المستهلك بكافة بياناته التي تحدد شخصيته بطريقة قاطعة.²

وقدم حسم المشرع الجزائري موضوع هوية المورد الإلكتروني بموجب القانون 05³/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إذ نصت المادة 8 منه على "يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية حسب الحالة"

كما جاء في المادة 09 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18 حيث نصت على "تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

¹ خالد ممدوح إبراهيم، مرجع نفسه، ص102.

² زهر بن سعيد، النظام القانوني عقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، الجزائر، الطبعة الثانية، 2014، ص.79.

³ المادة 08 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

تنشأ البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني.¹

الشرط الثالث: جهل المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد جهلا مشروعاً:

حتى يتحقق التزام المهني بإعلام المستهلك بالمعلومات والبيانات يجب أن يكون المستهلك جاهلاً جهلاً مبرراً مشروعاً، أي أن يكون على غير دراية بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد، فالطرف المحترف مهما حرص في تنفيذ التزامه بالإعلام على أكمل وجه فإنه من المستحيل أن يكون قد علم بما يجول في ذهن المستهلك من تساؤلات واستفسارات، ومن هنا يأتي دور هذا الأخير في التحري والاستعلام عن البيانات والمعلومات المهمة التي يحتاجها وقد تؤثر في لجؤه لإبرام العقد.²

الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام قبل التعاقد

1. الأثر المدني المترتب على الإخلال بالإعلام

يعتبر الالتزام بالإعلام من أبرز الآليات القانونية المستحدثة في مجال حماية المستهلك عامة والإلكتروني بصفة خاصة نظراً للثورة الإلكترونية التي شهدتها العالم مؤخراً، ونظراً للأهمية الكبيرة التي يملكها الالتزام بالإعلام في مجال التجارة الإلكترونية والحماية التي يوفرها للمستهلك من أجل حمايته من الوقوع في مخاطر هذه الأخير من غش ونصب واحتيال وجميع الطرق والوسائل التي يمارسها المحترفون في مجال عملهم.

حيث أدرك المشرع الجزائري الدور الهام والفعال للالتزام بالإعلام في التعاقدات التي يبرمها المستهلك في حياته اليومية، فقد قام المشرع الجزائري بتكريس الحق في الإعلام من خلال النصوص القانونية المنظمة لهذا الحق والذي جعل المستهلك يشعر بالراحة والأمان من خلال

¹ المادة 09 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² فريحات فاطمة الزهراء، قنفود رمضان، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية قانونية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12-العدد 02، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020، ص 723.

الدفاع عنه ضد ظواهر الغش والنصب والخداع المنتشرة بين أغلبية المنصات الإلكترونية التي تمتهن البيع الإلكتروني.¹

نص المشرع الجزائري في المادة 14 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18² على أن "في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني يمكن المستهلك الإلكتروني أن يطلب بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".

أ. المطالبة بإبطال العقد لوقوع المتعاقد عديم الخبرة في الغلط

– **تعريف الغلط:** ويعرف الغلط بأنه اعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المتعاقد ويدفعه إلى التعاقد أي أنه وهم ومثاله أن يقوم شخص بشراء آنية باعتقاد أنها من ذهب فإذا بها من معدن مذهب، وقد ظهرت عدة نظريات تحدد نوع الغلط الذي يؤدي إلى قابلية إبطال العقد ومنها:

- غلط يعدم الرضا أصلاً: ويترتب عنه قيام العقد أو بطلانه وهو ما يسمي بالغلط المانع؛
- غلط يؤثر في الرضا: فهو يعيبه دون أن يعدمه مما يصبح العقد قابل للإبطال، وغلط غير مؤثر وهو الغلط الذي يقوم به المتعاقد ولا يؤثر على رضائه ولا يؤدي إلى بطلان العقد أو قابليته للإبطال فالمشرع الجزائري أخذ بالنظرية التي ظهرت حديثاً والتي أهملت الغلط المانع وفرقت بين الغلط الجوهرية التي قد يدفع المتعاقد إلى الرضا بالعقد وبين الغلط الغير الدافع ويقع عبئ الإثبات على المستهلك الذي وقع في غلط جوهري كون الغلط أحد الدوافع التي جعلته يبرم العقد وعلى المستهلك أن يبيث علاقة المتعاقد الآخر بالغلط وهو ما نلاحظ أنه صعب ومن هنا يأتي دور الالتزام بالإعلام لسد الفجوة بين إرادة المستهلك والغلط المحتمل وقوعه، فيحول هذا الالتزام دون وقوع المستهلك في الغلط كونه تعرف على الخدمة محل التعاقد معرفة نسبية.

¹ معزز دليلة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، كلية الحقوق ألكلي محند أولحاج، البويرة. ص350.

² المادة 14 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

وبناء على هذا لا يمكن توقيع الجزاء على مخالفة الالتزام بالإعلام على أساس الغلط في حالة ما إذا كانت البيانات والمعلومات التي تم إخفاءها من أحد أطراف العقد تتعلق بالصفات الجوهرية لشيء محل العقد.

وعليه يمكن للمستهلك أن يطلب بإبطال العقد وفقا لما اقتضته المادة 81 ق. م. ج وذلك متى وقع في غلط جوهري دفع به إلى التعاقد على أساس وقوع إرادته في حكم إرادة معيبة¹.

ب. المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك ضحية التدليس المهني:

– **تعريف التدليس:** يعرف التدليس بأنه استخدام المتعاقد بعض الطرق الاحتيالية للإيقاع بالطرف الآخر في غلط يؤدي به خلال التعاقد بمعنى أن التدليس يفسد الرضا، فهو حيلة يستعملها شخص من أجل إيقاع الطرف الآخر في التعاقد، فالطلب يقوم على عنصرين هامين وهما عنصر موضوعي وعنصر نفسي.

ويكون استعمال طرق احتيالية من خلال طرق مادية فهي لا تكون بمجرد الكذب فقط فيمكن أن يصاحبه بعض الأعمال المادية التي تؤدي إلى الخداع وتضليل المتعاقد، ومن جهة يجب أن تتجه نية المدلس إلى غرض غير مشروع وهو الجانب المعنوي، وليكون التدليس مبطلا يجب أن يتوفر على شرطين أساسيين هما:

- أن يكون التدليس دافع للتعاقد أي بعدم وجود التدليس لم تمر التعاقد؛
- إتصال التدليس بالمتعاقد الآخر نصت عليه المادة 87 من القانون المدني جزائري حيث أن يقوم المتعاقد المدلس بطرق احتيالية وأن تكون صادرة من نائبه.

كما يعتبر التدليس سبب من أسباب بطلان العقد فهو يعيب الإرادة كأن يقوم أحد المتعاقدين بسلوك كالكذب أو السكوت وكتمان المعلومات وهذا ما تتفق مقوماته مع شروط قيام الالتزام

¹ نزار إلهام. مرجع سابق ص 68.

وعليه فقد أجمع الفقهاء على أن الكتمان يعتبر تدليسا يؤدي إلى إبطال العقد متى وقع من أحد المتعاقدين الملزم بأداء البيانات والمعلومات اللازمة ولا يهم مصدره.¹

ج. التعويض:

المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع في عيب من عيوب الإرادة نتيجة إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه وقد نص في المادة 14 من القانون 05/18² "في حالة عدم إحترام أحكام المادة 10 أو احكام المادة 13 أعلاه من طرف المورد الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".

نصت المادة 124³ من القانون المدني الجزائري على ما يلي: "كل فعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرارا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه تعويض".

كما تنص المادة 140 مكرر من نفس القانون على أن: "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية".

إن إرادة المستهلك تعاب بمجرد إلحاق ضرر معين بها بسبب عدم تنفيذ الالتزام ذلك ببطلان العقد نتيجة عيوب الإرادة كجزاء للإخلال بالالتزام قبل التعاقد، قد لا يترتب بضرورة تعيب إرادة المستهلك بمجرد إلحاق الضرر بسبب عدم تنفيذ الالتزام، فقد يكون للمستهلك الحق في المطالبة بالتعويض طبقا لدعوى المسؤولية التقصيرية فحال لم يتناسب جزاء الإبطال مع ما ارتكبه من خطأ مما يؤدي مواجهته بجزاء أشد.

إذ يعتبر التعويض أحد وسائل القضاء من أجل إزالة الضرر أو التقليل والتخفيف منه فهو الذي يترتب على تحقيق المسؤولية، والأصل أن يكون هذا التعويض نقديا بمعنى يكون تنفيذ

¹ نزار إلهام، مرجع سابق ص 71.

² المادة 14 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ المادة 124 من القانون المدني الجزائري تنص على "الفعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

عيني وقد يكون غير نقدي¹، ويختلف التعويض حسب أنظمة المسؤولية سواء كانت عقدية أو تقصيرية، فإذا كانت المسؤولية عقدية يلتزم المتدخل بتعويض الضرر المباشر فقط، أما في حالة المسؤولية التقصيرية فيكون التعويض حسب خطورة وجسامة الضرر الذي وقع على المستهلك بغض النظر عما كان هذا الضرر متوقعا أو غير متوقع.

ونذكر فيما سبق من خلال دراستنا فالرغم من تمكن المستهلك من فسخ العقد أو إبطاله فإنه يحق له أن يطلب تعويضا نقديا حتى يتمكن من جبر وتخفيف الضرر الذي لحق به طبقا لأحكام المسؤولية التقصيرية، فهذا لا يمنعه من طلب التعويض إلى جانب الإبطال والفسخ من جهة أخرى.²

2. الجزء الجنائي المقرر لعدم الإعلام المسبق

يقع الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد علة عائق المورد الإلكتروني بموجب القانون، حيث يقوم المورد الإلكتروني بتتوير إرادة المستهلك من خلال وضع جميع المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد. فبمجرد الإخلال بهذا الالتزام يؤثر على رضا المستهلك الإلكتروني، مما يتوجب على المورد توقي جزاء قانوني في حالة الإخلال بهذا الالتزام.

جاء في نص المادة 39 من قانون التجارة الإلكترونية على عقوبة وجزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام حيث نص على عقوبات مادية وإدارية وتنص على أنه " يعاقب بغرامة 50.000 إلى 500.000 دج، كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون. كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، امدة لا تتجاوز ستة 6 أشهر".

¹ د. نقادي حفيظ، مرجع سابق، ص 65.

² حراش شمس الدين، باشو صدام، مرجع سابق، ص 59.

المبحث الثاني: الإشهار الإلكتروني وضوابطه

المطلب الأول: الإشهار الإلكتروني

1. لغة:

مصدر أشهر بشهر إشهارا، وهو فعل مزيد مجرده شهر من الشهرة والشهرة وضوح الأمر، الإشهار إظهار شيء ما أو أمر ما وإعلانه ليصير معروفا.

والجدير بالذكر أن لفظ الإعلان والإشهار فهو مرادف له ولهما في نفس المعنى ولا يختلفان عن بعضهما.¹

2. اصطلاحا

قد نص المشرع الجزائري في المادة 06 من القانون 05/18 في البند 06 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية ".²

وهو كل الأخبار التجارية أو المهنية التي يستخدمها التجار ومقدمو الخدمات باستخدام الوسائل الإلكترونية لتعريف المستهلكين بمزايا الخدمات أو السلع قصد تحفيزهم.

كما يمكن تعريفه بأنه كل خبر تجاري غايته إيصال العلم والمعرفة حول المنتج أو الخدمة عن طريق إظهار محاسنها ومزاياها على نحو يؤدي بخلق تقبل جيد من قبل الجمهور والعكس إجابا على الخدمات والمنتجات وزيادة الإقبال عليها دون قصر الأخبار على وسيلة إلكترونية معينة أما التوجيه الأوربي المتعلق بالإعلانات المضللة رقم 450 الذي أعتد عليه سنة 1984 المعدل بتوجيه رقم 55 عام 1998 فقد عرفه أنه كل شكل من أشكال الاتصال الذي يتم بسياق النشاط

¹ ابن منظور الإفريقي، لسان العرب، ج4، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، د ط 1979، ص3086.

² المادة 06 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو المهني من أجل شكل من أشكال الاتصال الذي يتم بسياق النشاط التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو المهني من أجل تشجيع توريد السلع والخدمات.¹

كما يتضح من خلال هذه التعريفات أن المشرع الجزائري لم يعطي تعريفا دقيقا لمعنى الإعلان إذ يعتبره اقتراحا أو بيانا أو غرضا أو توجيه رغم اختلاف الفروق بين المعاني فالإعلان هو مرادف للإشهار وليس جزء منه على عكس الدعاية والتعليمة ليست مرادفة للإعلان.

ومن خلال الدراسات السابقة نستنتج أن الدعاية والإعلان هما مصطلحان قريبان من بعضهما إذ لم يكن لهما نفس المعنى لأن المشرع الجزائري استخدم مصطلح الإعلان لتعريف الدعاية.²

3. شروط مشروعية الإشهار التجاري:

للمستهلك الحق في تلقي مختلف الإعلانات ليحصل على جميع البيانات والمعلومات والخدمات باعتبار الإعلان أهم وسيلة تمكنه من ذلك، ولكن المستهلك يبقى عرضة للخطر فالإعلان الإلكتروني قد يتجاوز دوره المشروع حينها سيتحول من إعلان مشروع إلى إعلان تجاري كاذب أو مضلل، ولتوفير الحماية للمستهلك يجب أن يتوفر بعض الشروط الأساسية في الإعلان التجاري منها:

أ. وضوح الإشهار التجاري الإلكتروني:

– أن يكون الإشهار واضحا محددًا

تعتبر مسألة وضوح الإشهار الإلكتروني من أكثر المسائل التي ركز عليها المشرع الجزائري وأعطها قيمة كبيرة حيث يعتبر الإشهار الإلكتروني من أكثر وسائل التمويه لدى المورد، وهذا ما نص عليه في المادة 11 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي نصت على

¹ بادة عبد الكامل، أوني هاني، بن علي صبرين، مرجع سابق ص8.

² سعدي خضرة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة مستغانم 2020.ص10

"يجب أن يقدم المورد العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الخصر المعلومات الآتية...."¹

فالمقصود هنا بعبارة وضوح الإشهار الإلكتروني، ان المعلومات المستخدمة في الإشهار تكون بعيدة عن الغموض ويجب أن تكون كافية لوصف السلعة أو الخدمة وان تستعمل فيها عبارات بسيطة وواضحة ومحددة باختصار، فالمورد يجب عليه أن يظهر بعض من معلوماته للمستهلك كالمعلومات الخاصة به، رقم هاتفه وموقعه الإلكتروني والبيانات المتعلقة بالسلعة وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 11 من قانون 05/18 السالفة الذكر.

– ألا يكون الإعلان خادعا أو مضللا:

الإعلان الخادع وهو الإعلان الذي يتضمن بيانات ومعلومات تؤدي بالمستهلك في الوقوع في غلط وخداع فيما يتعلق بأوصاف المنتج الجوهرية مما لا شك فيه فإنه يتوجب على الإعلان ألا يحمل أي صفة من صفات الكذب أو التضليل.

عرف التوجيه الأوروبي في 10 ديسمبر 1984 في المادة 3 منه على أن الإعلان عند الإغفال عند أحد خصائص الجوهرية المعلن عنها يصبح إعلانا مضللا.

