

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية: الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

الرقم التسلسلي: /...../.....

1- رقم التسجيل: 1435083816

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر: تخصص: قانون أعمال

بعنوان:

حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر

إشراف الدكتورة:

بوعكة الكاملة

إعداد الطالبة:

- خاوي سعاد

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة الأساتذة:

رئيسا	جامعة المسيلة	الرتبة: أستاذ محاضر أ	د/ بن حميدوش نور الدين
مشرفا ومقررا	جامعة المسيلة	الرتبة: أستاذ محاضر أ	د/ بوعكة الكاملة
ممتحنا	جامعة المسيلة	الرتبة: أستاذ محاضر أ	د/ غضبان سمية

السنة الجامعية : 1441-1442هـ - 2019 - 2020 م

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

المرجع: القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة) حنان سحار

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 627503

الصادرة بتاريخ 13 07 2014 عن دائرة/ بلكية مسرة

المسجل(ة) بكلية الحقوق والعلوم السياسية قسم: الحقوق

والمكلف بانجاز أعمال بحث (مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه) الموسومة ب: مذكرة ماستر الموسومة ب حماية المستهلك الإلكتروني
هي الحيز

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ

إمضاء المعني

حنان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وعرفان

أولاً الشكر والحمد لله الذي وفقني للإتمام هذه المزمرة فلولا
□رضاه عنا وإعانتته لي بكل خير لما توصلت إلى جني هذه الثمرة.
ثم للأستاذة المشرفة **"بن بوعكلة الكاملة"** على كل ما قدمته لي من
□نصائح وتوجيهات.

ولا يفوتني أن أشكر أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة
□الأطروحة كما أشكر كل من ساعدني في إتمام هذا العمل.
ويشرفني أن أتوجه بالشكر والتقدير والإمتنان لكل عمال المكتبة
□جزاهم الله خيراً.

وأخيراً أشكر كل من أعانني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا

البحث

قائمة المختصرات:

الرمز:	معناه:
ج	جزء
ط	طبعة
د.ط	دون طبعة
د.ت	دون تاريخ
د.م.ن	دون مكان نشر
د.س.ن	دون سنة نشر
ص	صفحة
ع	عدد
م	ميلادي
هـ	هجري
ج.ر.ج.ج	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية
ج.ر	الجريدة الرسمية
أ	أستاذ
د	دكتور



المقدمات

المقدمة:

طرأت على الجزائر عدة تغيرات مست كل جوانب الحياة خاصة الاقتصادية والاجتماعية منها مما أدت إلى زيادة الإهتمام بموضوع حماية المستهلك، خاصة وبتخليها على نظام اقتصادي مشترك الذي يعتمد على التخطيط المركزي وسيطرة واحتكار القطاع العام، وانتهاجها النظام الاقتصادي الحر، الذي يعتمد على اقتصاد السوق والقطاع الخاص، وقد تترتب على هذه التغيرات ازدياد الأسواق وتنوع السلع والخدمات نتيجة الإنتاج الضخم، كذا إنتعاش الأسواق التجارية مع زيادة الطلب على هذه المنتجات مما ازداد معه بالضرورة الإقبال على الاستهلاك من قبل المستهلكين التي تختلف طلبتهم من مستهلك لآخر كل حسب رغباته¹، وفي نفس الوقت اتسع نطاق التوزيع المنتجات والخدمات بسبب تطور وسائل العرض، فأصبحت معظم الأنشطة التجارية تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات وعبر شبكة الأنترنت وفي إطار ما يعرف بالتجارة الالكترونية ونظراً لخصائص التي تتمتع بها الأنترنت وبظهور وابتكار وسائل الاتصال الحديثة، واستعمالها للتعاقد في شتى المجالات، ما دفع بالمستهلك للتجول عبر هذا العالم الافتراضي، بحثاً عن سلع وخدمات ذات جودة ونوعية عالية لاقتناءها.

وقد سمح التطور العلمي والتكنولوجي الحاصل والحديث بإبرام العديد من العقود بسرعة وبسهولة تامة بين جميع الأشخاص، والتي كان يصعب سابقاً إنجازها مما أدى بتحول المستهلكين من المنتجات الطبيعية البسيطة إلى أشكال جديدة من المنتجات، ويعد من أخطر المواضيع في ميدان العقود، إبرام العقود بغير الطرق المعروفة بين الحاضرين أو الغائبين، وهي تتم بواسطة وسائل الإتصال الحديثة.

حاولت العديد من التشريعات مواكبة مسايرة التطور العلمي في مجال التجارة الالكترونية، الذي أثرت تأثيراً كبيراً على النظام القانوني للعقود، فعملت على وضع ترسانة

¹ موالك بختة، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، بن عكنون، ج37، رقم 02، 1990، ص23.



قانونية تتماشى والنمط التعاقدى الحديث، كنتيجة حتمية لقصور النظرية التقليدية للالتزامات في حماية المستهلك من مستجدات ومقتضيات هذا النمط التعاقدى في دميع مراحلہ وبالأخص جميع مراحلہ من قبل وبعد تنفيذه.

وهذا وقد استتبع الإنفتاح الاقتصادي في الجزائر وما يسوده من تحرير الأسواق إلى ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية، الغرض منها إشباع حاجيات المستهلك، إلا أن هذا الأخير أصبح محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته وسلامته ناهيك عن وجود مناورات وتلاعبات من قبل فئة التجار الذي لا يؤمنون إلا بالربح السريع نتيجة الجشع الذي يرتابهم بعيداً على روح تنافسية الشريفة.

فالجزائر بدورها أعطت اهتمام كبير لهذه الفئة في أواخر الثمانينات، وذلك من خلال التشريعات الحمائية والتي كان أولها قانون رقم 89/02. المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية المتضمنة لحقوق المستهلك طوال عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك، يليه القانون رقم 03/09 إلى أكثر من سبعون مرسوم تنفيذي متعلق بحماية المستهلك.

وعلى اعتبار أن المستهلك هو العنصر المهم والفعال الذي تقوم عليه التجارة في وقتنا الحاضر فهو مهدد ومعرض للكثير من الاعتداءات من طرف المصنعين والتجار وهذا من خلال الغش والاحتيال والخداع نتيجة للجشع والربح السريع ولو استلزم الأمر ذلك سلامة المستهلك، إضافة إلى غزو الأسواق بالمنتجات يجهل مصدرها وطبيعتها. وهذا ما أدى إلى تدخل المشرع الجزائري لحماية المستهلك بمجموعة من القوانين المدنية منها الجزائية الردعية التي تصب في مصلحته.

- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى بيان حاجة المستهلك للحماية من المنظور التقليدي والتقني، والكشف عن مدى الحاجة للحماية المدنية قبل وبعد إبرام التعاقد الإلكتروني، كما تهدف إلى توضيح وضع التشريعات السارية في الجزائر والمتعلقة بحماية المستهلك، والتعرف على



حقوق المستهلك في كافة مراحل التعاقد، وكذلك السعي الدراسة إلى بيان أهمية الحماية المدنية والجزائية للمستهلك الإلكتروني، وبصفة عامة تهدف الدراسة في مجال حقوق المستهلك بحمايته من الغ والخداع وكذا جميع الاعتداءات الماسة بأمن وسلامة المستهلك، أكد تحليل دور الدولة في حماية وتسليط عليه الرقابة خاصة.

- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الموضوع من خلال تسليط الضوء على موضوع في غاية الأهمية ألا وهو حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، فالتحديات الراهنة التي تفرضها ظاهرة العولمة أفرزت أثراً أغلبها سلبية على المستهلك كونه الطرف الضعيف وخاصة في وطننا الجزائر، مما نتج عنه تهديداً لسلامته وصحته، الأمر الذي يقودنا إلى ضرورة مواكبة التشريعات الخاصة بالمستهلك، وتقطن للقوانين التي تحمي مصالحه وحقوقه، لذا ارتأينا تسليط الضوء على الحماية التي يوفرها المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني لكونه حجر الزاوية من قوانين حماية المستهلك ورغم ذلك فهو آخر العارفين بالحقوق والضمانات الممنوحة له، وبالإضافة إلى أن موضوع حماية المستهلك واسع ومن المواضيع الصعبة والمعقدة من ناحية أنه متطور ولا يمكن ضبطه ومن ناحية ثانية هناك مبادئ قانونية يصعب تخطيها، إلا أن أهميته تزداد فب التعاقد الإلكتروني وهذا راجع لإخلال العلاقة التعاقدية بين الأطراف-مستهلك، مهني ومقدم الخدمة.

- الدراسات السابقة:

ومن الدراسات السابقة من ذات الموضوع فقد وقع بين يدينا العديد منها ولعل أهمها: رسالة دكتوراه للطالبة اكسيوم عيلام رشيدة والتي جاءت بعنوان المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني.

رسالة دكتوراه للطالب محمد خصيم ، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية.
رسالة ماجستير للطالب يحي يوسف فاتح حسن القانوني للعقود الإلكتروني.



- أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية فصلها كالاتي:

أ- الأسباب الذاتية:

من الاسباب التي دفعتني لاختيار الموضوع حماية المستهلك الالكتروني في الجزائر هو الميول والرغبة في هذه الدراسة وفهمها، وكذا الجاذبية التي يتسم بها قانون حماية المستهلك، لكونه فرع قانوني جديد يتضمن أحكام قانونية تسعى لتوفير الحماية بفئة المستهلكين الالكترونيين والتي عانت هي الأخيرة من التهميش ومن الجهل وعدم العلم حتى بأبسط حقوقها، لذا أخترت الإحاطة ببعض جوانب الحماية القانونية المقررة لهذه الفئة.

ب- الأسباب الموضوعية:

بالرغم من وجود دراسات سابقة اهتمت بموضوع حماية المستهلك الالكتروني لكن كل حسب الجانب الذي ركزت عليه الدراسة، لذا حاولت في هذه الدراسة إلى تنال الحماية المقررة للمستهلك الالكتروني في الجزائر سواء كانت حماية مدنية قبل وبعد التعاقد أو الحماية الجزائية المنصوص عليها قوانين العامة والخاصة وكذا دور الهيئات في حمايته كذلك التوجه الاقتصادي الحالي للجزائر وما تشهده من حرية لحركة السلع والخدمات والتنوع الموجود في السوق من منتجات مستوردة ومحلية ومنه ارتفاع نسبة قضايا الغش واحتيال وخداع وما نشهده يوميا من اكتشاف السلع المغشوشة.

- الصعوبات:

ولعل أهم الصعوبات التي واجهتني في هذه الدراسة تتمثل في:

- صعوبة تحديد نطاق هذه الحماية وذلك نظراً لدوام التجدد فيها.
- إن موضوع محل البحث يتجانبه احمياتان قانونيتان وهما الحماية المدنية والحماية الجزائية، الشيء الذي يتطلب جهاً ووقتاً كثيراً لتجميع القوانين والمراسيم التنفيذية لكل حماية.
- عدم تمكني من الحصول على المراجع بعد غلق المكتبات بسبب الحجر المنزلي.



- إشكالية الدراسة:

تكمن إشكالية الدراسة في بيان الحماية التي يوفرها المشرع الجزائري للمستهلك في مجال عقود التجارة الالكترونية، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة بعد التعاقد- تنفيذ العقد- فهذه الدراسة سنحاول الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما مدى نجاعة النظام الحمائي للمستهلك الالكتروني في الجزائر؟
- فيما تتمثل الحماية التي أقرها المشرع الجزائري للمستهلك الالكتروني؟
- كيف اهتم المشرع الجزائري في جانب توفير الحماية سواء المدنية أو الجزائية للمستهلك في العقد الالكتروني؟

- منهج الدراسة:

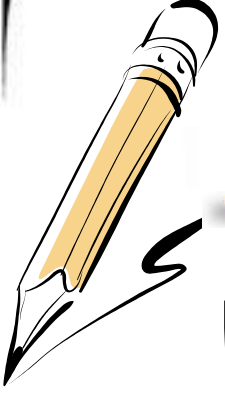
من أجل أن تتسم الدراسة بطابع علمي أكاديمي ودقة أكثر، فقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج أساسي في دراستي وذلك قصد الوقوف على طبيعة القوانين والمواد التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك، ووصفها وصفاً دقيقاً يساعدنا على الفهم والتحليل والتفسير السليم القائم على الوصف الصحيح للظاهرة المدروسة وبالإضافة إلى المنهج الاستقرائي، وذلك بدراسته الواقع وتحليله وملاحظته التغييرات التي تطرأ عليه وكان لذلك خلال تعريف المستهلك بصفة عامة والمستهلك الالكتروني بصفة خاصة.

- خطة الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة فإنني قمت بتقسيم موضوع الدراسة " حماية المستهلك الالكتروني في الجزائر" وفق خطة مكونة من مقدمة وفصلين، حيث تناولت في الفصل الأول "الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني قبل وبعد التعاقد" وسأقسم هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان والثاني بعنوان، أما الفصل الثاني وكان بعنوان آليات الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني في الجزائر، وحفاظاً على توازن الخطة سأقسمه إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان والمبحث الثاني بعنوان.

وسننهي بحثنا بخاتمة تتضمن مجموعة النتائج والتوصيات بالإضافة إلى إجابة عن الإشكالية المذكورة.

الفصل الأول



حماية المدينة للمستهلك الإلكتروني "ما قبل وبعد التعاقد"

المبحث الأول: الحماية المرنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد

المطلب الأول: ماهية المستهلك الإلكتروني

المطلب الثاني: الحماية المرنية قبل التعاقد الإلكتروني

المبحث الثاني: الحماية المرنية للمستهلك الإلكتروني بعد التعاقد

المطلب الأول: الالتزام بالضمان

المطلب الثاني: الالتزام بالسلامة

تمهيد:

شهد العالم اليوم تطورات عالية الأهمية ودقيقة النتائج والآثار مما يستدعي وضع حماية قانونية للمستهلك حين يلجأ إلى التعاقد الإلكتروني، وذلك من أجل إبراز عقد البيع المبرم عبر الأنترنت عقد بيع آمن وموثوق، وعادة عرض السلع أو الخدمات كثيرا ما تصاحبه المبالغة في الدعاية والإعلان وهذا ما يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك وقد يوقعه مما لا شك في مغالطة تضر بمصالحه.

وهذا ما دفعنا لتناول الحماية المدنية التي قررتها التشريعات المقارنة في سبيل توفير ضمانات أساسية من أجل انتفاع المستهلك بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد وهذا كي يكون على بينة من أمره قبل إبرام العقد، بل وحتى بعد إبرام العقد بإعتبار أن هذا الأخير يتم عبر الأنترنت.

سنتطرق في هذا الفصل الى الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مراحلته قبل التعاقد (المبحث الأول)، وإلى حمايته في مرحلة ما بعد إبرام التعاقد (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد.

ان المستهلك الإلكتروني لا تتوفر له الإمكانية الفعلية أو الحقيقة لمعاينة السلع والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل إبرام العقد عبر وسائل الإتصال الحديثة، مما استوجب وضع حماية للمستهلك الإلكتروني كونه الطرف الضعيف في العلاقة الإستهلاكية وفي مواجهة المهني الطرف المحترف، ومن هذا تظهر أهمية التعريف بالمستهلك الذي نسعى لتوفير المدنية له.

ولذلك سوف نركز في المبحث الأول على ماهية المستهلك الإلكتروني (المطلب الأول) وكذا إلى الحماية المدنية قبل التعاقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول: ماهية المستهلك الإلكتروني.

لم تضع معظم التشريعات المقارنة مفهوما خاصا للمستهلك الإلكتروني وذلك لعدم وجود فرق بينه وبين المستهلك العادي من حيث شخص المستهلك والهدف من التعاقد، إذ أن الفرق فقط بالوسيلة التي استخدمها كل منهما للتعاقد وخصوصيته الحماية للعقد المبرم إلكترونيا، حيث أن هذا النوع من التعاقد يتم عن بعد، وبالتالي فإن الحماية المقررة له يجب أن يتمتع بطبيعة وقواعد خاصة عن تلك المقررة بالتعاملات الأخرى، هذه الأخيرة في صورها المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية تنشأ بين المستهلك والمهني.

وعلى ضوء ما تقدم فإنني سأتناول التعريف بالمستهلك عامة والمستهلك الإلكتروني خاصة (الفرع الأول) وإلى المهني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: التعريف بالمستهلك.

يعد مفهوم المستهلك من المفاهيم التي أحدثت ثورة علم على المستوى الفقهي، كما برزت إشكالات هذا المفهوم من خلال الممارسة القضائية، وارتكت حسابات بعض المشرعين على مستوى نطاق هذا المفهوم، فاختلقت الإتجاهات بين المضيق والواسع ومن خلال هذا الفرع سنعرض مفهوم المستهلك بالعموم والمستهلك الإلكتروني بالخصوص وذلك من خلال اللغوي والإصطلاحي (أولا)، والفقهي (ثانيا) والتشريعي (ثالثا).

أولاً: المفهوم اللغوي والاصطلاحي :

1 - المفهوم اللغوي: إن كلمة المستهلك مشتقة من الفعل هلك بمعنى النفاذ والتغيير والتبديل،¹ واستهلك أي استنفذ والإسراف والإهلاك، واسم الصفة هو مستهلك ويعني القابلية للفناء، واسم الفاعل هو استهلك مستهلك بضم الميم وكسر اللام.

وفي اللغة الفرنسية كلمة ²consommateur. والتي يقصد بها "الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، فهو الفاعل الذي يستهلك الشيء".

المفهوم الإصطلاحي: فالمستهلك يعرف اصطلاحاً بأنه "الفرد الذي يستهلك السلع سواء كانت مؤقتة أو مستديمة أو ينتفع بالخدمات ويقابل المنتج الذي يقوم بإنتاج السلع"³، كما يعرفه البعض الآخر على أنه: "من يقوم بإستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"⁴.

ثانياً: المفهوم الفقهي.

لقد تباينت آراء الكثير من الفقهاء بصدد إعطاء مفهوم المستهلك⁵. إلا أنهم لم يجتمعوا، للإدلاء على رأى موحد، فلزال الإستهلاك⁶ يشوبه الغموض، لذا انقسم الفقهاء

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقيدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، ط1، منشأة المعارف: الإسكندرية، مصر، 2008، ص 32،

² موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الإسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية ج8، ص124،

³ عمري الجيلالي وبكة سيدي احمد المولود (حماية المستهلك في التشريع الجزائري) مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA ، 2011 / 2012، ص12،

⁴ د، عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، د/ط، ج1، 2002، ص138،

⁵ عملياً تستخدم كلمة: مستهلك لوصف نوعين من المستهلكين، أولهما المستهلك الفرد وثانيهما المستهلك الصناعي أو المؤسسي، وما يهمننا في هذا البحث المستهلك الفرد، د، محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل، ط4، الأردن، 2004، ص16،

⁶ ويقصد بالإستهلاك الإنجاز و الإكمال أو الإنهاء و الإستهلاك ينهي الصور الاقتصادي، ويعبر عنه بالإنجليزية بكلمة consume وبالفرنسية بكلمة consommation، فهو النشاط الذي يشبع به الإنسان حاجاته الشخصية و العائلية،

في دائرة مفهوم المستهلك إلى العديد من الإتجاهات بين إتجاه المضيق وإتجاه الأخر الموسع بحيث يعرفه :

أ.1 - الإتجاه الموسع للمستهلك: يذهب بعض الفقهاء إلى الأخذ بمفهوم الموسع للمستهلك ليشمل أشخاصا آخرين، وهذا من أجل كفالاته حمايته عند تعاقد مع المهنيين سواء يتعامل أم لا معهم.

فيعرفه البعض ويرون أنه هو:

" كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بهدف استعمال أو استخدام مال أو حزمة حتى وأن كان هذا الشخص محترف مادام يتصرف حال مجال اختصاصه المهني"¹.
مثل ما الحال بالنسبة للطبيب الذي يشتري المعدات الطبية لعيادته والمحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لمكتبته.²

ومنه فإن أنصار هذا الإتجاه إستندوا في تحديد مفهوم المستهلك على معيار الخبرة، فكما افتقدت لدى أحد الأطراف يكون بحاجة للحماية، مما أدى ذلك لتوسيع الحماية القانونية لتشمل المهنيين اللذين لا يملكون خبرة لما يتعاملون مع مهنيين متخصصين.

ولكن يعاب على هذا أنه يجعل قانون الإستهلاك غير دقيق ومن دون فعالية كونه لا يسمح بتحديد ما إذا كان المهني يعمل ضمن تخصصه أم لا، مما لا يمكن التعرف على القانون الواجب التطبيق. فعاب عليه أنه وسع من مجال الحماية التي شملت المهني خارج تخصصه في تعامله.

Brahim Najjar, Zaki Badaoui, youssef chellalah, Dictionnaire juridique français- Arabe, 7^{ème} édition librairie de lidam, lidam, 2008, P54,

¹ سفيان،شبهه، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في قانون الجزائري وقوانين مقارنة " ، مجلة الدفار السياسة والقانون، عدد4، 2011، ص225،

² بودالي محمد، حماية المستهلك في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر" ،دار هومة، الجزائر، 2007، ص56-57،

أ-2- **الإتجاه المضيق للمستهلك:** يعرف أنصار هذا الإتجاه المستهلك على أنه كل شخص يتعاقد بهدف إقتناء أو استعمال أموالا أو خدمات لتلبية وإشباع حاجاته الشخصية او العائلية¹، فيخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة²، ومثال ذلك الجمعيات الثقافية والرياضية والبدنية التي تسعى لتأطير الشباب وتحسين السلوكات في المجتمع، هؤلاء يمكنهم التمتع بالحماية أثناء إبرامهم للعقود مع غيرها.

