وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم حقوق

التزامات المورد الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية والمسؤولية الناجمة عن الإخلال بها

مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق.

تخصص: قانون أعمال.

إعداد الطالبين:

خليفة دراجي

مسعودة نافعي

إشراف الأستاذة:

أ.د/ أمال بوهنتالة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
سماح مهدي	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة 1	رئيسا
أمال بوهنتالة	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	مشرفا و مقررا
سارة عزوز	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة 1	مناقشا

دورة جوان

السنة الجامعية 2024/2023

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

قال تعالى:

﴿يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

[المجادلة: **11**]

الحمد و الشكر لله الذي وفقنا في إتمام هذا العمل المتواضع راجين من المولى عزّ وجل أن يكون مرجعاً يستند عليه كل طالب علم.

كما نتقدم بالشكر للأستاذة الفاضلة الأستاذة الدكتورة بوهنتالة أمال لقبولها الإشراف على هذا العمل ومتابعته في جميع مراحل إعداده و على تواضعها وصبرها و حرصها الشديد على إنجاحه، كما أن أنها لم تبخل علينا في جمع المادة العلمية والنصح والتوجيه المتواصل طيلة هذا المشوار فبارك الله فيك وجعلك ذخرا لوالديك.

كما نتقدم بالشكر للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذه المذكرة وعملهم على تصويبها.

ونشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع ولو بكلمة طيبة.

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم وعلى آله وصحبه أجمعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين

أهدي ثمرة عمليه هذا

إلى والدتي العزيزة أدامها الله لي التي أفاضت عليّ من فضلها وكرمها وغمرتني بحبها الصادق.

إلى والدي العزيز الذي عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني لما أنا عليه .

إلى من هم أنس عمري ومخزن ذكرياتي إخوتي و أخواتي حفظهم الله.

إلى من قاسموني حياة السكن الجامعي أصدقائي كل باسمه.

كامل الشكر و التقدير إلى أساتذتي بالأخص الدكتور خادم نبيل.

إلى كل من كان له أثر طيب على حياتي.

دراجي

من قال أنا لها نالها، و أنا لها إن أبت رغما عنها أتيت بها..

إلى من فارقني ففارقت الحياة دونك إلى من صنع مني فراقه امرأة بألف رجل، إلى روحك الطاهرة الصفية أبي اهدي نجاحي..

إلى العظيمة، التي علمتني مبادئ الحياة، إلى التي بنت لي برجا في ضباب السماء وراقبت مطلع نجاحي ، إلى التي بين يديها كبرت و في دفء قلبها احتميت و من عطائها ارتويت إلى أمي الغالية اهدي نجاحي.

إلى تلك التي ليست ككل النفوس، إلى تلك التي لا ترى الوجوه بعين قلبها تتدثر بحدسها العال مع يقينها الإلهي، إلى أختي حبيبتي سندي اهدي نجاحي.

إلى أولئك الذين علموني أنني استحق أن أكون قوية إلى الذين لم يخيبوا صوت الأمل الصغير بداخلي أن أياما مليئة بالهناء تنتظرني إلى أعزاء القلب إلى أصدقائي اهدي نجاحي.

إلى نفسي التي عزمت على بلوغ القمم ووقفت على ناصية أحلامها و قاتلت اهدي نجاحي.

إلى كل من ذكرهم القلب و لم يذكرهم القلم ..اهدي نجاحي

نافعي

قائمة المختصرات:

ج ر	الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
س ت إ	السجل التجاري الإلكتروني
ص	صفحة
ص.ص.	من الصفحة إلى الصفحة
ط	الطبعة
ج	الجزء
ق م ج	القانون المدني الجزائري
د ت ن	دون تاريخ نشر

مقدمة

تعد التجارة ركيزة من الركائز الإقتصادية لدول العالم أجمع منذ الأزل، فلا يكاد يخلو إقتصاد دولة ما من التبادل التجاري مع نظيرها من الدول الأخرى، هذا وتعد أيضا مضمار سباق إقتصادي خاصة للدول المتقدمة والتي تسعى دائما في تطوير تجارتها، ومع التطور التكنولوجي لشبكة الأنترنت في مجال التقنية والإتصال، جعل من العالم قرية صغيرة بتسهيل التواصل بين الشعوب، ومسايرة لهذا التطور أخذت التجارة مفهوما جديد و هو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية والتي من خلالها تتم المبادلات التجارية عن بعد، بواسطة شبكة الأنترنت، دون تحمل عناء التنقل لمكان وجود البائع أو مصدر السلعة أو مقدم الخدمة.

وقد أدى الإقبال على التجارة الإلكترونية إلى إنبثاق سوق إلكتروني نتج عنه نشوء العديد من المتاجر الإلكترونية الإفتراضية عبر الأنترنت، حيث أصبح المورد الإلكتروني يقوم بعمليات البيع وإبرام معاملات و عقود إلكترونية بينه وبين المستهلك الإلكتروني وهو في مكانه، وهو ما أدى بالمشرع الجزائري إلى إستحداث القانون 18-05[1] المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث عرف التجارة الإلكترونية في المادة 06 منه في فقرتها الأولى بأنها إقتراح المورد أو ضمان توفير منتجات أو خدمات عبر شبكة الأنترنت للمستهلك الإلكتروني، كما تطرق لتعريف المورد الإلكتروني في نفس المادة في الفقرة الرابعة بأنه كل من يقوم بإقتراح أو الترويج لسلع أو خدمات معينة عبر وسائل الإتصال الإلكترونية كما يمكن أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا.

ويترتب عن العقد الإلكتروني مجموعة من الإلتزامات تقع على عاتق كل من المستهلك والمورد الإلكتروني، وباعتبار أن المستهلك هو الطرف الضعيف في التعاقد انصرف التركيز على إلتزامات المورد الإلكتروني والتي نص عليها المشرع الجزائري في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، كما عالج المسؤولية المترتبة عن إخلاله بهاته الإلتزامات والعقوبات المقررة لها.

[1] قانون رقم 05/18، المؤرخ في 24 شعبان 1439هـ الموافق لـ 10 مايو سنة 2018م، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر رقم 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018م.

1- أهمية الموضوع: تتجلى أهمية هذه الدراسة من الناحية العلمية في كونها تعالج إلتزامات المورد الإلكتروني والمسؤولية المترتبة عن الإخلال بها، خاصة بعد أن إستحدث المشرع الجزائري قانون التجارة الإلكترونية بعدما ما كانت تحكمها القواعد العامة وقانون حماية المستهلك بالإضافة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهو ما يتطلب الوقوف على كل الإلتزامات التي أقرها له المشرع، ومعرفة درجة المسؤولية التي رتبها على المورد والناجمة عن إخلاله بهاته الإلتزامات.

أما أهميتها من الناحية العملية فتمكن في معرفة مركز المورد الإلكتروني في كافة مراحل إبرام العقد، وهذا من خلال تقيده بالإلتزامات المفروضة عليه قانونا، كما أن التطرق لهذه الإلتزامات تساعد في معرفة مدى تركيز المشرع الجزائري على التجارة الإلكترونية، ومساهمته في حمايتها.

2- أهداف الدراسة: تتمثل أهداف هذه الدراسة في تحديد إلتزامات التي فرضها المشرع على المورد الإلكتروني، وأنواع الجزاءات و المسؤولية الناشئة عن الإخلال بها خاصة في ظل القانون رقم 18-05، كما تهدف الدراسة إلى تبصير المستهلك بالضمانات المقررة له جراء هذه الإلتزامات باعتباره طرفا ضعيفا في العلاقة التعاقدية، وتشجيعه على التجارة الإلكترونية.

3- أسباب إختيار الموضوع: إن من الأسباب الذاتية لإختيارنا لهذا الموضوع راجع لخوضنا تجربة التسوق الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت، مما أحدث فينا التساؤل حول ما إذا كان المشرع قد كرس قوانين خاصة تنظم التجارة الإلكترونية، وأن المورد حر في التعاقد أم أنه مقيد بإلتزامات.

أما الأسباب الموضوعية التي قادتنا لهذا الموضوع، الإقبال الكبير على التجارة الإلكترونية، خاصة بعد تطور وسائل الإعلام والإتصال، كذلك الرغبة في الوقوف حول بعض المشاكل بخصوص التجارة الإلكترونية في الجزائر.

4- الإشكالية: أحدث التقدم التكنولوجي ثورة في مجال التجارة خاصة التجارة الإلكترونية، حيث أخذ التعاقد إلكترونيا رواجا كبير في العصر الحديث، وحسب طبيعة هذا التعاقد القائم بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، أوجب علينا الوقوف على أهم الإلتزامات

الملقاة على عاتق المورد الإلكتروني و صور المسؤولية الناجمة عن إخلاله بإلتزاماته، بناءا على ما سبق ذكره، فالموضوع محل الدراسة إنبثقت عنه الإشكالية التالية:

كيف نظم المشرع الجزائري إلتزامات المورد الإلكتروني والمسؤولية المترتبة عنه؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- فيما تتمثل إلتزامات المورد في مراحل التعاقد؟

- ماهي آثار إخلال المورد بإلتزاماته؟

5- المنهج المتبع: للإجابة عن هذه الإشكالية إعتمدنا على المنهج الوصفي في وصف طبيعة إلتزامات المورد الإلكتروني وأنواعها وصور المسؤولية الناجمة عن الإخلال بها، كذلك المنهج التحليلي في تحليل النصوص القانونية التي إحتوتها الدراسة.

6- خطة الدراسة: إرتأينا إلى تقسيم خطة البحث إلى فصلين، حيث تناولنا في الفصل الأول إلتزامات المورد الإلكتروني، وهذا من خلال ثلاث مباحث، المبحث الأول: إلتزامات المورد الإلكتروني السابقة للتعاقد، والمبحث الثاني: إلتزامات المورد الإلكتروني أثناء مرحلة التعاقد، وفي المبحث الثالث: إلتزامات المورد الإلكتروني بعد مرحلة التعاقد.

وتطرقنا في الفصل الثاني المسؤولية المترتبة عن إخلال المورد الإلكتروني بإلتزاماته، وهذا في مبحثين، المبحث الأول: المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني، والمبحث الثاني: المسؤولية الجزائية.

الفصل الأول:

إلتزامات المورد الإلكتروني

نتيجة التطور التكنولوجي الذي شهده العالم أضحت وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة المسموعة و المرئية ركيزة أساسية للتعامل في مختلف المجالات، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية التي تعتبر من أبرز وأهم أنشطة الاقتصاد الرقمي، حيث وجد فيها المهنيون من منتجين وموردين موزعين ومستهلكين هدفهم المنشود في الإعلان والترويج للسلع و الخدمات إضافة لإمكانية التعاقد عن بعد.

وأضحت هذه العقود تتم وتبرم في عالم افتراضي بين غائبين مكانياً وحاضرين زمنياً، إلا إن العقد الإلكتروني يضل شأنه شأن العقد التقليدي يقتضي توفير ضمانات كفيلة للأطراف والتزامات على عاتق المتعاقدين سواء الطرف المستهلك أو الطرف المورد، وقد تناول المشرع الجزائري في المادة 6 الفقرة 4 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 10-05-2018 تعريفا للمورد الإلكتروني بأنه "كل من يقوم بتسويق أو اقتراح خدمة معينة أو سلعة إلكترونياً سواء شخص طبيعي أو معنوي".

ونظرا لعدم إمكانية تحقيق التوازن بين طرفي العلاقة التعاقدية باعتبار المورد هو الطرف القوي في عقود التجارة الإلكترونية استوجبت التشريعات جملة من الإلتزامات المفروضة على المورد اتجاه المستهلك والتي تشمل كل مراحل العقد.

وهو ما سنفصله في هذا الفصل من خلال تقسيمه إلى ثلاثة مباحث التزامات المورد الإلكتروني السابقة للتعاقد (المبحث الأول)، التزامات المورد الإلكتروني أثناء مرحلة التعاقد (المبحث الثاني)، التزامات المورد بعد مرحلة التعاقد (المبحث الثالث).

المبحث الأول: التزامات المورد الالكتروني السابقة للتعاقد

تعتبر المرحلة السابقة على التعاقد من أهم المراحل ففيها توضع الأسس والركائز التي تسبق إبرام العقد، وذلك وفق ما تفرضه من التزامات، فقد عرّف الدكتور عبد الرزاق السنهوري الالتزام بوجه عام على انه:"حالة قانونية يرتبط بمقتضاها شخص معين بنقل حق عيني أو القيام بعمل أو بالامتناع عن عمل"[1].

وعليه فان الإلتزامات في المرحلة السابقة للتعاقد تنقسم إلى الالتزام بشروط ممارسة التجارة الإلكترونية(المطلب الأول) و التزامات المورد في مرحلة التفاوض(المطلب الثاني).

المطلب الأول: التزام المورد بشروط ممارسة التجارة الإلكترونية

من بين الإلتزامات التي فرضها المشرع على المورد الإلكتروني، نجد تلك التي تتعلق بصفة المورد، فقد نظم الالتزام بشروط ممارسة التجارة الإلكتروني في القانون 18-05 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية في نقطتين وهما الالتزام بالتسجيل في السجل التجاري (الفرع الأول) و الالتزام بالإيداع (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الالتزام بالتسجيل في السجل التجاري

اشترط المشرع الجزائري على المورد في المادة 8 من القانون 18-05 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية أن يقيد نشاطه التجاري في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية وهذا يختلف حسب طبيعة النشاط، و في حالة عرض منتوجه في موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية يجب أن يضيف في الجزائر بامتدادcom.dz مع ضرورة توفر الموقع الإلكتروني على آليات تتيح له التأكد من سلامته، وهو ما سنوضحه أدناه:

أولا. تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل تجاري:

يلتزم المورد الإلكتروني الذي يرغب في ممارسة التجارة الإلكترونية في تسجيل نشاط

[1] عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني نظرية الالتزام بوجه عام مصادر الالتزام**، ج 01، دار إحياء التراث العربي، بيروت لبنان، ص 114.

في سجل تجاري، من أجل أن تكون مزاولته لهذا النشاط مشروعة وبالتالي تحقق له حماية[1].

القيد في السجل التجاري إلزامي بموجب المرسوم التنفيذي رقم18-112 الذي يلزم التجار الذين لا يحوزون السجل التجاري التقدم بطلب لدى فروع المركز الوطني للسجل المختصة إقليميا من أجل الحصول على طلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية للحصول على الرمز الإلكتروني س.ت.إ، في حين نصت الفقرة 2 من المادة 07 من نفس المرسوم السالف الذكر على صلاحية مستخرجات السجل التجاري التي ليس لها رمز إلكتروني، فتنتهي صلاحيتها بمرور سنة واحدة ابتداء من نشر المرسوم في الجريدة الرسمية[2].

ثانيا. تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل الصناعات التقليدية والحرفي:

يجب على كل حرفي كان شخصا طبيعيا أو معنويا يود مزاولة نشاطه في التجارة الإلكترونية، بشكل مشروع تسجيل نشاطه في السجل الخاص بالسجل الصناعات التقليدية و الحرفية وهو ما نصت عليه المادة 8 من القانون 18-05.

ثالثا. نشر نشاط التجارة الإلكترونية في موقع إلكتروني:

ألزم المشرع الجزائري على المورد أن يتقيد بهذا الإجراء الشكلي وذلك في حالة نشر نشاطه على صفحة إلكترونية أو موقع إلكتروني مستضاف في الجزائر بامتدادcom.dz مع وجوب توفر الموقع على ما يسمح من التأكد من صحته[3].

---

[1] فريد عباس، سيف الدين رحالي،"**شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون رقم18-05**"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد الأول، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، 2020، 80، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/18 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/132170

[2] أنظر المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم18- 112، المؤرخ في 15افريل2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري، ج ر العدد21 الصادرة بتاريخ 15 أفريل 2018.

[3] فريد عباس، رحالي سيف الدين، المرجع السابق، ص 84.

الفرع الثاني: الالتزام بالإيداع لدى مصالح المركز الوطني

نص المشرع القانون 18-05 وألزم فيها الموردين على إنشاء بطاقة وطنية لدى المركز الوطني للسجل و التي تشمل على قائمة الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري و في سجل الصناعات التقليدية، وإيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، بعدها يتم نشر هذه البطاقة عبر الاتصالات الإلكترونية لتمكين المستهلك من الإطلاع عليها[1]، وذلك من أجل التأكد من فعلية الشركة أو المورد[2].

وهو ما سنوضحه:

أولا. نشأة البطاقة الوطنية للموردين لدى المركز الوطني للسجل التجاري:

بعدما يقوم المركز الوطني للسجل التجاري بالتأكد من أن المورد الإلكتروني تقيد بالشروط الموضوعية والإجراءات الشكلية يقوم بإدراج اسم المورد ضمن البطاقة الوطنية الخاصة بالموردين الإلكترونيين، مع إلزامية نشرها في موقع الاتصالات الإلكترونية من أجل تمكين المستهلك من الإطلاع عليها[3].

1-**مفهوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونين:** من أهم ما جسدته الإدارة الإلكترونية الجزائرية هو البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين في حين أن المشرع الجزائري لم يقم بتعريفها تعريفا دقيقا إنما أشار إليها في قانون التجارة الإلكترونية أنها وثيقة مرجعية مفصلة تضم مجموعة من المعلومات و البيانات عن الموردين الإلكتروني المتواجد عبر التراب الوطني الذين استوفوا الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، ينشئها المركز الوطني للسجل التجاري و يتولى نشرها لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني[4].

---

[1] أنظر المادة 09 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

[2] سهام مسكر،"**التزامات المورد في عقد البيع الالكتروني طبقا لأحكام القانون18-05**"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلد07، العدد01، جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف، 2021، ص2400، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/18 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/156792

[3] فريد عباس، رحالي سيف الدين، المرجع السابق، ص 84.

[4] أنظر المادة 09 من القانون 18-05 السالف الذكر.

ثانيا. تسجيل وإيداع اسم النطاق الإلكتروني:

عرّف المشرع الجزائري اسم النطاق في المادة 6 من قانون 18-05 بأنه عبارة عن مجموعة أحرف أو أرقام متسلسلة مسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق تمكن التعرف والدخول للموقع الإلكتروني.

يلتزم المورد الإلكتروني بتسجيل اسم النطاق لدى مصالح السجل الوطني لأسماء النطاق، بينما يتم إيداعه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، فعملية التسجيل وحدها لا تعني بدء نشاط التجارة الإلكترونية، بل يلتزم يجب أن تضاف لها عملية الإيداع لتمكينه من مزاولة نشاطه[1].

