الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف

كليّة الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مذكرة بعنوان:

نظام تطبيق قانون التجارة الإلكترونية من حيث الأشخاص

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص: قانون أعمال

إعداد الطالبين:

-العابد برينيس صابر

-عشيشي أوسامة

إشراف الأستاذ: د. صياد الصادق

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الهيئة المستخدمة	الصفة
د ربعية رضوان	أستاذ محاضر "أ"	لاذلي بن جديد -الطارف	رئيسا
د. صياد الصادق	أستاذ محاضر "أ"	لاذلي بن جديد -الطارف	مشرفاً ومقرراً
د مدارتوفيق	أستاذ محاضر "أ"	لاذلي بن جديد -الطارف	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit

جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

المرجع: القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي
خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة): العابد بريبش حمابر

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 100M241005800[illegible]

الصادرة بتاريخ: 10/04/2023

عن دائرة: بوثلجة

المسجل بقسم: الحقوق

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

نظام تطبيق قانون التجارة الالكترونية في الجزائر

أصرح بشرفي أني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2025/06/M..

إمضاء المعني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit

جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

المرجع: القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي
خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة): عشيش آسامة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 109971247100103000

الصادرة بتاريخ: 16/03/2015

عن دائرة: الطارف

المسجل بقسم: الحقوق

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

نظام تحديث قانون التجارة الالكترونية من حيث الاشخاص

أصرح بشرفي أني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2025/06/11

إمضاء المعني

الشكر والتقدير

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، نحمده على نعمة الصبر والتوفيق لإنجاز هذا البحث

نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في هذا العمل ولو بكلمة طيبة، كما نتوجه بالشكر والعرفان بالجميل إلى الدكتور

على المجهودات التي بذلها في الإشراف على هذه المذكرة وعلى التوجيهات والنصائح التي قدمها وعلى كل ملاحظاته القيمة وجزاه الله عن ذلك كل خير.

نتقدم بالشكر إلى لجنة المناقشة التي قبلت إجازة هذا العمل وجميع الأساتذة الذين نكن لهم كل التقدير والاحترام والذين لم يتوانوا في مديد العون والمساعدة.

وختاما نشكر كل من ساهم معنا وساعدنا في إنجاز هذا العمل من بعيد أو قريب ولو بالكلمة الطيبة والدعم المعنوي

إلى كل هؤلاء شكرا جزيلا

و أدعو الله أن يجازيهم خير الجزاء، وأن يبارك في أوقاتهم وعملهم وصحتهم.

إهداء

إلى الجدار الذي أستند عليه في تعبي وحزني، والكتف التي أضع عليها أثقالي، واليد التي تربت علي في كل حين..

إلى من علمني أن الدنيا كفاح سلاحها العلم والمعرفة،

إلى من سعى وناضل لأجل راحتي ونجاحي أبي

لى ملاكي في الحياة معنى الحب والحنان والتفاني.. بسمة الحياة وسر الوجود أمي

إلى من شركوني رغد الحياة وابتسامة اليوم وأمل الغد إخوتي وأخواتي.

إلى أصدقائي وزملائي.

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

صابر

الإهداء

إلى من أُفضِّلها على نفسي ولِمَ لا فلقد ضحَّت من أجلي

ولم تدَّخر جُهدًا في سبيل إسعادي على الدَّوام

(أُمِّي الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يُسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه

صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة.

فلم يبخل عليَّ طيلة حياته

(والدي العزيز).

إلى أصدقائي، وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون، وفي أصعدة كثيرة

أُقدِّم لكم هذا البحث، وأتمنَّى أن يحوز على رضاكم.

أوسامة

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا مذهلاً في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ما أدى إلى ظهور أنماط جديدة من التعاملات التجارية أبرزها "التجارة الإلكترونية"، التي أصبحت تُشكل جزءًا أساسيًا من الأنشطة الاقتصادية العالمية ونتيجة لهذا التحول، برزت فئة جديدة من المتعاملين وهم "المستهلكون الإلكترونيون" الذين يبرمون عقودهم عن بعد، عبر الشبكات الرقمية دون تواصل مادي مباشر، مما أوجد تحديات قانونية غير مسبوقة تتعلق بحمايتهم من الغش، التضليل، والإخلال بالالتزامات التعاقدية.

لقد أقر المشرع الجزائري حماية المستهلك من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم فهو ذو طابع وظيفي كونه يستهدف حماية فئة معينة ألا وهي المستهلك الذي قد يتعرض للغش والخداع من طرف المتدخل، اعقبه بسن قانون خاص بالتجارة الالكترونية رقم:05/18 يحمي فيه المستهلك الالكتروني في مواجهة المورد الالكتروني باعتبار أن العالم الافتراضي بالرغم من المحاسن والمزايا التي يتمتع بها إلا أنه يعتريه الكثير من الإشكالات والجرائم التي ترتكب من خلاله ومن أهم الجرائم التي تواجه المستهلك الإلكتروني نجد جريمة الإشهار التجاري المضلل فلقد أصبح بإمكان المستهلك الالكتروني أن يقوم بطلب السلع والخدمات عن طريق شبكة الانترنت بكل سرعة، بساطة ومرونة.

تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري انطلاقًا من إدراك أهمية تكييف المنظومة القانونية الوطنية مع مستجدات المعاملات الرقمية، وما تفرضه من خصوصيات لا تواكبها أحيانًا القواعد التقليدية للعقود المدنية أو التجارية.

1-أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا الموضوع في كونه يُعالج التزامات وحقوق طرف يُعد الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، وهو المستهلك الالكتروني خاصة في ظل البيئة الرقمية التي تهيمن عليهافي المعلومات والقدرات التقنية بين المورد الالكتروني والمستهلك الالكتروني حيث ان تطور التجارة الإلكترونية وما

صاحبها من مظاهر سلبية كتفشي الإشهار المضلل، التلاعب بالمعطيات، والاحتيال الإلكتروني قد جعل من الضروري تسليط الضوء على الحماية القانونية المقررة للمستهلك في هذا الفضاء الجديد.

مواكبة المشرع الجزائري للتطورات التكنولوجية والرقمية مما أوجب التطرق للدراسة من الناحية القانونية باعتبار أن حماية المستهلك الإلكتروني أضحت ضرورة ملحة تفرض نفسها نتيجة تطور وسائل الاحتيال والخداع في العالم الافتراضي .

2-أسباب اختيار الدراسة:

وقد دفعتنا جملة من الأسباب لاختيار هذا الموضوع، أهمها: ندرة الدراسات الأكاديمية المتخصصة في الجزائر حول المستهلك الإلكتروني، وتزايد حالات الاعتداء على حقوقه في الواقع العملي، خاصة من خلال عقود تفتقر للشفافية، أو ممارسات تجارية تتجاوز الإطار القانوني كما أن هذا الموضوع يمثل تقاطعًا هامًا بين القانون المدني، وقانون التجارة الالكترونة ، والقانون الجنائي، مما يجعله ميدانًا خصبًا للتحليل والبحث.

3-أهداف الدراسة:

وتهدف هذه الدراسة إلى:

1. إبراز الإطار القانوني المنظم لحماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر.
2. توضيح الحقوق والضمانات التي أقرها المشرّع، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد أو بعده.
3. تسليط الضوء على المسؤولية المدنية والجنائية المترتبة عن الإخلال بالتزامات المورد الإلكتروني.
4. اقتراح توصيات لتحسين الحماية القانونية للمستهلك في البيئة الإلكترونية، بما ينسجم مع المعايير الدولية.

4-إشكالية الدراسة:

وللإجابة عن الإشكالية المحورية:

"كيف حدد المشرع الجزائري نطاق تطبيق قانون التجارة الالكترونية رقم 5/18 من حيث الاشخاص ؟

5-منهج الدراسة:

أما من الناحية المنهجية فقد تم اعتماد المنهج التحليلي والوصفي لدراسة النصوص القانونية ذات الصلة، مع توظيف المنهج المقارن بشكل طفيف لإبراز أوجه القصور أو التميز في التشريع الجزائري مقارنة ببعض الأنظمة القانونية الأخرى كما تم الاستناد إلى فقه القانون والممارسة القضائية كلما أمكن ذلك.

ومن أجل تغطية موضوع الدراسة بالشكل الأمثل، قسّمت هذه المذكرة إلى فصلين رئيسيين:

الفصل الأول :المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الالكترونية يُخصص المبحث الأول لبيان مفهوم المستهلك الإلكتروني، في حين يُعنى المبحث الثاني بدراسة الحماية القانونية المقررة له.

الفصل الثاني :خصص لدراسة المورد الإلكتروني في قانون التجارة الالكترونية خُصص **المبحث الأول** لتأصيل مفهوم المورد الإلكتروني وفقًا للفقه والتشريع، مع بيان إجراءات قيده في السجل التجاري، أما **المبحث الثانيالجرائم** التي يرتكبها المورد الإلكتروني والجزاءات المقررة في حال إخلاله بالتزاماته القانونية، خاصة ما يتعلق بالإشهار التجاري المضلل، حماية المعطيات الشخصية، وضمان التسليم المطابق للمنتوج.

الفصل الأول:

المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية.

تمهيد

نظرًا للتطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم والذي امتد أثره إلى مختلف مجالات الحياة، كان لقطاع التجارة حصة بارزة من هذا التحول، حيث انتقل المتعاملون الاقتصاديون، من شركات وأفراد، من نماذج البيع التقليدية إلى أساليب حديثة، بهدف الاستفادة من المزايا التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة.

وبناءً على ما تقدم سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين: يُخصص المبحث الأول لبيان مفهوم المستهلك الإلكتروني، في حين يُعنى المبحث الثاني بدراسة الحماية القانونية المقررة له، على أن يُقسَّم كل مبحث بدوره إلى مطلبين، وفقًا للمعالجة القانونية والفقهية المناسبة

المبحث الأول : مفهوم المستهلك الإلكتروني

يُعد المستهلك الإلكتروني طرفًا أساسيًا في العلاقة التعاقدية التي تنشأ عبر الوسائط الرقمية، حيث يقوم باقتناء السلع أو الاستفادة من الخدمات المعروضة من قبل الموردين من خلال شبكة الإنترنت ويتميز هذا النوع من المستهلكين بعدم توافر الاتصال المباشر مع البائع، مما يجعله في وضع أضعف من الناحية القانونية والفنية، وهو ما استدعى تدخل المشرّع لتحديد مفهومه بدقة وتوفير إطار قانوني يضمن له الحماية الكافية في ظل البيئة الرقمية وما تفرضه من خصوصيات.

قسم هذا المبحث في مطلبين أدرجنا في المطلب الأول تعريف وخصائص المستهلك الإلكتروني أما المطلب الثاني تناولنا فيه حقوق والتزامات المستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول: تعريف وخصائص المستهلك الالكتروني

تتم التجارة الالكترونية عن طريق إبرام عقد الكتروني والذي يكون بين طرفين وهما الموارد الالكتروني والمستهلك الالكتروني في هذا المطلب سنتناول وفي هذا المطلب سنتناول الإطار المفاهيمي للمستهلك الالكتروني من تعريف وخصائص والتزامات وغيرها

الفرع الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني

من خلال هذا الفرع سنتطرق لتعريف المستهلك الإلكتروني من الجانب التشريعي و من الجانب الفقهي

أولا: تعريف المستهلك الالكتروني تشريعيا:

عرف المستهلك الإلكتروني على أنه : "**كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي**".[1]

1-تعريف المشرع الفرنسي للمستهلك الالكتروني:

عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي 26 يوليو 1993 المستهلكون بأنهم: هم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني"[2]

المستهلك الإلكتروني هو الشخص الذي يُبرم عقودًا إلكترونية (مثل الشراء أو الإيجار أو القرض) لشراء سلع أو خدمات لتلبية احتياجاته الشخصية أو العائلية، دون إعادة بيعها أو استخدامها في نشاطه المهني، ودون امتلاك الخبرة الفنية لإصلاحها ويشمل ذلك أي شخص يتعاقد عبر الوسائل الإلكترونية للحصول على منتجات أو خدمات لاستهلاكه الخاص أو استهلاك من يعولهم.

2- تعريف المشرع المصري للمستهلك:

حرس قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 في المادة الأولى منه: " المستهلك بأنه كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإصلاح احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري تعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص".[3]

---

[1]- المادة 6 من قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018،يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، ع 28 صادرة في 16 ماي 2018.

[2]- ضيف روفية ، "**المستهلك الالكتروني ومبررات حمايته**" ، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي :ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23 و 24 افريل 2018،المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف – ميلة ، الجزائر، 2018 ، ص 4.

[3]-عبد الله ديب عبد الله، المرجع السابق، ص 11.

3-تعريف المشرع الفلسطيني للمستهلك:

عرف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنه 2005 في مادته الأولى المستهلك بأنه: "كل من يشتري أو يستفيد من خدمة".[1]

4-تعريف المشرع الجزائري للمستهلك:

كما أشار المشرع الجزائري إلى أن المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به. [2]

عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في المادة 06 فقرة 03 من القانون رقم: 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "**كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي**".[3]

أما القانون رقم 09-03 في المادة 03 عرف المستهلك بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتنين بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر او حيوان متكفل به."[4]

5-تعريف اتفاقية روما 1980 للمستهلك الالكتروني:

عرفت اتفاقيه روما سنه 1980 المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على العقود الدولية المستهلك بطريقه غير مباشره وذلك عند قيامها بتحديد نطاق تطبيقها حيث نصت على ان تنطبق هذه الاتفاقية على العقود الدولية المبرمة لغرض توريد القيم المادية قيم ماديه منقولة أو خدمات إلى شخص المستهلك استخدام يعتبر غريبا عن نشاطه مهني

---

[1] عبد الله ديب عبد الله، المرجع السابق، ص 10

[2] – ضيف روفية ، المرجع السابق ، ص4 .

[3] القانون رقم: 05/18، المرجع السابق.

[4] محمد عماد الدين عياض، "**نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش**"، دفاتر السياسة والقانون، ع 09، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2013، ص 63.

-تعريف التوجه الأوروبي للمستهلك الالكتروني:

عرف التوجه الأوروبي رقم سبعه لسنه 1997 المتعلق حماية المستهلك في العقود التي يتم إيرادها عن بعد المستهلك باعتباره كل شخص طبيعي يتعاقد من اجل غاية لا تدخل في نطاق نشاطه المهني ويعتبر هذا التعريف هو ذات التعريف التي الذي تطرق له التوجيه الأوروبي رقم 31 لسنه 2000 المتعلق بالتجارة الإلكترونية مع إضافة لفظ النشاط التجاري إلى جانب المهني.[1]

المستهلك الالكتروني هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل على السلعة أو الخدمات المنهي لأغراض غير تجارية سواء بمقابل او بدون مقابل ومن خلال شبكات الاتصال الإلكترونية وبالتالي هو نفس المستهلك الذي يتعامل في التعاقدات التقليدية ولكن الفرق انه يتعامل عبر وسيله الكترونية عبر الشبكات الاتصال العالمية وبناء على ذلك يتمتع المستهلك الإلكترونية بنفس الحقوق والحماية المقررة المستهلك العادي مع مراعاة الخصوصية التي تميز العقد الالكتروني كونه يتم عن بعد.[2]

ثانيا: تعريف المستهلك الالكتروني فقهيا:

ما هو كل شخص الذي من اجل احتياجاته الشخصية غير المهن المهنية يصبح طرف التعاقد تموين بسرعة أو خدمة كما يقصد به أيضا الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد إشباع حاجته الشخصية أو العائلية أو أيا كانت طريقة التزود بها تقليديه أم الكترونية كما نجد تعريفا آخر المستهلك حيث يقصد به كل شخص يتزود بسلعة أو خدمات لإشباع حاجته الشخصية أو العائلية إذا لم يتعلق بأعمال مهنيه سواء كان شخصا طبيعيا أو اعتباريا سواء كان مهنيا أو لا .[3]

---

[1] زواوي عباس ومناع سلمى، مداخله الملتقى الدولي السابع عشر حول "**الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة**"، المنعقد يوم 11 و 10 و 11 ابريل 2017 من طرف مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة ومخبر اثر الاجتهاد القانوني على حركه التشريع ،كليه الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر،

13- ياسين جاب الله عويسي عبد الحميد، "حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري"، مذكره ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021، ص 3 .

[3] ضيف روفية، المرجع السابق، ص 4.

فالمستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية ولكنه فقط يتعامل عبر وسيلة الكترونية من خلال شبكات اتصال عالمية .[1]

كما تطرق بعض الفقهاء إلى تعريف المستهلك الإلكتروني من خلال اتجاهين وهما:

1-التعريف الضيق للمستهلك:

يرى هذا الاتجاه أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف إشباع و تلبية رغباته و احتياجاته الشخصية والعائلية أو بمعنى أخر هو الذي يقوم باقتناء الخدمات والسلع لاستعماله الشخصي أو استعمال أفراد أسرته أو للأشخاص الذين يعولهم بمعنى اقتصار الاستهلاك فقط على شخص طبيعي دون معنوي.[2]

كما عرف بأنه: "**الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتوج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له، وتمتد نفس الصفة إلى المورد الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه**".[3]

2-التعريف الواسع للمستهلك :

يعرف هذا الاتجاه المستهلك على انه يشمل كل شخص يقوم بتصرف قانوني من اجل استخدام السلع و الخدمات استخداما شخصيا أو مهني سواء كان شخصا طبيعيا أو شركة أو منتجا وبذلك يشمل المعاملات التجارية بين المنتجين أنفسهم .[4]

---

[1] عبدلي أمينة، "**الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل التعاقد**"، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية، ع 05، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2018، ص 68.

[2]-عبد الله ذيب عبد الله محمود، "**حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة**"، مذكرة ماجيستير، تخصص القانون الخاص ،كلية الدراسات العليا ،جامعة النجاح الوطني نابلس، فلسطين، 2009، ص8.

[3] عمرون ليدية، ماديو بيلال، "**حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18-05**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة مولود معمري –تيزي وزو-، الجزائر، 2019، ص 10.

[4]- عبد الله ذيب عبد الله، محمود المرجع السابق، ص 14.

المطلب الثاني: حقوق والتزامات المستهلك الالكتروني

أدى الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية إلى بروز المستهلك الإلكتروني كطرف رئيسي في العلاقات التعاقدية الرقمية، مما استوجب من المشرّع وضع إطار قانوني يضمن له الحماية الكافية فالمستهلك في البيئة الرقمية يواجه مخاطر متعددة، منها غياب الاتصال المباشر وضعف القدرة على التحقق من المنتج أو الخدمة. ومن ثم، ظهرت حاجة ملحة لتحديد حقوقه الأساسية، كحق الإعلام، والضمان، والعدول، إلى جانب التزامه بحسن النية والامتثال لشروط العقد. وقد نظّمت التشريعات، وعلى رأسها القانون رقم 18-05، هذه الحقوق والالتزامات بهدف تحقيق التوازن بين الطرفين وضمان الثقة في المعاملات الإلكترونية.

الفرع الأول: حقوق المستهلك الالكتروني

من أهم الحقوق التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني هي الحق في الإعلام :

وهو التزام سابق للعقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن بالظروف وكذلك المعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، ضف إلى ذلك لديه الحق في الحصول على نسخه من العقد بعد إبرامه وكذلك نسخة من الفاتورة بعد التسلم الطرد من المورد ، كذلك لديه الحق في الحصول على سلعة مطابقة للمنتوج الموضوع في الإعلان وغير معيبة وفي حال عدم مطابقة المنتوج أو في حال عدم احترام الآجال المحددة يمكن للمستهلك أن يعيده ويسترجع أمواله.[1]

لم يُخصّص المشرّع الجزائري نصًا صريحًا ومستقلاً يُعرّف من خلاله حق المستهلك في الإعلام، غير أنه تناول هذا الحق ضمنًا من خلال التنصيص على آلياته ومظاهره العملية في مختلف النصوص القانونية، لاسيما في القانون المدني وفي التشريعات الخاصة بحماية المستهلك.

[1] وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الجزائرية ، دليل إرشادي خاص بالتجارة الإلكترونية ، جانفي سنة 2024 ،ص8

فبالرجوع إلى الفقرة الأولى من المادة 351 من القانون المدني المتعلقة بأحكام عقد البيع، نجد أن المشرّع أكّد على ضرورة التزام البائع، وخاصة المحترف، بإعلام المشتري، حيث نصّ على أن: **"يجب أن يكون المشتري عالمًا بالمبيع علمًا كافيًا ويُعد العلم كافيًا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه[1]"**.

كما نصّ القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على مصطلح الإعلام بشكل صريح، حيث أوجبت المادتان 17 و18 منه على كل متدخل في عملية عرض المنتوج أن يُعلم المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج الموجه للاستهلاك، سواء عن طريق الوسم، أو وضع العلامات، أو بأي وسيلة أخرى[2].

كما شدّد المشرّع في ذات النصوص على أن تكون تلك المعلومات مقروءة، مفهومة، غير قابلة للإزالة أو المحو، ضمانًا لوضوحها وتمكين المستهلك من الاطلاع عليها دون لبس، تكريسًا لحقه في اتخاذ قرار استهلاكي مبني على المعرفة والشفافية.

حق المستهلك في الإعلام هو التزام قانوني يفرض على جميع الأطراف المتدخلين في إبرام العقد الاستهلاكي بوجوب تقديم معلومات واضحة وشاملة للمستهلك حول مكونات السلعة أو الخدمة، وسعرها، وخصائصها الجوهرية، وذلك بهدف تحقيق تكافؤ معرفي بين الطرفين ويُتاح تحقيق هذا الإعلام بوسائل مختلفة تشمل الكتابات، والعلامات، والصور، والملصقات، والتماثيل، وغيرها من الوسائل التي تضمن وضوح المعلومات وسهولة الوصول إليها[3].

---

[1] ثقر رشيد، "**حق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2021، ص 10.

[2] القانون رقم 09-03، المرجع السابق.

[3] لعوامري وليد، "**حق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري**"، مجلة الدراسات القانونية –مخبر السيادة والعولمة–، ع 01، جامعة المدية، الجزائر، 2019، ص 157.

ويعرفه البعض على أنه: "**تنبيه أو إعلام الظالم التعاقد بصورة من شانها إلقاء الضوء على واقعه أو عنصر من عناصر التعاقد المزعم إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ظل حاجته وهدفه من إبرام العقد.**"[1]

الفرع الثاني: التزامات المستهلك الالكتروني

بموجه بنص المادة 17 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية أشار المشرع الجزائري إلى التزام المستهلك الالكتروني للحفاظ السمعة أو المنتج .