فالمعيار الذي اعتمد عليه أصحاب هذا الإتجاه هو معيار الغرض من التصرف³، وهناك من يعتبر المستهلك بأنه" يقوم بإبرام العقود بهدف الحصول على إحتياجاته الشخصية والعائلية من السلع والخدمات"⁴، هنا إذا لم يتحدد الغرض الشخصي للإستهلاك ما يعني نفي صفة المستهلك عن يفتني سلعا أو خدمات تستخدم لغرض مهني كإعادة التصنيع والإنتاج والاستثمار وليس الاستهلاك⁵، أو لغرض مزدوج (مهني وغير مهني)، فغرض وهدف من تصرفات هو الذي يصفه ضمن المستهلكين

ويبدو هذا الإتجاه المقيد للمستهلك هو الأقرب في رأي أغلب الفقهاء إلى بيان ذاتية المستهلك ، فضلا عن امتيازه بالبساطة والدقة والقانونية، وعدم إثارته الشكوك مما ييسر مسالة تطبيقه بما يوفره من أمان للمستهلك.

¹ معهد إبحاث السياسية الاقتصادية الفلسطينية(مارس): مراجعة نقدية لمشروع قانون حماية المستهلك الفلسطيني ، فلسطين، 2004، ص21، الجريدلي، جمال زاكي: البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، مصر، دار الفكر الجامعي،2008،ص66،

²د، السعيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشآت المعارف، الإسكندرية، ط1،1986،ص06،

³ شعابني(حنين) نوال(التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع " المسؤولية المهنية" ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، تاريخ المناقشة: 08-03-2012، ص23،

⁴ محمد خميم، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية(دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القنون العام جامعة ابي بكر بالقائد، تلمسان، الجزائر ، السنة الجامعية 2016/2017، ص17،

⁵ أ، محمد عماد الدين عياض، مداخلة ضمان أعمال الملتقى الوطني الخامس بكلية الحقوق بجامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، حول" حماية المستهلك في ظل القانون 08-09 نوفمبر 2010، ص01،

ب.1 الإتجاه الموسع للمستهلك الإلكتروني: مفهوم المستهلك الإلكتروني ظهر مع إقبال الأفراد على الاستهلاك بطرق الكترونية بهدف الحصول على سلعة أو خدمته، وذلك وفق عقد الكتروني ينشأ بينهم.

إذن المستهلك التقليدي والاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة إلكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية عن بعد¹، حيث يفرض هذا الأخير أي البعد التعاقدية للجوء إلى الاستعانة إلى مثل هذه الوسائل الإلكترونية للإتصال ونتيجة للغياب المادي المترامن للمستهلك والمهني عبر الإنترنت، حيث تسمح تقنيات الإتصال المباشر من خلال عقد إلكتروني² يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية للإتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة ومرئية، وبفضل التفاعل بين الموجب والقابل³.

ب-2- الاتجاه المضيق للمستهلك الإلكتروني: يعرف هذا الإتجاه المستهلك على أنه "الذي يقوم بشراء السلع أو الخدمات لاستعماله الشخصي أو استعمال أفراد أسرته أو الأفراد الذين يعيّلهم"⁴، وباللجوء إلى الإتصالات الإلكترونية في عقد الاستهلاك عن بعد عبر الانترنت فإنه يعرف على أنه المستهلك الإلكتروني " كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بوسيلة إلكترونية شأن المنتجات التي تلزمه هو وذويه، والتي لا ترتبط بمهنته أو حرفته"⁵.

وعليه يمكن القول ان المستهلك في نطاق تعاقداته التجارية الإلكترونية هو ذاته في عملية التعاقد العادية، لكنه فقط يستخدم بوسائط إلكترونية، حيث أن له كافة المزايا والحقوق

¹ إمداد الو سهام و لحسن ليلي (حماية المستهلك الإلكتروني)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، فرع القانون الاقتصادي للإعمال، تخصص القانون العام للإعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، السنة الجامعية 2012/2013، ص11،

² عرفته المادة 06 الفقرة 02 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه (العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم أبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي و المترامن لاطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني) ،

³ منصور محمد حمين، (2003)- المسؤولية الالكترونية - دون طبعة- دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر،

⁴ الحاج طارق وآخرون، التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار صفا للنشر، لأردن، طبعة 1، 1999، ص66،

⁵ أبو عمر ومصطفى أحمد، الالتزام بإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة في القانون الفرنسي و التشريعات العربية، دار

الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص 94-95،

التي يتمتع بها لا المستهلك في التجارة التقليدية بالإضافة على مراعاة خصوصية أن العقد الذي يبرمه بوسيلة الكترونية.

ثالثا: المفهوم التشريعي.

1- المفهوم التشريعي للمستهلك: لقد حرص المشرع الجزائري على إعطاء تعريف للمستهلك منذ ظهوره لأول مرة من خلال القانون رقم 02/89¹ الملغى في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك إذ اعتبر هذا القانون أول قانوني يحمي المستهلك والذي تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك والتي تمحورت حول الالتزام العام بالسلامة الصحية، وضرورة مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية إلزامية الضمان، وإلزامية الإعلام وإلزامية الأمن الاقتصادي، بإضافة على أنه أيضا أقر للمستهلك حق التمثيل امام القضاء من طرف جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات للدفاع عن حقوقه...²

ويمكن القول ان القانون 02/89 لعب دورا هاما في إيجاد حمايته للمستهلك في الجزائر، وذلك من خلال تبني الدولة لنظام اقتصاد السوق وتخليها على الحق الاقتصادي موجه .

وفي إطار تحديد وتوضيح المفاهيم والمصطلحات الواردة في هذا القانون وبموجب المرسوم التنفيذي رقم: 39/90³ المتعلق برقابة الجودة. وقمع الغش، حيث عرف المستهلك في نص المادة الثانية الفقرة الأخيرة منه على أنه: "... كل شخص

¹ القانون رقم 02/89 المؤرخ في أول رجب عام 1409 هـ الموافق ل 7 فيفري سنة 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة يوم الأربعاء 2 رجب 1409 الموافق 08/02/1989م (ملغى)،
² فيروز بوزيان وجمال الدين بالعيد (الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18)، منكرة لنيل شهادة الماستر ،تخصص: قانون أعمال، جامعة الجليلي بو نعامة خميس مليانة، 2018/2019، ص12،
³ المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج،ر، ج،ج، عدد 05، الصادر في 1 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج،ر، ج،ج، عدد 16، الصادر في 21 أكتوبر 2001،

يقتنى بئمن او مجاناً، منتجاً¹ أو خدمة، معدين الإستعمال الوسيطى او النهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به...". كما عرفه أيضا بموجب المادة الثالثة الفقرة الأولى من القانون 03/09² المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: " كل شخص طبيعى او معنوي يقتنى، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائى من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به ".

يتبين من خلال هذين المادتين أن التعريفين يتشابهان إلى حد بعيد بحيث يظهر عندما ذكر المشرع الجزائري بأن المستهلك هو "... كل شخص..." هنا أطلق عليه الصفة الاجتماعية، ويختلفان في كون أن المرسوم التنفيذي رقم 90-39 لم يحدد ما إذا كان المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا، فمنه شملت كل المستعملين، إذن المستهلك هو كل من يستعمل منتج أو خدمة معروضة في السوق سواء المستهلك النهائى أو المستهلك الوسيطى³، وبالتالي جمع بين نقيضين لا يجتمعان.

من هذا يتضح أن المشرع تبنى المفهوم الواسع ذلك لإدراجه مصطلح الوسيطى ضمن فئة المستهلكين وهو المهني غير مختص الذي يقوم بتصرفات تتعلق بمهنته.

ولتجنب الغموض ورفع اللبس تدارك المشرع الجزائري هذا الموقف بموجب القانون

03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته الثالثة الفقرة الأولى، حيث أقر

¹ المنتج: كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملت تجارية.

² القانون رقم: 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فيفري 2009، ج، ر، ع، 15 الصادر في 8 مارس 2009،

³ يجمع اغلب الفقهاء أن المستهلك نوعان المستهلك النهائى (الفردي) و المستهلك الصناعى (أو الوسيطى)، فيعرف المستهلك النهائى (consommateur final)، هو الشخص الذي يشتري السلعة للإستعمال الخاص به أو لأحد معارفه أو أقربائه وبالتالي تصبح سلعة استهلاكية أخيرة، أما المستهلك الصناعى (الوسيطى) (consommateur intermédiaire) هو الشخص الذي يشتري السلعة بغرض استخدامها في أغراض إنتاجية لإعادة بيعها أو إنتاج سلعة أخرى أو خدمة و توزيعها وتسمى هذه السلع بالسلع الصناعية مثال: المواد الأولية و الآلات و الأدوات وقطع الغيار، للمزيد من التفصيل أنظر: الأستاذة الدكتورة موسى زهية، دروس في مقياس قانون الاستهلاك، جامعة التكوين المتواصل، مصلحة التعليم عن بعد، 2005 / 2006.

صراحة بإمكانية إعتبار الأشخاص الإعتبارية مستهلكين¹، فإضفاء صفة مستهلك على شخص ينبغي أن تتوفر فيه جملة من المواصفات (ان يكون من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية، فعل الاقتناء، أن يستهلك المنتج بصفة نهائية، أن يلبي حاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به)، كما بدوره قسم المنتوجات إلى السلع² وخدمات³.

ولقد توافق كل من قانون 03/09 وقانون رقم 02⁴/04 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على إعتبار المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي⁵، هنا تم إضافة طائفة الأشخاص المعنوية عندما تكون تصرفاتها متماثلة لتصرفات الأشخاص الطبيعية فلا يكون في مركز قوة وبالتالي هم بحاجة إلى الحماية⁶.

2- المفهوم التشريعي للمستهلك الإلكتروني:

ورد تعريف المستهلك الإلكتروني في المادة 06 الفقرة 03 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية كمايلي: "المستهلك الإلكتروني، كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات

¹ فيروز بوزيان وجمال الدين بلعيد (الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18) المرجع السابق، ص 19.

² السلع: تعرف السلعة في المادة 03 الفقرة (18) من القانون رقم 03-09 على أنها: "كل شيء قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً"، كما عرفتها المادة 02 الفقرة (02) من قانون رقم 06-03 المتعلق بالمعاملات على أنها: " كل منتج طبيعي او تقليدي أو صناعي خاصاً كان أو مصنعا".

³ الخدمات: عرفتها المادة 03 الفقرة (17) من القانون رقم 03-09 على انها: " كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حق و او كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"، ونجد المادة 02 الفقرة (05) من قانون رقم 06-03 المتعلق بالمعاملات على انها: " كل أداء له قيمة إقتصادية".

⁴ القانون رقم 02-04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج،ر،ع: 41، المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق 23 يونيو سنة 2004م، الصادر في 9 جمادى الأولى عام 1425 هـ، بتاريخ 27 جوان 2004 م .

⁵ أشارت المادة 2/3 من القانون 02-04 (المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية) إلى سالف الذكر، أكد أن " المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني".

⁶ بوسماحة الشيخ، حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في أحكام القانون الجزائري، " مجلة الخلدونية، ع03، ماي 2009، ص76.

الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي¹.

وبالتالي نستنتج من هذا التعريف أن المستهلك الإلكتروني يتطابق مع المستهلك التقليدي، بحيث قد يكون شخصا طبيعيا أو معنوي يقنتي المنتج أو يحصل عليه مجانا بغرض الاستعمال النهائي²، إلا أن المشرع الجزائري اشترط على المستهلك الإلكتروني في كيفية حصوله على المنتج في مجال معاملات التجارة الإلكترونية³ أن تكون عن طريق الاستعانة بالاتصالات الإلكترونية.

الفرع الثاني: التعريف بالمهني

بعد أن قمنا بالتعريف للمستهلك الإلكتروني، سنتطرق الآن إلى تعريف الطرف المدين في العلاقة الاستهلاكية⁴ ألا وهو المهني، بحيث سنتناول مفهوم المهني (أولا) ومعايير تميزه عن المستهلك (ثانيا).

أولا: مفهوم المهني: استعمل الفقه في الغالب لفظ المهني، إلى أن المشرع الجزائري جاء بمصطلح جديد في النصوص المتعلقة بحماية المستهلك⁵، وقد أورده له عدة تعاريف، فمنهم من عرفه على أنه الذي يتعاقد في مباشرته لمهنته، أو هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد في مباشرته لنشاط مهني ما، سواء كان هذا النشاط صناعيا أو تجاريا أو زراعيًا

¹ القانون 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق ل 10 مايو سنة 2018م، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج،ر، الصادرة في تاريخ 16 مايو 2018م.

² اكسوم عيلام رشيدة (المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني) أطروحة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث (ل،م،د) في القانون، تخصص: قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة 12 جوان 2018م، ص 45.

³ أشارت المادة 06 الفقرة 01 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن التجارة الإلكترونية: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

⁴ العلاقة الاستهلاكية أو العملية الاستهلاكية، هو مصطلح إقتصادي يعني شراء منتج أو خدمة و إستعمالها النهائي في إطار عمليات التوزيع الوسيط ويشكل إستهلاك الفصل الأخير من الدورة الاقتصادية لأية مادة أو خدمة، عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك: دراسة مقارنة، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص 22.

⁵ أنظر المادة 5 من القانون 02/89 الملغى، المرجع السابق، أيضا المادة 2 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك النافذ.

أو حرفياً، أو أنهم الأشخاص الطبيعية أو المعنوية العامة أو الخاصة الذين يعرضون أمالاً أو خدمات في ممارستهم لنشاط اعتيادي¹...

والملاحظ من هذا التعريف أن تكون ممارسته الاعمال التجارية على سبيل التكرار وبصفة مستمرة ومعتادة بقصد الربح، فإذا كانت تعتبر هذه الشروط لاكتساب صفة التاجر² وفقاً للقانون التجاري، فإن الأمر يتخلف في نظر الأحكام التي تنظم الاستهلاك، ذلك أن المهني قد لا يعتبر تاجراً ولا يشترط فيه لاكتساب صفة التاجر³، بل اعتياد الشخص القيام بهذه الأعمال، كما أن عنصر الربح قد لا يكون وارداً في النشاط المهني مثل الجمعيات الخيرية التي هي في مواجهة المستهلك وتقدم له سلعا استهلاكية مجاناً.

وعلى غرار الفقه فإن المشرع عندنا تولى أيضاً تعريف المهني أو المتدخل في النصوص التي تنظم المستهلك، بحيث عرفه بموجب المادة 03 الفقرة (07) من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك⁴، " ولكن المادة 03 الفقرة (02) من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، استعملت مصطلح " عون اقتصادي " الذي يقصد به: " كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها⁵."

¹ حامق ذهبية، (الالتزام بإعلام في العقود) أطروحة دكتورة دولة في قانون الخاص، جامعة الجزائر، سنة 2010، ص152.

² أشارت المادة 4 من القانون 04-08 المؤرخ في 14/08/2004، المتعلق بشروط ممارسته الأنشطة التجارية ج، عدد 52 إلى أنه: " يلزم كل شخص طبيعي او معنوي يرغب في ممارسة نشاط تجاري بالقيود في السجل التجاري..."

³ استعدت المادة 7 من مجال تطبيق أحكام القانون 04-08 السالف الذكر الأنشطة الفلاحية و الحرفيين و الشركات المدنية و التعاونيات التي لا يكون هدفها الربح، وأيض المهن المدنية الحرة و المؤسسات العمومية الإدارية،

⁴ المادة 03 الفقرة 07 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

⁵ المادة 03 الفقرة 02 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

فيعد المتدخل الطرف القوي الثاني في عقد الاستهلاك فقد يكون منتجا، موزعا، مقدم خدمات بائعا بالجملة أو التجزئة، الذي يتدخل في عملية المنتوجات الاستهلاك¹....
وفي ظل القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية استعمل المشرع لفظ المورد الإلكتروني بحيث عرفته المادة 06 الفقرة 000004 من أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع او الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية².
بإضافة إلى لفظ المحترف في ظل النصوص القانونية الأخرى والذي عرف بأنه الشخص الذي يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني سواء كان هذا النشاط تجاري بقصد ممارسة نشاطه أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها³، كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أنه: "كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع"⁴. على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عرض المنتج أو خدمة الاستهلاك.

وقد اشترط المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني لممارسته النشاط التجاري في البيئة الرقمية شرطين أساسيين وهما ضرورة حصوله على سجل تجاري إلكتروني، هذا ما نصت عليه المادة 02 من القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسته للأنشطة التجارية بأنه يملئ السجل التجاري المركز الوطني السجل التجاري ويرقمه ويؤشر عليه القاضي ويعد مستخرج السجل التجاري سندا رسميا يؤهل على شخص طبيعي أو اعتباري يتمتع بكامل أهليته القانونية لممارسة النشاط التجاري⁵.

¹ سي يوسف زاهية حورية، "تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري:" المجلة النقدية للقانون و العلوم

السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، ع، 2010، 02 ص 65.

² المادة 06، الفقرة 04 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 31 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، الجريدة

الرسمية، العدد 40 السنة السابعة و العشرون.

⁵ المادة 04 من القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، مرجع سابق.

كما اشترط أيضا حصوله على الموقع الإلكتروني أو صفة إلكترونية على الانترنت فمن خلالها يقوم بتعريف نفسه ونشاطه ويعرض المنتوجات كما أنه يتمتع بواجبات من الضروري القيام بها، وهذا ما نصت عليه المادة 25 من القانون 05-18 بأنه يجب على كل مورد إلكتروني حفظ المسجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وارسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري¹.

أما الإشهار الإلكتروني لم يرق المشرع بتعريفه بل قام بتحديد مفهوم الإشهار القانوني بالنسبة للأشخاص الاعتباريين في نص المادة 12 من القانون 04-08 المتعلق بالممارسات الأنشطة التجارية بأنه اطلاق الغير بمحتوى الأعمال التأسيسية للشركات والتحويلات والتعديلات وكذا العمليات التي تمس رأس مال الشركة ورهون أو إيجار التسيير وبيع صلاحيات هيئات الإدارة أو التسيير وحدوها وكذا كل الاعتراضات المتعلقة بهذه العملية².

لكن القانون رقم 05-18 تحديدا في المادة 06 الفقرة 06 المتعلق بالتجارة الإلكترونية عرفه كالتالي: " كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"³. وعليه جاءت لتأكد بأن الإشهار الإلكتروني الموجه للمستهلك ما هو إلا عقد مبرم بين طرفين هما المعلن ووكالة الإشهار وهو تصرف سابق عن العملية العقدية بهدف التأثير على المستهلك باقتناعه بمزايا السلع والخدمات والفوائد التي يمكن أن يحققها بغض النظر على الوسيلة المستعملة لافي ذلك والنقطة التي يختلف فيها الإشهار الإلكتروني عن الإشهار التقليدي يتمثل في الوسيلة المستخدمة في كون الأول يتم عبر شبكة الانترنت أو غيرها من الوسائل الإلكترونية⁴.

¹ المادة 25 من القانون 05-18، نفس القانون.

² المادة 12 من القانون 04-08، نفس القانون.

³ المادة 06 الفقرة 06 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

⁴ محمد دمانة، يوسف نور الدين، الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك، مجلة الفكر، العدد السابع عشر، جوان 2018،

جامعة عمار ثليجي، الاغواط، الجزائر، ص 289.

في حين ووفقا لما نصت عليه المادة 32 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر بأنه " يجب على المورد الإلكتروني أن يضع منظومة إلكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مصاريف أو مبررات. وفي هذه الحالة يلزم المورد الإلكتروني بما يلي:

تسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله الشخص المعني لتسجيل طلبه، واتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة¹. " وفي نص المادة 33 والتي تنص على أنه " في حالة النزاع، ينبغي للمورد الإلكتروني أن يثبت أن إرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة والحرّة، وأن شروط المادة 30 أعلاه قد تم استيفائها².

ثانيا: معايير تميزه: من خلال سردنا لمختلف التعاريف التي جاء بها المشرع الجزائري فإنها تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه، فهو الشخص الذي يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطا تجاريا أو صناعيا أو زراعيا، فيمتلك موقعا إلكترونيا أو محلا تجاريا، أو يشتري البضائع بقصد، إعادة بيعها أو يقوم بتأجير السلع وتقديم الخدمات.. الخ، فأولى معايير تميزه عن المستهلك:

1- معيار الاحتراف: المقصود بالاحتراف هو ممارسة الشخص لنشاط على سبيل التكرار وبشكل منتظم ومستمر في اتخاذه مصدر كسب الرزق، فيستدعي الأمر في الاحتراف أن يتم بصفة دورية ومستمرة على وجه الاعتبار³.

فيعتبر الاحتراف بهذا المعنى شرطا من شروط اكتساب صفة التاجر في ظل القانون التجاري¹، طبقا لنص المادة 01 منه التي تنص: " يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي

¹ المادة 32 من القانون 05-18، مرجع سابق.

² المادة 33 من القانون 05-18، مرجع سابق

³ زويبر أرزقي، " حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرّة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية،

جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 48-49

يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له، مالم ينص القانون بخلاف ذلك ". لكنفي نطاق علاقات الاستهلاك لا يشترط أن يعتبر الشخص تاجرا حتى يعتبر مهنيا وبعبارة أخرى فإن شخصا ما قد لا يعتبر تاجرا في مفهوم قانون التجاري لكنه يعد مهنيا في مواجهة المستهلك.

2- معيار الربح: يعتبر معيار الربح أمرا أساسيا في القانون التجاري لتحديد مفهوم التاجر، لكن وبالرجوع إلى قانون الاستهلاك فإن لهذا المعيار دور ثانوي في تحديد مفهوم المهني الذي يتعاقد مع المستهلك، حيث يعتبر قانون الاستهلاك المهني بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بتقديم شيء ما أو خدمة مقابل أجر أو مجانية لشخص طلبها يدعى المستهلك، فالمشرع في المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²، كان صريحا بتعريفه للمتدخل على أنه الشخص الذي يقدم سلعا أو خدمات بمقابل أو مجانا للمستهلك، فلا يمكن للمتدخل التهرب من مسؤوليته تجاه المستهلك بأنه قدم المنتج مجانا، إذن عنصر الربح لا يمكن أن يكون محل نظر في علاقة المستهلك بغيره نظرا لوجود حالات لا يكون فيها هدف الربح هو الحال بالنسبة للجمعيات والتعاونيات والتي تقدم سلعا أو خدمات.

المطلب الثاني: الحماية المدنية قبل التعاقد الإلكتروني.