المطلب الثاني: التزامات المورد الإلكتروني في مرحلة التفاوض

تعتبر عملية التفاوض على العقد أو المرحلة السابقة لإبرام العقد النهائي من اخطر المراحل من الناحية القانونية والعملية وذلك لما تتطلبه من تبادل العروض والمقترحات بين الأطراف لهدف التوصل لاتفاق[2].

وباعتبار المورد هو الطرف القوي في العقد فتترتب عليه التزامات قبل التعاقد، وعليه قسمنا المطلب إلى فرعين يتضمن (الفرع الأول) الالتزام بالتقيد بضوابط الإشهار القانوني، ويتضمن (الفرع الثاني) الالتزام بالإعلام.

---

[1] كريمة شليحي، رضوان ربيعة،"**اسم النطاق الالكتروني لبصمة المورد في المعاملات الالكترونية**"، مجلة الدراسات القانونية والمقارنة، المجلد 08، العدد 22، جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف، عام 2022، ص503، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/20 عبر الموقع:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/208801

[2] العربي بلحاج، **النظام القانوني لمرحلة المفاوضات العقدية في ضوء القانون المدني الجزائري و المقارن**، دار هومة، الجزائر، 2019، ص 17.

الفرع الأول: الالتزام بالتقيد بضوابط الإشهار الإلكتروني

تم التطرق إلى أحكام الإشهار الإلكتروني ضمن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فأعطى تعريفا له بموجب المادة 6 في حين أورد شروطه في المواد 30 إلى 34 منه.

وسنوضح هذا الفرع من خلال تعريف الإشهار الإلكتروني (أولاً)، شروط الإشهار الإلكتروني (ثانياً) ثم التزامات المورد اتجاه الإشهار الإلكتروني (ثالثاً).

أولا. تعريف الإشهار الإلكتروني:

وِفق المشرع الجزائري فالإشهار الإلكتروني عرفته المادة 06 من قانون التجارة الالكترونية بأنه شكل من الإعلانات، التي يكون الهدف منها الترويج لسلعة ما أو لخدمة وذلك بواسطة مواقع التواصل الإلكترونية.

ثانيا. شروط الإشهار الإلكتروني:

نص قانون التجارة الإلكترونية على شروط الإشهار الإلكتروني وضوابطه، حيث أورد ذلك في مواد متتالية و ذلك ما سنبينه:

1- الشروط الشكلية للإشهار:

مراعاة للأحكام التشريعية و التنظيمية المعمول بها في هذا المجال ودون المساس بها، فأنها تتم بواسطة الاتصالات الإلكترونية و التي يجب أن تراعي المقتضيات التالية:

- أن تكون محددة بوضوح،
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه،
- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام،
- أن تقوم بتحديد طبيعة الإشهار ما إذ كان الهدف منه يشمل تخفيضا أو مكافأة أو كان العرض من أجل التنافس أو الترويج،

– التأكد من أن الشروط المستوفاة للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة[1].

إضافة إلى الشروط الشكلية التي يجب توفرها، فيشترط أيضا عدم استعمال معلومات شخص طبيعي لم يبد موافقته المسبقة من أجل تلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني[2].

2-الشروط الموضوعية للإشهار:

اشترط المشرع في المادة 03 من قانون التجارة الالكترونية من عدم نشر أي إشهار أو ترويج إلكتروني لكل منتوج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع و التنظيم المعمول بهما.

وهي المعاملات التي تتعلق بـ:

– لعب القمار والرهان و اليانصيب،

– المشروبات الكحولية و التبغ،

– 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 محظورة تستوجب إعداد عقد رسمي.

ثالثا. التزامات المورد الإلكتروني اتجاه الإشهار:

أوجب المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني بعض الضوابط التي يجب أن تكون متوفرة في الإشهار، ويمكن إجمالها فيما يلي:

[1] المادة 30 من القانون 18-05 السالف الذكر.

[2] المادة 31 من نفس القانون.

– إلزامية وضع المورد الإلكتروني لمنظومة إلكترونية يسمح بموجبها لكل شخص بالتعبير عن إرادته ورغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية بدون مبررات أو مصاريف.

– إلزامية المورد بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه.

– وجوب اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة[1].

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام الإلكتروني

الأصل في التعاقد الإلكتروني أن يتم بناء على رضاء مستنير من المستهلك أي الطرف الضعيف و هو ما يستلزم بطبيعة الحال ضرورة تطبيق الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني و عنصر الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد هو من الإلتزامات المستحدثة الذي يقع على عاتق المورد الإلكتروني.

من خلال هذا الفرع سنتطرق إلى المقصود بالإعلام قبل التعاقد (أولا)، والشروط الواجب توفرها في الإعلام (ثانيا)، والطبيعة القانونية للإعلام (ثالثا).

أولا. المقصود بالإعلام قبل التعاقد:

عرف من قبل شُراح القانون بأنه التزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الأخر قبل إبرام العقد، البيانات الضرورية و اللازمة من أجل تحقيق رضاء كامل سليم متنوّر، يمكن من خلاله المتعاقد الأخر بكافة تفاصيل العقد[2].

لم يعرف المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام من خلال قانون التجارة الإلكترونية 18-05، بل بالرجوع إلى قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش نجد أنه نص

[1] المادة 32 من القانون السالف الذكر.

[2] المهدي نزيه محمد الصادق، **الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بأنواع العقود**، دراسة فقهية قضائية مقارنة، ط01، دار النهضة العربية، مصر، د س ن، ص15.

على ضرورة قيام كل متدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات التي تتعلق بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى[1].

كما عرف أيضا الالتزام بالإعلام بموجب المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك بأنه:"كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة أو بواسطة أي وسيلة أخرى، بما في ذلك طرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي"[2].

ثانيا. مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد:

إن المورد الإلكتروني عبر الانترنت شأنه شان أي تاجر فهو ملزم بتمكين المستهلك بمعرفة و تحديد هويته، بالإضافة إلى إعلامه بكل البيانات الضرورية الخاصة بالتعاقد مع العرض المقدم[3].

1- تحديد هوية المورد الإلكتروني:

اشترط المشرع الجزائري في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية مجموعة البيانات الواجب توفرها في العرض و منها البيانات التي تحدد بها هوية المورد والمتمثلة في:

- رقم التعريف الجبائي، و العناوين المادية و الإلكترونية ورقم هاتف المورد الإلكتروني.

- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

---

[1] انظر المادة 17 من القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر رقم 15 مؤرخة في 2009/03/08، معدل ومتمم بالقانون 18-09 مؤرخ في 10جوان 2018، ج رقم 35 مؤرخة في 13جوان2018.

[2] انظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في 05 محرم 1435هـ، الموافق ل09 نوفمبر 2013م، الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58الصادرة في 2013.

[3] خلوي(عنان) نصيرة، **الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت "دراسة مقارنة"**، مذكرة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، مدرسة الدكتوراه للقانون الأساسي والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو-، 2013، ص 22، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/25 عبر الموقع:

https://dspace.ummto.dz/items/49774237-9ecf-4ade-bd1a-4562396efe89

تعتبر هذه المعلومات مهمة جدا في تحديد الهوية الحقيقة للمورد الإلكتروني، مما يحمي المستهلك من الهويات الوهمية التي قد يلجأ إليها بعض الأشخاص للتجرد من مسؤولياتهم و الاحتيال على المستهلكين[1].

2- تزويد المستهلك الإلكتروني بالمعلومات الخاصة بالمنتوج محل العرض:

و هو ما أشار إليه المشرع بموجب المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية السابق ذكره و التي نصت على؛ وجوب تقديم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مقروءة و مفهومة مع ضرورة تضمنه على الأقل طبيعة و خصائص و أسعار السلع أو الخدمات المقترحة.

يلتزم المورد بإعلام المستهلك قبل إبرام العقد عبر المنصات الإلكترونية ،بطبيعة و خصائص المنتوج و يختلف ذلك باختلاف المنتوج[2].

ثالثا. الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني:

اختلف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الإلكتروني، إذا يرى اتجاه أنه التزاما عقدي، في حين ذهب اتجاه أنه غير عقدي وجاء بعدها رأي يقول أنه التزام بتحقيق نتيجة أو بذل عناية[3].

---

[1] سيف الدين رحالي، **الضمانات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني**، أطروحة دكتوراه، جامعة أمحمد بوقره بومرداس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2024، ص 46، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/02/13 عبر الموقع:

http://dlibrary.univ-boumerdes.dz:8080/jspui/handle/123456789/13139?mode=full

[2] رفاوي شهيناز ، **الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقد الاستهلاك**، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة سطيف2، السنة الجامعية 2016، ص 76، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/02/13 عبر الموقع:

http://dspace.univ-setif2.dz/xmlui/handle/setif2/673

[3] كاب أمال، لالوش سميرة،"**الالتزام بالإعلام في العقد الطبي**"، مجلة بحوث في القانون و التنمية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، المجلد 01، العدد 01، سنة 2020، ص 46، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/02/13 عبر الموقع:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/208961

1- الالتزام بالإعلام التزام غير عقدي:

يقع الالتزام بالإعلام على عاتق المورد اتجاه المستهلك و يرى أنصار هذه النظرية أن الالتزام بالإعلام التزام مستقل عن العقد، وذلك كون المورد يقوم بكتابة البيانات الخاصة بالمتوجات قبل طرحها على الأسواق، بغية تنوير و تبصير المستهلكين، وهو ما يُبنى على أساسه أن طبيعة الالتزام غير عقدية لعدم نشوء العقد بين الطرفين أساسا[1].

2- الالتزام بالإعلام التزام عقدي:

يرى أصحاب هذا الرأي أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني ذو طبيعة عقدية، وأن المسؤولية الناشئة عنه هي مسؤولية عقدية تتسع في مجالات أخرى لتشمل أخطاء سابقة على إبرام العقد، فالفعل قد يكون سابقا على التعاقد إلا أن أثاره تظهر بعد إبرام العقد مثل ضمان العيوب الخفية[2].

3- الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية:

درج الفقه على تقسيم الالتزام من حيث غايته إلى التزام ببذل عناية، كما انه تبرأ ذمة المدين بمجرد بذل عناية كافية حتى ولو لم تحقق النتيجة[3]، إذ يكفي للمتدخل أن يدلي بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج التي تضمن السلامة، في نقس الوقت لا يمكنه إجبار المستهلك

---

[1] محمد زايد،"**الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك**"، مجلة أفاق علمية، المجلد 12، العدد 04، المركز الجامعي أمين العقال الحاج موسى أق أخموك لتامنغست، الجزائر، 2020، ص543، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/02/16 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/127539

[2] كاب أمال، لالوش سميرة، المرجع السابق، ص 46.

[3] محمد صبري السعدي، **الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزام، العقد و الارادة المنفردة**، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012، ص.ص24-25.

بإتباع ما يمليه عليه من توجيهات نظرا للدور الأساسي الذي يلعبه المستهلك في تحقيق النتيجة وذلك حسب موافقته أو رفضه للتوجيهات[1].

4- الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة:

يرى أصحاب هذا الرأي أن التزام المتدخل بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة، خاصة في مجال العقود الخطيرة و ذلك باعتبار إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بمخاطر الشيء محل البيع تحقق السلامة للمستهلك و تعفيه من عبء الإثبات[2].

المبحث الثاني: التزامات المورد الإلكتروني أثناء مرحلة التعاقد

بمجرد اقتران القبول بالإيجاب أي بمجرد أن يصل القبول إلى علم الموجب في التعاقد الإلكتروني يترتب الأثر القانوني وهو انعقاد العقد مما يرتب التزامات متقابلة لكل من طرفي العقد، والجزء الكبير من هاته الإلتزامات تقع على عاتق المورد الإلكتروني.

وتعتبر التزامات جوهرية في التعاقد، وبما أن التعاقد الإلكتروني يتم عبر شبكة الانترنت أكد المشرع على الحرص بتنفيذ هذه الإلتزامات.

وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث من خلال تقسيمه إلى الالتزام بالتسليم(المطلب الأول)، والالتزام بالضمان (المطلب الثاني).

---

[1] بشير سليم، سليمة بوزيد،"**الالتزام بالإعلام و طرق تنفيذه، وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش09-03**"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، الجزائر، 2014، ص.ص32-33، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/01 عبر الموقع:
https://www.asjp.cerist.dz/en/article/32905

[2] نبيل بن عدة، **الالتزام بالإعلام و توابعه في مجال قانون الاستهلاك-دراسة مقارنة-**، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، الجزائر، 2018، ص.ص 36-37، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/02/14 عبر الموقع: https://www.pnst.cerist.dz/detail.php?id=34916

المطلب الأول: الالتزام بالتسليم

إن تسليم المبيع يعد من احد أهم الإلتزامات الجوهرية التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية، يقوم به المورد الإلكتروني بعد تمام الإيجاب والقبول بينه وبين المستهلك الإلكتروني، ويتم من خلاله الاتفاق على زمان ومكان تنفيذه.

وهو ما سنفصله في هذا المطلب من خلال مضمون التسليم (الفرع الأول) و مطابقة الالتزام (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مضمون التسليم

يقصد بتسليم المبيع نقل ملكيته من البائع إلى المستهلك وتمكينه من التصرف فيه والانتفاع به على أن يكون مطابقا فيما تم الاتفاق عليه، ويترتب عليه انتقال تبعة هلاك المبيع إلى المستهلك[1].

كما على المورد تسليم المبيع للمستهلك مطابق للمواصفات والشروط التي تم الاتفاق عليها ويشمل ذلك كافة ملحقاته، ومنه لا ينقضي التزام المورد بمجرد تسليم المبيع بل يجب أن يكون مطابقا لرغبة المستهلك ومطابقاً لما تم الاتفاق عليه في العقد المبرم بينهم[2].

وهو ما أكدته المادة 364 من القانون المدني الجزائري[3] في نصها أن يتقيد البائع بتسليم المبيع في الحالة التي كان عليها وقت المبيع.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد أكد على تضمين كيفية التسليم في العقد الإلكتروني من خلال المادة 13 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

---

[1] السيد عبد الهادي محمد العيسوي، **العقود الالكترونية للمستهلك**، دار الوفاء القانونية، القاهرة، ط01، 2019، ص 147.

[2] عمرو محمد المارية، **عقد البيع الالكتروني أحكامه وآثاره- دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون المدني**-، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص 530.

[3] الأمر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر العدد 78، المعدل و المتمم بالقانون 05/07 المؤرخ في 13 مايو 2007، ج ر العدد 31.

الفرع الثاني: مطابقة التسليم

بما أن عقود التجارة الإلكترونية عقود تبرم عن بعد، فإنه يستحيل على المستهلك في هذه الحالة فحص ومراقبة المبيع قبل إبرام العقد، إلا بعد استلامها وهو ما قد يضعه موضع احتيال ونصب من طرف المورد، وبالتالي يقع على عاتق هذا الأخير التزام تسليم منتوج مطابق للطلبية[1].

لم يرد في قانون التجارة الإلكترونية أي نص على هذا الالتزام و بالرجوع إلى القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أنه في المادة 11 منه أكدت على إلزامية مطابقة المنتجات، وعلى أن يكون المنتوج يحقق رغبة المستهلك من حيث طبيعته ومميزاته الأساسية وتركيبته والنتائج المنتظرة منه وكيفية استعماله وشروط حفظه[2].

وأكدت المادة 12 من نفس القانون السالف الذكر على أنه يجب على المتدخل القيام برقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك وهذا تبعا للتشريعات المعمول بها.

باستقراء المادتين يتضح لنا المطابقة التزام مفروض على المتدخل أداءه عند قيامه بعرض منتوج ما.

الفرع الثالث: صور التسليم

سبق الإشارة أن العقد الإلكتروني محاكي تماما للعقد التقليدي، خاصة عنصر التسليم الذي يعتبر أحد العناصر الجوهرية للعقد، إلا أنه يجب التفريق بين التسليم التقليدي والتسليم الإلكتروني.

ومنه سنتطرق إلى التسليم التقليدي(أولا)، والتسليم الإلكتروني(ثانيا).

[1] رحالي سيف الدين، المرجع السابق، ص 230.

[2] رحالي سيف الدين، المرجع نفسه، ص 231.

أولا. التسليم التقليدي:

طبقا للقواعد العامة يتم التسليم عند إبرام العقد، كما يمكن أن يكون في أجل لاحق أو حسب ما تم عليه اتفاق الطرفين وعلى المورد نقل محل التعاقد للمستهلك في الآجال والمكان المحددين، يكون التسليم تقليدياً إذا كان خارج شبكة الانترنت بغض النظر عن طبيعة إبرام العقد[1]، كما يكون تسليماً فعلياً عند قيام البائع تسليم المبيع يدًا بيد للمشتري، أو بتحميل البضاعة في مخازنه، بالإضافة لذلك هناك التسليم القانوني والذي يتم تنفيذه وفقاً لتصرفات قانونية وليس مادية من طرف البائع[2].

ثانيا. التسليم الإلكتروني:

خلافاً للتسليم التقليدي هناك التسليم الإلكتروني والذي يتم عبر شبكة الأنترنت وهذا بواسطة:

1- الويب web:

تكون عملية التسليم الإلكتروني عبر الويب أي على مستوى شبكة الأنترنت عن طريق موقع المعلومات الرقمية باستعمال ما يسمى بالتحميل أو التعبئة[3]، حيث يقوم المورد الإلكتروني بإرسال المبيع للمستهلك وهذا الأخير يقوم بتحميله، والأمر سيّان في حالة ما إذا كان موضوع التعاقد عبارة عن خدمة ومثال ذلك أن يسمح المستهلك لشركة أمن إلكترونية

---

[1] فيروز قالية، "**التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مجلة القانون والمجتمع، جامعة احمد دراية-أدرار، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2020، ص 392، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/11 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/137648

[2] نضال سليم برهم، **أحكام عقود التجارة الإلكترونية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 99.

[3] عبد الرحمان بليلة،"**التسليم في عقد البيع الإلكتروني كآلية قانونية لحماية المستهلك**"، مجلة معارف، المجلد 16، العدد 02، جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة، ديسمبر 2021، ص 119، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/05/02 عبر الموقع:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/178225

بالولوج لجهازه والكشف عن فيروسات أو القيام بتثبيت برامج حسب متطلباته هنا نكون أمام تسليم معنوي، ويمكن أن يكون التسليم مادياً كأن يتم تنزيل البرامج أو الصور أو ملفات مهما كان نوعها وإدراجها في دعامة مادية كالأقراص المضغوطة والفلاش ميموري أو طباعتها[1].

