

الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

صراح خوالف

باحثة دكتوراه، جامعة سيدي بلعباس (khoualefsarahh.46@gmail.com)

الملخص:

إنّ التطور الدائم للتجارة الإلكترونية ينبئ عن الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية؛ باعتبار أن هذا الأخير لا يجد أمامه إلاّ جهاز الحاسب الإلكتروني وموقع إلكتروني لمورد مجهل هويته، ومثل هذا الواقع يجعل من السهل التغيرير بالمستهلك، وهذا ما دفع بالمشرع الجزائري إلى إصدار قانون 05/18 من أجل تنظيم التجارة الإلكترونية، وإحاطة المستهلك الإلكتروني بمجموعة من الآليات القانونية تعمل على حمايته من أخطار هذه التجارة.

الكلمات المفتاحية:

التجارة الإلكترونية، السوق الإلكتروني، المستهلك، المورد، الآليات القانونية، أخطار التجارة الإلكترونية.

**Abstract:**

**The frequent evolution of the electronic business requises the need of safe**

guard of consumer in the electronic corner the latest which not exist opposite of it except the elctronic instrement and electronic site of unknown provenance. These case making convenients reports of consumer which impluse the algerian legislator to make the law 18 /05 in case of organizing the electronic consumer to be aubre of series of legality mechanisms that works on the protection from the risks of the business.

**Key words:** Electronic business, electronic corner, the consumer, the provenance, legality mechanisms, the risks of the business.

## 1. المقدمة:

أصبح في ذمة التاريخ ذلك العصر الذي كانت فيه التجارة تستغرق رحلة الشتاء والصيف، وغدت الصفقات التجارية، رغم ضخامتها في عالم اليوم، تتم الآن في دقائق معدودات عبر بوابة التجارة الإلكترونية في عصر المعلوماتية، لا يكلف ذلك سوى ضغط زر على جهاز الكمبيوتر.<sup>1</sup>

وإذا كانت هذه التجارة لا تختلف في جوهرها عن أي تعامل آخر فهي عبارة عن عقود أو اتفاقيات بين طرفين أو أكثر، إلا أنها تتميز عن سواها من صيغ التعامل بالوسيلة التي يتم إبرام العقد من خلالها، فهي تبرم عبر شبكات الاتصال الإلكترونية، ومثل هذه الوسيلة تحقق من المزايا ما تحققه الوسائل التقليدية في إبرام العقود، ولعل أبرز هذه المزايا سرعة إبرام العقود، حتى أضحت التجارة الإلكترونية ميدانا لعدد كبير من العلاقات القانونية، من بين هذه العلاقات نجد علاقة التاجر المحترف بالمستهلك الإلكتروني.

إلا أن هذه التجارة بطبيعة الحال لا تخلو من المساوئ، فإذا كان التاجر المحترف قادرا على أن يقرر هذه المساوئ ويتصرف بما يجنبه ضررها، فإن المستهلك الإلكتروني كونه غير محترف قد لا يستطيع دفع الضرر عنه، كما أن قلة خبرة هذا الأخير وضعف مركزه الاقتصادي بالقياس إلى مركز التاجر المحترف قد يؤديان إلى عدم توازن العقد المبرم بينهما، ولا يعد مثل هذا الأمر مقبولا<sup>2</sup>، ومن هنا طرحت فكرة إحاطة المستهلك الإلكتروني بالحماية القانونية.

ونخص دراستنا هذه بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني الواردة في قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>3</sup>، الذي يسعى المشرع الجزائري من خلاله تمكين كلا من المستهلك الإلكتروني والتاجر المحترف من التعامل في إطار قانوني سليم يضمن حقوق وواجبات كلا من الطرفين، وبالتالي يضمن إحاطة المستهلك بالحماية اللازمة سواء كانت جنائية بفرض عقوبات جزائية على المورد الإلكتروني، أو مدنية خارجة عن إطار نظريات القانون التقليدية التي أصبحت عاجزة عن توفير الحماية للمستهلك في عالم الانترنت.

ويعتبر موضوع حماية المستهلك في قانون 05/18 من أهم المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل بسبب حدائته، وقلة الدراسات المتعلقة به.

ومن خلال ما سبق نطرح الإشكالية الآتية: هل وقر المشرع الجزائري الحماية الكافية والقوية التي تصون حقوق المستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية من خلال سنه لقانون 05/18 ؟

يهدف هذا البحث في الدرجة الأولى إلى البحث عن الكيفيات و الوسائل التي سخرها المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري من أجل إحاطة المستهلك بالحماية من كل خطر قد يسببه التسوق الإلكتروني، خاصة و أنه يتم ضمن عالم افتراضي، و نهدف أيضا إلى معرفة مدى خروج المشرع الجزائري عن قوقعة الحماية التقليدية للمستهلك و مسيرته للتطور الماس بالتجارة.

و للوصول إلى الأهداف المنشودة من هذا البحث و الإجابة على الإشكالية السابقة الذكر كان لزاما علينا تقسيم دراستنا هذه إلى ثلاث عناوين رئيسة ، الأول نتعرف من خلاله على الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

قبل إبرام العقد الإلكتروني، أما الثاني يوضح لنا الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد الإلكتروني، و أخيرا سنتطرق إلى العنوان الرئيسي الثالث الذي نعرض من خلاله على الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني.

انتهجنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي لشرح وتبيان المفاهيم التي تم تناولها في سياق الدراسة، بالإضافة إلى المنهج التحليلي عند القيام بتحليل النصوص القانونية في هذا المجال.

## 2. الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد الإلكتروني

لقد أحيط المستهلك الإلكتروني بمجموعة من الآليات من شأنها فرض حماية له قبل لجوءه إلى إبرام العقد الإلكتروني و تحمل الآثار الناجمة عنه سواء تعلق الأمر بحمايته من الإشهارات الإلكترونية ، أو حماية بياناته الشخصية ، و هذا ما سنتطرق إليه على التوالي.