بعد أن تعرفنا في المطلب الأول على ماهية المستهلك الإلكتروني وما يوافق هذا الأخير من مفاهيم خاصة التي ترتبط بكل من أطراف العملية الاستهلاكية وسوف نتعرض في هذا المطلب لتوضيح مدى عدم توفر الإمكانية الفعلية أو ولحقيقية لمعاينة السلع والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل ابرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة بالنسبة للمستهلك الإلكتروني خاصة مع قلة وعيه وعدم خبرته الكافية للتأكد من سلامة وأمن كل ما يقدم على مواقع التجارة الإلكترونية، وهذا ما استوجب وضع آليات لحماية المستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر شبكة الإنترنت، ونتيجة التفاوت بينه وبين المحترف (المهني)

¹ الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26/09/1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، جريدة رسمية رقم 101

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

قد أقر المشرع الجزائري مسؤولية هذا الأخير وذلك بجملة من الالتزامات التي تقع على عاتقه من بينه: نجد الالتزام بالإعلام المستهلك بكل المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج في (الفرع الأول)، وحقه في العدول عند التعاقد (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

لقد كرس المشرع الجزائري في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (المهني) جملة من الحقوق لجمهور المستهلكين، وألزم الأعوان الاقتصاديين على احترامها. ومن بين هذه الحقوق التي جاء بها القانون المذكور أعلاه حق المستهلك في الاعلام، وإن لم ينص عليه صراحة، غير أن القانون الجديد رقم: 09-03 نص صراحة على هذا الحق وأفرده له فصل خاص (الفصل الخامس) تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك، كما نص هذا الحق بالمرسوم التنفيذي رقم 378/13 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وقام بتنظيمه بوضع إطار خاص له، وللوقوف على مضمون التزام ينبغي إلقاء الضوء على تعريفه (أولاً)، ثم تبيان الأساس القانوني للإعلام ومميزاته (ثاني)، ووسائل تنفيذ بالإعلام (ثالثاً).

أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

كان حرص التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني على نحو معين يختلف عن الحق في الإعلام¹ في الحالات العادية²، بحيث يعرف بأنه التزام المنتج أو المهني بوضع المستهلك في مأمن من مخاطر المنتج المسلم به، سواء كانت سلعة أو خدمة وهو ما يتطلب أن يبين المهني أو المحترف للمستهلك كل المخاطر التي تكون مرتبطة بالملكية العادية للشيء المسلم به، وقد فرض هذا الالتزام على المنتج أو البائع حرصاً على سلامة العقود في ظل عدم المساواة بين المستهلك من جهة وبين المنتج الذي

¹الإعلام لغة: مصدر للفعل أعلم بمعنى اليقين، يقال علم الشيء أي أدركه، أنظر: محيط المحيط، مكتبة لبنان، ناشرون بيروت، الطبعة 1998، ص 28، ويعود سبب هذا الالتزام إلى جهل المستهلك إلى حقيقة ما يقتنيه وعلم المتدخل بذلك

²أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء مضمون العقدي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 105

يملك تفوق على الطرف الآخر، ولذلك أصبح الالتزام بالإعلام من أهم الوسائل المقررة لحماية المستهلك بدءاً من المرحلة السابقة للتعاقد إلى مرحلة إبرام العقد. إذ نجد المشرع بين وبوضوح في المادة 17 من القانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم¹ ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة"².

والمحترف هو أكثر الأشخاص تمركزاً من أجل إعلام المستهلك، لذلك وجب عليه تقديم إعلام حقيقي وموضوعي تحت تهديد بتوقيع العقاب، خاصة إذا كان المنتج ذي طبيعة خطيرة أو تكنولوجيا معقدة³. كما حدد المشرع أيضاً وظيفته فقد أشارت المادة 33 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13⁴ المحدد لشروط وكيفيات إعلام المستهلك بأن الخصائص الأساسية للمعلومات الضرورية لإرضاء المستهلك بصفة واضحة التي تعمل على الأقل تعريف المنتج والمتدخل المعني بعرض المنتج للاستهلاك للمرة الأولى وطبيعة المنتج والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمن المنتج، السعر ومدة عقود الخدمات".

من خلال هذا النص يتضح لنا أن الإعلام يقدم الاختيار للمستهلك له وظيفتين، الوظيفة الأولى تقديم معلومات تساعد المستهلك على الاختيار الملائم وحسب رضاه وإرادته صحيحة، والوظيفة الثانية تقديم معلومات تتعلق بأمن المنتج قصد ضمان سلامة المستهلك ووقايته من مخاطر هذا المنتج الذي يقتنيه.

¹ يعرف الوسم بأنه " جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق على منتج ما...".

² انظر المادة 17 من القانون رقم: 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، منه نستخلص من نص المادة العناصر الأساسية المتمثلة في: أطراف الالتزام (المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني)، محل الالتزام (كل المعلومات المتعلقة بالمنتج)، وسائل التنفيذ الالتزام بالعلام (الوسم أو العلامات أو أية وسيلة تصلح لتنفيذ الالتزام بالإعلام).

³ قادة شهيدة، مداخلة تحت عنوان مضمون الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية، 2009، ص 43.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09/2013، 11، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بالعلام المستهلك، ج، ر، 58، الصادرة في 18/11/2013.

بصفة عامة الالتزام بالعلام التزام يحد أساسه في الالتزام الرئيسي في هذه المرحلة، وهو التعامل بحسن النية إذ أن هذا الأخير يفرض على كل طرف من طرفي العقد منذ اللحظة الأولى لبدء هذه المرحلة التي تسبق التعاقد أن يتخذ موقفا إيجابيا اتجاه الطرف الآخر، فيطلعه على كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد المبرم¹.

ثانيا: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام ومضمونه.

اختلف الفقه في تحديد الأساس القانوني الذي يقوم عليه الالتزام بالإعلام الإلكتروني، فمنهم من يبني أساسه على تلك الحتمية في إضفاء التوازن بين أطراف العقد، بينما أكد جانب آخر أن مبدأ حسن النية في التعاقد الأساس الذي يتبع منه الالتزام بالإعلام².

1- التوازن العقدي: نجد بعض الفقهاء يرى بان الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر، قبل تكوين العقد كل البيانات اللازمة، لإيجاد رضا سليم، كامل، وعلى علم بكافة تفضيلات العقد المراد إبرامه³.
 بالإضافة إلى أن الالتزام بالإعلام التعاقد الإلكتروني أساسه والقانوني يستمد من التفاوت وعدم المساواة في العلم بين المتعاقدين، الذي ليس إلا مظهر من مظاهره، خاصة وأن هذا التفاوت تزايد بسبب التقدم العلمي والتطور التكنولوجي وظهور أشكال عدة من السلع والخدمات ذات التقنيات الحديثة والعالمية، ما من شأنه أن يجعل البائع المهني متفوقا في العلم بمحل العقد على المستهلك⁴.

¹ محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ومدى حاجياتها في الإثبات، ط1، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص16.

² يحي يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح، فلسطين، 2006، ص30.

³ أمانح رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، د، س، ن، ص68.

⁴ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، دون ذكر بلد النشر، 2011، ص95.

من خلال ما سبق الأساس القانوني لهذا الحق نجد مصدره في الحماية التقليدية للطرف المدعى في القانون المدني، إلا أن الأري الذي عليه غالبية الفقه يرى بأن الأساس موجود في القانون حماية المستهلك الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائما الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة لمواجهة البائع المحترف، مما يستوجب على هذا الأخير إعلامه مسبقا بكل المعلومات الضرورية حتى تتكافأ الإرادتين وتتوازن أمام إعطاء كل طرف المساحة الكافية لبنائها عن قناعة وتبصر¹.

2- مبدأ حسن النية في العقود: اتجه الفقه والقضاء إلى القول بأن أساس الالتزام بالعلام هو مبدأ حين النية بما يحتويه هذا من التزامات على عاتق كلا المتعاقدين بهدف توفير الأمانة والثقة بينهما.

وفي مجال حماية المستهلك لا يتسنى ذلك، إلا من خلال إلزام البائع المهني بأن يدلي بكافة البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة والتي من شأنها أن تؤثر على رضا المستهلك، وأي كتمان لها ينفي حسن النية²، الأمر الذي أكدته المشرع الجزائري في المادة 107 من القانون المدني³.

يتضح مما سبق، أنه لمبدأ حسن النية دور فعال في تكريس الالتزام بالعلام التعاقدية الإلكترونية وتوسيع نطاق تطبيقه، ليشمل جميع مراحل العقود الاستهلاكية الإلكترونية، خاصة مرحلة تنفيذها.

¹ خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الإلكتروني مداخلة تم تقديمها في ملتقى وطني حول " منافسة وحماية المستهلك " بجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 مارس 2009.

² منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2013، ص71.

³ تنص: المادة 107 من القانون المدني الجزائري " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه بحسن نية ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون، والعرف، والعدالة، وبحسب طبيعة الالتزام".

يتمتع ضمان الاعلام كالالتزام عام مفروض في جميع العقود الاستهلاكية الالكترونية بجملة من المميزات التي يختص بها عن باقي الالتزامات القانونية المشابهة له والتي تتمثل في أنه يتصف بالعمومية والوقائية والاستقلالية.

فيقصد بالعمومية: أنه التزام سابق ويطبق على جميع العقود¹، أما الوقائي: فبالنظر لما يهدف له من حماية العقود مستقبلا من خطر الإبطال، فهو يؤدي إلى إثارة رضاء المستهلك قبل إبرام العقد، فيستبعد بذلك بطلان خاصة في مجالي التدريس والغلط².

أما بالنسبة لخاصية الاستقلالية فيعد الالتزام التزام مستقل عن غيره من الالتزامات المتشابهة له في مواجهة اختلال التوازن العقدي³ في المرحلة السابقة على إبرام العقد.

ثالثا: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

وفقا لما جاءت به المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" أن الالتزام بالإعلام يتم بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة⁴. إذ يقصد بها كل ما من شأنه إيصال المعلومات الكافية عن المنتج للمستهلك وهذا ما سنتناوله إذ أننا سنتطرق إلى كيفية الاعلام عن طريق وسم المنتجات وإلى أيضا إعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع".

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، الطبعة الثانية، 2008.

² أحمد بومدين، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضاء المستهلك، مجلة العلوم والقانون، المركز الجامعي بالوادي، العدد الأول، السنة الأول، جوان 2010، ص168.

³ سعاد نويري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة، العدد الثامن، جانفي 2016، ص234.

⁴ المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

1- كيفية الاعلام عن طريق وسم المنتجات.

أ- تعريف الوسم: عرفت المادة 02 فقرة من قانون 09-03 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور الشواهد أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا أو خدمة أو يرتبط بهما¹".

فالوسم هو التزام سلبي، يتمثل على وجه الخصوص في إعطاء معلومات لا توجي إلى تغليب ولا يكون من شأنها أن توقع المستهلك في خطأ حول ماهية المنتج المستعمل والطريقة التي يستعمل بها النتوج ومن جهة أخرى يعتبر إيجابيا في حمايته للمستهلك بإعطائه المعلومات عن المنتج².

ألزمت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المتعلق بوسم المنتجات

المنزلية الغير الغذائية³، وكذا المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 السالف الذكر وبصفة عامة كل النصوص الخاصة بوسم المنتجات المختلفة.

إعلام المستهلك بخصوص السلع الجزائرية غير الجاهزة التعبئة عن طريق التعريف بها بواسطة تسمية خاصة تسجل على لافتة او ما شابه، أما بالنسبة للسلع الغذائية الجاهزة التعبئة فيتم إعلام فيها بواسطة بطاقة تكون ضمن التغليف ذاته، فتعني تسمية حليب مثلا، حليب البقرة إذا لم يحدد المنتج فصيلة الحيوان الطي انتجه، وكل حليب ناتج عن انثى حلوب غير البقرة، يجب تعيينه بتسمية الحليب متبوعا ببيان الفصيلة الحيوانية التي أنتجته⁴.

¹ المادة 02 الفقرة 06 من القانون 90-39 المتعلق بالجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

² الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2001، ص 40.

³ يقصد بالمنتجات المنزلية غير الغذائية، المنتجات المستعملة في صيانة المحلات، المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 مؤرخ في 10/11/1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج، ر، عدد 50 صادرة في 1990/11/21.

⁴ المادة 02 من القرار الوزاري المتعلق بتحديد مواصفات بعض أنواع الحليب المعد للاستهلاك وعرضه،

ب-أهمية الوسم: للوسم وظيفتين وهذا ما توصلنا اليه من خلال المادتين 17 و 18 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ أو لها إعلامية بحيث الوسم وما يتضمنه من بيانات تشمل جميع المعلومات التي تلزم المنتج أو الخدمة مما تتيح للمستهلك العلم به وكذا سمح له باتخاذ قرار بشأنه سواء اقتنائه أم لا ...، والثانية أمينة من خلال اعتباره وسيلة سيتخذها المورد للفت انتباه المستهلك للخطر الناتج عن استعمال المنتج وهو في العادة يمتاز بشكله وكتابته الواضحة بلون مخالف عن كتابة ولون الوسم الإعلامي اذ نجد فيه رموز وعبارات تدل على المعنى المقصود مثال ذلك "ممنوع تناوله" "مضر بالصحة"، وهذا ما نصت عليه المادة 78 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش².

كما نجد المادة 03 الفقرة 04 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرفته على انه " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو أدالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"³.

بالإضافة الى نص المادة 18 من نفس القانون بأنه " يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في تنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال

¹ المادة 17 و 18 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² المادة 78 من القانون 03-09، نفس القانون والتي تنص على أنه " يعاقب بغرامته من مائة الف دينار (1000,000 دج) على مليون دينار (1,000,000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليه في المادتين 17 و 18 من هذا القانون.

³ المادة 03 فقرة 04 من القانون 03-09 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

لغة او عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة وامتعة محوها¹.

الغرض من الوسم ضمان الاعلام الكافي للمستهلك لأنه أول ما يقع على نظره، الى أيضا ترقية البيع حسب ما نصت عليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية المعدل والمتمم².

2- الاعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع:

إذا كان هذا الالتزام معروفا في القوانين المتعلقة بالمنافسة، والتي تضمن شفافية المعاملات التجاري، إلا أنه كان على المشرع إدراجه في قانون حماية المستهلك، لما يوفره من حماية مصالح الخاصة وليس حماية السوق بشكل عام³.

يحقق الاعلام بإشهار⁴ أسعار المنتجات إمكانية المقارنة بين مختلف الأسعار المطبقة في السوق لاقتناء السعر المناسب، لذا فرض المشرع المتدخل بان يعلم عن سعر منتجاته المعروضة للاستهلاك⁵، إذ نصت المادة 04 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع".

¹المادة 18 من القانون 09-03، نفس القانون.

²مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق ل 10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 50، الصادر في 04 جمادى الأولى عام 1411.

³محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2005، ص 75.

⁴يختلف الإشهار عن الوسم، فالوسم وسيلة إعلام إلزامية تقع على عاتق المهني، في حين الإشهار التجاري وسيلة إعلام اختيارية يتخذها العون الاقتصادي بصفة إرادية للتعريف بمنتجاته وهو لا يتميز بالموضوعية التي بها الوسم، ومع ذلك قد يصبح الوسم إشهارا إذ أظهرت البيانات المكتوبة مزايا المنتج ورغبت في شرائه، أنظر: سفيان بن قري، حدود مشروعيته الإعلان التجاري، الملحق الوطني حول "حماية المستهلك والمنافسة"، مرجع سابق.

⁵لا يتقرر الالتزام بالاعلام عن الأسعار أثناء العرض للبيع فقط، بل يشمل أيضا مرحلة الإنتاج، أنظر القرار المؤرخ في 1990/03/20 المتعلق بإجراء التصريح بالأسعار، ج، ر، عدد 21، صادر في 1990/05/23.

وعملا بالأمر 06-95 المؤرخ في 1995/01/25 و المتعلق بالمنافسة¹ أنه يلزم البائع بإعلام المستهلك عن سعر المنتوجات والخدمات، وهذا الالتزام يهدف إلى وضع المستهلك في مأمن يجنبه كل مفاجئة بخصوص المبلغ المدفوع لاختيار المنتج أو الخدمة المقترحة².

بإضافة إلى المادة 11 من القانون رقم 05/18 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية التي نصت على أنه " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر...³ ".
أن تكون مرئية المقصود من ذلك توضيح الأسعار بطريقة يمكن للمستهلك رؤيتها وإن لم يتحقق ذلك يعد العون الاقتصادي لم ينفذ التزامه بالإعلام كأن يقوم بوسم السعر أسفل المنتج أو على الجدار ويؤكد أن الالتزام التزم يحقق نتيجة.

وليس بذل عناية وعدم رؤية المستهلك للسعر يفترض على العون الاقتصادي قد أدخل بالتماره لكن هذا الافتراض بسيط قطعي بحيث العون الاقتصادي يمكن له أن يثبت عدم رؤية السعر هذا السبب أجنبي أو بسبب قوة قاهرة زلزال يخلط المنتجات بشكل يتعذر منه رؤية السعر ومنه يستعد مسؤوليته المدنية أو الجزائية وفقا للشروط المقررة⁴.

أن تكون مقروءة إذا كان السعر مرئي فلا بد أن يكون مكتوب بأرقام أو بحروف واضحة وبلغة يفهمها عموم المستهلكين بمقتضى استعمال اللغة العربية إذا تم تيانه بالحروف باعتبارها اللغة الوطنية والرسمية والمألوف الأسعار تأتي بالأرقام وليس بالحروف في الغالب⁵.

¹ أنظر: الامر 06-95 المؤرخ في 1995/01/25، ج، ر، رقم 9 في 1995/02/22 وهذا الامر ألغى القانون 89-12 المؤرخ في 1989/07/05 والمتعلق بالأسعار (ج، ر، رقم 29 في 1989/07/29).

² موسى زهية، دروس في مقياس قانون الاستهلاك، مرجع سابق.

³ المادة 11 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

⁴ علاال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن عكنون، السنة الجامعية 2013/2014، ص 23.

⁵ مرجع نفسه، ص 25.

الفرع الثاني: الحق في العدول عند التعاقد.

إن حق المستهلك في العدول عن العقد، فموجب القوة الملزمة للعقد فإنه لا يستطيع أي متعاقد الرجوع عنه في المرحلة التي تسبق تنفيذه، فمتى قام العقد فإن تنفيذه¹ يكون ملزماً ولا رجعة فيه، لكن حاجة المستهلك الإلكتروني إلى الحماية دفعت الكثير من المشرعين إلى منحهم خيار العدول عن التعاقد قبل التنفيذ، إذا نجد هذا الحق يزداد أهمية في ظل التعاقد الإلكتروني، كون هذا الأخير في مركز ضعف، حيث لا تتوفر له إمكانية معاينة السلعة أو الخدمة إلا عن بعد، ما يدفع بوقوعه في خطأ التعاقد، فمنح له القانون حق العدول عن العقد، واستبدال المبيع بآخر، هذه المدة².

من خلال ما سبق سنتناول تعريف الحق في العدول ومبرراته ثم سنتطرق إلى كيفية ممارسة الحق في العدول وآثاره.

1- تعريف الحق في العدول:

يقصد بالحق في العدول "أن يرد المستهلك المنتج الذي تم تسليمه إليه ما دام أنه ثمة مبرر معقول دونما شطط الهوى الشخصي للمستهلك"³.

كما يعرفه بأنه: "إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المعقود عليه، إذا لم يكون رآه عند العقد أو قبله". والمستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الانترنت لم يكن يراها وإنما رأى صورة لها أو علم بأوصافها المكتوبة على الشاشة أمامه، فإذا استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه⁴.

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص508.

² عبد المنعم موسى إبراهيم، نفس المرجع.

³ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، 374.

⁴ محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص393.

فمنظم المشرع الجزائري حق المستهلك الإلكتروني في العدول في مواد 21 و22 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه "في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل التسليم، يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه (40) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج دون المساس بحقه في المطالبة التعويض عن الضرر.

في هذه الحالة على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه للمنتج¹.

1- ب- مبررات حق العدول:

باعتبار عقود التجارة الإلكترونية تتم عن بعد بوسائل اتصال لا تسمح للمستهلك بالحكم الدقيق على المنتج، مهما بلغ وصف البائع لها من دقة واتقان، فالحق في العدول وسيلة قانونية لحماية المستهلك الذي لا يمكنه التعاقد قبل رؤية ومعاينة السلع والمنتجات أو تجربة الخدمات التي تقدم له إلكترونيا وبذلك يصعب العلم الكافي بمحل عقد الاستهلاك المبرم مما يؤدي على ضرورة العدول.

ولاشك أن الغاية الأساسية من عدول المستهلك عن بعض العقود هو حماية رضائه الحقيقي وضمان إرادة واعية، ويتحقق ذلك بإعطاء للمستهلك فرصة كافية للتأمل والتروي في التعاقد المراد إبرامه دون التسرع بفكرة غير كافية وواعية عن المبيع.

2- كيفية ممارسة الحق في العدول وآثاره:

1- أ- كيفية ممارسة الحق في العدول:

لم يشترط الجزائري أي إجراء لممارسة الحق في العدول، الذي يتحقق بمجرد رضا المستهلك وإرادته في ذلك، بشرط إخطار المهني أو المورد (البائع، مقدم خدمة) وأن يرد لها الأخير المنتج أو البضاعة التي تسلمها بمقتضى العقد، في لم يشترط أيضا شكل خاص

¹المادة 22 من القانون 05-18، مرجع سابق.

لهذا الإخطار فيجوز أن يتم بفاكس أو البريد الإلكتروني، أو موقع التاجر أو برسالة موسى عليه، أو حتى عن طريق محضر إثبات حالة، وذلك خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة مع التاجر إذا أنكر تبليغه بالعدول¹.

يجوز للمستهلك الرجوع عن العقد في مهلة ستة أيام عمل اعتباراً من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء أو غرامة ودون الحاجة لبيان الأسباب²، وهذا ما أقرت عليه المادة 121-02-2 من قانون الاستهلاك الفرنسي" بشأن جميع العمليات بيع عن بعد يعطى المشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم طلبية لإعادتها أو استبدالها أو استعادة ثمنها دون غرامات ماعدا مصاريف الإرجاع.