2- البريد الإلكتروني:

يكون التسليم عبر شبكة الأنترنت عن طريق البريد الإلكتروني حيث يتم إرسال المبيع للمستهلك الإلكتروني مباشرة في بريده الشخصي[2] ومن ثم يقوم بإستلامه في شكل رقمي وله أن يحوله إلى دعامات مادية أو تركه على حالته الرقمية.

والجدير بالذكر أن التسليم عبر البريد الإلكتروني أسرع من التسليم عبر البريد العادي، كما أنه أكثر أماناً وحفاظا على المبيع.

الفرع الرابع: زمان ومكان التسليم

بما أن العقود الإلكترونية تبرم عن بعد عبر شبكة الأنترنت فمن البديهي أن يكون هناك تباين في زمان ومكان التسليم عن العقود التقليدية.

وهو ما سنفصل فيه في هذا الفرع من خلال زمان التسليم (أولا)، ومكان التسليم (ثانيا).

أولا. زمان التسليم:

إن مسألة تحديد زمان تسليم المبيع لها أهمية كبيرة لكل من المورد والمستهلك حيث تكمن أهميتها بالنسبة لهذا الأخير في قضاء حاجاته في وقت ملائم لظروفه، أما بالنسبة

[1] خشيبة حنان، **الحماية المدنية للمستهلك في المجال الإلكتروني**، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية، تلمسان، السنة الجامعية 2021-2022، ص 218، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/05/02 عبر الموقع: http://www.cu-maghnia.edu.dz/wp-content/uploads/2024/02

[2] عبد الرحمان بليلة، المرجع السابق، ص 120.

للمورد فعليه تنفيذ التزامه في الوقت الذي تتوافر تحت يده السلعة أو المبيع[1]، وعلى الرغم من أهمية زمن التسليم إلا أنه لم يرد أي نص في القواعد العامة ينظم ذلك، فيرجع الأمر إلى ما إتفق عليه الأطراف ضمن بنود العقد، وعند عدم الاتفاق أو لم يتم إيراد زمن التسليم في متن العقد فإنه يتم الرجوع إلى العرف المتعامل به[2].

وعلى ضوء هذا ومن خلال المادة 394 ق م ج نجد أن المشرع الجزائري نص صراحة أنه في حال لم يذكر زمن تسليم المبيع سواء في الاتفاق أو العرف، وجب تسليم المبيع وقت البيع[3].

أما فيما يخص القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فلم يحدّد بشكل دقيق مدة التسليم وهذا ما يعاب عليه فبهذا ترك الحرية للمورد في تحديد زمن التسليم وهو ما قد يشكل إضرارا بالمستهلك باعتباره الحلقة الأضعف في التعاقد الإلكتروني، و اكتفى فقط بالنص على تضمين آجال التسليم في العرض التجاري وهذا ما أكدته المادة 11 من نفس القانون[4].

و حماية للمستهلك الإلكتروني أقرّ له المشرع الجزائري من خلال المادة 22 من قانون 18-05 السالف الذكر أنه في حالة عدم احترام المورد لآجال التسليم للمستهلك أن يعيد إرسال المنتوج في أجل أقصاه (04) أيام إبتداءاً من يوم التسليم الفعلي للمنتج، وبالمقابل ألزم المورد الإلكتروني إرجاع المبلغ المدفوع للمستهلك خلال (15) يوماً من تاريخ تسلّمه للمنتج.

ثانيا. مكان التسليم:

بالنظر لطبيعة العقود المبرمة عبر الانترنت نجد إختلاف في مكان تسليم المبيع وبهذا يجب التمييز بين السلعة والخدمة المقدمة عبر الانترنت، فعندما يتعلق العقد بتقديم خدمة يتم تسليمها عبر الشبكة نفسها، أما إذا كان العقد تسليم سلعة فإنها ترسل إلى العنوان

[1] عمرو محمد المارية، المرجع السابق، ص 564.

[2] رحالي سيف الدين، المرجع السابق، ص.ص 220-221.

[3] أنظر المادة 394 من القانون المدني الجزائري.

[4] أنظر المادة 11 من قانون 18-05 السالف الذكر.

المحدد من قبل المستهلك، إذا فالالتزام بالتسليم لا يتم إلا عند وصول السلعة إلى المستهلك[1].

المطلب الثاني: الالتزام بالضمان

يعتبر الضمان بمثابة أداة لحماية المستهلك من أي تدليس أو غش يقوم به البائع أو المورد، فلا يكاد يخلو أي عقد من العقود المبرمة بين الأفراد من شرط الضمان، خاصة العقود الإلكترونية باعتبارها عقود تتم عن بعد، وعلى المورد الإلكتروني الحرص على تلبية رغبات المستهلك وتمكينه من الانتفاع بالمنتوج على أن يكون هذا الأخير سليم خالٍ من العيوب، فقد يحدث أن يشوب المبيع عيوب خفية لا علم للمستهلك الإلكتروني بها، كما للمورد ضمان التعرض للمستهلك بعد تسلمه للمنتوج.

وعليه سنتطرق إلى الالتزام بالضمان (الفرع الأول)، و الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الإلتزام بالضمان

عند إبرام عقد على سلعة ما أو منتوج معين، الأصل أن يكون هذا المنتوج أو السلعة قابلة للاستعمال للغرض المخصص لها[2]، دون وجود أي عيب يحول دون ذلك.

ومن خلال هذا الفرع سنتناول تعريف الضمان (أولا)، وصوره (ثانيا).

أولا. تعريف الضمان:

لم يتضمن قانون التجارة الإلكترونية تعريفا محدداً للضمان ولم ينظم أحكامه، وبالرجوع لقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أنه أورد بالمادة 19/03 تعريف الإلتزام بالضمان وهو قيام المتدخل عند ظهور عيب يمس المنتوج باستبدال هذا المنتوج أو

[1] السيد عبد الهادي محمد العيسوي، المرجع السابق، ص 153.

[2] مخلوفي عبد الوهاب، **التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت**، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر- باتنة، السنة الجامعية 2011-2012، ص 169.

إصلاحه أو رد ثمنه كما يلتزم بتعديل الخدمة وهذا كله على حسابه، الملاحظ أن المشرع ذكر مصطلح "المتدخل" وهو كل من يتدخل في عرض المنتجات الموجهة للإستهلاك كما قد يكون شخص طبيعي أو معنوي[1]، من خلال هذا التعريف نجد أن المتدخل و المورد الإلكتروني لهما نفس مبدأ العمل إلا أن هذا الأخير يعتمد على الإتصالات الإلكترونية في عمله.

ويقصد بالعيب "آفة تصيب الشيء المبيع فتنقص من قيمته الإقتصادية ومن منفعته"[2]، أو هو كل ما يدخل على المنتوج ويحدث فيه تغيرات تقلل من قيمته العملية أو أحد خصائصه الفنية، والتي تحول دون إستعماله الطبيعي والغاية المرجوة منه، وتجدر الإشارة أن العيب الخفي يمّس السلعة كما يمّس الخدمات.

ثانيا. صور الضمان:

طالما لم ينظم قانون التجارة الالكترونية الضمان فاستوجب علينا الاعتماد على القانون رقم 09-03 السالف الذكر والذي نصّ على نوعين من الضمان وهما:

1- الضمان القانوني:

وهو الذي أقره المشرع حماية للمستهلك حيث يستفيد منه عند شراء أجهزة أو أدوات أو آلات أو أي مادة أخرى بقوة القانون عند ظهور عيب بالمنتج كما أن هذا النوع من الضمان يمسّ الخدمات[3].

يفهم مما سبق أن المشرع منح للمستهلك الحق في شراء منتج أو الحصول على خدمة خالية من العيوب، كما مكّنه من صلاحية المنتج للعمل مدة زمنية من إستلامه له[4]، حيث

[1] أنظر المادة 7/03 من القانون 09-03 السالف الذكر.

[2] خليل أحمد حسن قدادة، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، ج4، (عقد البيع)، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، 2003-، ص173.

[3] أنظر المادة 13 من القانون 09-03 السالف الذكر.

[4] أمال بوهنتالة، **حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المعدل والمتمم**، ط 01، دار الإحسان للنشر والتوزيع، باتنة-الجزائر، 2022، ص 67.

جاء المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات ونص على مدة الضمان بالنسبة للمنتجات الجديدة تكون (06) أشهر وأما المنتجات المستعملة (03) أشهر[1]، بينما نص المشرع بالمادة رقم 23 في الفقرة الثانية من قانون 18-05 أنه في حالة ظهور عيب بالمنتج على المستهلك إعادته للمورد الإلكتروني في غلافه في مدة أقصاها (04) أيام من تاريخ إستلامه لهذا المنتج.

2- الضمان الإضافي:

نصت عليه المادة 18 من المرسوم 13-327 السالف الذكر وهو إلتزام يقوم به المتدخل زيادة للضمان القانوني دون تكلفة إضافية[2]، على أن يتضمن إلتزامات غير تلك التي أقرها في الضمان القانوني[3].

الفرع الثاني: الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق

كما أشرنا سابقا بأن العقد الإلكتروني مثله مثل العقود التقليدية، حيث يخضع لنفس القواعد والأحكام المقررة لها منها ضمان التعرض والاستحقاق، والذي يعتبر من أحد الإلتزامات المترتبة على المورد الإلكتروني.

وهو ما سنفصله في هذا الفرع من خلال ضمان التعرض (أولا) ثانيا وضمان الاستحقاق (ثانيا).

أولا. ضمان التعرض:

قد يكون التعرض صادر من المورد شخصياً أو من الغير و سنفصل في ذلك بالشكل الموالي:

[1] أنظر المادة من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر العدد 49، الصادرة في 2 أكتوبر 2013.

[2] أنظر المادة 03 من نفس المرسوم.

[3] أمال بوهنتالة، المرجع السابق، ص 68.

1- ضمان التعرض الشخصي:

وهو ضمان قائم على شخصية المورد نفسه نصت عليه المادة 371 من القانون المدني الجزائري، فبعد أن قام بنقل ملكية المبيع للمستهلك هنا يحظر عليه القيام بتصرفات من شأنها أن تحول دون إنتفاع المستهلك بالمبيع، قد يكون هذا التعرض ماديا كما قد يكون قانونيا.

فالتعرض المادي هو قيام المورد الإلكتروني بأفعال تجاه المستهلك الغرض منها عدم تمكينه من الانتفاع من المبيع بالشكل الذي يريد[1]، كقيام المورد بإرفاق فيروس ضمن البرنامج إذا كان المبيع يتمثل في برامج حاسوب.

أما التعرض القانوني يكون حين يدعي المورد الإلكتروني أن له حق يتعارض مع حق المستهلك في ملكية المبيع[2]، إنه ومما لا شك فيه عند لجوء المورد الإلكتروني للتعرض القانوني هذا بحد ذاته يعد خطورة قد تمس بسمعته المبنية على الائتمان مما يضّر بمصالحه التجارية من جهة ومصالح المستهلك من جهة أخرى.

2- التعرض الصادر عن الغير:

بالإضافة للتعرض الشخصي يلتزم المورد الإلكتروني بصد التعرض الصادر عن الغير تجاه المستهلك والذي يحُول دون الإنتفاع الكامل أو الجزئي للمبيع، على أن يكون هذا التعرض قانونيا أي إدعاء الغير حقّاً ثابتاً على المبيع سواء قبل انتقال الملكية للمستهلك أو

---

[1] مديحة بن زكري بن علو، فكنوس سميرة، "**الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة إلكترونيا تطبيقا لأحكام القانون 05/18**"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 02، جامعة عمار ثليجي-الأغواط، الجزائر، 2020، ص 558، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/05 عبر الموقع:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/126848

[2] شايب بوزيان، **ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الالكتروني**، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان، السنة الجامعية 2015-2016، ص 67، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/05 عبر الموقع:

http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/9544/1/Dchaib.pdf

وقت البيع ومنه يترتب على المورد الالتزام بدفع تعرض الغير وفي حالة ما إذا ثبت ما يدعيه الغير من حق على المبيع يلتزم المورد كذلك بتعويض المستهلك وهو ما يسمى بضمان الاستحقاق[1].

يُفهم من التعرض الصادر عن الغير أنه يلتزم به المورد فقط إذا كان التعرض قانونياً، فهو لا يضمن تعرض الغير الذي لايملك حق على المبيع وتنتفي مسؤوليته، وتقع مسؤولية هذا التعرض على المستهلك.

ثانيا. ضمان الاستحقاق:

إضافة لما سبق يلتزم المورد الإلكتروني بضمان الاستحقاق الصادر ضد المستهلك بموجب حق ثبت للغير قبل أو بعد البيع، لم ينّص عليه المشرع في قانون 18-05 لكن جاء به في القانون المدني المادة 371.

1- تعريف ضمان الاستحقاق:

ويمكن تعريف ضمان الاستحقاق بأنه حرمان المستهلك من كل أو بعض صلاحيات الانتفاع به وهذا راجع لإخفاق المورد عن دفع التعرض القانوني الذي صدر عن الغير[2]، وعلى هذا الأساس ينصرف إلتزام المورد من التنفيذ العيني إلى التنفيذ عن طريق التعويض.

حسب نص المادة 375 من القانون المدني الجزائري، يكون الاستحقاق كليا وذلك بنزع يد المستهلك من على المبيع لثبوت حق الغير عليه، ومثال على ذلك قيام المورد ببيع غرض مملوك للغير.

---

[1] شايب بوزيان، المرجع نفسه، ص 72.

[2] مزهود نور الدين، **التزامات البائع الالكتروني في التشريع الجزائري**، أطروحة دكتوراه الطور الثالث ل.م.د في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة-، السنة الجامعية 2023/2022، ص 81، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/10 عبر الموقع:

https://dspace.univ-msila.dz/items/c6cdd3c1-77ca-407d-bb8f-0e1c20614c22

أما الاستحقاق الجزئي يكون بنزع يد المستهلك جزئيا وذلك بإنقاص إنتفاعه بالمبيع، كأن يكون المبيع مرتبط بحق ليس ظاهر للمستهلك كحق الارتفاق أو تخصيص[1]، تناوله المشرع الجزائري في المادة 376 من نفس القانون.

2- دعوى الاستحقاق:

هي الدعوى المرفوعة من طرف الغير المدعي بوجود حقا عينيا أو شخصيا له على المبيع ضد المشتري، وحسب نص المادة 372 ق م ج على المورد الذي نقل ملكية المبيع للمستهلك الحلول محل هذا الأخير ليتولى مهمة الدفاع عنه على شرط أن يكون المستهلك قد قام بإخطار المورد في الوقت الملائم ليسهل عليه القيام بالإجراءات المناسبة فإذا رفض المورد ذلك وجب عليه الضمان، وحسب الفقرة الثانية من نفس المادة يفقد المستهلك حقه في الضمان إذا لم يخطر المورد في الوقت الملائم بوجود دعوى استحقاق وإذا أثبت المورد أن تدخله كان يؤدي لرفض دعوى الاستحقاق.

عند تعرض المستهلك لدعوى الاستحقاق وقام بدفعها لوحده دون تدخل المورد فإنه يرجع على هذا الأخير بالتعويض عن المصاريف التي تكبدها، ويتمثل في مصاريف دعوى الاستحقاق ومصاريف دعوى الضمان المرفوعة على المورد[2].

من خلال المادة 375 ق م ج للمستهلك كذلك مطالبة المورد عند نزع يده كلياً عن المبيع بقيمته وقيمة الثمار التي ردها للغير وتعويضه عما لحقه من خسائر وما فاته من كسب طبعا هذا إذا لم يقم المستهلك بطلب الفسخ أو إبطال العقد.

وفي حالة نزع اليّد الجزئي وعدم قيام المستهلك بفسخ البيع وكانت الخسارة لا تستحق ذلك فليس على المستهلك هنا سوى المطالبة بالتعويض عن الضرر الناجم عن نزع اليّد الجزئي[3].

---

[1] مزهود نور الدين، المرجع نفسه، ص 83.

[2] محمد حسين منصور، **أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 300.

[3] أنظر المادة 376 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

المطلب الثالث: الالتزام بتسليم فاتورة

من المتعارف عليه أن الأعمال والممارسات التجارية تقوم على مبدأ السرعة والائتمان بين المتعاملين سواء تجارة تقليدية كانت أو إلكترونية، خاصة وأن هذه الأخيرة تقوم بين أطراف افتراضيين حاضرين زمنيا وغائبين مكانياً وهو ما قد يؤثر على العلاقة التعاقدية من جهة المستهلك، لأنه وكما أشرنا سابقاً يعتبر الطرف الضعيف في هذه العلاقة، فنجد المشرع الجزائري بالإضافة إلى الالتزام بالتسليم والضمان أقرّ للمورد الإلكتروني التزام آخر ألا وهو الالتزام بتقديم فاتورة للمستهلك، وهذا لمسايرة التطور في مجال التجارة الإلكترونية،

وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الفاتورة الإلكترونية في (الفرع الأول)، و إلى شروط تقديمها في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الفاتورة الإلكترونية

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف الفاتورة، فمن الفقه من عرفها بأنها وثيقة مكتوبة تم تحريرها جراء عملية إبرام عقد بيع أو خدمة كما تعرف بأنها ورقة مكتوبة تحتوي على مجموعة من البيانات التي تحدد سعر المبيع وشروط وكيفيات التسليم[1].

كما اتجه بعض الفقه إلى تعريف الفاتورة الإلكترونية بأنها:"نظام منخفض التكاليف لمعالجة المعاملات التي تستفيد من تكنولوجيا المعلومات لتحويل عملية إعداد الفواتير اليدوية والورقية إلى صيغة إلكترونية أكثر فاعلية في معالجة رسائل البيانات والمحافظة على السجلات"[2].

---

[1] مهري محمد أمين، **النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري**، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق فرع قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2016-2017، ص 27، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/07 عبر الموقع:

https://theses-algerie.com/2772796893044622/these-de-doctorat/universite-benyoucef-benkhedda---alger-1

[2] نوارة حسين، "**الفوترة الإلكترونية آلية لتنشيط الإستثمارات**"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي – الأغواط–، المجلد 05، العدد 02، جوان 2019، ص 130، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/07 عبر الموقع:
https://www.asjp.cerist.dz/en/article/95417

بالرجوع لقانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 نجد أن المشرع الجزائري في المادة رقم 20 منه أكد على ضرورة إعداد فاتورة تسلم للمستهلك عند كل عملية بيع أو تقديم خدمة، وهو نفس ما أقره القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[1].