### 2. 1 حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني

إنّ الأعمال التجارية الإلكترونية بصفة عامة تكون مسبقة بشكل من أشكال الدعاية، و الإشهار عبر شبكة الإنترنت، فالمستهلك يتعرض في اليوم لآلاف الإشهارات التجارية التي في الغالب و لكثرتها تجعله في حيرة لاختيار من يتعاقد معه، الأمر الذي أدّى بالمشرع الجزائري من خلال قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى التركيز على حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهارات التجارية الإلكترونية التي قد تنطوي على الخداع و التضليل بهدف دفع هذا الأخير إلى اقتناء المنتج، حيث ورد في هذا القانون تعريف للإشهار الإلكتروني، ثم جعل المشرع الجزائري الفصل السابع من الباب الثاني كإطار قانوني منظم للإشهار الإلكتروني، دون أن يتناسى توقيع جزاء على كل مخالف للأحكام الواردة في الفصل السابع، و هذا ما سنعمل على تحليله العناوين الفرعية التالية النقاط التالية.

### 2. 1. 1 تعريف الإشهار الإلكتروني

عرّف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في المادة 6 فقرة 6 من قانون التجارة الإلكترونية كما يلي: " الإشهار الإلكتروني: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية. "

كذلك ورد في المادة 30 فقرة 1 من نفس القانون على ما يلي: " دون المساس بالأحكام التشريعية و التنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية..."

و من خلال ما سبق نستنتج أنّ الإشهار الإلكتروني هو عبارة عن رسائل إخبارية موجهة للمستهلكين الإلكترونيين عامة، هدفها جذب هؤلاء المستهلكين على التعاقد من خلال مدح لهذه المنتجات و إظهار محاسنها دون مبالغة من صاحب المنتجات، كما أحاطه المشرع بطبيعة تجارية الهدف منه تحقيق الربح، و ما يميز الإشهار الإلكتروني عن الإشهار التقليدي، هو الوسيلة المستعملة؛ فالإشهار الإلكتروني يتم من خلال الوسائل الإلكترونية، كالإنترنت مثلا التي هي الوسيلة الأكثر استعمالا مما تعمل على جذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين لإقناعهم بالسلع و الخدمات.

و لكن ما يلاحظ من هذه التعاريف هو إهمال ذكر الهدف الرئيسي منه، و هو البعد النفسي للمستهلك الإلكتروني و التأثير عليه لأجل دعوته إلى التعاقد على تلك السلع و الخدمات المعروضة عليه عن طريق الإعلان.<sup>4</sup>

## 2.1.2 الإطار القانوني المنظم للإشهار الإلكتروني في قانون 05/18

عمل المشرع الجزائري كباقي التشريعات الدول على وضع قواعد قانونية من شأنها حماية المستهلك الإلكتروني من الأضرار التي قد تصيبه جزاء الإشهار الإلكتروني، و التي قد تمس و تهدد حياته و سلامته و حتى أمواله، خاصة إذا لم تحقق النتائج المرجوة من الاستهلاك لعدم اتفاقها بحاجاته الأساسية<sup>5</sup>، و كان ذلك من خلال الفصل السابع من الباب الثاني من قانون التجارة الإلكترونية في المواد 30، 31، 32 و 34، حيث حدد المشرع شروطا يستوجب توفرها في الإشهارات التجارية الإلكترونية حتى يضمن نوعا من الحماية و الوقائية للمستهلك الإلكتروني و من خلال هذه المواد نستنتج ما يلي:

- ألا تكون الإشهارات الإلكترونية مخالفة للنظام العام و الآداب العامة؛ أي أن يكون محل الإشهار مشروعاً لا يمس بالمبادئ الأساسية الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الاقتصادية التي يقوم عليها المجتمع، و لأن العلاقة وطيبة ما بين الإشهار و المجتمع لأن الأول يتوجه للثاني، مع الأخذ بعين الاعتبار الأسس الجوهرية و القيم الأدبية لكل مجتمع، أي اختيار الرسالة الإشهارية المهندبة المتخلقة لتترك لدى الجمهور انطبعا أدبيا حميدا، بالإضافة إلى ذلك منع المشرع الإشهارات التي يكون محلها مواد ممنوع تسويقها و بيعها في الجزائر.
- كما اشترط المشرع الجزائري أن يكون الإشهار الإلكتروني واضحا؛ أي أن تكون البيانات المستعملة في الإشهار من المعلن كافية للتعبير عن السلعة أو الخدمة، حتى تثير درب المستهلك و تدفعه للتعاقد بإرادة واعية و مستنيرة، حيث منع المورد الإلكتروني من الثناء على سلعته و وصفها بما ليس فيها من خلال تضليل المستهلك و تغليطه، كما في حالة احتواء الشروط على عبارات مهمة يفهم منها أكثر من معنى.
- ألزم المشرع كلّ معلن يقوم بتصميم إشهار إلكتروني خاص بمستهلك معين وفقا لميوله و رغباته، أن يسمح لهذا الأخير التعرف على هويته و بتالي يتعرف على من قام بتصميم هذا الإعلان.
- أما في حالة وجود إعلانات تجارية الهدف منها الترويج لسلعة ما، أو تنافس بين العديد من المنتجين، ألزم المشرع تحديد و توضيح إذا ما كانت هذه الإعلانات مرفقة بتخفيضات أو هدايا أو كفاءات من شأنها تحفيز المستهلكين الإلكترونيين على التعاقد.
- أما بالنسبة لرسائل الاستبيان المباشر فأجبر المشرع المورد الإلكتروني أن يحصل على موافقة المستهلك قبل أن يرسل له هذه الرسائل، بحيث يعتمد المورد المرسل على نظام opt-in<sup>6</sup>؛ إذ يلزم هذا النظام المرسل أن يقوم بإرسال رسالة إلكترونية إلى المستهلك يطلب فيها قبوله باستلام الاعلانات التجارية التي يرسلها إليه، و من حق هذا الأخير قبول أو رفض الإستلام، ففي حالة القبول يقوم المورد باستعمال عنوان البريد الإلكتروني الذي قدمه له المستهلك دون غيره بمناسبة الاستبيان المباشر بخصوص البيع السابق أو الخدمة السابقة، أما في حالة إرسال المورد رسائل الاستبيان المباشر

