

التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية

Obligation of electronic supplier to inform the consumer within electronic commercial transactions

د/كمال فتحي دريس، أستاذ محاضر أ
د/حيزوم بدر الدين مرغني، أستاذ محاضر أ
جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر

المخلص

أفج المشرع الجزائري على قانون التجارة الإلكترونية رقم (05/18) المؤرخ في 10 ماي 2018، نظرا لاكتساح الوسائل الإلكترونية لعالم التجارة وتزايد المعاملات بالنمط الجديد الذي يقوم أساسا على وسائل الاتصال الإلكترونية، محاولا من خلاله وضع الإطار القانوني لهذا النوع من التعاقد. ولا يخفى ما لهذا الأسلوب الجديد من مخاطر خاصة على صحة رضا المستهلك، لذلك عني المشرع بهذا الجانب من خلال فرضه لالتزام أساسي يقوم على عاتق المورد الإلكتروني عبر مراحل إبرام العقد وتنفيذه وهو الالتزام بالإعلام لكفالة الحماية القانونية للمستهلك وتوفير الثقة والائتمان في هذا النوع من المعاملات.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الالتزام بالإعلام، المستهلك، المورد الإلكتروني، التوازن العقدي.

Abstract

The Algerian legislator released the E-Commerce Law No. (05/18) of May 10, 2018, due to the sweep of electronic means to the world of trade and the increase of transactions in the new style that is mainly based on the electronic means of communication, through which he tried to set the legal framework for this type of contract.

The risks of this new method in terms of the consumer satisfaction are not hidden, so the legislator is concerned with this aspect by imposing a basic obligation that rests on the electronic supplier through the stages of concluding and implementing the contract, which is the commitment of providing information, to ensure legal protection for the consumer and provide confidence and credit in this type of transaction.

Keywords : Electronic trade, Public information, consumer, electronic suppliers, balance of contract.

مقدمة

نظرا للتطور الحاصل في مجال التجارة واتساع نطاقها وفقا لمدلول المعيار الاقتصادي الذي يعني حركة الأموال والقيم المنقولة والخدمات عبر الحدود، وكذا النمط الجديد لعرض السلع والخدمات والتعاقد عن بعد في مجلس افتراضي، هذا الأخير وإن كان يحقق السرعة في المعاملات التجارية، إلا أنه لا يخلو من مخاطر ترتبط أساسا بخصوصية التعاقد والوسائل المستعملة فيها.

ضف إلى ذلك عدم الاتصال المباشر بين المستهلك الإلكتروني والسلعة، الأمر الذي استدعى تدخل مختلف الأنظمة القانونية الدولية والوطنية لتقنين ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، وعلى الصعيد العربي كانت تونس أول دولة عربية تقنن التجارة الإلكترونية من خلال القانون رقم (83) لسنة 2000 المؤرخ في 19/08/2000¹ ثم الأردن من خلال قانون المعاملات الإلكترونية رقم (85) لسنة 2001² ومملكة البحرين من خلال قانون التوقيع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية الصادر في 14/09/2002.

وعلى الصعيد الوطني وإن كان المشرع الجزائري قد رفع احتكاره على خدمات الانترنت بموجب المرسوم التنفيذي رقم (257/98) المؤرخ في 25/08/1998³، وأجاز أيضا استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في نص المادة (69) من الأمر رقم (04/10)⁴، ونظم الجرائم الإلكترونية الناتجة عن هذه المعاملات بموجب القانون (15/04)⁵، كما أعطى حجية للكتابة والتوقيع الإلكترونيين من خلال تعديله للأمر رقم (58/75) المتضمن القانون المدني⁶ بالقانون رقم (10/05)⁷.

إلا أن تلك الأحكام وإن كانت بوادر لتقنين المعاملات التجارية الإلكترونية، إلا أنها لم تكن كافية لمعالجة المسائل القانونية المتعلقة بها، الأمر الذي استدعى مزيدا من الجهود توجت بصدور القانون رقم (04/15)⁸ الذي نظم الأحكام المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني ثم القانون رقم (05/18)⁹ المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي حدد من خلاله المشرع الجزائري المفاهيم ذات الصلة ولا سيما التجارة

¹ - القانون رقم (83) لسنة 2000 المؤرخ في 19/08/2000 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، للجمهورية التونسية الصادرة بتاريخ 2000/08/19.

² - القانون رقم (85) لسنة 2001، المتعلق بقانون المعاملات الإلكترونية الأردني، ص 6010، ج.ر. الأردنية رقم 4524 الصادرة بتاريخ 2001/12/31.

³ - المرسوم التنفيذي رقم (275/98) المؤرخ في 25/08/1998 الذي يضبط كفاءات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها ج.ر. عدد 63 لسنة 1998، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم (307/2000) المؤرخ في 14/10/2000، ج.ر. عدد 60 لسنة 2000.

⁴ - القانون رقم (04/10) المعدل والمتمم للأمر (11/03)، المتعلق بالنقد والقرض، ج.ر. عدد 50، المؤرخة في 26/08/2010.

⁵ - القانون رقم (15/04) المؤرخ في 10/11/2004 المعدل والمتمم للأمر رقم (156/66) المؤرخ في 08/06/1966 والمتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 71، المؤرخة في 10/11/2004.