والمدة المحددة بالقانون سبعة أيام هي مدة مبدئية وإذا تضمنت آخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد إلى أول يوم عمل، أما في حالة اخلال التاجر بالتزاماته قبل العقد فإن هذه المدة تمتد إلى ثلاثة أشهر كاملاً بدلاً من ستة أيام هي الأصل، وتحسب من تاريخ التنفيذ التزام بالإعلام³.

ثم جاء ذلك في قانون حماية المستهلك الصادرة سنة 1993، لكن لم يبق على هذه المدة بل مددها إلى 15 يوم.

هذا ما أقر المرسوم الرئاسي رقم 741/2001 ذلك الحق للمستهلك فأصبح مقرراً له ليس فقط في مجال السلع والمنتجات عن بعد وإنما في مجال الخدمات كذلك.

¹ نبيل محمد أحمد صبيح، " حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية"، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، عدد2، 2007، ص226.

² التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد، www.het.juriscom،
³ محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية الإلكترونية والدولية وحماية المستهلك (تميز البيع عن غيره من العقود، التفاوض إبرام البيع وصوره، البيوع الدولية والإلكترونية والمعلوماتية، حماية المستهلك، نقل الملكية، الضمان، الوفاء الإلكتروني، فسخ البيع)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص104.

كما أنه يمتاز على أن مصادره محددة بالقانون والاتفاق ويتسم بالإرادة المنفردة للمستهلك ودون الحاجة للقضاء، ودون الحاجة لإثبات التعرض إلى أي وسيلة من وسائل الخداع¹.

1-ب- آثار ممارسة الحق في العدول:

يعد حق العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني حق مجاني، فحيث ينتج على اختيار المستهلك طريق العدول عن التعاقد زوال العقد وانقضاءه، ويلتزم الأطراف بإعادة الحالة التي كان عليها قبل التعاقد.

تقتصر آثار ممارسة حق العدول من ناحية على المهني (التاجر الإلكتروني) بحيث إذا انقضت المدة التي حددها المشرع للمستهلك الإلكتروني في حقه للعدول يصبح باتا واجب التنفيذ للطرفين، لكن إذا استعمل المستهلك هذا الحق خلال هذه المدة فإنه يترتب على ذلك إلتزام التاجر برد الثمن إذا دفع الثمن مسبقا، وذلك خلال المدة أقصاها ثلاثون يوما(30) طبقا لقانون الفرنسي، ومنه يتضح في هذه الحالة ما إذا انقضت المدة وتجاوز الميعاد المذكور دون رد الثمن للمستهلك يصبح المبلغ متيجا للفوائد، فضلا عن ذلك أن فعل عدم الإرجاع يشكل جريمة في مواجهة البائع².

في حين ومن ناحية أخرى تقتصر على المستهلك الإلكتروني بحيث نجد أن المادة 23 من القانون 05-18 نصت³ على ذلك، فحق العدول إذا مارسه، خلال المدة المحددة قانونا فلا يتحمل أي تبعات ولا يترتب أي جزاء ماعدا المصروفات المحتملة لإرجاع المنتج أو السلعة، وهو أمر متوقع نظرا للعقد المبرم عن بعد⁴.

فيترتب عليه فسخ وانقضاء العقد، وعلى المستهلك إرجاع السلعة كما استلمها أما إذا كانت خدمة فيجب عليه التنازل عنها⁵.

¹ عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح لأبحاث (العلوم الإنسانية)، جامعة النجاح الوطنية، المجلد 27، 2013، ص14.

² كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص633.

³ المادة 23 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

⁴ أمادلو سهام، المرجع السابق، ص37.

⁵ المرجع نفسه، ص37.

المبحث الثاني: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني بعد التعاقد.

إن الحماية المفروضة من قبل التشريعات التي تنظم التجارة الإلكترونية، لا تتوقف عند الرحلة الأولى لتكوين عقد الاستهلاك الإلكتروني، بل فرضت القوانين المقارنة زيادة على حماية أركان هذا العقد الجديد، بسط مجال الحماية إلى غاية شروع كل طرف من أطراف العقد في تنفيذ الالتزامات الموكلة له. وهي مرحلة جد حساسة لتوفير نوع من الضمان والأمان للمستهلك الإلكتروني، ومن بين التزامات التي فرضها المشرع الجزائري على المهني (المورد الإلكتروني) التزام بضمان بالإضافة إلى أنه يقع على عاتقه التزام آخر ألا وهو الالتزام بسلامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الالتزام بالضمان.

رغم وجود ضمانات في الأحكام الشرعية العامة والتي تسعى إلى تحقيق الاستقرار في التعاقد كالتأمينات العينية والشخصية، والدعاوي مباشرة وغير مباشرة، إلا أن المشرع الجزائري رأى أن هذه الوسائل لا تمنح ضمانا كافيا للمستهلك مما أدى به إلى أن يضيف بجانب هذه الوسائل ضمانا خاصا يقع على عاتق المهني (المورد الإلكتروني)، إذا ظهر هذا الضمان تماشيا مع التطور الصناعي والتكنولوجي في المنتجات الاستهلاكية بحيث أصبح المستهلكين يعتمدون عليه.

وبناء عليه سوف يتم التطرق في هذا المطلب إلى الضمان القانوني وأساسه إلزاميته وموضوعه (فرع الأول) وجزاء الالتزام بالضمان (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الضمان القانوني وأساس إلزاميته وموضوعه.

أقر المشرع الجزائري على إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع في الفصل الرابع من المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-103¹.

¹، بولحية بن بوخميس، "القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري"، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، ص34.

في المادة الثانية منه عرف الضمان على أنه: "التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته"¹.

بالإضافة المشرع نظم أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990م وبضمان المنتجات والخدمات².

بحيث تضمنت (22) مادة، كفلت حق الضمان القانوني لمصلحة المستهلك إذا أنها ألزمت المهني بضمان سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح لاستهلاك، كما خولت للمستهلك حق تجربة المنتج أو الخدمة³.

وإذا وجد عيب⁴ في المنتجات ألزم المشرع الضامن بتنفيذ الضمان بأوجه ثلاث باستبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج⁵، وقد فرض المشرع هذه الحماية للمستهلك المقتني باعتباره طرف ضعيف وقليل الخبرة.

موضوع الضمان:

إن هذا الضمان يستفيد منه المستهلك بقوة القانون فلا يحتاج إلى اتفاق، المشرع الجزائري في قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حدد نوع المنتج والجنس وبالرجوع إلى نص المادة 13 الفقرة 01 منه "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتاد أ، أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون"، ويمتد هذا الضمان على الخدمات وفقا لما جاءت به الفقرة 02 من ذات المادة 13.

¹ انظر المواد 13، 14، 15، 16، من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق،

² المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15/10/1990، والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الجريدة الرسمية، عدد رقم 40، الصادر بتاريخ 19/10/1990، الجزائر، 1990

³ المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، مرجع سابق

⁴ نصت عليه المادة 379 من الامر 75-58 المؤرخ في سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني معدل ومتمم بالقانون

رقم 05/07، المؤرخ في 13 ماي 2007، ج، ر، ع، 31، الصادر بتاريخ 13 ماي 2007

⁵ المادة 05 من المرسوم السابق

يجب على المستهلك أن يطالب المهني بتنفيذ ضمانه في حال ظهور عيب، هنا على المهني التزامه في مدة معقولة يبدأ سريانها من يوم اكتشافه، وهذا أمر غير واقعي، إذ لا يمكن تخيل أن مدة ضمان تدوم إلى يوم كشف العيب فقد تطول لسنوات وطبقا للمادة 16 " على أن لا تقل مدة 6 اشهر¹، فمدة ضمان تختلف من منتج لآخر وتبدأ من يوم تسليم.

الفرع الثاني: جزاء الالتزام بالضمان.

غاية المشرع من الالتزام بالضمان حماية المستهلك في حالة وجود عيب في المنتج وجب على المهني حيال ذلك الوفاء بالتزامه خلال فترة الضمان.

في حين يتم تنفيذ الضمان وفق ثلاثة أوجه إصلاح المنتج وفقا لما نثت عليه المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 على أنه يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب...²، ومنه يتضح أن المشرع ألزم المهني بإصلاح المنتج وتحمل كافة النفقات الإصلاح، مصاريف يد عاملة... وغيرها جبرا للضرر لكي يعود المنتج إلى طبيعته³.

استبداله هذا ما أكدته المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 بقولها: " يجب على المحترف أن يقوم باستبدال المنتج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا على الرغم من إصلاحه". أذن الاستبدال يأتي فقط إذا تعذر إصلاح المنتج وفي حالة أمكن إصلاحه للمحترف حق رفض استبدال⁴.

رد ثمنه فرض المشرع على المحترف رد الثمن في حالة استحالة إصلاح أو استبدال للمنتج.

¹ انظر المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، مرجع سابق.

² المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، مرجع سابق.

³ أ، سليم سعداوي، " حماية المستهلك (الجزائر نموذجا)"، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2009، ص84.

⁴ أ، علم بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص46.

المطلب الثاني: الالتزام بالسلامة.

عند إبرام العقد، فإنه يقوم التزام على عاتق أطرافه مفاده أن يتعامل الأطراف بصدق وصراحة فيما بينهم، وفقا لما يقتضيه مبدأ حسن النية في التعامل.

لكن هذا المبدأ لا يكفي لتوفير الحماية الكافية للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، لا سيما وأنه يتعاقد على منتجات لا يمكنه اقتناءها ولا تجربتها، فيكفي بمشاهدتها حين تعرض على الانترنت، نتيجة لذلك لا بد من ضمان سلامته والعمل على أمنه وذلك بالالتزام العام بالسلامة الذي يحقق نتيجة وهي سلامة المستهلك لجسمه وصحته.

فينبغي تحديد مضمون الالتزام بالسلامة في (الفرع الأول) وشروطه في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مضمون الالتزام بالسلامة.

الالتزام بالسلامة المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك يتضمن مجموعة الإجراءات الحمائية والوقائية من المخاطر التي يتم تطبيقها عن طريق الإدارة والقضاء الجزائي، كما يعد أساس تحريك مسؤولية المهني في حالة الضرر الناتج عن السلعة أو الخدمة¹.

ونجد فكرة الالتزام بالسلامة في نص المادة 02/107 من القانون المدني الجزائري التي تنص: " ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فحسب، بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام"².

على جانب ما جاءت به المادة 4 من القانون رقم 09-03 كميللي: " يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة³ هذه المواد والسهر

¹ إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، رسالة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006، ص 62.

² المادة 107 الفقرة 2 من القانون المدني الجزائري.

³ السلامة لغة: معناها البراءة من العيوب والآفات، ويقال "والسلامة أن يسلم الإنسان من الأذى"، راجع قاموس مجاني الكلاب، ص 37،

على أن لا تضر بصحة المستهلك". يتضح من هذا أن الالتزام خاص بالمنتجات الغذائية وجاء فقط لضمان صحة المستهلك.

وأشارت إليه أيضا المادتين 9 و 10 من القانون نفسه بحيث اقتضت السلامة على المستهلك دون سواه إذا نصت المادة 09 على أنه: " يجب أن تكون المنتجات الموضوعية للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".

في حين نصت المادة 10 من ذات القانون، على أنه " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج التي يضعه للاستهلاك فيما يخص:

- مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته.
- تأثير المنتج على المنتجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتجات.
- عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج.

- فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج، خاصة الأطفال¹.
أوجب المشرع الجزائري بخصوص تغليف المواد الخطرة أن تلف في رزم ملائمة حسب الصنف المرتب فيه، والمقصود بالرزم جهاز يستعمل لاحتواء المادة الخطرة بكونه قادر على مقاومة الهزات والصدمات والرطوبة.

الفرع الثاني: شروط الالتزام بالسلامة.

يتكون الالتزام بالسلامة من السيطرة المدين على الأشخاص وعلى الأشياء التي تثير الضرر الجسدي، وتنفيذه بطريقة كاملة يستلزم خطوة مزدوجة، توقع الأخطار التي يمكن ان يترض لها الدائن والتصرف حيال هذه الاخطار غما بمنع وقوعها أو التقليل من اثارها.

ومما سبق يمكن استخلاص لشروط العامة بالسلامة المستهلك في العقد الإلكتروني:

¹ انظر المادتين 10 و 09 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق،

1- وجود خطر يهدد أحد العاقدين في سلامته الجسدية: إن التطور العلمي والصناعي وتعدد الأجهزة الحديثة كالأجهزة الطبية أو الرياضية أدى بذلك إلى تفوق العقد الإلكتروني على غيره من العقود بسبب الأخطار المحتملة للمستهلكين، بالإضافة إلى التقدم الذي أحرزه في مجال إنتاج السلع والخدمات مثلا المستهلك الإلكتروني عن تلك السلعة سوى من البائع حين قدم له نموذج الاستعمال المصاحب للسلعة¹، مما جعل ترك أمر ضمان سلامة شخصه وماله، للبائع المحترف².

2- الحفاظ على السلامة الجسدية لأحد المتعاقدين موكلا لآخر:

إن تعدد المخاطر التي باتت تهدد سلامة³ المستهلك الإلكتروني بحكم قلة خبرته وجهله بتكوين السلع والمنتجات، وهذا ما جعله في حاجة ماسة إلى تقرير ضمان بالسلامة، الذي يلزم على البائع أو المنتج إحاطته علما بكافة المعلومات والبيانات التي تمكنه من الاستعمال الصحيح والسليم⁴.

والالتزام بالسلامة لا يعني المشتري وحده، بل أصبح يهم جميع المستهلكين الذين قد يكونوا ضحايا المنتجات الخطرة، ومنه البائع، الموزع، المنتج، ومقدم الخدمة ملزمون بذلك، بحيث يقوم كل واحد منهم بأمن وسلامة المستهلك⁵.

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 51.

² عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 551، 552 كريمة بركات، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق، ص 34

³ عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 67.

⁴ جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المباعة، دراسة في القانون الكويتي و القانوني المصري و الفرنسي، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الثالث، السنة التاسعة عشر، ديسمبر 1995، ص 242.

⁵ عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 51.

3- البائع أو المنتج يجب أن يكون محترفاً:

لكي يضمن المستهلك سلامته أثناء اقتناؤه للمنتج أو السلعة لابد أن يكون مقدم الخدمة أو بائع السلعة محترفاً ذو خبرة ودراية بأصول مهنته. حتى يتعامل دون حذر معه¹. وهذا الحال ينطبق على البائع الذي يعرض سلع ومنتجات فنية وكيميائية معقدة التركيب على شبكة الانترنت، اذا يتصل بعدد كبير من الناس، مما يؤدي إلى تضخم الضرر في هذه الحالة متى كانت سلعة تحتوي على خطر يهدد الآخرين، والمؤكد أن المستهلك الإلكتروني لا يقدم على استعمال المنتج إلا في حال أحاط له البائع علماً بمصدر الخطر وكذلك البيانات العملية وخبرات التي تمكنه في عدم الوقوع فيه ومنه الاستفادة على أكمل وجه.

¹خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الانترنت، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص345.

ملخص الفصل:

نستخلص من هذا حماية المستهلك أصبحت من المهام الأولى، لما شهده العالم اليوم من تطورات، أدت إلى اتساع نطاقها من خلال توقيع جملة من الالتزامات التي على عاتق المهني باعتباره الطرف القوي ذو خبرة ودراية، والتي بدورها توفر حماية أكثر للمستهلك الإلكتروني كي يكون هذا الأخير على بينة من أمره قبل إبرام العقد، بل وحتى بعد إبرام العقد باعتباره يتم عبر الانترنت. وخلافا للالتزامات كالالتزام بالضمان إذ يعد من أهمها، ولتقوية الحماية عن طريق وضع قواعد وقائية حمائية من خلال الالتزام بالسلامة، وهذا كله يضمن حماية لصالح المستهلك.

الفصل الثاني



آليات الحماية الجزائرية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر.



المبحث الأول: الحماية الجزائرية للمستهلك الإلكتروني

المطلب الأول: صور التجريم الماسة بحماية المستهلك الإلكتروني في قانون العقوبات

المطلب الثاني: صور الحماية الجزائرية المنصوص عليها في القوانين الخاصة

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر

المطلب الأول: دور هيئات الإلزامية في حماية المستهلك الإلكتروني

المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك الإلكتروني

تمهيد:

لقد رأينا فيما سبق أن الحماية المدنية هي المظلة التي تستظل تحتها جميع الحقوق، وأنها مقررّة أكثر لمصلحة استهلاك الإلكتروني، ونظرا لما توفره من أمن وسلامة له يبقى عرضة للمخاطر استهلاك بعض المنتجات التي قد تؤدي إلى كوارث حقيقية لا شيء إلا لأنها مغشوشة أو فاسدة أو سامة أو خطيرة، فالمتدخل مدفوعا بالمنافسة قد يلجأ إلى طرق احتيالية لتغليط المستهلك وغشه هذا الأخير يكون أوسع في حال التعاقد عبر الانترنت لانعدام المعاينة للمنتوج أو السلع، لذلك أوجب المشرع الجزائري نوع آخر من الحماية للطرف الضعيف من خلال تجريم الأفعال التي تشكل اعتداءا عليه، واضرار به. فقد سن عقوبات لبعض المخالفات في عديد من المواد القانون، ما دفع بنا لدراسته الجانب الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني في هذا الفصل.

وفي هذا الاطار سنركز على الحماية الجزائرية (المبحث الأول) وإلى آليات حماية المستهلك الإلكتروني (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني.

يعد تجريم الأفعال الماسة بأمن وسلامة المستهلك ترجمة فعلية للحماية الجزائية للمستهلك¹، بهذا النوع من الجرائم لم يختص بها تقنين واحد فمنها ما هو متضمن في قانون العقوبات ومنها ما هو مدرج في قوانين خاصة كقانون حماية المستهلك مثلا، وعليه قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين حيث تناولت في (المطلب الأول) إلى صور التجريم الماسة بحماية المستهلك الإلكتروني في قانون العقوبات، أما (المطلب الثاني) فتطرق إلى صور حماية المنصوص عليها في قوانين الخاصة.

المطلب الأول: صور التجريم الماسة بحماية المستهلك الإلكتروني في قانون العقوبات.

لقد أصبح العديد من المستهلكين والمؤسسات التجارية عرضة للمخاطر التي تهددهم خاصة في المعاملات الإلكترونية بسبب انعدام المعاينة وزيادة على ذلك أن الدعاية والإعلان في نطاق العقد الإلكتروني يلعب دورا كبيرا في إقاعه في غلط التعاقد إذ هنا يظهر ذا ما يسمى بالجريمة الإلكترونية التي تقع بين الجاني والمستهلك ويكون الأداء فيها ذا تقنية ومكانها لا يتطلب انتقال الجاني إليه انتقالا ماديا، مما أدى إلى حرص الاحتياطي على حماية المستهلك من هذه الجرائم وبينها الغش والخداع وجريمة الاحتياطي والتحليل في العقود التجارة الإلكترونية.

ومنه نتعرض إلى أركان الجريمة الإلكترونية (الفرع الأول) وصور الحماية الجزائية المنصوص عليها في قانون العقوبات (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أركان الجريمة الإلكترونية.

يتراوح تعريف الجريمة الإلكترونية بين الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسوب إلى الجرائم التي ترتكب بأي نوع من المعدات الرقمية. وتعرف الجرائم الإلكترونية على أنها

¹ بوقرين عبد الحليم، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، منشورات الحياة للصحافة، الجلفة، ط2010، ص06.

الجرائم التي ترتكب باستخدام الحاسوب والشبكات المعدات التقنية مثل الجوال¹، وهناك من قام بتعريفها على أنها الجرائم ذات طابع المادي التي تتمثل في كل سلوك غير قانوني من خلال استخدام الأجهزة الإلكترونية ينتج منها حصول المجرم على فوائد سواء مادية أو معنوية مع تحميل الضحية خسارة مقابلة، وغالبا ما يكون هدف هذه الجرائم هو القرصنة من أجل السرقة أو إتلاف المعلومات الموجودة في الأجهزة، ومن ثم ابتزاز الأشخاص باستخدام تلك المعلومات².

لهذا نجد أن الجريمة الإلكترونية تتمحور على ركنين أساسيين، الركن المادي (أولا)، الركن المعنوي (ثانيا).

أولا: الركن المادي للجريمة الإلكترونية المرتكبة ضد المستهلك.

يتكون الركن المادي للجريمة الإلكترونية من السلوك الإنساني المحظور، والنتيجة التي ترتكب على وقوع الفعل، والعلاقة السببية بين الفعل والنتيجة وهي تشكل عناصره، فالنشاط المادي في جرائم الانترنت يتطلب وجود بيئة اتصال بالانترنت ويتطلب بالإضافة معرفة هذا السلوك والشروع فيه، فمثلا نتيجة من يقوم بسرقة رقم بطاقة الائتمان للمستهلك عبر الانترنت يحتاج إلى تجهيز الحاسوب لكي يحقق الجريمة، فيقوم بتحميل الحاسوب ببرامج اختراق.

ولقد حصر التشريع الجزائري الركن المادي للجريمة الإلكترونية حسب نص المواد 349 مكرر إلى 394 مكرر 7 والتي نستخلص مضمونها كالتالي:

1- الدخول أو البقاء غير المشروع داخل نظام المعلوماتية، حيث نصت المادة 394 مكرر " يعاقب بالحبس من ثلاثة 03 أشهر إلى سنة وبغرامة من 50.000 دج إلى 1000.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات.

¹دياب موسى البدانية، الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات والتحوليات الإقليمية والدولية، ملتقى علمي بالمملكة الأردنية الهاشمية، بتاريخ 2014/09/04م، ص 02.

²مجلة تكنولوجيا المعلومات، قسم نظم المعلومات، دون دار نشر، دون سنة.