للمستهلك عبر بريده الإلكتروني دون الحصول على موافقته فيعتبر سلوكا مجرما من طرفه من خلال هذا القانون، وهذا ما نصت عليه كل من المادة 31 و 40 من نفس القانون.

• كما فرض المشرع الجزائري من خلال نص المادة 32 فقرة 1 من نفس القانون على المورد الإلكتروني توفير نظام يسمح للمستهلك بالاعتراض على إرساله للإشهارات الإلكترونية، وهذا ما يعرف بنظام opt-out<sup>7</sup> وهو ما يطلق عليه بنظام قائمة الرفض أو الاعتراض، و طبقا لهذا النظام يقوم المعلن بإرسال إعلاناته إلى بريد المستهلك دون أن يسأله عن موافقته على الإرسال، فإذا لم يرغب المستهلك في تلقي المزيد من الإعلانات، عليه أن يرسل هذه الرغبة إلى المرسل، و الذي بدوره يقوم بإعداد قائمة يسجل فيها عناوين البريد الإلكتروني الذين اعترضوا على وصول الإعلانات إليهم، و لم يتوقف المشرع عند هذا الحد بل أجبر المورد الإلكتروني من خلال الفقرة 2 من نفس القانون على احترام رغبة المستهلك عند اعتراضه على وصول هذه الإعلانات إليه، و ذلك من خلال تسليم وصل استلام عن طريق الاتصال الإلكتروني يؤكد من خلاله للمستهلك تسجيل طلبه، مع اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبة المستهلك في غضون 24 ساعة.

## 2. 3.1 جزء الإخلال بشروط الإشهار الإلكتروني:

نصت المادة 40 من نفس القانون على ما يلي: " دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون." نستشف من خلال نص المادة أنه في حالة مخالفة المورد الإلكتروني الشروط السابق ذكرها المستنتجة من نصوص المواد 30 و 31 و 32 و 34 يتعرض لعقوبة تتمثل في غرامة مالية تنحصر بين 50.000 إلى 500.000 دج، دون أن تمس هذه العقوبة بحق المستهلك المتضرر في الاستفادة من تعويض نتيجة الضرر الواقع من طرف المورد الإلكتروني.

## 2. 2 حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية :

كاد انتهاك البيانات الرسمية للمستهلك الإلكتروني أن يصبح سمة من سمات العصر الرقمي، خصوصا وأن تقريرا غير رسمي يؤكد أن اثنين من كل ثلاثة مستهلكين يتعرضون لمخاطر سوء استعمال معلوماتهم الشخصية من خلال مشغلي مواقع الإنترنت.<sup>8</sup>

هذه التجاوزات دفعت بالتشريعات الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية إلى وضع نصوص قانونية من شأنها حماية البيانات والمعلومات الشخصية للمتعامل الإلكتروني، حيث سنعمل من خلال هذا العنوان الفرعي إلى توضيح المقصود من البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، ثم ننتقل إلى توضيح حماية سرية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وهو ما نتطرق إليه على التوالي.

## 2. 1.2 المقصود بالبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

يقصد بالبيانات الشخصية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية؛ تلك البيانات التي يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر الإلكتروني في إطار التحقق والتأكيد على عملية البيع، وقد تكون هذه البيانات عبارة عن بيانات إسمية، او عدة صور في شكل إلكتروني، كما قد تشمل مقر إقامة المستهلك وطبيعة العمل الذي يقوم به،

بالإضافة إلى بيانات تتعلق برغبات المستهلك الإلكتروني وميوله، فحماية خصوصية المستهلك أمر ضروري يفرض إيجاد الآليات التي تمنع استعمال هذه المعلومات الناتجة على التعاملات الإلكترونية.<sup>9</sup>

## 2.2. حماية سرية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

إن البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني تشكل جزءا من حياته، فلا يجوز الإفشاء بها للغير بقصد أو بدون قصد ولا يحق للباعة تداولها فيما بينهم في سبيل الترويج لسلع أو خدمات أخرى، كما لا يجوز للبائع نفسه باستخدامها إذا ما انتهت العلاقة العقدية بينهما.<sup>10</sup>

لذا تدخل المشرع الجزائري من خلال قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لينظم الحق في احترام البيانات الشخصية للمستهلك من خلال نص المادة 26 من نفس القانون، حيث نستشف من خلال هذا النص أن المشرع ألزم المورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعلومات الشخصية الخاصة بالزبائن ألا يجمع إلا المعلومات الضرورية لإجراء المعاملات المتعلقة بعملية البيع بعد الحصول على موافقتهم، كما يجب عليه ضمان بقاء هذه المعلومات في أمان دون أن يتعرض إليها أشخاص آخرون خارج العلاقة التعاقدية، بحيث يجب عليه التعامل مع هذه المعطيات بسرية تامة والإمتناع عن حفظ هذه البيانات خارج الوقت المسموح به<sup>11</sup>، باعتبار أن هذه المعلومات تعتبر من الحقوق الملازمة للشخصية طبقا لنص المادة 47 من القانون المدني<sup>12</sup>، بالإضافة إلى ذلك نجد الدستور الجزائري في نص المادة 34 و39 نصّ على وجوب احترام الحق في الخصوصية<sup>13</sup>، وفي المقابل جرّم المشرع الجزائري أي اعتداء على الحق في الخصوصية وبالتالي أي اعتداء من قبل المورد الإلكتروني على البيانات الشخصية للمستهلك بأي شكل من الأشكال، يقع تحت طائلة المواد 303 مكرر و303 مكرر 1.<sup>14</sup>