⁶ - الأمر رقم (58/75) المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج.ر. عدد 78 المؤرخة في 30/09/1975.

⁷ - القانون رقم (10/05) المؤرخ في 20/06/2005، المعدل والمتمم للأمر رقم (58/75) المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 44 المؤرخة في 26/06/2005.

⁸ - القانون رقم (04/15) المؤرخة في 01/02/2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر عدد 06، المؤرخة في 10/02/2015.

⁹ - القانون رقم (05/18) المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28 المؤرخة في 16 ماي 2018.

الإلكترونية والعقد الإلكتروني، كما حدد نطاق تطبيق هذا القانون وشروط المعاملات التجارية الإلكترونية، لكن ما لفت انتباهنا في القانون (05/18) أن المشرع قد ركز على التزامات المورد الإلكتروني الذي عرفه بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، كما خصص بابا كاملا للجرائم والعقوبات والرقابة المفروضة على هذا الأخير. هذا ما يفسر أن المشرع الجزائري يحاول من خلال هذا القانون أن يوفر حماية للمستهلك الإلكتروني¹ من خلال تلك الالتزامات المفروضة على المورد والجزاءات المترتبة على الإخلال بها، والتي لا حظنا وأن أغلبها تتعلق بإعلان المستهلك بجميع ما يتعلق بالمعاملة التجارية الإلكترونية.

الأمر الذي يستدعي التطرق لتلك الالتزامات وأثار الإخلال بها من خلال الأحكام الواردة في القانون رقم (05/18) انطلاقا من الإشكالية التي تثيرها هذه الدراسة ومفادها: هل الالتزام بالإعلام والجزاءات المفروضة على المورد الإلكتروني في حالة الإخلال به كفيلة لتوفير حماية للمستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية؟

ولإجابة على الإشكالية السالفة الذكر ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين الأول يتعلق بالتزامات المورد الإلكتروني والثاني نخصه للآثار المترتبة على إخلال المورد بتلك الالتزامات.

المبحث الأول: التزامات المورد الإلكتروني المتصلة بحق المستهلك في الإعلام

يتضح من خلال النصوص القانونية التي يتضمنها البابين الأول والثاني من القانون رقم (05/18) السالف الذكر، وأن التزامات المورد الإلكتروني يمكن تصنيفها إلى التزامات قانونية والتزامات سابقة ومتزامنة مع إبرام العقد وأخرى تتعلق بتنفيذ العقد الإلكتروني.

ومن خلال هذه الالتزامات نجد وأن المشرع الجزائري قد ركز على التزام المورد الإلكتروني المتصل بحق المستهلك في الإعلام بكل ما يتعلق بالمعاملة التجارية الإلكترونية من مرحلة التفاوض إلى غاية إبرام العقد وتنفيذه، والغرض من ذلك تكوين عقد في عالم افتراضي برضا صحيح خالي من أي عيب من عيوب الإرادة يمكن أن يؤثر على هذا الأخير. ويرى البعض بأنه يجب على المنتج أن يمد المستهلك بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار محدد حول بناء علاقة تعاقدية².

1 - عرفت الفقرة الثالثة للمادة السادسة من القانون رقم (05/18) المستهلك الإلكتروني بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

2 - أيوب يوسف سالم محمد العبيدي، الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2019، ص 85.

ويمكن تصنيف هذه الالتزامات المرتبطة بالإعلام إلى الإعلام السابق لإبرام العقد الإلكتروني للمعاملة التجارية والإعلام اللاحق له.

المطلب الأول: التزام المورد الإلكتروني بالإعلام السابق لإبرام العقد

نظم المشرع الجزائري بموجب الباب الثاني من القانون رقم (05/18) المرحلة السابقة لإبرام العقد المتضمن المعاملة التجارية الإلكترونية وذلك من خلال الفصلين الثالث المعنون بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني والمتعلقة أساسا بالتزام المورد الإلكتروني بتقديم عرض تجاري إلكتروني، أما الفصل السابع منه فقد تطرق فيه إلى الإشهار الإلكتروني.

الفرع الأول: الإعلام عن طريق الإشهار الإلكتروني

عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني بأنه كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية¹.

هذا وقد سبق للمشرع الجزائري وأن عرف الإشهار في القانون رقم (02/04)² المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه كل إعلان يهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة³.

وقد ألزم القانون رقم (05/18) المورد الإلكتروني بموجب أحكام نصوص المواد (30) منه وما بعدها لدى لجوئه إلى إشهار أو ترويج أو توجيه رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري باستعمال وسائل الاتصال الإلكتروني أن تحترم كما سماها المشرع المقترضيات التالية:

- أن تكون هذه الإشهارات والرسائل محددة بوضوح لتفادي الغموض أو اللبس الذي قد يقع فيه المستهلك الإلكتروني والذي قد يؤثر على صحة رضاه عند التعاقد.
- أن يحتوي الإشهار أو الرسالة على المعلومات الكافية لتحديد هوية المورد الإلكتروني.
- ألا تمس تلك الإشهارات والرسائل بالآداب العامة والنظام العام
- أن يحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا، أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.