وقد عرفت المادة الثانية من التوجيه السابق "إي إعلان بأي طريقة كانت تحتوي في طريقته على أي تضليل، او قد يؤدي إلى تضليل لهؤلاء الذين يوجه أو يصل إليهم الإعلان"

كما أشار المشرع الجزائري في المادة 56 من المرسوم التنفيذي إلى خطر الإعلان الخادع أو الكاذب والتي نصت "تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنها إحداث لبس في ذهن المستهلك"

فبالنسبة للإعلانات الإلكترونية فهي مصدر خطورة حقيقي على المستهلك فتعتبر عامل أساسي في توجيه المستهلك وتحريك إرادته، سواء كان ذلك عن طريق الويب أو الرسائل عبر البريد أو

¹ المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18، مرجع سابق.

الهاتف، مما يلفت انتباهه للسلع، فالإعلان الكاذب أو المضلل ممنوع في أغلبية القوانين الإلكترونية سواء كانت رسائل بصرية أو إعلانية.¹

– أن يكون محل الإشهار مشروعاً:

ويقصد بهذا أن يكون محل الإشهار مشروعاً، غير مخالف للأدب العامة والنظام فالأدب العامة تشكل الجزء الأخلاقي للنظام العام فتعتبر جزء لا يتجزأ من النظام العام الذي هو عبارة عن مجموعة القواعد التي تهدف لتحقيق مصلحة الأفراد وعلى هذا النحو حظر المشرع الجزائري إشهار التبغ ومنتجاته وهذا ما تبين في نص المادة 54 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 حيث نص: "يمنع الإشهار المباشر للعلامات والرموز الإشهارية للتبغ ومنتجات التبغ مهما كانت الدعائم الإشهارية"

وكما كان الحال بالنسبة للمشرع الفرنسي فقد قام بحظر كل الدعايات والأشهارات المتعلقة بمنتجات التبغ وهذا ما جاء في المادة 12-3511 من قانون الصحة العامة: "لا تكتب إعلاناً لا تريد أن تراه أسرتك أو زوجتك "

– استعمال اللغة الوطنية في الإشهار:

استعمال اللغة الوطنية في الإشهار يعد تكريماً دستورياً ورمزاً من رموز السيادة والهدف من استعمال لغة وطنية أمازيغية أو عربية هو تحسين الإعلان الموجه للجمهور بالسلع والخدمات.² وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 70³/74 حيث نصت الفقرة الأولى من المادة 1 منه أن الإشهار التجاري الذي يوضع وينشر في التراب الوطني، يجب أن يعبر عنه باللغة العربية كما

¹ بن عثمان مشرية، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020

² سعدي خضرة، مرجع سابق ص15.

³ المرسوم التنفيذي رقم 70/74 المؤرخ في 10 ربيع الأول 1394 هـ الموافق ل 1974 والمتضمن تعريب الاعلانات الخاصة بالإشهار-ج ر عدد 29 المؤرخ في 9 أبريل 1974.

بالإمكان أن توضع اللغة الأجنبية في الإشهار شرط أن تكون الترجمة للنص نقلاً أو نقلاً عنه وأن تكون مكملة للغة العربية.

ب. شرط الترخيص المسبق:

المادة 40 من القانون العضوي رقم 05¹/12 المتعلق بالإعلام والتي نصت على ما يلي: "تنشأ سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي" وتتولى بهذه الصفة على الخصوص تشجيع التعددية الإعلامية والسهر على نشر وتوزيع الإعلام المكتوب على كافة التراب الوطني، كما تعمل على جودة الرسائل الإعلامية وترقية الثقافة الوطنية وإبرازها، كما تعمل على منع تمركز العناوين والأجهزة تحت التأثير المالي وفي حالة ممارسة الإشهار الخارجي في أماكن معينة يتم حظر اللافتات الإشهارية.

فلا يمكن استعمال هذه المعلومات التي تجمعها سلطة ضبط الصحافة المكتوبة لأغراض أخرى غير أداء المهام التي يسندها القانون العضوي.

ولاكتمال الإطار القانوني للرسالة الإشهارية، لا يكفي توفر الشرطان الأساسيان فقط وهما عنصر احترام النظام والأهداف العامة وعنصر الموضوع إضافة إلى ذلك شرط استعمال اللغة الوطنية المعتمدة في الدولة سواء عربية أو أمازيغية، بل يجب توفر شرط مادي شكلي متمثلاً في الترخيص يمكن من خلاله إجراء رقابة قبلية وقائية من طرف الإدارة المسؤولة لمحتوى هذه الرسالة الإشهارية لحماية المستهلك من المخاطر التي قد يتعرض لها جراء ما تحمله هذه الرسالة.

¹ القانون العضوي 05/12 المؤرخ في 19 صفر 1433 هـ الموافق لـ 12 يناير 2012 م المتعلق بالإعلام، (ج ر عدد 02 المؤرخة في 15 يناير 2012 م).

ج. الطبيعة القانونية للإعلان الإلكتروني:

الجدير بالذكر أن الفقهاء اختلفت آراءهم حول الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه للمستهلك عبر الشبكة العنكبوتية فجانبا من الفقه يرى أنه مجرد دعوة للتعاقد والتي تعرف بأنها الدعوة التي يقوم من خلالها الشخص بتوجيهها للمستهلك بدعوته للتفاوض أو التعاقد ويرى أنصار الاتجاه الثاني أن الطبيعة القانونية للإعلان التجاري أنه إيجاب للإقناع والتحفيز على التعاقد.

ومن هذا فإن الإشهار التجاري إذ لم يتضمن المسائل الجوهرية في التعاقد كان مجرد دعوة للتعاقد حيث يدعم أصحاب هذا الرأي موقفهم بأنه يتفق وينسجم مع طبيعة عقود التجارة الإلكترونية، ولكن مع التطور الذي يشهده الإشهار الإلكتروني فقد أصبح هذا الرأي ضعيفا فالرسائل الإشهارية أصبحت تتضمن جميع شروط وصفات الإيجاب باعتبار الإشهار مرحلة من المراحل الهامة التي تسبق التعاقد من جهة أخرى يعرف الإيجاب بأنه عرض ناتج من شخص يدعى الموجب يعبر فيه عن إرادته في إبرام عقد معين وهو لا يكون إلا صريحا.

حيث أنه إذا اقترن به قبول مطابق له أصبح العقد قانونيا، فهو عرض بات صادر من شخص يدعو الطرف الآخر للتعاقد متضمنا شروطا فحين اشترط المشرع الجزائري تعيين أجل صريح وضمني إذ نصت المادة 63 فقرة أولى من القانون المدني "إذا عين أجل للقبول التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى انقضاء هذا الأجل"

ومن خلال هذا فقد اتجه الكثير من الفقهاء إلى اعتبار الإشهار التجاري الإلكتروني إيجابا مدعمين رأيهم أن معظم الرسائل الإشهارية تحتوي وتتضمن الصفات الأساسية للإيجاب والإيجاب موجه للجمهور متى اقترن بالقبول أصبح العقد قائما.¹

وفي رأينا أن الرأي الثاني هو الأصح والأكثر واقعية، من خلال ما جاء به المشرع الجزائري في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية حيث ذكر المسائل الجوهرية في العرض التجاري وبهذا فإنه دليل على أنه يعتبر إيجابا.

¹ ط.د. عبد الله، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 18-05 مجلة الدراسات القانونية العدد 02، المجلد 07، جوان 2021 م، ص. 793.

كما تم الاستنتاج أن الإعلام الموجه يعد إيجاباً في حال ما إذا تم التعبير على إرادة الموجب في مرحلة إبرام العقد إذا اقترن بقبول مطابق، أما الدعوة إلى التعاقد تعتبر كمرحلة تفاوضية فهي مجرد أخذ وعطاء يجوز الرجوع عنها دون أن تترتب مسؤولية إلا إذا اقترن خطأ فيكون التمييز بينهم من حيث النية القاطعة وجودها من عدمه خلال الارتباط بالعرض فهذه النية موصولة بالواقع وتختلف مع الظروف ويبقى القاضي سيد الموقف وصاحب القرار في الموضوع.¹

المطلب الثاني: احترام الإشهار الإلكتروني للأدب العامة والنظام العام

يجب على المورد أن يلتزم بالأدب العامة في عرضه التجاري ومراعاة النظام العام إلى جانب التزامه لإيصال البيانات والمعلومات بطريقة بسيطة وسهلة للمستهلك.

ترد عبارة الأدب العامة بجانب لغة القانون مع عبارة النظام العام وهذا راجع إلى المصلحة العامة للمجتمع غير أن مفهومها يختلف ذلك أن الأدب العامة ما هي إلا تلك الأسس الأخلاقية هدفها حفظ كيان وعادات المجتمع أما النظام العام يتسع ليضم المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية الجوهرية التي يقوم عليها المجتمع.²

أما القيم فهي عبارة عن مجموعة من المتغيرات التي تحكم علاقات المستهلكين، والتي تتحكم في إطارها علاقاتهم ونظرتهم للإشهار، فلإعلان يلعب دوراً كبيراً وأساسياً في سلوك المستهلك وهو ما يؤثر عليه داخلياً نظراً لتأثير تعاملاته مع أفراد المجتمع، فيجسد المعلن هذه القيم ويشكلها في رسالة إعلانية موجهة للمستهلك بغية تحقيق أهدافه المطلوبة وهي إقناع هذا الأخير دون أن يمس بالقيم الاجتماعية والأخلاقية.³

وهذا ما نصت عليه المادة 30 في البند 3 من قانون التجارة الإلكترونية السالف الذكر " ألا تمس بالأدب العامة والنظام العام"⁴

¹ ابن عثمان مشرية مرجع سابق، ص 11.

² أحمد عادل راشد، الإعلان، دار النهضة العربية للنشر والطباعة، بيروت، 1981، ص 50.

³ شريح أسماء، بلحجي حياة، حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات الإلكترونية مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019، ص 36.

⁴ المادة 30 من قانون التجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

الفرع الأول: وضع منظومة إلكترونية تحقق رغبة المستهلك في عدم تلقيه إشهارات

تنص المادة 32 من القانون 05¹/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية: «يجب على المورد الإلكتروني أن يضع منظومة إلكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مصاريف أو مبررات. وفي هذه الحالة، يلزم المورد الإلكتروني بما يأتي:

- تسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه؛
- اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة".²

ومن خلال دراستنا للمادة 32 من قانون التجارة الإلكترونية تبين لنا أن المشرع الجزائري فرض على المورد وضع منظومة إلكترونية حتى يتمكن كل شخص التعبير الصريح عن إرادته في عدم تلقيه أي إشهار من المعلن دون المطالبة بأية مصاريف أو مبررات، ولعل هدف المشرع هنا حماية متلقي الرسالة الإشهارية بما لا يرغب فيه من رسائل المعروفة ب cookies ورسائل البريد المزعج spam، وهذا النوع من الرسائل تستهدف الحياة الخاصة بشخص.

فنستنتج أن إبداء الموافقة للشخص المعني لسماح المورد بإرسال رسائله الإشهارية ذو أهمية كبيرة لأن الشخص المعني له الحق في الموافقة من عدمها، فيعتبر إرسال رسالة إشهارية للشخص دون موافقته انتهاكا واضحا وصريحا مما جعل المشرع الجزائري يضع نص المادة المذكورة أعلاه.

الفرع الثاني: القيود الواردة على الإشهار التجاري الإلكتروني

تقع على عاتق التاجر الإلكتروني مجموعة كبيرة من القيود التي وجب عليه إتباعها واحترامها في وقت إصداره للرسالة الإلكترونية الموجهة للمستهلك فكانت نية المشرع حماية هذا الأخير من مخاطر هذه الإعلانات الإشهارية فنجد من بين هذه القيود الحظر حول بعض السلع والخدمات

¹ المادة 32 من قانون التجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² المادة 32 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18، مرجع سابق.

إضافة إلى منع الاستبيان المباشر دون الموافقة المسبقة لمتلقي الرسالة الإلكترونية وهو ما نريد دراسته والتفصيل فيه بنوع من التحليل.¹

1. منع الإشهار حول بعض السلع:

بعض السلع تصل إلى حد المنع من الإشهار بسبب القانون الخاص التي تخضع له بسبب ما تنتج عنه من أخطار على الفرد والمجتمع، كذلك الأمر نفسه لبعض الخدمات.

ولقد نص المشرع الجزائري على حظر السلع والخدمات في أنواع معينة من خلال العديد من النصوص القانونية غير أنه أكد على المنع في نص المادة 34 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي نصت على ما يلي " يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول به"².

يتبين لنا من خلال المادة المذكورة أعلاه أن المشرع سعى لحماية المستهلك من خلال حظره لبعض السلع والخدمات وترويج للإشهارات المخالفة لنظام العام والخدمات ممنوعة من التسويق عبر الوسائل الإلكترونية والجدير بالذكر أن المشرع لم يكتفي بالإشارة إلى الحظر فقط بل تطرق إلى أنواع معينة من الخدمات والسلع في المادة 03 من قانون التجارة الإلكترونية " تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما.

غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرهان واليनावيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

¹ بوزكري انتصار، بوضياف عبد الرزاق، «ضوابط الإشهار الإلكتروني في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 13، العدد 02، 2022، ص 115.

² المادة 34 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما¹.

كما أن المشرع الجزائري شدد هذا الحظر بموجب نص المادة 37² من قانون التجارة الإلكترونية والتي جاء من خلالها "دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج كل من يعرض للبيع، أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني، المنتجات او الخدمات المذكورة في المادة 3 من هذا القانون".

ونلاحظ من خلال هاته المواد أن المشرع قد حظر التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في أنواع السلع المحددة في المادة 303³ من نفس القانون ولم يعطي استثناءات عليها، وإن أعطى استثناء على في مجال التعاقد التقليدي في المواد الصيدلانية، لكن من جهة أخرى فإنه منع منعا باتا الإشهار عن المواد الصيدلانية عبر وسائل الإلكترونية⁴، فغاية المشرع محاولته إضافة حماية للمستهلك الإلكتروني تبعد عنه خطر الإشهار عن مثل هذه المنتجات التي قد تلحق الضرر الجسدي لهذا الأخير.

كما نصت المادة 05 من قانون التجارة الإلكترونية عن حظر كل المنتجات والخدمات التي تمس بأمن وسلامة مصالح الدفاع الوطني كمختلف الأسلحة إضافة إلى كل ما يمس الأمن العمومي والنظام العام والعتاد والتجهيزات الحساسة.⁵

¹ المادة 03 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² المادة 37 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ المادة 03 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

⁴ المادة 25 من القانون رقم 08-13، المؤرخ في 20 يونيو 2008، المتعلق بحماية الصحة وترقيتها ر عدد 44، الصادر في أوت سنة 2008.

⁵ المادة 05 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

2. منع الاستبيان المباشر عن طريق وسائل الاتصال الإلكترونية:

تنص المادة 31¹ من قانون التجارة الإلكترونية على أنه "يمنع الاستبيان المباشر اعتماداً على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الإلكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي، بأي شكل من الأشكال، لم يبد موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني".