## 3. الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد الإلكتروني

إن مرحلة إبرام العقد هي من أخطر المراحل؛ باعتبار أن المستهلك الإلكتروني قد يقدم على إبرام العقد دون العلم بمساوئه، أو قد يضطر إلى التوقيع على عقود نموذجية معدة سلفا من قبل المهني تحتوي على شروط تعسفية تجعل من العقد غير متوازن بين الأطراف، لذلك تدخل المشرع من خلال قانون 05/18 و ألزم المهني بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات المتعلقة بالعقد، منها ما تعلق بشخصه هو و منها ما تعلق بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، بالإضافة إلى تدخله بمنعه الشروط التعسفية التي تجعل من العقد مضرا بمصلحة المستهلك الإلكتروني، وهذا ما سنوضحه في العنوانين الفرعية التالية الأولى تتعلق بالالتزام بالإعلام الإلكتروني، و الثانية تتعلق بمكافحة الشروط التعسفية.

### 3.1 حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني:

سنعمل من خلال هذه النقطة على توضيح تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني، ثم الانتقال إلى معرفة البيانات في الالتزام بالإعلام الإلكتروني، وفي الأخير سنعمل على توضيح جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون 05/18.

### 3.1.1 تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

نصت المادة 11 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ما يلي: "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 الرسوم..." .

ومن خلال هذا النص نستشف أن المشرع الجزائري لم يعطي تعريفا للالتزام بالإعلام الإلكتروني في هذا القانون، وإنما اقتصر على إلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلكين الإلكترونيين بكافة المعلومات التي يعتبرها المشرع أساسية من أجل إعطاء المستهلك رضاً مستنيراً قبل إبرام العقد.

ولكن بالرجوع إلى الفقه فقد عرّف الأستاذ نزيه محمد الصادق المهدي الالتزام بالإعلام على أنه: "الالتزام قانوني عام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بالتفاصيل كافة لهذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهم أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات"<sup>15</sup>.

أما بالنسبة للالتزام بالإعلام الإلكتروني الوارد النص عليه في القانون السابق الذكر عرفه البعض على أنه التزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، فهو التزام قانوني نجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل التعاقد وأثناء التعاقد طالما أنه يتم بكل شفافية و أمانة، بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائط إلكترونية يسهل استعمالها والتطرق إلى محتواها في شكل واضح ومقروء.<sup>16</sup>

### 3.1.2 بيانات الواردة في الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

تضمنت المادة 11 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نوعين من البيانات على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، حيث ترك المجال مفتوحاً للطرفين بإضافة ما أرادا من بيانات، وهذه الأخيرة منها ما تعلق بشخصية المورد الإلكتروني ومنها ما تعلق بالسلعة أو الخدمة، وهذا ما سنعمل على توضيحه تباعاً.

#### • بيانات خاصة بشخصية المورد:

من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك الإلكتروني وقد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه، فبيان شخصية المرود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته، إسمه محله التجاري،

بريده الإلكتروني ووضعها تحت تصرف المستهلك للإطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة، وهذا ما ورد في نص المادة سابقة الذكر، حيث أن المشرع الجزائري لم يحصر هذه المعلومات بل نص عليها على سبيل المثال.

• بيانات خاصة بالسلعة أو الخدمة:

نستنتج من نص المادة السابقة أنّ هذه البيانات والمعلومات عموما تمثل الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة، من ثمن السلعة أو الخدمة، شروط تحديد أوضاع المستهلك الإلكتروني في ممارسة حقه في العدول عن العقد، المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع والضمانات التجارية، البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبيع أو الانتفاع بالخدمة، فالبائع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعها لمن ليس له دراية بها حتى يقدم المستهلك الإلكتروني على شرائها وهو يعلم بالحالة المادية<sup>17</sup> والقانونية للمبيع<sup>18</sup>، وكيفية استخدامه.

3.1 جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون 05/18:

الجزاء المترتب على مخالفة الالتزام بالإعلام يستمد أساسه وخصائصه من الهدف من تقريره، وهو العمل على تنوير إرادة المستهلك لدى المتعاقد، ومن ثم فإن الإخلال به يعد أمرا ذا تأثير بالغ على رضا المستهلك الإلكتروني يؤدي إلى تعيب إرادته، لذا أو رد المشرع الجزائري في قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على عقوبة جزائية تتمثل في غرامة مالية يبدأ تقديرها من 50.000 دج إلى 500.000 دج، بالإضافة إلى تمكين المشرع الجهات القضائية التي رفعت أمامها الدعوى القضائية أن تأمر جميع منصات الدفع الإلكتروني بمنع أي تعامل بخصوص تلك السلعة التي امتنع فيها المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك وذلك خلال مدة لا تتجاوز 6 أشهر، وهذا ما نصت عليه المادة 39 من نفس القانون السابق الذكر<sup>19</sup>.