¹ - يراجع في ذلك الفقرة السادسة من المادة (06) من القانون (05/18) السالف الذكر.

² - القانون رقم (02/04) المؤرخ في 23 يوليو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ج ر عدد 41 المؤرخة في 2004/06/27.

³ - يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص 62.

- أن يسمح الإشهار أو الرسالة من التأكد أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة.

كما ألزم القانون (05/18) بموجب المادة (32) المورد الإلكتروني بأن 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.

هذا وقد منع المشرع الجزائري الاستبيان المباشر¹ باستعمال معلومات شخص طبيعي لم يبد موافقته المسبقة لتلقي استبيان مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني، وألقى عبئ إثبات الموافقة المسبقة على المورد الإلكتروني في حالة وقوع نزاع.

وعملا بالحضر الذي فرضه المشرع والمتعلق بمنع التعامل في بعض المنتجات والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية²، فقد منع المشرع بموجب المادة (34) من ذات القانون نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لتلك المنتجات والخدمات المحظور التعامل بها.

الفرع الثاني: الالتزام بتقديم عرض تجاري مسبق

حاول المشرع الجزائري توفير حماية للمستهلك لدى تعاقدته مع المتدخل³، وبهدف تحقق رضا صحيح ألزم القانون رقم (03/09) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بإعلام المستهلك،

¹ - وإن كان المشرع الجزائري لم يعرف في القانون (05/18) ولاسيما المادة السادسة منه المقصودة بالاستبيان المباشر، إلا أنه لدى الرجوع لنص المادة (31) من نفس القانون يتضح وأنه بعث إشهارات ورسائل لشخص معني ببناء على معلومات هذا الأخير لإبداء رأيه حول المنتج أو الخدمة المروج لها.

² - المنتجات والخدمات المحظورة هي تلك المنصوص عليها في المادتين 3 و5 من القانون رقم (05/18) وهي: -لعاب القمار والرهان واليانصيب؛ -المشروبات الكحولية والتبغ؛ -المنتجات الصيدلانية؛ -المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية؛ -كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به؛ -كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي. وهي في حقيقة الأمر تأكيد على الحضر الوارد في القواعد العامة والقوانين الخاصة بالممارسات التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش ولا سيما القانون رقم (03/09) المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، ج ر عدد 15 المؤرخة في 08/03/2009.

³ - عرفت المادة الثالثة من القانون رقم (03/09) المتعلق بحماية المستهلك المتدخل بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك.

وذلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك وذلك بواسطة الوسم¹ ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة².

إلا أن الأحكام والآليات السالفة الذكر تتعلق بعقود الاستهلاك التقليدية، دون تلك التي يتم إبرامها بالوسائل الإلكترونية ونعني بها العقد الإلكتروني، لذلك تدخل المشرع من خلال القانون رقم (05/18) ونظم المرحلة السابقة لإبرام العقد أو كما يسميها البعض بمرحلة التفاوض، أين أوجب طبقا لنص المادة العاشرة منه أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني، الهدف منه معرفة هوية المورد الإلكتروني والتأكد من عناوينه المادية والإلكترونية، كذلك الاطلاع على الشروط التعاقدية والتنفيذ، وتفاصيل الطلبية، لا سيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة، هذا لأن الالتزام بالإعلام يشمل كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد وتفصيلاته وهوية المتعاقد³.

كما يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، وقد حدد المشرع الجزائري الحد الأدنى من المعلومات الإلزامية التي يجب أن يحتويها العرض والتي يمكن تقسيمها إلى:

أولاً: بيانات أو معلومات تتعلق بالمورد الإلكتروني

- رقم التعريف الجبائي الخاص بالمورد الإلكتروني، وعناوينه المادية والإلكترونية، ورقم هاتفه، حتى يتأكد المستهلك الإلكتروني من وجوده الفعلي والحصول على عنوانه لتبليغه في حالة تنفيذ العقد والإشكالات والمنازعات المترتبة عنه، كما أن التعريف يمثل هذه البيانات عبر الوسائط الإلكترونية يبعث الثقة في المستهلك⁴.

1 - عرفت كذلك المادة الثالثة من القانون رقم (03/09) الوسم بأنه كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها.

2 - ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2008-2009، ص 163.

3 - أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني (قبل التعاقد في العقود الإلكترونية دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2018، ص 31.

4 - قصار الليل عائشة، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور - الجلفة، المجلد 09، العدد 03، سبتمبر 2016، ص 83.

- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية، والغرض منها التأكد بأن المورد الإلكتروني تتوفر فيه شروط ممارسة التجارة الإلكترونية¹.

ثانيا: المعلومات المتعلقة بالمنتج

- نظرا لخصوصية المعاملة الإلكترونية وعدم الاتصال المباشر ومعاينة السلعة من قبل المستهلك الأمر الذي يستدعي أن يتضمن العرض التجاري معلومات تتعلق بالمنتج وهي:
- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
 - حالة توفر السلعة أو الخدمة².