أما بالنسبة لواجبات المستهلك فنذكر منها :

- دفع الثمن المتفوق عليه عند إبرام العقد ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك ،

و الأصل أن يكون الدفع فوريا ما لم يقم الطرفين بالاتفاق على تحديد مده لدفع الثمن أو جزء منه أو بقرار من القاضي وذلك وفقا لما جاء في نص المادة 388 من القانون المدني.

المادة 388 من ق م" **يكون ثمن مبيع مستحقا في الوقت الذي يقع فيه تسليم المديح ما لم يوجد اتفاق او عنف يقضي بخلاف ذلك** ..."

ويكون دفع الثمن الطرق المختلفة سواء عن طريق الشباك ولكن ذلك غير مناسب للمعاملات التي بها الكترونية وهذا ما عجل لإيجاد حلول بديله تتلاءم مع هذا النوع من المعاملات فظهر الدفع الالكتروني كوسيلة تتناغم مع متطلبات تجاره الالكترونية .

كما نجد أن المستهلك ملزم أيضا بتسلم المبيع الذي يقابل التزام المورد بتسليم المبيع طبقا لنص المادة 394 من قانون المدني الجزائري[2]

- توقيع استمارة الاستلام عند التسلم الفعلي للسلعة.
- استلام نسخة وصل الاستلام وجوبا [1].

[1]-يلوى عمر راشد المنصوري، "حماية **المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام دراسة تحليلية في القانون الإماراتي**،" ، مذكرة ماجيستير، كلية القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة الإمارات ، 2022 ، ص 5.

[2]- عجوني محمد محاضرات في مقياس عقود التجارة الالكترونية على ضوء التشريع الجزائري القيت على طلبه السنه الثانيه ماستر تخصص قانون الاعمال جامعه محمد خيضر بسكره كليه الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق بسكره الجزائر سنوات 2018 ص 64 .65

المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

تُعد حماية المستهلك من المواضيع ذات الأهمية المتزايدة في ظل التطورات الاقتصادية وتعدد أساليب التسويق. فقد أصبح المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، ما يفرض ضرورة توفير حماية قانونية له، خاصة في المرحلة السابقة لإبرام العقد ومن أبرز صور هذه الحماية، ضمان حق المستهلك في الحصول على معلومات صحيحة وكاملة حول المنتج أو الخدمة، والحماية من الإشهار المضلل وقد كرس المشرع الجزائري هذه المبادئ من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ويهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على الالتزامات القانونية السابقة للتعاقد، ومدى فعاليتها في تحقيق توازن حقيقي بين المتعاقدين.

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني

مع تطور التجارة الإلكترونية، بات المستهلك يواجه مخاطر جديدة تتعلق بالغش التضليل، وضعف المعلومة. وفي هذا السياق ظهرت الحاجة إلى تعزيز الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، خاصة فيما يتعلق بالتعويض عن الأضرار الناتجة عن الإخلال بالالتزامات التعاقدية أو التضليل في العرض وقد عمل المشرع الجزائري على مواكبة هذه التطورات من خلال أحكام قانون حماية المستهلك، مع ضرورة تكييفها مع خصوصيات البيئة الرقمية.

الفرع الأول : الحماية قبل التعاقد

نظرا إلى الأخطار التي يتعرض لها المستهلك في المرحلة السابقة ابرام العقد أصبح يحتاج هذا الأخير إلى حماية تعزز موقفه ليكون التعاقد سليما وبالتالي كرس المشرع الجزائري حماية خاصة له قبل إبرام العقد والتي تعد التزامات على عاتق الطرف المتعاقد الثاني وتتمثل هذه الحماية في حق المستهلك بالإعلام وحق المستهلك بالحماية

[1] - المرجع نفسه ، ص 8

أولا :حق المستهلك بالإعلام:

1/تعريف حق المستهلك بالإعلام:

يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصداقية والوضوح [1]

كما عرف أيضا على انه: "التزام يغطي المرحلة السابقة للتعاقد مضمونه قيام التاجر المحترف بالإفضاء للمستهلك بالمعلومات الجوهرية كافة التي يجهلها عن السلعة أو الخدمة وحصوله عليها من غير طريق المحترف بحيث يكون إقباله على التعاقد عن غذاء حر ووعي مستنير .

ولقد تناول المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام من خلال الفصل الخامس المعنون بالتزام إعلام المستهلك في المواد 17، 18 من القانون رقم 09 /03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع حيث نصت المادة 17 من نفس القانون على ما يلي :

يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلاقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تحدد الشروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم.

ثانيا: خصائص الالتزام الإعلام قبل التعاقد:

يتميز الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في مجموعه من الخصائص التي تميزه عن غيره من الالتزامات المشابهة له والتي نذكر منها ما يلي

1/الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ذوطبيعة وقائية:

يلعب الالتزام بالإعلام قبل التعاقد دورًا وقائيًا في ضمان رضا سليم خالٍ من العيوب، مما يمنع بطلان العقد لاحقًا، خاصة في حالتي الغلط والتدليس فعندما يحصل الطرف على المعلومات الكافية،

[1]– بلقاسم راقع ، "**ضمانات حماية المستهلك**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021، ص 14.

يصبح رضاه مستنيرًا، فلا يجوز له الادعاء بالجهل أو الغلط ويتجلى هذا الدور الوقائي بوضوح عند كشف العيوب الخفية للمتعاقد، مما يحميه من المفاجآت التي قد تؤثر على إرادته.

2/الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام بتحقيق نتيجة أو بذل العناية :

يرى غالبية الفقهاء أن الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في قانون الاستهلاك هو التزام بتحقيق نتيجة، أي نقل المعلومات الإجبارية للمستهلك لضمان سلامة رضاه، وليس مجرد بذل عناية. بينما يرى رأي آخر أنه التزام ببذل عناية، حيث يقتصر دور المهني على تقديم المعلومات دون ضمان استيعابها أو تأثيرها في قرار المستهلك، الذي قد يتخذ قرارًا متسرعًا رغم توفر البيانات.

3/الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام عام :

يُعد الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزامًا عامًا يشمل جميع العقود، إلا أن مضمونه نسبي يختلف باختلاف طبيعة العقد ففي عقود الاستهلاك – على سبيل المثال – تزداد أهميته نظرًا للتفاوت المعرفي الكبير بين المستهلك والمحترف، وما يضعه المستهلك من ثقة كبيرة في الخبراء الذين يمتلكون معرفة دقيقة بالسلع والخدمات وبذلك، يختلف نطاق واجب الإعلام ودرجته حسب نوع العقد وطبيعة العلاقة بين الأطراف.[1]

ثالثا /شروط الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد :

- يجب أن يكون الإعلام كافيا ومكتوبا باللغة العربية و واضحا ومرئيا
- يجب أن يكون الإعلام صادقا
- يجب أن يكون للمستهلك مهله لتروي والتفكير [2]

[1]– زرارقة عيسى ، " **الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية وقائية لحماية المستهلك في مرحلة التفاوض**"، الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية ، ع الاول ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي الشريف بوشوشة .افلو ، جامعة الاغواط، الجزائر، 2023 ، ص.ص. 755.756 .

[2]– زرارقة عيسى المرجع نفسه، ص 758. 757

رابعا : مبررات الالتزام بالإعلام

1/ مبررات قانونية:

أظهرت النظرية التقليدية قصوراً في توفير الحماية الكافية لرضا المستهلك من عيوب الإرادة في المرحلة السابقة للتعاقد، مما يستدعي تبني تشريعات خاصة تضمن تحقيق رضا كامل ومستنير لدى الأطراف عند إبرام العقود. ويبرز هنا دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية أساسية لحماية الرضا التعاقدي، الذي يشكل في المنظور القانوني المعاصر ركناً جوهرياً لصحة العقد.

2/ مبررات مادية :

أدى التطور التكنولوجي وتعقيد المنتجات الحديثة إلى اتساع الفجوة المعرفية بين الأطراف المتعاقدة، مما يستلزم ضمان رضا مستنير وخالٍ من العيوب لتحقيق التوازن التعاقدي فالمستهلك – في ظل تعقيد السلع وتخصصها – يحتاج إلى إعلام كافٍ وواضح لاتخاذ قرار سليم، مما يجعل الإعلام قبل التعاقد ضرورةً قانونيةً واقتصاديةً لضمان العدالة بين المتعاقدين. [1]

لقد تناول المشاريع الجزائري والالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد بمقتضى القانون المدني والعديد من المراسيم التنفيذية والتي نذكر منها :

أ.لقانون المدني الجزائري:

نص المشرع الجزائري على الالتزام بالإعلام في القانون المدني من خلال نصوص المواد:

– المادة 1/352: تشترط علم المشتري الكافي بمواصفات المبيع الأساسية دون إلزام البائع بكافة التفاصيل.

– المادة 2/86: تحظر الكتمان التدليسي، مما يفرض على العاقد إفشاء المعلومات الجوهرية التي تؤثر في القرار التعاقدي.

ب/ قوانين خاصة:

بالنسبة القوانين الخاصة فقد تناول المشرع الجزائري الإعلام بالالتزام في القوانين التالية:

[1]–زرارقة عيسى المرجع السابق، ص 756 . 757

- قانون الممارسة التجارية 04/02 (2004): يوجب إعلام المستهلك بالأسعار وشروط البيع.

- قانون حماية المستهلك 09/03 (2009): يفرض إعلام المستهلك بكل خصائص المنتج (المادة 17) ويعززه المرسوم 13/378.

- قانون التجارة الإلكترونية 18/05 (2018): يخصص مواد (11-13) لحماية المستهلك الإلكتروني عبر توثيق العقود وإلزام المورد بالإعلام الواضح.[1]

ثانيا : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام:

يترتب على الإخلال بالالتزام بالإعلام جزاءات متعددة تشمل الإبطال أو الفسخ للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري بسبب عدم الإعلام الكافي وفقاً للمواد 86 و87 من القانون المدني، كما قد يؤدي إلى فسخ العقد في حالات عدم مطابقة المبيع للغرض المطلوب طبقاً للمادة 353 من نفس القانون. بالإضافة إلى ذلك، يخضع للمسؤولية المدنية التقصيرية عن الأضرار الناجمة عن خطئهم في الإعلام بمقتضى المادة 1352 من القانون المدني الفرنسي، كما يتحملون عقوبات جزائية في حالة مخالفة التشريعات الخاصة بالإعلام والوسم، حيث تنص المادة 28 من قانون حماية المستهلك على عقوبات تتراوح بين الغرامات المالية والحبس، وتصل غرامة عدم الإعلام بالأسعار بموجب المادة 31 من قانون 04-02 إلى 100.000 دج. وبذلك يجمع المشرع بين الجزاءات المدنية والجزائية لضمان حماية فعالة للمستهلك.[2]

أما فيما يتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك فقط تناولها المشرع الجزائري في بالمرسوم التنفيذي رقم 13 378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات المتعلقة بالمستهلك والذي نص على ما يلي :

[1]- زرارقة عيسى، المرجع السابق، ص 759 .760.

[2]- علو سعاد، "**الحماية العقدية للمستهلك**"، مذكر ماستر، تخصص قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، الجزائر، 2016، ص ص 23، 24.

تنص القواعد العامة للمعاملات التجارية على ضرورة علم المشتري الكافي بالمبيع، بما ينفي الجهالة، وفقاً للمادة 352 من القانون المدني الجزائري ويُعتبر هذا العلم كافياً فقط إذا تضمن العقد بيان المبيع ومواصفاته الأساسية ولضمان ذلك، فرض المشرع التزامات على التجار تهدف إلى حماية حقوق المستهلك وضمان شفافية الممارسات التجارية.

الفرع الثاني : حماية المستهلك من الإشهار المظلل:

أولا : تعريف الإشهار:

هناك العديد من التعريفات المختلفة لإشهار والتي نذكر منها ما يلي:

يعرف الإشهار على أنه: " أداة اتصال غير مباشرة تُستخدم لعرض الأفكار والسلع والخدمات والترويج لها، حيث تقوم جهة معروفة بتمويله مقابل مبلغ مادي محدد."

كما يعرف أيضا على انه عبارة عن:

"عملية اتصال غير شخصية تتم عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، يقوم فيها المعلنون بدفع تكلفة معينة لنقل معلومات محددة إلى جمهور مستهدف، مع ضرورة الكشف عن هوية المعلن".[1]

ثانيا: تعريف الإشهار المضلل:

1/ التعريف الفقهي:

توجد العديد من التعاريف الفقهية للإشهار المضلل والتي نذكر منها التالي :

يعرف على انه: "كل إشهار يؤدي إلى التأثير على المستهلك من خلال حذف الإسقاط بعض العناصر في خطاب الإشهار". [2]

---

[1] – لامية طالة ، كهينة سلام ، " **حماية المستهلك من جريمة الإشهار التجاري المضلل و الكاذب : قراءة قانونية في ظل التشريع الجزائري**" ، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية ، ع 03 ، كلية علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 3 ، ص196.

[2] – نجومن قنوز سناء، "**الآليات الوقائية لحماية المستهلك من الإشهارات المظللة بين الحماية التقليدية والحماية الإلكترونية**" ، مجله الحقوق والحريات، المجلد 10 ، ع 02 ، بجاية، الجزائر، سنة 2022 ، ص1052.

كما يعرفه جانب من الفقه المصري على أنه: "هو ذلك النوع من الإعلانات الذي قد يُوقع المستهلك في الخداع، ليس بالضرورة من خلال ادعاءات كاذبة صراحةً، ولكن عبر تأكيدات أو تصريحات مُضللة تُقدّم الحقائق بشكل ناقص أو مُحرّف، مما يُوحي بمعنى غير دقيق ويؤثر على قرار المستهلك بشكل خادع. [1]

2/ التعريف القانوني:

لم يقم المشرع الجزائري بتعريف صراحة على مفهوم الإشهار التضليلي لكن تطرق له من خلال مشاريع القوانين و المراسيم التنفيذية ، حيث اعتبره نتيجة حتمية للإشهار الكاذب. فمشروع قانون 1999 (المادة 11) ومشروع 2015 (المادة 9/3) ربطا التضليل بالادعاءات أو العروض الخاطئة أو الغامضة التي تخدع المستهلك كما أن المادة 28 من القانون 04-02 المعدل نصت على أن الإشهار غير الشرعي يشمل أي تصريحات أو بيانات مضللة حول خصائص المنتج أو الخدمة، حتى لو لم تكن كاذبة صراحة، ما دامت تخلق لبساً لدى المستهلك.[2]

أكد المرسوم التنفيذي 13-378 هذا المنحى بمنع أي بيانات أو طرق عرض تُوهم المستهلك بمعلومات خاطئة عن المنتج وبذلك اتخذ المشرع الجزائري نهجاً يركز على الأثر التضليلي للإشهار سواءً كان كاذباً أم غامضاً، دون حصر التضليل في الكذب الصريح فقط.[3]

ثالثا : أنواع الإشهار المضلل:

الاشهارات المضللة عدة أنواع يختلف كل نوع فيها عن الآخر ونضرا لخطورتها آثارها على المستهلك تم تقسيمها إلى قسمين أساسيين اثنين :

---

[1]- بن نجمة إيمان ، "الآليات القانونية لحماية المستهلك من الإشهار المضلل"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق ، جامعة أدرار ، الجزائر ، سنة2020-2021 ، ص 8.

[2] القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، متعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، 27 جوان 2004.

[3]- بن نجمة إيمان ، المرجع السابق، ص.ص 10.11 .

1 التقسيم الأول:

أ/ الإشهار المُضلِّل بذاته: وهو الذي يتضمن عبارات أو بيانات تُحدث التضليل حتمًا، كما جاء في المادة 68 من القانون 09-03 التي تعاقب كل من "خدع" المستهلك عبر إشهار يحتوي على ادعاءات كاذبة أو مضللة. [1]

ب / الإشهار المحتمل تضليله: وهو الذي يحتمل أن يُوهم المستهلك دون تأكيد، حيث أشارت المادة 68 ذاتها إلى من "يحاول أن يخدع"، كما نصت المادة 28 من القانون 04-02 على منع الإشهار الذي يتضمن "عناصر يمكن أن تؤدي إلى التضليل أو الالتباس".

وهكذا يميز المشرع بين التضليل المباشر والمحتمل، معتبرًا كليهما ممنوعًا قانونًا.

2/ التقسيم الثاني:

أ. الإشهار المضلل تضليلاً مألوفاً:

يعتمد هذا النوع على التركيز على مميزات المنتج أو الخدمة مع إغفال ذكر عيوبها أو سلبياتها، وهو أسلوب شائع في المجال الإشهاري ويبقى هذا التضليل مقبولاً طالما لم يتجاوز حدود المعقول، حيث يتم تقييم مدى قبوله بناءً على معيارين: المعيار الذاتي الذي يركز على نية المعلن، والمعيار الموضوعي الذي يعتمد على إدراك المستهلك العادي.

ب / الإشهار المضلل بطريق الترك:

يتمثل هذا النوع في حذف معلومات جوهرية أو حقائق مهمة عن المنتج أو الخدمة، سواء كان هذا الإغفال متعمداً أو غير مقصود ويُعد هذا الشكل من التضليل بمثابة "كذب سلبي"، لأنه يعتمد على إخفاء الحقائق بدلاً من تقديم معلومات خاطئة، مما يحرم المستهلك من بيانات قد تؤثر على قراره الشرائي.

[1] القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، ع 15.

ج / الإشهار المبالغ فيه:

رغم أن المبالغة تعتبر أسلوباً مقبولاً في الإشهار أحياناً، إلا أنها قد تتحول إلى تضليل عندما تتجاوز الحدود المعقولة وتؤدي إلى خداع المستهلك. ويتم تحديد ما إذا كانت المبالغة مشروعة أو مضللة بناءً على مدى تأثيرها على المستهلك العادي، فإذا أدت إلى تصورات خاطئة أو توقعات غير واقعية، فإنها تدخل في نطاق الإشهار المحظور.[1]

رابعا / عناصر الإشهار المضلل :

1 / العنصر المادي للإشهار المضلل:

هو أي سلوك يصدر عن المعلن يؤدي إلى تضليل المستهلك، سواء أكان بشكل إيجابي: عبر تقديم معلومات غامضة أو غير دقيقة عن السلعة أو الخدمة، أو بشكل سلبي: بالامتناع عن ذكر بيانات جوهرية تُعد ضرورية لاتخاذ القرار (التضليل بطريق الترك).

أ/ شروط تحقق العنصر المادي:

–وجود إشهار: رسالة موجهة للمستهلك لتحفيزه على الشراء.

–التأثير المضلل: أن تحتوي الرسالة على معلومات أو صياغة تخدع المستهلك، حتل وكانت البيانات جزئياً صحيحة لكنها تخلق انطباعاً زائفاً.

–**تعلق التضليل بعناصر أساسية:**أن ينصب الخداع على خصائص جوهرية في السلعة أو الخدمة تؤثر في قرار المستهلك. [2]

ب / العنصر المعنوي الإشهار المضلل:

يتعلق هذا العنصر بمدى توفر "سوء النية" لدى المعلن عند تقديمه إعلاناً مضللاً، بهدف خداع الجمهور. ويختلف الفقه حول اشتراط هذا العنصر:

[1]– نوجمن قنوز سناء ، المرجع السابق ص–ص 1054– 1056.

[2]– لامية طالة ،كهينة سلام ،المرجع السابق ، ص 199.

– **الاتجاه الأول:** يرى أن جريمة الإشهار المضلل "جريمة مادية"، يكفي لقيامها مجرد وجود بيانات غير مطابقة للواقع، دون الحاجة إلى إثبات سوء نية المعلن.

– **"الاتجاه الثاني":** يعتبر أن سكوت المشرع عن النص على استبعاد سوء النية لا يعني إلغاءه، وأن الإهمال أو الخطأ لا يكفيان لقيام التضليل، بل يجب توفر القصد الاحتيالي.

غير أن الراجح هو أن الإشهار المضلل لا يشترط فيه سوء النية، إذ يكفي أن يكون محتواه غير مشروع (مضللاً) لتحميل المعلن المسؤولية، وذلك نظراً لخطورة تأثير الإعلانات على المستهلك وصعوبة إثبات القصد الجنائي فحماية المستهلك تقتضي معاقبة أي إشهار مخادع، سواء كان صادراً عن عمد أو إهمال.[1]

خامسا: الشروط المتعلقة بمحل الإشهار وأطرافه :

1/شروط محل الإشهار (السلعة أو الخدمة) :

– يجب أن يكون محل الإشهار مشروعاً وسليماً، سواء كان سلعة تشمل كل المنقولات (زراعية، صناعية، غذائية، صيد، طاقة...) أو خدمة تشمل أي عمل غير تسليم سلعة (إصلاح، تأمين، استشارات، سياحة، صيانة...).

2/شروط المعلن (الطرف المعلن

– يُطلَق على المعلن تسميات مختلفة (المحترف، المتدخل، العون الاقتصادي، المورد الإلكتروني) ، و الذي تقع عليه العديد من الالتزامات تتمثل في ما يلي :

– ذكر اسمه في الإشهار ، الجدية في العرض ، توفير كميات كافية من المنتج/الخدمة ، تقديم بيانات صحيحة عن المنتج ، مسؤولية الوكالات الإشهارية ومقدمي الخدمات الإلكترونية في حالة الإعلانات المضللة.

[1] – لامية طال، معينة سلام ، المرجع نفسه ، ص.ص199 .200.

الفرع الثاني :الحماية بعد التعاقد

تتمثل الحماية بعد التعاقد فيما يلي:

أولا :العرض التجاري الإلكتروني

1/ التعريف الفقهي للعرض التجاري الالكتروني:

هو واجب قانوني يسبق إتمام العقد الإلكتروني يفرض على المورد الإلكتروني تقديم جميع البيانات والمعلومات التفصيلية الخاصة بالمنتج أو الخدمة المعروضة عبر الإنترنت، كشرط لصحة العقد الذي يوافق عليه المستهلك."[1]

يُعدّ العرض التجاري الإلكتروني وسيلة تهدف إلى تمكين المستهلك من الإطلاع المسبق على خصائص المنتج أو الخدمة وشروط التعاقد المتعلقة بهما، وذلك قبل إبرام العقد، بما يسمح له باتخاذ قرار مدروس ومستنير ويترتب على قبول المستهلك لهذا العرض إبرام عقد إلكتروني تُستوفى فيه الأركان القانونية للعقد، ويُعد هذا العقد اتفاقاً ملزماً من الناحية القانونية بين المورد والمستهلك، يتضمن كافة الشروط والأحكام المنظمة للمعاملة الإلكترونية.[2]

2/التعريف القانوني للعرض التجاري الإلكتروني:

نصّ المشرع الجزائري في المادة 10 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 على أن "كل معاملة تجارية إلكترونية يجب أن تسبقها عرض تجاري إلكتروني، وتُوثق بعقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك".

أما المادة 11 من نفس القانون، فقد أوجبت على المورد تقديم هذا العرض بطريقة واضحة ومفهومة، مع ذكر معلومات محددة (على سبيل المثال لا الحصر).