إن الغاية من توقيع هذا الالتزام على المورد هي الحفاظ على حقوق المستهلك فهي تعتبر الإثبات على وجود علاقة تعاقدية بينه وبين المورد الإلكتروني ولها حجية مطلقة تجاه هذا الأخير[2].

الفرع الثاني: شروط تحرير الفاتورة

كما أشرنا سابقاً من خلال المادة 20 من قانون التجارة الإلكترونية فإنه يجب على المورد الإلكتروني إعداد وتحرير فاتورة ويسلمها للمستهلك الإلكتروني عن كل بيع لمنتوج ما أو تأدية خدمة تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وقد أحالنا المشرع في ذات المادة إلى كيفيات إعداد الفاتورة وشروطها حسب التشريع التنظيم المعمول بهما.

وعليه سنتناول في هذا الفرع البيانات الواجب توافرها في الفاتورة بشكل عام وفقا للتشريعات والتنظيمات المعمول بها (أولاً)، ثم إلى الشروط الخاصة بالفاتورة الإلكترونية (ثانياً).

أولا. البيانات الواجب توافرها في الفاتورة:

ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني عند تحريره للفاتورة التقيد بمجموعة من البيانات، وهذا من خلال المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد شروط تحرير فاتورة وسند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك.

---

[1] قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر العدد 41، 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر العدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010.

[2] الصغير محمد مهدي، **قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة**، الإسكندرية، 2015، ص 194.

1-بالنسبة لبيانات البائع:

يجب أن تتضمن على اسم ولقب البائع إذا كان شخصاً طبيعياً أو تسميته إذا كان معنوياً مع عنوانه التجاري، بالإضافة لعنوانه و رقم هاتفه و رقم الفاكس مع البريد الإلكتروني عند الإقتضاء، مع تضمين الشكل القانوني للعون الاقتصادي و طبيعة النشاط و رأسمال الشركة و أرقام كل من السجل التجاري و التعريف الإحصائي، و طريقة الدفع و تاريخ تسديد الفاتورة و تاريخ تحريرها و رقم تسلسلها، كذلك تسمية السلع و كميتها أو تأدية الخدمات المنجزة، مع تبيان سعر الوحدة دون الرسوم بالإضافة للسعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المبيعة أو الخدمات و تحديد طبيعة الرسوم، و السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محررا بالأرقام و الأحرف[1].

2-بالنسبة لبيانات المشتري:

إذا كان شخصّاً طبيعياً فيتم إدراج اسمه ولقبه وعنوانه، وإذا كان شخصّاً معنوياً فيتم ذكر تسميته وشكله القانوني وطبيعة النشاط الذي يقوم به وعنوانه التجاري والإلكتروني ورقم هاتفه وكل ما يلزم للتعريف به، كما أكّد المشرع في نهاية المادة على إلزامية ذكر اسم ولقب المشتري وعنوانه إذا كان مستهلكاً في الفاتورة[2].

إضافة لما سبق نص المشرع على ضرورة التقيد بضوابط معينة عند تحرير الفاتورة، حيث يجب أن تكون واضحة لا تتضمن أي حشو أو شطب لبيانات معينة، وتعتبر قانونية إذا ما تم تحريرها وفقاً لدفتر أرومات و هو دفتر الفواتير يضم سلسلة متواصلة من الفواتير متضمنة البيانات المذكورة أعلاه كما لا يمكن للمورد استخدام دفتر فواتير جديد إلا بعد استكمال الدفتر الأول[3].

---

[1] أنظر المادة 1/03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 2005/12/10، المحدد شروط تحرير فاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر العدد 80، المؤرخة في 2005/12/11.

[2] أنظر المادة 2/03 من المرسوم رقم 05-468، المحدد لشروط تحديد فاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك السالف الذكر.

[3] أنظر المادة 10 من المرسوم رقم 05-468 السالف الذكر.

كما نص على تضمين الختم والتوقيع على الفاتورة[1].

ثانيا. الشروط الخاصة بالفاتورة الإلكترونية:

إضافة للشروط التي سبق تناولها سابقاً الواجب التقيد بها في الفاتورة التقليدية، هناك شروط خاصة بالفاتورة الإلكترونية تتمثل فيما يلي:

1- الشروط الشكلية:

بالنظر لطبيعة الفاتورة الإلكترونية فإنها تتطلب أنظمة معلوماتية أو أجهزة كمبيوتر لقراءتها عكس الفاتورة التقليدية ذات الطبيعة الورقية، وعليه فإن أول شرط لاعتماد الفاتورة الإلكترونية هو تقديم تصريح مسبق لمصالح الضرائب من أجل استخدام المعلوماتية في إنشاء الفواتير وحفظها إلكترونياً[2]، تحرر الفاتورة ويتم إرسالها عبر النقل الإلكتروني[3]، مع تسليم نسخة للمستهلك الإلكتروني كما لهذا الأخير طلب نسخة ورقية من الفاتورة[4].

ويعتبر أيضا من الشروط الشكلية شرط إمكانية استرداد الفاتورة الإلكترونية وقراءتها عند الطلب بواسطة أجهزة الكومبيوتر أو القيام بطبعها في شكل سند ورقي بحيث يُراد بهذا الشرط حماية بيانات الفاتورة[5].

2- وضع سجل الفواتير الإلكترونية:

ويعني ذلك إنشاء سجل أو نظام إلكتروني للفواتير يقوم بمعالجة المعلومات الخاصة بكل فاتورة بطريقة منظمة ومتقدمة وتسلسلية دون الحاجة إلى أن يكون السجل مطبوعاً على

---

[1] أنظر المادة 04 من المرسوم رقم 05-468 السالف الذكر.

[2] قارة مولود بن عيسى،"**النظام القانوني للفاتورة الالكترونية**"، مجلة معارف، العدد 21، جامعة أكلي محند أولحاج – البويرة، الجزائر، ديسمبر 2016، ص 90، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/07 عبر الموقع:
https://www.asjp.cerist.dz/en/article/74274

[3] أنظر المادة 11 من المرسوم رقم 05-468 السالف الذكر.

[4] أنظر المادة 20 من القانون رقم 18-05 السالف الذكر.

[5] مزهود نور الدين، المرجع السابق، ص 178.

الورق، وأن يحتوي على جميع المعلومات الضرورية للفاتورة كرقمها وتاريخ تحريرها والمبالغ بالإضافة إلى بيانات كل من البائع والمشتري[1].

المبحث الثالث: التزامات المورد الإلكتروني بعد مرحلة التعاقد

إن التطور التقني للعقود الإلكترونية جعل منها محاكاة للعقود التقليدية المتعارف عليها، حيث تتضمن جميع مشتملاتها من حيث الدعوة للتعاقد وطرق إبرام العقد مما ألقى على عاتق المورد الإلكتروني التزامات في كل مرحلة من مراحل التعاقد.

وحين نتكلم عن التعاقد يجب عدم إغفال الطرف الثاني وهو المستهلك الإلكتروني والذي كرست له التشريعات ضمانات لحمايته باعتباره الحلقة الأضعف، وهي الحق في العدول عن التعاقد و حفظ مقتضيات المعاملة الإلكترونية يلتزم المورد بتسخيرها للمستهلك.

وعليه سنتناول في هذا المبحث الالتزام بتمكين المستهلك بحق العدول في (المطلب الأول)، ثمّ الالتزام بحفظ مقتضيات المعاملة الإلكترونية في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الالتزام بتمكين المستهلك من حق العدول

سبق الإشارة أن المتعاقد الضعيف هو المستهلك الإلكتروني، وبما أن طبيعة التعاقد فرضت عليه إبرام العقد عن بعد دون فحص المبيع وتجربته وقت الإبرام ولهذا خصه المشرع بحماية خاصة والمتمثلة في الرجوع عن التعاقد أو ما يسمى بحق العدول والذي على المورد الإلكتروني تمكينه به.

ولهذا سنتطرق لتعريف حق العدول في (الفرع الأول) وإلى الآثار المترتبة عنه في (الفرع الثاني).

[1] قارة مولود بن عيسى، المرجع السابق، ص 93.

الفرع الأول: تعريف حق العدول

إن لجوء التشريعات لحق العدول وجعله ضمانة من ضمانات حماية المستهلك كان نتيجة تصرفات المستهلك ذاته من تسرع وعدم التروي في اختيار السلعة المناسبة لرغبته أو الخدمة التي يريدها، ولهذا اختلفت تسمياته من حق الرجوع أو حق إعادة النظر.

كما تعددت التعاريف الفقهية له فهناك من عرّفه بـ" إعطاء الحق للمستهلك لفسخ العقد بإرادته المنفردة"[1]؛ والجدير بالذكر أن هذا التصرف يُعد تعدي على مبدأ سلطان الإرادة في العقود.

كما عرّفه جانب آخر من الفقه بأنه حق المستهلك برد السلعة أو رفض الخدمة خلال مدة معينة من تاريخ تسلم السلعة أو تاريخ إبرام العقد إذا تعلق الأمر بتقديم خدمة[2]؛ يلاحظ من التعريف أن الزمن عنصر جوهري لحق العدول.

لم يرد تعريف صريح لحق العدول في قانون التجارة الإلكترونية 18-05، وبالرجوع إلى القانون رقم 18-09 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفقرة الثانية من المادة 19 منه"...العدول هو حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتوج ما دون وجه سبب..."[3]؛ وتجدر الإشارة أن تعديل قانون 09-03 المتضمن لحق العدول صدر تزامناً مع صدور قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبالرغم من هذا لم يحدد المشرع الجزائري الأجل القانوني لقيام المستهلك بالعدول.

---

[1] محمد أحمد عبد الحميد أحمد، **الحماية المدنية للمستهلك التقليدي و الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 365.

[2] أحمد عصام منصور، **الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019، ص 266.

[3] المادة 19 من قانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35، الصادرة في 2018/06/13.

كما يمكن القول بأنه تراجع المستهلك عن إقتناء منتج بدون وجود سبب ودون تحمل مصاريف لذلك[1].

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف حق العدول أنه وسيلة قانونية أقرها المشرع للمستهلك لحمايته بعد التعاقد، يقوم على أساس الإرادة المنفردة، تمكنه من التراجع عن التعاقد دون أن يرتب أي مسؤولية عليه.

الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن حق العدول

تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري لم ينظم حق العدول بل إكتفى بتحديد مفهومه فقط، في حين أنه يترتب عن ممارسة حق العدول جملة من الآثار والتي تقع عاتق كل من المورد الإلكتروني والمستهلك ذاته وهو ما سنفصل فيه في بالشكل التالي:

1- آثار العدول بالنسبة للمورد الإلكتروني:

إن من أولى الآثار التي تترتب عن ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول هو إنقضاء العقد[2]، أي الرجوع للحالة التي كان عليها قبل التعاقد، وعليه يلتزم المورد الإلكتروني برد الثمن الذي دفعه المستهلك لقاء المنتوج أو الخدمة التي طُلبت منه وكافة النفقات التي تكبّدها هذا الأخير في إعادته للمنتوج وهذا في ظرف (15) يوماً من إستلامه له[3].

---

[1] بوهنتالة أمال، "**الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك**"، مجلة البحوث في العقود و قانون الأعمال، العدد 05، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، ديسمبر 2018، ص 138، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/17 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/124191

[2] بوخروبة حمزة،"**حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني**"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 04، العدد 02، 2019، ص 1403، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/19 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/107180

[3] أنظر المادة 22 من قانون 18-05 السالف الذكر.

2- آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني:

في مقابل رد الثمن يلتزم المستهلك عند تمسكه في العدول برد السلعة للمورد الإلكتروني في نفس الحالة التي كانت عليها وقت إستلامها[1]، وهو ما نصت عليه المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية السالف الذكر، كذلك أكدت المادة 23 من نفس القانون على إعادة السلعة في غلافها الأصلي في أجل أقصاه (04) أيام إبتداءاً من تاريخ التسليم.

من خلال المادتين 22 و 23 السابقتين نستنتج أن المشرع أعطى خيار العدول للمستهلك الإلكتروني بحسب إرادته، فله رد المنتج عند عدم إحترام المورد لآجال التسليم أو لعدم التطابق أو لوجود عيب به.

المطلب الثاني: الالتزام بحفظ معطيات المعاملة الإلكترونية

تقتضي ممارسة المعاملات الإلكترونية العديد من عمليات الشراء و البيع الإلكتروني عن بعد و دون الحضور الفعلي المتزامن لأطرافها عند تبادل التراضي و هو ما يجعل عملية تبادل البيانات بين الأطراف أمر ضروري لا غنى عنه لإتمام المعاملة الإلكترونية لهذا يخضع المورد لبعض الشروط التي تفرضها الدولة لمراقبة أعماله، كحفظ سجل المعاملة، وحفظ البيانات والمعطيات.

من خلال هذا المنطلق نقسم المطلب إلى فرعين، (الفرع الأول) الالتزام بحفظ سجلات المعاملة التجارية و (الفرع الثاني) الالتزام بحفظ المعطيات ذات الطابع الشخصي.

[1] نجاة بوساحّة، جروني فايزة،"**القيود الوارد على ممارسة الحق في العدول في عقد الإستهلاك الإلكتروني وآثاره**"، مجلة الباحث القانوني، المجلد 01، العدد 02، جامعة الشاذلي بن جديد- الطارف، مارس 2022، ص 101، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/19 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/182502

الفرع الأول: التزام المورد بحفظ سجلات المعاملة

نصّت المادة 25 من قانون التجارة الإلكترونية، على ضرورة التزام المورد الإلكتروني بحفظ السجلات الإلكترونية بعدها جاء التنظيم و بين كيفية تطبيق هذه المادة، ليصدر بعدها المرسوم التنفيذي رقم 19-89 والذي عرف في المادة 01/02 منه سجل المعاملات التجارية على أنه ملف الكتروني يودع فيه المورد الإلكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة الآتية:

- العقد،
- الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها،
- كل وصل استلام، أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد حسب الحالة.

يجب أن يتم تخزين العناصر المذكورة من قبل المورد الإلكتروني بطريقة تمكن الولوج إليها وقراءتها وفهمها لتمكين الأعوان المؤهلين من تفحصها[1].

ركزت المادة السالفة الذكر، على العناصر التي تقوم بتوثيق المعاملة والتي تمكن المستهلك بالاحتجاج بها في حالة وقوع إخلال من طرف المورد، إضافة لممارسة الرقابة على حجم الأعمال التي يقوم به[2].

أما فيما يتعلق بوصل الاستلام المذكور أعلاه فقد أشار إليه المشرع بموجب نص المادة 17 من القانون 18-05، الذي ألزم فيه توقيع المستهلك لوصل الاستلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو القيام بخدمة مع استحالة رفض القيام بها، وذلك بغية تفادي النزاعات المتوقع حدوثها[3].

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 05 مارس2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملة التجارية الالكترونية و إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري،ج ر العدد17 الصادرة في 17 مارس 2019.

[2] فيروز قالية، المرجع السابق، ص402.

[3] أنظر المادة 17 من القانون 18-05، السالف الذكر.

وعلى المورد الالتزام بمراعاة إجراءات و ضوابط حفظ عناصر المعاملة التجارية، الذي يكون في شكلها الأصلي أو فيل شكل غير قابل للتعديل أو الإتلاف[1].

بعدما يقوم المورد باستخراج المعلومات من سجل المعاملات التجارية المتمثلة في: موضوع المعاملة، المبلغ المحدد لها، تاريخ المعاملة، طريقة الدفع، رقم الفاتورة، يقوم بإرسالها إلى المركز[2]، وذلك وفقا للمواصفات التقنية وقبل تاريخ 20 من الشهر بالنسبة للمعاملات التجارية التي أجراها خلال الشهر السابق، بعدها يتم المركز بوضع المواصفات تحت تصرف المورد وهو ما بينته المادة 05 من المرسوم 19-89 السالف الذكر.

الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بحفظ المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك

تستجوب طبيعة المعاملة الإلكترونية و التعاقد الإلكتروني، مطالبة المستهلك على الإجابة عن بعض الأسئلة التي يعرف عن نفسه، أو أن يقوم بملء استمارة معدة مسبقا و منها ما يتعلق بالبيانات الشخصية ومنها ما يتعلق بالتركيز على رغباته، ومن هنا يحدد موقع الفئة التي سيوجه لها الإعلان لاحقا، و هذا ما يندرج إجمالا ضمن المعطيات ذات الطابع الشخصي الواجب مراعاته[3].

أولا. تعريف المعطيات ذات الطابع الشخصي:

عرّف المشرع المعطيات ذات الطابع الشخصي بموجب المادة 01/03 من القانون 18-07 أنها:"كل معلومة بغض النظر عن دعاماتها بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه و المشار إليه أدناه" الشخص المعني بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية[4].

---

[1] أنظر المادة 02 الفقرة 03 من المرسوم19-89، السالف الذكر.

[2] أنظر المادة 03 من نفس المرسوم.

[3] عبد الفتاح بيومي حجازي، **حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت**، دار الكتب القانونية، مصر2008، ص 52.

[4] قانون 18-07، المؤرخ في 10 يونيو 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر العدد 34 الصادرة في 10 يونيو 2018.

ثانيا. آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات ذات الطابع الشخصي:

يلتزم المورد الإلكتروني بضمان سرية المعلومات و المعطيات المحصل عليها من المستهلك بغض النظر عن طبيعتها[1].

ألزم المشرع المورد الجزائري بموجب المادة 26 من قانون رقم 18-05، المورد الإلكتروني الذي يجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي للزبائن، أن لا يجمع إلا البيانات الشخصية التي تتطلبها طبيعة المعاملة التجارية، مع ضرورة توليه ضمان و سرية هذه المعلومات[2].

ثالثا. المبادئ الأساسية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي:

حدد المرسوم 18-07 مجموعة المبادئ الأساسية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي وهي:

1- التزام المورد الإلكتروني بجمع المعلومات الضرورية للمعاملة التجارية:

ألزم المشرع الجزائري المورد بان يتقيد في طلب المعلومات التي فعلا يحتاجها لإتمام المعاملة الإلكترونية، فقد لا يحتاج المورد إلى معرفة مكان إقامة المستهلك إذا كان التسليم إلكترونيا، مع ضرورة جمع البيانات الشخصية وفقا للأغراض المشروعة.