3.2 حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية:

إن أشكال التعاقد عبر الإنترنت تغطي عليها صور العقود النموذجية التي يتولى إعدادها مسبقا مختصون يتمتعون بالتفوق الاقتصادي والكفاءة الفنية، بحيث يفرض الطرف القوي شروطه على الطرف الضعيف دون أن يناقش هذا الأخير شروط العقد<sup>20</sup>، مما تولد عنه العديد من العقود الغير متوازنة لهذا يستوجب فرض حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقة، وهذا ما سنعمل على شرحه على التوالي:

3.1.2 تعريف الشرط التعسفي:

لم يرد المشرع الجزائري تعريفا للشرط التعسفي في قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، لذلك كان لزاما علينا الرجوع إلى قانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>21</sup>، حيث عرف الشرط التعسفي في المادة 5/3 كما يلي: "الشرط التعسفي كل شرط أو بند بمفرده أو مشترك مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

ومن خلال هذا النص نستشف أن الشرط التعسفي هو ذلك الأمر أو الاتفاق الذي يفرضه المورد على غير المهني أو المستهلك، نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة مجحفة.

3.2.2 الغرض من منع الشرط التعسفي في عقود الاستهلاك الإلكترونية:



إن المستهلك حين يبرم عقدا الكترونيا لا يساهم في صياغة العقد أو وضع شروطه بل إن العقد يكون معدا سلفا من قبل المورد الإلكتروني، وليس أمام المستهلك الإلكتروني إذا كان حريصا على إبرام العقد إلا أن يقبل هذه الشروط بالضغط على الزر الذي يفيد الموافقة عليها، وبتالي يقبل بالشروط التعسفية التي يفرضها المورد الإلكتروني<sup>22</sup>، الأمر الذي دفع المشرع الجزائري التدخل من أجل منع هذه الشروط في العقود الاستهلاكية الإلكترونية من خلال قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

حيث نصت المادة 12 من هذا القانون على ما يلي: "تمر طلبية منتج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية: - وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة: ..."

نستنتج من نص هذه المادة أن المشرع الجزائري ألزم المورد الإلكتروني ان يضع في علم المستهلك كافة شروط البيع حتى يتسنى له معرفة مدى التزاماته لحظة إبرام العقد، وهكذا يكون المشرع قد فرض حماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في التعاقد في مواجهة الطرف القوي على أساس أنه لا يملك الخبرة الكافية والدراية اللازمة، فلم يكتفي المشرع بمنع الشروط التعسفية فقط وإنما فرض جزاء جنائي على كل واضع لمثل هذه الشروط في العقد، وهي نفس العقوبة السابق ذكرها في الجزاء الوارد على مخالفة الالتزام بالإعلام الوارد في نص المادة 39 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

#### 4. الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني

إن الحماية المفروضة من قبل قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لا تتوقف عند المراحل الأولى لتكوين عقد الاستهلاك الإلكتروني، بل فرضت زيادة على حماية أركان هذا العقد الجديد، بسط مجال الحماية إلى غاية شروع كل طرف من أطراف العقد في تنفيذ الالتزامات الموكلة إليه، وهي مرحلة جد حساسة لتوفير نوع من الضمان والأمان للمستهلك الإلكتروني، من شأنه تشجيعه في الدخول إلى هذا العالم التعاقدى الجديد، ومن سبل الحماية التي تطرق إليها المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، تسليم السلعة أو الخدمة في الأجل المتفق عليها، بالإضافة إلى حقه في العدول عن العقد الإلكتروني، وهذا ما سنوضحه في العناوين الفرعية التالية.

#### 4. 1 تسليم السلعة أو الخدمة في الأجل المتفق عليها :

يعتبر تسليم السلعة أو الخدمة التزام في ذمة المورد الإلكتروني، وحق يتمتع به المستهلك الإلكتروني، وما يهمننا في دراستنا هذه هو اعتبار تسليم السلعة أو الخدمة حق من حقوق المستهلك الإلكتروني، حيث سنعمل من خلال هذه النقطة على توضيح تعريف التسليم الإلكتروني، ثم الانتقال إلى طرق تسليم السلعة أو الخدمة في قانون، دون أن ننسى جزاء الإخلال بتسليم السلعة أو الخدمة في قانون 05/18.

#### 4. 1.1 تعريف تسليم السلعة أو الخدمة:

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف الالتزام بالتسليم في قانون 05/18 لذلك كان لزاما علينا الرجوع إلى القانون المدني حيث عرّفه في المادة 367 على أنه: " يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري، حيث

يمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق ولو لم يتسلمه تسليماً مادياً، مادام البائع قد أخبره بأنه مستعد لتسليمه بذلك ويحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع".

ومن خلال نص المادة وبالإسقاط على حالة عقد الاستهلاك الإلكتروني نستخلص أن التسليم عبارة عن وضع الشيء تحت تصرف المستهلك الإلكتروني، بحيث يستطيع حيازته والانتفاع به دون أن يعرقل ذلك أي عائق ولو لم يتسلمه مادياً، ويلتزم المورد الإلكتروني بتسليم الشيء المبيع للمستهلك الإلكتروني في الحالة التي كانت عليها وقت البيع، فإن موضوع التسليم هو الشيء المبيع والذي قد يكون سلعة أو خدمة.