ثالثا: المعلومات المتعلقة بشروط وتنفيذ العقد:

- الشروط العامة للبيع، ولا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- كفاءات ومصاريف وآجال التسليم.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
- طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا.
- كفاءات وإجراءات الدفع.
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء.
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
- مدة صلاحية العرض وشروط وآجال العدول عند الاقتضاء.
- طريقة تأكيد الطلبية.
- موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكفاءات إلغاء الطلبية المسبقة، عند الاقتضاء.
- طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه.
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية، عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.

وقد تعكس هذه البيانات حرص المشرع على التدقيق في تنظيم التزام المورد بالإعلام، لأنه التزام بتحقيق نتيجة على عكس ما يراه البعض بأنه التزام ببذل عناية على اعتبار أن البائع لا يتحكم في نتيجة

¹ - وهي الشروط المنصوص عليها في المواد 08 و 09 من القانون (05/18) السالف الذكر.

² - يراجع في ذلك المادة (11) من القانون (05/18) السالف الذكر.

البيانات التي يقدمها للمستهلك، ولا يمكن أن يلزم هذا الأخير بإتباعها، بل يتعاهد فقط ببذل كل ما يستطيع من أجل إحاطته علما بالبيانات¹.

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام اللاحق لمرحلة التفاوض

بعد عملية الإشهار وتقديم العرض التجاري المسبق من قبل المورد الإلكتروني تأتي مرحلة تأكيد الطلبية التي تؤدي إلى تكوين العقد، والتي حرص فيها المشرع أن توثق المعاملة التجارية الإلكترونية بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك.

كما ألزم المشرع المورد الإلكتروني في إطار التزامه بالإعلام اللاحق لإبرام العقد بإرسال العقد المصادق عليه من المستهلك والفاتورة لهذا الأخير.

الفرع الأول: الالتزام بتوثيق المعاملة التجارية

قسم المشرع الجزائري مراحل طلبية المنتج أو الخدمة في المعاملة الإلكترونية إلى ثلاث مراحل إلزامية² وهي:

المرحلة الأولى: وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتمكن من التعاقد بعلم ودراية تامة.

المرحلة الثانية: التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لا سيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكنه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

المرحلة الثالثة: تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد، وقد حرص المشرع على أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه بصراحة، ويقصد بذلك أن يصادق هذا الأخير على العقد الإلكتروني كتوثيق للمعاملة التجارية التي تمت ما بين الطرفين، لذلك أوجب ألا تتضمن الخانات المعدة للمء من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره.

¹ - كريمة بركات، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017، ص 292، راجع كذلك بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام ل م د، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، 2017-2018، ص 148.

² - يراجع في ذلك المادة (12) من القانون (05/18) السالف الذكر.

كما حددت المادة (13) من نفس القانون المعلومات التي يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني وهي:

- الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات.
- شروط وكيفيات التسليم.
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.
- شروط فسخ العقد الإلكتروني.
- شروط وكيفيات الدفع.
- شروط وكيفيات إعادة المنتج.
- كيفيات معالجة الشكاوى.
- شروط وكيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.
- الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء.
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع.
- مدة العقد حسب الحالة¹.

الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بإرسال العقد والفاتورة للمستهلك

بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الإلكتروني مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤدي خدمات آخرين، دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم².

وبالرجوع إلى الفصل الخامس من الباب الثاني للقانون رقم (05/18) المحدد لواجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته، فقد ركز المشرع الوطني على الالتزام بتمكين المستهلك من العقد والفاتورة، وتخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها.

وفقاً لما سبق ذكره وطبقاً لأحكام المادة (10) من القانون (05/18) فإنه يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك، لذلك نصت المادة (19) من نفس القانون على أن المورد الإلكتروني ملزم بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني.

¹ - وقد رتب المادة (14) من القانون (05/18) السالف الذكر على عدم احترام المادة (13) المذكورة أعلاه من طرف المورد الإلكتروني، الحق للمستهلك الإلكتروني في المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به.

² - يراجع في ذلك المادة (18) من القانون رقم (05/18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

والغرض من هذا الالتزام حتى يكون للمستهلك الإلكتروني سندا يثبت إبرام المعاملة التجارية، ويتحقق من احترام المورد الإلكتروني للالتزامات المنصوص عليها في القانون رقم (05/18) ولاسيما المعلومات الإلزامية المنصوص عليها بالمادة (13) من نفس القانون والتي يؤدي تخلفها إلى حق المستهلك الإلكتروني في إبطال العقد.

كما ألزم القانون السالف الذكر المورد الإلكتروني بإعداد فاتورة عند كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وتسلم للمستهلك الإلكتروني¹، وهذا امتداد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي نصت على وجوب تحرير الفاتورة عند كل بيع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين²، أما فيما يخص المستهلك فقد أوجبت أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمات لهذا الأخير محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون³. وبالتالي وبموجب القانون (02/04) فقد ألزم المشرع الفاتورة فيما بين الأعوان الاقتصاديين أما إذا كان التعامل مع المستهلك فهي غير وجوبية إلا إذا طلبها المستهلك.

يتضح مما سبق ذكره وعلى عكس ما ورد في القانون (02/04)، فالمورد الإلكتروني ملزم بإعداد فاتورة عند كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة وتسليمها للمستهلك الإلكتروني ولو لم يطلبها هذا الأخير.