2- حصول المورد الإلكتروني على الموافقة المسبقة من صاحب المعلومات:

تخضع البيانات الشخصية للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية للقانون18-07 التي تنظم معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، فمن حق المستهلك أن يعلم مسبقا على أي تعامل في ما يتعلق ببياناته الشخصية مع شرط موافقته على استعمالها كما انه يملك حق التراجع في أي وقت يشاء[3].

[1] فيروز قالية، المرجع السابق، ص 404.

[2] المادة 26 من قانون18-05 السالف الذكر.

[3] المادة 07 من قانون 18-07 السالف الذكر.

ثالثا. ضمان المورد لأمن و سلامة المعلومات و البيانات:

يلتزم المسؤول باتخاذ كل التدابير التقنية و التنظيمية اللازمة و الملائمة لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي مخاطر الإتلاف أو الضياع العرضي أو الغير المشروع أو الولوج الغير مسموح به، وضد كل شكل من أشكال المعالجة الغير مرخص بها قانونيا، ويشترط في هذه التدابير أن تتضمن قدرا كافيا من السلامة[1].

كما أوجب المشرع في المادة 39 من القانون 18-07، فإن المسؤول عن المعالجة يتحمل سلامة المعطيات الخاصة بالشخص المعني حتى ولو لم يقم بها شخصيا[2].

ونص المشرع أيضا في المادة 44 من القانون 18-07 على المسؤول عن المعالجة و على كل الأشخاص الذين اطلعوا على المعطيات الالتزام بالسّر المهني حتى بعد انتهاء من مهامهم[3].

[1] نعيم سعيداني، "**حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في التشريع الجزائري**"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1، المجلد 08،العدد 01، 2021، ص 475، تم للإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/21 عبر الموقع:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/143409

[2] أنظر المادة 39 من القانون 18-07 السالف بالذكر.

[3] أنظر المادة 44 من نفس القانون.

خلاصة الفصل الأول:

مما سبق ذكره في الفصل الأول نجده تناول التزامات المورد الالكتروني، في عقود التجارة الالكترونية التي أضحت شأنها شأن العقود التقليدية تفرض التزامات وحقوق على الأطراف.

ومن أجل توفير الحماية الكافية في ظل التعاقد عن بعد، وكون المورد الالكتروني هو الطرف الأسمى في مجال التجارة الالكترونية مما يكتسبه من خبرة عالية و ذكاء في المعاملات الالكترونية أدى ذلك بفرض جملة من الإلتزامات المهنية على عاتق المورد الالكتروني عبر كل مراحل التعاقد بموجب قانون التجارة الالكترونية 18-05 و مجموعة التنظيمات الخاصة.

بالإضافة إلى ذلك، نجد أن هذه الإلتزامات المفروضة على المورد الالكتروني انقسمت إلى التزامات بشروط ممارسة التجارة الالكترونية والتزامات تفرضها المعاملات الالكترونية و التي من شأنها أن تمنع المورد الالكتروني من خداع المستهلك.

ونجد أيضا أن المشرع رافق المستهلك في كل مراحل العقد وحرص على ضرورة فرض التزامات على المورد انطلاقا من المرحلة التفاوضية أو مرحلة قبل التعاقد ثم مرحلة أثناء التعاقد إلى غاية التعاقد النهائي وتنفيذ العقد.

و من خلال دراسة التزامات المورد الالكتروني، نجد أن أهمية ذلك تتجلى في حماية المستهلك و تعزيز الثقة في الوسط التجاري الالكتروني، ولأجل ضمان هذه الحماية كان لابد من تحمل المورد المسؤولية ناتجة عن الإخلال بالإلتزامات والتي ستكون محل الدراسة في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

مسؤولية المورد الإلكتروني عن إخلاله بالتزاماته

نظرًا للتطور الذي شهدته التجارة الإلكترونية بمختلف تقنياتها الحديثة، أصبح التعاقد عن بعد هو الركيزة التي تقوم عليه جل المعاملات الإلكترونية، مما جعل الإلتزامات التي أقرتها التشريعات على عاتق المورد الإلكتروني هي الضمان الوحيد لحماية المستهلك.

إلا أن ذلك لا يمنع من وجود نزاعات جراء الإخلال بهذه الإلتزامات، و هو الأمر الذي استدعى تدخل المشرع وتكريسه لقواعد تضمن توفير الأمن للمعاملات الإلكترونية بشكل عام و لحماية المستهلك بشكل خاص، وذلك بتحديد مسؤولية المورد في العلاقة التعاقدية.

وبما أن المسؤولية هي الجزاء المترتب عن الإخلال بالإلتزامات القانونية للمورد الإلكتروني، إذن فهي جوهر الحماية القانونية للمستهلك، فبالتالي أي ضرر يتسبب فيه المورد الإلكتروني و يلحقه بالمستهلك يجعله أمام المسؤولية بشقيها المدنية والجزائية، والتي هي محل الدراسة في هذا الفصل.

وهو ما سنقوم بالتطرق له من خلال تقسيم الفصل إلى المسؤولية المدنية (المبحث الأول)، والمسؤولية الجزائية (المبحث الثاني).

المبحث الأول: المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني

يعتبر المورد الإلكتروني هو الطرف الغالب في العلاقة التعاقدية، بما يتميز به من ذكاء واحترافية في المعاملات الإلكترونية على عكس المستهلك الذي يفتقر للخبرة و يسعى فقط لتلبية حاجياته دون أية دراية.

وهو ما استدعى إلى ضرورة وضع أحكام يخضع لها المورد الإلكتروني، والمتمثلة في المسؤولية المدنية والأحكام المنظمة لها.

وعلى هذا الأساس، سيتم التطرق إلى أنواع المسؤولية المدنية في (المطلب الأول) ثم إلى أحكام المسؤولية المدنية في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أنواع المسؤولية المدنية

قد يختلف العقد الإلكتروني عن العقد العادي من حيث الانعقاد، لكنهم متفقين من حيث المسؤولية المدنية المترتبة عن كليهما، فتنحصر المسؤولية المدنية بالعقد المبرم وتنتج عن إخلال بالتزام لعقد صحيح[1].

وعليه لابد من الوقوف في هذا المطلب على أنواع المسؤولية المدنية من خلال بيان المسؤولية العقدية للمورد في (الفرع الأول) والمسؤولية التقصيرية في (الفرع الثاني):

الفرع الأول: المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني

تنحصر المسؤولية العقدية بالعقد المبرم وتنتج عن الإخلال بالتزام تعاقدي لعقد صحيح، وهو ما دفع بالمشرع بأن يشير المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني من خلال المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية.

[1] فتيحة حزام،"**خصوصية مسؤولية المورد الالكتروني في ظل القانون 18-05**" المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة الدراسة القانونية (صنف ج)، المجلد 07، العدد 02، جامعة يحيى فارس، المدية، 2021، ص 45، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/24 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/156199

وهو ما سنوضحه في هذا الفرع من خلال تعريف المسؤولية العقدية(أولا)، وأركان المسؤولية العقدية(ثانيا):

أولا. تعريف المسؤولية العقدية:

المسؤولية العقدية هي تلك التي تنشأ عند إخلال المتعاقد بالتزاماته العقدية[1]، وتنشأ مسؤولية المورد الإلكتروني أمام المستهلك بقوة القانون، بمجرد إبرام العقد الإلكتروني، سواء كان تنفيذ الإلتزامات من قبله شخصيا أو من قبل غيره المعني بتأدية الخدمة[2].

ثانيا. أركان المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني:

تقوم المسؤولية العقدية على أركان أساسية و هي الخطأ و الضرر والعلاقة السببية و نظمها المشرع بُغية تكريس قواعد تضمن للمضرور استيفاء حقه من المورد.

1- الخطأ العقدي الإلكتروني:

يعتبر الخطأ هو كل فعل مهما كان الشخص الذي يرتكبه، عن طريق الخطأ ويسبب ضررا للغير، ويلزم من خلاله من كان السبب في حدوث الضرر بالتعويض[3]، ويعرف أيضا انه الفعل غير المشروع و الذي يرتكبه شخص و يضر المتعامل وفق الوسائل الإلكترونية، وقد يكون الخطأ عقديا كما يمكن أن يكون تقصيريا[4].

في حالة عدم احترام المورد لأجال التسليم، فهنا يقوم المستهلك بإعادة السلعة على حالتها لمدة(04) أيام ابتداء من يوم التسليم الفعلي، وفي المقابل يتحمل المورد تكاليف إعادة الإرسال واسترجاع النفقات خلال أجل(15) يوم من تاريخ الإرسال[5].

---

[1] علي فيلالي، **الالتزامات الفعل المستحق للتعويض**، موفم للنشر، الجزائر، ط 3، 2015، ص17.

[2] المادة 1/18 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

[3] المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

[4] فتيحة حزام، مرجع سابق، ص 46.

[5] المادة 22 من القانون18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

أما في حالة التسليم غير المطابق للطلبية أو حالة وجود عيب في المنتوج المسلّم، يلزم المورد استعادة المنتوج وإما بتسليم جديد يتوافق مع الطلبية، أو إصلاح أو استبدال أو إلغاء الطلبية مع بقاء حق المستهلك في التعويض[1].

2- الضرر العقدي الإلكتروني:

يعتبر الضرر التعاقدي ثاني ركن لأركان المسؤولية المدنية التعاقدية ويقصد به الإضرار بمصلحة مشروعة تصيب المضرور إما في ماله أوفي شخصه، أي ذلك الأذى الذي يلحق الشخص في حق من حقوقه أو مصلحة مشروعة له، والذي يعتبر أساس قيام المسؤولية والمطالبة بالتعويض[2].

نجد أن المشرع لم ينظم المسؤولية المدنية المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية، بل تركها لما هي عليه في العقود التقليدية وهو ما بينه في المادة 176 من ق م ج أنه في حالة الاستحالة في تنفيذ الالتزام عيناً، يكون التعويض عن الإخلال بهذا الالتزام إذا لم يكن سبب الاستحالة في التنفيذ خارج عن الإرادة.

وكما نعلم أن الضرر أنواع هناك الضرر المادي الإلكتروني، والذي يتمثل في تدمير الثروة المعلوماتية للبرامج و المعلومات والخدمات وحتى تدمير الفيروس بكل أنواعه، وهذا ما يترتب عنه أضرار مادية تصيب المضرور و تتسبب له في خسارة.

[1] المادة 23 من القانون18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

[2] لعروي زواوية، **العقد الالكتروني و المسؤولية المدنية الناتجة عن دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، القانون الأساسي الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، مستغانم، 2018/2017، ص 129، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/25 عبر الموقع: http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/1969

أما الضرر المعنوي الإلكتروني، فهو يتمثل في اختراق سرية المعلومات الشخصية و انتهاكها، أو من خلال استعمال حسابات وهمية من اجل التعامل، مما قد يلحق ضررا بالغير بما تحتويه من ادعاءات كاذبة و مزيفة[1].

3- العلاقة السببية:

لا يكفي لوقوع المسؤولية المدنية وقوع خطأ أو إحداث ضرر، بل يتعدى ذلك ليلزم وجود علاقة سببية بين الخطأ و الضرر بمعنى أنه لولا وجود الخطأ لما كان الضرر، و تكمن العلاقة السببية في أن يكون الضرر هو النتيجة الطبيعية للإخلال بالالتزام، وهنا يقع على الطرف المضرور عبء الإثبات[2].

الفرع الثاني: المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني

تعتبر المسؤولية العقدية لوحدها تعتبر غير كافية لتوفير الحماية المرجوة منها لهذا المستهلك، والمشرع الجزائري لم يكتفي بها فقط بل لَجأ إلى ما يُعرف بالمسؤولية التقصيرية والتي تمكن المستهلك من كافة حقوقه عند قيامه بالمعاملات التجارية.

بناءاً على هذا سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تعريف المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني(أولا)، وأركانها(ثانيا)، وصورها(ثالثا).

---

[1] محمد حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، منشاة المعارف، مصر(الإسكندرية)، ط 01، 2006، ص.ص 333-334.

[2] مراد طنجاوي، **النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية**، رسالة الماجستير، قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة سعد حلب، البليدة، 2007، ص 100، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/27 عبر الموقع:

https://di.univ-blida.dz/xmlui/handle/123456789/12453

أولا. تعريف المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني:

تنشأ المسؤولية التقصيرية عند الإخلال بالتزام فرضه القانون و يترتب عنها التعويض للمتضرر جرّاء الخطأ الذي قام به المسؤول عن الضّرر، وهو ما جاءت به المادة 124 من القانون المدني الجزائري، وبالنسبة للعقود الإلكترونية تقوم المسؤولية التقصيرية نتيجة للضرر الذي يلحق بالمستهلك الإلكتروني بسبب البيانات التي يقوم المورد بنشرها[1]، أي أنه عند قيام المورد الإلكتروني بعمليات الإشهار أو الترويج مهما كانت الوسائل المعتمدة في ذلك قصد القيام بإعلام المستهلكين بمعلومات حول سلع أو خدمات معينة وكانت هذه المعلومات مغلوطة وغير صحيحة من شأنها أن توقع المستهلك في غلط أو تدليس وتؤثر في إرادته، ويكمن الفرق بين المسؤولية العقدية و التقصيرية في الخطأ الإلكتروني لهذه الأخيرة[2] والذي سنتطرق له في أركان المسؤولية التقصيرية.

كما يمكن القول أن جوهر المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني يكمن في الإشهار والإعلام الإلكتروني، وتجدر الإشارة أن كل من تسبب في خطأ تقصيري إلكتروني عليه الإلتزام بتعويض الآخرين المتضررين[3].

ثانيا. أركان المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني:

إن لقيام المسؤولية التقصيرية يجب توافر مجموعة من الأركان الجوهرية كمثيلتها المسؤولية العقدية، وسنفصل فيهم كالآتي:

---

[1] يوسف زروق، "**حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني–دراسة مقارنة–**"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 09، جامعة قاصدي مرباح– ورقلة، جوان 2013، ص 142، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/27 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/51479

[2] معتز سيد محمد أحمد عفيفي، **قواعد الإختصاص القضائي الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ط 01، 2013، ص 28.

[3] عباس زواوي، مانع سلمى، "**الأحكام العامة للمسؤولية الإلكترونية**"، مجلة المفكر، العدد 04، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص 340، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/27 عبر الموقع:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/62792

1- الخطأ التقصيري الإلكتروني:

وُجدت عدة تعريفات للخطأ التقصيري الإلكتروني، فيمكن تعريفه بأنه:"كل استعمال لأجهزة الإعلام الآلـي و الأنترنت بشكل يلحق ضررا بالغير مع إدراك مرتكب الفعل لذلك"[1]، أي الخطأ هنا يُحدث ضرر للغير وأن يكون المورد الإلكتروني على دراية به، بالإضافة لذلك أن يكون عبر شبكة الأنترنت، ويعتبر أيضا الخطأ التقصيري الإلكتروني تلك الأفعال المخالفة لسلوكيات الشخص العادي عبر شبكة الأنترنت[2].

فالمورد عند قيام المورد الإلكتروني بمزاولة نشاطه التجاري ومعاملاته الإلكترونية قد يقوم بتصرفات صنفها المشرع الجزائري على أنها جرائم إلكترونية ويتجلى هذا في القسم السابع مكرر من القانون رقم 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات تحت عنوان "**جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات**"، فالتعاقد الإلكتروني هو بؤرة الخداع بحيث تتنوع فيه وسائل الغش والتضليل[3]، وهذه الأخيرة كفيلة بأن تؤثر على حرية المستهلك الإلكتروني في اختياراته.

بناءاً على ما سبق نخلص إلى القول بأن الخطأ التقصيري الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية هو إخلال المورد الإلكتروني بإلتزام مفروض عليه قانونا على أن يكون هذا الالتزام عبر شبكة الانترنت.

2- الضرر التقصيري الإلكتروني:

يعتبر الضّرر التقصيري الإلكتروني الركن الثاني من أركان المسؤولية التقصيرية، فالضّرر بشكل عام هو الإخلال بمصلحة محققة مشروعة للشخص المتضرر إما في ماله

---

[1] بوبكر قارس، **المسؤولية المدنية في مجال المعاملات الإلكترونية**، أطروحة دكتوراه في العلوم تخصص عقود ومسؤولية مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2020-2021، ص 19، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/27 عبر الموقع: http://dspace.univ-batna.dz/handle/123456789/609

[2] معتز سيد محمد أحمد عفيفي، المرجع السابق، ص 28.

[3] خالد ممدوح إبراهيم، **أمن الجريمة الإلكترونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 70.

أو شخصه[1]، ومنه نستنتج أن هناك نوعان من الضّرر، ضرر مادي يصيب الشخص في أمواله، كما قد يكون ضررًا أدبياً (معنوي) يمّس سمعة الشخص كما يتمثل في إنتهاك المعلومات الشخصية وسرية البيانات[2]، وفي مجال العقود الإلكترونية الضرر التقصيري الإلكتروني هو إساءة إستخدام شبكات التواصل عبر الأنترنت، مما يسبب ضررا في مصلحة المستهلك الإلكتروني والذي يقع عليه عبئ إثبات ذلك الضرر أمام القضاء.

ومثال على الضرر الإلكتروني هو قيام المورد بنشر معلومات مغلوطة حول منتج أو خدمة معينة، أو قيامه بإعلام المستهلك الإلكتروني ببيانات كاذبة حول سلعة ما.

إن وقوع الضرر الذي يصيب المستهلك الإلكتروني سواء في ماله أو شخصه يستوجب التعويض من طرف المورد الإلكتروني، وهذا ما أقرته المادة 182 من القانون المدني الجزائري.

3- العلاقة السببية الإلكترونية:

إن القول بوجود مسؤولية تقصيرية إلكترونية يتطلب وجود خطأ وضرر يثيرهما المورد الإلكتروني، إلا أن هذا لا يكفي لقيامها بل يجب أن تكون هناك علاقة ترابط وتكامل بينها أي بدون الخطأ لا يكون ضرر، وتسمى هذه العلاقة في مجال التجارة الإلكترونية بالعلاقة السببية الإلكترونية، وتجدر الإشارة بأن المورد الإلكتروني لا يُسأل عن الأخطاء التي يقوم بها إلاّ إذا كانت تتسبب في أضرار للمستهلك والتي يقع على هذا الأخير عبئ إثباتها[3].