عند إدراجنا لهاته المادة وجب علينا في أول خطوة تعريف الاستبيان الذي هو وليد العلوم الاجتماعية والإنسانية، فلم يدرج القانون المعاصر أو التقليدي على استعماله كما هو الحال في القوانين العربية الأخرى، إلا أن الاستبيان الإلكتروني يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المحددة بدقة وعناية حيث تكون واضحة ومتسلسلة والتي هدفها إثارة الأشخاص الموجهة إليهم بطريقة مقننة وممنهجة، من أجل تقديم أفكار وأراء معينة في إطار المعلومات المرتبطة بالموضوع وأهدافه.²

الاستبيانات التي تكون عادة منشورة على صفحة إنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي يميزها سهولة الإجابة عليها عن طريق الحاسوب ثم إرسالها إلى محرر الاستبيان بشكل سهل، إضافة إلى إمكانية التحسين والتعديل الدوري وسرعة الحصول على استجابة.³

نرى بأن المشرع الجزائري قد وفق في مسألة حضر تنقيب المورد الإلكتروني عن عملاء جدد ذلك بإرسال رسائل إلكترونية باستعمال معلومات شخص لم يعطي موافقته قبل الاستعمال، بغية حماية المستهلك الإلكتروني من هذه الإشهارات التي لا يود الحصول عليها، إضافة أن عملية التنقيب عاتة تكمن في إرسال المورد للرسائل اشهارية للمستهلك الذي وجب عليه استعمال عنونه البريدي الإلكتروني الذي يتضمن أسمه وبلده فهي طريقة سهلة للمورد لتجميع ما يحتاجه من أجل معرفة سلوك المستهلك واستعمالها لأغراض أخرى كتوجيه ادعاءات تجرية تخص خدمات وسلع جديدة.

¹ المادة 31 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² محمد عبد المجيد، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص353.

³ علي مهمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، الم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص167

الأمر الذي يسهل على المزعجين والمحتالين مستعملي رسائل spam حيث يقع الاعتداء على البيانات الشخصية للمستهلك حيث يتم سرقة الهوية الرقمية واختراق تفاصيله واستعمالها دون إذن منه، ولعل أفضل حل لهاته المشكلة هو كسب الموافقة المسبقة للمستهلك قبل حصوله على الرسالة الاشهارية¹ كما ورد في نص المادة 32 الفقرة الأولى من قانون التجارة الإلكترونية السالفة الذكر.

¹ بوزكري انتصار، بوضياف عبد الرزاق، «ضوابط الاشهار الالكتروني في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق ص 118.

خلاصة الفصل

تعتبر مرحلة حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد من أهم وأبرز المراحل التي يمر بها المستهلك الإلكتروني، فمن خلالها يعرف المستهلك طريقه إذا ما كان سيقبل على التعاقد أو لا، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى الإعلام التجاري المسبق كألية لحماية المستهلك حيث أن المورد ملزم بتقديم عرض تجاري مسبق حول المنتج أو الخدمة لصالح الطرف المتعاقد حيث قمنا بتعريف العرض التجاري المسبق وإلى أهميته خاصة لدى المستهلك ومضمونه الذي جاء في نص المادة 11 من قانون التجارة الإلكتروني، كما تطرقنا في المبحث الثاني إلى ضوابط الإشهار الإلكتروني من خلال تعريف الإشهار الإلكتروني وشروط قيامه وطبيعته القانونية، كما تطرقنا إلى ضوابطه كاحترام العرض التجاري للأداب العامة وبعض القيود الواردة على الإشهار التجاري والمذكورة في المواد 30 و 31 و 32 و 33 وما يليها من قانون التجارة الإلكتروني 05/18 في محاولة من المشرع الجزائري لحماية المستهلك كم ما قد يصيبه من أضرار مادية ومعنوية، ومن هنا قام المشرع بتدخل من أجل الوقوف ضد هذا النشاط الغير مشروع بموجب القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وهذا ما حاولنا توضيحه من خلال دراستنا.

الفصل الثاني

أليات حماية المستهلك أثناء مرحلة

تنفيذ العقد

تمهيد

تحدثنا فيما سبق عن الحماية القانونية الموجهة للمستهلك كونه الطرف الأضعف في مواجهة المورد نظرا لخبرة هذا الأخير في التعاملات التجارية هذا ما يؤدي لانعدام المساواة فيما بينهم كما تطرقنا إليه في مرحلة سابقة من إبرام العقد، وبعدها ينتقل طرفا العقد إلى مرحلة أكثر حسما من سابقتها وهي مرحلة تنفيذ العقد وهي مرحلة تتطلب تسليم التاجر بالشيء المبيع ووفاء المستهلك بالثمن ويتم هذا عبر شبكة الإنترنت ورغم من المخاطر التي قد يتعرض لها المستهلك.

فبدون شك كان لزمنا على المشرع إحاطة المستهلك علما بالبيانات عن السلع والخدمات عبر الإنترنت دون إعطاء وقتا للتفكير قبل الإقدام على إبرام العقد، من هنا منح للمستهلك الإلكتروني حق العدول ومن ثم إمضاء العقد أو فسخه حماية له من أي تلاعب أو تدليس من المحترف في نطاق التجارة الإلكترونية. ويرجع سبب ذلك إلى عدة اعتبارات منها أن يقوم بشراء السلعة محل التعاقد الإلكتروني عن طريق الانترنت ولم يراها، وإنما رأى صورتها على شاشة الكمبيوتر، كما أن الهدف من هذا الالتزام هو القضاء على ظاهرة شائعة تتمثل في لجوء بعض المهنيين إلى رفض تسليم نماذج العقود للمستهلكين إلا بعد التوقيع عليها، على نحو يحرم المستهلك بهذه الطريقة من إمكانية التفكير المسبق في شروط العقد قبل إبرامه. وعلى الرغم من الفوائد العديدة التي يقدمها إلا أنه قد أثبت عمليا، أن لهذه الوسيلة مخاطر عديدة لذلك فقد اتجهت العديد من الدول إصدار القوانين الخاصة بالتعاقد عبر الإنترنت، ونظرا إلى المخاطر التي يتعرض لها المستهلك فقد حاولنا من خلال هذا الفصل التطرق وتفصيل أهم الوسائل التي توفر الحماية للمستهلك وذلك من خلال الالتزام بالسلامة والمطابقة كألية لحماية المستهلك في المبحث الأول أما في المبحث الثاني حق العدول عن العقد وخدمة ما بعد البيع كأليات لحماية المستهلك.

المبحث الاول: التسليم المطابق والأمن

نظرا للمشاكل المتعددة التي يوجهها المستهلك وبالخصوص من ناحية أمنه وسلامته وصحته عند استهلاكه لمنتوج ما، أصبح تقييم المطابقة وتسليم شهادة المطابقة أو وضع عالمة المطابقة، طريقا موضوعيا ومنظما لتأكيد نوعية المنتوجات ومعيارا للجودة بالنسبة للمستهلك.

المطلب الاول: الالتزام بالمطابقة

ويقصد بإجراء تقييم المطابقة كل الإجراءات المستخدمة بشكل مباشر أو غير مباشر لتحديد مدى احترام الشروط ذات الصلة باللوائح الفنية أو المواصفات، ومن ضمن ما تتضمنه الإجراءات الأخرى لأخذ العينات إجراء التجارب والتفتيش وإجراءات التقييم وضمان المطابقة وإجراءات التسجيل والاعتماد والمصادقة والمزج بينها.

ربط المشرع الجزائري المطابقة بالالتزام بالتسليم في قانون التجارة الإلكترونية من خلال نص المادة 23¹ الفقرة الأولى " يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتوج معيبا"

¹ المادة 23 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

الفرع الأول: التعريف الفقهي

لقد تعددت التعاريف للالتزام بالمطابقة، فعرفها البعض على أنها تعهد محله عمل يلتزم به البائع بتقديم البضاعة والمستندات الخاصة بها وفقاً لما يفرضه العقد والقانون، وهو المعبر عنه بذلك الاستلام من قبل المشتري لشيء غير الذي اشتراه.¹

ويراها آخر على أنها التزام بمطابقة المنتج أو الخدمة للقواعد الآمرة الخاصة بالمواصفات الواردة في القوانين، واللوائح وللمقاييس، والعادات المهنية،² بينما يتجه آخر إلى أنه ذلك الاختلاف في الجوهر، أوفي أحد العناصر الأساسية عن الشيء الذي تم الاتفاق عليه في العقد.³

كما عرفت بأنها مطابقة الشيء المبيع للمواصفات المتفق عليها في العقد للاشتراطات الصريحة أو الضمنية فيه، أو أنها تلك التي تتجسد في مطابقة الرغبات المشروعة للمستهلكين للمنتجات والخدمات.⁴

ومنهم من وقف عند تعريف عدم المطابقة على أنها اختلاف قائم بين الشيء المسلم به حقيقة والشيء المتفق عليه في العقد.

¹ عبد المنعم علي، حماية المستهلك -دراسة مقارنة-، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص 527.
² يسعد فضيلة، التزام المنتج بضمان مطابقة المنتجات، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، الجزائر، المجلد 1، العدد الأول، 2016، ص 323.
³ جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك عن الأضرار الناجمة عن عيوب المنتجات الصناعية المباعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2011، ص 195.
⁴ ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المنتج في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 7-8.

بناء على تلك التعاريف كانت الدعوة في فرنسا نحو إدخال ضمان المطابقة ضمن الالتزامات المفروضة على البائع ولصالح المشتري كضمان قانوني يجد أساسه في التعديل للقانون المدني الفرنسي بموجبه يستلم المشتري شيئاً مطابقاً لما ورد في العقد.¹

الفرع الثاني: المعنى الواسع والضيق

أولاً: المعنى الواسع للمطابقة:

إن معنى المطابقة لا ينحصر فقط موافقة المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية، وإنما يمتد إلى مطابقة المنتج للرغبة المشروعة للمستهلك، وهذا ما أكدته المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بنصها على أنه يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفته ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه.²

أما المادة 12 من القانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فتتص على أنه ينبغي على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول تتناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل حسب حجم وتنوع المنتجات التي يضعها للاستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لاختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال. ويتضح من خلال هذه النصوص أن الحق في المطابقة أصبح من حقوق المشتري والمستهلك الأساسية، وأن البائع

¹ علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الأضرار بسالمتة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2015-2016، ص 235.

² قانون -مؤرخ في 07 فبراير 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج وعدد 06، الصادرة في 08 فيفري 1989 ملغى.

يلتزم بضمان مطابقة السلعة المباعة للمواصفات والغرض الذي تم التعاقد من أجله وفي حالة الإخلال تترتب على عاتق البائع المسؤولية.

ومن خلال ما سبق يتضح أن الرغبة المشروعة للمستهلك تقدر بالنظر إلى عدة عوامل ومعطيات منها طبيعة المنتج أو الخدمة حالته التقنية المعلومات المقدمة من طرف المنتجين أو مقدمي الخدمات... الخ، والرغبة المشروعة للمستهلك في منتج أو خدمة ماء هي أمر خاص به فالمتدخل لا يمكنه أن يقرر بإرادة منفردة لزبونه ما هو صالح أو ضار كما أن المستهلك لا يمكنه إلا أن ينتظر ما هو معقول في ظل ظروف اقتصادية معينة فرغبات المستهلك يصعب معرفتها وهي تختلف بحسب الأذواق والوضعيات الفردية.

الأجل تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك أولت جل التشريعات اهتماما كبيرا لأمان المواد الغذائية وسلامتها، إضافة إلى جودة المنتجات وبالخصوص ذات الاستعمال الغذائي حيث جعلتها محور التقنيات التي تستهدف صحة وسلامة المستهلك من خلال نصها على مبدأ مطابقة المنتجات للمقاييس والأنظمة.¹

ثانيا: المعنى الضيق للمطابقة

يتصرف مفهوم المطابقة بمعناه الضيق إلى موافقة المنتجات للمقاييس والمواصفات القانونية التنظيمية، حيث تنص المادة 05 من القانون رقم 99-02 الملغي بالقانون رقم من مطابقة المنتج أو الخدمة للقواعد الخاصة به والمميزة له".

يتضح من خلال نص هذه المادة أن المراد بالمطابقة، هو مطابقة السلع والخدمات للمقاييس المعدة والمواصفات القانونية والتنظيمية، فالمشروع حرص على المنتجات للمقاييس المحددة عن طريق التنظيم...²

¹ خوجة خيرة الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بسلامته في التشريع الجزائري، المروحة دكتوراه في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة 2016، ص 237

² فروانى رضوان الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، المتزوجة دكتوراه في الطرق، فرع القانون كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خد الجزائر 2013، ص 114

والجدير بالذكر أن المطابقة في قانون حماية المستهلك تختلف عن المطابقة الواردة في القانون المدني ، فطبقاً للقواعد العامة أشار القانون المدني ضمناً إلى مضمون المطابقة للمواصفات من خلال نصوص متفرقة لاسيما المادتين 365 و366 التي تعرض من خلالهما الصور المطابقة المتعلقة بمقدار المبيع وفي المادة 379 كذلك تعرض لحالة تخلف الصفة و الزام البائع بالضمان أما المادة 386 فتتضمن التزام البائع بضمان صلاحية المبيع لمدة معلومة، لذلك فالمطابقة في القانون المدني تبقى قاصرة عن تحقيق الحماية الكافية للمستهلك أو أنها تكفل حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك، بينما المطابقة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش فتهم بصحة و أمن المستهلك .

كما تقتصر المطابقة في القواعد العامة على الإطار العقدي وهي تتضمن تقديم مبيع مطابق للمواصفات المحددة في العقد بحيث يلتزم البائع بتسليم المبيع يكون في حالة مطابقة للعينة، وإذا كانت البضاعة غير مطابقة لما تم الاتفاق عليه في العقد، يكون للمشتري حق طلب الفسخ والتعويض، أما المطابقة بحسب قانون حماية المستهلك فهي التزام قانوني يتضمن مطابقة المنتج للمواصفات التي حددتها القوانين واللوائح الفنية والتنظيمية.¹

الفرع الثالث: شروط إجراء المطابقة

لإجراء المطابقة استوجب المشرع الجزائري ضرورة توفر الشروط التالية:²

– يجب ألا يكون البحث عن ضمان كاف لمطابقة المنتجات للوائح الفنية والوطنية، سببا للمبالغة في صرامة إجراءات تقييم المطابقة وتطبيقها أكثر مما يلزم بحجة المخاطر التي قد تنجر عن عدم المطابقة.

– أنه عندما تكون الأدلة أو التوصيات ذات الصلة الصادرة عن هيئات دولية ذات نشاط تقييمي وتكون الجزائر طرفاً فيها أو موجودة أو تكون على وشك الإعداد فإنها تستخدم كأساس

¹ شريفي أمال التزام المنتج بمطابقة المنتجات في التل القانون رقم 09-03 مذكرة الليل شهادة الماستر في القانون تخصص عقود ومسؤوليات كلية الطرق والعلوم السياسية، جامعة محند أولحاج، الب ويرة، 2013، ص114.

² لمية بن عاشور، الحماية الجنائية للمستهلك في قانون حماية المستهلك قانون (02/89)، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2000-2001، ص41.

لإعداد إجراءات تقييم المطابقة، إلا إذا كانت هذه الأدلة أو التوصيات أو بعض عناصرها غير ملائمة لتحقيق أهداف أساسية أو بسبب عوامل مناخية أو عوامل أخرى جغرافية أو مشاكل تكنولوجية أو متعلقة ببنية تحتية أساسية.