- 2- الاعتداء على سير نظام المعلوماتية، حيث نصت الفقرة 03 من نفس المادة أنه " وإذا ترتب على الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام اشتغال المنظومة تكون عقوبة الحبس من ستة 06 أشهر إلى سنتين 02 وغرامة من 50.000 دج إلى 150.000 دج.
- 3- حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة.
- 4- القيام بإدخال عن طريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو أزال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي يتضمنها، وهذا ما نصت عليه المادة 349 مكرر 1.
- 5- التصميم أو البحث أو التجميع أو التوفير أو النشر أو الإنجاز في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسله عن طريق منظومة معلوماتية...¹
- ثانيا: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية المرتبكة ضد المستهلك.**

الركن المعنوي هو الحالة النفسية للجاني، والعلاقة التي تربط ماديات الجريمة وشخصية الجاني²، ولقيام هذا الركن يكفي توافر القصد العام أي توافر العلم والإرادة باعتبار الجريمة الإلكترونية، تحقق الركن المعنوي إلا أنه قد ترتكب هذه الجرائم عن غير قصد، مثلا: جريمة الدخول الغير مشروع إلى النظام كأن يعتقد الجاني أنه مازال له حق الدخول إلى النظام الآلي كأن يكون قد سبق له الاشتراك في الدخول إلى البرامج ولكن مدة الاشتراك انتهت ومع ذلك إلى النظام استنادا إلى اعتقاده الخاطئ، لأن الغلط ينفي القصد³.

الفرع الثاني: صور الحماية الجزائية المنصوص عليها في قانون العقوبات.

قام المشرع الجزائري بحصر كل الأفعال التي تمس بأمن وسلامة المستهلك ونظمها في شكل التزامات مقننة في قوانين عامة تضمنها قانون العقوبات المعدل والمتمم بموجب الأمر 47/75 المؤرخ في 17-06-1975 الذي حافظ على المواد 429 إلى 435 منه

¹ الأمر رقم 04-15 المؤرخ في رمضان 1425 الموافق ل 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 الموافق ل 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات.

² خالد ممدوح، أمن الجريمة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 53.

³ محمد حماد مرهج الهيتي، جرائم الحاسوب، دار المناهج، عمان، ط1، 2006، ص 189.

والتي تتضمن تدابير عقابية بخصوص جرائم الغش في السلع¹، وهي بمثابة قواعد آمنة يترتب على مخالفتها توقيع الجواء، لذلك فضرورة حماية المستهلك من المنتجات والخدمات الضارة به، ومع انتشار الانترنت والدعاية وتأثيرها عليه يكون ضحية للعديد من الجرائم التي ترتكب ضده والتي تزداد كل مرة كجرائم الغش والخداع وهذا ما سوف نتناوله (أولاً) وجرائم الاحتيال (ثانياً).

أولاً: جرائم الغش والخداع

يتعرض المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية إلى مخاطر متعددة تهدد أمن صحته وسلامته، والتي من بينها محاولة غشه وخداعه من طرف البائع أو المتدخل باعتباره الطرف القوي الثاني في العملية التعاقدية، أين تكون فرصة التعرض للغش والخداع اكبر في ظل عدم معاينة السلعة، ونظراً لخطورة هذه الجرائم وصعوبة تحديد الفاعل في تعدد المتدخلين في ارتكابها ما بين منتج ومورد وبائع عن بعد، ولذلك يتطلب مني دراسة جريمة الغش التجاري والصناعي ويليها جريمة الخداع.

1- **جريمة الغش التجاري والصناعي:** يقصد بالغش كل فعل عمدي غير ايجابي ينصب على سلعة مما يعنيه القانون ويمون مخالفاً للقواعد المقررة له في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها وبشرط عدم علم المتعاقد الآخر بها²، وعليه كل تغيير يقع على السلعة والمنتجات³.

وتجدر الإشارة إلى أنه يحدث تغيير في البضاعة مما يجعلها تتعفن وتفسد من دون التدخل الإيجابي للشخص أي أن يكون بفعل الطبيعة وهذا النوع من الفساد يخرج من دائرة

¹ العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة بن عكنون، الجزائر، سنة 2008، ص 235.

² عبد الفتاح مراد، شرح تشريعات الغش، ب ط، دار الكتاب والوثائق المصرية، مصر، 1996، ص 66.

³ أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، ط1، 2005، ص 195.

التأثيم، أما الغش بمعنى التزييف أو التغيير والمجرم بنص القانون فهو ذلك التزييف الحاصل بتدخل إيجابي من الفاعل¹.

وكذلك فعل المشرع الجزائري حماية لجماعة المستهلكين بل وللمحافظة على حياة الإنسان والحيوان أيضاً²، لهذا نجده استعمل لفظ الغش من خلال المادة 431 من قانون العقوبات، في حين لفظ التزوير استعمله من خلال أحكام المادة 70 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، غير أنه عاد من جديد واستعمل لفظ الغش من خلال المادة 83 من نفس القانون، وأحالت كل من المادة 70 والمادة 83 إلى تطبيق نص المادة 432 من قانون العقوبات، مما يستشف منه أن المشرع قد قصد من لفظ التزوير بأنه غش³. حيث نصت المادة 431 من قانون العقوبات (المعدلة) على أنه " يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10,000 إلى 50,000 دج كل من يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبية مخصصة بعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية بعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة، يعرض أو يبيع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل للغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو معلقات أو اعلانات أو تعليمات وهو يعلم أنها محددة⁴.

والمادة 432 من نفس القانون حددت العقوبة بالحبس من خمس سنوات (5) إلى عشرة سنوات (10) وبغرامة من 500,000 إلى 1,000,000 دج⁵.

¹ يوسف عشيرة، خديجة، أمال، ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في منظور قانون المستهلك الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسة الجامعية التطبيقية، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، سنة 2011، ص 34-35.

² أ. د، موسى زهية، مرجع سابق، ص 28.

³ بوطبل خديجة، الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتجات المستوردة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010، ص 116.

⁴ المادة 431 من الأمر 66-156 المؤرخ في: 18-1836 الموافق ل 8 يونيو 1966 الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم وعدلت هذه المادة بالقانون 82-04 المؤرخ في 13 فبراير 1982 (ج، ر، ص. 328).

⁵ المادة 432، من قانون 66-156، مرجع سابق.

ويعاقب الجناة بالسجن المؤقت من عشر (10) سنوات إلى عشرين سنة (20) سنة وبغرامة من 1.000،000 إلى 2.000،000 دج إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان، مثال ذلك لجوء بعض المصانع المشروبات بمدينة عنابة إلى استعمال مادة " السيكلامات " أحد المسببات الرئيسية لمرض السرطان في منتوجاتها بدل مادة السكر وذلك أمام موجة غلاء هذا الأخير مما تسبب بأضرار عديدة¹، هذا الحال فعل الإضافة أو الخلط.

ويتم الغش بإحلال مواد أقل قيمة مكان أخرى أعلى منها فيما يراد إدخال عليه الغش أو بإنقاص بعض المواد أو بإضافة مواد أخرى عليه تزيد كميته وتقلل من مفعوله، ثم عرضها للبيع بتسميتها الأصلية ونفس الثمن الأصلي على أنها السلعة الحقيقية مع محافظة على مظهر خارجي، وهذا قصد تغليب المستهلك وإيهامه على أنه اقتنى سلعة أصلية أو حقيقية طبقاً للمادة 434 من قانون العقوبات.

بالإضافة إلى عقوبات جزائية في قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، من خلال ما نص عليه مشرعنا في المادة 37 على أنه " دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 2000،000 دج إلى 1000،000 دج لكل من يعرض للبيع أو بيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 3 من هذا القانون.

يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (01) إلى ستة (06) أشهر².

¹ وهي الحادثة التي وقعت في رمضان 2007، حيث وبعد انقطاع العينات من طرف مصالح الرقابة والجودة وقمع الغش، وإجراء التحاليل بالمخبر المركزي بقسنطينة تبين أن المشروبات تحتوي على مواد سامة محظورة من الاستعمال، أنظر: جريدة الخبر الصادرة بتاريخ 12-10-2008، ع 2426، ص 24.

² المادة 37 من القانون 05-18، مرجع سابق.

كما تنص المادة 38 من القانون 18-05 من نفس القانون والتي تنص بأنه " دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد منصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 500,000 دج إلى 2000,000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون. يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري¹. يقع الغش طبقاً لما حددته المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بالأفعال التالية:

- يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع أو ببيع، مع عمله بوجهتها مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستهلاك البشري أو الحيواني.

2- **جريمة الخداع:** لم يكتف المشرع بعقاب من قام بالغش بل سعى أيضاً إلى معاقبة كل من قام بالخداع أيضاً، هذا الأخير لا يوجد تعريف موحد له في التشريع الجزائري، حيث نرى وبالرجوع إلى المادة 429 من قانون العقوبات والتي نصت على أنه: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20,000 دج إلى 100,000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في صفات 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.
- وفي جميع الحالات فإن كل مرتكب المخالفة عليه إعادة الأرباح التي حصل عليها وبدون حق².

¹ المادة 38 من القانون 18-05، نفس المرجع.

² المادة 429 من قانون العقوبات، المرجع السابق.

- هنا نلاحظ أن نص المادة 429 قد ضيق نطاق تطبيق النص من حيث الجاني والمجني عليه، إذ يقتصر تطبيقه إلا على المتعاقدين دون سواهم مثل: عقود المبرمة بين المستهلك والمتدخل، المتدخلين بين أنفسهم أو بين الأفراد العاديين، حينما استعمل المشرع لفظ المتعاقد ومنه نفترض جنحة الخداع بحسب المادة 429 وجود عقد. والخداع عرف على أنه " القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته، والباسه مظهراً مخالفاً ما هو عليه في الحقيقة والواقع"¹.

من حيث محل الجريمة فهو يطبق على السلع وهي مرادفة لمصطلح المنتجات أو البضائع، أما من حيث الوسائل يكفي مجرد الكذب والكتمان ولو لمرة على قيامها حول السلعة (نوعيتها، كميتها)، إلا أنه وكاستثناء جاء المشرع بوسائل معينة تجعل من الخداع جنحة مشددة وذلك من خلال نص المادة 69 من القانون الاستهلاكي والمتمثلة في الخداع بواسطة الحيل أو عن طريق الغش في التركيب².

وبالرجوع إلى نص المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تشير إلى ما يلي: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 في قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة حول:

- كمية المنتجات المسلمة.
- تسليم المنتجات غير تلك المعنية مسبقاً.
- قابلية استعمال المنتج.
- النتائج المنتظرة من المنتج.
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج³.

¹ حسن الجندي، شرح قانون قمع التدليس والغش، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 29.

² زويير أرزقي، المرجع السابق، ص 249.

³ أنظر المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

ثانياً: جرائم الاحتيال والمضاربة

تختلف العقوبات المطبقة على الجرائم باختلاف جسامته المساس بسلامة الجسدية للضحية، حيث نص قانون العقوبات على العديد منها بحسب أهمية الضرر الخاص وتتشابه من حيث تسبب الجاني فيها بضرر سواء باحتياله أو مضاربهته، وعليه سوف أتناول في هاتان الجريمتين بشيء من التفصيل، وهذا على النحو الآتي:

1- جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني:

جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية تقع حينما يلجأ المورد عامداً لترويج منتجاته وذلك من خلال الدعاية المضللة التي تحتوي احياناً على مغالطات عملية على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية، ومثل هذه الجرائم (احتيال، نصب) يمكن أن تقع عبر الانترنت، وتتص المادة 47 بأنه: " تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الإلكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز سبعة (7) أيام ابتداءً من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوباً بإشعار الاستلام، يتضمن هوية المورد الإلكتروني عنوان بريده الإلكتروني وتاريخ وسبب مخالفة، ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروض بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدفع¹.

يعاقب المشرع جل الجرائم التي تقع بحق المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، من خلال تجريم الدخول غير المشروع على موقع التجارة الإلكترونية والحصول على بيانات المستهلك، وحظر التعامل في البيانات الشخصية أو الاسمية للمستهلك دون إذن²، وهذا راجع للتقدم التكنولوجي ووسائل الاتصال الحديثة وانتشار العديد من المواقع في الفترة الأخيرة وكثرة التقنيات والأساليب التي يمكن استعمالها في هذه الجرائم.

¹ أنظر: المادة 47 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

² المزيد أنظر: دراسة منشورة عبر شبكة الأنترنت بعنوان المستهلك ووسائل حمايته في الإسلام، الإثنين 20-072020،

وقد نص قانون العقوبات في القسم السابع تحت عنوان " المساس بأنظمة المعاملة الآلية للمعطيات"، على عدة جرائم كسرقة البيانات وبرامج الحاسب الآلي وهذا سواء بالإطلاع الغير مشوع أو نقلها والاستيلاء عليها، إضافة إلى الخول أو البقاء المؤدي إلى تخريب نظام التشغيل المنظومة أو إدخال أو إزالة أو تعديل معطيات بطريق الغش في نظام المعالجة الآلية، وذلك من خلال نصوص المواد 394 مكرر و394 مكرر¹.

2- جريمة المضاربة:

إن عملية مراقبة الأسعار تعتبر أهم ركائز تنمية وتوجيه الإصلاح الاقتصادي، لذلك أخضع المشرع الجزائري السلع لمراقبة أسعارها بأن جعلها تخضع للتقلبات الطبيعية لتعاملات السوق، ولحرية المنافسة والعرض والطلب، وحرص على تجريم كل الأعمال التي من شأنها أن تؤدي إلى عدم الاستقرار الأسعار والسوق مما أدى إلى تأثير علة المستهلك، الأمر الذي دفع المشرع إلى تجريم أيضاً العمليات التي تمس الاتجار وعرفها بأنها مضاربة غير مشروعة؛ وهي أعمال التلاعب في خفض ورفع الأسعار، ما ينتج عنه وقوع تقلبات غير طبيعية في السوق بغرض الاستفادة من الأوضاع المستجدة وتحقيق أرباح ومناافع ذاتية.

لقد نصت المادتين 172 و173 من قانون العقوبات على الجريمة المضاربة، إذ يعد مرتكبها كل من أحدث بطريق مباشر أو وسيط رفعاً أو خفضاً في أسعار السلع والبضائع أو الأوراق المالية العمومية أو الخاصة أو شرع ذلك.

- بترويج أخبار وأنباء كاذبة أو معرضة عمداً بين الجمهور.
- أو بطرح عروض في السوق بغرض إحداث اضطراب في الأسعار.
- أو تقديم عروض بأسعار مرتفعة عن تلك التي كان يطلبها البائعون.

¹ أنظر: المواد 394 مكرر، 394 مكرر 1 من الأمر 66-156، يتضمن قانون العقوبات، معدل ومتمم، المرجع السابق.

- أو القيام بصفة فردية أو بناء على اجتماع أو ترابط أعمال في السوق أو الشروع في ذلك بغرض الحصول على ربح غير ناتج عن تطبيق الطبيعي للعرض والطلب.

- أو بأي طرق أو وسائل احتيالية¹.

وحددت أيضاً الأشياء التي تكون موضوعاً لمضاربة والتي تتمثل في ما يلي:

- السلع والبضائع وتشمل كل ما يتداول في التجارة ويمون له فيها سعر

مقرر.

- الأوراق العمومية أو الخاصة، كالسندات العامة و الخاصة والأسهم.

وعليه يتضح أن الخدمات لا تكون محلاً لجريمة المضاربة وذلك لما هي منصوص

عليه في المواد 172 و 173 من قانون العقوبات.

يقوم الجاني بالمضاربة المتمثلة في ترويج الأخبار، أو الأنباء الكاذبة بين الجمهور من خلال بث الاشاعات بأخبار تخالف الحقيقة فتحدث اضطرابات في السوق، ومن البديهي أن أسعار الأسهم والأوراق المالية تتأثر بالأوضاع السياسية للدولة، وأيضاً القيام بفعل الطرح والعرض في السوق لأحداث اضطراب في اسعار، مما يؤدي بالتلاعب واضرار المستهلك وكذا مصالح اقتصاد القومي في نفس الوقت لأن غاية التاجر هو جلب عدد كبير من العملاء الذين يمثل السعر لديهم وسيلة جلب قوية للاقبال على الشراء، هنا يأتى على التجار على الآخرين في أنهم لا يستطيعون مقاومة هذه المنافسة الغير مشروعة، والخروج من السوق فينفرد لتاجر الغير الشريف ويحتكرها، فيملي أسعاره وشروط البيع وكل ما يتعلق بالمعاملات التجارية لإدراته².

¹ المادة 172 من القانون 90-15 المؤرخ في: 14 جويلية 1990، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الأمر 156/66 المؤرخ في 28 جوان 1966.

² د. مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، بط، ب د ن، 1999، القاهرة، ص 361-363.

غير أن خفض السلعة عن السعر المعمول به في السوق لا يعد مضاربة بل اقتضت الظروف معينة لذلك كتصفية أو تغيير نشاط تجاري، أو كانت سلعة سريعة التلف، أو تنفيذ الحكم القضائي.

أما الصورة تقديم عروض بأسعار مرتفعة عن تلك التي يطلبها البائعون يتم ذلك عن طريق استحواذ تاجر ما على أكبر كمية من السلعة ثم يطرحها في السوق منفرداً ببيعها ومسيطر بذلك على السوق، من خلال تحديد السعر الذي يريده مما يسبب أضراراً للمستهلك¹ كمثال:

شهدت الجزائر ومنذ بدء انتشار فيروس كورونا covid 19 إقبالاً كبيراً للمواطنين على شراء المواد الغذائية الأساسية، بما في ذلك مادتي القمح (السميد) والطحين (فرينة) بكميات كبيرة مما أدى إلى حدوث ندرة في المتاجر والمساحات التجارية الكبرى، أدى بأسعورها إلى القفز بجوالي 400 دينار (3,5 دولارات) للكيس سعته 25 كيلو غراماً، ودفعت الأزمة الندرة بالحكومة الجزائرية للتدخل من خلال فتح نقاط بيع رسمية، والترخيص للشرطة باقتحام مخازن يشتبه بأنها مخصصة للمضاربة، بحيث تمكنت مصالح الأمن في مناطق مختلفة من الوطن كالجلفة وحاسي ببحج وهذا تنسيقاً مع مديرية التجارة، وذكرت مصادر "الشروق" أن كميات كانت مخزنة في مخازن من أجل المضاربة والاحتكار².

ومنه نلاحظ أن جريمة المضاربة من الجرائم العمدية، التي يتطلب فيها توافر العلم واتجاه إرادة الجاني إلى ارتكابها دون ضغط أو إكراه، أو الشروع فيها، لذلك المشرع يعاقب حتى على محاولة في هذه الجريمة، لتوفر قصد العام لا بد من توافر قصد الخاص المتمثل

¹ د. نائل عبد الرحمان صالح، الحماية الجزائرية للمستهلك في القوانين الأردنية، مجلة الحقوق، السنة الثالثة والعشرون، ع4، رمضان 1420، ديسمبر 1999، الكويت.

² للمزيد أنظر: دراسة منشورات عبر الأنترنت بعنوانين: أزمة كورونا عبر الوطن... مضاربة واحتكار مواد فاسدة ردع وتضامن إ، الجزائر تستعجل شراء القمح لمواجهة ارتفاع الطلب بسبب كورونا، الخميس 23-07-2020 الساعة 11:43

في تحقيق نية أو غرض الجاني من وراء ارتكاب وسائل المنصوص عليها في المادة 172 عقوبات، هو اختراق اضطرابات في أسعار إما برفعها أو خفضها لأجل الربح.

المطلب الثاني: صور الحماية الجزائرية المنصوص عليها في القوانين الخاصة

تعددت التشريعات والنصوص القانونية التي تسعى لحماية المستهلك بين نصوص عامة ونصوص خاصة، هذه الأخيرة ومع استمرار التغيير الدائم في جرائم التي تمس المستهلك دفه بالمشروع الجزائري بإصدار قوانين أخرى تختص في حماية المستهلك وهذا ما سنحاول دراسته من خلال حصرها في مخالفة الالتزامات المقررة في قانون حماية المستهلك (الفرع الأول) ومخالفة الالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون حماية المستهلك

كان لابد على المشرع أن يسعى إلى إلقاء المزيد من الالتزامات على عاتق المتدخل من خلال ما جاء به في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث كان القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)، يعاقب على الجرائم الماسة بسلامة وأمن المستهلك بصفة عامة، ولم يهتم بالطبيعة الخاصة بكل التزام وبالتالي طبيعة كل مخالفة في مجال العقاب، وتتمثل المخالفات المتعلقة بإخلال الالتزامات في صور عديدة منها مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية، إلزامية الضمان، تجربته وخدمة ما بعد البيع (أولاً) ومخالفة إلزامية إعلام المستهلك ورقابة المطابقة (ثانياً)

أولاً: مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية وإلزامية الضمان، تجربته وخدمة ما بعد البيع.

أقرت المادة 71 من قانون حماية المستهلك عقوب على كل من يخالف إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية، كما عاقب المشرع حسب المادة 75 من نفس

القانون كل خالف أحكام المادة 13 من القانون السابق¹ الذكر والتي تلزم المتدخل بإفادة المستهلك بضمان.

1- مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية:

وفقاً لما نصت عليه المادة 71 السالفة الذكر أنها تعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار 200,000 دج إلى خمس مائة الف دينار 500,000 دج كل من خالف التزامه بعد احترامه لسلامة المواد الغذائية والسهر على ضمان ألا تضر بصحة المستهلك، وتضاف إليها الشروط وكيفيات التنظيم المحددة حسب المادة 04 من القانون 09-03 نفسه، أما المادة 06 فمنعت وضع المواد الغذائية التي تحتوي على ملوث² بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية، كما يتعين على كل من يخالف إلزامية النظافة الصحية أثناء عرضه للمنتجات للاستهلاك معاقبته بغرامة من خمسين ألف دينار 50,000 إلى مليون دينار 1000,000 دج، وهو ما نصت عليه المادة 72 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

2- مخالفة إلزامية الضمان تجربته وخدم ما بعد البيع:

لما جاءت به المادة 75 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش من عقوبة لكل مخالف لإلزامية ضمان المنتجات بغرامة من مائة ألف دينار 100,000 دج إلى خمسا مائة الف دينار 500,000 دج. أما إذا خالف إلزامية تجربة المنتج، فيعاقب بغرامة خمسين ألف دينار 50,00 دج إلى مائة ألف دينار 100,000 دج³.