4. 2.1 طرق تسليم السلعة أو الخدمة:

إن طرق الالتزام بالتسليم يختلف باختلاف محل العقد، فتسليم السلعة يختلف عن تسليم الخدمة، فالأولى يتم تسليمها عن طريق إرسال السلعة على العنوان الخاص بالمستهلك بواسطة البريد، أو باستخدام أي وسيلة نقل أخرى سواء داخل حدود الدولة أو خارجها، ولا يكفي أن يقوم المورد الإلكتروني بالتسليم وإنما يلزم هذا الأخير بتسليم شيء مطابق لأن المتعاقد عبر الإنترنت يقوم بالشراء استناداً إلى عرض أوصاف المبيع، فيترتب للمستهلك الإلكتروني حق على المورد الإلكتروني أن يسلم المبيع بالحالة والأوصاف التي تم الإتفاق عليها، والمطابقة المطلوبة في هذه الحالة هي مطابقة المنتج المبيع لما سبق للمورد الإلكتروني عرضه على شبكة الإنترنت، وتقع على عاتق هذا الأخير نفقات التسليم إلا إذا إتفق الأطراف على خلاف ذلك.<sup>23</sup>

أما بالنسبة للخدمة<sup>24</sup> فيتم تسليمها عن طريق شبكة الإنترنت سواء بإرسالها عن طريق الإيميل أو أي وسيلة اتصال أخرى، ثم ينقلها المستهلك الإلكتروني على القرص الصلب الخاص به، ويلاحظ أن هذا الالتزام غالباً ما يكون مستمراً لفترة من الزمن، فعقد الاشتراك مثلاً في قواعد المعلومات عبر الإنترنت لا يمكن تنفيذه متتابع على فترات زمنية مستمرة قصد الاستعلام لتلقي النصائح الفنية للحصول على أفضل خدمة كما يجب على مورد الخدمة تقديم معلومات صحيحة شاملة مع الحفاظ على سرية مطالب الزبون بشأن الخدمات الموردة إليه.<sup>25</sup>

#### 4. 3.1 جزاء الإخلال بتسليم السلعة أو الخدمة في قانون 05/18:

نصت المادة 23 من قانون 05/18 على ما يلي: " في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجال التسليم، يمكن المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر.

وفي هذه الحالة يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً ابتداء من تاريخ استلامه للمنتج".

من خلال هذا النص نستنتج أن المشرع الجزائري ألزم المورد الإلكتروني بتسليم المنتج في الأجل المتفق عليها، وفي حالة تسلم المستهلك الإلكتروني المنتج متأخراً عن الأجل المتفق عليه أجاز له المشرع إرجاع هذا المنتج إلى المورد في أجل أقصاه 4 أيام يبدأ حسابها من يوم التسلم الفعلي للمنتج أي من يوم وصول المنتج إلى يد المستهلك الإلكتروني؛ بمعنى إذا مرت أربعة أيام ولم يرجع المنتج إلى المورد اعتبر قد تنازل عن حقه المنصوص عليه في هذه المادة، بالإضافة إلى ذلك يقع على عاتق المورد الإلكتروني إرجاع ثمن المنتج ونفقات التي تحملها المستهلك الإلكتروني في إعادة إرسال المنتج إلى المورد الإلكتروني، وعليه أن ينفذ هذا الالتزام في

أجل 15 يوما يبدأ سريانها من يوم تسلمه للمنتوج المعاد إرساله من قبل المستهلك الإلكتروني، وتجدر الإشارة من خلال نص المادة أن المشرع الجزائري بالإضافة إلى الحقوق التي منحها للمستهلك الإلكتروني لم يتناسى حقه في المطالبة بالتعويض عن كل ضرر يصيبه من أي تأخر في تسليم المنتوج.

#### 4. 2 حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد الإلكتروني:

قد يجد المستهلك بعد أن أبرم عقدا من عقود التجارة الإلكترونية أنه تسرع في إبرامه متأثرا بإجراءات وتسهيلات البائع، كما أن الوسيلة التي يتم من خلالها إبرام العقد قد لا تتيح له الفرصة للتفكير المتأن قبل إبرام العقد.

في هذه الفروض كلها وغيرها يجد المستهلك أن العقد أبرمه في غير صالحه ويريد العدول عنه، لذا فإن دراسة حق العدول عن العقد يقتضي تحديد مبرراته ثم الانتقال إلى التنظيم التشريعي الخاص به، وهذا ما سنعمل على شرحه تباعا.

#### 4. 1.2 مبررات تقرير حق العدول في عقود الاستهلاك الإلكترونية:

الأصل أنه إذا تم إبرام العقد صحيحا مستوفيا لكافة أركانه، أكتسب قوة ملزمة وأصبح نافذا بين طرفيه، لا يجوز العدول عنه بالإرادة المنفردة، إلا إذا شاب هذه الإرادة عيب من العيوب؛ حيث أجازة للطرف الذي اعيبت إرادته أن يطلب إبطال العقد<sup>26</sup>.

إلا أنه ونظرا لظهور صيغ جديدة من التعاقد، حيث لم يصبح التعاقد يتم بعد أن يعبر كل من المتعاقدين عن إرادة صحيحة تلاقى مثلتها وتشارك كلتاهما في صيغة المشروع العقدي، بالإضافة إلى أن المستهلك لم يعد يتعاقد مدفوعا بحاجته للسلعة أو الخدمة بل اخذ بعض المحترفين ينتزعون منه رضاه بالعقد تأثرا بوسائل الدعاية والإعلان والإغراءات التي يقدمونها له الأمر الذي حدا ببعض الفقهاء إلى أن يطلق على هذه الصور من التعاقد تسمية البيوع الاستفزازية التي تهدف إلى انتزاع رضاه المتعاقد دون أن تتيح له فرصة التروي والتدبر لذا لم تعد نظرية عيوب الإرادة تقدم حلا بهذا الصدد.<sup>27</sup>

إن حماية المستهلك الإلكتروني عن طريق هذا الخيار تقرر أصلا لحمايته من ضعفه الشخصي الذاتي وعدم خبرته وليس حمايته من استغلال المورد الإلكتروني، نتيجة انعدام خبرته ومعرفته، فذلك وإن كان يؤثر في إرادة المستهلك إلا أنه لا دخل للمورد الإلكتروني فيه فإرادة المستهلك الإلكتروني ورغبته في التعاقد هنا جاءت متسارعة دون ترو وتمهل، من أجل هذا منحه المشرع الجزائري مهلة للتدبر والتفكير فيما اقدم عليه فإن تبين تسرعه وعدم ملائمة التعاقد له جاز له العدول، وهكذا نرى أن خيار العدول يهدف في الواقع إلى حماية مصلحة المتعاقد أكثر من حماية إرادته كما يتميز هذا الخيار بأنه سبب شخصي لزوال العقد وليس سببا موضوعيا.<sup>28</sup>