وقد أحال إعداد الفاتورة للتشريع والتنظيم المعمول بهما ويقصد بذلك المرسوم التنفيذي رقم (468/05)⁴ المحدد لشروط تحرير الفاتورة من خلال البيانات الإلزامية سواء تلك المتعلقة بالبائع أو تلك المتعلقة بالمشتري.

كما تطرقت المادة (04) من نفس المرسوم إلى الختم الندي وتوقيع البائع إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني كما تنص عليه أحكام المادة (11) من نفس المرسوم، هذه الأخيرة التي سمحت بتحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الإلكتروني الذي يتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو لأكثر بتبادل الفواتير عن بعد.

¹ - يراجع في ذلك المادة (20) من القانون رقم (05/18) السالف الذكر.

² - عرفت المادة (03) من القانون رقم (02/04) المؤرخ في 23 يوليو 2004 المتعلقة بالممارسات التجارية ج ر عدد 41 المؤرخة في 2004/06/27 العون الاقتصادي بأنه كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدمة خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في إطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها.

³ - محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 88 وما يليها.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم (48/05) المؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2005، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر عدد 80 المؤرخة في 2005/12/11.

ويمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب الفاتورة في شكلها الورقي ومن ثم تخضع في شكلها للشروط المنصوص عليها بالمواد من (03) إلى (11) من المرسوم التنفيذي رقم (468/05) السالف الذكر. وفي حالة عدم إعداد المورد للفاتورة تطبق عليه العقوبات المنصوص عليها في القانون رقم (02/04) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولاسيما المواد (33) و(34) المتعلقة بعدم الفوترة أو الفاتورة غير المطابقة¹.

الفرع الثالث: الإلزام بإعلام المركز الوطني للسجل التجاري بالمعاملات التجارية المنجزة

المورد الإلكتروني ملزم بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري، وقد أحال تحديد كفاءات تطبيق أحكام هذه المادة للتنظيم²، والغرض من ذلك هو بسط الرقابة على الموردين الإلكترونيين الذين يخضعون في هذا السياق للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك.

وتتم كفاءات الرقابة ومعاينة المخالفات المنصوص عليها في القانون رقم (05/18) السالف الذكر حسب نفس الأشكال المحددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما، لا سيما تلك المطبقة على الممارسات التجارية وعلى شروط ممارسة الأنشطة التجارية وعلى حماية المستهلك وقمع الغش.

كما أن حفظ السجلات للعمليات التجارية المنجزة في المركز الوطني للسجل التجاري يخفف من عبء الإثبات على المستهلك الإلكتروني في حالة قيام منازعة مع المورد الإلكتروني على معاملة تجارية قد ينكرها هذا الأخير أين يمكن للجهة القضائية المختصة الأمر بالتحقق في مركز السجل التجاري من صحة إبرام تلك المعاملة.

زيادة على ذلك وحرصاً وضماناً على سرية البيانات التي قد يتحصل عليها المورد الإلكتروني والخاصة بالمستهلك إثر معاملة تجارية قامت ما بينهما أو محتملة عني المشرع الجزائري بتوفير حماية للمستهلك أين ألزم المورد لدى جمعه للمعطيات ذات الطابع الشخصي الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية، وفي هذا الإطار فإن المورد الإلكتروني ملزم

¹ - تنص المادة (33) من القانون رقم (02/04) على أنه: "دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته"، كما تعتبر فاتورة غير مطابقة طبقاً لنص المادة (34) من نفس القانون، كل مخالفة لأحكام المادة (12) من هذا القانون، مع العلم أن هذه المواد قد أحالت إليها (44) من القانون (05/18) السالف الذكر.

² - يراجع في ذلك نص المادة (25) من القانون رقم (05/18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

بالحصول على موافقة المستهلك المسبقة قبل جمع البيانات، لكن بالرجوع إلى الفصل الخاص بالجرائم والعقوبات فإن المشرع الجزائري لم يرتب أي جزاء على مخالفة هذا الالتزام، ما يعني أنه في هذا الوضع تطبق العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات¹، والقانون رقم (04/09) المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال².

كما يضمن المورد الإلكتروني أمن نظم المعلومات وسرية البيانات التي تحصل عليها عند إبرامه للمعاملات التجارية أو تلك المحتملة مع الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، وقد أحالت المادة (26) من القانون رقم (05/18) تحديد كفيات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها للتشريع والتنظيم المعمول بهما، وعلى سبيل المثال أحكام القانون رقم (04/15) المتعلق بالتصديق والتوقيع الإلكترونيين³.

المبحث الثاني: الآثار المترتبة على إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بالإعلام

تطرق المشرع الجزائري إلى الجزاءات المترتبة عن إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بالإعلام، السابق أو اللاحق لإبرام العقد، ومن خلال تحليل النصوص ذات الصلة، فقد نص القانون على إمكانية إبطال العقد ورد الثمن والتعويض عن الضرر، كما رتب الغلق والشطب في حالة ارتكاب أحد الجرائم المنوه عنها في الفصل الثاني للباب الثالث من القانون رقم (05/18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: حق المستهلك الإلكتروني في إبطال العقد واستعادة الثمن

وفقا للقواعد الآمرة المنصوص في القانون (05/18) ولاسيما تلك الواردة في المواد (10) و(13) منه فإن مخالفتها يعطي الحق للمستهلك الإلكتروني في إبطال العقد، كما أن إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته يترتب عليه رد الثمن، دون المساس بحق المستهلك الإلكتروني في التعويض.