— أن تطبق إجراءات تقييم المطابقة على موردي منتجات يكون منشؤها إقليم دولة العضو بحسب القواعد نفسها وضمن الشروط ذاتها المطبقة على المواطنين.

المطلب الثاني: ضمان السلامة

إن التطرق إلى تعريف الالتزام بضمن السلامة في عقد البيع ما هو إلا استجابة لحاجة معاصرة سواء كان ذلك في القانون الوطني أو القانون المقارن، ولأن كلمة العقد في تعبير عن إرادة الأطراف لا تلغي ولا تمحي روح الاتفاق الذي يجمع المتعاقدين لهذا فإن القاضي بما من سلطة في تفسير العقد يمكنه أن يضيف التزامات غير موجودة فيه، هذا الذي كان سببا مبررا بظهور الالتزام بضمن السلامة في عقد نقل الأشخاص من طرف القضاء الفرنسي سنة 1911م عندما أكد أن نقل الأشخاص يتضمن الالتزام بتوصيل المسافر إلى مقصده سالما.

لهذا حاول كل من القضاء والتشريع إيجاد تعريف مناسب لهذا الالتزام، هذا ما سأفعله في الفروع التالية، حيث سأطرق إلى تعريف القضاء للالتزام بضمن السلامة (الفرع الأول)، وكذلك التعريف التشريعي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: التعريف القضائي

يعد مبدأ الالتزام بضمن السلامة من أهم المبادئ التي ابتدعها القضاء الفرنسي في مجال المسؤولية المدنية، بعدما كانت سلامة المستهلك من الأضرار التي تسببها المنتجات المعيبة تخضع لوقت طويل إلى القواعد الخاصة بضمن العيوب الخفية، مما أدى بالقضاء إلى ابتداع نوع من الالتزام بضمن السلامة مستقل عن ضمان العيوب الخفية الذي يلقي على كاهل

المهني بصفة عامة والمنتج بصفة خاصة التزامات تهدف إلى تحقيق قدر أكبر من الحماية للمستهلك.¹

فبعد قصور قواعد العيوب الخفية وعجزها عن تحقيق الحماية الكافية، أخذ القضاء في توسع في نصوص هذه القواعد متأثراً بافتراض علم البائع الضامن لعيوب المبيع، فقد ظهر اتجاه يدعو إلى تأسيس افتراض علم البائع بعيوب المبيع والقرينة التي استند عليها في ذلك هي سوء نيته، فأصدر أحكاماً يلزم فيها المحترف بضمان عيوب المبيع حتى وإن كان يجهل وجودها أو كان من المستحيل عليه اكتشافها، بل حتى وإن أثبت أنه كان حسن النية وبذل كل ما يستطيع للكشف عنها.²

فقد قضت محكمة "Seine" أن: "المنتج الذي يسلم للمشتري زجاجة مياه غازية، يكون مسؤولاً عن الحادثة التي نجمت عن انفجارها، متى ثبت أن المشتري قد استعمالها استعمالاً عادياً، وأن الزجاجة كان بها عيب جسيم يجعل استعمالها العادي محفوفاً بالمخاطر.

وقضت أيضاً محكمة "Paris" بأن: [كل عقد يتضمن تنفيذاً لا ينشأ عنه خطر يتعارض مع روحه والنتيجة الموجودة منه، ومن ثم ينشأ عن العقد على عاتق من يلتزم بالأداء التزاماً بضمان السلامة يتجاوز بعمومه وقوته، الالتزام بضمان العيوب الخفية ويهيمن عليه، ويقم الإخلال به مسؤولية المدين ما لم يقر على أن هذا الإخلال نشأ عن سبب أجنبي عنه].³

الفرع الثاني: التعريف التشريعي

لم تتطرق أغلب التشريعات إلى تعريف الالتزام بضمان السلامة وغالباً يعود ذلك إلى أن مهمة وضع التعريفات ليست مهمة المشرع، ومع ذلك يمكننا البحث لنتوصل إلى تعريف

¹ زاهية سي يوسف، الالتزام بالإخضاع عنصر من ضمان سلامة المستهلك، جامعة مولود معمري، تيزي وزوو، (محاضرة منشورة ص2)

² كالم حبيبة، الالتزام بضمان السلامة في عقد البيع في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية- جامعة لونيبي على، البليلة 2، 2018-2019، ص 16

³ عبد القادر أقصاصي، الالتزام بضمان السلامة في العقود، (نحو نظرية عامة دار الفكر الجامعي (بدون طبعة، الإسكندرية، بدون سنة نشر ص 117).

مناسب من خلال موقف الفقه من الالتزام بضمان السلامة في البيع وذلك باستناد للنصوص المتعلقة بفكرة الالتزام.

كرس الالتزام بضمان السلامة من قبل المشرع الفرنسي سنة 1998 بموجب القانون رقم 98-389 المتضمن مسؤولية المنتج عن فعل المنتجات المعيبة حيث أزم المهني بضمان سلامة المستهلك من المنتجات المعيبة.¹

وقد نصت المادة 1245² من الأمر رقم 2016-131³ المتعلق بإصلاح قانون العقود والنظام العام واثبات الالتزامات على أنه: "يكون المنتج مسؤولاً عن الأضرار الناتجة من منتجاته المعيبة قبل المتضرر سواء ارتبط معه أو لا."

كما عرفت نفس المادة 1245 ف⁴ من نفس القانون المنتج المعيب على أنه "يعتبر المنتج معيباً ... حينما لا يوفر السلامة التي يحق لأي شخص وفي حدود المشروعية أن يتوقعها". "...أما فيما يخص المشرع الجزائري فهو الآخر لم يتعرض في القانون المدني لمسألة السلامة في مجال عقد البيع قبل 2005.

لكن بعد 2005 تطرق لها بموجب القانون رقم 05/10 في م 140 مكرر حيث تناول مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة التي استوحاها من المشرع الفرنسي، لكن لا يعد كافياً لاستخلاص موقف المشرع الجزائري فيما يتعلق بمفهوم السلامة.

لكن بالنظر إلى النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك نحاول الاقتراب من المفهوم التشريعي للالتزام بضمان السلامة، فلقد نصت المادة 04 من 03/09⁵ القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش صراحة على فكرة السلامة "بأنه يجب على متدخل في عملية

¹ كالم حبيبة، الالتزام بضمان السلامة في عقد البيع في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 20

² 1ART 1245 « de producteur est responsable du dommage cause par un défaut de son produit, qu'il soit au non lié par un contact avec la victime ».

³ 2Ordonnance N° 2016-131 du 10/02/2016 portant réforme du droit des contacts du Régime général et de la preuve obligation J.O.R F N° 0035 du 11/02/2016.

⁴ Art 1245-3 : « Un produc défectueux...lorsqu'il ne présente pas la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre... ».

⁵ القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 15 الصادر في 2009/30/08..

وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك" يتضح من هذا النص أنه على المدين احترام المقاييس التي من خلالها تكون السلعة التي يقدمها للمستهلك لا تضر بصحته، كما تنص المادة 09 من نفس القانون على أنه "يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه."

من خلال استقراء هذه النصوص يتبين أن المشرع الجزائري عرف الالتزام بضمان السلامة من خلال النظر في ذاتيته إذ ألزم المدين باحترام المواصفات والمقاييس اللازمة لعرض منتجا سليما لا يشكل أي خطر على سلامة المستهلكين وأن يضمن لهذا الأخير خلو المنتجات من العيوب التي قد تمس بسلامته الجسدية والمالية، وكذا إعلامه عن طريق البيانات اللازمة بالخطورة الكامنة في المنتجات التي قد تسبب له أضرار لسوء استعمالها.

فمن خلال الاطلاع هذه النصوص يتبين أن المشرع الجزائري عرف الالتزام بضمان السلامة من خلال النظر في ذاتيته إذ ألزم المدين باحترام المواصفات والمقاييس اللازمة لعرض منتجا سليما لا يشكل أي خطر على سلامة المستهلكين وأن يضمن لهذا الأخير خلو المنتجات من العيوب التي قد تمس بسلامته الجسدية والمالية، وكذا إعلامه عن طريق البيانات اللازمة بالخطورة الكامنة في المنتجات التي قد تسبب له أضرار لسوء استعمالها.

الفرع الثالث: شروط الالتزام بضمان السلامة في عقد البيع

استند الفقه على وجود فكرة الالتزام بضمان السلامة في عقد البيع، وهذا راجع إلى ضرورة توفر مجموعة من الشروط في هذا الالتزام ما يجعله عقد مختلف عن باقي العقود الأخرى، وهذه الشروط تتمثل في وجود خطر يهدد السلامة الجسدية لأحد المتعاقدين، أن يسلم أحد طرفي العقد نفسه للطرف الآخر، وأن يكون المدين في الالتزام بضمان السلامة محترفا.¹

¹ سامية بوزيري، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند بلحاج، البويرة 2018، ص 109

أولاً: وجود خطر يهدد أحد المتعاقدين في سلامته الجسدية:

عقد البيع الإلكتروني في ظل التقدم الصناعي وتعدد الأجهزة الحديثة مثل -الأجهزة الطبية أو الرياضية -يفوق غيره من العقود بسبب الأخطار المحتملة لجمهور المستهلكين وكذلك الأشخاص الذين يستعملون هذه المنتجات الصناعية والمستهلك الإلكتروني يشتري هذه السلعة من موقع على شبكة الانترنت وليس لديه مصدر معلومات عنها سوى من البائع، وهي تلك الموجودة في نموذج الاستعمال المرفق مع السلعة.¹

ثانياً: أن يكون الحفاظ على السلامة الجسدية لأحد المتعاقدين موكلاً للأخر:

فالمستهلك الإلكتروني بحكم جهله بتكوين السلع والمنتجات الفنية والكيميائية معقدة التركيب، فإنه يترك أمر ضمان سلامتها إلى المنتج، ويكون في حالة خضوع تام لذلك.

ونظر لما تتميز به هذه السلع والخدمات من خصائص تقنية ومكونات معقدة وما اتبعتها من صعوبات لدى المستهلك كصعوبة الكشف عما يعتريها من قصور أو خلل، جعل هذا الأخير بترك أمر ضمان سلامة شخصه وماله للبائع المحترف، الذي يلتزم بتحقيق ذلك بحكم الفارق العلمي الموجود بينهما من جهة، ومن جهة أخرى كونه في مركز اقتصادي يمنع له بفرض شروطه عليه.

لقيام الالتزام بضمان المستهلك لا بد أن يكون مهنيًا: فالناس يقدمون على التعامل مع ذلك الشخص لما له من خبرة ودراية بأصول مهنته إذا كان محيطًا بأصول مهنته أو حرفته فالمهني -البائع المحترف لا يقدم على احتراف مهنته إلا إذا كان محيطًا بالأصول والخبرات الفنية التي تمكنه من ممارستها على أفضل وجه وذلك شأن البائع الذي يعرض سلعه معقدة أو أجهزة الية، ويعرضها على شبكة الانترنت حيث يمكن له الاتصال بعدد غير محدود من الناس، الأمر الذي يجعل الضرر كبير.

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، ط 1، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2006ص66

ثالثاً: في هذه الحالة متى كانت السلعة معيبة وتنطوي في استعمالها على خطر محقق بالآخرين.

كما ان المشرع حرص على ضرورة سلامة المستهلك وذلك من خلال نص المادة 13 من 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تحت عنوان الزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع.

إن الاهتمام بالالتزام بضمان سلامة المستهلك هو التزام على عاتق المحترف لصالح المستهلك ولهذا الالتزام بضمان السلامة هدفه توفير الأمان أي حصول المستهلك الإلكتروني على سلعة لا تنطوي على خطورة يمكن أن تكون مصدر ضرر بالنسبة له وكذلك المحيطين به.¹

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 68.

المبحث الثاني: حق العدول عن العقد وخدمة ما بعد البيع كآليات لحماية المستهلك

يعتبر الحق في العدول من الأدوات القانونية التي أقرها الفقه والتشريع لحماية المستهلك بعد إبرام العقد، وقبل التطرق للحديث عن هذا الحق يقتضي الحال تحديد مفهومه وطبيعته القانونية، عليه قسمنا هذا المبحث الى مطلبين نتطرق في المطلب الأول لمفهوم العدول عن العقد من خلال تعريفه وخصائصه ونشأته، وفي المطلب الثاني نتناول طبيعته القانونية.

المطلب الأول: حق العدول عن العقد

لتوضيح مفهوم الحق في العدول قمنا بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين، في الفرع الأول نتعرض إلى تعريف الحق في العدول وخصائصه، أما في الفرع الثاني فنتناول نشأة هذا الحق.

الفرع الأول: تعريف الحق في العدول وخصائصه

قبل التطرق إلى تعريف حق العدول عن التعاقد تجب الإشارة لمسألة مهمة وهي أن الفقه والتشريع استخدمتا عدة مفاهيم للتعبير عن الحق في العدول مثل الحق في الرجوع أو إعادة النظر.¹

وهذه الدراسة سوف نعتمد مصطلح العدول للدلالة على رجوع وفي المستهلك عن العقد والتخلي عنه، وذلك لاستخدامه من طرف المشرع الجزائري في القرض الاستهلاكي من خلال المرسوم التنفيذي رقم 15 / 114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي والذي نص في المادة 11/2 " ... غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدتها 2 أيام عمل تحسب من تاريخ إمضاء العقد " كما نصت المادة 1/11 من نفس المرسوم " :عندما يتم بيع المنتج على مستوى المنزل فإن مدة العدول تكون سبعة أيام مهما يكون تاريخ التسليم أو تقديم السلعة

¹ اسه نكه رعلى رسول حماية المستهلك وأحكامه، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الاسكندرية 2016، ص 248

كما عرف المشرع الجزائري المستهلك بموجب المادة 03 الفقرة الأولى من القانون رقم 09/03 المؤرخ في 25/01/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية عدد 15 الصادرة بتاريخ 08/03/2009، بأنه: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستهلاك النهائي من أجل تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.¹

كما تم تعريف المستهلك من طرف المشرع الجزائري في المادة 06² من قانون التجارة الإلكترونية 05/18 " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي "

أولاً: تعريف الحق في العدول

1. التعريف الفقهي

عرف بعض من الفقه الفرنسي العدول بأنه إعلان رجوع المتعاقد عن إرادته المعبر عنها من قبل وتجريدها من كل أثر في الحاضر والمستقبل، فهو تعبيراً عن إرادة عكسية. والعدول سلطة يمارسها أحد المتعاقدين (المستهلك) تهدف إلى التحلل من العقد بالإرادة المنفردة دون اعتباراً للطرف الآخر.³

2. التعريف القانوني

يعرف العدول قانوناً على أنه حق يثبت للمستهلك للتراجع عن العقد خلال فترة زمنية محددة قانوناً، ويمارس هذا الحق دون مقابل ومن دون ذكر الأسباب فهذا الحق نظمته العقود المبرمة عن بعد عامة والعقود الإلكترونية خاصة؛ فقانون الاستهلاك الفرنسي المعدل بالقانون رقم 841-2005 في المادة L.121.20 نص بأن " للمستهلك أجل 07 أيام كاملة لممارسة حق

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص. 768

² المادة 06 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ سامية لموشية، خيار رجوع المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمة لخضر، العدد 19، الوادي، الجزائر، جانفي 2018، ص، 224.