¹ أنظر: المادة 13 من قانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² يقصد بالملوثات المسموح بها الجراثيم والعناصر التي تلوث المادة الغذائية ولكن بالتقيد بنسب معينة لا تؤدي إلى الإضرار بصحة المستهلكين، وعادة ما تكون الملوثات ضرورية لإنتاج المادة الغذائية كما هو الشأن بالنسبة لمواصفات بعض أنواع الحليب المعدة للاستهلاك، حيث يجب أن لا تحتوي على عدد من الجراثيم الحيوانية المتأقلمة في درجة حرارة 30 مئوية، أنظر صادق الصديق، قانون حماية المستهلك، في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة تخرج ماجستير، طاشور عبد الحفيظ، دت، مناقشة 2013/2013، ص53.

³ المادة 72 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

إذا خالف بواجبه في تقديم خدمة ما بعد البيع في المادة 16 من قانون حماية المستهلك، فيعاقب حسب المادة 77 من نفس القانون بغرامة مالية خمسين ألف دينار 50,000 إلى مليون دينار 1000,000 دج.

ثانيا: مخالفة إلزامية إعلام المستهلك وإلزامية رقابة المطابقة:

إن للإلزام بالإعلام لكل متدخل وعرض منتجاته أيضا لرقابة المطابقة أهمية بالغة في ضمان حماية المستهلك لذا فرض المشرع على المتدخل إعلام المستهلك بكافة البيانات والمعلومات التي تحض المنتجات المعروضة للاستهلاك قبل هذا يجب عليه عرضها للرقابة المطابقة بغرض سلامته وأمنه.

1- مخالفة إلزامية إعلام المستهلك:

طبقاً لنص المادة 7 من قانون حماية المستهلك وفي حالة عدم التزام بتنفيذه يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار 100,000 دج إلى مليون دينار 1000,000 دج، بالإضافة إلى عقوبة التي جاءت بها المادة 82 من نفس القانون والمتمثلة في مصادرة الوسائل التي تمته بها الجريمة¹.

2- مخالفة إلزامية رقابة المطابقة:

لقد عاقب المشرع بنص المادة 74 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كل من يعرض منتجات غير مطابقة لمواصفات القياسية التي يفرضها القانون واللوائح الفنية بغرامة مالية من خمسين ألف دينار 50,000 دج إلى خمس مائة ألف دينار 500,000 دج.

¹ أنظر المادة 72 من نفس القانون.

الفرع الثاني: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية.

حاول المشرع الجزائري من خلال قانون الممارسات التجارية¹، تنظيم العلاقة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين، غير أنه وبالمقابل لم يهمل مصلحة المستهلك خلال تعاملاته، بحي ألزم بضرورة الاعلام بأسعار وشروط لبيع وبإتمام التعاقد أو جب تقديم فاتورة للزبائن عن أداء الخدمة (أولاً) وأيضاً نزاهة الممارسات التجارية (ثانياً)، وكل مخالف لهذه الالتزامات التي أعطاها المشرع الوصف الجنائي باعتبارها جرائم يعاقب عليها القانون، بالإضافة إلى العقوبات التكميلية التي نص عليها.

أولاً: مخالفة عدم الاعلام بالأسعار والتعريفات بشروط البيع ومخالفة عدم الفوترة وعدم مطابقتها

1- مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات بشروط البيع:

يعتبر المشرع الجزائري جريمة كل امتناع عن الإعلام بالأسعار وبشروط التعريفات من جرائم الامتناع التي تقع بالامتناع عن سلوك الذي أمر به القانون، فهي من جرائم الإيجابية والتي يمون فيها الفعل ولكن بغش نحو القانون، فلا بد أن يكون السعر مطابق للسلعة عني لا يكون متفاوت للشيء المبيع، لذلك ولما جاءت به المادة 31 من القانون 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أنه يعاقب كل امتنع عن عدم الاعلام بالأسعار والتعريفات وذلك بمخالفة أحكام المادة 6، 4 و 7 يمن هذا القانون بغرامة مالية تقدر ب 500 دج إلى 100,000 دج، ويليه نص المادة 32 من القانون السالف الذكر 02-04 التي تنص على معاقبة كل متدخل على عدم إعلام بشروط البيع ومخالفته لأحكام المواد 8 و 9 من نفس القانون وذلك بغرامة تقدر من 10,000 دج إلى 100,000 دج.

¹ قانون رقم 02-04 مؤرخ في يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، ر، ع، مؤرخ في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في: 15 غشت سنة 2010، ج، ر، ع، مؤرخ في 23 يونيو 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

2- مخالفة عدم الفوترة وعدم مطابقتها

حدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة المرسوم التنفيذي رقم 66/16 الصادر سنة 2016¹، فهي تدعى في صلبه بسند المعاملة التجارية²، ولقد ألزم المشرع الجزائري التعامل بها بغية تنظيم المعاملات التجارية وكذا مكافحة بعض الجرائم كجريمة الغش الضريبي، من هنا اعتبر المشرع عدم الفوترة جريمة يعاقب عليها القانون طبقاً لنص المادة 33 من القانون 02-04 التي تعاقب كل مخالف لأحكام المواد 11، 10 و 13 من نفس القانون بغرامة مالية بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مما كانت قيمته، كما نجد المادة 34 من نفس القانون تعاقب كل مخالف لأحكام المادة 12 من هذا القانون والتي تعاقب بغرامته مالية 10,000 إلى 50,000 دج.

ثانياً: المخالفة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية و العقوبات التكميلية المقررة

1- المخالفة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية

لقد نظم المشرع الجرائم الماسة بنزاهة الممارسات التجارية تحت عنوان الممارسات الغير شرعية والتدليسية والممارسات الغير نزيهة والممارسات التعاقدية التعسفية، وتولى بيانها في الفصلين الأول والثاني من الباب الثالث من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

نصت المادة 35 من القانون 02-04 على معاقبة مخالفة أحكام المواد 15-16-17-18-19-29 من هذا القانون، حيث يعاقب عليها بغرامة مالية من 100,000 دج إلى 300,000 دج، بالإضافة إلى نص المادة 36 من نفس القانون تعاقب على الممارسات الأسعار الغير مشروعة على مخالفة أحكام المواد 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون حيث يعاقب عليها بغرامة مالية من 20,000 دج إلى 10,000 دج³.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 66/16 مؤرخ في 16 فيفري 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفوترة وكذلك فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها.

² المادة 01 و 02 من المرسوم التنفيذي رقم 66-16.

³ بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة الكتاب الحديث، 2006، ص 40.

أما المادة 37 من هذا القانون فتتص على ممارسات التجارية التدليسية على معاقبة كل مخالفة لأحكام المواد 24 و25 من نفس القانون، وذلك بغرامة تقدر ما بين 300,000 دج إلى 10,000,000 دج، أخيراً تنص المادة 38 من هذا القانون على الممارسات تجارية غير نويهة وممارسات تعاقدية تعسفية على معاقبة مخالفة أحكام المواد 26-27-28-29 من هذا القانون وذلك بغرامة مالية من 50,000 دج إلى 500,000 دج.

2- العقوبات الكميلية:

المقصود بها هي التي يحكم بها القاضي تكملة للعقوبات الأصلية قد نص المشرع عليها فيما يخص جرائم الممارسات التجارية ألا وهي المصادرة والغلق ونشر الحكم. تعد المصادرة عقوبة تكميلية جوازية في قانون الممارسات التجارية، ووفقاً للمادة 44 من قانون 02-04 المعدلة بالمادة من القانون 06-10 أنه يجوز للقاضي مصادرة السلع المحجوزة¹، فقد مكن له أيضاً حجز على السلع والعتاد المستعملة في ارتكاب الجريمة، وإن كانت المصادرة تخص سلعة موضوع الحز تسلم هذه المواد إلى أملاك الدولة التي يتقوم ببيعها بالمزاد العلني، أما إذا كان الحجز اعتبارياً تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو جزء منها، وعندما يحكم القاضي بالمصادرة وتصبح مبلغاً مكتسباً للخزينة²، ومنه نلاحظ فيما يخص المصادرة فإن المشرع في قانون 02-04 يتعارض وقانون العقوبات، بحيث تعتبر المصادرة في هذا الأخير وجوبية على خلافها في قانون الممارسات التجارية، وتطبيقاً للقاعدة الخاص يقيد العام فإن القاضي عند فصله في قضية موضوعها جريمة من جرائم ممارسات التجارية فيحكم استناداً لقانون الممارسات التجارية، وهنا نتوصل إلى أن المصادرة كونها عقوبة إلا أن مفادها تحصيل الأموال لصالح الخزينة العمومية، وتحقيق

¹ المادة 44 من القانون رقم 02-04 المعدلة والمتمم بالمادة 09 من القانون 06-10، المرجع السابق.

² نفس المادة من نفس القانون.

الردع العام والخاص كعقوبة الغرامة، لهاذ على المشرع أن يتفادى هذا التعارض ويأمر بوجوبها.

أما الغلق يقصد به غلق المحل الذي يزاول نشاط المحكوم عليه بالغلق، ومع عدم السماح له بالإستعانة مرة أخرى من ظروف العمل في المحل وارتكاب جرائم جديدة، وذلك عن طريق إقفال ذلك المحل¹، ولما نصت عليه المادة 09 من الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات²، فالغلق عقوبة تكميلية وفي المقابل قانون الممارسات التجارية اعتبره عقوبة إدارية أو جزاء إداري يطبق من الوالي المختص اقليمياً بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أو يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات لمدة أقصاها ستون يوم³.

ونشر الحكم هو أيضا من العقوبات التكميلية لكن يختلف على أنه من التكميلية المعنوية التي الغرض منها المساس بسمعة المخالف، وقد نص عليها المشرع في نص المادة 18 مكرر من الأمر رقم 66-156 السالف الذكر، بحيث أذن القاضي أن يحكم به لما يكون حكم بالإدانة فينشر الحكم في الجريدة أو أكثر يعينها هو، وتعليقه في الأماكن التي يبينها تحت نفقة المحكوم عليه.

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر

كثيراً ما يعاني المستهلك من أضرار جمة ونتيجة لكونه الطرف الضعيف لم تعد الجزاءات كفيلاً لا بحمايته ولا بخدمة مصالحه ومن أجل السهر على حمايته فقد بادر المشرع الجزائري لإيجاد آليات وقائية لتجنب الأضرار التي قد تلحق به، فقام بإنشاء أجهزة قوية وفعالة ومتخصصة في إطار الدفاع عن المستهلك، فدور هذه الأجهزة يتنوع تبعاً لغرض الذي أنشأت من أجله، فنجد هيئات وهذا ما سنراه في (المطلب الأول)، ومما لا شك

¹ نظام توفيق المجالي، شرح قانون العقوبات: القسم العام، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص469.

² المادة من الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، المرجع السابق.

³ المادة 46 من القانون 04-02 المعدل والمتمم بالمادة 10 من القانون رقم 10-06 وقد كانت المدة قبل التعديل 30

فيه أن كل المخالفات والجرائم التي يرتكبها المنتجون يعاقب عليها القانون وذلك عن طريق الأجهزة القضائية وهذا ما سنتناوله في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: دور هيئات الإدارية في حماية المستهلك الإلكتروني

لقد قام المشرع الجزائري بإرساء أجهزة إدارية تعمل وفقاً لمنظومة القانونية تسهر على التكفل بحماية المستهلك من كافة الجرائم والمخاطر التي تمسه، باعتبارها الجهة المخولة بتنفيذ القواعد القانونية، وتوجد هذه الأجهزة (الهيئات) على مستويين مستوى كرزي وهذا ما سنتطرق إليه في (الفرع الأول)، آخر محلي في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: دور هيئات على المستوى المركزي.

الهيئات المكلفة بحماية المستهلك على المستوى المركزي، نظمها المشرع وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 08266 المؤرخ في 13 غشت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة¹، بحيث خول لها صلاحيات أصلية خاصة بحماية المستهلك دون سواه، منها: وزارة التجارة والهيكل التابعة لها (أولاً)، إدارة الجمارك (ثانياً).

أولاً: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها

توكل مهمة الاشراف رسمياً على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة، بحيث تعد الجهاز الأول المكلف بها، وهذا نظراً إلى المهام التي خولت لها من تنفيذ نظام المراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها من زاوية مدى مطابقتها لمعايير الجودة والصحة والأمان، فوزارة التجارة وبتنوع المصالح والهيكل التابع لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات وكذا الهيكل المركزية ومختلف مديريات الجهوية والولائية التي تسعى إلى حماية المستهلك وقمع الغش.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في: 13 غشت 2008، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة، ج، ر، ع 48.

صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في: 21-12-2002 وحدود صلاحيات وزير التجارة¹ ومنح له كل الصلاحيات في إطار حماية المستهلكين، إذ نصت المادة 05 منه: " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بما يلي:

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية بشروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة، والنظافة الصحية والأمن.
 - يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام العلامة، وحماية العلامة التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.
 - يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.
 - يشجع تنمية مخابر التحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.
 - يعد تنفيذ استراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يتبع انشاءها.
- كما نصت المادة 09 من نفس المرسوم على أن يسهر وزير التجارة على السير الحسن للهياكل المركزية واللامركزية والمؤسسات والهيئات التابعة لدائرتها الوزارية².
- 1- الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك:**
- إن صلاحية حماية المستهلك وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 266/08 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، خولت لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا مديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21-12-2002، المتعلق بتجديد صلاحيات وزير التجارة، ج، ر، ع85، المؤرخة في: 2002/12/22، ص11.

² أنظر: المادة 09 من المرسوم نفسه.

كما استحدثت المرسوم التنفيذي رقم 2013/12 المتعلق بالقواعد المطبقة في أمن المنتوجات¹، بموجب المادة 17 منه شبكة للإنذار السريع لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش، مكلفة بمتابعة المنتوجات التي تشكل أخطار على صحة المستهلك وأمنه.

أ- المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين: المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين من مهامها اعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وتكييفها وتنسيقها وتحديد جهاز الملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعها²، وتعمل أيضاً على اقتراح التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي وخاصة في تنظيم الأسعار والتسعيرة وهوامش الربح، كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية والتنظيمات العامة المتعلقة بترقية وجودة السلع والخدمات وبحماية المستهلكين، وتنظم هذه المديرية خمسة (05) مديريات فرعية (مديرية المنافسات والخدمات، مديرية الدراسات والاستكشاف والاعلام الاقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية).

ب- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش: تسهر المديرية للرقابة الاقتصادية وقمع الغش على تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش، ومكافحة الممارسات المنافية والمضادة للمنافسة والتجارة اللامشروعة، بالإضافة إلى توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وتضم أربع (04) مديريات فرعية (مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، مديرية الجودة وقمع الغش، مديرية التجارب وتحليل الجودة، مديرية التعاون والتحقيقات الاقتصادية)³.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 12-203، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج، ر، ع 28، المؤرخة في 09-2012، ص 21.

² جبايلي عمر، المسؤولية الجنائية للأعوان الاقتصاديين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 205.

³ أنظر: نص المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21/12/2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج، ر، ع 48، المؤرخة في 21/12/2002، المعدل والمتمم.

للتجارة، كما تقوم بإنجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات¹.

ب- الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة: يقصد بها الهيئات التي تخول لها المشرع مهام وصلاحيات وخاصة بحماية المستهلك كاختصاص بموجب نصوص قانونية خاصة نذكر منها:

ب-1- المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC): بموجب المادة 24 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنشأ المجلس وأوكل له مهمة إبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك²، وهو جهاز استشاري في مجال حماية المستهلكين، مكلف بإيداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها المساهمة في ترقية وتطوير سياسة حماية المستهلك، أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272³، ولقد وقع الوزير الأول على المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 11 أكتوبر والذي يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته⁴، وبموجب المادة 02 من المرسوم السابق⁵، ويتكون من ممثلي 14 وزارة إضافة إلى مدراء مركز الجزائري لمراقبة النوعية والمعهد الوطني لضبط المقاييس والملكية الصناعية، و09 من ممثلي جمعيات المتدخلين و10 من ممثلي جمعيات المعتمدة للمستهلكين الأكثر تمثيلاً، ووفقاً للمادة 22 من المرسوم السابق⁶.

¹ مضمون المادة 10 و12 من الرسوم التنفيذية رقم 09-11، المرجع السابق.

² عجالي عماد، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة بن يوف بن خدة، الجزائر، 2008-2009، ص21.

³ المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المرخ في 06-07-1992، المحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج، ر، ع52، المؤرخة في: 07-07-1992.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 12-355 مؤرخ في 16 ذي القعدة عام 1433هـ الموافق ل 2 أكتوبر 2012، يحد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج، ر، ج، ع56، الصادر في 11 أكتوبر 2012.

⁵ مضمون المادة 02، من المرسوم رقم 12-355، المرجع نفسه.

⁶ مضمون المادة 22، من نفس المرسوم.

تبقى مهام أو اختصاصات المجلس تقتصر في المساهمة في الوقاية من الأخطار الناتجة عن السلع والخدمات المعروضة في السوق، وذلك لأجل صحة وأمن المستهلكين.

ب-2- شبكة المخابر والتحليل النوعية (RQQA): بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-355 في 19 أكتوبر 1996¹، تم إنشاء مخابر والتحليل النوعية، وقد أدخلت هذه الشبكة ضمن مديريات التابعة للمديريات العامة للكتاب لرقابة الاقتصادية وقمع الغش، أصبح يطلق عليها " مديرية مخابر التجارب والتحليل الجودة"، وهذا بصدور المرسوم التنفيذي رقم 02-545 المتضمن التنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002²، وتتحصر مهامها طبقاً للمادة 02 من المرسوم السابق³، ويمكن للشبكة أن تساعد المخابر الأخرى المنشئة لغرض تحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا المخابر الموجودة عبر التراب الوطني البالغ عددها 11 مخبر منها مخابر جهوية مثال ذلك: مخبر الجزائر، قسنطينة، وهران، ورقلة.

ثانياً: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

تعرف الجمارك على أنها هيئة رقابية من هيئات الدولة الرقابية ذات البعد الاستراتيجي فتميز بطبيعته مركبة أو مزدوجة، تجمع في طياتها عدة خصائص اقتصادية، مالية، وأمنية إلخ، من هنا يأتي الدور الكبير والفعال للجمارك في حماية حدود الدولة وبذلك يحمي مصالح المستهلكين⁴، من خلال منع دخول البضائع أي شراءها أو تصديرها وبالرجوع على المادة (08) مكرر من قانون الجمارك والتي بدورها وضعت حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك وذلك نتيجة لوجود البضائع تهدد صحته وأمنه، أو منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها، ويظهر الدور الأمني للجمارك لحماية اللازمة وصحة

¹ المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996، والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب والتحليل النوعية، ج، ر، ج، ج، ع 80، الصادر في 7 ديسمبر 1997.

² المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 17 شوال 1424 الموافق ل 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11(04) المؤرخ في 09 يناير 2011، ج، ر، ج، ج، ر 02، في 12 جانفي 2011.

³ مضمون المادة من المرسوم التنفيذي، رقم 02-454، المرجع السابق.

⁴ قني سعدية، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، 2009، ص 177.

المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها: المشروبات الكحولية والمخدرات وكذا المواد المغشوشة¹، ومنه تقوم إدارة الجمارك في سبيل حماية المستهلك كافة الإجراءات المعاينة والتفتيش والإفصاح عن جميع بضائع سواء مستوردة منها أو المصدرة إلى الجزائر، وبناء على ذلك فهي تتولى تطبيق التعريفات وتحصيل الضريبة الجمركية...

ومن هنا نستخلص إلى أن إدارة الجمارك على غرار باقي الإدارات الأخرى لها دور في مجال حماية المستهلك²، كما أنها تصنف إلى جانب الهيئات الإدارية على المستويين المركزي والمحلي لتحقيق الحماية المنشودة في قانون 03/09 المتعلق بحماية وقمع الغش.

الفرع الثاني: دور الهيئات على المستوى المحلي

نجد كذلك إلى جانب الهيئات الإدارية المركزية المكلفة بحماية المستهلك، هيئات وأجهزة تعمل على مراقبة المنتوجات والحفاظ على سلامة وأمن ومصالح المستهلك على المستوى المحلي وهو ما سنوضحه من خلال دور الوالي ورئيس البلدية في حماية المستهلك (أولا)، ودور جمعيات في حماية المستهلك (ثانيا).

أولا: دور الوالي ورئيس البلدية في حماية المستهلك:

إن الصلاحيات التي يتمتعان بها كل من الوالي ورئيس البلدية، في إطار تسيير الإدارة المحلية يمكن أن يتدخلا لوضع حد للممارسات المضادة للتجارة والتي تمس صحة وأمن المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية.

1- دور الوالي في حماية المستهلك:

حسب المادة 01 من قانون رقم 07-12 المؤرخ في 21 فيفري 2012 المتعلق بالولاية³، فتعد الولاية هيئة وصية تتابع كافة شؤون المواطنين على مستوى اقليم الولاية،

¹ الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية

بسكرة، شوهد بتاريخ 11 أوت 2020 على الساعة 10:44

<http://www.dcwbskra.dz>

² صياد الصادق، المرجع السابق، ص113.

³ القانون رقم 12 المتعلق بالولاية، المؤرخ في 21-2-2002، ج، ر، ع 12، المؤرخة في 29/2/2002، ص09.

تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة، وتتكون الولاية من هيئتين هما: المجلس الشعبي الولائي والوالي، هذا الأخير يعتبر مسؤول اتخاذ الإجراءات والاحتياطات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين والمحافظة على الصحة والنظافة العمومية والتجارة والأسعار، يعد الوالي في إطار صلاحياته ممثلاً للدولة وذلك طبقاً للمادة 110 من قانون الولاية "الوالي هو ممثل الدولة ومندوب الحكومة في مستوى الولاية، وينفذ قرارات الحكومة زيادة على التعليمات التي يتلقاها من كل وزير من الوزراء"¹ ومنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل بالمحافظة على صحة وسلامة المستهلك حيث تنص المادة 96 من القانون 90-09 المتعلق بالولاية المؤرخ في 1990/04/07² مع معدل ومتمم أنه يكون "الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكنية العامة، ووفقاً لهذا المبدأ فإنه تم توفير المادية والبشرية قصد تحقيق ذلك وهذا ما جاء به نص المادة 119 من قانون الولاية أنه: "يكن للولاية قصد تلبية الاحتياجات الجماعية لمواطنيها إنشاء مصالح عمومية ولائية لاسيما الميادين التالية: حفظ الصحة ومراقبة النوعية"³.