¹ - الأمر رقم (156/66) المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج ر عدد 46 المؤرخة في 1966/08/11.

² - القانون رقم (04/09) المؤرخ في 05 غشت 2009، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر 47 عدد المؤرخة في 05 غشت 2009.

³ - القانون رقم (04/15) المؤرخ في 01 فيفري 2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر عدد 06 المؤرخة في 2015/02/01.

الفرع الأول: إبطال العقد

المورد الإلكتروني كما سبق ذكره ملزم بتقديم عرض تجاري مسبق يعرف فيه هويته وتسجيله في السجل التجاري وعن السلعة والخدمة محل العقد الإلكتروني وشروط البيع والضمان إضافة إلى شروط ومواعيد العدول أو التسليم أو صلاحية العرض.

كما يتعين عليه توثيق المعاملة التجارية بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني.

ولم يكتف القانون (05/18) السالف الذكر عند هذا الحد فقد حدد البيانات الإلزامية التي يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني، ورتب على تخلفها حق المستهلك في أن يطلب إبطال العقد.

ويلاحظ من خلال صياغة المادة (14) من القانون (05/18) وأنها قد استعملت مصطلح الإبطال وليس البطلان، وطبقا للقواعد العامة ولاسيما نص المادة (99) من القانون المدني فإن الإبطال هو حق يخوله القانون لأحد المتعاقدين ولا يمكن للمتعاقد الآخر أن يتمسك بهذا الحق، ما يعني أنه ليس ببطلان مطلق وليس لكل ذي مصلحة أن يتمسك به ولا للمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها¹.

وهناك من يرى بأنه يمكن للمستهلك أن يطالب بإبطال العقد استنادا إلى نظرية عيوب الإرادة، كالغلط في الصفة الجوهرية للسلع أو الخدمة، أو الغلط في صفة من صفات المتعاقد معه².

ويزول حق إبطال العقد بالإجازة الصريحة أو الضمنية³، ويسقط هذا الحق طبقا للقواعد العامة إذا لم يتمسك به صاحبه خلال خمس سنوات، بالتالي فإن للمستهلك الإلكتروني الحق في إبطال العقد في حالة عدم قيام المورد الإلكتروني بعرض تجاري مسبق للمعاملة التجارية الإلكترونية أو عدم توثيقها بعقد إلكتروني يتضمن المعلومات الإلزامية المنصوص عليها قانونا، ولا يمكن للموردين الإلكترونيين التمسك بحق الإبطال، لأن القانون أعطى هذا الحق للمستهلك دون غيره.

¹ - علي فيلالي، الالتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، الجزائر، 2005، ص 251.

² - سامية بويزري، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة، 2017-2018، ص 48.

³ - يراجع في ذلك نص المادة (100) من القانون المدني، راجع كذلك حسين تونسي، انحلال العقد دراسة تطبيقية حول البيع وعقد المقاول، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص 83.

الفرع الثاني: رد الثمن والتعويض عن الضرر

بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الإلكتروني مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤدي خدمات آخرين.

ويمكن للمورد الإلكتروني أن يتحمل من كامل مسؤوليته أو جزء منها إذا أثبت أن عدم التنفيذ أو سوءه يعود إلى المستهلك الإلكتروني أو إلى قوة القاهرة.

والمورد الإلكتروني ملزم بتسليم المنتج خلال الأجل المحدد في العقد وبالمقدار المتفق عليه طبقاً للقواعد العامة¹، وإذا تجاوز هذا الأجل للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته، خلال مدة أقصاها (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، بالمقابل يكون المورد الإلكتروني ملزم بأن يرجع إلى المستهلك المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل خمسة عشر يوماً ابتداء من تاريخ استلامه المنتج².

كما يكون المورد الإلكتروني ملزماً بإرجاع المبالغ المدفوعة في المعاملة التجارية الإلكترونية في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيباً ولم يستطيع هذا الأخير تسليم منتج جديد موافق للطلبية أو كان إصلاح المنتج المعيب غير ممكن أو مرهقاً، ففي هذه الحالة تلغى الطلبية ويكون ملزماً بإرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلامه المنتج.

لكن لا يكون للمستهلك الإلكتروني الحق في استرداد المبلغ ورد المنتج إلا إذا أعاد هذا الأخير في غلافه الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة (04) أيام من تاريخ التسليم الفعلي، مع الإشارة إلى سبب الرفض³.

ويجوز كذلك للمستهلك الإلكتروني استرداد الثمن في حالة دفعه للمورد الإلكتروني قبل توفر المنتج في المخزون، لأنه لا يمكن أن تكون الطلبية المسبقة محل دفع إلا في حالة توفر المنتج في

¹ - محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر العربي، 2006، ص 162.

² - يراجع في ذلك المادة (22) من القانون رقم (05/18) السالف الذكر.