---

[1] – قصوري فهيمة، "**خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الالكتروني طبقا للتجارة الإلكترونية**"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، ع 5، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة1، الجزائر، 2018، ص 189.

[2] شطيبي أمل، لموشية سامية، "**العرض التجاري الإلكتروني بين الفاعلية والالتزام على ضوء القانون 18-05**"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، ع 01، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2024، ص 287.

من خلال استقراء هاتين المادتين، يتبين أن المشرع الجزائري لم يُعَرِّف العرض التجاري الإلكتروني، بل اكتفى ببيان شروطه وخصائصه الأساسية، تاركًا مهمة التعريف للفقهاء، وهو منهج سليم لأن وضع التعاريف عادةً ما يكون من اختصاص الفقه وليس النص القانوني.[1]

3: شروط العرض التجارية الالكتروني

نصه المادة 11 من القانون 18 05 على انه يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية...."

- أن يتضمن العرض التجاري الالكتروني عبارات واضحة الدلالة وسهلة القراءة
- أن يتضمن أيضا المعلومات الصحيحة والدقيقة.
- ان يستعمل المورد وسائل الكترونية في العرض التجاري الالكتروني [2]

4 : أهمية العرض التجاري الالكتروني:

يُعد العرض التجاري الإلكتروني عنصراً أساسياً في تكوين رضا المستهلك، حيث يعوض غياب التجمع المادي بين المورد والمستهلك عبر شبكات الاتصال فهو يمثل إيجاباً واضحاً من المورد، يقدم من خلاله كافة تفاصيل السلعة أو الخدمة، مما يمكن المستهلك من اتخاذ قرار مستنير خالٍ من الغلط أو التدليس وبمصادقته على العقد الإلكتروني المتضمن لهذا العرض، يُعتبر قبوله تعبيراً صحيحاً عن إرادة حرة.[3]

كما أن المادة 10 من القانون 18-05 تعترف ضمناً بمرحلة المفاوضات الإلكترونية حول العرض، لتُختتم بإبرام العقد الذي يُصادق عليه المستهلك، فيكون ذلك بمثابة قبول نهائي للصفقة. [4]

---

[1]- دوار جميلة ، "**العرض التجاري الالكتروني على ضوء القانون 18 05 أي فعالية**"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية"، ع 1 ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة برج بوعريريج، الجزائر، 2023، ص 47.

[2]- دوار جميلة ، المرجع السابق ، ص 48

[3] شطيبي أمل، لموشية سامية، المرجع السابق، ص 289.

[4]- قسوري فهيمة، المرجع السابق ، ص.ص 189 . 190

5 : المعلومات الواجب توفرها في العرض التجاري الالكتروني

طبقا لنص المادة 11 من القانون 18-05 يجب أن يتوفر العرض التجاري على البيانات التالية :

- 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.
- كيفيات ومصاريف وآجال التسليم
- الشروط العامة للبيع، لاسيما لبنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
- طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا
- كيفيات و إجراءات الدفع
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية
- مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء
- شروط و آجال العدول عند الاقتضاء
- طريقة تأكيد الطلبية
- موعد التسليم وسعر المنتوج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية عند الاقتضاء
- طريقة إرجاع المنتوج أو استبداله أو تعويضه،
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس أخ التعريفات المعمول بها".[1]

[1]- القانون رقم 05/18 ، المرجع السابق.

ثانيا: الحق في العدول

طبقا لنص المادة 14 من القانون 18-05 في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو المادة 13 ، من طرف المورد الإلكتروني ، يمكن للمستهلك الالكتروني أن يطلب إبطال العقد و التعويض عن الضرر الذي خلق به."[1]

1/ تعريفه :

"يُعرّف جانب من الفقه الحق في العدول بأنه ميزة قانونية منحها المشرّع للمستهلك تخوّله الرجوع عن التعاقد سواء بعد إبرام العقد بصورة صحيحة أو قبله، دون أن يتحمل أي مسؤولية تعويضية تجاه المتعاقد الآخر عن الأضرار التي قد تترتب على هذا الرجوع. [2]

حق المستهلك في الرجوع عن العقد المبرم عن بعد من خلال إرجاع السلعة أو رفض الخدمة، في غضون مدة معينة يحددها القانون، دون إبداء أسباب ذلك، مع إلزام المهني بر قيمتها مع تحمل المستهلك مصاريف الرد.[3]

كما يُنظر إلى العدول عن العقد باعتباره وسيلة قانونية تتيح للمستهلك، من جانب واحد، إعادة النظر في الالتزام الذي ارتبط به، وذلك من خلال منحه مهلة للتفكير يمكنه خلالها التراجع عن هذا الالتزام دون ترتيب أي تبعات قانونية ضده.[4]

2/ نطاق تطبيق حق العدول من حيث العقود:

لا يمكن ممارسة حق العدول في العقود التالية:

– توريد السلع أو الخدمات التي يعتمد سعرها على التقلبات في السوق المالية الخارجة عن سيطرة المتداول، ويحتمل أن تحدث خلال فترة السحب

---

[1] القانون رقم 05/18 ، المرجع نفسه.

[2] بوخروبة حمزة، "**حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الالكتروني**"، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04 ع 02، الجزائر، 2019، ص 1392.

[3] – دوار جميلة المرجع نفسه ، ص 54

[4] بوخروبة حمزة، المرجع السابق، ص 1392.

– توريد السلع المصنوعة حسب مواصفات المستهلك أو حسب رغبته الشخصية

– توريد البضائع التي من المحتمل أن تتدهور أو تنتهي بسرع

– توريد السلع التي تم فضها من قبل المستهلك بعد التسليم ولا يمكن إرجاعها لأسباب تتعلق بالنظافة أو الحماية الصحية.

– توريد السلع التي يتم خلطها بشكل لا ينفصل عن غيرها من المواد بعد تسليمها وطبيعتها

– أعمال الصيانة أو الإصلاح التي يتعين القيام بها على وجه الاستعجال في منزل المستهلك والتي طلبها صراحة، في حدود قطع الغيار والعمل الضروري للغاية لمواجهة الطوارئ[1]

3/ آثار حق العدول :

يضمن قانون التجارة الإلكترونية (18-05) والمادة 23 منه حق المستهلك في استبدال السلعة أو استرجاع الثمن إذا لم تكن مطابقة للطلبية، مع إعادتها في غلافها الأصلي خلال 4 أيام عمل، على أن يتحمل المورد تكاليف الإرسال كما يلتزم المورد بإصلاح العيب أو إعادة المبلغ المدفوع، مع حفظ حق المستهلك في التعويض عن الأضرار. [2]

أما قانون حماية المستهلك (18-09 المعدل لقانون 09-03)، فنص في المادة 19 على حق العدول، لكنه أحال شروط وممارسة هذا الحق إلى التنظيم الذي لم يصدر بعد.[3]

[1]– ريمة العايب ، فضيلة سحري ، حق العدول دراسة مقارنة ، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ، مجلد 4 ، العدد1 ، جامعة باجي مختار،عنابة ، الجزائر ، سنة 2021، ص.ص 63.64

[2] بن شلي ججيقة، بوقجار إيمان، "**حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري**"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمي –برج بوعريريج–، الجزائر، 2023، ص 38.

[3]ابيدار جميلة ، المرجع السابق ، ص 55

ثالثا : التعويض عن الضرر:

1/ تعريف الضرر:

الضرر هو كل خسارة مادية أو معنوية تلحق الدائن (المورد أو المستورد) بسبب إخلال المدين بالتزاماته العقدية، مع ضرورة إثبات العلاقة السببية بين الإخلال والضرر لا يكفي مجرد التأخير في الوفاء بالالتزام لإثبات الضرر، بل يجب إثبات تأثر الدائن بهذا التأخير.[1]

2/ التعويض عن الضرر :

لقيام مسؤولية المنتج يشترط وقوع الضرر الذي يعرف على أنه الأذى الذي يلحق بالشخص فيمس حقا من حقوقه أو مصلحة مشروعة له.[2]

"يُعتبر التعويض وسيلة قانونية ملائمة لتعويض الدائن عن الضرر الذي لحق به في عقد نقل التكنولوجيا، نتيجة إخلال المدين بتنفيذ التزاماته التعاقدية." [3]

أ/ شروط التعويض عن الضرر:

- إخلال المدين بالتزامه الذي يرتبه عقد نقل التكنولوجيا
- أن يلحق بالدائن في عقود نقل التكنولوجي اضرر من جراء ذلك
- إعذار المدين للقيام بتنفيذ التزامه العقدي قبل المطالبة بالتعويض و ذلك طبقا لما جاء في نص المادة 179 من القانون المدني: "لا يستحق التعويض إلا بعد اعذار المدين ما لم يوجد نص مخالف لذلك".[4]

ج/ أنواع التعويض عن الضرر:

يوجد نوعان من التعويض:

---

[1] مسعودي يوسف ، المرجع نفسه ، ص.ص 274.275

[2] دمانة محمد، شداني نسيمة، "**التعويضعن المنتوجات المعيبة كحماية لحقوق المستهلكين**"، مجلة الدرسات القانونية والسياسية، ع 01، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر،2020، ص 247.

[3] مسعودي يوسف، المرجع السابق، ص 275.

[4] مسعودي يوسف ، المرجع السابق ، ص.ص 277. 278

-**التعويض الاتفاقي:** يكون مصدر التعويض بنص قانوني حيث يتولى تحديد مبلغ التعويض سلفا وعند تقدير التعويض في هذه الحالة يؤخذ بالأجر الثابت،[1] كما يعرف بأنه يتفق عليه كل من المورد والمستورد في العقد بحيث لا يكون للغير أو القاضي أو المحكم أي دور في تحديده، [2] وبالرجوع إلى القانون المدني الجزائري نجده نص في نص المادة 183 على التعويض الاتفاقي.[3]

- **التعويض قضائي** : يشترط لاستحقاق التعويض القضائي أن يقوم الدائن بإعذار المدين وأن يرفع بعد ذلك دعوى قضائية في مواجهته أمام القضاء حيث يتولى القاضي في تقدير التعويض والحكم به [4]و يصدر بموجب حكم قضائي أو حكم تحكيمي وقد تم النص على التعويض القضائي في حال عدم اتفاق الأطراف عليه ضمن نص المادة 188 من القانون المدني الجزائري.[5]

المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الفرع الأول: جريمة الخداع والاحتيال

أولا: جريمة الخداع

1-تعريف جريمة الخداع:

لم يُورد المشرع الجزائري تعريفًا صريحًا للخداع ضمن النصوص القانونية، غير أن الفقه قد تكفل بتحديد معالمه وبيان طبيعته، فعُرّف بأنه إضفاء مظهر كاذب على واقعة أو أمر ما على نحو يُخالف حقيقته، وذلك بغرض التأثير في إرادة المتعاقد ودفعه إلى إبرام العقد.

---

[1] دمانة محمد، شداني نسيمة، المرجع السابق، ص 249.

[2] مسعودي يوسف ، المرجع السابق ، ص. ص 279. 279

[3] الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

[4] دمانة محمد، شداني نسيمة، المرجع السابق، ص 248.

[5] مسعودي يوسف ، المرجع السابق ، ص. ص 279. 279

كما يُعرف الخداع أيضًا بأنه: "استعمال الكذب أو اللجوء إلى وسائل احتيالية بسيطة من شأنها أن توهم الطرف الآخر بحالة غير مطابقة للواقع فيما يتعلق بالشيء محل التعاقد". [1]

يؤدي الخداع إلى التأثير في إرادة المستهلك وإيقاعه في غلط بشأن طبيعة المنتج أو الخدمة، بغضّ النظر عن نوعها أو خصائصها[2]، فقد ينصب الخداع على طبيعة المنتوج أو في مكونات السلعة أو خصائصها الجوهرية أو في نوع وكمية المنتوج أو أحيانا يكون في مصدر البضاعة أو هويتها.[3]

2-أركان جريمة الخداع

أ-الركن المادي:

بالرجوع إلى القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجده نص عن الركن المادي لجريمة الخداع حيث يتم هذا الأخير من خلال أي وسيلة كانت حول:

-كمية المنتجات المسلمة

-تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا

-قابلية استعمال المنتوج

-النتائج المنتظرة من المنتوج

-طرق الاستعمال والاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج[4]

---

[1] بن سماعيل سلسبيل، "**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، ع 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2017، ص 293.

[2] بوحزمة كوثر، "**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري**"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، ع 02، جامعة ابن خلدون –تيارت–، الجزائر، 2021، ص 100.

[3] فتيحة خالدي، "**الحماية الجزائية للمستهلك –دراسة في ضوء القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**"، مجلة معارف، ع 08 ، معهد الحقوق المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج –البويرة–، الجزائر، 2010، ص53.

[4] القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ح، ع 15، مؤرخة في 08 مارس 2009، ص 20.

المشرع الجزائري لم يشترط في هذه الجريمة إلحاق الضرر بالمستهلك كونها من جرائم الخطر فبمجرد ارتكاب الأفعال المادية سابقة الذكر تقوم الجريمة.[1]

ب–الركن المعنوي

تُعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي لا تقوم إلا بتوافر القصد الجنائي لدى الجاني، ويتحقق هذا القصد بتوافر عنصري العلم والإرادة ويُقصد بالعلم، إدراك الجاني لطبيعة الفعل الذي يرتكبه، ومعرفته بكافة العناصر المكوِّنة للركن المادي للجريمة، أما الإرادة، فهي اتجاه نية الجاني إلى ارتكاب الفعل الإجرامي مع علمه بأنه يشكل سلوكًا مُجرَّمًا ومعاقبًا عليه قانونًا.[2]

يتوافر القصد الجنائي في جريمة الاحتيال عند إبرام العقد إذا كان الخداع كاملاً، أو عند تقديم البضاعة أو عرضها في حالة الخداع أثناء مرحلة الشروع ويُشير الفقه إلى أن مجرد الإهمال البسيط أو انعدام الرقابة من جانب المجني عليه لا يُعدّ دليلاً كافيًا على توافر سوء القصد لدى الجاني[3].

3–العقوبات المقررة لجريمة الخداع

نصت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري بالحبس من شهرين (2) إلى 3 سنوات وغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول ان يخدع المتعاقد

–سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع

–سواء في نوعها أو مصدرها

–سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها

[1] بوحزمة كوثر، المرجتع السابق، ص 101.

[2] بن سماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص 294.

[3] عبد الحليم بوقرين، "**الجرائم الماسة بامن وسلامة المستهلك**"، مذكرة ماجيستير، تخصص قانون جنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد –تلمسان–، الجزائر، 2010، ص 77.

في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.[1]

ترفع العقوبات المنصوص عليها في نص المادة 68 من القانون رقم 03/09 إلى (5) سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة:

-الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة

-طرق ترمي إلى التغليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتوج

-إشارات أو ادعاءات تدليسية

-كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى.[2]

ثانيا: جريمة الاحتيال

1-تعريف جريمة الاحتيال

بالرجوع إلى التشريع الجزائري، يُلاحظ أن المشرع لم يضع تعريفًا صريحًا لجريمة الاحتيال، وإنما اكتفى ببيان صور ووسائل ارتكابها ضمن نص المادة 372 من قانون العقوبات وقد نصت هذه المادة على أن كل من توصل، عن طريق الاحتيال، إلى تسلُّم أو استلام أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو إبراء من التزامات، أو شرع في ذلك، بقصد سلب مال الغير كليًا أو جزئيًا، يُعاقب قانونًا، إذا تم ذلك باستعمال أسماء أو صفات كاذبة، أو سلطة وهمية، أو اعتماد مالي غير حقيقي، أو بإيهام المجني عليه بالفوز بشيء، أو بوقوع حادث أو واقعة وهمية، أو بإثارة الخشية من تحقق أمر معين.[3]

[1] الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 08 يونيو 1966، يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

[2] المادة 69 من القانون رقم 09-03، المرجع السابق.

[3] الأمر رقم 66-156، المرجع السابق.

تُعد جريمة الاحتيال من أخطر المظاهر الإجرامية المعاصرة، نظرًا للتطور السريع في الوسائل الإلكترونية الحديثة، مما سهّل على الجناة تنفيذ أفعالهم الاحتيالية، وجعل المستهلك الإلكتروني أكثر عرضة ليكون ضحية لهذه الأفعال نظراً لسهولة التضليل عبر الوسائط الرقمية.[1]

2-أركان جريمة الاحتيال

أ-الركن المادي

يتكوّن الركن المادي لجريمة الاحتيال من ثلاثة عناصر أساسية، هي: النشاط الإجرامي، والنتيجة الإجرامية، والعلاقة السببية بينهما وسنتناول كل عنصر منها على حدى:

-النشاط الإجرامي:

يتمثل النشاط الإجرامي في جريمة الاحتيال في استعمال إحدى وسائل التدليس المنصوص عليها على سبيل الحصر ومن بينها: استخدام أسماء أو صفات كاذبة، أو اللجوء إلى سلطة وهمية، أو اعتماد مالي خيالي، وذلك بقصد خداع المجني عليه وحمله على التصرف بما يملك.[2]

-النتيجة الإجرامية:

وتتمثل نتيجة هذا الفعل في الحصول على مكاسب أو أموال غير مشروعة، نتيجة استعمال الوسائل الاحتيالية، مما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالغير، سواء من الناحية المالية أو القانونية[3].

-العلاقة السببية: تتمثل في النشاط الإجرامي المتمثل في قيام الجاني باستخدام وسيلة التدليس المتمثلة في سلب مال الغير.[4]

ب-الركن المعنوي

---

[1] حنونة مراد، بن شعاعة عبد الوهاب، "**الحماية القانونية للمستهلك في المجال الإلكتروني**"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة–، الجزائر، 2022، ص 45.

[2] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 104.

[3] حنونة مراد، بن شعاعة عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 46.

[4] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 106.

تُعد جريمة الاحتيال من الجرائم العمدية التي يُشترط لقيامها توافر القصد الجنائي بنوعيه: القصد العام، والمتمثل في علم الجاني بطبيعة فعله وإرادته في ارتكابه، والقصد الخاص، والمتمثل في انصراف إرادته إلى الاستيلاء على مال الغير بنية تملكه دون وجه حق.[1]

يجب أن يُفضي الركن المعنوي في جريمة الاحتيال الإلكتروني إلى التأثير في إرادة المستهلك الإلكتروني، ودفعه إلى استلام البضاعة موضوع التعاقد مع المورد الإلكتروني .[2]

3-العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال

"... يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وبغرامة من 500 إلى 20.000 دينار.

وإذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشر سنوات والغرامة إلى 200.000 دينار.

وفي جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك على الجاني من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 أو من بعضها وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر."[3]

الفرع الثاني: الجرائم الماسة للمستهلك الإلكتروني

سنتطرق في الفرع الأول إلى جريمة التلاعب بالمعطيات أما ثانيا سنتناول جريمة الدخول الغير مصرح به على قاعدة البيانات الخاصة بالتوقيع الإلكتروني

[1] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 105.

[2] حنونة مراد، بن شعاعة عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 46.

[3] المادة 372 من الأمر رقم 66-156.

أولا: جريمة التلاعب بالمعطيات

1-تعريف جريمة التلاعب بالمعطيات

عرّف المشرع الجزائري معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي على أنها كل عملية أو مجموعة من العمليات التي تُنجز باستخدام وسائل آلية أو غير آلية، والتي تهدف إلى التعامل مع معطيات شخصية. وتشمل هذه العمليات، على سبيل المثال لا الحصر: الجمع، التسجيل، التنظيم، الحفظ، الملاءمة، التغيير، الاستخراج، الاطلاع، الاستعلام، الإيصال عن طريق الإرسال أو النشر أو أي شكل آخر من أشكال الإتاحة، بالإضافة إلى التقريب أو الربط البيني، وكذا الإغلاق، التشفير، المسح أو الإتلاف ويشمل ذلك كل نشاط يقوم به شخص طبيعي أو هيئة، يؤدي إلى تعديل أو استغلال هذه المعطيات، سواء لغرض معين أو بدون غرض، وبأي وسيلة كانت، يدوية أو إلكترونية.[1]

بالرجوع إلى المشرّع المصري، نجد أن المادة 30 من الدستور المصري الصادر سنة 2014 والمعدل سنة 2019، قد نصّت على أن أمن الفضاء المعلوماتي يُعد جزءًا أساسيًا من منظومة الاقتصاد والأمن القومي للدولة، وتلتزم الدولة باتخاذ التدابير اللازمة للحفاظ عليه، وذلك وفقاً لما ينظمه القانون كما أكد المشرع على وجوب عدم الإخلال بأحكام قانون حماية المستهلك، بما يضمن التوازن بين حماية الأمن السيبراني وصون حقوق المستهلك في البيئة الرقمية.[2]

لم يقتصر المشرع الجزائري على تجريم التلاعب بالمعطيات ذات الطابع الشخصي، بل ذهب أبعد من ذلك، حيث جرّم أيضًا كل تعامل في المعطيات المتحصّل عليها عن طريق جريمة، وهو ما يُكرّس

---

[1] يوسف زروق، العيداني محمد، "**حماية المعطيات الشخصية في الجزائر على ضوء القانون رقم 07/18 (المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي)**"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، ع 5، جامعة الجلفة، الجزائر، 2018، ص 119.

[2] أشرف محمد نجيب السعيد الدريني، "**جرائم الاعتداء على سلامة شبكات وأنظمة وتقنيات المعلومات**"، مجلة روح القوانين، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ص 261.

حماية إضافية للمستهلك الإلكتروني، ويحول دون إفشاء أو نشر بياناته الشخصية التي تم الحصول عليها بطرق غير مشروعة[1] ، كما يجب على مقدّمي خدمات الإنترنت حفظ المعلومات والبيانات المتعلقة بالمستخدمين، والالتزام الصارم بحمايتها، باعتبار أن حماية حقوق وحريات الأفراد في البيئة الرقمية تقتضي ضمانات أقوى مما هو معمول به في البيئة التقليدية، وذلك نظراً لسهولة اختراق الفضاء الرقمي والتجسس على الأفراد باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.[2]

تُعدّ الجرائم التي تستهدف المعطيات ذاتها، مثل جرائم الإتلاف والتشويه بمختلف صورهما، من أبرز صور الاعتداء على البيانات والمعلومات وبرامج الحاسوب، والتي تُرتكب باستخدام وسائل تقنية متنوعة كما توجد جرائم أخرى تمس ما تمثله هذه المعطيات المعالجة آليًا من أموال أو أصول، كجرائم الاعتداء على الأموال، وجرائم الاتجار بالمعطيات، فضلاً عن جرائم التزوير الإلكتروني واستخدام البيانات المزورة[3].