وإزاء عدم تحقق المساواة المفترضة واختلال التوازن بين المورد والمستهلك الإلكترونيين في العلاقة التعاقدية فقد سعى المشرع الجزائري إلى التدخل من خلال قانون التجارة الإلكترونية لحماية الطرف الضعيف في هذه العلاقة وذلك بتشديد التزامات المورد الإلكتروني لصالح المستهلك الإلكتروني.<sup>29</sup>

#### 4. 2.2 التنظيم التشريعي الخاص بحق العدول عن العقد الإلكتروني:

نصّ المشرع الجزائري الحق في العدول من خلال نص المادتين 11 و23 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري.

نصّت المادة 11 على ما يلي: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية: ... شروط وأجال العدول، عند الإقتضاء،..."

نستنتج من خلال هذا النص أن المشرع الجزائري ألزم المورد الإلكتروني في مرحلة الالتزام بالإعلام، أن يوضح للمستهلك الإلكتروني شروط وأجال العدول، أي أنه يتم الاتفاق على كل ما يخص هذا العدول في المرحلة السابقة على إنشاء العقد، فمادام وافق المستهلك الإلكتروني على الشروط والمدة التي وضعها المورد الإلكتروني، فيصبح ملزماً بها، فمتى أراد المستهلك الإلكتروني ممارسة حقه في العدول وجب عليه الالتزام بالشروط والمدة المحدد في العقد.

أما المادة 23 فنصت على ما يلي: " يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيباً.

يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة اقصاها (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني.

ويلزم المورد الإلكتروني بما يلي:

- تسليم جديد موافق للطلبية، أو
- إصلاح المنتج المعيب، أو
- استبدال المنتج بأخر مماثل، أو
- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع الضرر.

يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلامه للمنتج."

نستشف من هذا النص أن المشرع الجزائري حدد المدة التي يقوم فيها المستهلك الإلكتروني بإرجاع السلعة للمورد الإلكتروني؛ وهي مدة 4 أيام يبدأ حسابها من تاريخ تسلمه السلعة محل التعاقد، وتطبق هذه المادة في حالة عدم الاتفاق بين الطرفين على مدة الإرجاع قبل إبرام العقد.

كما اشترط المشرع على المستهلك الإلكتروني أن يرجع السلعة في غلافها الأصلي، بالإضافة إلى أنه لم يترك الحرية المطلقة لهذا الأخير في ممارسة حقه في العدول، وإنما قيده بالإدلاء بالأسباب التي دفعته إلى هذا العدول. أما بالنسبة لتكاليف إعادة إرسال السلعة فتقع على عاتق المورد الإلكتروني باعتبار أنه قام بإرسال سلعة غير مطابقة لما هو متفق عليه في العقد، ولا تنتهي التزاماته هنا، بل أوجب عليه المشرع إما إعادة إرسال سلعة مطابقة للطلبية في حالة تسليم سلعة غير مطابقة لما تم الإتفاق عليه عند إبرام العقد، أو إصلاح العيب إذا كانت السلعة المرسله معيبة، أو استبدال السلعة بأخرى مثيلتها إذا كان العيب لا يمكن إصلاحه، أو إلغاء

الطلبية وإرجاع الثمن المدفوع من قبل المستهلك الإلكتروني في أجل 15 يوما يتم احتسابها من تاريخ استلامه للسلعة محل العدول.

وبالرغم من كافة الحقوق التي أقرها للمستهلك الإلكتروني، وتوسيع مجال الحماية، إلا أنه لم يمس بحقه في التعويض في حالة ما أصابه ضرر جراء السلعة محل التعاقد.

#### 5. الخاتمة:

وفي الأخير ونظرا للتوازن المفقود في العلاقة الاستهلاكية الإلكترونية، لم تعد النظرية العامة للعقد تجدي نفعاً لحماية المستهلك في هذا الإطار، الأمر الذي أحاد بالمشرع الجزائري التدخل من أجل معالجة هذا الموضوع من خلال إصداره لقانون 05/18، والذي نص في طياته على مجموعة من الآليات التي تعمل على حماية المستهلك الإلكتروني سواء قبل إبرام العقد أو أثناء تنفيذه، وتظهر هذه الآليات من خلال إلزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة به وأخرى متعلقة بالسلعة محل الالتزام بالإعلام وكل هذا من أجل تحقيق أمن وسلامة المستهلك الإلكتروني، بالإضافة إلى حمايته من تعسف المورد الإلكتروني أثناء وضعه لشروط أو بنود تعسفية في العقد الإلكتروني تجعل كفة هذا الأخير تميل لصالح المورد، هذا وأضاف قانون 05/18 آلية حق المستهلك الإلكتروني في إحاطة بياناته الشخصية بالحماية والسرية التامة، دون أن يتناسى المشرع حق المستهلك الإلكتروني في تسلمه السلعة محل التعاقد في الأجل المتفق عليها، وكذلك منحه الحق في العدول عن العقد إذا كانت السلعة المسلمة غير مطابقة للطلبية.

هذا ونجد أن المشرع الجزائري لم يلزم حماية المستهلك الإلكتروني بالحماية المدنية و فقط، وإنما شدد هذه الحماية من خلال فرض عقوبات جزائية، وذلك من أجل تفعيل حماية المستهلك عند تعاقدته عن بعد.