الرجوع عن العقد دون أي سبب، ودون دفع أي مبالغ باستثناء مصاريف الإرجاع، أما التوجيه الأوروبي رقم 97/07 الصادر في 20 ماي 1997 المتضمن تنظيم التعاقد عن بعد في المادة 1/06 وجاء فيها: " كل عقد عن بعد يجب أن ينص على أحقية المستهلك في العدول خلال مدة معينة لا تقل عن سبعة أيام تبدأ من تاريخ الاستلام بالنسبة للمنتجات والسلع، أما بالنسبة للخدمات فإن مهلة السبعة أيام تبدأ من تاريخ إبرام العقد وتصل هذه المدة إلى ثلاثة أشهر إذا تخلف المورد عن القيام بالتزامه بإرسال خطاب مكتوب يتضمن العناصر الرئيسية للعقد أما الفقه والتشريع العراقي فعرف العدول بأنه " ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد أن أبرم العقد صحيحا دون أن يترتب عن ذلك مسؤولية المستهلك في تعويض المتعاقد الآخر عما يصيبه من أضرار بسبب الرجوع .

يفهم من هذا التعريف أن الحق في العدول هو آلية قانونية تمكن المستهلك من عدم الاستمرار في العقد والغاء البيع في الفترة الزمنية التي حددها القانون، من دون أن يقدم الأسباب التي دفعته لذلك ودون أن يدفع تعويض للممول.

تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري على غرار المشرع المغربي والتونسي لم يعرف الحق في العدول لكونه مفهوما جديدا لم يتناوله إلا من خلال المرسوم التنفيذي 15/114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي المؤرخ في 12 مايو 2015 من خلال التعريفات السابقة يتضح أن الحق في العدول هو عبارة على أداة قانونية أقرها المشرع للمستهلك دون غيره تمكنه من إبطال عقد الاستهلاك والرجوع الى الحالة القانونية التي تسبق إبرام العقد، وهذا خروجاً عن مبدأ القوة الملزمة للعقد.¹

¹ معزوز دليلة حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني، مجلة معارف قسم الحقوق جامعة البويرة، العدد 22

البويرة - الجزائر، جوان، 2017، ص 5

ثانياً: خصائص الحق في العدول

يتميز الحق في العدول بمجموعة من الخصائص تميزه عن غيره من حالات الإبطال الأخرى منها:¹

- يرد الحق في العدول على العقود الصحيحة فقط لأن العقد الباطل لا يرتب أثراً²؛
- إن مصدر الحق في العدول القانوني أو الاتفاقي الإرادة المنفردة للمستهلك، دون الحاجة إلى موافقة المهني أو اللجوء للقضاء أو إلى إثبات التعرض؛
- تعتبر ممارسة الحق في العدول من النظام العام التي يجوز التنازل عليه ويبطل كل شرط يقضي بحرمان المستهلك من ممارسة هذا الحق³.
- يرد هذا الحق على عقود الاستهلاك دون غيرها من العقود وهو محدد المدة وينقضي باستعماله أو بفوات المدة المحددة له⁴.
- هذا الحق يتقرر بسلطة تقديرية من قبل المستهلك والتي يحق للمهني أو القضاء مساءلته عن سبب استخدامه لحقه في العدول⁵.
- يرد حق العدول على العقود اللازم كعقد البيع والإيجار والتي يرد على العقود غير اللازمة كعقد الوكالة⁶.

¹ منصور حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم (العدول عن التعاقد في العقد الاستهلاكي الإلكتروني، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون جامعة بابل العدد الثاني، المجلد الرابع، العراق، ص 57

² عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 768

³ عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة جامعة النجاح للأبحاث نابلس، المجلد 27 الاصدار 1، 2013، فلسطين ص 15.

⁴ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 770

⁵ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 770

⁶ موفق حماد عبد الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى منشورات زين الحقوقية بغداد 2011، ص 240

الفرع الثاني: نشأة الحق في العدول

تنص المادة 112 من القانون المدني الجزائري على ما يلي: "العقد شريعة المتعاقدين فلا يجوز نقضه، ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين، أو للأسباب التي يقرها القانون".¹

كما جاء في نص المادة 19 من ال قانون 03²/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون الحاجة وجه سبب"

ونص المشرع في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية 05³/18 على " شروط وأجال العدول، عند الانقضاء".

فالعقد إذا انعقد بالشكل الصحيح فلا يجوز لأطرافه التحلل منه في الوقت الراهن ومع التطور الذي عرفته وسائل الدعاية والإشهار المختلفة تولدت رغبة لدى المستهلك في التعاقد خارج إرادته ودون الحاجة للسلعة أو الخدمة، وإنما تحت ضغط الإشهار المسلط عليه والذي تفنن المتدخل في إبداعه فانتزع منه رضاه دون أن يمنح له الوقت الكافي للتفكير والتدبر، لذلك أصبحت الإرادة لا تعبر حقيقة عن رضا المستهلك. أمام هذه الحالة أصبح لزاما إيجاد آلية قانونية تحمي المستهلك بعد إبرامه للعقد، فتوجه الفقه والتشريع إلى آلية الحق في العدول.

يعتبر الحق في العدول حقا حديث النشأة يهدف إلى حماية رضا المستهلك في بيوع محددة وخاصة التي يسهل فيها عملية البيع والتعاقد، ونشأ هذا الخيار أوال في الدول الغربية ثم انتقل إلى الدول العربية.

أولا: نشأة العدول في التشريعات الغربية

يعتبر المشرع الفرنسي سباقا إلى إدراج هذا الحق وكان ذلك من خلال القانون الصادر في 12 يوليو 1971 والمتعلق بالتعليم بالمراسلة الذي نص على أحقية الطالب بالرجوع في التعاقد

¹ المر رقم 75 - 58 المتضمن القانون المدني الجزائري، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، جريدة رسمية عدد 78 المؤرخة في 130 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.

² المادة 19 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ المادة 11 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

مع المؤسسة التي تقدم له التعليم بإرادة منفردة إذا رأى أن وسائل التعليم المستخدمة ال تتفق مع ما كان ينتظره.

ثم أحقه بقانون 60/72 والقانون 173/72 الخاص بالبيع بالمنزل لسنة 1972 والتي أعطى فيها المشرع الفرنسي للمستهلك حق العدول.¹

ثانياً: نشأة العدول في التشريعات العربية

أما في الدول العربية فأول من أقر هذا الحق المشرع اللبناني وكان ذلك في قانون حماية المستهلك لسنة 2005، حيث نص في المادة 55 منه "... يجوز للمستهلك الذي يتعاقد وفق هذا الفصل العدول عن قراره فكان المشرع اللبناني هو الأول عربياً في إقرار الحق في العدول.

2

كان للمشرع المغربي السبق في إقرار هذا الحق على مستوى دول المغرب العربي فنص على ذلك في القانون 08-31 لسنة 2011 المتعلق بحماية المستهلك وحصرها في ثلاث أنواع من العقود التي تبرم خارج المحلات التجارية والعقود التي تبرم عن بعد وعقد القرض الاستهلاكي.

حماية المستهلك بواسطة حق العدول جاءت لتعزيز هذه الحماية ليس من جراء تغول المتدخل واستعماله لشتى أنواع الإغراءات وإنما حمايته من نفسه وضعفه الشخصي وقلة خبرته لك أجاز له المشرع بالعدول حتى أصبح هذا الحل القاسم المشترك لمعظم التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك.³

¹ موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص 214

² خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 226.

³ وفق حماد عبد، المرجع نفسه، ص، 216

الفرع الثالث: الطبيعة القانونية لحق العدول

يتعدّد العقد بتلاقي إرادة أطرافه أما العدول فيقع بالإرادة المنفردة للمستهلك ويترجم ذلك سلطته على هدم العقد ويكون بذلك قد مارس أو استند إلى اتفاق أو إلى نص قانوني والتحديد الطبيعة القانونية الحق في العدول قسمنا هذا المطلب إلى فرعين لتناول في الفرع الأول التكييف القانوني لحق العدول أما في الفرع الثاني تتناول فيه الأساس القانوني لهذا الحل.

أولاً: التكييف القانوني للحق في العدول

اختلف الفقه في التكييف القانوني لحق العدول بين من يعتبره حق شخصي أو حق عيني ورأي ثالث اعتبره رخصة قانونية

1. العدول حق شخصي

يعرف الحق الشخصي بأنه رابطة بين دائن ومدين يطالب بموجبه الدائن المدين بأداء معين من الادعاءات أو القيام بعمل أو الامتناع عن عمل فالدائن يمارس حقه في مواجهة المدين مباشرة لذلك أعتبر الفقه من حق العدول هو حق شخصي لكون العلاقة القانونية بين الدائن والمدين أي بين من تقرر له الحق لمصلحته وبين من يمارس الحق في مواجهته متوفرة في العدول. فالحق الشخصي سلطة يحوزها من له الحق في تنفيذ العقد أو العدول لله يمارسها في مواجهة التطرف الآخر إلا أن هذا الرأي لاقى اعتراضاً على اعتبار أن الدائن لا يملك السلطة الكافية لإجبار المدين لاستيفاء حله ولا يمكن أن يستوفي هذا الحق إلا يتدخل من المدين نفسه، بينما العدول لا يتم هذا التدخل من المدين.

فالمستهلك يستطيع العدول عن العقد حتى لو رفض المهني ذلك. كما لا يمكنه ان يطالبه بفعل ايجابي أو سلبي، كما أن المهني لا يقع عليه التزام اتجاه المستهلك لذلك فلا وجود للحق الشخصي في خيار العدول.¹

2. العدول حق عيني

¹ سه نكه رعلي، رسول مرجع سابق، ص 255

هناك قسم آخر من الفقه يرى أن العدول حق عيني وليس بالحق الشخصي على اعتبار إن الحق العيني هو سلطة لشخص على شيء معين يكون له الحق في الحصول على منافعه والاحتجاج به في مواجهته الغير وحجتهم في ذلك أن العدول يقع على عين تمنح مالکها سلطة تؤهله الى إمضاء العقد أو العدول عنه. يرى منتقدو هذا الرأي أنه لا يمكن القول بهذا التكييف على أساس أن العدول لا يمنح المستهلك سلطة مباشرة على شيء وإنما يمنحه إمكانية نقض العقد الذي أبرمه متسرعا ومن غير تبصر، وهو لا يمارس سلطة على العين سواء بالتصرف أو بالاستغلال لذلك لا يمكن عده حقا عينيا.¹

3. العدول رخصة قانونية

ذهب رأي في الفقه إلى اعتبار أن حق العدول هو رخصة قانونية تمكن من يحوزها من إحداث أثر قانوني والرخصة هذا بمعنى الحرية كحرية العمل والتنقل وحرية التعاقد. لكن الرخصة لا تكون لفرد دون غيره من الأفراد على سبيل الاستثناء لكنها تثبت للجميع كما أنها لا تثبت لسبب معين بذاته وإنما تثبت بالإذن العام من المشرع. لذلك اعتبر فريق من الفقهاء أن الرخصة لا يمكن أن تكون تكييف للحق في العدول. وهناك رأي آخر من الفقهاء اعتبرها مكنة. فالمكنة تخول صاحبها إحداث مركز قانوني أو منع نشونه بالإرادة المنفردة دون أن يتوقف ذلك على إرادة من تمارس هذه المكنة في مواجهته، وهذا ما ينطبق على المستهلك الذي يحق له إعدام العقد ونقضه بالإرادة المنفردة دون الحاجة إلى موافقة المتدخل في المهلة المحددة قانونا بسبب إبرامه للعقد دون تروي مله. استقرت معظم الآراء الفقهية على أن العدول أقل من الحق وأعلى من الرخصة، فهو يحتل مرتبة وسطى بين الاثنين وهذا ما يسمى بالمكنة.²

ثانيا: الأساس القانوني لحق المستهلك في العدول

ميز الفقه بين نوعين من مصادر الحق في العدول وهما إما أن يكون في اتفاق المتعاقدين ويسمى ذلك عدول اتفاقي أو في نصوص القانون ويسمى في هذه الحالة العدول التشريعي.

¹ موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص 233.

² موفق حماد عبد المرجع نفسه، ص 215.

1. العدول الاتفاقي

يعتبر اتفاق المتعاقدين هو أساس الحق بناء على مبدأ سلطان الإرادة ومبدأ العقد شريعة المتعاقدين لكون الحق في العدول يعد استثناء لمبدأ القوة الملزمة للعقد، فبإمكان المتعاقدين الاتفاق على مخالفة هذا المبدأ وإعطاء حق العدول لكليهما أو لأحد منهما بالإرادة المنفردة دون الرجوع للطرف الآخر ويصبح العقد في هذه الحالة غير ملزم وقابل للعدول عنه، لكن يشترط أن يقيد هذا الحق بفترة زمنية محددة يتم فيها العدول، وبانتهاء العقد باتاً ونهائياً ولا يمكن الرجوع فيه.

2. العدول تشريعي

أما فيما يتعلق بالعدول التشريعي يرى بعض من الفقهاء أن العقد الاستهلاكي يتكرج في تكوينه فهو لا ينعقد في لحظه زمنية واحدة وإنما ينعقد على فترات فترة التفكير والتروي التي تسبق العقد ومرحلة الإيجاب والقبول وهي فترة إبرام العقد والمرحلة التي يقرر فيها المستهلك الاستمرار أو الرجوع عن رضاه وهي فترة تنفيذ العقد أو العدول عنه هذا لا يتناقض مع مبدأ القوة الملزمة للعقدة لكون العدول وقع في المدة القانونية الممنوحة للمستهلك كي يمارس حقوقه استناداً لنص قانوني.

كما أن المشرع يكون متشككا في الرضا الأول لقبول المستهلك الإيجاب المعروض عليه تحت تأثير دعاية المهني ولم تكن له الفرصة الكافية لدراسة مدى ملاءمة السلع والخدمات لحاجياته.

أما الرأي الآخر من الفقه يقول إن العدول الممنوح للمستهلك من قبل المشرع بنصوص قانونية لا يؤثر في العلاقة التعاقدية لاكتمال شروط وأركان العقد، وأن المستهلك قد أبرم العقد وأصبح تاماً ونفذه وبما أن المشرع قد منحه خيار العدول فبإمكانه استغلال هذا الخيار والعدول عن العقد بالإرادة المنفردة في المدة الزمنية التي حددها له المشرع لحكمة أرادها المشرع وهي حماية المستهلك من تسرعه في إبرام العقد. فالعدول التشريعي أداة قانونية لها أهمية كبيرة في

حماية المستهلك الذي يتعاقد في أحيان كثيرة تحت تأثير الدعاية والإشهار المضلل دون أن يعطى الوقت الكافي لمراجعة نفسه ومناقشة بنود وشروط العقد.¹

المطلب الثاني: آثار العدول عن التعاقد

سبق وبيننا أنّ ممارسة رخصة العدول حقاً تقديرياً تخضع لتقدير المستهلك²، فإذا لم يزول المستهلك خياره هذا خلال المهلة التشريعية المحددة له يلحق العقد الذي أبرمه المستهلك صفة اللزوم ويصبح باتاً واجب التنفيذ من قبل الطرفين وتنتهي بذلك حالة الشك التي كانت تدفع بالمتعاقد الآخر إلى الترقب والانتظار لما سيؤول إليه أمر التعاقد، أما في حالة إعمال المستهلك لخياره في العدول فهنا يرتب القانون عليه مجموعة من الآثار.