للشخص المعني الحق في معرفة هل تمت معالجة معطياته أم لا وهل تم استغلالها على نحو غير صحيح،[4] إذ أن مزود الخدمة يلتزم بعدم الاحتفاظ بالبيانات التي لديه فتلك البيانات تدخل ضمن إطار الحق في الخصوصية الذي تحميه الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان.[5]

بالرجوع إلى المشرع الجزائري نجده نص في المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري .

---

[1] بن سماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص 302.

[2] احمد عبد الاه عبد الحميد عبد الرحيم المراغي، "**المسؤولية الجنائية لمقدمي خدمات الإنترنت (دراسة تحليلية لمسؤولية مزودي خدمات الاتصالات الالكترونية)**"، كلية الحقوق، جامعة حلوان، ص 344.

[3] نادية دردار، "**جريمة التلاعب في نظام المعالجة الآلية للمعطيات في قانون العقوبات الجزائري (بطاقة الدفع الالكترونية نموذجا)**"، مجلة دراسات اقتصادية، ع 01، جامعة محمد الشريف مساعدية، سوق أهراس، الجزائر، 2023، ص 829.

[4] يوسف زروق، العيداني محمد، المرجع السابق، ص 125.

[5] احمد عبد الاه عبد الحميد عبد الرحيم المراغي، المرجع السابق، ص 346.

2-أركان جريمة التلاعب بالمعطيات

وهي كالآتي:

أ-الركن المادي:

يتحقق الركن المادي لجريمة التلاعب بالمعطيات من خلال قيام الجاني بإدخال غير مصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية، أو من خلال إزالة هذه المعطيات أو تعديلها دون إذن أو تصريح مسبق وتُعدّ جميع هذه الأفعال اعتداءً على سلامة المعطيات، إذ تؤدي إلى تغيير حالتها الأصلية، لا سيما عندما تكون تلك المعطيات متعلقة ببيانات المستهلك في الإطار الإلكتروني[1].

يُعد الركن المادي للجريمة، من الناحية القانونية، عنصراً أساسياً في قيام المسؤولية الجنائية، ويُقصد به السلوك الإنساني الخارجي الذي يترتب عليه أثر أو نتيجة يُعاقب عليها القانون الجنائي. ويتكوّن هذا الركن من ثلاثة عناصر مترابطة، هي:

1. **السلوك الإجرامي** :وهو الفعل أو الامتناع الذي يأتيه الجاني مخالفاً لأحكام القانون.
2. **النتيجة الإجرامية** :وهي الأثر الضار أو التغيير السلبي الذي يصيب الحق أو المصلحة المحمية قانوناً.
3. **الرابطة السببية** :وهي العلاقة التي تربط بين السلوك والنتيجة، بحيث تُثبت أن الفعل الذي ارتكبه الجاني هو السبب المباشر أو القانوني في حدوث النتيجة المعاقب عليها".[2]

ب-الركن المعنوي:

تُعد هذه الجنحة من الجرائم العمدية التي تفترض توافر القصد الجنائي، حيث يأتي الجاني فعله الإجرامي وهو على علم بتعديه على سلامة المعطيات، وإدراكه بعدم اختصاصه بمعالجتها أو

[1] بن سماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص 301.

[2] سليمان بن ابراهيم بن أمان العامري، "**جريمة الدخول غير المشروع على المواقع الالكترونية المتعلقة بأمن الدولة**"، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، ع 44، 2022، ص 344.

استخدامها ولا يُشترط في ذلك توافر تدليس خاص أو قصد إحداث ضرر معين، إذ يكفي أن يكون الفاعل قد ارتكب فعله عن وعي وإرادة دون أن يكون مفوضًا بذلك[1].

3-العقوبات المقررة لجريمة التلاعب بالمعطيات

يعاقب بالحبس من ستة أشهر (6) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج .[2]

ثانيا: جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني

1-تعريف جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني

"تُعدّ جريمة الدخول غير المصرح به إلى قاعدة بيانات التوقيع الإلكتروني من أبرز الجرائم المعلوماتية وأكثرها شيوعًا، ويُعزى ذلك إلى التطور المتسارع في تكنولوجيا الإنترنت وسرعة انتقال البيانات من جهة، وإلى سهولة اختراق الأنظمة المعلوماتية والتطفل على الحسابات من جهة أخرى إذ قد يتعرض النظام المعلوماتي للاختراق أو النفاذ غير المشروع من قبل أشخاص لا يملكون الترخيص أو الصفة القانونية التي تخوّلهم الولوج إليه أو البقاء ضمنه، مما يشكل مساسًا خطيرًا بسرية وأمن البيانات الإلكترونية".[3]

2-أركان جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني

أ-الركن المادي:

لقيام الركن المادي لجريمة الدخول غير المشروع إلى نظام معلوماتي، لا يُشترط أن يشمل الفعل النظام بأكمله، وإنما يكفي أن يتم الدخول إلى جزء منه فقط وقد كرّست المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري هذا المفهوم، حيث نصت صراحة على أن الدخول يُعد قائماً سواء تعلق

[1] نادية دردار، المرجع السابق، ص 829.

[2] المادة 394 مكرر 1 من الأمر رقم 66-156.

[3] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 106.

الأمر بكامل منظومة المعالجة الآلية للمعطيات أو بجزء منها، مما يدل على أن المشرع وسّع من نطاق الحماية الجنائية ليشمل كل مكونات النظام المعلوماتي، دون حاجة لوقوع الفعل على النظام كاملاً.[1]

ب–الركن المعنوي:

من المستقر عليه فقهاً وقضاءً أن جريمة الدخول أو البقاء غير المشروع في نظام معلوماتي تُعد من الجرائم العمدية، والتي تتطلب لقيامها توافر القصد الجنائي، والمتمثل في اتجاه إرادة الجاني إلى الدخول أو البقاء في النظام المعلوماتي مع علمه بأن هذا الفعل محظور قانوناً وعلى سبيل المفهوم المخالف، يُستبعد من نطاق التجريم حالات الدخول العرضي أو غير المقصود إلى النظام. وقد أكدت محكمة الاستئناف بباريس هذا المبدأ، عندما قضت بعدم مسؤولية الجاني عن فعل الدخول الذي تم بطريق الخطأ، لانتفاء الركن المعنوي للجريمة.[2]

3–العقوبة المقررة جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني

تنص المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري على أنه : ***"يعاقب بالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى سنة (1) وبغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش، في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات، أو من يحاول القيام بذلك.***[3]

نص الفقرة الثانية من المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري على تشديد العقوبة في حال ترتب على فعل الدخول أو البقاء غير المشروع في النظام المعلوماتي حذف أو تعديل المعطيات المخزنة ضمن منظومة المعالجة الآلية، حيث تضاعف العقوبة المقررة في الفقرة الأولى.

---

[1] بطحي نسمة، "**جريمة الدخول أو البقاء غير المشروع إلى النظام المعلوماتي**"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، ع 01، جامعة سطيف 2، الجزائر، ص 78.

[2] بطحي نسمة، المرجع السابق، ص 80.

[3] الأمر رقم 66-156، المرجع السابق.

كما نصت الفقرة الثالثة من ذات المادة على أنه إذا أسفرت الأفعال المذكورة عن تخريب نظام اشتغال المنظومة المعلوماتية، فإن العقوبة تكون الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)، والغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى مائة وخمسين ألف دينار (150.000 دج).

إضافة إلى ذلك، أوردت المادة 394 مكرر 3 ظرفًا مشددًا يتمثل في حالة ما إذا وقعت الأفعال محل التجريم على منظومة معلوماتية تابعة لمؤسسات الدولة، حيث يؤدي ذلك إلى تشديد العقوبة بالنظر إلى خطورة المساس بالمرافق الحيوية ذات الطابع السيادي أو الأمني".[1]

[1] بطحي نسمة، المرجع السابق، ص 83.

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل دراسة شاملة لمفهوم المستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية، مُبرزًا دوره كطرف تعاقدي أساسي يعتمد في تعاملاته على الوسائط الرقمية. وقد تم التطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني من الناحيتين التشريعية والفقهية، مع بيان خصائصه وحقوقه، لا سيما الحق في الخصوصية والإعلام، إلى جانب التزاماته كطرف في العقد كما خصص الفصل حيزًا مهمًا للحماية القانونية المقررة له، سواء المدنية أو الجنائية، قبل التعاقد وبعده. وتم التركيز على آليات الحماية مثل حق العدول، العرض التجاري الإلكتروني، والتعويض عن الضرر.

كما تم التطرق للجرائم الماسة بالمستهلك الإلكتروني، كالتضليل، التلاعب بالمعطيات، والدخول غير المشروع للأنظمة المعلوماتية، مع بيان أركانها والعقوبات المقررة لها بموجب التشريع الجزائري

"الفصل الثاني :

المورد الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية

تمهيد

شهدت التجارة الإلكترونية تطورًا متسارعًا مع التحوّل الرقمي الذي غيّر معالم النشاط الاقتصادي التقليدي ومن خلال سرعة التغيير والديناميكية في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما أدى إلى ظهور فاعلين جدد أبرزهم "المورد الإلكتروني"، الذي يُعد المحور الأساسي في العلاقة التعاقدية عبر الوسائط .

وانطلاقًا من أهمية هذا الموضوع، تناول هذا الفصل بالدراسة محورين أساسيين: خُصص **المبحث الأول** لتأصيل مفهوم المورد الإلكتروني وفقًا للفقه والتشريع، مع بيان إجراءات قيده في السجل التجاري، أما **المبحث الثاني**، فقد تناول **ال**جرائم التي قد يرتكبها المورد الإلكتروني والجزاءات المقررة في حال إخلاله بالتزاماته القانونية، خاصة ما يتعلق بالإشهار التجاري المضلل، حماية المعطيات الشخصية، وضمان التسليم المطابق للمنتوج.

المبحث الأول : مفهوم المورد الإلكتروني

يُعد المورد الإلكتروني أحد أبرز الفاعلين في التجارة الإلكترونية حيث يتولى عرض السلع أو تقديم الخدمات عبر الوسائط الرقمية مستهدفاً جمهور المستهلكين من خلال وسائل تكنولوجية حديثة وقد اهتم الفقه والتشريع بتحديد مفهومه وتكييف مركزه القانوني، وذلك في ظل تزايد الحاجة إلى تنظيم هذا النشاط وضبطه قانوناً، خاصة عبر **قيده في السجل التجاري** كشرط لمباشرة نشاطه بصفة قانونية. ويترتب على هذا القيد التزامات قانونية محددة تقع على عاتقه تهدف إلى حماية المستهلك وضمان الشفافية في المعاملات الإلكترونية.

غير أن الإخلال بهذه الالتزامات قد يؤدي إلى قيام مسؤوليته، سواء الجنائية أو المدنية، خاصة في حالة **اللجوء إلى الإشهار التجاري المضلل أو استخدام الإعلانات الإلكترونية المخادعة** وبناءً عليه، سنعالج هذا الموضوع في مطلبين:

نخصص **المطلب الأول** لبيان **مفهوم المورد الإلكتروني وقيده في السجل التجاري**، بينما نتناول في **المطلب الثاني** مختلف **الالتزامات القانونية للمورد الإلكتروني والجزاءات المترتبة عن الإخلال بها**.

المطلب الأول: تعريف المورد الالكتروني وشروط قيده في السجل التجاري

يُعد المورد الإلكتروني فاعلاً أساسياً في مجال التجارة الإلكترونية، إذ يتولى عرض وبيع المنتجات أو الخدمات عبر الوسائط الرقمية مما يفرض ضرورة ضبط وضعه القانوني وقد اختلف الفقه والتشريع في تعريفه وتحديد نطاق نشاطه وعليه، سنُعالج هذا المطلب من خلال فرعين، نخصص الفرع الأول لتعريف المورد الإلكتروني فقهياً وتشريعيا بينما نخصص الفرع الثاني لبحث مسألة قيده في السجل التجاري وفقاً للإجراءات المعمول بها.

الفرع الأول: تعريف المورد الإلكتروني

في هذا الفرع سنتطرق لتعريف المورد الالكتروني من الجانب التشريعي ومن الجانب الفقهي

أولا: تعريف المورد الالكتروني تشريعيا:

نصّ المشرّع الجزائري في الفقرة الرابعة من المادة السادسة من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أن" :***يُعد موردًا إلكترونيًا كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عبر وسائل الاتصال الإلكتروني***" .[1]

بالرجوع إلى المشرّع المصري، نجده قد أشار إلى المورد الإلكتروني ضمن المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006، مبيّناً أنه" :كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو إنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في أحد المنتوجات أو التعامل عليها، وذلك بغرض تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأي وسيلة من الوسائل" .

ويُعدّ المورد إحدى صور التعبير القانوني عن المتدخل في العلاقة الاستهلاكية، غير أنه لا يُعدّ المتدخل الوحيد، بل يُوجد فاعلون آخرون يكتسبون صفة المتدخل، كالمعلن، والذي عرّفه المشرّع المصري بأنه" :كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من الوسائل[2]" ."

بالرجوع إلى أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نصت الفقرة السابعة من المادة الثالثة على أن "المتداخل" هو: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يشارك في عملية عرض المنتجات للمستهلك**"[3] وفي السياق ذاته، نصت الفقرة الأولى من المادة الثالثة من الأمر رقم

[1] القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2015، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، ع 24، الصادر في 16 ماي 2018.

[2] لوالي خالد، معاشي أسماء، "**جرائم الغش التجاري الواقعة على المستهلك**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2021، ص 64.

[3] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، ع 15 صادر بتاريخ 08 مارس 2009.

03-03 المتعلق بالمنافسة على أن "المؤسسة" تُعرّف على أنها: "**كل شخص طبيعي أو معنوي، مهما كانت طبيعته، يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمات**".[1]

وقد أُطلق عليه أيضًا وصف "**العون الاقتصادي**"، وذلك بموجب أحكام **المادة 3 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية**، والتي نصت على أن: "*العون الاقتصادي هو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات، أياً كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في إطار مهني معتاد، أو بقصد تحقيق الغاية التي أُسس من أجلها.*"[2]

يتضح من خلال أحكام المادة 3 الفقرة 7 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 3 الفقرة 1 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، أن المشرّع الجزائري لم يُدرج المورد الإلكتروني صراحة ضمن المصطلحات القانونية، غير أنه أشار إليه ضمنيًا وذلك من خلال الصياغة العامة التي اعتمدها في تعريف كل من "المتداخل" و"المؤسسة" فالمورد الإلكتروني، باعتباره شخصًا طبيعيًا أو معنويًا يمارس نشاط عرض المنتجات أو تقديم الخدمات عبر الوسائط الإلكترونية، يندرج ضمن المفهوم الواسع لكل من المتداخل والمؤسسة حسب ما ورد في النصين المذكورين.

ثانيا: تعريف المورد الإلكتروني فقهيا

تعددت محاولات الفقهاء في تحديد تعريف للمورد كما اختلفت التسميات الممنوحة له فمنه من ذكره على انه المورد، المحترف وأيضا من نص عليه على أساس أنه المتدخل وعليه سنتطرق لتعريف المورد الإلكتروني فقهيا في هذا العنصر.

يُقصد بالمورد الإلكتروني كل شخص طبيعي أو اعتباري يباشر نشاطاً عبر شبكة الإنترنت بهدف عرض أو تقديم منتجات أو خدمات للمستخدمين من خلال وسائط إلكترونية.[3]

---

[1] أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج، ع 43 صادر بتاريخ 20 جويلية 2003.

[2] لوالي خالد، معاشي أسماء، المرجع السابق، ص 63.

[3] خديجة عبد اللاوي، "**خصوصيات التسليم وأثره على التعاقد الالكتروني**"، مجلة القانون والعلوم السياسية، ع 01، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت، الجزائر، 2022، ص 59.

عرّفه بعض الفقهاء بأنه : "**الشخص الذي يباشر نشاطًا تجاريًا بصفة معتادة واستقلالية، ويتعاقد من أجل حاجات مهنته، كأن يقوم باستئجار محل تجاري، أو شراء البضائع بقصد إعادة بيعها، أو امتلاك المعدات والآلات اللازمة لممارسة نشاطه كما قد يقوم بتأمين نشاطه التجاري ضد المخاطر ويلجأ إلى الاقتراض بهدف تطوير مشروعه وتحقيق أهدافه الاقتصادية.**"[1]

يُعرّف المورد الإلكتروني، سواء كان شخصًا طبيعيًا أو معنويًا، على أنه كل من يقوم بعرض أو تسويق سلعة أو تقديم خدمة عبر مواقع شبكة الإنترنت ويتخذ من هذه المواقع نافذة إلكترونية للتعريف بمنتجاته وترويجها. ويقوم المورد الإلكتروني، من خلال هذه المنصات، بتقديم معلومات تفصيلية حول المنتجات أو الخدمات المعروضة، تشمل وصف السلعة، صورها، تكلفتها، وشروط وطرق الدفع، إضافة إلى إمكانية تلقي العروض والتفاعل مع المستهلكين بشأنها.[2]

يعدّ المورد الإلكتروني الطرف الثاني في العقد الإلكتروني ويقع على عاتقه التزام بتوفير السلع أو الخدمات للمستهلك، وذلك عبر الوسائط الإلكترونية، وفقًا لما تم الاتفاق عليه في العلاقة التعاقدية بين الطرفين.[3]

ذهب جانب من الفقه إلى اعتبار المورد الإلكتروني بمثابة المحترف الإلكتروني والذي يُعرّف على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطًا مهنياً يتدخل من خلاله في عملية عرض المنتجات أو الخدمات الموجهة للاستهلاك، مستعينًا في ذلك بشبكة الإنترنت كوسيلة للعرض أو التوزيع أو

[1] لوالي خالد، معاشي أسماء، "**جرائم الغش التجاري الواقعة على المستهلك**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2021، ص 60.

[2] خديجة عبد اللاوي، "**محاضرات في قانون المعاملات الإلكترونية**"، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت"، الجزائر، 2022، ص 31.

[3] بن صالح سارة، "**العلاقة بين المستهلك والمورد الإلكترونيين في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مخبر الدراسات القانونية البيئية، ورقة بحثية في المحور الأول المتعلق ب: قراءة مفاهيمية للتسويق الالكتروني والأسواق الوهمية، اليوم الدراسي التسويق الالكتروني بين فرص العمل ومخاطر الأسواق الوهمية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر، ص 06.

التعاقد، بما يجعله خاضعًا للأحكام القانونية المنظمة للممارسات التجارية وحماية المستهلك في البيئة الرقمية.[1]

الفرع الثاني: شروط قيد المورد الإلكتروني في السجل التجاري

أولا: مفاهيم حول السجل التجاري

يقصد بالقيد في السجل التجاري كل عملية تتعلق بالتسجيل أو التعديل أو الشطب التي يتم إدراجها في السجل التجاري بناءً على طلب الشخص المعني أو ممثله القانوني ولا يجوز لأي شخص أن يمارس نشاط النشر التجاري ما لم يكن مالكاً للسجل التجاري باسمه الشخصي، إذ يُمنع منح السجل التجاري أو الترخيص بمزاولة النشاط التجاري باسم شخص آخر، بصرف النظر عن طبيعة أو شكل التفويض أو الوكالة ويُستثنى من هذا المنع الزوج، والأصول، والفروع من الدرجة الأولى.[2]

تنص المادة الأولى، الفقرة الثانية، من القانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، على أن السجل التجاري يُمسكه المركز الوطني للسجل التجاري، ويُرقم ويُؤشر عليه من قبل القاضي المختص كما جاء في المادة الثانية من نفس القانون أن مستخرج السجل التجاري يُعدّ بمثابة سند رسمي، يُخوّل لكل شخص طبيعي أو معنوي، تتوفر فيه الأهلية القانونية الكاملة، ممارسة نشاط تجاري. ويُعتد بهذا المستخرج أمام الغير إلى حين الطعن فيه بالتزوير[3].

ومن خلال ما سبق يتضح أن القيد في السجل التجاري لا يُعد مجرد إجراء شكلي وإنما يترتب عليه آثار قانونية هامة، أبرزها تمكين التاجر من ممارسة نشاطه التجاري بصورة قانونية، والاستفادة من

---

[1] أكسوم عيلام رشيدة، "**المركزالقانوني للمستهلك الالكتروني**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2018، ص 24.

[2] أمحمد سعد الدين، "**كيفية القيد في السجل التجاري على ضوء أحكام المرسوم التنفيذي رقم 15-111**"، مقال منشور على الانترنت، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ص 275.

[3] القانون رقم 08-04 المؤرخ في 2004/08/14 المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية، ج.ر.ج.ج، ع 52، صادرة في 2004/08/18.

الحماية القانونية المرتبطة بصفة التاجر، ما لم يكن النشاط المعني خاضعاً لترخيص أو اعتماد مسبق، كشرط لممارسته بصفة قانونية

يُعد السجل التجاري أداة فعالة في المجال الاقتصادي حيث يُسهم في تحقيق الرقابة والمتابعة المستمرة للأنشطة التجارية داخل الدولة من خلال ضبط البيانات المتعلقة بالتجار والمؤسسات التجارية كما يؤدي دوراً تنظيمياً مهماً يتمثل في تطهير البيئة المهنية من الممارسات غير القانونية، بالنظر إلى أنه يشكل وسيلة قانونية ضرورية لمراقبة مدى احترام التشريعات التي تمنع بعض الأشخاص من ممارسة النشاط التجاري أو التي تشترط الحصول على ترخيص مسبق لمزاولة بعض الأنشطة المحددة.

وبالتالي فإن السجل التجاري يُتيح للجهات المختصة تتبّع الوضعية القانونية للأشخاص الخاضعين للقيد فيه، مما يعزز من الشفافية والمصداقية في التعاملات التجارية، ويُساهم في فرض الانضباط على مستوى السوق الوطنية[1].

الفرع الثاني: الخطوات الأساسية لقيد المورد الإلكتروني في السجل التجاري:

وفقًا للتعليمات الرسمية للمركز الوطني للسجل التجاري(CNRC) والمستندة إلى أحكام القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، يُشترط على كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطًا تجاريًا عبر الوسائل الإلكترونية أن يقوم بالتسجيل في السجل التجاري كمورد إلكتروني.

1. **التحضير المسبق للملف القانوني والإداري، والذي يتضمن:**
   - نسخة من بطاقة التعريف الوطنية أو جواز السفر (بالنسبة للأشخاص الطبيعيين).
   - نسخة من عقد الإيجار أو سند الملكية.

[1] أمحمد سعد الدين، المرجع السابق، ص 278.

- نسخة من الشهادة المهنية أو المؤهل في النشاط الإلكتروني (إن وجد).
- نسخة من شهادة الميلاد.
- مستخرج من السجل القضائي (صحيفة رقم 3).

2. **التصريح بالنشاط الإلكتروني:**

- يجب تحديد طبيعة النشاط الإلكتروني المراد ممارسته، كبيع السلع، تقديم خدمات عبر الإنترنت، التسويق الرقمي، إلخ.
- يشير طالب القيد صراحة إلى أن النشاط سيتم عبر وسائط إلكترونية.