³ - يراجع في ذلك نص المادة (23) من القانون رقم (05/18) السالف الذكر.

المخزون أين تتحول تلك الطلبية المسبقة بصفة ضمنية إلى طلبية مؤكدة والثمن في هذه الحالة مستحق الدفع.

إضافة إلى حق المستهلك الإلكتروني في إبطال العقد واسترداد الثمن أقر القانون (05/18) لهذا الأخير الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه جراء إبطال العقد أو عدم احترام آجال التسليم أو التسليم المعيب أو غير المطابق للمنتج المتفق عليه وقت إبرام العقد وفي هذا السياق تطبق أحكام نص المادة (176) وما يليها من القانون المدني في مسألة تقدير التعويض¹.

المطلب الثاني: التعليق الإداري لتسجيل أسماء النطاق

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

وكما هو الحال في جميع النشاطات التجارية يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعة التقليدية والحرفية، لذلك وكما سبق ذكره تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

ولا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، هذا الاسم عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام أو كلاهما مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.

وقد نص قانون التجارة الإلكترونية في الفصل الثاني من الباب الثالث المتعلق بالجرائم والعقوبات على عقوبة إدارية تسلط على المورد الإلكتروني وهي تعليق تسجيل أسماء النطاق من قبل الهيئة المؤهلة لمنح تلك الأسماء في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة وذلك في حالتين هما:

الحالة الأولى: إذا قام أي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر باقتراح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، أين تقوم الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر، بناء على مقرر من وزارة التجارة بالتعليق الفوري لتسجيل أسماء

¹ - زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية، دار الأمل للطباعة، الجزائر، 2008، ص 165.

النطاق لهؤلاء الأشخاص، ويبقى تعليق هذا الموقع الإلكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته، أي التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة، وإدراج أسمائهم في البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري والذين يمارسون نشاط التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الحالة الثانية: تتعلق بحالة ارتكاب المورد الإلكتروني أثناء ممارسته لنشاطه، مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية¹، أين يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة.

كما حدد المشرع طبيعة هذا التعليق ومدته، أين اعتبرته تعليقا تحفظيا لاسم النطاق، ولمدة لا تتجاوز الثلاثين (30) يوما²، إلا أنها لم تبين ما إذا كان قرار الغلق قابل للطعن من عدمه، ومدى إمكانية المطالبة بالتعويض في حالة الغلق التعسفي.

الخاتمة

أصبحت التجارة الإلكترونية واقعا مفروضا خاصة على الدول التي لا تزال تجربتها فتية في مجال الاتصال والتعامل بالوسائل الإلكترونية الأمر الذي استدعى جهودا دولية وأخرى وطنية لوضع إطار قانوني ينظمها، والجزائر تعتبر متأخرة نوعا ما في تقنينها لهذا النوع من المعاملات التجارية مقارنة بالدول العربية.

إلا أنه يحسب للتشريع الوطني رغم هذا التأخر استفادته من التجارب التي مرت بها الدول السالفة الذكر، وأفرج عن القانون رقم (05/18) المنظم للتجارة الإلكترونية، من خلاله حدد نطاق تطبيق هذا القانون، وركز على التزامات المورد الإلكتروني خاصة تلك المتعلقة بالإعلام والتي كانت محل دراستنا ورتب على الإخلال بها جزاءات.

¹ - تنص المادة (46) من القانون رقم (02/04) على أنه: "يمكن للوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون (60) يوما، في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 10 و 11 و 12 و 13 و 14 و 20 و 22 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون. يكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام القضاء. وفي حالة إلغاء قرار الغلق، يمكن العون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة".

² - يراجع في ذلك المادة (43) من القانون (05/18) السالف الذكر.

ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- حدد المشرع الجزائري التزام المورد الإلكتروني بالإعلام بحسب مراحل المعاملة التجارية الإلكترونية سواء في الفترة السابقة لإبرام العقد أو اللاحقة له.
- نص القانون (05/18) على المواد المحظورة التعامل فيها في التجارة الإلكترونية ولاسيما تلك المنصوص عليها في الماد (03) و(05) منه، إلا أنه لم يحصرها واستعمل عبارة "كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به".
- عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني وحدد المقتضيات التي يجب على المورد الإلكتروني مراعاتها عند لجوئه إلى الترويج أو الإشهار بالسلع والخدمات.
- ركز القانون (05/18) المتعلق بالتجارة الإلكترونية على مرحلة التفاوض أين أُلزم المورد الإلكتروني بتقديم عرض تجاري مسبق يحتوي على جميع المعلومات المتعلقة بالمورد والمنتج وشروط العقد، كما أُلزمه بتوثيق المعاملة التجارية بموجب عقد الكتروني حدد الأدنى من البيانات الواجبة فيه.
- أقر قانون التجارة الإلكترونية بعد إبرام العقد الإلكتروني مسؤولية المورد الإلكتروني بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، ولاسيما تلك المتعلقة بتمكين المستهلك من العقد والفاتورة.
- رتب المشرع على الإخلال بالالتزام بالإعلام مجموعة من الجزاءات الغرض منها حماية المستهلك الإلكتروني من جهة من خلال منحه حق إبطال العقد الإلكتروني واسترداد الثمن وكذا التعويض عن الضرر، ومن جهة أخرى عقوبات ردية تتعلق بالغلق والشطب من السجل التجاري.
- وبناء على النتائج السالفة الذكر وعلى اعتبار حداثة القانون فإنه لا يسعنا تقييم أحكامه إلا بعد الممارسة العملية، لكن هناك بعض الاقتراحات المرتبطة ببعض الأحكام الواردة في ذات القانون وهي:
- الإسراع في إصدار النصوص التنظيمية المحددة لشروط وكيفيات تطبيق المادة السابعة (07) من القانون رقم (05/18) المتعلقة بالمعاملات التجارية العابرة للحدود لأنها أكثر المعاملات التجارية الإلكترونية انتشارا.
- وضع أحكام خاصة وآليات الرقابة على المورد الإلكتروني وما يتماشى وخصوصية هذه الأخيرة عوض الإحالة على أحكام الممارسات التجارية وشروط ممارسة الأنشطة التجارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش لتعلقها بالعقود التقليدية.
- تعديل المادة (43) من القانون (05/18) والنص صراحة على قابلية الطعن في قرار تعليق تسجيل أسماء النطاق للمورد الإلكتروني مع تحديد الجهة المختصة للنظر فيه وأجال الطعن.