في ضوء ما تقدم سنتناول في هذا المطلب أهم الآثار التي تترتب على ممارسة المستهلك خيار العدول عن العقد الذي سبق أن أبرمه، في ضوء أحكام التشريعات التي أقرت هذا الخيار وذلك من خلال فرعين، نخصص الأول لآثار عدول المستهلك، والفرع الثاني لآثار عدول المحترف وكما يلي.

الفرع الأول: آثار عدول للمستهلك

رتبت القوانين على رجوع المستهلك عن التعاقد جملة من الآثار التي تخص المستهلك، أهمها الالتزام بردّ السلعة إلى المحترف إضافة إلى التزامه بدفع مصاريف رد السلعة إلى المحترف أو التنازل عن الخدمة، لذا سنتطرق إلى هذين الالتزامين من خلال ما يلي:

¹ حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم (العدول عن التعاقد في العقد الاستهلاكي الإلكتروني، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون جامعة بابل العدد الثاني، المجلد الرابع، العراق، ص 57

² تنظر الفقرة الثالثة من المادة السادسة من التوجه الاوربي رقم (97/7/EC)، والتي نصت على:

(the consumer may not exercise the right of withdrawal for gaming and lottery services

كما نصت بعض تشريعات حماية المستهلك صراحة على ان ممارسة العدول ارادة ومشئئة للمستهلك، ومن ثم فلا تخضع لأي رقابة او تقدير، كالقانون البلجيكي الذي لم يلزم المستهلك ببيان مبررات رجوعه .د.سليمان براك الجميلي، المصدر السابق 182.

أولاً: التزامه برّد السلعة إلى المحترف

يترتب على اختيار المستهلك طريق العدول عن العقد الذي أبرمه عبر الانترنت إزالة العقد وانقضاءه؛ بل واعتباره كأن لم يكن أصلاً، كما يلتزم من مارس هذا الحق بإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل التعاقد، فإذا تسلم شيئاً التزم بإعادته بالحالة التي تسلمه عليها، وهنا يلتزم المستهلك بإعادة السلعة إلى المحترف خلال مدة معينة وأن يعيدها جديدة كما هي وفي الهيئة التي تسلمها بها وخلال المدة المعينة لممارسة حق العدول.

وقد أكد على ذلك أحد بنود العقد النموذجي التي وضعها أحد المراكز التجارية في فرنسا، وجاء به أنّ للمستهلك الخيار في إرجاع السلعة لاستبدالها بغيرها أو إعادتها واسترداد ثمنها بدون أن يستقطع من الثمن أي مبلغ ماعدا نفقات النقل بشرط أن تتم إعادة السلعة جديدة كما تسلمها عند تنفيذ العقد الذي عدل عنه وهي في عبوتها أو غلافها الأصلي¹.

وتثور هنا مسألة تبعة هلاك السلعة، وذلك بالنظر إلى أنّ المشتري قد تسلم المبيع دون أن يكون مالكاً، لذلك فإن المشتري قبل إعلان خياره بين المضي في العقد أو العدول عنه يكون مجرد حائز للسلعة ويظل رغم استلامه له مملوكاً للبائع (المحترف).

إعمالاً للقواعد العامة فإن البائع يتحمل تبعة هلاك المبيع، إذا وقع الهلاك خلال مدة العدول، رغم أنّ المشتري (المستهلك) حائز له باعتبار أنّ المبيع مازال مملوكاً للبائع خلال هذه الفترة.

أما فيما يتعلق بموقف المشرع المصري والعراقي فأنهما وأنّ خلا من نص خاص بصدد حق العدول إلاّ إنهما جاءا بأحكام ضمنية فيما يتعلق بحق المستهلك في ردّ السلعة إلى المحترف².

¹ د. أمانج رحيم احمد، مصدر سابق، ص359. د. عبد الحميد اخريف، مصدر سابق، ص22.

² نصت المادة (8) من قانون حماية المستهلك المصري على انه (مع عدم الإخلال بأية ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك، وفيما لم يحدده الجهاز من مدد أقل بالنظر إلى طبيعة السلعة، للمستهلك خلال أربعة عشر يوماً من تسلم أية سلعة الحق في استبدالها أو إعادتها أو استرداد قيمتها، وذلك إذا شاب السلعة عيب أو كانت غير مطابقة للموصفات أو الغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله، ويلتزم المورد في هذه الأحوال - بناء على طلب المستهلك - بإبدال السلعة أو استعادتها مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية. اما المشرع العراقي فقد جاء بحكم في الفقرة الثانية من المادة السادسة من

مما تقدم نرى بأنه من الضروري أن نشير إلى أن التشريعات التي نصت على خيار المستهلك في العدول جعلت أحكامه متعلقة بالنظام العام وبالتالي لا يجوز الاتفاق على خلافها وإلاّ عدّ باطلاً¹، وبذلك كفلت هذه التشريعات تحقيق حماية فعالة وحقيقية للمستهلك كما وخففت من إمكانية إدراج شروط تعسفية في العقود التي يبرمها مع المحترف والتي قد يستبعد بموجبها الأخير تطبيق هذه الأحكام التي أقرت حقاً للمستهلك يحميه في مواجهته.

ثانياً: التزام المستهلك بدفع مصاريف ردّ السلعة

بيننا سابقاً أنّ المستهلك عندما يعدل عن العقد الذي سبق وأن أبرمه لا يتحمل مقابل عدوله أي تعويض أو مصاريف، ماعدا المصاريف التي تبدو نتيجة طبيعية ومباشرة لاستعمال خيار العدول، وهي المبالغ التي يصرفها المستهلك بغية إرجاع السلعة إلى المحترف وإيصالها إلى مكانه كما وتشمل مصاريف الشحن والنقل والتأمين... الخ.²

كما أنّ هذه المصاريف لا تكون يسيرة إذا كان العقد الذي عدل عنه المستهلك قد أبرم عبر الانترنت³ مع محترف أجنبي ينتمي لدوله أخرى، وقد أتحدت مواقف التشريعات بخصوص هذا الالتزام، فقد تضمن التوجيه التشريعي الأوروبي رقم (97/7/EC) وتقيين الاستهلاك الفرنسي،

الفصل الثالث المتعلق بحقوق المستهلك-حيث نصت على: (للمستهلك وكل ذي مصلحة في حالة عدم حصوله على المعلومات المنصوص عليها في هذه المادة إعادة السلع كلاً أو جزءاً إلى الجهاز والمطالبة بالتعويض أمام المحاكم المدنية عن الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جراء ذلك.

¹ أشارت المادة السادسة من التوجيه رقم 577 الصادر من الجماعات الاقتصادية الأوروبية في 20 ديسمبر 1985 (بأنه يقع باطلاً أي شرط يقضي بحرمان المتعاقد من ممارسة حق الرجوع كما لا يجوز لمن تقرر له التنازل عنه للغير. أشار إليه د. عمر محمد عبد الباقي، مصدر سابق، ص770، هامش (1)، وانظر أيضاً د. عبد العزيز المرسي حمود، مصدر سابق، ص73.

² د. طوني ميشال عيسى، التنظيم القانوني لشبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء القوانين الوضعية والاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، المنشورات زين الحقوقية، 2001، ص291-292 - د.موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، بيروت - لبنان، 2009، ص244.

³ أنظر: David i.bainbridge, op, 2008, p9 -

وقانون حماية المستهلك اللبناني، وقانون المبادلات التونسي¹ أحكاماً متشابهة تقضي بأن المستهلك لا يتحمل أي مبلغ مقابل ممارسته العدول إلاّ مصاريف إعادة السلعة إلى مصدرها قبل التعاقد.

وهذا ما دفع رأي في الفقه إلى القول أنّ خيار العدول إضافة لكونه حقاً تقديرياً للمستهلك فهو حق مجاني²، وهذا الأثر في الحقيقة جاء حماية للمستهلك لأنّ تحميله مصاريف إضافية سيؤدي في حالات كثيرة إلى عزوفه عن استعمال هذا الخيار تقادياً لما قد يلحق به من جزاء، وليس في هذا الحكم إجحاف إذ لا ينسب إلى المحترف خطأ أو إخلال بتنفيذ التزاماته لذا فليس من العدل إلزامه بنفقات إعادة السلعة فالمستهلك هو من اختار العدول وعليه أن يتحمل نفقات ذلك.

الفرع الثاني: آثار عدول للمحترف وخدمة ما بعد البيع

يترتب على ممارسة المستهلك مكنة العدول بعض الآثار بالنسبة للمحترف تتمثل بصفة أساسية في التزامه برّد الثمن الذي دفعه المستهلك له مقابل حصوله على السلعة، كما أقرت بعض التشريعات بأن رجوع الأخير عن التعاقد سيتبعه فسخ أي عقد آخر أرتبط بالعقد الأصلي الذي جرى الرجوع عنه، لذا سنعرض لهذين الأثرين وكما يلي: -

أولاً: ردّ الثمن إلى المستهلك

تنص المادة السادسة (الفقرة الثانية) من التوجيه التشريعي الأوروبي رقم (97\7\EC)، بأن المستهلك عندما يمارس خياره في العدول، فإنّ المورد يكون ملزماً برّد ما دفعه المستهلك دون

¹ تنص المادة (30) من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي في نهايتها على انه (...ويتحمل المستهلك المصاريف الناجمة عن ارجاع البضاعة).

B.Strack, Droit civil, Obligations, 2contract, 3eed par H. Roland et L.Boyer, Litec .1989.p.143

اشار اليه د. محمد حسن قاسم، مصدر سابق، ص 69-71.

² د. الاء يعقوب يوسف، مصدر سابق، ص 98 -حارث ظاهر علي الدباغ، مصدر سابق، ص150.

أي مقابل، على أن يتم ذلك بأسرع وقت ممكن وبشرط أن لا يتجاوز في كل الأحوال ثلاثين يوماً التالية لتاريخ استعمال المستهلك خياره هذا¹.

كما ذهب المشرع الفرنسي بمقتضى المرسوم رقم 741/2001 الصادر في 2001/8/23 والذي أصبح المادة (121-20) من تقنين الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993 المعدل على الحكم نفسه الذي جاء به التوجيه بصدد التزام المحترف بردّ ما تقاضاه إلى المستهلك².

أما بالنسبة للتشريعات العربية التي أقرت هذا الخيار ما جاءت به المادة (56) من قانون حماية المستهلك اللبناني والتي نصت على (يتوجب على المحترف، في حال مارس المستهلك حقه المنصوص عليه في المادة (55)، إعادة المبالغ التي يكون قد تقاضاها...).

أما تشريع المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي فقد نصت المادة (30) منه على (مع مراعاة الفصل (25) من هذا القانون يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في أجل عشرة أيام ... وفي هذه الحالة يتعين على البائع إرجاع المبلغ المدفوع إلى المستهلك في أجل عشرة أيام عمل من تاريخ إرجاعه البضاعة أو العدول عن الخدمة...).

يتضح من أحكام هذه النصوص بأنها اتفقت من حيث إلزام المحترف بردّ المبالغ التي دفعها المستهلك خلال مدة معينة، ودون أن يكون المستهلك ملزماً بدفع أي تعويض إلى المحترف كونه يستخدم حقاً تشريعياً، ولكنها تباينت بشأن طول المدة التي يجب على المحترف تنفيذ التزامه خلالها، فقد حددها التوجيه الأوربي رقم (97/7/EC)، وتقنين الاستهلاك الفرنسي المعدل بثلاثين يوماً من أيام العمل.

¹ Where the right of withdrawal has been exercised by the consumer pursuant to this Article, the supplier shall be obliged to reimburse the sums paid by the consumer free of charge. Such reimbursement must be carried out as soon as possible and in any case within 30 days. انظر توجيهات المجلس الأوروبي C. Directives of European Commission (EC: directive 97/7/EC 1997) منشور على الموقع: www. Eur – lex. Europe. ea.

² جعل المشرع الفرنسي رفض المهني رد المبالغ التي دفعها المستهلك عند ممارسته لخياره في الرجوع، جريمة يتم التحقيق فيها من قبل الجهات المنوط بها التحقيق في مجال المنافسة والاستهلاك وقمع الغش، وقد حدد عقوبتها بالسجن لمدة 6 أشهر وغرامة قدرها 7500 يورو، وقد نصت على هذا الحكم المادة (121-20) من تقنين الاستهلاك الفرنسي ينظر د. محمد حسن قاسم، مصدر سابق، ص 67، د. موفق حماد عبد، مصدر سابق، ص 242.

أما بالنسبة لقانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي فقد حدد المدة بعشرة أيام عمل، في حين جاء قانون حماية المستهلك اللبناني بحكم أنفرد به فعلى الرغم من نصه على إلزام المحترف بردّ المبالغ المدفوعة من جانب المستهلك لكنه لم يحدد مدة معينة لكي يتم تنفيذ هذا الالتزام خلالها، وهذا بطبيعة الحال لا يتوافق مع ما تقتضيه متطلبات حماية المستهلك التي تستوجب أن يكون المحترف مقيداً بمدة محددة بنص تشريعي صريح لكي لا يبقى مجالاً للاجتهاد لأن المحترف يستغل هذا النقص التشريعي بغية المماطلة والتسويف وبالتالي التأخير في ردّ المبلغ المدفوع إلى المستهلك .

ثانياً: فسخ العقد المبرم بمناسبة العقد الذي عدل عنه المستهلك

نصت المادة (311-25\1) من قانون الاستهلاك الفرنسي¹، والتي صدرت إعمالاً لنص الفقرة الرابعة من المادة السادسة من التوجيه التشريعي الأوروبي رقم (97/7/EC)، لسنة 1997²، على أنه (إذا كان الوفاء بثمن المنتج أو الخدمة قد تمويله كلياً أو جزئياً بائتمان من قبل المورد أو من قبل شخص من الغير على أساس اتفاق مبرم بين الأخير والمورد، فإن ممارسة المستهلك لخيار العدول يؤدي إلى فسخ عقد الائتمان بقوة القانون دون تعويض أو مصروفات باستثناء المصروفات المحتملة لفتح ملف الائتمان).

لذا جاء المشرع الفرنسي على غرار ما جاء به هذه التوجيه الاوربي بأحكاما مماثلة في نقض عقد الائتمان الذي يبرمه المستهلك لتمويل العقد الذي عدل عنه، كما أكدت ذلك المادة (33) من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي والتي تنص على أنه (إذا كانت عملية الشراء ناتجة كلياً أو جزئياً من قبل البائع أو الغير على أساس عقد مبرم بين البائع والغير، فإن عدول المستهلك عن شراء يفسخ عقد القرض بدون تعويض).

¹. اضيفت هذه المادة الى قانون الاستهلاك الفرنسي بموجب المرسوم المرقم (2001-741 الصادر بتاريخ 2001/8/23.