3. **التوجه إلى فرع المركز الوطني للسجل التجاري المختص إقليمياً** حسب مقر النشاط، وتقديم الملف كاملاً.

4. **الحصول على مستخرج السجل التجاري** يحمل **رمز النشاط الإلكتروني**)رمز خاص يضاف إلى رموز الأنشطة الكلاسيكية).

5. **تسجيل اسم النطاق(Domain Name)** المستعمل في النشاط، حيث يشترط القانون إعلانه وإرفاقه ضمن البيانات التعريفية للنشاط.

6. **الإشارة إلى الامتثال لأحكام القانون 18-05**، خاصة في ما يتعلق بحقوق المستهلك، حماية المعطيات الشخصية، الفوترة، وسائل الدفع الإلكتروني، وغيرها[1].

يُعد عدم قيام التاجر بالقيد في السجل التجاري مخالفة لأحكام التشريع الجاري العمل به ويُعرّضه للجزاءات القانونية المقررة ويُعتبر السجل التجاري وسيلة فعالة لجمع المعلومات المتعلقة بالتاجر ونشاطه، كما يُساهم في تنظيم وضبط النشاط التجاري وتمكين الجهات المختصة من مراقبة مزاولة الأنشطة التجارية والصناعية.

[1] **الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري (CNRC):**
https://www.cnrc.dz

تُعد التجارة الإلكترونية من بين الفئات المتدخلة في عملية عرض المنتجات الموجهة للاستهلاك ويُعد القيد في السجل التجاري شرطاً أساسياً لممارسة هذا النوع من النشاط في الجزائر، مما يُثير التساؤل حول مدى إمكانية السماح لفئات مهنية أخرى – تدخل بدورها في عملية عرض المنتوج للاستهلاك – بممارسة التجارة الإلكترونية، ومنحها صفة "المحترف الإلكتروني" وفي المقابل، تُضفى صفة "المستهلك الإلكتروني" على الأشخاص غير المهنيين المتعاملين مع هذه الفئات عبر الإنترنت.[1]

تمثل الهدف من اعتماد تكنولوجيا المعلومات في عملية القيد في السجل التجاري في تمكين التاجر من الحصول على مستخرج إلكتروني للسجل التجاري مباشرة بعد استكمال إجراءات التسجيل حتى وإن كانت الإجراءات المتبعة لا تزال تقليدية في بعض مراحلها ويُعد هذا المستخرج وثيقة رسمية جديدة، مرفقة بشريحة إلكترونية، تم اعتمادها من قبل المركز الوطني للسجل التجاري بموجب اتفاقية موقعة مع المؤسسة الوطنية للأنظمة الإعلام الآلي، بحضور وزير التجارة[2].

وبموجب هذه الاتفاقية يتم تسليم المستخرج في شكل وثيقة ورقية تحمل شريحة إلكترونية، على أن يُستبدل لاحقًا ببطاقة إلكترونية قابلة للاستعمال على المستوى الوطني، مع ضرورة إصدار كافة النصوص التنظيمية المتعلقة بهذا الشكل الجديد من الوثائق وتحتوي هذه البطاقة على كافة المعلومات المتعلقة بالنشاط التجاري وبصاحب المشروع، مما يُسهّل على التاجر الوفاء بالتزاماته لا سيما في تعاملاته مع إدارة الجمارك.

وقد تم تعزيز هذا التوجه من خلال اتفاق بروتوكول أُبرم بين المركز الوطني للسجل التجاري والمديرية العامة للجمارك يهدف إلى الربط بين النظام المعلوماتي الخاص بالمركز ونظام المعلومات

[1] أكسوم عيلام رشيدة، المرجع السابق، ص 27.

[2] كريم كريمة، "**استعمال تكنولوجيا المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري**"، مجلة معارف، جامعة جيلالي ليابس، الجزائر، 2018، ص 81.

الجمركي الجزائري، قصد تسهيل التبادل الإلكتروني للمعلومات وتبسيط الإجراءات الجمركية لفائدة التجار.[1]

تُعرف فئة البائع المسجل على المواقع الإلكترونية بالأشخاص الذين يقومون بتسجيل أنفسهم في منصات إلكترونية متخصصة بغرض عرض سلع للبيع ويجدر الإشارة إلى أن عملية العرض التي تتم في الفضاء الإلكتروني غالبًا ما تكون عرضية، أو تصدر عن أشخاص لا ينتمون إلى فئات المحترفين وهذا الأمر يستبعد في الغالب تطبيق الصبغة الاستهلاكية على تلك المعاملات، مما يستلزم إعادة النظر في التوازن القانوني الذي يحكم العلاقة بين هؤلاء البائعين والمتعاملين معهم عبر المواقع الإلكترونية.[2]

المطلب الثاني: التزامات المورد الالكتروني

تشكل التزامات المورد الإلكتروني أحد الركائز الأساسية لضمان نزاهة وشفافية المعاملات الإلكترونية وذلك في ظل ما يشهده العالم من تطور رقمي متسارع واتساع رقعة التجارة الإلكترونية وتُقسم هذه الالتزامات إلى نوعين: موضوعية، تتعلق بوجوب الإعلام المسبق، والتسليم السليم، وضمان جودة المنتوج أو الخدمة، إلى جانب احترام مقتضيات الإشهار الإلكتروني؛ وجزائية، تنشأ عند الإخلال بهذه الالتزامات، مما يستوجب تدخل المشرّع بفرض جزاءات قانونية لحماية المستهلك وردع الموردين المخالفين وقد عمل المشرّع الجزائري من خلال القانون رقم 18-05 والقوانين ذات الصلة على ضبط هذه الالتزامات بصورة توازن بين حرية المبادرة الاقتصادية ومتطلبات حماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ألا وهو المستهلك الإلكتروني.

[1] كريم كريمة، المرجع نفسه، ص 82.

[2] أكسوم عيلام رشيدة، المرجع السابق، ص 29.

الفرع الأول: التزامات المورد الالكتروني الموضوعية

بالنظر إلى ما يطرحه العقد الإلكتروني من خصوصيات تتعلق بغياب الاتصال المادي المباشر بين أطراف العلاقة التعاقدية برزت أهمية تحديد الالتزامات الجوهرية التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني، وفي مقدمتها الالتزام بالإعلام فهذا الالتزام يُعد أحد الضمانات الأساسية لحماية إرادة المستهلك الإلكتروني وتنوير قراره قبل إبرام العقد ويكتسي طابعًا وقائيًا وشفافًا، خصوصًا في البيئة الرقمية التي يصعب فيها التحقق من محل العقد ماديًا وانطلاقًا من هذه الأهمية، يتعين التطرق إلى التزامات المورد الالكترونية الموضوعية مع إبراز موقف النظام القانوني الجزائري.

أولا: الالتزام بالإعلام

يُقصد بالالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد، ذلك الالتزام القانوني الملقى على عاتق أحد طرفي العلاقة التعاقدية، والذي يتعين تنفيذه ***قبل إبرام العقد الإلكتروني***ويقضي هذا الالتزام بضرورة قيام الطرف الذي تتوفر لديه معلومات جوهرية تتعلق بالعقد المزمع إبرامه، بتقديم هذه المعلومات للطرف الآخر، عبر وسائط إلكترونية، في الوقت المناسب وبكل شفافية ووضوح، وذلك بهدف تمكين هذا الأخير من اتخاذ قراره التعاقدي عن علم ودراية، خاصة في الحالات التي لا يستطيع فيها الوصول إلى تلك المعلومات بوسائله الخاصة[1]

يُعد الالتزام بالإعلام التزاماً سابقاً لإبرام العقد، ويهدف إلى تمكين المستهلك من الاطلاع المسبق على المعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالمنتوج قصد تنوير إرادته وتقدير مدى ملاءمته لحاجاته قبل اتخاذ قرار التعاقد وتبرز أهمية هذا الالتزام بشكل خاص في البيئة الافتراضية والرقمية، التي لا تسمح للمستهلك بإجراء فحص مادي مباشر للمنتوج، مما يجعل المعلومات المقدمة من طرف المحترف ذات طابع حاسم في تكوين إرادة المستهلك وتحديد خصائص المنتوج.[2]

---

[1] هادفي زوبيدة، بن عثمان فريدة، "التزام المورد الالكتروني بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد في عقود التجارة الالكترونية"، دفاتر السياسة والقانون، ع 1، جامعة لونيسي علي العفرون البليدة 2، الجزائر، 2023، ص 25.

[2] الصادق عبد القادر، بالعبيدي رافع أحمد، **"التزامات المورد الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05"**، مخبر القانون والتنمية المحلية، جامعة أدرار، الجزائر، 2020، ص 298.

وقد عرف جانب من الفقه الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد بأنه:

التزام قانوني يقع على عاتق المورد الإلكتروني، يُلزم بمقتضاه بتمكين المستهلك الإلكتروني من الحصول على المعلومات الضرورية التي تساعده على اتخاذ قراره بشأن التعاقد، سواء بالإيجاب أو السلب.ويشمل هذا الالتزام ضرورة قيام الطرف الذي يمتلك معلومات جوهرية تتعلق **بمحل العقد أو بشخصية المنتج أو الخدمة المعروضة**، بتقديم تلك المعلومات للطرف الآخر**بطريقة إلكترونية**، في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة، خاصة إذا كان الطرف المتلقي لا يستطيع الوصول إلى تلك البيانات بوسائله الخاصة.[1]

يُعرَّف الالتزام بالإعلام، وفقًا لما استقر عليه الفقه الفرنسي بأنه واجب قانوني يقع على عاتق أحد المتعاقدين، لا سيما الطرف المهني، يقتضي إخطار الطرف الآخر بجميع البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد عند إبرامه، والتي تُسهم في تكوين رضا حرّ ومستنير ويهدف هذا الالتزام إلى تمكين الطرف الضعيف من اتخاذ قرار تعاقدي سليم، سواء بالإقدام على التعاقد أو العدول عنه في إطار من التعاون بين الطرفين لتنفيذ العقد على نحو يعكس ما تم الاتفاق عليه، وبما يتوافق مع متطلبات حسن النية ويُعزّز الثقة المشروعة في العلاقة التعاقدية.[2]

يُعد هذا الالتزام حجر الزاوية في تحقيق توازن العلاقة التعاقدية، خاصةً عندما يكون أحد الأطراف في مركز قانوني أو معلوماتي أقوى من الآخر، كما هو الحال في العلاقة بين المورد الإلكتروني والمستهلك.[3]

---

[1] هادفي زوبيدة، بن عثمان فريدة، المرجع السابق، ص 25.

[2] بسعدي نورة، العرابي خيرة، "**الإعلام الالكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الالكتروني على ضوء قانون التجارة الالكترونية الجزائري 18-05**"، مجلة صوت القانون، ع 02، جامعة احمد بن أحمد 2 وهران، الجزائر، ص 2022، ص 1371.

[3] Terré, François, Simler, Philippe, & Lequette, Yves, "Droit civil – Les obligations", Dalloz, 11e édition, 2022, p. 110

تميّز الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد بعدّة خصائص قانونية تميّزه عن غيره من الالتزامات، نوردها على النحو التالي:

1. **الطبيعة القانونية**:أي أنه واجب مفروض بموجب نصوص قانونية واضحة، وليس مجرد التزام أخلاقي أو عرفي، ويكفل القانون احترامه من خلال تقرير جزاءات قانونية في حال الإخلال به.
2. **الطبيعة الوقائية**: يهدف بتمكين المستهلك من اتخاذ قرار تعاقدي سليم ومستنير، وبالتالي يُعد أداة وقائية تقي من الوقوع في الغبن أو التضليل[1].
3. **الطبيعة الشخصية**: فهو التزام إيجابي يقع على عاتق المورد، مقابل حق *سلبي* للمستهلك في التلقي، وذلك لتقليص فجوة المعلومة بين الطرفين[2].
4. **الطبيعة العامة**: أي أنه يُفرض على المورد الإلكتروني في جميع *أنواع العقود الإلكترونية*، سواء كانت عقودًا مدنية أو تجارية، عادية أو استثنائية، ولا يُستثنى من ذلك أي نوع من العقود التي تُبرم عبر الوسائط الإلكترونية.
5. **الطبيعة الإلكترونية**: إذ يتم تنفيذ واجب الإعلام داخل بيئة رقمية باستخدام وسائط إلكترونية، كالرسائل البريدية الإلكترونية، المواقع الإلكترونية، أو النوافذ التفاعلية، بما يتماشى مع التطور التكنولوجي الذي يعرفه العالم الرقمي اليوم[3].

بالرجوع إلى نص **المادة 11، الفقرة الأولى** من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، نجد أن المشرع الجزائري قد **أقرّ مبدأ إلزامية الإعلام** من طرف المورد الإلكتروني عند

[1] هادفي زوبيدة، بن عثمان فريدة، المرجع السابق، ص 26.

[2] هادفي زوبيدة، المرجع نفسه، ص 26.

[3] هادفي زوبيدة، بن عثمان فريدة، المرجع السابق، ص ص 26، 27.

تقديم العرض التجاري الإلكتروني، وألزم أن يتم هذا العرض **بطريقة مرئية، مقروءة ومفهومة**، وذلك تحقيقاً لمبدأ الشفافية وحرصاً على حماية المستهلك الإلكتروني.[1]

كما نجد المشرع الجزائري نص صراحة على الإعلام الالكتروني في المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 11 صفر 1430 الموافق ل 07 فيفري 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة بحيث تنص المادة 04 منه على: " يقصد في مفهوم أحكام هذا المرسوم ما يأتي: الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار: طرق الإشهار حول الأسعار والتعريفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة ولا سيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال".[2]

ثانيا: الالتزام بتسليم محل التعاقد

طبقًا للقواعد العامة ولا سيما ما نصت عليه المادة 364 من القانون المدني الجزائري، يُلزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع ويجب أن يتم التسليم وفقًا لأحكام المادة 367 من نفس القانون، وذلك بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بطريقة تُمكّنه من حيازته والانتفاع به دون أي عائق، حتى وإن لم يتم التسليم المادي للشيء المبيع، طالما أن البائع قد أخبر المشتري بأنه مستعد لتنفيذ التزامه وبذلك يُعتبر التسليم قد تحقق على النحو الذي يتناسب مع طبيعة الشيء المبيع، ويُفترض في هذه الحالة أن المشتري قد تسلم المبيع فعلًا بمجرد إبلاغه من قبل البائع باستعداد الأخير للوفاء بالتزامه[3].

في حال عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل التسليم، يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج في حالته إلى أجل أقصاه أربعة (4) أيام عمل ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون

---

[1] الصادق عبد القادر، بالعبيدي رافع أحمد، المرجع السابق، ص 300.

[2] حابت آمال، "**التجارة الإلكترونية في الجزائر**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2015، ص 255.

[3] محمد الفاروق مهنا، تومي هجيرة، "**المورد الالكتروني بين الالتزام والجزاء في ظل قانون التجارة الجزائري 18-05**"، ع 02، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر، 2023، ص 58.

المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر وفي هذه الحالة، يجب على المورد الإلكتروني أن يعيد للمستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والمصاريف المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج، وذلك خلال أجل خمسة عشر (15) يومًا ابتداءً من تاريخ استلام المنتوج.[1]

يخضع تنفيذ التزام التسليم في إطار التعاقد الإلكتروني لخصوصيات تفرضها طبيعة البيئة الرقمية التي يُبرم فيها العقد، إذ يتم التسليم من خلال وسائل مختلفة كالبريد، أو وسائط النقل، أو عبر شبكة الإنترنت وقد ألزم المشرع المورد الإلكتروني بضرورة تحديد الضمانات المتعلقة بعرضه التجاري الإلكتروني بما في ذلك الآجال المتوقعة للتسليم، غير أنه منحه حرية تقدير هذا الأجل دون تقييده بمدة زمنية محددة قانونًا، وهو ما يعكس مرونة التشريع في مراعاة خصوصية المعاملات الإلكترونية ومتطلبات الواقع العملي.[2]

يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلب أو في حالة كون المنتوج معيبًا يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداءً من تاريخ تسليم المنتوج الفعلي، مع الإشارة إلى سبب الرفض. وتكون الخيارات المتاحة للمورد الإلكتروني كما يلي:

- تسليم جديد مطابق للطلب.
- إصلاح المنتوج المعيوب.
- استبدال المنتوج بآخر مماثل.
- إلغاء الطلب وإعادة المبلغ المدفوع دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

[1] المادة 22 من القانون رقم 18-05، المرجع السابق.

[2] خديجة عبد اللاوي، المرجع السابق، ص 55.

- يجب أن يتم إعادة المبلغ المدفوع خلال أجل خمسة عشر (15) يومًا من تاريخ استلام المنتوج.[1]

ثالثا: الالتزام بالضمان

نصت المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "كل مقتنٍ لمنتوج، سواء تعلق الأمر بجهاز، أو خدمة، أو أداة، أو آلة، أو عتاد، أو أي مادة تجهيزية، يستفيد من ضمان قانوني بقوة القانون ويمتد هذا الضمان ليشمل كذلك الخدمات.

ويُلزم هذا الضمان كل متدخل، خلال مدة سريانه، وفي حال ظهور عيب في المنتوج أو خلل في الخدمة، بأن يقوم، وعلى نفقته الخاصة، إما باستبدال المنتوج، أو إرجاع ثمنه، أو تصليحه، أو تعديل الخدمة المقدمة. ويتمتع المستهلك بحق الاستفادة من الضمان دون تحمله أي أعباء مالية إضافية، ويُعتبر لاغيًا وباطلاً كل شرط تعاقدي يخالف مضمون هذه المادة."[2]

يُعد الحق في إصلاح العيب من أول الحقوق التي يخولها الضمان القانوني للمستهلك، حيث يلتزم المتدخل، بموجب المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بإصلاح العيب الذي يظهر في السلعة خلال الأجل المتعارف عليه مهنيًا وفي حال تقاعسه عن القيام بهذا الإصلاح ضمن الأجل المذكور، يحق للمستهلك إجراء الإصلاح على نفقته الخاصة، على أن تُحمّل هذه النفقات للمتدخل.

كما تقضي المادة 15 من نفس القانون بأنه إذا تعذر على المتدخل إصلاح السلعة المعيبة فإنه يلتزم إما باستبدالها أو برد الثمن المدفوع، وذلك خلال أجل لا يتجاوز ثلاثين (30) يومًا من تاريخ تصريح المستهلك بالعيب.[3]

---

[1] المادة 23 من القانون رقم 18-05، المرجع السابق.

[2] القانون رقم 09-03 المؤرخ في فيفري 2009، المتعلق بحماية الغش، ج.رج.ج، ع 15 الصادرة في 08 مارس 2009.

[3] ابراهيمي هانية، "**حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة –دراسة في ضوء قانون المنافسة والاستهلاك**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، 2022.

سبق للمشرّع الجزائري أن نصّ على الضمان الاتفاقي في المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (الملغى)، حيث خوّل للمحترف إمكانية منح المستهلك ضمانًا اتفاقيًا أكثر نفعًا من الضمان المنصوص عليه في الأحكام القانونية السارية وعلى الرغم من إلغاء هذا المرسوم، فإن ذات المفهوم تمت الإشارة إليه ضمنيًا في المادة 14 من القانون رقم 09-03، والتي تنص على أن كل ضمان آخر يقدمه المتدخل، سواء كان بمقابل أو مجانًا، لا يؤثر بأي حال من الأحوال على حق المستهلك في الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 من نفس القانون[1].

ويُفهم من هذا النص أن المشرّع يعترف بالضمان الإضافي أو الاتفاقي بوصفه مكملًا للضمان القانوني، لا بديلًا عنه كما يرسخ بذلك الطابع الآمر للضمان القانوني، ويعتبره من قواعد النظام العام، مما يحول دون إمكانية الاتفاق على الانتقاص منه أو إلغائه، وذلك استنادًا إلى القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني، لاسيما ما يتعلق بحماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وهو المستهلك.

يُعد التزام المورد الإلكتروني بضمان الحيازة الهادئة للسلعة أو الخدمة من بين أبرز الالتزامات الناشئة عن العقد الإلكتروني ويُفهم من هذا الضمان التزام المورد بالامتناع عن أي تصرف من شأنه حرمان المستهلك الإلكتروني من ممارسة سلطاته الكاملة على محل العقد سواء تعلق الأمر بالسلعة أو بالخدمة، أو الحد من انتفاعه بها بشكل هادئ ومستقر كما يلتزم المورد الإلكتروني بدرء تعرض الغير للمستهلك، سواء كان هذا التعرض مادياً أو قانونياً، بما يكفل حماية حق المستهلك في الاستعمال السلمي لمحل العقد الإلكتروني دون منازعة أو إزعاج.[2]

[1] خلوي (عنان) نصيرة، "**الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2018، ص 203.

[2] سقلاب فريدة، "**المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني في القانون الجزائري**"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، ع 03، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، 2021، ص 571.

حتى يتمكن المستهلك من الاستفادة من أحكام الضمان يتعين أن يظهر العيب في السلعة أو الخدمة خلال مدة الضمان القانونية، والتي تُعد مدة إلزامية لا يجوز للمتدخل تقليصها أو الانتقاص منها بأي شرط تعاقدي ويترتب على ذلك التزام المتدخل، بما في ذلك المورد الإلكتروني، بضمان جميع العيوب التي قد تظهر خلال هذه الفترة، وتحمل المسؤولية القانونية المترتبة عن ذلك وفقًا لما تنص عليه أحكام القانون المتعلق بحماية المستهلك.[1]

رابعا: الالتزام بالإشهار الالكتروني

عرّف المشرّع الجزائري الإشهار في إطار القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، على أنه" :كل إعلان يهدف، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، إلى ترويج السلع أو الخدمات، مهما كان مكان نشره أو وسيلة الاتصال المستعملة[2]" .

يُعرّف الإشهار الإلكتروني بأنه شكل من أشكال الإشهار عن بُعد يتم دون الحاجة إلى اتصال مادي مباشر بين أطرافه حيث يتيح للمُعلِن إمكانية بث الرسالة الإشهارية انطلاقًا من أي مكان يتواجد فيه، مع امتياز الاستمرارية الزمنية، إذ يبقى متاحًا على مدار الساعة كما يمكن الاطلاع عليه في أي وقت ومن قبل أي مستخدم لشبكات الاتصال الإلكترونية، مما يعزز من فعاليته وانتشاره الواسع.[3]

وفي ذات السياق، وبموجب القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فرض المشرّع التزامات خاصة على المورد الإلكتروني عند لجوئه إلى الإشهار أو الترويج أو توجيه رسائل ذات طابع أو غرض تجاري باستعمال وسائل الاتصال الإلكتروني.