2- دور رئيس البلدية في حماية المستهلك:

يمثل رئيس المجلس الشعبي البلدي الدولة على مستوى البلدية بحسب المادة 85 من قانون البلدية رقم 10-11⁴، وبصفته ضابط الشرطة القضائية منح له المشروع في ما يخص إختصاصاته فإنه وبالرجوع إلى نص المادة 25 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لرئيس المجلس الشعبي البلدي دوراً مهماً متمثل في معاينة المخالفات وقمعها باعتباره حاملاً لصفة الضبطية القضائية⁵، عن طريق استعماله وسائل الضبط الإداري لتحقيق المصلحة العامة في المجتمع والمحافظة على النظام العام سواء

¹ المادة 110 من قانون 07-12 المتعلق بالولاية، نفس القانون.

² القانون رقم 90-09 المتعلق بالولاية، المعدل والمتمم.

³ المادة 119، من قانون الولاية نفس القانون.

⁴ القانون رقم 10-11، المؤرخ في: 2011-06-22، التعلق بالبلدية، ج، ر، ع37، المؤرخة في 3-7-2011، ص08.

⁵ طبقاً لنص المادة 15 من الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 1966/06/08، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل

سياسي أم حمائي، والبوليس الإداري فكرة قانونية تنظيمية لتتمكن من حماية المستهلكين وتوفير الضمانات لهم¹، وذلك من خلال استعمال وسائل الضبط الإداري المتمثلة في لوائح الضبط، القرارات الفردية والقوة العمومية... بأجل رقابة السوق من ثم حماية المستهلك، فالبلدية تطبيقاً لنص المادة 107 من قانون البلدية² والتي تنص على أنه "تتكفل البلدية بحفظ الصحة والنظافة العمومية"، كما يكلف رئيسها طبقاً للمادة 88 من قانون البلدية رقم 10-11 السالف الذكر، والتي جاءت بالمهام الموكلة لرئيس المجلس الشعبي البلدي: "يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت إشراف الوالي بمايلي:

- تبليغ وتنفيذ القوانين والتنظيمات على إقليم البلدية .

- السهر على النظام والسكنية والنظافة العمومية.

- السهر على حسن تنفيذ التدابير الإحتياطية والوقاية والتدخل في مجال

الإسعاف، ويكلف بالإضافة إلى ذلك، بكل المهام التي يخولها له التشريع والتنظيم

المعمول بها.

وفي إطار احترام حقوق وحرّيات المواطنين بالسهر على المحافظة على النظام العام

وأمن الأشخاص والممتلكات، كذا في مجال حماية المستهلك يسهر على سلامة المواد

الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع، إذ يمكن لرئيس البلدية الاستعانة بالمصالح التقنية

للدولة في مجال حماية المستهلكين عبر التراب الوطني³ .

ثانياً: دور الجمعيات في حماية المستهلك:

تعد الجمعيات باعتبارها تمثل مجتمع هيئة مدنية غير حكومية وباحتكاكها المباشر

مع المستهلكين فهي تملك من قدرة وميزة التي لا تتوفر في الهيئات الأخرى، ومن خلال

نشر الوعي لدى المستهلك، تهدف بدورها لحمايته من الممارسات المخلة بحقوقه وضمن

¹ آغا جميلة، " دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، ع خاص، أبريل 2005، ص233.

² المادة 107 من قانون 08-90 المتعلق بالبلدية.

³ مضمون المادة94 والمادة123 من القانون رقم11610، المرجع السابق.

الدفاع عنها، فالجمعية عبارة عن تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس التعاقد لمدة محدودة، في حين هؤلاء الأشخاص ليس غرضهم الربح وإنما تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعاً لأجل ترقية الأنشطة وتشجيعها في شتى المجالات.

1- الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك تأسيسها:

بموجب أول قانون خاص بالجمعيات هو القانون رقم 31/90¹ المتعلق بالجمعيات، الذي من خلاله اعترف المشرع الجزائري بحق تأسيس الجمعيات، ونظراً لأهمية ودور الجمعيات بمختلف مجالاتها النشاطية في عملية التنمية في الجزائر، فقد مص الدستور 1990 على الاعتراف بإنشائها، كما جعل مهام الدولة تشجيع ازدهار الحركة الجمعوية، بحيث نصت المادة 41 منه على " أن حريات التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمون المواطن"، بالإضافة إلى ما نصصا عليه المادة 33 منه على أن: " الدفاع الفردي أو عن طريق الجمعية عن الحقوق الأساسية للإنسان وعن الحريات الفردية والجماعية مضمون".

وبخصوص حماية المستهلك فقد اعترف المشرع بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب قانون رقم 02/89² وأفرد في الفصل السابع وتحت عنوان " جمعيات حماية المستهلك": المواد 21،22،23،24 مهام وتنظيم جمعيات حماية المستهلك في سبيل حماية مصالح المستهلك، وبمجرد تأسيسها تكتسب الشخصية المعنوية والأهلية المدنية، ووفقاً للمادة 02 والمادة 17 من القانون رقم 06-12³ المتعلق بالجمعيات³، انها تتشكل من (10) أعضاء على الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية، و(15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل و(21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاثة

¹ قانون رقم 31/90 المؤرخ في: 04/12/1990، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية، ع53، الصادر بتاريخ 04/12/1990.

² القانون رقم 02/89، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى، مرجع سابق.

³ قانون رقم 06-12 المؤرخ في: 12 جانفي 2012، المتعلق بالجمعيات، ج، ر، ع 02، صادرة في بتاريخ 15 جانفي 2012.

(03) ولايات على الأقل و(25) عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن (12) ولاية على الأقل.

تجدر الإشارة إلى أن أغلب جمعيات حماية المستهلك المتواجدة اليوم شكلت قبل المصادقة على قانون ديسمبر 1990¹.

2- دورها في حماية المستهلك الإلكتروني:

أنشأت جمعية حماية المستهلك لتلعب بعض الأدوار، ولكي تفرض وجودها في مجال الوقاية من أخطار المنتوجات الغذائية والضغط على المتدخلين لأجل حثهم على احترام مقتضيات السلامة الغذائية، وتتخذ مجموعة من الوسائل للوصول إلى غايتها في حماية المستهلك ومنع الأضرار بصحته، ونشر الوعي عن طريق إعلام المستهلكين من خلال استعمال وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت مكتوبة ومرئية ومسموعة، أو عن طريق إصدار نشرات تخص موضوع الاستهلاك، وبالتالي يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تبلغ حداً كبيراً في الإعلام إذا استغلت هذه الوسائل أحسن استغلال، ولا يقتصر دور الجمعيات حماية المستهلك على تحسيس وإعلام المستهلك باستعمال وسائل الإعلام المختلفة، بل أحياناً تستعمل أساليب أخرى أكثر قوة في حالة جدوى الأساليب الأخرى، وإما عن طريق استعمال الحق النقد أو الدعوة إلى مقاطعة شراء المنتوجات إذا أثبت لديها عدم جودتها أو أنها تشكل خطراً على المستهلك.

سمح القانون الجزائري لجمعيات المستهلكين بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشاركة قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق بها، وهذا طبقاً للمادة 23 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ومن ثم توسع دور الجمعيات وفقاً للقانون 03/03 المتعلق بالمنافسة والأسعار الذي أعطها حق رفع الدعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.

¹ القانون رقم 31/90 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج، ر، ع53، الصادرة بتاريخ 5 ديسمبر 1990.

نصت المادة 23 من قانون حماية المستهلك المصري على أهداف جمعيات حماية المستهلك فيما يلي:

- مباشرة الدعاوى التي تعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها.
- عمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المنتجات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتي تحدد محتواها وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن.
- تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلكين وتقديم مقترحات لعلاجها.
- تلقي شكاوي المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها.
- معاونة المستهلكين الذي وقع عليهم الضرر من جاء استخدام سلعة أو تلقي خدمة في تقديم الشكاوى للجهات المختصة ومنها جهاز حماية المستهلك واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم¹.

المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك الإلكتروني

نتيجة لعدم تمكن الهيئات الإدارية من توفير الحماية الكافية للمستهلك من خلال إيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي تهدد صحته وأمن المستهلك، ولإكمال دور الإدارة ذلك بسلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض جزاء كوسيلة ردع وقمع المخالفات وجرائم خاصة منها الاقتصادية، وعليه سوف نتطرق لدور قضاة الحكم والنيابة العامة في حماية المستهلك (الفرع الأول)، وحق المستهلك في اللجوء إلى القضاء (الفرع الثاني)

الفرع الأول: دور القضاة الحكم والنيابة العامة في حماية المستهلك الإلكتروني

إن الحماية الجزائرية للمستهلك تتم عن طريق رفع دعوى للدفاع عن مصالح حصوله على الحماية القضائية لحقه الذي اعتدى عليه، والنيابة لها حق تحريك الدعوى من تلقاء نفسها في حال المساس بمصالح المستهلك، ومن هنا تظهر الأهمية الكبيرة لجهاز القضاء

¹ د. محمد علي رحمة، الحماية المدنية والقضائية للمستهلك من الشروط التعسفية في ظل التشريعات الخاصة وآليات الحماية القضائية من الشروط التعسفية، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، 2017، ص261.

بمختلف هيئاته في ضمان حماية والوقاية من خلال البحث والتحري وكذا العلاجية من خلال الردع وتوقيع الجزاء في حال الاعتداء ومنه سنحاول معرفة دور القضاة الحكم في حماية المستهلك (أولاً) ودور النيابة العامة في حماية المستهلك (ثانياً).

أولاً: دور القضاة في حماية المستهلك

إن النظر في النزاعات التي تمس المستهلك سواء في صحته أو سلامته أو أمنه، نتيجة الأضرار الناتجة عن الممارسات المنافية للتجارة من صلاحيات قضاة الحكم. على قضاة الحكم حينما ترفع دعوى من قبل المستهلك يجب أن يتعاملوا معه وفق معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني لتقدير مدى وجود الخطأ المعاقب عليه في القانون للعلاقة الاستهلاكية.

وللقضاة وفقاً لاختصاص المخول لهم في النظر في القضايا المرفوعة أمام المحاكم من قبل المستهلك للفصل فيها، وعليه إن كانت الدعاوى المرفوعة بالنزاعات التجارية ترفع أمام الأقسام المدنية -قضاء مدني-، والذي يتعلق موضوعها بطلب تعويض أو تنفيذ العقود المبرمة في حين إذا كان موضوع رفع الدعوى جرائم معاقب عليها في القانون -جنائياً- فللمستهلك الخيار إما رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كصراف مدني أو يرفع دعواه أمام القضاء المدني.

ثانياً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك

النيابة العامة هي المخولة قانوناً بتحريك الدعوى العمومية باعتبارها هيئة قضائية عمومية المناط بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون¹.

نص عليها قانون إجراءات الجزائية في الفصل الثاني من القسم الأول، وبتراجع الدولة في الحياة الاقتصادية دفع النيابة العامة في التدخل في مثل هذه التحديات التي تواجه فئة المستهلكين خاصة والمجتمع عامة، إن دور النيابة العامة في حماية المستهلك يتجلى

¹ أنظر: المادة 140 من دستور 1996.

اليوم أكثر ما كان عليه سابقاً، ذلك مع ظهور الآفات الاجتماعية الاقتصادية الجديدة نتيجة عجز الإدارة عن توقيح الجزاء على ممارسات الغير مشروعة التي تهدد المستهلك.

بالإضافة إلى أن النيابة العامة وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تمس بالمستهلك لها دور فعال وبالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لجمعيات حماية المستهلك ومصالح الرقابة الجودة وقمع الغش أن تطلب من النيابة التدخل في قمع الممارسات المنافية والمخالفات التي ترد من المتدخلين، خاصة بتزايد ظهور الاسواق السوداء وما تحتويه من ممارسات غير نزيهة الماسة بالمستهلكين وذلك وفقاً للمادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39¹.

الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

لكل شخص حق الخصومة أمام القضاء للحصول على حقوقه والمطالبة بحمايتها حين يتم الاعتداء عليها بشرط أن تكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، هذا ما أشارت إليه المادة 3 فقرة 02 من القانون 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه: " لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له الصفة والمصلحة قائمة أو المحتملة يقرها القانون"²، ويكون ذلك على شكل عريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة، تودع بأمانة الضبط من قبل المواعي أو محامية بعدد النسخ بحسب الأطراف³، يحق للمستهلك اللجوء على القضاء لدفاع عن مصالحه المادية والاقتصادية، فضلاً عن طلب التعويض عن ضرر الذي لحق به نتيجة ممارسات الغير مغشوشة وذلك وفقاً لما نصت عليه المادة 02 الفقرة 01 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية والتي تنص على أنه: " يتعلق الحق في

¹ مضمون المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش والتي تنص على: " إذا تبين من المخاطر المحررة أو من التحليل المتممة أن الخدمة أو المنتج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنمية تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش، ملفاً شاملاً يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تقيد الجهة القضائية.

² القانون رقم 08-09 مؤرخ في: 18 صفر 1429 الموافق لي 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج، ر، ج، ج ع 21، الصادر في 23 أبريل 2008.

³ المادة 14 من نفس القانون.

الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض الضرر الناجم عن جنائية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصياً ضرر مباشر تسبب عن الجريمة"، أما في حال أن الوقائع لأشكال الجريمة فإنه على المستهلك رفع الدعوى المدنية قصد المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به، سواء كانت ذلك بصفة منفردة أو جماعية وهذا عن طريق جمعيات حماية المستهلك، إما بالدعوى الأصلية، أو بالتدخل الإنظماني في دعوى سبق لأحد المستهلكين رفعها¹، وفي حالة مخالفة أحكام المواد 68،69،70،79،83،84 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² يمكن للمستهلك رفع الدعوى العمومية.

¹ أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المستهلك وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعية الجديدة، الأزطية، 2008، ص141.

² القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

ملخص الفصل الثاني:

وفي الأخير نلخص من خلال الدراسة التي قمنا بها في هذا الفصل حول موضوع الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري والتي تتجسد من خلال تدخل المشرع في ضوع العديد من التشريعات والنصوص القانونية ما بين العامة والخاصة منها، لتوفير الحماية الجزائية المنشودة للمستهلكين جراء تعرضهم لأي صورة من صور الجرائم الماسة بأمنهم وصحتهم إزاء اقتناءهم لمنتجات و سلع مغشوشة.

وبخصوص آليات الرقابة المختلفة التي أناطها المشرع و يمنحها صلاحيات المراقبة وردع وجزاء المخالفين حفاظا على أمن وسلامة المستهلك ونج الهيئات الإدارية وبما تملكه من أجهزة على مستويين المحلي والمركزي، بالإضافة إلى الهيئات القضائية، وما تلعبه من دور في هذه الهيئات في مجال سواء التوعية والتحسيس بالمخاطر التي تحق بالمستهلك وكذا القيام بالتحقيقات في مجال المساس بحقوقه أو بتوقيع الجزاء على المخالفين لتحقيق الردع، إلا أنها لم توفق لحد كبير في الحد من هذه الجرائم الماسة بالمستهلك وهذا راجع إلى عدة عوامل وأسباب وممثلة في نقص الوعي لدى المستهلك والتدخل، وعدم التطبيق الفعلي للعقوبات مما يترك منافذ وثغرات قانونية يتملص الجاني من العقاب.



المختصة



الخاتمة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها حول موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، نستنتج أن هناك العديد من التشريعات التي سعى المشرع الجزائري إلى وضعها لتوفير حماية أكبر للمستهلك الإلكتروني في ظل الانتهاكات والاعلانات الخادعة والمضللة التي تجذبه للتعاقد الذي يتم في فضاء الكتروني ودون وجود مادي يسمح له بمعاينة وتفقد السلعة المراد التعاقد بشأنها، الأمر الذي دعى إلى الحفاظ على سلامته وأمنه. وكي يتمكن من الانتفاع بالسلعة أو الخدمة يستوجب تقديم معلومات كافية وصحيحة عنها، بالإضافة مطابقتها للمواصفات المتفق عليها،

ولأن موضوع حماية المستهلك الإلكتروني يحض بأمية كبيرة من قبل المشرع، كان علي أفراد الفصل الأول من هذه الدراسة لما يسمى بحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل وبعد التعاقد، وذلك بتسليط الضوء على الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني عبور تبيان المقصود بالمستهلك العادي أو التقليدي وصولاً إلى المستهلك الإلكتروني ومنه توصلت إلى أن المشرع الجزائري قسم الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني إلى قسمين منها ما يتعلق بمرحلة التي تسبق التعاقد - قبل التعاقد ومنها بمرحلة ما بعد التعاقد.

ومما تقدم يتبين أن المستهلك الإلكتروني حتى يقبل على التعاقد، يتعين مراعاة حقوقه من خلال حمايته من الإعلانات الكاذبة والمضللة، فشرع المشرع في حضر كل العروض والبيانات الكاذبة، بأي شكل أو صورة من صور، منح له حقوق وأهم الحقوق المترتبة قانوناً على المستهلك الإلكتروني ما قبل التعاقد نجدها لا تختلف عن نظيرتها المخصصة للمستهلك التقليدي العادي وممثلة في حقه في الإعلام وكذا حقه في العدول الذي هو أهم الحقوق المقررة للمستهلك وهنا الفرق يكمن في بينهما في هذه المرحلة المكان الذي يتم فيه التعاقد، هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن المرحلة بعد التعاقد والتي تضمن هي الأخرى حماية مدنية للمستهلك الإلكتروني وهي بمثابة التزامات تقع على عاتق الطرف القوي



في العلاقة الاستهلاكية والمتمثلة في الالتزام بضمان والالتزام بسلامة المصلحة المستهلك الإلكتروني.

أما بالنسبة للفصل الثاني فتطرق للحماية الجزائرية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر وهذا نظراً لأن حماية المقررة له تنقسم على حماية مدنية وأخرى جزائية هذه الأخيرة تتعلق بالجزاء العقابية التي تعاقب على الجرائم الماسة بصحة المستهلك وسلامته، والمنصوص عليها في النصوص العامة كالقانون العقوبات في جرائم الغش والخداع والاحتيال المعلوماتي، والخاصة منها كمخالفات الالتزامات المقررة سواء في قانون حماية المستهلك أو في قانون الممارسات التجارية، ولتحصيل هذه الحماية قام المشرع بإنشاء هيئات متخصصة كفيلة بالدفاع عن المستهلك، ودور هذه الهيئات يتنوع تبعاً للغرض الذي أنشأت من أجله، فنجد منها إدارية وقضائية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج والتوصيات الآتية:

أولاً: النتائج

1- إن اهتمام المشرع الجزائري بحماية المستهلك الإلكتروني من خلال النصوص القانونية التي تهدف إلى سد الفراغ القانوني الذي قد يعرض مصالح المستهلك للضرر، لهو انعكاس مباشر للنهج الذي أتبعته الجزائر بتخليها عن النظام الاشتراكي وتبنيها النظام اقتصاد السوق، كون أن المستهلك في ظل الاقتصاد الموجه يتمتع بحماية أكبر وفرص أقل من ناحية الوفرة والاختيار في مجال السلع والخدمات، كون الدولة هي المتحكمة في كل دواليب الاقتصاد الوطني.

2- الجدير بالتنويه أن المشرع قد أهمل موضوع العقد الإلكتروني سنوات عديدة، فلم يتناوله إلا مؤخراً بانتهاجه لنظام اقتصاد السوق، وعلى حد علمي أنه موضوع حيوي لا يتعلق بالمستهلك وحقوقه أو بالعقد الإلكتروني ومستهلكه، وإنما يعكس مدى تقدم الأمم وحرية المنافسة بين المنتجات الوطنية.



- 3- سكوت المشرع على التعرض للحماية الالكترونية للمستهلك، هو تقصير يجب تداركه خاصة مع الثورة الالكترونية التي تشهدها اليوم، وتنوع الاساليب المعاملات التجارية مما يعرض المستهلك إلى مخاطر جديدة لا ترجمها النصوص القانونية الحالية.
- 4- تختلف العقوبة المقررة للأشخاص المعنوية عن العقوبة المقررة للأشخاص الطبيعية، حيث يعاقب الشخص المعنوي بالغرامة والعقوبات التكميلية، كالمصادرة ونشر الحكم والغلق وتوقيف النشاط وغيرها من العقوبات التي تناسب طبيعته.
- 5- يثبت للجمعيات الحماية المستهلك صفة التقاضي والتأسيس كطرف مدني في القضايا المتعلقة بجرائم الاستهلاك، مع إمكانية حصولها على المساعدة القضائية إذا اكتسبت صفة المنفعة العمومية، وكذلك يتعين عليها إعلام المستهلكين وتوجيههم بالسلع والخدمات وضع الشكاوي وإبداء المشورة للمصالح المكلفة بحماية المستهلك.
- 6- عدم وجود محاكم خاصة بقضايا حماية المستهلك فهي حالياً ضمن المخالفات التجارية.

ثانياً: الاقتراحات

- وفيما يلي سأضع بعض الاقتراحات التي أراها مهمة وأعتقد أنها تساهم في توفير الحماية للمستهلك الالكتروني.
- 1- ضرورة تعديل بنود القوانين خاصة التي تكفل تحديدي معايير تعريفية واضحة للمستهلك وضبط طبيعة السلع الاستهلاكية محل العقد الالكتروني.
 - 2- إضافة مفهوم جامع للمستهلك الالكتروني وضوابط العامة لحمايته.
 - 3- مضاعفة العقوبة في حال التحايل والغش في مجال العقود الالكترونية وذلك بفرض أكبر قدر ممكن من الحماية القانونية.
 - 4- نشر ثقافة الاستهلاك لدى المستهلكين من خلال النشرات وأيان الدراسية التي تزيد من وعيهم حول الأخطار الي قد يتعرضون لها وكيفية ضمان حقوقهم والمطالبة بها.
 - 5- يتعين فرض الرقابة على العقود الالكترونية لوقف سيطرة المهني المحترف
 - 6- إنشاء مواقع الكترونية لترديد المستهلك الالكتروني وتوعيته وتقديم الدعم له.