² نص الفقرة الرابعة من المادة (6) من التوجيه الاوربي وهو كما يلي: -

"...if the price of goods or services is fully or partly covered by credit granted by the supplier ,or if that price is fully or partly covered by credit granted to the consumer by athird party on the basis of an agreement between the third party and the supplier ,the credit agreement shall be cancelled without any penalty ,if the consumer exercise his right to withdrawal from the contract. } انظر الموقع: www. Eur – lex. Europe. ea.\

لذا فإنّ المشرع ينظر إلى العقدين (العقد المبرم عن بعد (الأساسي) والعقد المبرم تمويلاً له بوصفهما كلاً لا يتجزأ)، فقرر أن زوال العقد الأصلي يتبعه زوال العقد الثاني التابع له، ولا شك أن ذلك الحكم يمثل ضماناً للمستهلكين، لأنّ زوال العقد الأصلي بسبب عدول المستهلك عنه يتعين إنهاء العقد المرتبط به والذي لم يعد هناك أي مسوغ للبقاء على العقد المرتبط به (عقد الائتمان) لزوال العلة من وجوده. كما أنّ الارتباط العقدي يعدّ من الوسائل التي لجأ إليها المشرع الفرنسي في مجال عقود الاستهلاك بهدف حماية المستهلك.

ثالثاً: خدمة ما بعد البيع

1) التعريف الفقهي لخدمة ما بعد البيع:

عرفها بعض فقهاء الاقتصاد أنها: كل المعاملات والأنشطة التي يقوم بها المنتج والتي من الممكن تأمين المستهلك على أكبر استفادة يحصل عليها من السلع، من خلال زيادة المنافع الإضافية، بقدر تحقيق إشباع حاجياته ورغباته.

المعنى الواسع لخدمة ما بعد البيع: تعرف بأنها هي تلك الخدمة التي تتعلق بجميع الخدمات التي تعرض بعد إبرام عقد البيع بأنواعه، بمعنى أن الضمان القانوني أو الاتفاقي جزء من الخدمة التي تتعلق بالمنتجات المباعة مهما اختلفت طرق عملها كالصيانة أو التركيب.... الخ.

المعنى الضيق لخدمة ما بعد البيع: يدخل ضمن هذه الخدمة الأداءات التي تكون بمقابل دفع تكاليف إضافية لا يشملها ثمن الشيء المبوع، حيث يقوم البائع بجميع عمليات الصيانة والإصلاح المنتوجات للمنتج المسلم لكن وجب على المستهلك دفع تكاليف إضافية.¹

التعريف القانوني لخدمة ما بعد البيع: بنظر لنص المادة 16 من قانون 09-03 نلاحظ أن المقصود بالتزام خدة ما بعد البيع من وجهة المشرع الجزائري أنها مجموعة الأداءات التي

¹ عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كألية لحماية المستهلك، مذكرة ماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2019، ص10.

² المادة 16 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

تتعلق بضمان إصلاح المنتج المعروض وضمان الصيانة في الحالة التي لا يمكن للضمان أن مفعوله وهذا ما يميزه عن غيره حيث يعتبر التزاما مستقلا بذاته، ومنه المشرع أخذ بالمفهوم الضيق للالتزام بخدمة ما بعد البيع.

وجاء تعريفه في التعديل الأخير لقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بالقانون رقم 18-09 المعجل والمتمم في المادة 19 الفقرة الثانية تنص " العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب"

(2) أهمية خدمة ما بعد البيع

- تعتبر خدمات ما بعد البيع بجميع أنواعها عاملا أساسيا في تحضير المستهلك لاستعمال السلعة وتقييمها من ثم التحضير للشراء القادم¹

- ترجع أهمية خدمة ما بعد البيع، إلى أن كفاءة الأجهزة المباعة وصلاحياتها لا تظهر مع بداية استعمال السلعة مباشرة إلا بعد مدة زمنية من الاستعمال الأمر الذي جعل البيع تصرفا لم يعد وقتيا فحسب وينتهي بنقل ملكية الشيء للمشتري، بل أصبح اتفاقا معقدا ومركبا مصحوبا بعدة عمليات، تبدأ من لحظة إبرام العقد ومن بين هذه العمليات خدمة الإصلاح وصيانة الشيء المباع.²

- تمارس خدمات بعد البيع من طرف الشركة المنتجة للآلات المعمرة والأجهزة أو من قبل شركات مستقلة، لكن في أغلب الأحيان يعملون كصفة وكلاء للشركة المنتجة أو موزع على مناطق مختلفة للبلاد، وتعهد بها إلى عدد من الوسطاء أو الموزعين وفقا لطبيعة المنتجات،

¹ ملوك جهيدة، ميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية (ولاية البويرة)، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، 2016، ص 117.

² بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2012/2013، ص 15.

كما ان تلك الخدمات تولد نسبة أرباح إلى الدخل أكثر بضعفين من مبيعات جوهر الخدمة أو المنتجات.¹

3 شروط خدمة ما بعد البيع وصورها

1. شروط خدمة ما بعد البيع

أولاً: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك

يدفع المستهلك بمقابل للمتدخل في مجال التزامه بخدمة ما بعد البيع، فلا يجوز للمتدخل أن يخل بالتزامه هذا لأن المستهلك قد دفع مقابل مادي ليقوم المتدخل بإصلاح وصيانة المنتج وإذا تم رفض ذلك يتم مساءلته جزائياً، إلا إذا تم الاتفاق المسبق بين أطراف العقد على مجانية خدمة ما بعد البيع، كاتفاق الأطراف على أن يكون أول عيب يظهر في المنتج أو عطب يتم إصلاحه وصيانته مجاناً بعد نهاية فترة الضمان على مسؤولية المتدخل، وذلك من أجل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بقيامه بشرائها وزيادة رضاه.²

ثانياً: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان

ويقصد بهذه الخاصية انتهاء فعالية الضمان والحالات التي لا يمكن للمستهلك أن يطالب فيها بالضمان نلخصها في حالتين وهما:

1. الحالة التي لا يمكن للضمان أن يقوم بدوره، فالمتدخل ملزم بصيانة وإصلاح الخدمة أو المنتج الذي أصابه عطب قبل انتهاء فترة الضمان المقررة، فإذا ظهر عيب على المنتج بسبب خطأ المستهلك، فالمتدخل هنا يلتزم بإصلاح المنتج مجاناً، وهو ما يجهل الضمان لا يغطيه حتى ولو لم تكمل المدة القانونية للضمان.

¹ سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الأول، المجلد 29، 2012/2013، ص303.

² بوهنتالة امال، قداش سلوى، مرجع سابق، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، عدد 06، ص207.

2. الحالة التي تكمل فيها الفترة القانونية للضمان وذلك بموجب القرار الوزاري المحدد لمدة الضمان حسب كل منتج، فبمجرد انتهاء المدة ينقضي الالتزام بالضمان بقوة القانون، كما أنه من الممكن أن يكون هناك ضمان إضافي حسب اتفاق الأطراف فتنتهي فعالية الضمان بانتهاء الفترة المتفق عليها.¹

2. صور خدمة ما بعد البيع:

أولاً: خدمة التركيب

تزداد أهمية هذه الخدمة في بعض الأجهزة التقنية التي تتطلب مهارة فنية معينة من أجل تركيبها وضمان السير الحسن لها حتى يضمن المنتج البائع خدمة ما بعد البيع، لأنه قد يتسبب تركيب الشيء في اتلافه أو التقليل من فعاليته، كتركيب أجهزة الإنذار في المنزل أو أماكن عمومية أو مصنع معين.

ثانياً: خدمة التصليح والصيانة

تدخل خدمة الإصلاح فيما يعرف بالصيانة الإصلاحية التي يجب أن تجري عندما يحدث عطل أو ظهور عيب للمنتج لتؤدي إلى علاج وإصلاح هذا العطل بإزالة التلف وأسبابه.

ومن المفترض أن خدمة الصيانة والتصليح لدى مقدم الخدمة وجود فريق من الفنيين المختصين القادرين على الاستجابة الفورية والرد على المكالمات واتصالات العملاء واستفساراتهم، كمهندس كهربائي وميكانيكي وعامل فني حيث يتم إصلاح المبيع من الناحية الكهربائية والميكانيكية.

إن الالتزام بالإصلاح والصيانة يعد جوهر الالتزامات التبعية للالتزام بتسليم المبيع والتي تقع على عاتق المتدخل، والذي يهدف إلى تحقيق غرض المشتري من اقتناء المبيع وإبقاء هذا الأخير في حالة جيدة لأطول وقت ممكن.²

¹ عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كألية لحماية المستهلك، مرجع سابق ص16.

² بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، مرجع سابق ص 48.

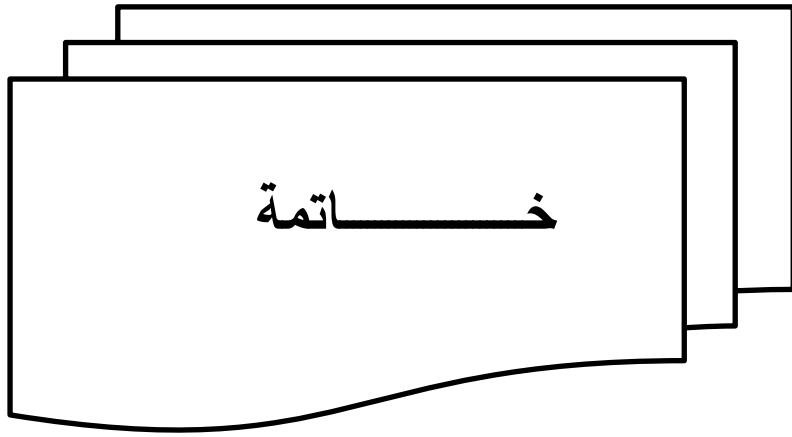
ثالثا: خدمة التسليم في المنزل

لم تعد تقتصر خدمة التسليم على الآلات والأجهزة الكهرو منزلية بل توسعت دائرة المنتجات المشمولة، وتتمثل هذه الخدمة في توفير وسيلة النقل الملائمة من مكان البيع، سواء كان مصنعا للإنتاج أو محلا للبيع إلى محل إقامة المشتري وتكون أتعاب الخدمة مصحوبة بثمن البيع.¹

¹ لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، تيزي وزو، 2011/2012، ص47.

خلاصة الفصل

تعد مرحلة حماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد من أكثر المراحل الحساسة والأكثر حسما في العقد الإلكتروني حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى التزام المتدخل بالمطابقة بالتسليم الأمن والمطابق لحماية المستهلك حيث أجبر بالمطابقة من خلال عمله على مطابقة رغبة المستهلك من حيث طبيعة المنتج وصفته ومنشئه، كما ألزم كذلك المشرع المتدخل باحترام المواصفات والمقاييس اللازمة لعرض منتجا سليما لا يشكل أي خطر على سلامة المستهلكين، كما قمنا في المبحث الثاني بدراسة حق العدول عن العقد وخدمة ما بعد البيع كآليات حماية المستهلك حيث يمنح في هذه المرحلة الحق للمستهلك في العدول على قراره وعن إرادته فيمنح له القانون التراجع عن العقد خلال فترة زمنية محددة قانونا، كما رتبت عدة قوانين على رجوع المستهلك على التعاقد جملة من الآثار التي تخص المستهلك أهمها وأبرزها رد السلعة الى المحترف إضافة إلى التزامه برد المصاريف إلى المحترف أو التنازل عن الخدمة تماما.



خاتمة

إن التطور الهائل والانقلاب الجذري في المنظومة التجارية بدخول التقنيات الحديثة والوسائل التكنولوجية إلى عالم المال والأعمال، أضحت معها طرفا العملية التجارية (المستهلك والتاجر) في غنى عن الوسائل التقليدية التي تحكم العلاقة العقدية، بحيث ارتدى الطرفان في أحضان الشبكة المعلوماتية التي تحولت في العصر الحديث إلى ظاهرة من مظاهر التبادل التجاري المعتمد على الوسائط الإلكترونية، وأصبحت بهذا التجارة الإلكترونية إحدى الأساليب المستحدثة في عمليات البيع والشراء والسلع والخدمات. فذهبت التشريعات المقارنة لتكريس جهودها في توفير حماية ناجعة للمستهلك في ظل المعاملات الإلكترونية بصفة عامة، وعقود التجارة الإلكترونية بصفة خاصة، الأمر الذي يكفل للطرف الأضعف في هذه العلاقة إبرام مختلف التعاملات التجارية في ضوء إرادة حرة وواعية، متصدية بذلك لأساليب الغش والاحتيال.

ومن خلال ما سبق أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج أهمها:

النتائج المتوصل إليها:

- من عيوب قانون التجارة الإلكترونية الجزائري أنه جاء متأخر مقارنة مع التشريعات الأخرى على غرار التونسي والمغربي.
- نص المشرع الجزائري على ضرورة وجود عرض تجاري إلكتروني مسبق من خلال وضع شروط ومضمون هذا العرض.
- الإعلام التجاري يعتبر أداة مهمة بالنسبة للتاجر تمكنه من الترويج لخدماته ومنتجاته بكيفية اللازمة التي يريدها فهو وسيلة مهمة جدا في تحريك الاقتصاد الوطني من خلال الإقبال على المنتجات بزيادة الطلب على استهلاكها.
- تقوم مسؤولية الالتزام بالإعلام باتجاه المستهلك على عاتق المحترف المهني.

خاتمة

- في حال إخلال المهني بالالتزام بالإعلام يتيح للمستهلك طلب إبطال العقد بسبب وقوعه في غلط بسبب إخفاء المهني لمعلوماته وهذا ما جاء به قانون التجارة الإلكتروني في المادة 23.
- في ظل القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فقد أكد على المعلومات المتعلقة بتحديد هوية المورد الإلكتروني، حتى يتمكن المستهلك من التمييز والتأكد ما إذا كان المورد الإلكتروني حقيقي أو وهمي.
- تحديد التزامات تقع على عاتق المورد الإلكتروني من خلال تحديد هويته وهوية الرسالة الشهرية وسعيه لإيصال المعلومات والبيانات الصحيحة الواردة في الرسالة الشهرية من خلال لغة يفهمها المستهلك الإلكتروني.
- التزام ومراعاة المورد حين إصداره الرسالة الإلكترونية بالأداب العامة والنظام العام في حالة عرضها عبر الوسائل الإلكترونية.
- ضرورة النزاهة والصدق في الأشهر الإلكتروني الصادر من المورد عن طريق تقديمه بيانات ومعلومات جامعة ومانعة للسلعة التي يرغب في ترويجها.
- وضع المشرع الجزائري على مسؤولية المورد الإلكتروني جملة من القيود وجب ليه احترامها والتي جاءت في المواد 30/31/32 وما يليها من قانون التجارة الإلكترونية في حال إصداره الرسالة الشهرية والمتمثلة في حظر الأشهر حول بعض السلع والخدمات إضافة إلى منع الاستبيان المباشر دون الموافقة المسبقة للمستهلك أو متلقي الرسالة الإلكترونية.
- ان مقتضيات الواردة في قانون التجارة الإلكترونية تبقى رادعة للحد من الأشهرات الإلكترونية الغير مشروعة إلا ان أدائها يبقى رهينا بالتطبيق السليم لهاته المقتضيات.
- إدراك المشرع الجزائري النقص من خلال سنه لقانون التجارة الإلكترونية ونظم بشيء من التفصيل الالتزام بالمطابقة وحق العدول وجعلها آليات لحماية المستهلك.
- أهمية الالتزام بضمان السلامة في ترسيخ الحماية القانونية من طرف المشرع أثناء مرحلة تنفيذ العقد.