---

[1] خلوي (عنان) نصيرة، المرجع السابق، ص 209.

[2] القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.رج.ج، ع 06، الصادرة في فبراير 2015.

[3] خديجة عبد اللاوي، المرجع السابق، ص 49.

فقد ألزمت المواد 30 وما بعدها من القانون المذكور المورد الإلكتروني بضرورة احترام مجموعة من "المقتضيات" أو الشروط القانونية، التي تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني وضمان الشفافية والصدق في المعاملات التجارية الرقمية وتشمل هذه المقتضيات –كما سماها المشرّع – التزام المورد بالإفصاح الصريح عن الطابع الإشهاري للرسالة، وتحديد هوية المرسل، وتمكين المستهلك من رفض تلقي هذه الرسائل، إضافة إلى منع الإشهار المضلل أو غير المشروع.[1]

يُحظر على المورد الإلكتروني نشر رسائل إشهارية تحتوي على معلومات مغلوطة أو مضللة عن السلع أو الخدمات المعروضة كما يجب أن تكون الرسائل الإشهارية خالية من أي إشارات أو ادعاءات كاذبة قد تضلل المستهلك بشأن خصائص المنتجات أو فوائدها.[2]

نصّت المادة 32 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أنه":يمكن للمورد الإلكتروني أن يضع منظومة إلكترونية تتيح لكل شخص التعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشعار إشهاري أو رسائل تجارية عبر الوسائل الإلكترونية، وذلك دون فرض أي مصاريف أو الحاجة إلى تقديم مبررات[3]" .

يُعدّ الإشهار الإلكتروني من الوسائل الحديثة التي تعتمد على **الوسائط الرقمية** ويتّسم بجملة من الخصائص المميّزة التي تساهم في تعزيز فعاليته من أبرزها :**الطابع التفاعلي** الذي يتيح للمستهلك التفاعل المباشر مع الرسالة الإشهارية، **والابتكار والإبداع** في تقديم المحتوى، إضافة إلى **الطابع العالمي** الذي يسمح بوصول الإشهار إلى جمهور واسع دون قيود زمانية أو مكانية كما يتميز بـ **السرعة والآنية** في النشر، وبـ **تكامل الوسائط المتعددة** من نصوص وصور وفيديو، إلى جانب

[1] محمد الفاروق مهنا، تومي هجيرة، المرجع السابق، ص 51.

[2] القانون رقم 18-05 المرجع السابق.

[3] المادة 32 من القانون رقم 18-05، المرجع السابق.

إمكانية التخصيص وفق فئات الجمهور المستهدفة، وكل ذلك بتكلفة منخفضة مقارنة بالإشهار التقليدي مما يعزز من مكانته في بيئة **التجارة الإلكترونيةوالاتصال الرقمي**.[1]

الفرع الثاني: التزامات المورد الالكتروني الإجرائية

أمام الانتشار المتسارع للتجارة الإلكترونية وتوسع نطاق التعاملات عبر الوسائط الرقمية، برزت الحاجة الملحة إلى تنظيم العلاقة بين المورد الإلكتروني والمستهلك، بما يضمن حماية هذا الأخير من أي تعسف أو إخلال بالالتزامات القانونية وفي هذا السياق، فرض المشرع الجزائري جملة من الالتزامات الاجرائية على المورد الإلكتروني تهدف إلى تعزيز الشفافية والثقة في البيئة الرقمية وتشمل هذه الالتزامات حفظ سجلات المعاملات، حماية المعطيات الشخصية، وضمان تسليم منتوج مطابق من حيث الجودة والمواصفات وتعد هذه الضمانات من الركائز الأساسية لتحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية الإلكترونية وضمان الأمن القانوني للمستهلك في الفضاء الرقمي.

أولا: الالتزام بحفظ سجلات المعاملات التجارية

يلتزم المورد الإلكتروني بحفظ سجلات جميع المعاملات التجارية المنجزة، متضمنة تواريخ إبرامها، وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري وذلك وفقاً للأحكام التنظيمية التي تُحدد كيفية تنفيذ هذه الالتزامات ويهدف هذا الالتزام إلى تعزيز الرقابة على الموردين الإلكترونيين، بما يضمن خضوعهم لأحكام التشريع والتنظيم المعمول بهما في مجال الأنشطة التجارية، وكذا ضمان حماية فعّالة للمستهلك الإلكتروني.[2]

إن إلزام المورد الإلكتروني بحفظ سجلات العمليات التجارية المنجزة وإيداعها لدى المركز الوطني للسجل التجاري من شأنه أن يُخفف من عبء الإثبات الواقع على عاتق المستهلك الإلكتروني في حال قيام نزاع بينه وبين المورد بشأن معاملة تجارية قد ينكرها هذا الأخير ويُتيح هذا النظام للجهة

[1] طارق هابة، "**الإشهارالالكتروني خصائصه وأنواعه وطرق تصميمه**"، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**"، ع 04، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2022، ص ص 08-11.

[2] محمد الفاروق مهنا، تومي هجيرة، المرجع السابق، ص 60.

القضائية المختصة صلاحية التحقق، لدى المركز الوطني للسجل التجاري، من مدى صحة إبرام المعاملة المتنازع عليها، بما يعزز الحماية القانونية للمستهلك ويضمن شفافية المعاملات الإلكترونية.[1]

ثانيا: الالتزام بحفظ بالمعطيات الشخصية

لقد أسهمت الثورة الرقمية، التي أفرزها التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات وشبكة الإنترنت في إحداث أثر بالغ على خصوصية كل من المستهلكين والمسوقين عبر الخط، وذلك نتيجة لاعتماد أنظمة التبادل الإلكتروني للبيانات في إنجاز المعاملات التجارية فقد أضحت هذه الأنظمة تتيح إمكانية إبرام مبادلات تجارية تشمل البيع والشراء، أو حتى توجيه الدعوة للتعاقد، ضمن بيئة رقمية متطورة.

وفي سبيل إتمام هذه المعاملات يقتضي الأمر من المستهلك الإلكتروني الإفصاح عن بياناته ومعطياته الشخصية لصالح المورد الإلكتروني، وذلك ضمن إطار تأكيد إرادته في اقتناء السلعة أو الاستفادة من الخدمة المعروضة الأمر الذي يثير إشكاليات قانونية تتعلق بمدى حماية هذه المعطيات ووجوب احترام خصوصية المستهلك في الفضاء الرقمي.[2]

عرّفت المادة 3 فقرة 1 من القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخص، المعطيات ذات الطابع الشخصي بأنها: "كل معلومة، أياً كانت دعامتها، تتعلق بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه، يُشار إليه بالشخص المعني، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ولا سيما من خلال الرجوع إلى رقم تعريف أو

[1] محمد الفاروق مهنا، تومي هجيرة، المرجع السابق، ص 60.

[2] سهام قارون، "**التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، ع 02، جامعة سوق أهراس، الجزائر، 2020، ص 1015.

إلى عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية، أو الفيسيولوجية، أو الجينية، أو البيومترية، أو النفسية، أو الاقتصادية، أو الثقافية، أو الاجتماعية."[1]

تقتضي غالبية معاملات البيع والتوريد ضرورة إدراج بعض البيانات الشخصية المرتبطة بالمستهلك، غير أنه يتعين على المورد الالتزام بعدم جمع أي معطيات ذات طابع شخصي تتجاوز ما هو ضروري لإبرام العقد وتنفيذه وبالتالي، يجب عليه الاكتفاء بالبيانات الأساسية المطلوبة لهذا الغرض، والحصول على موافقة صريحة ومسبقة من المستهلك قبل الشروع في جمع تلك البيانات مع التقيد التام بضوابط السرية وحماية الحياة الخاصة للمستهلك، وفقًا للتشريعات المعمول بها في مجال حماية المعطيات الشخصية[2]

تُعدّ عملية جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي من صور معالجة هذه المعطيات، وذلك وفقًا لما نصّت عليه المادة 3، الفقرة 3، من القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي حيث تشمل المعالجة كل عملية أو مجموعة عمليات تُنجز بواسطة وسائل آلية أو غير آلية، وتهدف إلى التعامل مع المعطيات الشخصية، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر: جمعها، تسجيلها، تنظيمها، حفظها، تعديلها، استخراجها، الاطلاع عليها، استعمالها، إيصالها أو نشرها أو إتاحتها بأي وسيلة، بالإضافة إلى إغلاقها، تشفيرها، مسحها أو إتلافها.

وعليه فإن مجرد جمع البيانات يُعدّ في حد ذاته نشاطًا خاضعًا لأحكام القانون سالف الذكر، ويستلزم احترام الضوابط القانونية المتعلقة بالمشروعية، والشفافية، وتحديد الغرض من الجمع، وضمان حماية حقوق الأشخاص المعنيين.[3]

---

[1] القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر.ج.ج، ع 34 ، الصادرة بتاريخ 13 جوان 2018.

[2] سهام مسكر، "**التزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقا لأحكام القانون رقم 18-05**"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، ع 01، جامعة البليدة 02، الجزائر، 2021، ص 1024.

[3] خديجة عبد اللاوي، المرجع السابق، ص 53.

تنص الفقرة الأولى من المادة 26 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري على التزامات المورد الإلكتروني عند قيامه بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي وإنشاء ملفات خاصة بالزبائن أو الزبائن المحتملين إذ يجب عليه، في هذا الإطار الاكتفاء بجمع البيانات الضرورية فقط لإبرام المعاملات التجارية دون تجاوز ذلك كما يلتزم بالحصول على الموافقة الصريحة للمستهلكين الإلكترونيين قبل الشروع في جمع تلك المعطيات، مع ضرورة ضمان أمن أنظمة المعلومات، وحماية سرية البيانات، والتقيد التام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.[1]

ثالثا: الالتزام بالتسليم المطابق للمنتوج

بالرجوع إلى أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، يتبين أن المشرّع الجزائري قد عرّف "المطابقة" من خلال الفقرة 18 من المادة 3، حيث نص على أنها تتمثل في استجابة كل منتوج موجه للاستهلاك للشروط المنصوص عليها في اللوائح الفنية، وكذا المتطلبات الصحية والبيئية ومتطلبات السلامة والأمن الخاصة به.[2]

كما ينبغي أن يراعي المنتوج المعروض للاستهلاك المعايير المتعلقة بمصدره، والنتائج المنتظرة منه، والخصائص التنظيمية المرتبطة به، لا سيما من حيث التغليف، وتاريخ الإنتاج، وآخر أجل للاستهلاك، وطريقة الاستعمال، وشروط الحفظ، والاحتياطات الواجب اتخاذها، بالإضافة إلى مختلف أشكال الرقابة التي خضع لها المنتوج قبل طرحه في السوق.[3]

يمكن تعريف التزام المطابقة في مجال التجارة الإلكترونية على أنه التزام المورد الإلكتروني بتقديم السلعة أو الخدمة محل التعاقد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية بما يتوافق مع ما يتوقعه المستهلك الإلكتروني عند إبرامه للعقد الإلكتروني ويتعلق هذا الالتزام بجميع العناصر الجوهرية محل التعاقد، سواء من حيث الوصف، أو الكمية، أو الجودة المتفق عليها، إضافة إلى ضرورة احترام المواصفات والمعايير القانونية

[1] سهام مسكر، المرجع السابق، ص 1019.

[2] القانون رقم 09-03، المرجع السابق.

[3] سيف الدين رحالي، فريد عباس، "**إلتزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للطلبية حماية للمستهلك الإلكتروني**"، دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، ع 01، جامعة امحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)، 2022، ص 418.

المقررة وكذا صلاحية المنتوج أو الخدمة لأداء الغرض المخصص لهما وفقًا لما تم الاتفاق عليه أو ما جرى عليه العرف التجاري.[1]

[1] رحالي سيف الدين، فريد عباس، المرجع السابق، ص 419.

المبحث الثاني: جرائم المورد لإلكتروني وجزاءات الإخلال بالتزاماته

أفرز التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية فئة جديدة من المتدخلين في العلاقة التجارية، ومن أبرزهم **المورد الإلكتروني** الذي يمارس نشاطه عبر منصات رقمية موجهة للجمهور وقد رتب المشرّع الجزائري مجموعة من الالتزامات القانونية التي يتعين على المورد احترامها، حمايةً للمستهلك وضماناً للشفافية والثقة في المعاملات الإلكترونية غير أن الواقع العملي كشف عن العديد من **الانحرافات والمخالفات** المرتكبة من طرف الموردين، لا سيما فيما يتعلق **بالإشهار التجاري المضلل** أو استخدام **وسائل إلكترونية مضللة للترويج للسلع والخدمات** .وعليه، سنخصص هذا المبحث لدراسة **جرائم المورد الإلكتروني والجزاءات القانونية المترتبة عن الإخلال بالتزاماته،** من خلال تقسيمه إلى مطلبين:

نخصص **المطلب الأول** لبحث **جريمة الإشهار التجاري المضلل** ، في حين نتناول في **المطلب الثاني** مختلف **الجزاءات المقررة عند الإخلال بالالتزامات القانونية للمورد الإلكتروني**

المطلب الأول: جريمة الإشهار التجاري المضلل

تُعد جريمة الإشهار التجاري المضلل من بين أخطر الممارسات التجارية غير المشروعة التي تمس بشكل مباشر بحقوق المستهلك وثقته في المعاملات الاقتصادية فهي تتجسد في قيام المورد أو المعلن بعرض معلومات كاذبة أو مضللة بشأن المنتجات أو الخدمات، مما يؤثر في إرادة المستهلك ويدفعه إلى اتخاذ قرارات استهلاكية مبنية على بيانات غير صحيحة ونظرًا لخطورة هذه الممارسة، تدخل المشرّع الجزائري بنصوص صريحة تهدف إلى ضبط الإشهار التجاري ومعاقبة كل إخلال يمس بصدقه ومصداقيته وعليه، سنتناول في هذا المطلب تعريف جريمة الإشهار المضلل، الوقوف على أركانها المادية والمعنوية، ثم استعراض العقوبات القانونية المترتبة عنها وفقًا للتشريع الجزائري.

الفرع الأول: تعريف جريمة الإشهار التجاري المضلل

قبل التطرق لتعريف جريمة الإشهار التجاري المضلل وجب التطرق لتعريف الإشهار الالكتروني

عرّف المشرّع الجزائري الإشهار ضمن المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه :"**كل اقتراح أو دعاية أو بيان أو عرض أو إعلان أو منشور أو تعليمات، تهدف إلى الترويج أو تسويق سلعة أو خدمة باستخدام وسائل بصرية أو سمعية.**"[1]

كما نصت المادة 1 فقرة 6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن الإشهار الإلكتروني هو: " **كل إعلان يهدف، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، إلى ترويج بيع سلعة أو خدمة عن طريق وسائل الاتصال الإلكترونية ويُفهم من هذين النصين أن الإشهار، سواء في صورته التقليدية أو الإلكترونية، يشكل وسيلة قانونية لتسويق المنتجات والخدمات، ويخضع لضوابط تفرض على المورد التزامًا بالإفصاح الصادق والشفاف، وفق ما يقتضيه التشريع الوطني.**"[2]

سبق وأن قمنا بتعريف الإشهار الإلكتروني، غير أن ما ينبغي التأكيد عليه هو أن المورد قد يلجأ في إطار ممارسته لهذا الإشهار إلى استعمال أساليب تنطوي على المبالغة أو الإغراء، بهدف إبراز مزايا السلع أو الخدمات بشكل يجعلها أكثر جاذبية وتفضيلاً لدى المستهلك إلا أنه إذا تجاوز الإشهار التجاري حدود المبالغة المشروعة والمقبولة قانونًا، فإنه يتحول إلى إشهار غير مشروع يقوم على التضليل والخداع ويهدف إلى التأثير على إرادة المستهلك ودفعه إلى اتخاذ قرار مبني على معطيات غير صحيحة أو مضللة.[3]

[1] القانون رقم 90-39 المرجع السابق.

[2] القانون رقم 18-05، المرجع السابق

[3] لامية طالة، كهينة سلام، "**حماية المستهلك من جريمة الإشهار التجاري المضلل والكاذب –قراءة قانونية في ظل التشريع الجزائري-**"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، ع 03، جامعة الجزائر 3، 2021، ص 196.

وقد نصت **المادة 17 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية**، على أنه: **" يُمنع كل إشهار يحتوي على بيانات كاذبة أو من شأنه أن يضلل المستهلك، سواء تعلّق الأمر بخصائص المنتوج أو الخدمة أو بشروط البيع"** .[1]

ويُفهم من ذلك أن المشرّع الجزائري يحظر الإشهار التضليلي بجميع أشكاله، حمايةً للمستهلك وضمانًا لممارسة اقتصادية نزيهة تقوم على الشفافية والمصداقية.

قد يتعرض المستهلك الإلكتروني لعمليات غش وتضليل من قبل المورد الإلكتروني عبر الوسائل المتعددة للإشهار على شبكة الإنترنت، ومنها الصور المعروضة التي تظهر المنتج بأفضل صورة وجودة قد لا تتوافق مع الواقع الفعلي للسلعة كما يمكن أن يتم التضليل عبر إضافة مؤثرات صوتية للإعلان، مثل استخدام أصوات موسيقية جذابة تثير اهتمام المستهلك وتحفزه على الشراء، رغم عدم ارتباط هذه المؤثرات بخصائص المنتج الفعلية.

ورغم خطورة هذه الأساليب على حماية المستهلك الإلكتروني، فإن التشريع الجزائري لا يحتوي على نصوص صريحة تحدد بوضوح قواعد مكافحة الكذب والخداع في الإعلانات الإلكترونية بشكل عام، مما يترك بعض الثغرات القانونية التي قد تستغل في التلاعب بالمستهلك.[2]

وعرف أيضا بأنه: **"الإشهار الذي يؤدي إلى تغليط المستهلك أو من شأنه أن يؤدي إلى ذلك، سواء باستعمال الكذب أو بدونه عن قصد أو دون قصد حتى وإن كان بإهمال".**[3]

---

[1] قانون رقم 04-02، المرجع السابق.

[2] وسيلة مقيمح، "**الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني –دراسة مقارنة**"، أطروحة دكتوراه، تخصص عقود مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي ين مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2022، ص ص 64، 66.

[3] ولد احمد محمد، تيعشتين شريف، "**الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار الكاذب والمضلل**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2019، ص 35.

يُعد الإشهار مضللاً متى اتّسم بمحتوى من شأنه أن يؤدي، بطبيعته إلى تضليل المستهلك أو تغليط إدراكه للمنتج أو الخدمة المعلن عنها وفي بعض الحالات، قد يتجاوز الإشهار المضلل مجرد التضليل ليصل إلى مرتبة الغش، إذا تضمّن بيانات كاذبة أو مضخّمة تؤثر على القرار الاستهلاكي.

ويلاحظ أن المشرّع الجزائري، على غرار المشرّع الفرنسي، لم يضع تعريفًا قانونيًا دقيقًا لمفهوم "الغش"، وإنما تُرك الأمر للاجتهاد الفقهي والقضائي غير أن فحوى **المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري** تسمح باستخلاص أن الغش يتمثل في "كل تغيير أو تعديل في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو التركيب أو النوع أو المصدر"، سواء تعلّق الأمر بمنتج أو بخدمة، متى كان من شأن هذا التغيير الإخلال بسلامة المعاملة التجارية أو خداع المستهلك بشأن الحقيقة.[1]

الفرع الثاني: أركان الإشهار التجاري المضلل

تشكل جريمة الإشهار التجاري المضلل انتهاكًا جسيمًا لمبدأ الشفافية وحماية المستهلك، حيث تهدف إلى حماية إرادة المستهلك من التضليل والخداع يتطلب تحقق هذه الجريمة وجود ركن مادي يتمثل في نشر معلومات مضللة، وركن معنوي يتمثل في القصد الجنائي للمعلن كما تفرض القوانين الجزائرية عقوبات رادعة لضمان نزاهة الممارسات التجارية وحماية السوق والمستهلكين.

أولا–الركن المادي

يتمثل الركن المادي للإشهار المضلل في صدور سلوك من المعلن من شأنه أن يؤدي إلى تضليل المستهلك أو خداعه، سواء كان هذا السلوك إيجابيًا أو سلبيًا، ففي الحالة الإيجابية، يتمثل السلوك في تقديم معلومات غير واضحة أو مبالغ فيها أو منقوصة بشأن خصائص السلعة أو الخدمة محل الإشهار، بما يؤثر في إدراك المستهلك ويدفعه إلى اتخاذ قرار استهلاكي على أساس معطيات غير صحيحة.

[1] يمينة بليمان، "**الإشهار الكاذب أو المضلل**"، مجلة العلوم الإنسانية، ع 32، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، 294.

أما في الحالة السلبية، فيتحقق الركن المادي من خلال امتناع المعلن عن ذكر بيانات جوهرية وأساسية تتعلق بالمنتج أو الخدمة، وهو ما يُعرف بالإشهار المضلل بطريق الترك، حيث يؤدي هذا السكوت أو الإغفال المتعمد إلى التأثير في إرادة المستهلك بصورة تفتقر إلى الشفافية والمصداقية.[1]

يُعد وجود الإشهار شرطًا جوهريًا لتحقّق الركن المادي لجريمة الإشهار المضلل إذ لا يمكن الحديث عن هذه الجريمة دون وجود فعل إشهاري سابق يكون قد بُثّ لحساب شخص طبيعي أو معنوي يُطلق عليه صفة "المعلِن" بهدف التأثير في الجمهور ودفعه إلى اقتناء سلعة أو الاستفادة من خدمة فالإشهار، في طبيعته، يُعدّ وسيلة ذات تأثير نفسي مباشر على جمهور المستهلكين، يُستغل لتحقيق غايات ربحية عبر التأثير في إرادتهم التعاقدية[2].

وقد أبرز المشرّع الجزائري هذا المفهوم من خلال **المادة 2، الفقرة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش**، حيث عرّف الإشهار بأنه:

"جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدّة لترويج أو تسويق سلعة أو خدمة بواسطة وسائل إسناد بصرية أو سمعية"[3].

ويستفاد من هذا التعريف أن الإشهار يشمل كافة أشكال الاتصال التجاري الموجهة إلى المستهلك متى كانت تهدف إلى التأثير في اختياراته وتحفيزه على التعاقد مما يجعل من وجود هذا الفعل الإشهاري أساسًا لقيام.

نصّت المادة 28 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على مجموعة من الأفعال التي تُشكّل الركن المادي لجريمة الإشهار المضلل، لا

[1] لامية طالة، كهينة سلام، المرجع السابق، ص 199.