- التمييز بين الشخص الطبيعي والمعنوي في ما يخص الجزاءات والعقوبات المقررة للمورد الإلكتروني في القانون (05/18) والإحالة إلى المادة 18 مكرر من الأمر رقم (156/66) المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

قائمة المصادر والمراجع

I- قائمة المصادر

أ- القوانين:

1. القانون رقم (83) لسنة 2000 المؤرخ في 19/08/2000 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، للجمهورية التونسية الصادرة بتاريخ 19/08/2000.
2. القانون رقم (85) لسنة 2001، المتعلق بقانون المعاملات الإلكترونية الأردني، المنشور على الصفحة 6010 من عدد ج ر الأردنية رقم 4524 الصادرة بتاريخ 31/12/2001.
3. القانون رقم (02/04) المؤرخ في 23 يوليو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ج ر عدد 41 المؤرخة في 27/06/2004.
4. القانون رقم (08/04) المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر عدد 52، المؤرخة في 18/08/2004.
5. القانون رقم (15/04) المؤرخ في 10/11/2004 المعدل والمتمم للأمر رقم (156/66) المؤرخ في 08/06/1966 والمتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 71، المؤرخة في 10/11/2004.
6. القانون رقم (10/05) المؤرخ في 20/06/2005، المعدل والمتمم للأمر رقم (58/75) المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 44 المؤرخة في 26/06/2005.
7. القانون رقم (03/09) المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، ج ر عدد 15 المؤرخة في 08/03/2009.
8. القانون رقم (04/09) المؤرخ في 05 غشت 2009، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر عدد 47 المؤرخة في 05 غشت 2009.
9. القانون رقم (04/10) المعدل والمتمم للأمر (11/03)، المتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 50، المؤرخة في 26/08/2010.
10. القانون رقم (04/15) المؤرخة في 01/02/2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر عدد 06، المؤرخة في 10/02/2015.
11. القانون رقم (05/18) المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28 المؤرخة في 16 ماي 2018.

ب-الأوامر:

12. الأمر رقم (156/66) المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج ر عدد46 المؤرخة في 11/08/1966.
13. الأمر رقم (58/75) المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر عدد78 المؤرخة في 30/09/1975.

ج- المراسيم:

14. المرسوم التنفيذي رقم (275/98) المؤرخ في 25/08/1998 الذي يضبط كفايات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها ر عدد 63 لسنة 1998، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم (307/2000) المؤرخ في 14/10/2000، ج ر عدد 60 لسنة 2000.
15. المرسوم التنفيذي رقم (48/05) المؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2005، المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكفايات ذلك، ج ر عدد 80 المؤرخة في 11/12/2005.
16. المرسوم التنفيذي رقم (181/09) المؤرخ في 12 مايو 2009، المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجنب، ج ر عدد 30، المؤرخة في 30/05/2009.

II- قائمة المراجع:

أ- الكتب:

19. أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني (قبل التعاقد في العقود الإلكترونية دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2018.
20. أيوب يوسف سالم محمد العبيدي، الالتزام بالإعلام في عقود التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2019.
21. حسين تونسي، انحلال العقد دراسة تطبيقية حول البيع وعقد المقاوله، دار الخلدونية، الجزائر، 2007.
22. زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية، دار الأمل للطباعة، الجزائر، 2008.
23. زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2017.
24. علي فيلاي، الالتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، الجزائر، 2005.

25. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، منشورات بغدادية، الجزائر، 2010.
26. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر العربي، 2006.
27. يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجائر، 2016.
- ب- الرسائل والأطروحات:
28. بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه نظام ل م د، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، 2017-2018.
29. ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2008-2009.
30. سامية بوبيزري، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة، 2017-2018.
- ج- المقالات:
31. قصار الليل عائشة، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور-الجلفة، المجلد 09، العدد 03، سبتمبر 2016.
32. كريمة بركات، حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الحقوق والحيات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017.