ومنه نتوصل إلى أنه على المستهلك أن يكون واعياً بضرورة حماية نفسه من الأطراف الأخرى التي تشكل معه عملية التعاقد، وهاذ في التدقيق في مدة صلاحية أي منتج معروض عليه للاستهلاك بالرجوع إلى البيانات والأسعار، وباعتبار أن هذا التعاقد يتم عن بعد فهو عقد جديد يتميز عن غيره من حيث ابرام وطرق تنفيذه.

إن أصبت فمن الله وإن أخطأت فمن نفسي ومن الشيطان... وأرجو أن تكون نقائص دراستي محفز لغيري من اجل الكشف عن حقائق أخرى عن هذا الموضوع.



قائمة

المصطلح والسرابع



قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: النصوص القانونية:

- 1) قانون رقم 02-04 مؤرخ في يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، ر، ع، مؤرخ في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم بالقانون رقم 06-10 مؤرخ في: 15 غشت سنة 2010، ج، ر، ع، مؤرخ في 23 يونيو 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 2) القانون رقم 02-04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، ر، ع: 41، المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق 23 يونيو سنة 2004م، الصادر في 9 جمادى الأولى عام 1425 هـ، بتاريخ 27 جوان 2004 م .
- 3) القانون رقم 09-08 مؤرخ في: 18 صفر 1429 الموافق لي 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج، ر، ج، ع، الصادر في 23 أبريل 2008.
- 4) القانون رقم 10-11، المؤرخ في: 22-06-2011، التعلق بالبلدية، ج، ر، ع، 37، المؤرخة في 3-7-2011.
- 5) قانون رقم 06-12 المؤرخ في: 12 جانفي 2012، المتعلق بالجمعيات، ج، ر، ع، 02، صادرة في بتاريخ 15 جانفي 2012.
- 6) القانون رقم 02/89، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى، مرجع سابق.
- 7) القانون رقم 31/90 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج، ر، ع، 53، الصادرة بتاريخ 5 ديسمبر 1990.
- 8) قانون رقم 31/90 المؤرخ في: 04/12/1990، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية، ع، 53، الصادر بتاريخ 04/12/1990.
- 9) القانون رقم 09-90 المتعلق بالولاية، المعدل والمتمم.
- 10) القانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فيفري 2009، ج، ر، ع، 15 الصادر في 8 مارس 2009.



(11) القانون رقم 12 المتعلق بالولاية، المؤرخ في 21-2-2002، ج، ر، ع 12، المؤرخة في 29/2/2002.

(12) القانون رقم 02/89 المؤرخ في أول رجب عام 1409 هـ الموافق ل 7 فيفري سنة 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة يوم الأربعاء 2 رجب 1409 الموافق 08/02/1989م.

(13) القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق ل 10 مايو سنة 2018م يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج، ر، الصادرة في تاريخ 16 مايو 2018م.
ثانيا: الأوامر :

(14) الامر 95-06 المؤرخ في 25/01/1995، ج، ر، رقم 9 في 22/02/1995 وهذا الامر ألغى القانون 89-12 المؤرخ في 05/07/1989 والمتعلق بالأسعار (ج، ر، رقم 29 في 29/07/1989).

(15) الامر رقم 04-15 المؤرخ في رمضان 1425 الموافق ل 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 الموافق ل 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات.

(16) الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26/09/1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، جريدة رسمية رقم 101

ثالثا: المراسيم التنفيذية:

(17) المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 17 شوال 1424 الموافق ل 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11(04) المؤرخ في 09 يناير 2011، ج، ر، ج، ج، ر، ع 02، في 12 جانفي 2011.

(18) المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في: 13 غشت 2008، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة، ج، ر، ع 48.

(19) المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 20-01-2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج. ر. ج. ع 40، الصادر في 23-01-2011.



- (20) المرسوم التنفيذي رقم 12-203، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج، ر، ع 28، المؤرخة في 09-05-2012.
- (21) المرسوم التنفيذي رقم 12-355 مؤرخ في 16 ذي القعدة عام 1433هـ الموافق ل 2 أكتوبر 2012، يحد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج، ر، ج، ع 56، الصادر في 11 أكتوبر 2012.
- (22) المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المؤرخ في 15/10/1990، والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الجريدة الرسمية، عدد رقم 40، الصادر بتاريخ 19/10/1990، الجزائر، 1990
- (23) المرسوم التنفيذي رقم 92/272 المرخ في 06-07-1992، المحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج، ر، ع 52، المؤرخة في: 07-07-1992.
- (24) المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج، ر، ج، ج، عدد 05، الصادر في 1 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج، ر، ج، ج، عدد 16، الصادر في 21 أكتوبر 2001.
- (25) المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21-12-2002، المتعلق بتجديد صلاحيات وزير التجارة، ج، ر، ع 85، المؤرخة في: 22/12/2002.
- (26) المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09/09/2013، 11، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بالعلام المستهلك، ج، ر، ع 58، الصادرة في 18/11/2013.
- (27) المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996، والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب والتحليل النوعية، ج، ر، ج، ج، ع 80، الصادر في 7 ديسمبر 1997.
- (28) مرسوم تنفيذي رقم 16/66 مؤرخ في 16 فيفري 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقون مقام الفوترة وكذلك فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها.
- (29) مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق ل 10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 50، الصادر في 04 جمادى الأول عام 1411.



رابعاً: الكتب :

- (30) أبو عمر ومصطفى أحمد، الالتزام بإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة في القانون الفرنسي و التشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010.
- (31) احمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء مضمون العقدي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.
- (32) أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة النشر، الاسكندرية، ط1، 2005.
- (33) أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المستهلك وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، الأزربية، 2008.
- (34) أمانح رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، د، س، ن.
- (35) بودالي محمد، حماية المستهلك في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر"، دار هومة، الجزائر، 2007.
- (36) بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون- دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة الكتاب الحديث، 2006.
- (37) بوقرين عبد الحليم، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، منشورات الحياة للصحافة، الجلفة، ط2010.
- (38) بولحية بن بوخميس، " القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري"، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000.
- (39) جبايلي عمر، المسؤولية الجنائية للأعوان الاقتصاديين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- (40) الجريدي، جمال زاكي: البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، مصر، دار الفكر الجامعي، 2008.



- 41) الحاج طارق وآخرون، التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار صفا للنشر، لأردن، طبعة 1، 1999.
- 42) حامق ذهبية، (الالتزام بإعلام في العقود) أطروحة دكتورة دولة في قانون الخاص، جامعة الجزائر، سنة 2010.
- 43) حسن الجندي، شرح قانون قمع التدليس والغش، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 44) خالد زريقات، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الانترنت، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 45) خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- 46) خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 47) زهية موسى ، دروس في مقياس قانون الاستهلاك، جامعة التكوين المتواصل، مصلحة التعليم عن بعد، 2006 / 2005.
- 48) السعيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشآت المعارف، الإسكندرية، ط1، 1986.
- 49) سليم سداوي، " حماية المستهلك (الجزائر نموذجا)"، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2009.
- 50) عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، د/ط، ج1، 2002.
- 51) عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
- 52) عبد الفتاح مراد، شرح تشريعات الغش، ب ط، دار الكتاب والوثائق المصرية، مصر، 1996.
- 53) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك: دراسة مقارنة، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، 2007.



- (54) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
- (55) عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقيدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، ط1، منشأة المعارف: الإسكندرية، مصر، 2008.
- (56) قادة شهيدة، مداخلة تحت عنوان مضمون الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الالكترونية، 2009.
- (57) كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
- (58) محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل، ط4، الأردن، 2004.
- (59) محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ومدى حاجياتها في الإثبات، ط1، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008.
- (60) محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية الالكترونية والدولية وحماية المستهلك (تميز البيع عن غيره من العقود، التفاوض إبرام البيع وصوره، البيوع الدولية والالكترونية والمعلوماتية، حماية المستهلك، نقل الملكية، الضمان، الوفاء الالكتروني، فسخ البيع)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
- (61) محمد حماد مرهج الهيبي، جرائم الحاسوب، دار المناهج، عمان، ط1، 2006.
- (62) محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
- (63) محمد علي رحمة، الحماية المدنية والقضائية للمستهلك من الشروط التعسفية في ظل التشريعات الخاصة وآليات الحماية القضائية من الشروط التعسفية، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، 20178.
- (64) محيط المحيط، مكتبة لبنان، ناشرون بيروت، الطبعة 1998.
- (65) مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، بط، ب د ن، 1999، القاهرة.
- (66) معهد أبحاث السياسة الاقتصادية الفلسطينية (مارس): مراجعة نقدية لمشروع قانون حماية المستهلك الفلسطيني، فلسطين، 2004.



- (67) منصور محمد حمين، (2003)- المسؤولية الالكترونية - دون طبعة- دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر،
- (68) منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2013.
- (69) موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الإسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية ج8.
- (70) موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، دون ذكر بلد النشر، 2011.
- (71) نظام توفيق المجالي، شرح قانون العقوبات: القسم العام، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- خامسا: الرسائل الجامعية:**
- 1-رسائل الدكتوراه:**
- (72) اكسوم عيلام رشيدة(المركز القانوني للمستهلك الالكتروني) أطروحة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث (ل،م^د) في القانون، تخصص: قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، تاريخ المناقشة12 جوان2018م.
- (73) علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة الجزائر1، بن عكنون، السنة الجامعية 2014/2013.
- (74) العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة بن عكنون، الجزائر، سنة 2008.
- (75) محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2005.



(76) محمد خميم، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام جامعة ابي بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، السنة الجامعية 2016/2017.

2-رسائل الماجستير :

(77) إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، رسالة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006.

(78) بوطبل خديجة، الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتجات المستوردة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010.

(79) زوبرير أرزقي، " حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

(80) شعابني(حنين) نوال (التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع " المسؤولية المهنية" ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، تاريخ المناقشة: 08-03-2012.

(81) صادق الصدق، قانون حماية المستهلك، في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة تخرج ماجستير، طاشور عبد الحفيظ، د ت، مناقشة 2013/06/2013.

(82) عجالي عماد، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة بن يوف بن خدة، الجزائر، 2008-2009.

(83) قني سعدية، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك، مذكرة ماجستير، قانون الأعال، 2009.

(84) الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2001.

(85) يحي يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الالكترونية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح، فلسطين، 2006.



3-رسائل الماجستير :

86) إمدالو سهام و لحسن ليلي (حماية المستهلك الإلكتروني)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع القانون الاقتصادي للإعمال، تخصص القانون العام للإعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، الجزائر، السنة الجامعية 2012/2013.

87) عماري الجيلالي وبكة سيدي امحمد المولود (حماية المستهلك في التشريع الجزائري) مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA ، 2011 / 2012.

88) فيروز بوزيان وجمال الدين بالعيد (الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،تخصص: قانون أعمال، جامعة الجيلالي بو نعامة خميس مليانة،2018/2019.

89) يوسف عشيرة، خديجة، أمال، ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في منظور قانون المستهلك الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسة الجامعية التطبيقية، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، سنة 2011.

سادسا: المجلات:

90) أحمد بومدين، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضا المستهلك، مجلة العلوم والقانون، المركز الجامعي بالوادي، العدد الأول، السنة الأول، جوان 2010.

91) آغا جميلة، " دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، ع خاص، أفريل 2005.

92) بوسماحة الشيخ، حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في أحكام القانون الجزائري، " مجلة الخلدونية، ع03، ماي 2009.

93) جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المباعة، دراسة في القانون الكويتي و القانوني المصري و الفرنسي، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الثالث، السنة التاسعة عشر، ديسمبر 1995.

94) دمانة، يوسف نور الدين، الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك، مجلة الفكر، العدد السابع عشر، جوان 2018، جامعة عمار ثليجي، الاغواط، الجزائر.

95) سعاد نويري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة، العدد الثامن، جانفي 2016.



96) سفيان، شبه، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في قانون الجزائري وقوانين مقارنة " مجلة الدفار السياسة والقانون، عدد4، 2011.

97) سي يوسف زاهية حورية، " تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري:" المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، ع، 2010، 02 .

98) عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح لأبحاث (العلوم الإنسانية)، جامعة النجاح الوطنية، المجلد 27، 2013.

99) مجلة تكنولوجيا المعلومات، قسم نظم المعلومات، ب/د، ن، ث، ن.

100) نائل عبد الرحمان صالح، الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية، مجلة الحقوق، السنة الثالثة والعشرون، ع4، رمضان 1420، ديسمبر 1999، الكويت.

101) نبيل محمد أحمد صبيح، " حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية"، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، عدد2، 2007.

سابعا: ملتقيات والدوريات:

102) محمد عماد الدين عياض، مداخلة ضمان أعمال الملتقى الوطني الخامس بكلية الحقوق بجامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، حول " حماية المستهلك في ظل القانون 08-09 نوفمبر 2010.

103) دياب موسى البدانية ، الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات والتحويلات الإقليمية والدولية، ملتقى علمي بالمملكة الأردنية الهاشمية، بتاريخ 2014/09/04م.

104) خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الالكتروني مداخلة تم تقديمها في ملتقى وطني حول " منافسة وحماية المستهلك" بجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 مارس 2009.

ثامنا: المراجع الأجنبية:

105) Brahim Najjar، Zaki Badaoui ،youssef chellalah، Dictionnaire juridique français- Arabe، 7^{ème} édition librairie de lidam ، lidam، 2008



تاسعا: المواقع الالكترونية:

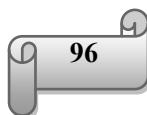
106) دراسة منشورات عبر الأنترنت بعنوانين: أزمة كورونا عبر الوطن... مضاربة واحتكار ومواد فاسدة ردع وتضامن إ، الجزائر تستعجل شراء القمح لمواجهة ارتفاع الطلب بسبب كورونا، الخميس 23-07-2020 الساعة:

<https://www.alaraby.co.uk> 11:43

<https://www.echorokonline.com>

107) دراسة منشورة عبر شبكة الأنترنت بعنوان المستهلك ووسائل حمايته في الإسلام، الإثنين 20-07-2020، الساعة: 18:30 [http:// www.balagh.com/](http://www.balagh.com/) mosoa/eqtsad/vwoxs2wc.htm.

108) الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهذ بتاريخ 11 أوت 2020 على الساعة 10:44 <http://www.dcwbskera.dz>





فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وعران

مقدمة: 6-1

الفصل الأول: حماية المدينة للمستهك الإلكتروني "ما قبل وبعد التعاقد"

تمهيد..... 7

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهك الإلكتروني قبل التعاقد..... 8

المطلب الأول: ماهية المستهلك الإلكتروني..... 8

الفرع الأول: التعريف بالمستهك..... 8

أولاً: المفهوم اللغوي والاصطلاحي : 9

ثانياً: المفهوم الفقهي..... 9

ثالثاً: المفهوم التشريعي..... 13

الفرع الثاني : التعريف بالهني..... 13

أولاً: المفهوم بالمهني..... 16

ثانياً: معايير تميزه 20

المطلب الثاني: الحماية المدنية قبل التعاقد الإلكتروني..... 21

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام الإلكتروني..... 22

أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني..... 22

ثانياً: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام ومضمونه..... 24

ثالثاً: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام الإلكتروني..... 26

الفرع الثاني: الحق في العدول عند التعاقد..... 31

المبحث الثاني: الحماية المدنية للمستهك الإلكتروني بعد التعاقد..... 35

المطلب الأول: الالتزام بالضمان..... 35

الفرع الأول: الضمان القانوني وأساس إلزاميته وموضوعه..... 35

الفرع الثاني: جزاء الالتزام بالضمان..... 37

المطلب الثاني: الالتزام بالسلامة..... 38

- 38..... الفرع الأول: مضمون الالتزام بالسلامة.
- 39..... الفرع الثاني: شروط الالتزام بالسلامة.
- 72..... ملخص الفصل:

الفصل الثاني: آليات الحماية الجزائرية للمستهلك الالكتروني في الجزائر

- 44..... تمهيد:
- 45..... المبحث الأول: الحماية الجزائرية للمستهلك الالكتروني.
- 45..... المطلب الأول: صور التجريم الماسة بحماية المستهلك الالكتروني في قانون العقوبات.
- 45..... الفرع الأول: أركان الجريمة الالكترونية.
- 46..... أولاً: الركن المادي للجريمة الالكترونية المرتكبة ضد المستهلك.
- Erreur ! Signet ... ثانياً: الركن المعنوي في الجريمة الالكترونية المرتكبة ضد المستهلك.
non défini.
- 47..... الفرع الثاني: صور الحماية الجزائرية المنصوص عليها في قانون العقوبات.
- 48..... أولاً: جرائم الغش والخداع.....
- 53..... ثانياً: جرائم الاحتيال والمضاربة.....
- 57..... المطلب الثاني: صور الحماية الجزائرية المنصوص عليها في القوانين الخاصة.....
- 57..... الفرع الأول: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون حماية المستهلك.....
- أولاً: مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية وإلزامية الضمان، تجربته وخدمة ما بعد البيع.....
- 59..... ثانياً: مخالفة إلزامية إعلام المستهلك وإلزامية رقابة المطابقة:.....
- 60..... الفرع الثاني: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية.....
- أولاً: مخالفة عدم الاعلام بالأسعار والتعريفات بشروط البيع ومخالفة عدم الفوترة وعدم مطابقتها.....
- 60.....
- 61..... ثانياً: المخالفة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية و العقوبات التكميلية المقررة.....
- 63..... المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك الالكتروني في الجزائر.....
- 64..... المطلب الأول: دور هيئات الإدارية في حماية المستهلك الالكتروني.....
- 64..... الفرع الأول: دور هيئات على المستوى المركزي.....
- 64..... أولاً: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها.....

69	ثانياً: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك
70	الفرع الثاني: دور الهيئات على المستوى المحلي
70	أولاً: دور الوالي ورئيس البلدية في حماية المستهلك:
72	ثانياً: دور الجمعيات في حماية المستهلك:
75	المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك الإلكتروني
75	الفرع الأول: دور القضاة الحكم والنيابة العامة في حماية المستهلك الإلكتروني
76	أولاً: دور القضاة في حماية المستهلك
76	ثانياً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك
77	الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء
79	ملخص الفصل:
81	الخاتمة:
86	قائمة المصادر والمراجع:
98	فهرس المحتويات
	ملخص

الملخص:

عدد المشرع الجزائري إلى وضع نصوص قانونية تتعلق بحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فالمستهلك يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية نظراً لتطور أنماط وحجم الاستهلاك، وبالتالي إزدياد المخاطر والانتهاكات التي تهدد أمنه وسلامته وبما أن القواعد العامة في التشريعات لم توفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني، فقد اقرت التشريعات الحديثة الكثير من وسائل الحماية المدنية سواء ما قبل أو بعد التعاقد الإلكتروني.

وقد تم تناول في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي للمستهلك التقليدي وصولاً إلى المستهلك الإلكتروني، وكما تطرق عن حماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، حيث تطرقت إلى أمور حماية المستهلك وحقوقه في هذه المرحلة ومنها: كحقه بالإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني وحقه في العدول كآلية قانونية ثم تكريسها بهدف حمايته، بالإضافة على الحديث عن الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني ما بعد التعاقد وذلك من خلال الإشارة إلى الالتزامات المفروضة على الطرف الأقوى اقتصادياً الذي يفرض شروطه على المستهلك الواجب حمايته.

وأخيراً تم التطرق إلى الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني، من خلال تحديد أهم صور التجريم الماسة بالمستهلك، والتي تولها المشرع الجزائري في قواعده العامة (قانون العقوبات) أو القوانين الخاصة وتخص بالذكر قانون حماية المستهلك وقانون الممارسات التجارية وذلك بالتصدي لتلك الاعتداءات سواء بشكل وقائي أو بشكل رعي حينما تستنفذ الأفعال أثرها الإجرامي، وأيضاً تحديد الجزاءات من أجل معاقبة وردع المخالفين، وإبراز دور أهم الهيئات المخولة لها قانوناً وتوفير حماية المستهلك.

- ثم انهيت بخاتمة والتي احتوت على أهم النتائج والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المستهلك الإلكتروني، التعاقد الإلكتروني، حماية المستهلك الإلكتروني، الحماية المدنية، الحماية الجزائية.

Abstract :

The Algerian legislator has drawn up legal texts related to consumer protection in electronic contracting, as the consumer represents the weak party in the contractual process due to the development of patterns and volume of consumption, and thus the increase in risks and violations that threaten his safety and security and since the general rules in legislation do not provide protection for the electronic consumer Modern legislation has approved many methods of civil protection, both before and after electronic contracting.

The first chapter dealt with the conceptual framework of the traditional consumer down to the electronic consumer, and also dealt with civil protection for the electronic consumer in the pre-contracting stage, as it touched on matters of consumer protection and his rights at this stage, including: as his right to information subsequent to the conclusion of the electronic contract and his right to Adoption as a legal mechanism that has been established with the aim of protecting it, in addition to talking about civil protection for the electronic consumer after the contract, by referring to the obligations imposed on the economically stronger party that imposes its conditions on the consumer who must be protected.

Finally, the protection of penalties for the electronic consumer was addressed, by identifying the most important forms of criminalization affecting the consumer, which the Algerian legislator undertook in its general rules (the penal code) or private laws, and in particular mentioning the Consumer Protection Law and the Commercial Practices Act, in order to address these attacks, whether in a preventive manner. Or in a deterrent manner when the acts exhausted their criminal effect, as well as determining the penalties in order to punish and deter violators, highlighting the role of the most important bodies legally authorized to them and providing consumer protection.

Then I finished with a conclusion, which contained the most important findings and recommendations.

Key words: consumer, electronic consumer, electronic contracting, electronic consumer protection, civil protection, penal protection.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