[2] يمينة بليمان، المرجع السابق، ص 297.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

سيما تلك التي تتخذ شكل أفعال إيجابية ومن خلال هذا النص، يتضح أن المشرّع الجزائري اشترط **توافر ثلاثة عناصر أساسية لقيام الركن المادي** للجريمة، وهي:

1. **وجود إشهار تجاري** :أي أن يكون هناك فعل موجه إلى الجمهور، يتضمن عرضاً أو ترويجاً لمنتج أو خدمة.
2. **أن يكون الإشهار كاذباً أو مضللاً** :وذلك من خلال تضمينه معلومات أو مزاعم غير مطابقة للواقع، أو تؤدي إلى إحداث تصور غير صحيح لدى المستهلك.
3. **أن ينصبّ الغلط أو التظليل على عناصر محددة** :وقد حددها المشرّع على سبيل الحصر، وتشمل على وجه الخصوص طبيعة السلع أو الخدمات، مصدرها، مواصفاتها الجوهرية، كمية المنتج، طرق استعماله أو نتائجه، السعر أو شروط البيع، وغيرها من البيانات التي تؤثر على القرار الاستهلاكي.[1]

ثانيا–الركن المعنوي

تُعد الجريمة العمدية القاعدة العامة في القانون الجنائي، ما يقتضي – كأصل – ضرورة توافر **الركن المعنوي** المتمثل في **القصد الجنائي** لقيام المسؤولية الجزائية وينطبق هذا المبدأ على جريمة الإشهار الكاذب أو المضلل، حيث لا يكفي مجرد ارتكاب الفعل المادي المتمثل في نشر إعلان يحتوي على بيانات غير صحيحة أو مضللة بل يجب أن يكون ذلك مصحوبًا بتوافر **سوء النية** لدى المعلن، أي العلم بعدم صحة ما يعلنه أو تعمده تضليل المستهلك.[2]

تُعد الجريمة العمدية هي الأصل في التجريم وفقاً للقواعد العامة في القانون الجنائي، الأمر الذي يستلزم ضرورة توافر الركن المعنوي المتمثل في القصد الجنائي العام، لقيام المسؤولية الجزائية عن الفعل الإجرامي. وفي سياق جريمة الإشهار الكاذب أو المضلل، لا يُكتفى بتحقق الركن المادي فقط،

[1] ولد أحمد محمد، تيعشتين شريف، المرجع السابق، ص 116.

[2] يمينة بليمان، المرجع السابق، ص 298.

والمتمثل في نشر إعلان يحتوي على بيانات كاذبة أو مضللة، وإنما يتعين أن يكون هذا الفعل مشوبًا بسوء نية من طرف الفاعل، أي أن يكون عالماً بعدم صحة المعلومات المروّجة، ومصممًا على خداع المستهلك أو تضليله بقصد تحقيق منفعة تجارية غير مشروعة.

ويُستفاد هذا الاتجاه من المبادئ العامة المنصوص عليها في المادة 289 من قانون العقوبات الجزائري، التي تُقر بوجوب توافر القصد الجنائي في الجرائم العمدية، ما لم يُنص على خلاف ذلك كما أن الاجتهاد الفقهي يؤكد أن "الركن المعنوي في جريمة الإشهار الكاذب يقوم عندما يكون الفاعل على علم بعدم صحة ما يعلنه، أو متعمدًا التغليط، بقصد التأثير على إرادة المستهلك.[1]

الركن المعنوي لجريمة الإشهار المضلل يتمثل في توافر سوء نية المعلن أي قيامه بالفعل الإشهاري وهو عالم بعدم صحة المعلومات التي يتضمنها، أو بقصد تضليل المستهلك أو خداعه ويتحقق هذا الركن إذا كان المعلن مدركًا لعدم مطابقة الإشهار للواقع، أو إذا توافر لديه القصد الاحتيالي المتمثل في إرادة خداع الجمهور وتحقيق مصلحة تجارية غير مشروعة.

وقد ثار خلاف فقهي بشأن ضرورة توفر هذا الركن، حيث يرى اتجاه أول أن جريمة الإشهار المضلل تعد جريمة مادية بحتة، لا يُشترط فيها إثبات سوء نية المعلن، ويكفي لقيامها أن يتضمن الإشهار بيانات أو معلومات كاذبة أو مضللة، سواء تم ذلك بسلوك إيجابي أو عن طريق الإغفال، على نحو من شأنه أن يُؤثر في إرادة المستهلك ويُوقعه في الغلط.[2]

يكمن الركن المعنوي لجريمة الإشهار المضلل في توافر **سوء نية المعلن** عند قيامه بالفعل الإشهاري، وذلك بأن يكون لديه **القصد الاحتيالي أو التضليلي** بقصد خداع الجمهور أو تضليله بشأن طبيعة السلعة أو الخدمة محل الإشهار.

---

[1] بن عبو محمد، "*الإشهار التجاري في القانون الجزائري والمقارن*"، دار الهدى، الجزائر، 2014، ص. 176

[2] محمد حسنين، "*جرائم الإشهار التجاري في القانون الجنائي الاقتصادي*"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص. 112

ويُثير هذا العنصر العديد من الإشكالات الفقهية، تتعلق بمدى اشتراط القصد الجنائي في تكوين هذه الجريمة، بين من يعتبرها جريمة مادية لا يشترط فيها توافر الركن المعنوي، وبين من يُشدد على ضرورة توافر هذا الركن لتحقق المسؤولية الجنائية للمعلن.[1]

يرى اتجاه آخر أن **عدم النص الصريح على القصد الجنائي لا يعني استبعاده،** بل يظل مفترضًا، خاصة في الجرائم التي تمس بالممارسات التجارية النزيهة ويُؤكد أن **الإهمال أو الخطأ غير المقصود لا يكفيان لقيام جريمة الإشهار المضلل،** بل يجب إثبات أن المعلن تصرف بسوء نية أو بقصد تضليل المستهلكين.[2]

أما في **التشريع الفرنسي** فقد اعتبر قانون الاستهلاك (Code de la consommation) لاسيما في المادة **L121-1**، أن الإشهار المضلل يُعد ممارسة تجارية خادعة، وأكد على ضرورة أن يكون الفعل مقصودًا أو على الأقل عن علم، مما ينسجم مع الرأي القائل بضرورة الركن المعنوي.[3]

الفرع الثالث: العقوبات المترتبة عن الإشهار التجاري المضلل

وتتمثل الجزاءات المقررة لجريمة الإشهار الكاذب والمضلل فيما يلي:

نصّ المشرّع الجزائري على **تجريم الإشهار المتعلق بالتجارة الإلكترونية غير المشروعة** واعتبره **جنحة** بموجب أحكام **المادتين 39 و40 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**وقد أقرّ لهذا الفعل **عقوبة مالية** تتراوح بين **50.000دينار جزائري و500.000 دينار جزائري** تأكيداً منه على ضرورة تنظيم النشاطات التجارية عبر الوسائط الإلكترونية وضمان احترام الإطار القانوني المنظم لها.[4]

---

[1] لامية طالة، كهينة سلام، المرجع السابق، ص 199.

[2] محمد عيسى، *"حماية المستهلك في التشريع الجزائري"* ، دار هومة، الجزائر، 2019، ص. 147.

[3] Code de la consommation, Article L121-1, version consolidée au 1er janvier 2023

[4] القانون رقم 18-05، المرجع السابق.

قد أقرّ المشرّع الجزائري العقوبة المقررة لجريمة النصب في المادة 372 من قانون العقوبات، حيث نصّ على أنه" :**يُعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة مالية من 500 دينار إلى 20.000 دينار كل من توصل إلى الاستيلاء على شيء مملوك للغير بواسطة إحدى طرق الاحتيال**" .

كما شدد العقوبة في الفقرة الثانية من نفس المادة، في حال وقوع الجريمة من شخص توجه إلى الجمهور قصد إصدار أسهم أو سندات أو إدانات أو حصص أو غيرها، سواء لفائدة شركات أو مشروعات تجارية أو صناعية، إذ يجوز أن تصل العقوبة إلى عشر (10) سنوات حبس وغرامة مالية تصل إلى 200.000 دينار جزائري[1].

بالرجوع إلى أحكام المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، يتبيّن أن المشرّع قد قرر عقوبة لجريمة الخداع تتمثل في الحبس من شهرين (2) إلى ثلاث (3) سنوات، وبغرامة مالية تتراوح بين 2.000دينار جزائري و20.000 دينار جزائري، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

وفي حال اقتران الجريمة بظروف التشديد، فإن العقوبة تُرفع بموجب المادة 430 من نفس القانون، حيث تصل مدة الحبس إلى خمس (5) سنوات، وتُرفع قيمة الغرامة إلى 500.000 دينار جزائري، سواء تعلق الأمر بالفعل التام أو بالشروع في ارتكاب الجريمة[2].

المطلب الثاني: جزاءات إخلال المورد الإلكتروني بالالتزامات

تُعد التجارة الإلكترونية من أبرز التحولات الحديثة التي شهدها العالم في المجال الاقتصادي، وقد رافق هذا التطور تحديات قانونية استدعت تدخل المشرّع الجزائري لتنظيم العلاقة بين المورد والمستهلك في البيئة الرقمية. ومن أجل ضمان حماية فعّالة للمستهلك الإلكتروني فرض القانون رقم 18-05

[1] الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم.

[2] بلحاج بلخير، لعيدي عبد القادر، "**الحماية الجنائية من الإعلان التجاري المضلل**"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، ع 2، المركز الجامعي علي كافي تندوف، الجزائر، 2021، ص 629.

المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلى جانب قوانين مكمّلة كقانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجموعة من الالتزامات القانونية الدقيقة على المورد الإلكتروني. غير أن الواقع العملي أفرز العديد من الإخلالات التي يقوم بها المورد، والتي تمس بحقوق المستهلك وتمثل انتهاكًا للثقة المفترضة في التعاقد الإلكتروني.

تتمثل هذه الإخلالات في المساس بحماية المعطيات الشخصية، عدم احترام الالتزام بالتسليم، الإخلال بأحكام الضمان، عدم حفظ سجلات المعاملات، والخرق الصريح للحق في الإعلام الإلكتروني، وهو ما يستوجب الوقوف على كل منها وفق ما تقرره النصوص القانونية الجزائرية المنظمة لهذا المجال.

الفرع الأول: إخلال المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك

تنص المادة 26 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أن المورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي سواء في إطار تكوين ملفات الزبائن الحاليين أو المحتملين، لا يجوز له جمع سوى البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية ويشترط في ذلك أن يحصل على موافقة صريحة مسبقة من المستهلك الإلكتروني قبل الشروع في جمع تلك البيانات.

كما يلتزم المورد، بموجب نفس المادة، بـ:

- ضمان أمن نظم المعلومات التي يتم من خلالها معالجة البيانات؛
- الحفاظ على سريّة المعطيات الشخصية؛
- الامتثال التام للأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في مجال حماية البيانات الشخصية[1].

ومن خلال هذا النص يتضح أن المشرّع الجزائري يُلزم المورد الإلكتروني بجملة من الالتزامات المرتبطة بحماية الحياة الخاصة للمستهلك من أبرزها :الالتزام بالسرية، تأمين البيانات، وضمان عدم

[1] القانون رقم 18-05، المرجع السابق.

استخدامها خارج إطار الغرض التجاري المحدد ويُعد هذا التوجه تكريسًا لمبدأ احترام خصوصية المستهلك الرقمي وامتدادًا لمبدأ الثقة في المعاملات الإلكترونية.

نصت المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات على الاعتداء على المعطيات الداخلية للنظام : "يعاقب بالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 كل من ادخل بطريقة الغش معطيات في نظام أو أزل أو عدل بطريقة الغش المعطيات التي يضمنها".

يتضح من نص المادة الثالثة سالفة الذكر أن السلوك الإجرامي المكوّن لهذه الجريمة يتمثل في أحد الأفعال التالية: الإدخال، أو المحو، أو التعديل ولا يُشترط لقيام الركن المادي أن تجتمع هذه الأفعال، بل يكفي أن يرتكب الجاني فعلًا واحدًا منها فقط وتمثل أفعال الإدخال والمحو والتعديل صورًا للتلاعب بالمعطيات المخزّنة ضمن نظام المعالجة الآلية للمعطيات، سواء تم ذلك من خلال إدخال معطيات جديدة غير صحيحة أو محو معطيات سابقة، أو تعديلها بما يغيّر من مضمونها أو حجيتها.[1]

الفرع الثاني: إخلال المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للمنتوج والآجال

يُعد **الالتزام بتسليم منتوج مطابق للمواصفات القانونية** من أبرز الضمانات الجوهرية التي أقرّها المشرّع الجزائري، لما له من دور حاسم في **حماية المستهلك الإلكتروني** وضمان سلامته من مختلف المخاطر، سواء كانت صحية، تقنية أو تجارية وقد كرّس هذا المبدأ في **المادتين 10 و11 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش** حيث أوجب على المورد توفير منتوج يستوفي الخصائص المتفق عليها ويطابق المعايير المعمول بها، سواء من حيث الجودة أو السلامة أو المكونات، كما حمّله مسؤولية أي ضرر ناتج عن عدم المطابقة ويأتي هذا

[1] خاليدة بن علاش، علي عثماني، "**الأحكام الموضوعية والإجرائية لمكافحة الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري**"، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، ع 02، جامعة تيارت، الجزائر، 2021، ص 703.

الإجراء ضمن إطار قانوني يهدف إلى تعزيز الثقة في السوق الاستهلاكية الرقمية، وتحقيق التوازن بين طرفي العلاقة التعاقدية.[1]

تنص المادة 22 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أنه في حال إخلال المورد الإلكتروني بأجل التسليم المتفق عليه، يحق للمستهلك الإلكتروني، دون أن يفقد حقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، أن يقوم بإعادة إرسال المنتوج في حالته الأصلية خلال أجل أقصاه أربعة (4) أيام عمل ابتدءًا من تاريخ التسليم الفعلي.

وفي هذه الحالة، يلتزم المورد الإلكتروني بردّ المبلغ المدفوع من قبل المستهلك وكذا النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج، وذلك خلال أجل أقصاه خمسة عشر (15)يومًا من تاريخ استلامه للمنتوج المرجع[2].

بالنظر إلى طبيعة الالتزامات التي تنشأ في إطار عقود التجارة الإلكترونية، والتي يغلب عليها طابع **الالتزام** بتحقيق نتيجة، فإنه يتعين على المدين – وغالبًا ما يكون المورد الإلكتروني– أن يُحقق نتيجة محددة، تتمثل في تنفيذ التزامه بالتسليم على النحو المتفق عليهوبناءً عليه، فإن مجرد عدم تحقق النتيجة يُرتب مسؤوليته العقدية، دون الحاجة إلى إثبات الخطأ من جانب الدائن.

ولا يمكن للمدين أن يتخلص من هذه المسؤولية، إلا إذا أثبت أن عدم التنفيذ يعود إلى أحد الأسباب المعفاة من المسؤولية، والمتمثلة في:

- **خطأ الدائن نفسه،** كرفضه استلام المنتج دون مبرر قانوني؛
- **خطأ الغير**، إذا كان لهذا الخطأ أثر مباشر حال دون تنفيذ الالتزام؛
- أو **سبب أجنبي لا يد للمدين فيه،** كحالة القوة القاهرة أو الحادث الفجائي، والتي تعفيه من المسؤولية وفقًا لما تقرره أحكام القانون المدني[3].

---

[1] سيف الدين رحالي، فريد عباس، المرجع السابق، ص 420.

[2] القانون رقم 18-05، المرجع السابق.

[3] بن زموري سعدية، بن سعدي خولة، "**الالتزامات الناشئة عن العقود الإلكترونية في التشريع الجزائري**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحيي فارس بالمدية، الجزائر، 2023، ص 34.

وتنسجم هذه القواعد مع المبادئ العامة للمسؤولية العقدية، التي تهدف إلى حماية الطرف المتضرر – وهو في الغالب المستهلك الإلكتروني – وتحقيق التوازن العقدي في بيئة رقمية تتطلب قدرًا عاليًا من الموثوقية والانضباط في تنفيذ الالتزامات.

الفرع الثالث: إخلال المورد بعدم تنفيذ أحكام الضمان

يُعد الضمان من الحقوق الأساسية التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني، ويشمل ذلك ضمان العيوب الخفية وضمان عدم التعرض والاستحقاق ويقع على عاتق صانع المنتج التزام قانوني لا يقتصر فقط على نفي الإخلال بسلامة المنتوج، بل يجب عليه إثبات أن الضرر الذي لحق بالمستهلك ناتج عن سبب أجنبي لا يُنسب إليه كأن يُثبت أن العيب قد لحق بالمنتوج خلال مرحلة الشحن أو التفريغ وهو ما يتيح له إمكانية الإعفاء من المسؤولية، دون أن يُسقط ذلك حق المستهلك في الرجوع على المورد استنادًا إلى قواعد المسؤولية التقصيرية[1].

وتجدر الإشارة إلى أن الضمان يشمل جميع صور التعرض الصادر عن البائع شخصيًا سواء كان التعرض ماديًا أو قانونيًا، كليًا أو جزئيًا، مباشرًا أو غير مباشرأما فيما يتعلق بالتعرض الصادر من الغير، فإن الضمان ينصرف فقط إلى التعرض القانوني دون المادي وذلك وفقًا لمبادئ القانون المدني.

ولا يقتصر نطاق هذا الضمان على عقد البيع فقط، بل يمتد ليشمل عقود الإيجار وسائر العقود الإلكترونية، وذلك في إطار تطور مفاهيم الحماية القانونية للمستهلك في البيئة الرقمية، وتعزيزًا لثقته في المعاملات الإلكترونية.[2]

يعتبر الضمان من النظام العام لذلك فرض المشرع جزاءات قانونية أدرجها في القانون رقم 09-03 ، غذ نجد هناك جزاءات إدارية يوقعها أعوان قمع الغش وضباط الشرطة القضائية تتمثل في الحد من وضع المنتوج في السوق أو طلب سحبه أو استرجاعه أو توقيف الخدمة إذا تبين أنها غير مضمونة

[1] وسيلة مقيمح، المرجع السابق، ص 368.

[2] وسيلة مقيمح، المرجع نفسه، ص ص 369، 370.

بالإضافة إلى ذلك نص المشرع على غرامات مالية تتراوح بين 100.000.00 دج و 500.000.00 دج كما يمكن الحكم بالعقوبات السالبة للحرية.[1]

تنص المادة 280 من القانون المدني الجزائري على أن القاضي يُقدّر مقدار التعويض في حال عدم تحديده في العقد أو بموجب نص قانوني ويجب أن يشمل هذا التعويض ما لحق المتضرر من خسارة وما فاته من كسب .وبناءً على ذلك، يُدرج ضمن عناصر التعويض :**نفقات العلاج، أتعاب الأطباء، مصاريف الإقامة في المستشفى، والأرباح التي حُرم منها المتضرر نتيجة توقفه عن العمل.**

ويكون التعويض إما تعويضًا عينيًا يُعيد المتضرر إلى الحالة التي كان عليها قبل حدوث الضرر وهو أمر يصعب تحقيقه في حال نشوء الضرر عن عيب في المنتج، لا سيما إذا ترتب عليه ضرر جسدي أو مادي لا يمكن إصلاحه أو يكون تعويضًا بمقابل مالي وهو الحل الأرجح والأنسب لجبر الأضرار الناتجة عن عيوب المنتجات ويُعد الوسيلة الأكثر فاعلية لتعويض المستهلك عن الخسائر التي لحقت به.[2]

الفرع الرابع: إخلال المورد بحفظ سجلات المعاملة التجارية

يُعرّف "سجل المعاملات الإلكترونية" – وفقًا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019، المحدد لكيفيات حفظ سجل المعاملات التجارية الإلكترونية وإرساله إلى المركز الوطني للسجل التجاري – بأنه: " **سجل يُدوّن فيه المورد الإلكتروني جميع عناصر المعاملة التجارية المنجزة، من عقود، فواتير، أو أية وثائق تقوم مقامها، بالإضافة إلى كل وصل استلام عند التسليم أو الاسترجاع أو الاسترداد، حسب الحالة.**"[3]

[1] خلوي (عنان) نصيرة، المرجع السابق، ص 213.

[2] بن زموري سعدية، بن سعدي خولة، المرجع السابق، ص 40.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني لسجل تجاري، ج.ر.ج.ج، ع 17، صادرة في 17 مارس 2019.

بناءً على نص **المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 19-89**، فإن المشرّع الجزائري قد قرّر جزاءً صريحًا على مخالفة الالتزام بحفظ سجل المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث جاء في المادة ما يلي:

"كل إخلال بأحكام هذا المرسوم، يُعرّض صاحبه للعقوبات المنصوص عليها في المادة 41 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018".

وبالرجوع إلى المادة 41 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، نجد أنها تُقرّر عقوبة مالية على المخالف، تتمثل في:

"غرامة مالية تتراوح من 20.000 دينار جزائري إلى 200.000 دينار جزائري."[1]

مما سبق تناوله يُفهم من ذلك أن المشرّع لم يترك الالتزام بحفظ السجلات الإلكترونية رهينًا بالإرادة المنفردة للمورد، بل أرفقه **بجزاء مالي صريح ذي طابع زجري**، وذلك لتكريس احترام الضوابط القانونية التي تنظم التجارة عبر الإنترنت، وضمان التوثيق الكامل لكافة العمليات الإلكترونية المنجزة.

تنص المادة 25 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على التزام المورد الإلكتروني بحفظ السجلات الإلكترونية المتعلقة بمعاملاتهوفي ذات السياق، جاءت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019 لتُحدّد بدقة العناصر الأساسية الواجب تضمينها في سجل المعاملات التجارية الإلكترونية، والتي تُعد بمثابة دليل يُوثّق وجود المعاملة ويُثبت تفاصيلها، ويمكن للمستهلك الرجوع إليها في حال إخلال المورد بالتزاماته، بما يضمن له حقه في الإثبات والمطالبة بالتعويض.

وعلى صعيد آخر، يُمكّن هذا السجل أيضًا من ممارسة الرقابة الفعلية على حجم الأعمال والمعاملات التي يقوم بها المورد الإلكتروني، مما يُعزز من شفافية النشاط التجاري الرقمي ووفقًا لما جاء

[1] بريوة علاء الدين، بوضياف عبد الرزاق، "**الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مجلة الاجتهاد القضائي، ع 02، جامعة محمد خيضرة بسكرة، الجزائر، 2020، ص 304.

في النص يلتزم المورد باحترام الضوابط والإجراءات الخاصة بحفظ عناصر المعاملة، سواء في شكلها الأصلي أو في شكل غير قابل للتعديل أو الإتلاف وذلك ضمانًا لبقاء المعلومات كما تم التعاقد بشأنها وتحقيقًا لمبدأ الأمان القانوني في البيئة الرقمية.[1]

الفرع الخامس: إخلال المورد بالحق في الإعلام الإلكتروني

أقرّ المشرّع الجزائري جزاءً جنائيًا لمواجهة الإخلال بالحق في الإعلام الإلكتروني، يتمثل في **غرامة مالية تتراوح بين 50.000 دينار جزائري و500.000 دينار جزائري** تُسلّط على كل مورد يثبت تعمّده مخالفة أحد الالتزامات المنصوص عليها في أحكام قانون التجارة الإلكترونية كما منح المشرّع للجهة القضائية المختصة، متى رُفعت الدعوى أمامها، صلاحية إصدار أمر **بتعليق ولوج المورد المخالف إلى كافة منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر**، وذلك كإجراء تحفظي يهدف إلى حماية المستهلك وضمان احترام قواعد الشفافية والموثوقية في المعاملات التجارية الإلكترونية.[2]

[1] بن زموري سعدية، بن سعدي خولة، المرجع السابق، ص 43.