خاتمة

- عدم توفيق المشرع الجزائري في وضع أحكام وتفصيل خاصة بضمان السلامة حيث لم يحدد مقدار هذا التعويض أو العيب الواجب للضمان والأضرار الواجبة.
 - من أكثر الالتزامات التي تقع على عاتق التاجر هو الوفاء بقيمة المنتج من خلال تسديد قيمته، وقد وضع المشرع اختيار طريقة الدفع إما عن طريق منصات الدفع الإلكتروني أو بصفة تقليدية وقت تسليم المنتج.
 - نص قانون التجارة الإلكتروني 05/18 على الحق في العدول بالنسبة للمستهلك.
 - تكريس خدمة ما بعد البيع في قانون حماية المستهلك حيث يلتزم المستهلك بإصلاح وصيانة أي عيب يظهر.
 - تشديد المشرع الجزائري على ضرورة ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة من خلال إمكانية المستهلك بإصلاح المنتج أو استبداله.
- ومن أجل محاولة سد الثغرات الموجودة نقترح على المشرع الجزائري ما يلي:

1. التوصيات

- تنمية ورفع مستوى المستهلك الإلكتروني العربي.
- التركيز على ترقية استخدام التواصل الاجتماعي أكثر خاصة لدى الفئة العمرية المتوسطة.
- الاعتماد على التوعية من خلال إعطاء دروس في النظام التعليمي في المدارس والمعاهد والكليات فيما يتعلق بموضوع حماية المستهلك.
- محاولة حظر الإشهارات المزعجة سواء التي تتم عن طريق البريد أو الهاتف النقال؛
- إعادة النظر في النصوص القانونية المنظمة للدفع الإلكتروني من خلال تعريفه وتحديد وسائله وطبيعته القانونية والمخاطر الناجمة عنه.
- وضع عقوبات ردية كجزاء من يخالف القوانين المنظمة لأليات حماية المستهلك؛

خاتمة

– محاولة تجسيد هذه القواعد القانونية على أرض الواقع من خلال إعلام المستهلك بكافة حقوقه واجباته.

– تنظيم حملات توعية للمستهلكين واطلاعهم على حقوقهم التي يتمتعون بها.

وأخيرا نرجو من الله عز وجل أن نكون قد وفقنا في عرضنا هذا لأن التوفيق يكون من الله عز وجل وإن أخطئنا فإن هذا خطائنا وشكرا.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: النصوص القانونية

(1) القوانين

- قانون رقم 05/18- المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج، ر-ال عدد28 الصادر في 16ماي2018.
- قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج، ر، العدد 15 صادر في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم، بالقانون رقم 18-09 صادر ب 10 جويلية 2018 ج.ر، ال عدد35 سنة 2018
- قانون رقم 02/04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية صادر بالجريدة الرسمية عدد 41 بتاريخ 27 يونيو سنة 2004 المعدل والمتمم.
- القانون 02-05 المؤرخ في 23 جويلية 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، ر لجمهورية الجزائرية عدد 41، المعدل والمتمم بموجب قانون 10-06 -ج، ر عدد 46 مؤرخ في 15 عشت 2010.
- القانون العضوي 05/12 المؤرخ في 19 صفر 1433 هـ الموافق ل 12 يناير 2012 م المتعلق بالإعلام، (ج ر عدد 02 المؤرخة في 15 يناير 2012 م).
- قانون -مؤرخ في 07 فبراير 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج وعدد 06، الصادرة في 08 فيفري 1989 ملغى.

(2) الأوامر

- الأمر رقم 75 - 58 المتضمن القانون المدني الجزائري، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، جريدة رسمية عدد 78 المؤرخة في 130 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.
- المادة 107 من الأمر 58/75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
- المادة 5 من قانون 02-04 المتعلق بالمواد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، ونص المادة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، ج ر للجمهورية الجزائرية، رقم 15 المؤرخة في 08 مارس 2009.

3) المراسيم التنفيذية

- المرسوم التنفيذي رقم 70/74 المؤرخ في 10 ربيع الأول 1394 هـ الموافق ل 1974 والمتضمن تعريب الاعلانات الخاصة بالإشهار- ج ر عدد 29 المؤرخ في 9 أفريل 1974.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-37 مؤرخ في 5 رمضان 1417 الموافق 14 يناير 1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف الجريدة الرسمية العدد، 4. الصادر في 1997/01/15.
- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير سنة 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، صادر بالجريدة الرسمية عدد 5 31 يناير سنة 1990، المعدل والمتمم، بالمرسوم التنفيذي، رقم 01-315 مؤرخ في 16/10/2001 صادر بالجريدة الرسمية عدد 1 بتاريخ 31 أكتوبر سنة

ثانيا: الكتب

- ابن منظور الافريقي: لسان العرب، ج4، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، د ط 1979.
- اسه نكه رعلى رسول، حماية المستهلك وأحكامه، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الاسكندرية 2016.
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، د، ط، د، ت، ن.
- خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- طوني ميشال عيسى، التنظيم القانوني لشبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء القوانين الوضعية والاتفاقيات الدولية، الطبعة الاولى، المنشورات زين الحقوقية، 2001.
- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة، فلسطين، الطبعة الأولى 2012م-1433هـ.
- لزه بن سعيد، النظام القانوني عقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، الجزائر، الطبعة الثانية، 2014.

قائمة المصادر والمراجع

- ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المنتج في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
- موفق حماد عبد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى منشورات زين الحقوقية بغداد 2011.
- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، بيروت - لبنان، 2009.
- نبيل ابراهيم سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان (في القانون الفرنسي دراسة للقواعد الموضوعية والقواعد الاجرائية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2008.

ثالثا: المذكرات الجامعية

أ. أطروحات الدكتوراه:

- بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كألية لحماية المستهلك، مذكرة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018.
- بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2013/2012.
- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، أطروحة الدكتوراه القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجيلالي إلياس، سيدي بلعباس 2017-2018.
- خوجة خيرة الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الأضرار المتعلقة بسلامته في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة 2016.
- عابشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2020.
- فروانى رضوان الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، دكتوراه في الطرق، فرع القانون كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خد الجزائر 2013.

قائمة المصادر والمراجع

– كالم حبيبة، الالتزام بضمان السلامة في عقد البيع في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة لونيبي على، البلدة 2، 2019.

ب. رسائل ماجستير:

– بن عبدة نبيل، التزام المحترف بالإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة وهران السانيا، 2010.

– جوعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.

– رباح سعدية، الحماية العقدية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة سطيف 02، 2014.

ج. رسائل الماستر:

– بادة عبد الكامل، أويبي هاني، بن علي صبيرين، ضمانات حماية المستهلك المتعاقد إلكترونيا مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الوادي، 2022.

– بتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الإستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة، 2013.

– بن عثمان مشرية، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق،

تخصص قانون أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020.

– تغدين صونيه، اورزيق نعيمة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية لحماية رضا المستهلك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق،

جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2021.

– جوامع كريمة، لغريب أسيا، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2016.

قائمة المصادر والمراجع

- حراش شمس الدين، باشو صدام، الالتزام بالإعلام كضمانة لسلامة المستهلك في التشريع الجزائري مذكرة تخرج كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة احمد دراية بشار. 2018.
- خيمة شهرزاد، وناسي ليديّة. حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية تخصص القانون، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، السنة 2018-2019.
- سامية بوزيري، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند بلحاج، البويرة 2018.
- سعدي خضرة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة مستغانم 2020.
- شريفي أمال التزام المنتج بمطابقة المنتوجات في التل القانون رقم 09-03 مذكرة ماستر في القانون تخصص عقود ومسؤولية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محند أولحاج، البويرة. 2013.
- صحراء الزهرة، الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، طلبة الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة ريان عاشور، الجلفة. 2020.
- عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كألية لحماية المستهلك، مذكرة ماستر قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2019.
- علاوة أنيس، الإشهار المضلل في ظل القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، 2020.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

قائمة المصادر والمراجع

- لمية بن عاشور، الحماية الجنائية للمستهلك في قانون حماية المستهلك قانون (02/89)، رسالة ماجستير) ، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2000-2001.
- معزز دابلية، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، كلية الحقوق أكلي محند أولحاج، البويرة.
- مقراني كمال، رمضان زهير، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة عبد الرحمن ميرة- بجاية، 2017.
- نزار إلهام، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، 2019.
- ولد أحمد محمد، تيعشتين شريف، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019. 2018.

رابعاً: المجالات

- بنت الخوخ مريم، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 06، العدد 02.
- بوهنتالة امال، قداش سلوى، مرجع سابق، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، عدد 06.
- حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم (العدول عن التعاقد في العقد الاستهلاكي الإلكتروني، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون جامعة بابل العدد الثاني، المجلد الرابع، العراق/

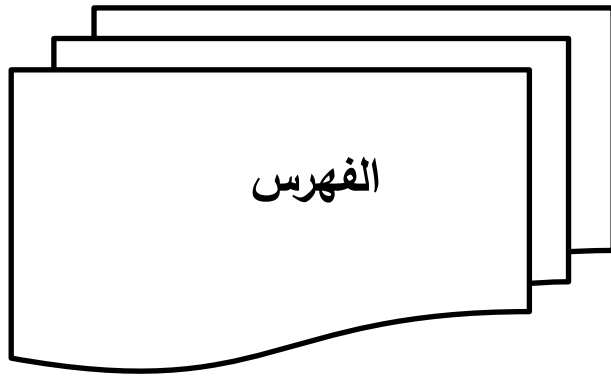
- خشبية حنان، الحماية من الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة والمضللة، مجلة الجزائري للقانون المقارن المجلد 5، العدد 10 (2022).
- د. مريم يغل، قانون التجارة الإلكترونية 05/18 بين الفعالية والقصور، مجلة صوت القانون، المجلد التاسع، العدد 01، أكتوبر 2022.
- ربحي تبوب فاطمة الزهراء، حماية المستهلك من الاشهار التجاري المضلل، حوليات الجزائر 1، المجلد 35 العدد 01-2020، مارس 2021.
- الزهرة جقريف، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراسة على ضوء القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 51، ال سنة 2020/06/15
- سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الأول، المجلد 29، 2012.
- سي يوسف كجار زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، ملخص رسالة دكتوراه دولة، المجلة النقدية.
- ط.د. عبد الله، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 05-18 مجلة الدراسات القانونية، العدد 02 المجلد 07، جوان 2021 م.
- عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة جامعة النجاح للأبحاث نابلس، المجلد 27 الاصدار 1، 2013 فلسطين.
- فرحات فاطمة الزهراء، قنفود رمضان، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية قانونية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12-ال عدد 02، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة. 2020.
- قعيد ابراهيم وبختي ابراهيم، دور المزيج الترويجي الإلكتروني في تأثير على سلوك المستهلك الجزائري، مقال منشور بمجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، الصادرة عن جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 10 سنة 2017.

قائمة المصادر والمراجع

- لامية طالة، كهينة سلام، حماية المستهلك من جريمة الإشهار التجاري المضلل والكاذب، قراءة قانونية في ظل التشريع الجزائري، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد: 06 العدد: 03، سبتمبر 202
- معزوز دليلة حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الالكتروني، مجلة المعارف قسم الحقوق جامعة البويرة، العدد 22 البويرة -الجزائر، جوان
- ملوك جهيدة، ميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية (ولاية البويرة)، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، 2016.
- يسعد فضيلة، التزام المنتج بضمان مطابقة المنتوجات، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، الجزائر، المجلد 1، العدد الأول، 2016.

خامسا: المحاضرات

- زاهية سي يوسف، الالتزام بالإخضاع عنصر من ضمان سلامة المستهلك، جامعة مولود معمري، تيزي وزوو، (محاضرة منشورة).



المحتويات

شكر وعرافان

الإهداء

1	مقدمة
	الفصل الأول: آليات حماية المستهلك المتعاقد إلكترونياً في مرحلة ما قبل التعاقد
6	تمهيد:
7	المبحث الأول: العرض التجاري المسبق كآلية للإعلام
7	المطلب الأول: إلزامية تقديم العرض التجاري الإلكتروني المسبق
7	الفرع الأول: تعريف العرض التجاري الإلكتروني
9	الفرع الثاني: أهمية العرض التجاري الإلكتروني
9	الفرع الثالث: مضمون العرض التجاري الإلكتروني
10	المطلب الثاني: الإعلام قبل التعاقد وجزاء الإخلال به
10	الفرع الأول: تعريف بالإعلام قبل التعاقد:
14	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام قبل التعاقد
19	المبحث الثاني: الإشهار الإلكتروني وضوابطه
19	المطلب الأول: الإشهار الإلكتروني
25	المطلب الثاني: احترام الإشهار الإلكتروني للأدب العامة والنظام العام
26	الفرع الأول: وضع منظومة إلكترونية تحقق رغبة المستهلك في عدم تلقيه إشهارات
26	الفرع الثاني: القيود الواردة على الإشهار التجاري الإلكتروني:
31	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك أثناء مرحلة تنفيذ العقد

33.....	تمهيد
34.....	المبحث الأول: الالتزام بالمطابقة والسلامة كآليات لحماية المستهلك
34.....	المطلب الأول: الالتزام بالمطابقة
39.....	المطلب الثاني: الالتزام بالسلامة
45.....	المبحث الثاني: حق العدول عن العقد وخدمة ما بعد البيع كآليات لحماية المستهلك
45.....	المطلب الأول: حق العدول عن العقد
54.....	المطلب الثاني: آثار العدول عن التعاقد
65.....	خلاصة الفصل
66.....	خاتمة
71.....	قائمة المصادر والمراجع
80.....	الفهرس
83.....	الملخص

الملخص:

أدى التطور التكنولوجي الهائل في شتى المجالات وخاصة وسائل الإعلام والاتصال فأدى هذا بالطبع إلى التأثير على العقود التقليدية وهذا التأثير أدى إلى ظهور معاملات جديدة وهو ما يعرف بالمعاملات التجارية الإلكترونية حيث أحدث أثر على النظام التشريعي والاقتصادي وهذه العقود أصبحت تتم عبر واقع افتراضي مع غياب مدي كلي لأطراف العقد وهذا ما أدى إلى ضرورة تكريس الحماية اللازمة للمستهلك من طرف المشرع حيث عمل على حماية في جميع مراحل العقد قبل وبعد تنقيده ليضمن المستهلك جميع حقوقه اتجاه الموزع حيث يعتبر المستهلك الحلقة الأضعف في العقد فوجب على المشرع حمايته .

كلمات مفتاحية : حماية المستهلك- العقود الإلكترونية - التجارة الإلكترونية

Abstract

The tremendous technological development in various fields, especially the media and communication, has led, of course, to an impact on traditional contracts, and this impact has led to the emergence of new transactions, which is known as electronic commercial transactions, as it has an impact on the legislative and economic system, and these contracts have become made through virtual reality with the absence of a total extent for the parties to the contract, and this led to the necessity of devoting the necessary protection to the consumer by the legislator, as he worked on protection in all stages of the contract before and after its implementation in order for the consumer to guarantee all his rights towards the distributor, as the consumer is considered the weakest link in the contract, so the legislator must protect him.

Keywords: consumer protection - electronic contracts - electronic commerce