وبالرجوع للمادة رقم 127 من القانون المدني الجزائري السابق ذكره أنه في حالة ما قام المورد الإلكتروني بإثبات أن الخطأ وقع بسبب أجنبي أو قوة قاهرة أو لم يكن له يد فيه، هنا يكون غير ملزم بالتعويض وتنتفي العلاقة السببية بين الخطأ والضرر.

[1] عباس زواوي، مانع سلمى، المرجع السابق، ص 342.

[2] لعروي زواوية، المرجع السابق، ص 171.

[3] حزام فتيحة، المرجع السابق، ص 49.

ثالثا. صور المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني:

سَبق و أشرنا بأن جوهر المسؤولية التقصيرية يتمثل في الإشهار والإعلام لأن في هذه المرحلة المستهلك الإلكتروني معرض للغش والخداع من قبل المورد الإلكتروني، حيث يمكن التأثير على إرادته بشكل سلبي، ولهذا سنتطرق للمسؤولية التقصيرية الناجمة عن الإشهار الإلكتروني و المسؤولية التقصيرية الناجمة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني بالشكل التالي.

1- المسؤولية التقصيرية الناجمة عن الإشهار الإلكتروني:

يُعتبر الإشهار الإلكتروني الوسيلة الأمثل لتمكين المورد من ترويج السلع و الخدمات عبر شبكة الأنترنت وجلب المستهلك الإلكتروني للتعاقد، وقد نظمه المشرع الجزائري في الفصل السابع في المواد من 30 إلى 34 من قانون 18-05 السالف الذكر، بالإضافة أنه يخضع لضوابط تُرتب على المورد مسؤولية تقصيرية عند مخالفته إياها، وتتمثل هذه الضوابط في أن يكون الإشهار واضح ومحدد كرسالة تجارية وأن لا يكون مخالفا للنظام العام والآداب العامة، بالإضافة لذلك يشترط أن لا يكون الإشهار مضلّل[1]، كما منع المشرع استخدام الاستبيان المباشر الذي يستخدم معلومات شخصية للمستهلك[2]، ولعلّ من أهم الأسباب التي جعلت المشرع يوقّع مسؤولية عن الإخلال بضوابط الإشهار عدم التكافؤ في التعاقد الإلكتروني القائم بين المورد والمستهلك[3].

2- المسؤولية التقصيرية الناجمة عن الإخلال بالإعلام الإلكتروني:

سَبق التطرق لتعريف الإعلام في الفصل الأول والذي يعتبر آلية من آليات حماية المستهلك الإلكتروني، حيث يتم بواسطته التعرف على مواصفات المنتج أو مميزات

---

[1] أنظر المادة 30 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السابق الذكر.

[2] أنظر المادة 31 من نفس القانون.

[3] كريمة خمقاني، **المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني في ظل القانون رقم 18-05**، أطروحة دكتوراه تخصص القانون الإقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، 2023، ص 161، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/28 عبر الموقع: https://www.elmizaine.com/2023/12/18-05-pdf.html

الخدمات المقدمة من قبل المورد الإلكتروني، وقد نظم المشرع الجزائري الإعلام في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر وهذا في المواد من 10 إلى 14.

تقوم مسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني عند عدم إحترامه لقواعد العرض التجاري والذي نصت عليه المادة 10 من قانون 18-05، أو قيامه بالإدلاء بمعلومات خاطئة أو عدم كفايتها بما جاءت به المادة 13 والتي نصت على المعلومات الواجب توافرها في العقد الإلكتروني، كما أكدت المادة 14 من نفس القانون أن للمستهلك الإلكتروني المطالبة بتعويض كما له طلب إبطال العقد عند عدم تقيد المورد بما جاءت به المواد 10 و 13.

المطلب الثاني: أحكام المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني

باعتبار أن المورد الإلكتروني ذو خبرة في العقود الإلكترونية والمعاملات التجارية عبر الأنترنت وفي المقابل نجد المستهلك يفتقر لهذه الأمور مما يجعله أكثر عُرضة للغش والتدليس الإلكتروني من طرف المورد، إلا أن المشرع الجزائري لم يغفل عن ذلك ومنح للمستهلك جملة من الأحكام تترتب عن المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني.

والتي سنتطرق لها في هذا المطلب من خلال آثار المسؤولية المدنية(الفرع الأول)، بالإضافة لحالات إعفاء المورد الإلكتروني منها(الفرع الثاني).

الفرع الأول: آثار قيام المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني

بالرجوع للمواد 14 و 15 من القانون رقم 18-05 السالف الذكر، نجده أن المشرع أقرّ للمستهلك حق إبطال العقد و ألزم المورد القيام بالتعويض ورد الثمن له.

وعليه سنتطرق في هذا الفرع إلى إبطال العقد الإلكتروني(أولاً)، والتعويض عن الضرر(ثانياً)، و ردّ الثمن(ثالثاً).

أولا. إبطال العقد الإلكتروني:

بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد مسؤولا أمام المستهلك بقوة القانون عن حسن تنفيذه لالتزاماته[1]، ونتيجةً لارتكابه لأخطائه يستلزم إبطال العقد وهذا بإرادة المستهلك، وبالرجوع للمادة رقم 14 من قانون 18-05 نجد أن المشرع أجاز للمستهلك طلب إبطال العقد الإلكتروني عند عدم احترام المورد لأحكام نص المادة رقم 10 من نفس القانون والتي تنص على إجراءات العرض التجاري، وعند عدم تقيده بالمعلومات الواجب توافرها ي العقد الإلكتروني[2].

وتجدر الإشارة أن المشرع عند نصه على إبطال العقد في المادة 14 السالفة الذكر استعمل مصطلح **إبطال** وليس **بطلان** وبالرجوع للقواعد العامة خاصة المادة رقم 99 ق م ج نجد أن الإبطال حق يخوله القانون لأحد المتعاقدين ولا يمكن للطرف الأخر التمسك به[3]، أي أنه ليس بطلان مطلق.

وهو ما يسمح للمستهلك الإلكتروني حق إبطال العقد عند عدم قيام المورد بالعرض التجاري للمعاملة الإلكترونية وعدم تضمين العقد الإلكتروني المعلومات الأساسية المنصوص عليها.

ثانيا. التعويض عن الضرر:

بالإضافة لإبطال العقد يحق للمستهلك الإلكتروني المطالبة بالتعويض عما أصابه بسبب إخلال المورد بالتزاماته وهو ما نصت عليه المادة 14 من القانون 18-05 السالف الذكر عند مخالفته لقواعد العرض التجاري وعدم احترامه لمتطلبات العقد الإلكتروني

---

[1] أنظر المادة 1/18 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

[2] أنظر المادة 13 من قانون 18-05 السالف الذكر.

[3] دريس كمال فتحي، مرغني حيزوم بدر الدين، "**مسؤولية المورد الإلكتروني-دراسة اقتصادية وقانونية-**"، مجلة الإصلاحات الاقتصادية و الاندماج في الاقتصاد العالمي، المجلد 13، العدد 03، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2019، ص 08، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/28 عبر الموقع:
https://www.asjp.cerist.dz/en/article/105334

المنصوص عليهم في المواد 10 و 13 من نفس القانون، كذلك يجوز للمستهلك المتضرر إعادة إرسال المنتج للمورد الذي لم يحترم أجل التسليم الفعلي وهذا خلال (04) أيام من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج وذلك دون المساس بحقه في طلب التعويض[1]، والتعويض يكون حسب وفقا للقواعد العامة مع شرط أن يلحق بالمستهلك ضرر[2].

ثالثا. رد الثمن:

فضلاً عن إبطال العقد والتعويض يكون المورد الإلكتروني ملزم برد الثمن للمستهلك، حيث ألزمه المشرع برد المبلغ المدفوع وكافة المصاريف التي دفعها المستهلك خلال عملية إعادة إرساله للمنتوج في أجل (15) يوما من تاريخ تسلمه للمنتوج[3].

أما حالة عدم تطابق المنتوج جاءت المادة 23 من قانون 18-05 السالف الذكر على المستهلك عند استلامه غرض غير مطابق لطلبه أو به عيوب وجب عليه إعادته على حالته التي وجده بها خلال أجل (04) أيام من تاريخ تسلمه له وفي المقابل يتحمل المورد الإلكتروني تكاليف إعادة الإرسال، وأيضا يلتزم المورد برّد الثمن للمستهلك الذي دفعه له لقاء منتوج غير متوفر في مخزونه لأنه لا يجوز دفع ثمن طلبية غير موجودة في المخزون[4].

الفرع الثاني: حالات إعفاء المورد الإلكتروني من المسؤولية المدنية

تطرقنا في ما سَبق إلى المسؤولية المفروضة على المورد الإلكتروني في حالة إخلاله بالتزاماته، لكن هناك أسباب تعفيه من تحمل المسؤولية.

و هو ما سنوضحه في هذا الفرع، من خلال خطا المستهلك كسبب لإعفاء المورد من المسؤولية المدنية (أولا)، وخطأ المستهلك كسبب لتخفيف المسؤولية المدنية للمورد (ثانيا).

---

[1] أنظر المادة 1/22 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السابق الذكر.

[2] يمينة حوحو، **عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري**، دار بلقيس، الجزائر، ط 01، 2016، ص 246.

[3] أنظر المادة 2/22 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السابق الذكر.

[4] أنظر المادة 15 من نفس القانون.

أولا. خطأ المستهلك كسبب لإعفاء المورد من المسؤولية المدنية:

يُعد خطأ المستهلك شأنه شأن السبب الأجنبي، فهو يعفي المورد من المسؤولية المدنية، شرط أن يثبت أن الخطأ وارد من المستهلك[1]،وهو ما أخذ به المشرع الجزائري ونص على ذلك في المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية، على إمكانية تجرد المورد من كامل مسؤولياته أو الجزء منها ما إن أثبت أن الإخلال في التنفيذ يعود للمستهلك.

و يمكن أن يكون الخطأ معفي أو مخفف للمسؤولية المدنية للمورد، وعلية يمكن أن يتخذ الضرر المظاهر التالية:

1- الاستعمال الخاطئ للسلعة أو الخدمة:

إن الاستعمال الخاطئ للمنتوج من طرف المستهلك بطريقة خاطئة، تجعله يفقد حقه في المطالبة بالتعويض[2].

2- الخطأ المترتب عن عدم التأكد من صلاحية السلعة أو الخدمة:

يُعتبر المستهلك الإلكتروني مخطئا، في حالة استعماله لمنتوج منتهي الصلاحية، وعدم تأكده من تاريخ الصلاحية مما يؤكد أن المورد لم يقصر بالتزامه بالإعلام، و بالتالي لا مسؤولية له في ذلك[3].

---

[1] سهام المر،"**حالات إعفاء المورد الإلكتروني من المسؤولية المدنية استنادا إلى القانون 18-05**"، المجلة الجزائرية للحقوق و العلوم السياسية، المجلد 08، العدد 02، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2024، ص 03، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/28 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/238299

[2] الهيثم عمر سليم، **المسؤولية المدنية عن أضرار البدائل الصناعية الطبية**، رسالة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق،جامعة أسيوط، مصر، سنة 2006، ص 215، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/29 عبر الموقع:

http://srv3.eulc.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicDrawThesis&BibID=154287

[3] سهام المر، المرجع السابق، ص 05.

ثانيا. خطأ المستهلك كسبب لتخفيف المسؤولية المدنية للمورد:

يمكن أن يكون الخطأ سبب مخفف لمسؤولية المورد الإلكتروني، إذا ساهم فيه المورد المستهلك حسب مساهمته في الخطأ[1].

ثالثا. القوة القاهرة كسبب لإعفاء المورد من المسؤولية المدنية:

لم تتطرق التشريعات إلى تعريف القوة القاهرة بل أشارت له كسبب يعفي من تحمل المسؤولية، وتطرق لها القضاء الجزائري من خلال قرار صادر عن المحكمة العليا:"يعرفها أنها حادثة طبيعية لا يمكن للإنسان مراقبتها و لا توقعها"[2] .

و تعفي القوة القاهرة المورد من المسؤولية إذا اقترنت بشروط وهي:

1- عدم إمكان التوقع:

أي أن تكون القوة القاهرة غير متوقعة بالنسبة لجميع الناس، وتكون وفق معيار موضوعي بمعنى أن يكون عدم إمكانية التوقع مطلقا غير نسبي[3].

2- أن يكون الحادث خارجيا:

أي أن الحادث كان بسبب أجنبي لا يتعلق لا بالشيء و لا بحارسه، وفي حالة ثبت عكس ذلك وجب على المورد بالتعويض[4].

---

[1] سهام المر، المرجع السابق، ص 06.

[2] قرار المحكمة العليا، الغرفة المدنية في 1999/06/11، رقم الملف65919، رقم الفهرس 458، م ق ع،02 لسنة 1991، ص 88.

[3] كريمة خمقاني، المرجع السابق، ص 266.

[4] زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية للمنتج**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2009، ص 347.

المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني

المورد الإلكتروني و هو بصدد التعاملات الإلكترونية و القيام بخدماته مع المستهلك، يفرض عليه المشرع مجموعة من الضوابط و الإلتزامات التي تضمن عدم المساس بحقوق المستهلك في العالم الافتراضي و حمايته من جشع الموردين.

وقد ينجم عن هذه المعاملات، بعض الجرائم المخالفة للالتزامات المفروضة على المورد الإلكتروني، وهو ما اقتضى تنظيم المشرع للمسؤولية الجزائية لتوقيع الجزاء على الأفعال المشكلة للجرائم الإلكترونية المرتكبة من قبل المورد عبر كل المراحل التعاقدية.

ولهذا سنحاول التطرق للمسؤولية الجزائية من خلال بيان الجرائم المرتكبة من طرف المورد(المطلب الأول) و العقوبات المفروضة على المورد الإلكتروني(المطلب الثاني).

المطلب الأول: الجرائم المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني

قد يتعرض المستهلك للغش من طرف المورد الإلكتروني في أي مرحلة من المراحل التعاقدية عن بعد، ما أن اخل بأحد الإلتزامات و خالفها، وتعد هذه المخالفات جرائم إلكترونية.

و سيتم تقسيم هذا المطلب إلى الجرائم المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني في مرحلة تكوين العقد(الفرع الأول)، والجرائم المرتكبة من ظرف المورد الإلكتروني بعد تنفيذ العقد(الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجرائم المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني في مرحلة تكوين العقد

يمكن للمورد أن يخالف التزاماته و يخرج عم مقتضيات المعاملة الالكترونية وبالتالي يرتكب جريمة عبر جميع مراحل العقد وخاصة في مرحلة تكوينه.

وهو ما سنوضحه من خلال هذا الفرع إلى الجرائم المتعلقة بالإشهار الإلكتروني(أولا) ثم الجرائم المتعلقة بمتطلبات المعاملات التجارية(ثانيا).

أولا. جريمة الإشهار التضليلي:

يتمثل الإشهار التضليلي الإعلان المتضمن معلومات التي بإمكانها أن تغلط المستهلك فيما يتعلق بالعناصر الجوهرية للمنتج وتوقعه في الخطأ[1] .

عرّف المشرع الجزائري جريمة الإشهار التضليلي ضمن القانون02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية انه يعتبر إشهار ممنوع و غير شرعي، كل إشهار غير شرعي يتضمن تصريحات أو بيانات أؤدي إلى التضليل بمنتوج أو عناصر تؤدي إلي الإلتباس مع بائع أخر، أو عرض لسلع وخدمات لا يتوفر مخزون كاف منها[2] .

ثانيا. المخالفات المتعلقة بموانع الإشهار:

1- جريمة الإشهار غير المرغوب فيه(سبامينغ):

وهي جريمة شكلية لا تحتاج لقيام الركن المعنوي وتقوم عند إلزامية المستهلك على قبوله لتلقي رسائل الاستبيان[3]، ونص عليه المشرع في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على انه يمنع على المورد من وضع الاستبيان بأي شكل من الأشكال[4].

---

[1] فلاح فهد العجمي، **الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني**، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 69، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/04/17 عبر الموقع:

http://thesis.mandumah.com/Record/215857

[2] أنظر المادة 28 من القانون رقم04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر.

[3] جفالي حسين، "**الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني في التجارة الالكترونية**"، مداخلة في إطار الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18-05، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، قالمة، 2 و 3 اكتوبر 2018، ص 568، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/04/17 عبر الموقع:

https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/handle/123456789/7784

[4] أنظر المادة 31 من القانون18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

2- عدم وضع منظومة الكترونية لتجنب الاشهارات الإلكترونية:

يجب على المورد الإلكتروني أن يضع منظومة الكترونية تسمح لأي شخص أن يتفادى تلقي أي إشهار و ذلك بدون مبررات أو مصاريف[1]، ويستعمل المورد نظام يسمح للمستهلك في إبداء رغبته في عدم تلقي أي إشهار يكون في شكل رسالة "مضمونها إذا كنت لا تريد تلقي أي العروض التجارية الخاصة بنا، فيرجى تحديد هذا المربع"[2].

3- الترويج لمنتجات ممنوعة من التسويق:

نصت المادة 03 من قانون 18-05 على أنه يمنع نشر أو ترويج لكل منتوج، أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وتتمثل هذه المنتجات في:

لعب القمار و اليانصيب و الرهان ، المشروبات الكحولية و التبغ، المنتجات الصيدلانية، و المنتجات التي تمس بالحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، السلع المحظورة بموجب التشريع أو التي تتطلب إعداد عقد رسمي[3].

ثانيا. جريمة الغش في المعاملات التجارية الإلكترونية:

يعد العرض الإلكتروني هو الخطوة التي تسبق اقتران الإيجاب بالقبول حينها يتحول العرض إلى طلبية و نكون بصدد مرحلة تكوين العقد فالإخلال بأحكام العرض و الطلبية يجعل المورد الإلكتروني مسؤولاً جزائياً[4].

---

[1] أنظر المادة 32 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

[2] علاء الدين بريون، عبد الرزاق بوضياف، "**الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية**"، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد 02، جامعة بسكرة، 2020، ص 298، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/04/17 عبر الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142632

[3] أنظر المادة 03-02 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

[4] علاء الدين بريوة، عبد الرزاق بوضياف، المرجع السابق، ص 299.

1- مخالفة أحكام العرض الإلكتروني:

نصت المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 على إلزامية تقديم المورد للعرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل المعلومات المذكورة في نفس المادة.

و اقتضى المشرع ضرورة أن يكون العرض مرئياً، فلا يمكن تصوره عبارة عن تسجيل صوتي أو محادثة، إضافة إلى وجوب أن تكون المعلومات المتعلقة بالمنتوج مفهومة و مقروءة، مع إلزامية احتوائه على البيانات المنصوص عليها في المادة التي تعتبر الحد الأدنى التي يجب أن يعلم بها المستهلك[1].