#### ومن أهم التوصيات:

- إن الحاجة لا تزال قائمة بل ومستعجلة في أكثر من ناحية في تنظيم قطاع المعلوماتية بالجزائر، من إصدار تشريعات تنظيمية جديدة، ليس من أجل تنظيم التجارة الإلكترونية فحسب، بل المهمة أكبر من ذلك وتخص بالأساس تنظيم قواعد السلوك في ميدان التسويق عبر الإنترنت، بإضافة نص دستوري ربما في التعديل الدستوري القادم لحماية الخصوصية الرقمية وعناصر الخصوصية المعنوية في سياق حماية الحرية الشخصية.

- أما على صعيد الإثبات فالضرورة تقتضي تكييف قانون الإجراءات المدنية، بما يشهده العالم من تغيير جذري في وسائل الإثبات الإلكتروني ومستخرجات الحاسوب الآلي.

- ويبقى أهم تحديّ أمام المشرع الجزائري، يتعلق بتعديل النصوص القانونية ذات الصلة بالمنظومة المصرفية من خلال الاعتراف بالبنوك الإلكترونية وفرض حماية على البطاقات المالية.

- من واجب الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية وتحاول استماتة الملايين من الجزائريين إلى منتجاتها عبر مواقعها الإلكترونية، أن تراعي طبيعة المستهلك الجزائري وثقافته وتكوينه، سواء من خلال التخفيض من تكلفة أجهزة الكمبيوتر نحو البلدان النامية وفي مقدمتها الجزائر، التي تعد أحد العوامل الأساسية لقلّة استخدام شبكة الإنترنت يضاف لها التكلفة المرتفعة للاشتراك في الإنترنت المقدره ببلادنا بحوالي 1700 د ج في الشهر،

مقابل 10 دولارات في الولايات المتحدة الأمريكية، ناهيك عما تقوم به بعض الشركات الأمريكية من توفير خدمة الإنترنت مجاناً.

<sup>1</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2005، ص3.

<sup>2</sup>- موفق حماد عبد الله، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات زين الحقوقية، الطبعة 1، العراق، 2011، ص3.

- قانون رقم 05/18، مؤرخ في 24 شعبان 1439، الموافق ل 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية.<sup>3</sup>

<sup>4</sup>- جفالي حسين، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية، المجلد الثاني، العدد الرابع، د.س.ن، ص 524.

<sup>5</sup>- دمانة محمد، يوسف نور الدين، الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك، مجلة المفكر، العدد 17، ص 2018، ص 288.

<sup>6</sup>- هو عبارة عن نظام يلزم من خلاله المسوق الإلكتروني قبل إرسال أي رسائل أو إشهارات أو إعلانات في البريد الإلكتروني الخاص بالمستهلك الحصول على موافقته الصريحة.

<sup>7</sup>- هي الطرق والأساليب التي يقوم من خلالها الفرد بإلغاء إستلام الرسائل الإعلانية أو النشرات الإخبارية الواردة إلى بريده العادي أو الإلكتروني، وقد يتم ذلك بتحويل تلك الرسائل إلى ملف الرسائل غير المرغوب بها، أو إلغاء إشراكه من المواقع الإخبارية أو القوائم البريدية وغيرها من الطرق.

<sup>8</sup>- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، سنة 2005، ص7.

<sup>9</sup>- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية ( مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة )، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 49.

<sup>10</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 40.

<sup>11</sup>- راجع المادة 26 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري.

<sup>12</sup>- راجع المادة 47 من القانون رقم رقم 05/07، المؤرخ في 25 ربيع الثاني 1428، الموافق ل 13 ماي 2007، يعدل ويتمم الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان 1395، الموافق ل 26 سبتمبر 1975، والمتضمن القانون المدني الجزائري .

<sup>13</sup>- قانون رقم 19/08، مؤرخ في 15/07/2008، يتضمن الدستور الجزائري، ج.ر.ج.ج، عدد 63، الصادر في 16 نوفمبر 2008.

<sup>14</sup>- راجع المواد 303 مكرر و303 مكرر 1، من الأمر 15/66، مؤرخ في 8 يونيو 1966، يتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج.ر.ج.ج، العدد 49، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم.

- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص92.<sup>15</sup>

<sup>16</sup>- خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الإلكتروني، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك"، يومي 17 و18 مارس 2009، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.

- <sup>17</sup>- تتضمن الحالة المادية كافة المعلومات والأوصاف المتعلقة بالمبيع محل التعاقد عملاً على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية.
- <sup>18</sup>- تتضمن الحالة القانونية للمبيع: كل ما على هذا الأخير من أعباء أو حقوق عينية أو شخصية تحول دون إنتفاعه بالسلعة محل التعاقد.
- راجع المادّة 39 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.<sup>19</sup>
- <sup>20</sup>- بخت عيسى، أثر تشريعات الاستهلاك على مبادئ النظرية التقليدية للعقد، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية و الإنسانية، العدد 20، جوان 2018، ص 114.
- <sup>21</sup>- قانون رقم 02/04، المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425، الموافق ل 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- <sup>22</sup>- سليمان براك دايج، الشروط التعسفية في العقود، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة النهرين، العراق، سنة 2002، ص 227.
- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 56.<sup>23</sup>
- <sup>24</sup>- كتعاقد المستهلك الإلكتروني مع إحدى الشركات المتخصصة في إنتاج البرامج الحديثة كشركة Microsoft من أجل اقتناء برنامج مضاد للفيروسات.
- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 56-57.<sup>25</sup>
- في حالة توفر عيب من عيوب الرضا الواردة في المواد 81، 86، 88، 90، أجاز المشرع للطرف المتضرر بإبطال العقد.<sup>26</sup>
- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 58.<sup>27</sup>
- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 102.<sup>28</sup>
- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 213-214.<sup>29</sup>