[2] مقدم رشا، "**التزام المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني وفقا للقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري**"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، ع 02، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف، الجزائر، 2024، ص 1330.

خاتمة

خاتمة :

من خلال هذه الدراسة، تم التوصل إلى أن حماية المستهلك الإلكتروني لم تعد مسألة اختيارية في ظل الطفرة الرقمية، بل باتت ضرورة قانونية تفرض نفسها لحماية الطرف الأضعف في المعاملات الإلكترونية وقد أظهر التحليل أن المشرّع الجزائري قد خطا خطوات هامة نحو توفير إطار قانوني لهذه الحماية من خلال القانون رقم 18 /05المتعلق بالتجارة الالكترونية وقانون حماية المستهلك 09-03.

على مستوى الحماية المدنية ظهر أن المشرع حاول ضمان توازن العلاقة التعاقدية عبر ضمان حق المستهلك في الإعلام، من خلال فرض التزامات صارمة على المورد الإلكتروني بضرورة توفير معلومات دقيقة وشفافة قبل إبرام

العقد كما تم تكريس حق العدول كضمانة لحماية رضا المستهلك في العقود عن بعد. وقد تم تعزيز ذلك من

خلال تنظيم طرق الدفع، وشروط الفسخ، والتعويض عن الضرر.

أما على مستوى الحماية الجنائية فقد تم تجريم مجموعة من الأفعال الضارة بحقوق المستهلك الإلكتروني منها الخداع، الاحتيال، التلاعب بالمعطيات، والإشهار المضللكما تم تخصيص عقوبات صارمة لحالات الدخول غير المشروع إلى قواعد بيانات التوقيع الإلكتروني وذلك لحماية المعاملات الرقمية من الاختراق والعبث.

وعلى الرغم من هذه الجهود إلا أن التطبيق العملي يكشف عن وجود ثغرات في المنظومة التشريعية، من بينها غياب نصوص تنظيمية مكملة لبعض الحقوق (مثل العدول)، وضعف التنسيق بين الجهات الرقابية، إلى جانب النقص في الثقافة القانونية لدى فئة واسعة من المستهلكين الإلكترونيين.

وبناء على ما سبق، نقترح التوصيات التالية:

1. إصدار النصوص التنظيمية المكملة للقانون رقم 18-05 خاصة في مجال تنظيم حق العدول وطرق المراقبة الإلكترونية.
2. تفعيل أجهزة الرقابة على المواقع والمنصات الإلكترونية لضمان امتثال الموردين للقواعد القانونية.
3. اعتماد آلية الوساطة الإلكترونية لحل النزاعات بين المورد والمستهلك بطريقة سريعة وفعالة.
4. إدراج مواضيع حماية المستهلك الإلكتروني في مناهج كليات الحقوق والإعلام.

5. تعزيز التعاون بين سلطات حماية المستهلك والهيئات المعنية بأمن المعلومات لمواجهة الجرائم الرقمية.
6. إلزام المواقع والتطبيقات التي تقدم خدمات في الجزائر بالتسجيل محليًا والخضوع للرقابة الوطنية.

وختامًا فإن حماية المستهلك الإلكتروني في البيئة الرقمية تتطلب مقاربة شاملة ومتكاملة، تستند إلى تحديث التشريعات وتفعيل الآليات الرقابية، وتعزيز وعي المستهلك بحقوقه، بما يحقق بيئة رقمية آمنة ومُطمئنة لجميع الأطراف.

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

أولا: الكتب

1. بن عبو محمد، *"الإشهار التجاري في القانون الجزائري والمقارن"*، دار الهدى، الجزائر، 2014.
2. محمد حسنين، *"جرائم الإشهار التجاري في القانون الجنائي الاقتصادي"*، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017.
3. محمد عيسى، *"حماية المستهلك في التشريع الجزائري"* ، دار هومة، الجزائر، 2019.

ثانيا: القوانين

1. الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 08 يونيو 1966، يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
2. المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
3. القانون رقم 08-04 المؤرخ في 2004/08/14 المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية، ج.ر.ج.ج، ع 52، صادرة في 2004/08/18.
4. القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ح، ع 15، مؤرخة في 08 مارس 2009.
5. المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني لسجل تجاري، ج.ر.ج.ج، ع 17، صادرة في 17 مارس 2019.
6. أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج، ع 43 صادر بتاريخ 20 جويلية 2003.

7. القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، متعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، 27 جوان 2004.
8. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.رج.ج، ع 06، الصادرة في فبراير 2015.
9. قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018،يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، ع 28 صادرة في 16 ماي 2018.
10. الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم.
11. القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر.ج.ج، ع 34 ، الصادرة بتاريخ 13 جوان 2018
12. القانون رقم 09-03 المؤرخ في فيفري 2009، المتعلق بحماية الغش، ج.رج.ج، ع 15 الصادرة في 08 مارس 2009.
13. الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

ثالثا: المذكرات

1. . بن زموري سعدية، بن سعدي خولة، "**الالتزامات الناشئة عن العقود الإلكترونية في التشريع الجزائري**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحيي فارس بالمدية، الجزائر، 2023.
2. ابراهيمي هانية، "**حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة –دراسة في ضوء قانون المنافسة والاستهلاك**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، 2022.

3. أكسوم عيلام رشيدة، "**المركزالقانوني للمستهلك الالكتروني**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2018.

4. بلقاسم راقع ، "**ضمانات حماية المستهلك**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021.

5. بن شلي ججيقة، بوقجار إيمان، "**حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري**"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمي –برج بوعريريج–، الجزائر، 2023.

6. بن نجمة إيمان ، "الآليات القانونية لحماية المستهلك من الإشهار المضلل"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق ، جامعة أدرار ، الجزائر ، سنة2020-2021 .

7. ثقر رشيد، "**حق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2021.

8. حابت آمال، "**التجارة الإلكترونية في الجزائر**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2015.

9. حنونة مراد، بن شعاعة عبد الوهاب، "**الحماية القانونية للمستهلك في المجال الإلكتروني**"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة–، الجزائر، 2022.

10. خلوي (عنان) نصيرة، "**الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)**"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2018

11. عبد الحليم بوقرين، "**الجرائم الماسة بامن وسلامة المستهلك**"، مذكرة ماجيستير، تخصص قانون جنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان–، الجزائر، 2010.

12. عبد الله ذيب عبد الله محمود، "**حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة**"، مذكرة ماجيستير، تخصص القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ،جامعة النجاح الوطني نابلس، فلسطين.

13. علو سعاد، "**الحماية العقدية للمستهلك**"، مذكر ماستر، تخصص قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، الجزائر، 2016.

14. عمرون ليدية، ماديو بيلال، "**حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18–05**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة مولود معمري –تيزي وزو–، الجزائر، 2019.

15. لوالي خالد، معاشي أسماء، "**جرائم الغش التجاري الواقعة على المستهلك**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2021.

16. لوالي خالد، معاشي أسماء، "**جرائم الغش التجاري الواقعة على المستهلك**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2021.

17. وسيلة مقيمح، "**الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني –دراسة مقارنة**"، أطروحة دكتوراه، تخصص عقود مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي ين مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2022.

18. ولد احمد محمد، تيعشتين شريف، "**الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار الكاذب والمضلل**"، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2019.

19. ياسين جاب الله عويسي عبد الحميد، "حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري"، مذكره ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021.

20. يلوى عمر راشد المنصوري، "حماية **المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام دراسة تحليلية في القانون الإماراتي**،" ، مذكرة ماجيستير، كلية القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة الإمارات ، 2022 .

رابعا: المقالات

1. . بن سماعيل سلسبيل، "**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، ع 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2017.

2. احمد عبد الاه عبد الحميد عبد الرحيم المراغي، "**المسؤولية الجنائية لمقدمي خدمات الإنترنت (دراسة تحليلية لمسؤولية مزودي خدمات الاتصالات الالكترونية)**"، كلية الحقوق، جامعة حلوان.

3. أشرف محمد نجيب السعيد الدريني، "**جرائم الاعتداء على سلامة شبكات وأنظمة وتقنيات المعلومات**"، مجلة روح القوانين، كلية الحقوق، جامعة المنصورة.

4. أمحمد سعد الدين، "**كيفية القيد في السجل التجاري على ضوء أحكام المرسوم التنفيذي رقم 15-111**"، مقال منشور على الانترنت، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر.

5. بريوة علاء الدين، بوضياف عبد الرزاق، "**الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مجلة الاجتهاد القضائي، ع 02، جامعة محمد خيضرة بسكرة، الجزائر، 2020.

6. بسعدي نورة، العرابي خيرة، "**الإعلام الالكتروني السابق على التعاقد كآلية لحماية المستهلك الالكتروني على ضوء قانون التجارة الالكترونية الجزائري 18-05**"، مجلة صوت القانون، ع 02، جامعة احمد بن أحمد 2 وهران، الجزائر، ص 2022.

7. بطحي نسمة، "**جريمة الدخول أو البقاء غير المشروع إلى النظام المعلوماتي**"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، ع 01، جامعة سطيف 2، الجزائر.

8. بلحاج بلخير، لعيدي عبد القادر، "**الحماية الجنائية من الإعلان التجاري المضلل**"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، ع 2، المركز الجامعي علي كافي تندوف، الجزائر، 2021.

9. بن صالح سارة، "**العلاقة بين المستهلك والمورد الإلكترونيين في ظل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مخبر الدراسات القانونية البيئية، ورقة بحثية في المحور الأول المتعلق ب: قراءة مفاهيمية للتسويق الالكتروني والأسواق الوهمية، اليوم الدراسي التسويق الالكتروني بين فرص العمل ومخاطر الأسواق الوهمية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر.

10. بوحزمة كوثر، "**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري**"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، ع 02، جامعة ابن خلدون –تيارت–، الجزائر، 2021، ص 100.

11. بوخروبة حمزة، "**حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الالكتروني**"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04 ع 02، الجزائر، 2019.

12. خاليدة بن علاش، علي عثماني، "**الأحكام الموضوعية والإجرائية لمكافحة الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري**"، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، ع 02، جامعة تيارت، الجزائر، 2021.

13. خديجة عبد اللاوي، "**خصوصيات التسليم وأثره على التعاقد الالكتروني**"، مجلة القانون والعلوم السياسية، ع 01، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت، الجزائر، 2022.

14. خديجة عبد اللاوي، "**محاضرات في قانون المعاملات الإلكترونية**"، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت"، الجزائر، 2022

15. دمانة محمد، شداني نسيمة، "**التعويضعن المنتوجات المعيبة كحماية لحقوق المستهلكين**"، مجلة الدرسات القانونية والسياسية، ع 01، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر،2020.

16. دوار جميلة ، "**العرض التجاري الالكتروني على ضوء القانون 18 05 أي فعالية**"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية"، ع 1 ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة برج بوعريريج، الجزائر، 2023.

17. ريمة العايب ، فضيلة سحري ، حق العدول دراسة مقارنة ، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ، مجلد 4 ، العدد1 ، جامعة باجي مختار،عنابة ، الجزائر ، سنة 2021.

18. زرارقة عيسى ، " **الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كآلية وقائية لحماية المستهلك في مرحلة التفاوض**"، الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية ، ع الاول ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي الشريف بوشوشة .افلو ، جامعة الاغواط، الجزائر، 2023 .

19. زواوي عباس ومناع سلمى، مداخله الملتقى الدولي السابع عشر حول "**الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة**"، المنعقد يوم 11 و 10 و 11 ابريل 2017 من طرف مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة ومخبر اثر الاجتهاد

القانوني على حركه التشريع ،كليه الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر.

20. سقلاب فريدة، "**المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني في القانون الجزائري**"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، ع 03، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، 2021.

21. سليمان بن ابراهيم بن أمان العامري، "**جريمة الدخول غير المشروع على المواقع الالكترونية المتعلقة بأمن الدولة**"، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، ع 44، 2022.

22. سهام قارون، "**التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، ع 02، جامعة سوق أهراس، الجزائر، 2020.

23. سهام مسكر، "**التزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقا لأحكام القانون رقم 18-05**"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، ع 01، جامعة البليدة 02، الجزائر، 2021.

24. سيف الدين رحالي، فريد عباس، "**إلتزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للطلبية حماية للمستهلك الإلكتروني**"، دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، ع 01، جامعة امحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)، 2022.

25. شطيبي أمل، لموشية سامية، "**العرض التجاري الإلكتروني بين الفاعلية والالتزام على ضوء القانون 18-05**"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، ع 01، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2024.

26. الصادق عبد القادر، بالعبيدي رافع أحمد، "**التزامات المورد الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05**"، مخبر القانون والتنمية المحلية، جامعة أدرار، الجزائر، 2020.

27. ضيف روفية ، **"المستهلك الالكتروني ومبررات حمايته"** ، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي :ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23 و 24 افريل 2018،المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف – ميلة ، الجزائر، 2018 .

28. طارق هابة، "**الإشهارالالكتروني خصائصه وأنواعه وطرق تصميمه"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**"، ع 04، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2022.

29. عبدلي أمينة، "**الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل التعاقد**"، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية، ع 05، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2018.

30. فتيحة خالدي، "**الحماية الجزائية للمستهلك –دراسة في ضوء القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**"، مجلة معارف، ع 08 ، معهد الحقوق المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج –البويرة–، الجزائر، 2010.

31. قصوري فهيمة، "**خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الالكتروني طبقا للتجارة الإلكترونية**"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، ع 5، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة1، الجزائر، 2018.

32. كريم كريمة، "**استعمال تكنولوجيا المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري**"، مجلة معارف، جامعة جيلالي ليابس، الجزائر، 2018.

33. لامية طالة ، كهينة سلام ، " **حماية المستهلك من جريمة الإشهار التجاري المضلل و الكاذب : قراءة قانونية في ظل التشريع الجزائري**" ، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية ، ع 03 ، كلية علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 3.

34. لامية طالة، كهينة سلام، "**حماية المستهلك من جريمة الإشهار التجاري المضلل والكاذب –قراءة قانونية في ظل التشريع الجزائري**–"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، ع 03، جامعة الجزائر 3، 2021.

35. لعوامري وليد، "**حق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري**"، مجلة الدراسات القانونية –مخبر السيادة والعولمة–، ع 01، جامعة المدية، الجزائر، 2019 .

36. محمد الفاروق مهنا، تومي هجيرة، "**المورد الالكتروني بين الالتزام والجزاء في ظل قانون التجارة الجزائري 18–05**"، ع 02، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر، 2023.

37. محمد عماد الدين عياض، "**نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش**"، دفاتر السياسة والقانون، ع 09، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2013.

38. مقدم رشا، "**التزام المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني وفقا للقانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري**"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، ع 02، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف، الجزائر، 2024.

39. نادية دردار، "**جريمة التلاعب في نظام المعالجة الآلية للمعطيات في قانون العقوبات الجزائري (بطاقة الدفع الالكترونية نموذجا)**"، مجلة دراسات اقتصادية، ع 01، جامعة محمد الشريف مساعدية، سوق أهراس، الجزائر، 2023.

40. نجومن قنوز سناء، "**الآليات الوقائية لحماية المستهلك من الإشهارات المظللة بين الحماية التقليدية والحماية الإلكترونية**" ، مجله الحقوق والحريات، المجلد 10 ، ع 02 ، بجاية، الجزائر، سنة 2022 .

41. هادفي زوبيدة، بن عثمان فريدة، "التزام المورد الالكتروني بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد في عقود التجارة الالكترونية"، دفاتر السياسة والقانون، ع 1، جامعة لونيسي علي العفرون البليدة 2، الجزائر، 2023.

42. يمينة بليمان، "**الإشهار الكاذب أو المضلل**"، مجلة العلوم الإنسانية، ع 32، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.

43. يوسف زروق، العيداني محمد، "**حماية المعطيات الشخصية في الجزائر على ضوء القانون رقم 07/18 (المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي)**"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، ع 5، جامعة الجلفة، الجزائر، 2018، ص 119.

خامسا: المواقع الإلكترونية

1. . **الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري:(CNRC)** https://www.cnrc.dz

2. وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الجزائرية ، دليل إرشادي خاص بالتجارة الإلكترونية ، جانفي سنة 2024 .

سادسا: المراجع الأجنبية

1. Terré, François, Simler, Philippe, & Lequette, Yves, "Droit civil – Les obligations", Dalloz, 11e édition, 2022.
2. Code de la consommation, Article L121-1, version consolidée au 1er janvier 2023

الفهرس

الشكر والتقدير

إهداء

مقدمة .....أ

الفصل الأول:

المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية

تمهيد 1

المبحث الأول : مفهوم المستهلك الإلكتروني.....2

المطلب الأول: تعريف وخصائص المستهلك الالكتروني 2

الفرع الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني 2

أولا: تعريف المستهلك الالكتروني تشريعيا: 3

ثانيا: تعريف المستهلك الالكتروني فقهيا: 5

المطلب الثاني: حقوق والتزامات المستهلك الالكتروني.....7

الفرع الأول: حقوق المستهلك الالكتروني 7

المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني 10

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني.....10

الفرع الأول : الحماية قبل التعاقد 10

أولا :حق المستهلك بالإعلام: 11

ثانيا: خصائص الالتزام الإعلام قبل التعاقد:.....11

رابعا : مبررات الالتزام بالإعلام 13

الفرع الثاني : حماية المستهلك من الإشهار المظلل: 15
أولا : تعريف الإشهار: 15
ثانيا: تعريف الإشهار المضلل: 15
ثالثا : أنواع الإشهار المضلل: 16
رابعا / عناصر الإشهار المضلل : 18
خامسا: الشروط المتعلقة بمحل الإشهار وأطرافه : 19
الفرع الثاني :الحماية بعد التعاقد..... 20
أولا :العرض التجاري الإلكتروني 20
ثانيا: الحق في العدول..... 23
ثالثا : التعويض عن الضرر: 25
المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني 26
الفرع الأول: جريمة الخداع والاحتيال 26
أولا: جريمة الخداع..... 26
ثانيا: جريمة الاحتيال 29
الفرع الثاني: الجرائم الماسة للمستهلك الإلكتروني 31
أولا: جريمة التلاعب بالمعطيات 32
ثانيا: جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني 35
خلاصة الفصل 38

الفصل الثاني

المورد الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية

تمهيد 40
المبحث الأول : مفهوم المورد الإلكتروني 41
المطلب الأول: تعريف المورد الالكتروني وشروط قيده في السجل التجاري 41
الفرع الأول: تعريف المورد الإلكتروني 41
أولا: تعريف المورد الالكتروني تشريعيا: 42
ثانيا: تعريف المورد الإلكتروني فقهيا 43
الفرع الثاني: شروط قيد المورد الإلكتروني في السجل التجاري 45
أولا: مفاهيم حول السجل التجاري 45
الفرع الثاني: الخطوات الأساسية لقيد المورد الإلكتروني في السجل التجاري: 46
المطلب الثاني: التزامات المورد الالكتروني 49
الفرع الأول: التزامات المورد الالكتروني الموضوعية 50
أولا: الالتزام بالإعلام 50
ثانيا: الالتزام بتسليم محل التعاقد 53
ثالثا: الالتزام بالضمان 55
رابعا: الالتزام بالإشهار الالكتروني 57
الفرع الثاني: التزامات المورد الالكتروني الإجرائية 59
أولا: الالتزام بحفظ سجلات المعاملات التجارية 59

ثانيا: الالتزام بحفظ بالمعطيات الشخصية.....60
ثالثا: الالتزام بالتسليم المطابق للمنتوج 62
المبحث الثاني: جرائم المورد لإلكتروني وجزاءات الإخلال بالتزاماته.....64
المطلب الأول: جريمة الإشهار التجاري المضلل 64
الفرع الأول: تعريف جريمة الإشهار التجاري المضلل.....64
الفرع الثاني: أركان الإشهار التجاري المضلل.....67
أولا-الركن المادي 67
ثانيا-الركن المعنوي 69
الفرع الثالث: العقوبات المترتبة عن الإشهار التجاري المضلل 71
المطلب الثاني: جزاءات إخلال المورد الإلكتروني بالالتزامات 72
الفرع الأول: إخلال المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك 73
الفرع الثاني: إخلال المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للمنتوج والآجال 74
الفرع الثالث: إخلال المورد بعدم تنفيذ أحكام الضمان 76
الفرع الرابع: إخلال المورد بحفظ سجلات المعاملة التجارية 77
الفرع الخامس: إخلال المورد بالحق في الإعلام الإلكتروني.....79
خاتمة.....81
قائمة المراجع 84
الملخص

الملخص

ملخص المذكرة:

التلخيص بالعربية

شهدت الجزائر تطورًا كبيرًا في التجارة الإلكترونية، ما فرض ضرورة توفير حماية قانونية فعّالة للمستهلك الإلكتروني بوصفه الطرف الأضعف. نصّ القانون رقم 18-05 والأمر 03-03 على حق المستهلك في الحصول على المعلومات الجوهرية قبل التعاقد، ومنح ضمانات مثل حق العدول دون جزاءات، بهدف تعزيز الثقة. كما أُلزم المورد الإلكتروني بالكشف عن هويته، بيان الأسعار، وشروط التسليم، إلى جانب حماية البيانات الشخصية طبقًا للقانون رقم 18-07. وتُفرض جزاءات مدنية وجنائية عند الإخلال بهذه الالتزامات. رغم الإطار القانوني، تبقى الحماية رهينة التطبيق العملي، ما يستدعي رقابة فعالة، آليات تسوية منازعات، وتحفيز الموردين على الالتزام.

الكلمات المفتاحية :

Summary in English (translated and condensed(

Algeria has experienced significant growth in e-commerce, creating a need for effective legal protection for electronic consumers as the weaker party. Laws No. 18-05 and Ordinance No. 03-03 guarantee consumers access to essential information before contracting and grant rights like withdrawal without penalties to build trust. Electronic suppliers are required to disclose their identity, prices, and delivery terms, and to protect personal data under Law No. 18-07. Non-compliance may lead to civil or criminal penalties. Despite this framework, effective consumer protection depends on practical enforcement, regulatory oversight, dispute resolution mechanisms, and encouraging supplier compliance.