2- مخالفة الأحكام المتعلقة بطلبية المنتوج:

كما يعرف أن أغلبية العقود الإلكترونية هي عقود إذ بحيث لا تكون للمستهلك حرية، فبالتالي قبول العقد يبدأ بقبول العرض لينتهي بتأكيد الطلبية، وهذه الأخيرة تمر بثلاثة مراحل هي:

أ) مرحلة وضع الشروط التعاقدية للمستهلك و تمكينه من الإعلام بكل ما يتعلق بالطلبية.

ب) مرحلة تمكين المستهلك من التحقق بكل ما يخص الطلبية.

ج) مرحلة تأكيد الطلبية و تكوين العقد، مع مراعاة الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك و ضرورة خلوها من أي معطيات تأثر على اختياره أو توجهه[2].

و مخالفة أحكام هذه الإلتزامات يوقع المورد الإلكتروني أمام المسؤولية الجزائية.

الفرع الثاني: الجرائم المرتكبة من المورد الإلكتروني بعد تنفيذ العقد

قد يرتكب المورد جرائم بعد مرحلة تنفيذ العقد، سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة وتنقسم إلى جريمة عدم حفظ سجل المعاملات وجرائم الفوترة.

[1] علاء الدين بريوة، المرجع السابق، ص 301.

[2] أنظر المادة 12 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية السالف الذكر.

وهو ما سنبينه في هذا الفرع من خلال جريمة مخالفة حفظ سجل المعاملات (أولا) والجرائم المتعلقة بالفوترة(ثانيا).

أولا. مخالفة التزام حفظ سجل المعاملات الإلكترونية:

عرّف المرسوم التنفيذي 89/19 التزام حفظ سجل المعاملات الإلكترونية، بأنه سجل يودع فيه المورد الإلكتروني عناصر المعاملة التجارية سراء عقود فواتير أو أي وثيقة تحل محلها، بالإضافة إلى كل الوصولات المتعلقة بالتسليم أو الإسترداد مع ضرورة تخزين هذه العناصر بطريقة مقروءة وحفظها في شكلها الأصلي من غير أي تعديل[1].

و نصت المادة 03 من نفس المرسوم على وجوب تزويد المورد المركز الوطني للسجل التجاري بالمعلومات التجارية المنجزة، المتمثلة في موضوع المعاملة وسعر المعاملة وتاريخ المعاملة و كيفية الدفع إضافة لرقم الفاتورة أو الوثيقة التي تحل مقامها.

مع ضرورة إرسال المعلومات أعلاه إلى المركز قبل تاريخ العشرين من الشهر بالنسبة للمعاملات التي قام بها في الشهر السابق، حينها تكون تحت تصرف المورد الإلكتروني[2] .

يعد إرسال هذه المعلومات أمر ضروري ومهم باعتباره اكبر ضمان للمستهلك من ناحية إثبات معاملاته مع المورد خاصة إذا كانت عابرة للحدود، وأي إخلال بهذه الإلتزامات يؤدي حتما إلى المساس بحقوق المستهلك، إضافة إلى إخلاله في المركز المالي الحقيقي للمورد[3].

ثانيا. مخالفة الأحكام المتعلقة بالفوترة:

نص قانون التجارة الإلكترونية في المادة 20 منه على وجوب إعداد المورد للفاتورة، وتسليمها للمستهلك، لكن بالرجوع للقانون 02-04 نجد أن المشرع نص على الجرائم التي تنتج عن مخالفتها وهي:

[1] أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي 89/19 المؤرخ في 05 مارس 2019، المحدد لكيفيات حفظ سجل المعاملات التجارية الالكترونية و إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ج ر، عدد 17، الصادر في 17 مارس 2019.

[2] أنظر المادة 04 من نفس المرسوم.

[3] فتيحة حزام، المرجع السابق ص 304.

1- المخالفة المتعلقة بعدم الفوترة:

باعتبار الفاتورة حق للمستهلك وواجب على المورد إعدادها في كل معاملة[1]، إذا عدم القيام أو القيام بها بدون تسليمها يعتبر مخالفة و يعاقب عليه القانون وفق للمادة 33 من القانون 04-02.

2- المخالفة المتعلقة بعد مطابقة الفاتورة:

نص عليها القانون 04-02 واعتبرها مخالفة موصوفة إذا حررت في غير شكلها وغير مطابقة لشروط التنظيم إذا لم تحتوي على البيانات الإجبارية الآتية: رقم التسجيل للبائع والمشتري وطريقة الدفع، وتاريخ تسديد الفاتورة و رأس مال الشركة[2].

المطلب الثاني: العقوبات الجزائية المقررة للمورد الإلكتروني

بما أننا تطرقنا في المطلب الأول لأبرز صور الجرائم الإلكترونية التي يمكن ارتكابها من طرف المورد الإلكتروني عند إخلاله بالتزاماته في مواجهة نظرائه من المستهلكين، وجب التطرق للعقوبات المقررة لها.

أقر المشرع الجزائري بعض العقوبات حماية للمعاملات الإلكترونية من جهة والمستهلك الإلكتروني من جهة أخرى، وقد أورد ذلك في الفصل الثاني من الباب الثالث من قانون 18التجارة الالكترونية.

وللتطرق إليها ارتأينا تقسيمها إلى عقوبات أصلية في (الفرع الأول) والعقوبات التكميلية في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

العقوبة الأصلية هي التي يمكن الحكم بها دون اللجوء لعقوبة إضافية[1]، وقد تكون الحبس أو الغرامة، وباستقراء المواد من 37 إلى 44 من قانون 18-05 نجد أن المشرع

[1] علاء الدين بريوة، عبد الرزاق بوضياف، المرجع السابق، ص 306.

[2] أنظر المادة 34 من القانون04-02 السالف الذكر.

أقرّ للمورد الإلكتروني الغرامة كعقوبة أصلية دون الحبس، على عكس قانون العقوبات باستثناء عقوبة الغش التجاري.

وسنفصل في هذا الفرع للعقوبات المقررة للمورد بالشكل التالي:

أولا. عقوبة بيع منتجات محظورة و حساسة:

نصّ المشرع الجزائري على منع المورد الإلكتروني من أن يقوم بإدراج بعض المنتجات محل معاملة إلكترونية كالمنتجات الصيدلانية و الكحوليات ومواد التبغ بالإضافة للألعاب القمار واليانصيب والمراهنة[2]، وقد أقر له عقوبة عند مخالفته لهذا الأمر والمتمثلة في غرامة مالية إبتداءاً من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج هذا حسب المادة رقم 37 من قانون 18-05 السالف ذكره.

كما حظّر عليه المتاجرة بالمواد الحساسة والتجهيزات التي من شأنها المساس بالنظام العام والأمن الوطني[3]، حيث جاءت المادة رقم 38 من نفس القانون ونصت على غرامة مالية قدرها 500.000 دج إلى 2.000.000 دج.

ثانيا. عقوبة عدم التقيد بقواعد العرض التجاري والإشهار الإلكتروني:

يُعد العرض التجاري الإلكتروني بمثابة بطاقة بيانات المعاملة الإلكترونية القائمة بين المورد الإلكتروني والمستهلك فهي جوهر العقد الإلكتروني حيث يشترط أن يكون واضحاً ومفهوم[4]، و أن يتضمن على مجموعة من البيانات والمذكورة على سبيل الحصر في المادة 11 من قانون 18-05 السالف الذكر، ورتّب المشرع الجزائري غرامة مالية للمورد عند مخالفته لقواعد العرض التجاري الإلكتروني في المادة 39 من نفس القانون إبتداءاً من

---

[1] أنظر المادة 2/04 من الأمر 156/66 المؤرخ في 1966/06/8 المتضمن قانون العقوبات المعدل بالأمر رقم 04-15 المؤرخ في 2004/11/10، ج ر الصادرة في 2004 المعدل بموجب الأمر رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/20.

[2] أنظر المادة 03 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

[3] أنظر المادة 05 من نفس القانون.

[4] أنظر المادة 11 من نفس القانون.

50.000 دج إلى 500.000 دج بالإضافة لتعليق الوصول لمنصات الدفع الالكتروني لمدة لا تفوق (06) أشهر .

يعتبر الإشهار الإلكتروني أكثر الوسائل شيوعا في مجال التجارة الإلكترونية خاصة لدى المورد الإلكتروني وجاءت المواد من 31 إلى 34 من القانون 18-05 السالف الذكر متضمنة لقواعده ومتطلباته و تضمنت المادة 40 من نفس القانون غرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج لكل من يخالف قواعده، كما نصت المادة 38 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السابق الذكر على غرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج عند مخالفة أحكام المادة 28 من نفس القانون المتضمنة أحكام الإشهار التضليلي.

ثالثا. عقوبة عدم حفظ سجلات المعاملة:

بالرجوع للمادة 25 من قانون 18-05 نجد أنها ألزمت المورد الإلكتروني بحفظ سجل المعاملات التجارية وذلك حسب التواريخ التي أنجزت بها كما ألزمته بإرسالها للمركز الوطني للسجل التجاري، وعند مخالفة المورد لهذا الإلتزام يعاقب بما جاءت المادة 41 من نفس القانون وذلك بغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج.

رابعا. عقوبة عدم الفوترة:

ألزم القانون 18-05 المورد الإلكتروني في المادة 20 منه على ضرورة تحرير فاتورة وتسليمها للمستهلك الإلكتروني، وعند مخالفته لهذا الإلتزام نجد أن المادة 40 منه قد أحالتنا للقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر بالخصوص إلى المواد 33 و 34 منه والتي نصت على عقوبة عدم الفوترة بغرامة بنسبة 80% من المبلغ المفترض فوترته وغرامة من 10.000 دج إلى 50.000 دج على الفاتورة الغير مطابقة لأحكام المادة 12 من نفس القانون[1].

[1] دريس كمال فتحي، مرغني حيزوم بدرالدين، المرجع السابق، ص 10.

خامسا. عقوبة الغش التجاري الإلكتروني:

نظم المشرع الجزائري جريمة الغش التجاري في المادة 431 من ق ع ج[1]، حيث جاء في مضمونها عقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات بالإضافة لغرامة مالية من 10.000 دج إلى 50.000 دج، كما نصت المادة 83 من قانون 09-03 على أنه تشدد العقوبة طبقا للمادة 431 من ق ع ج السالفة الذكر لكل من يقوم بالغش أو يبيع منتجات مزورة أو فاسدة أو لا يخضع لإلزامية الأمن المنصوص عليها بالمادة 10 من قانون 09-03 السالف الذكر هذا إذا تسبب المنتوج في إصابة المستهلك بمرض أو عجز عن العمل يعاقب المتدخل المعني بالأمر بعقوبة الحبس من عشر سنوات إلى عشرين سنة وغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج إذا تسبب المنتوج بمرض غير قابل للشفاء أو عاهة مستديمة.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

العقوبة التكميلية هي التي لا يمكن الحكم بها مستقلة، حيث تكون مرتبطة بالتبعية عن العقوبة الأصلية، خلافا للقواعد العامة أوجد قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية عقوبات مستحدثة يتم تفعيلها بواسطة وسيط إلكتروني وهو مركز البحث العلمي والتقني[2]، وعليه سنتطرق لهذه العقوبات في متن هذا الفرع بالشكل الموالي:

أولا. غلق وتعليق الموقع الإلكتروني:

من خلال المواد 37 و 38 من قانون 18-05 نجد أنها أجازت للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني للمورد لمدة تتراوح من شهر إلى (06) أشهر عند مخالفة أحكام المنع التي نصت عليها المواد 3 و 5 من نفس القانون، بالإضافة لشطبه من السجل التجاري، كما جاءت المادة 42 من القانون على أنه عند قيام المورد الإلكتروني بتوفير السلع

[1] أكسوم عيلام رشيدة، **المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني**، أطروحة دكتوراه في القانون تخصص خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو-، 2018، ص 391، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/04/19 عبر الموقع: https://dspace.ummto.dz/items/a48fcc84-c1e6-4541-8c54-481f8b7a5a09

[2] حزام فتيحة، المرجع السابق، ص 59.

والخدمات دون أن يكون مسجل في السجل التجاري يتم تعليق موقعه الإلكتروني لحين تسوية وضعيته.

ثانيا. تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكترونية:

وفقا لما ورد بالمادة 39 من قانون 18-05 أنه عندما يخالف المورد أحكام العرض التجاري و مراحل طلبية المنتوج المنصوص عليهم بالمواد 11 و 12 من القانون يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج، كما للجهة القضائية المصدرة لحكم الغرامة المالية الأمر بتعليق نفاذه لمنصات الدفع الإلكتروني مدة لا تتجاوز (06) أشهر[1].

وتجدر الإشارة أن منصات الدفع الإلكترونية يتم إنشاؤها عبر البنوك المعتمدة لدى بنك الجزائر أو بريد الجزائر وتكون موصولة بمحطات الدفع الإلكتروني بواسطة شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية و اللاسلكية[2].

ثالثا. التعليق التحفظي لتسجيل أسماء النطاق للمورد الإلكتروني:

سبق وعرّفنا اسم النطاق الفصل الأول بأنه عبارة عن مجموعة أحرف أو أرقام متسلسلة مسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق تمكن التعرف والدخول للموقع الإلكتروني[3]، إن المورد الإلكتروني عند قيامه بمزاولة نشاطه دون أن يكون قد قام بالتسجيل في السجل التجاري والذي يتم بواسطة هيئة مؤهلة لمنح أسماء النطاق بالجزائر[4] يتعرض لعقوبة تعليق تسجيل أسماء النطاق ويبقى على هذه الحال لغاية تسوية وضعيته كما جاء به نص المادة 42 من قانون 18-05 السالف الذكر، كما للمورد عند ممارسة نشاطه القيام بمخالفات قد تؤدي لعقوبة غلق المحل مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً[5].

---

[1] أنظر المادة 39 من قانون 18-05 السالف الذكر.

[2] أنظر المادة 27 من نفس القانون.

[3] أنظر المادة 8/06 من نفس القانون.

[4] أنظر المادة 43 من نفس القانون.

[5] دريس كمال فتحي، مرغني حيزوم بدرالدين، المرجع السابق، ص 10.

خلاصة الفصل الثاني:

مما سبق بيانه في الفصل الأول نجد أن المشرع سعى جاهداً لتنظيم التزامات على المورد الالكتروني في عقود التجارة الالكترونية، لكن هذا وحده لن يكون فعالاً إن لم تترتب عليه مسؤولية الإخلال بهذه الإلتزامات وهو ما تطرقنا له من خلال هذا الفصل.

نظراً لأهمية العقود التي تبرم يوميا في البيئة الافتراضية، بين المورد الالكتروني و المستهلك كان من الضروري أن يتحمل المورد الالكتروني مسؤوليته أمام المستهلك في حالة ما إن اخل بأحد الإلتزامات، وهو ما نجم عنه المسؤولية بشقيها المدني والجزائي و ذلك لتعزيز المعاملات الالكترونية.

وتمثلت مسؤولية المورد الالكتروني، في المسؤولية المدنية بنوعيها العقدية و التقصيرية و الآثار المترتبة عن قيامها، إضافة للحالات التي يكون فيها المورد الالكتروني معفياً من تحمل أي مسؤولية وهي الحالات القاهرة أو خطأ المستهلك، انتقالاً إلى المسؤولية الجزائية التي تناولت في أساسها صور الجرائم المترتبة من طرف المورد الالكتروني والعقوبات الناجمة عن هذه الجرائم من عقوبات أصلية متمثلة في الغرامات المالية و تكميلية تتمثل في عقوبات مستحدثة تتمثل في غلق الموقع الإلكتروني وتعليق النفاذ لمنصات الدفع، بالإضافة إلى التعليق التحفظي لتسجيل أسماء النطاق للمورد الإلكتروني.

ولتكريس الحماية اللازمة للمستهلك أثناء إبرامه لعقود التجارة الالكترونية، كان من الضروري ترتيب مسؤولية يتحملها المورد في حالة إلحاق أي ضرر للمستهلك أو الإخلال بالتزاماته وهذا قصد تنظيم التجارة الالكترونية وتحقيق الشفافية في جل معاملاتها.

خاتمة

لقد شهد العالم اليوم العديد من التغييرات و التحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي والتي كانت سبب إحداث تعديلات جذرية في مناهج و أنماط العمل في مختلف الميادين لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتطور، حيث أن هذا الأخير ساهم في تغيير قواعد المعاملات التجارية بين الأفراد، مما نجم عنه ميلاد لنوع آخر من المبادلات التجارية وهو ما يطلق عليه بالتجارة الالكترونية.

تعد التجارة الالكترونية مصطلح حديث وواقعا مفروضا في الوسط التجاري لا يمكن تجاهله، والتي تعتمد في أساس معاملاتها على المنهج الرقمي والتعاقد عن بعد دون حاجة حضور الأطراف سواء المورد الالكتروني أو المستهلك، لكن بالرغم من التسهيلات التي شهدتها هذه المعاملات في البيئة الافتراضية إلا أنها لا تخلو من عيوب قد تضر بمصلحة المستهلكين.

وهو ما دفع بالتشريعات إلى تكريس ضمانات لحماية المستهلكين و وضع قيود تفرض بها التزامات على المورد وذلك من خلال إصدار المشرع لقانون 18-05 والذي وضع فيه قواعد لتنظيم التجارة الالكترونية.

مما سبق دراسته، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج و الاقتراحات كالأتي:

I. نتائج البحث:

تتمحور أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة في النقاط الآتية:

1- تأخر المشرع الجزائري في إصدار النصوص القانونية التي تحكم تنظيم التجارة الالكترونية ولم يتم صدور القانون المنظم لها حتى سنة 2018، بالرغم من بداية ظهور التجارة الالكترونية في الجزائر بين عامي 2013 و 2015.

2- عدم إلمام القانون المنظم للتجارة الالكترونية بكافة المعلومات المتعلقة بالمعاملات الالكترونية، واحتواءه لبعض النقائص.

3- بالرغم من سعي المشرع لتكريس التزامات على عاتق المورد الالكتروني من اجل منعه من تجاوزات في حق المستهلك عبر كل المراحل العقدية، إلا أن المستهلك لا يزال يتعرض للتدليس و الخداع.

4- أن المورد هو أيضا يحتاج لحماية فعلية وصارمة، مما يسببه المستهلك من مشاكل كغلقه للهاتف و إلغاء الطلبية والتهرب من الدفع خلال التسليم الأمر الذي يلحق خسارة للمورد في تحمله لمصاريف التوصيل.

5- لم يقدم المشرع الجزائري تعريفا لبطاقة الموردين، وأشار فقط للبيانات التي تتضمنها و كيفية نشرها بشكل سطحي.

6- بالرجوع إلى المادة 07 المتعلقة بالمعاملات التجارية العابرة للحدود والتي هي أساس التجارة، فنرى أن المادة تعفي هذه من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية لكن لم تحدد قيمة السلع التي تعفى من الضرائب.

7- لم يشمل القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية على كل جوانب المسؤولية العقدية للمورد الالكتروني، ونلاحظ أنه جاء صارم في بعض المسائل ومتهاون في مسائل أخرى، وهو ما يجعل القانون غير كاف لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك.

8- لم يفرق المشرع الجزائري بين الشخص الطبيعي والمعنوي عند فرضه للعقوبات المقررة للمورد الالكتروني.

II. الاقتراحات:

1- تعد التجارة الالكترونية اليوم واقعاً مفروض لابد من الاهتمام به من قبل المشرع و إرساء منظومة قانونية شاملة ومتكاملة ومحاولة تعديل القانون بما يحقق التوازن بين المورد والمستهلك.

2- محاولة إدراج بطاقات الدفع الالكترونية، لتسهيل عمليات الدفع ومجاراة لحركية التجارة الالكترونية.

3- إستحداث هياكل على مستوى وزارة التجارة، لتولي السهر على تنظيم المعاملات الالكترونية.

4- التطرق إلى الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كالتزام مستقل نظرا لأهميته، وباعتباره الأساس الذي يبني منه المستهلك قبوله أو رفضه للتعاقد، مع إدراج جزاء تخلفه.

5- محاولة الإسراع وإصدار النصوص التنظيمية المحددة لكيفية تطبيق المادة 07 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 التي تختص بالمعاملات العابرة للحدود.

قائمة المصادر والمراجع

أولا. المصادر:

I. القرآن الكريم برواية ورش عن نافع

II. النصوص التشريعية:

1) الأمر 156/66 المؤرخ في 1966/06/8 المتضمن قانون العقوبات المعدل بالأمر رقم 04-15 المؤرخ في 2004/11/10، ج ر الصادرة في 2004 المعدل بموجب الأمر رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/20.

2) الأمر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر العدد 78، المعدل و المتمم بالقانون 05/07 المؤرخ في 13 مايو 2007، ج ر العدد 31.

3) قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر العدد 41، 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر العدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010.

4) القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر رقم 15 مؤرخة في 2009/03/08، معدل ومتمم بالقانون 18-09 مؤرخ في 10جوان 2018، ج رقم 35 مؤرخة في 13جوان2018.

5) قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان1439ه الموافق 2018/05/10م المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر، العدد28 الصادرة في 16مايو 2018.

6) قانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35، الصادرة في 2018/06/13.

7) قانون 18-07، المؤرخ في 10 يونيو 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر العدد 34 الصادرة في 10 يونيو 2018.

III. النصوص التنظيمية:

1) المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 2005/12/10، المحدد شروط تحرير فاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر العدد 80، المؤرخة في 2005/12/11.

2) المرسوم التنفيذي رقم 13-327، مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر العدد 49، الصادرة في 2 أكتوبر 2013.

3) المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في 05 محرم 1435هـ، الموافق ل09 نوفمبر 2013م، الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، ع 58، 2013.

4) المرسوم التنفيذي رقم18- 112 ،المؤرخ في 15افريل2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري، الجريدة الرسمية العدد 21، الصادر بتاريخ 15 افريل 2018.

5) المرسوم التنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 05 مارس2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملة التجارية الالكترونية و إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري،ج ر العدد17 الصادرة في 17 مارس 2019.

IV. قرارات قضائية:

1) قرار المحكمة العليا، الغرفة المدنية في 1999/06/11، رقم الملف65919، رقم الفهرس 458، م ق ع، 02 لسنة 1991.

ثانيا. المراجع:

I. الكتب:

1) أحمد عصام منصور، **الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019.

2) أمال بوهنتالة، **حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المعدل والمتمم**، ط01 دار الإحسان للنشر والتوزيع، باتنة-الجزائر، 2022.

3) خالد ممدوح إبراهيم، **أمن الجريمة الإلكترونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

4) خليل أحمد حسن قدادة، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، ج4، (عقد البيع)، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر-، 2003.

5) زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية للمنتج**، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، سنة 2009.

6) السيد عبد الهادي محمد العيسوي، **العقود الالكترونية للمستهلك**، دار الوفاء القانونية، القاهرة، ط01، 2019.

7) محمد مهدي الصغير، **قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.

8) عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام**، مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت لبنان، د س ن.

9) عبد الفتاح بيومي حجازي، **حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت**، دار الكتب القانونية، مصر 2008.

10) العربي بلحاج، **النظام القانوني لمرحلة المفاوضات العقدية في ضوء القانون المدني الجزائري و المقارن**، دار هومة، الجزائر، 2019.

11) علي فيلالي، **الإلتزامات الفعل المستحق للتعويض**، موفم للنشر، الجزائر، ط 3، 2015.

12) عمرو محمد المارية، **عقد البيع الالكتروني أحكامه وآثاره- دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون المدني**-، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017.

13) محمد أحمد عبد الحميد أحمد، **الحماية المدنية للمستهلك التقليدي و الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.

14) محمد حسين منصور، **أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.

15) محمد صبري السعدي، **الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزام، العقد و الإرادة المنفردة**، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2012.

16) معتز سيد محمد أحمد عفيفي، **قواعد الإختصاص القضائي الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ط 01، 2013،

17) المهدي نزيه محمد الصادق، **الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بأنواع العقود**، دراسة فقهية قضائية مقارنة، ط01، دار النهضة العربية، مصر، د س ن.

18) نضال سليم برهم، **أحكام عقود التجارة الإلكترونية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

19) يمينة حوحو، **عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري**، دار بلقيس، الجزائر، ط 01، 2016.

II. المقالات العلمية:

1) أمال بوهنتالة، "**الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك**"، مجلة البحوث في العقود و قانون الأعمال، العدد 05، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، ديسمبر 2018.

2) أمال كاب، لالوش سميرة،"**الالتزام بالإعلام في العقد الطبي**"، مجلة بحوث في القانون و التنمية، المجلد 01، العدد01، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، سنة 2020.

3) بشير سليم، سليمة بوزيد،"**الالتزام بالإعلام و طرق تنفيذه، وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش09-03**"، مجلة الحقوق و الحريات، العدد 04، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، الجزائر، 2014.

4) حمد زايد،"**الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك**"، مجلة أفاق علمية، المجلد 12، العدد 04، المركز الجامعي أمين العقال الحاج موسى أق أخموك لتامنغست، الجزائر، 2020.

5) حمزة بوخروبة،"**حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني**"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.

6) سهام المر،"**حالات إعفاء المورد الإلكتروني من المسؤولية المدنية استنادا إلى القانون 18-05**"، المجلة الجزائرية للحقوق و العلوم السياسية، المجلد 08، العدد 02، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2024.

7) سهام مسكر،"**التزامات المورد في عقد البيع الالكتروني طبقا لأحكام القانون18-05**"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلد07، العدد01، جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف، 2021.

8) عباس زواوي، مانع سلمى،"**الأحكام العامة للمسؤولية الإلكترونية**"، مجلة المفكر، العدد04، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009.

9) عبد الرحمان بليلة،"**التسليم في عقد البيع الإلكتروني كآلية قانونية لحماية المستهلك**"، مجلة معارف، المجلد 16، العدد 02، جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة، ديسمبر 2021.

10)علاء الدين بريون، عبد الرزاق بوضياف،"**الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية**"، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد 02، جامعة بسكرة، 2020.

11)فتيحة حزام،"**خصوصية مسؤولية المورد الالكتروني في ظل القانون 18-05**" المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة الدراسة القانونية (صنف ج)، المجلد 07، العدد 02، جامعة يحيى فارس، المدية، 2021.

12)فريد عباس، سيف الدين رحالي،"**شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون رقم18-05**"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد الأول، جامعة عمار ثليجي، الأغواط 2020.

13)فيروز قالية،"**التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 08، العدد 02، جامعة احمد دراية-أدرار، ديسمبر 2020.

14)قارة مولود بن عيسى،"**النظام القانوني للفاتورة الالكترونية**"، مجلة معارف، العدد 21، جامعة أكلي محند أولحاج -البويرة، الجزائر، ديسمبر 2016.

15)كريمة شليحي، رضوان ربيعة،"**اسم النطاق الالكتروني لبصمة المورد في المعاملات الالكترونية**"، مجلة الدراسات القانونية والمقارنة، المجلد 08، العدد 22، جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف، عام 2022.

16)كمال فتحي دريس، مرغني حيزوم بدرالدين،"**مسؤولية المورد الإلكتروني-دراسة إقتصادية وقانونية-**"، مجلة الإصلاحات الإقتصادية و الإندماج في الإقتصاد العالمي، المجلد 13، العدد 03، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2019.

17)مديحة بن زكري بن علو، فكنوس سميرة، "**الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة إلكترونيا تطبيقا لأحكام القانون 05/18**"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 02، جامعة عمار ثليجي–الأغواط، الجزائر، 2020.

18)نجاة بوساحّة، جروني فايزة،"**القيود الوارد على ممارسة الحق في العدول في عقد الإستهلاك الإلكتروني وآثاره**"، مجلة الباحث القانوني، المجلد 01، العدد 02، جامعة الشاذلي بن جديد– الطارف، مارس 2022.

19)نعيم سعيداني، "**حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في التشريع الجزائري**"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 08، العدد 01، جامعة باتنة1، 2021.

20)نوارة حسين، "**الفوترة الإلكترونية آلية لتنشيط الإستثمارات**"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02، جامعة عمار ثليجي –الأغواط–، جوان 2019.

21)يوسف زروق، "**حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني–دراسة مقارنة–**"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 09، جامعة قاصدي مرباح– ورقلة، جوان 2013.

III. المداخلات:

1) حسين جفالي ، "**الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني في التجارة الالكترونية**"، مداخلة في إطار الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18–05، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، قالمة، 2 و 3 أكتوبر 2018.

IV. الرسائل الجامعية:

أ. أطروحات الدكتوراه:

1) بوبكر قارس، **المسؤولية المدنية في مجال المعاملات الإلكترونية**، أطروحة دكتوراه في العلوم تخصص عقود ومسؤولية مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2020-2021.

2) حنان خشيبة، **الحماية المدنية للمستهلك في المجال الإلكتروني**، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية، تلمسان، السنة الجامعية 2021-2022.

3) رشيدة أكسوم عيلام، **المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني**، أطروحة دكتوراه في القانون تخصص خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو-، 2018.

4) زواوية لعروي، **العقد الالكتروني و المسؤولية المدنية الناتجة عن دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، القانون الأساسي الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، مستغانم، 2018/2017.

5) سيف الدين رحالي، **الضمانات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني**، أطروحة دكتوراه، جامعة أمحمد بوقره بومرداس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2024.

6) شايب بوزيان، **ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الالكتروني**، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان، السنة الجامعية 2015-2016.

7) عبد الوهاب مخلوفي، **التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت**، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر- باتنة، السنة الجامعية 2011-2012.

8) كريمة خمقاني، **المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني في ظل القانون رقم 18-05**، أطروحة دكتوراه تخصص القانون الإقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، 2023.

9) محمد أمين مهري، **النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري**، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق فرع قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2016-2017.

10)نبيل بن عدة، **الالتزام بالإعلام و توابعه في مجال قانون الاستهلاك**، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 02، الجزائر، 2018.

11) نور الدين مزهود، **التزامات البائع الالكتروني في التشريع الجزائري**، أطروحة دكتوراه الطور الثالث ل.م.د في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة-، السنة الجامعية 2023/2022.

12)الهيثم عمر سليم، **المسؤولية المدنية عن أضرار البدائل الصناعية الطبية**، رسالة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، مصر، سنة 2006.

ب. رسائل الماجستير:

1) شهيناز رفاوي، **الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقد الاستهلاك**، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة سطيف2، السنة الجامعية 2016.

2) فهد العجمي فلاح، **الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني**، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

3) مراد طنجاوي، **النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية**، رسالة الماجستير، قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة سعد حلب، البليدة، 2007.

4) نصيرة خلوي(عنان)، **الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت "دراسة مقارنة"**، مذكرة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، مدرسة الدكتوراه للقانون الأساسي والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري–تيزي وزو–، 2013.

ثالثا. المواقع الإلكترونية:

1) https://di.univ-blida.dz/xmlui/handle/
2) http://dlibrary.univ-boumerdes.dz:8080/jspui/handle/
3) https://dspace.ummto.dz/items/
4) http://dspace.univ-batna.dz/handle/
5) https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/handle/
6) https://dspace.univ-msila.dz/
7) http://dspace.univ-setif2.dz/xmlui/handle/
8) http://dspace.univ-tlemcen.dz/
9) http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/
10) https://mjle.journals.ekb.eg/
11) http://srv3.eulc.edu.eg/
12) https://theses-algerie.com/
13) https://www.asjp.cerist.dz/
14) http://www.cu-maghnia.edu.dz/
15) https://www.elmizaine.com/
16) https://www.pnst.cerist.dz/

الفهرس

الفهرس

شكر وتقدير .....

إهداء .....

إهداء .....

قائمة مختصرات .....

مقدمة 1

الفصل الأول: إلتزامات المورد الإلكتروني.....5

المبحث الأول: إلتزامات المورد الإلكتروني السابقة للتعاقد.....7

المطلب الأول: إلتزام المورد بشروط ممارسة التجارة الإلكترونية 7

الفرع الأول: إلتزام المورد بالتسجيل في السجل التجاري 7

الفرع الثاني: إلتزام المورد بالإيداع لدى مصالح المركز الوطني 9

المطلب الثاني: إلتزامات المورد الإلكتروني في مرحلة التفاوض 10

الفرع الأول: الإلتزام بالتقيد بضوابط الإشهار الإلكتروني 11

الفرع الثاني: الإعلام الإلكتروني 13

المبحث الثاني: إلتزامات المورد الإلكتروني أثناء مرحلة التعاقد 17

المطلب الأول: الإلتزام بالتسليم.....18

الفرع الأول: مضمون التسليم.....18

الفرع الثاني: مطابقة التسليم.....19

الفرع الثالث: صور التسليم.....19

الفرع الرابع: زمان ومكان التسليم 21
المطلب الثاني: الإلتزام بالضمان 23
الفرع الأول: الإلتزام بالضمان 23
الفرع الثاني: الإلتزام بضمان التعرض والإستحقاق 25
المطلب الثالث: الإلتزام بتسليم فاتورة 29
الفرع الأول: تعريف الفاتورة الإلكترونية 29
الفرع الثاني: شروط تحرير الفاتورة.....30
المبحث الثالث: إلتزامات المورد الإلكتروني بعد مرحلة التعاقد 33
المطلب الأول: تمكين المستهلك من حق العدول 33
الفرع الأول: تعريف حق العدول.....34
الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن حق العدول 35
المطلب الثاني: الإلتزام بحفظ مقتضيات المعاملة الإلكترونية.....36
الفرع الأول: إلتزام المورد بحفظ سجلات المعاملات 37
الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بحفظ المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك 38
خلاصة الفصل الأول 41
الفصل الثاني: مسؤولية المورد الإلكتروني عن إخلاله بالتزاماته 42
المبحث الأول: المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني 44
المطلب الأول: أنواع المسؤولية المدنية.....44
الفرع الأول: المسؤولية العقدية 44

الفرع الثاني: المسؤولية التقصيرية 47
المطلب الثاني: أحكام المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني.....52
الفرع الأول: آثار قيام المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني.....52
الفرع الثاني: حالات إعفاء المورد الإلكتروني من المسؤولية المدنية.....54
المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني 57
المطلب الأول: الجرائم المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني.....57
الفرع الأول: الجرائم المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني في مرحلة تكوين العقد 57
الفرع الثاني: الجرائم المرتكبة من المورد الإلكتروني بعد تنفيذ العقد 60
المطلب الثاني: العقوبات الجزائية المقررة للمورد الإلكتروني.....62
الفرع الأول: العقوبات الأصلية.....62
الفرع الثاني: العقوبات التكميلية 65
خلاصة الفصل الثاني 67
الخاتمة 68
قائمة المصادر والمراجع 72
الفهرس 82

الملخص:

مواكبة للتطور الحاصل في الوسط التجاري، وظهور ما يعرف بالتجارة الالكترونية التي أصبحت مهمة في الواقع التجاري مما استوجب على المشرع التدخل واستحداث القانون 18-05 الذي نظّم فيه أحكام وقواعد التجارة التي تتناسب مع مقتضيات المعاملات الالكترونية.

ترتكز التجارة الالكترونية أساساً في إبرام عقودها على نمط التعاقد عن بعد بين الأطراف، السبب الذي جعل المشرع يحيط المورد الالكتروني بجملة من الإلتزامات المفروضة عليه انطلاقاً من مرحلة التفاوض إلى غاية تنفيذ العقد، إضافة إلى تحديد مسؤوليته المدنية والجزائية والجرائم و العقوبات المسلطة عليه في حالة مخالفته لالتزاماته و هذا لضبط العلاقة بين المورد الإلكتروني والمستهلك و تكريس الحماية لهذا الأخير.

الكلمات المفتاحية: المورد، المستهلك، التجارة الإلكترونية، التزامات

Abstract:

In order to keep pace with the development taking place in the commercial environment, and the emergence of what is known as electronic commerce, which has become important in commercial reality, which necessitated the legislator to intervene and introduce law 18-05, which regulates the provisions and rules of trade that suit the requirements of electronic transactions.

Electronic commerce is based mainly in concluding its contracts on the pattern of remote contracting between the parties, the reason why the legislator surrounds the electronic supplier with a set of obligations imposed on him from the negotiation stage until the execution of the contract, in addition to determining his civil and criminal liability, crimes and penalties imposed on him in case of violation of his obligations, this is to control the relationship between the electronic supplier and the consumer and devote protection to the latter.

Keywords: Supplier, consumer, e-commerce, obligations