



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون العام



الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص قانون العام الاقتصادي

تحت إشراف:

د. تغريبب رزيقة

إعداد الطالبين:

يوسفي كنزة

سالي ناصر الدين

لجنة المناقشة

الأستاذ: عدوان سميرة ..... رئيسا.

الأستاذة: د. تغريبب رزيقة ..... مشرفا.

الأستاذ: بن هلال نذير ..... ممتحنا.

السنة الجامعية: 2022-2023

## كلمة الشكر

نشكر أولاً الله القادر على كل شيء، على الإرادة والصحة والصبر التي أعطانا إياها طوال هذه السنوات الطويلة للوصول إلى هذا اليوم وإتمام دراستنا العليا وتنفيذ هذا العمل النهائي للدراسة. نود أن نعبر عن شكرنا العميق للأستاذة تغريبب زريقة التي وافقت على إشرافه هذا البحث، ونقدر توجيهها وملاحظاتها القيمة. كما لا يمكننا أن نفوت فرصة التوجه بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بمناقشة هذا البحث.



## إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى أمي اللؤلؤة التي تتلأأ يوماً بعد يوم، والتي كانت معي كثيراً وأغلى ما في حياتي، أطال الله في عمرها وأدمها تاجاً على رأسي.

وإلى أبي رحمه الله وجعل قبره روضة من رياض الجنة وجميع موتى المسلمين، وإلى أخي الكبير وأختي.

إلى أصدقائي الذين وقفوا بجاني طوال فترة إنجازي لهذا العمل المتواضع.

إلى خطيبي العزيز على قلبي الذي بذل كل ما بوسعه لكي أتمم هذا الإنجاز.

كنزة





## إهداء

الى من قال فيهما الرحمان "و قل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا"  
الى صاحب السيرة العطرة ، و الفكر المستنير فلقد كان له الفضل الأول  
في بلوغي التعليم العالي (ابي الحبيب و العزيز عن القلب )  
الى التي غمرتني بحبها و عطفها و دعواتها و وقوفها بجانبني طوال  
هذا المشوار (امي الغالية) التي اراعنتني حتى سرت كبيرا  
الى اخواتي المعزات جميلة ، مليسة و ياسمين من كان لهن بالغ الأثر  
في الكثير من الصعاب ، أتمنى لهن السعادة و العافية  
الى من انارت دربي و اعتبرها سند الوحيد و شريكة حياتي فازية نعمة  
الصديقة والمرافقة

الى بنت اختي دانية حفظها الله، هي قلبي وروحي  
الى كل من اعرفه من قريب او بعيد اهدي لهم جميعا ثمرة تعبي

ناصر دين

# قائمة أهم المختصرات

---

ج،ر،ج،ج.....الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

ص ص.....من الصفحة إلى صفحة.

ص.....الصفحة.

ط.....الطبعة.

دس ن.....دون سنة النشر.

دب ن.....دون بلد النشر.

إلخ.....إلى آخره.

مقاومة

## مقدمة

أدت التحولات الراهنة للعالم المعاصر خاصة في مجال المعاملات الإلكترونية إلى ظهور نمط حديث لتعاقد يعرف بالتعاقد الإلكتروني، وهذا نتيجة للتسهيلات التي يحتويها هذا النوع من المعاملات، وكذا السهولة والسرعة التي يمنحها للمستهلك الإلكتروني، بحيث يضع أمامه مجموعة من الخيارات لاقتناء السلع والخدمات، التي يحتاجها دون الحاجة إلى التنقل مما يسهل عليه الحصول على احتياجاته في وقت قياس وذلك خلافا لتعاقد التقليدي الذي يستلزم شروط معينة غالبا ما تستوجب وقتا طويلا للحصول على السلعة أو الخدمة. .

يعتبر العقد الإلكتروني من العقود غير مسماة، طالما أن المشرع لم يضع له تنظيم خاص به ورد في القانون 05/18 يتميز بانعقاده بين شخصين غير حاضرين وعبر شبكة الانترنت، ويكتسب الطابع الإلكتروني من الوسيلة التي يتم إبرامه من خلاله. يعرف الفقه العقد الإلكتروني بأنه "اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة ومرئية، بفضل التفاعل بين الإيجاب والقبول"، ويعرف كذلك بأنه "التعاقد الذي يتم انعقاده بوسيلة إلكترونية كلياً أو جزئياً أصالة أو نيابة"<sup>1</sup>.

يبرم العقد الإلكتروني بين طرفي المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني ويعرف الطرف الأول الذي هو المستهلك الإلكتروني بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقبلي بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

يعرف الطرف الثاني في العقد الإلكتروني مورد الإلكتروني كونه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، فالأخطار التي قد يتعرض لها المستهلك في إطار التجارة أكبر من الخطر في التجارة الإلكترونية التقليدية وذلك لكونه عاجز عن فحص المنتج أو المبيع ومعاينته، كما قد يخفي المورد حقيقة العيوب الموجودة في

<sup>1</sup> أحمد خالد العجولي، التعاقد عن طريق الانترنت "دراسة مقارنة"، المكتبة الوطنية، عمان، 2020، ص123.

## مقدمة

منتجه ومحاولة إيهام المستهلك بمزايا غير حقيقية ما يجعله عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه والاحتيال عليه.

كل هذا ما جعل مسألة حماية المستهلك ضرورة حتمية، وما استدعى توسيع نطاق حماية المستهلك بوضع اليات قانونية تضمن وقايته من الغش والخدع، كما قام بتوفير أجهزة وهيكل لازمة تعمل على ممارسة الرقابة للمنتوجات قصد تحقيق حماية تامة من الخطر الذي يمس بسلامته وصحته.

تم تكريس هذه الأجهزة في إطار الدفاع عن المستهلك وتكلفتها بسلطة الرقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع بين المستهلك بالمحترف فيما بينهم، سواء على مستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له.

بناء على هذا الطرح، تتجلى أهمية دراسة هذا الموضوع إلى تحديد أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة بين طرفي العلاقة التعاقدية في العقد الإلكتروني، أو دراسة أهم الوسائل والكيفيات التي اعتمد عليها المشرع من أجل إحاطة المستهلك بالحماية من كل خطر يهدده، والوقوف أيضا على مختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحمايته وإبراز دورها في توفير الحماية عبر شتى مراحل العملية الاستهلاكية.

ومن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع المتعلقة بحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في حقيقة الأمر جاء بعدة أسباب من بينها:

الميول والرغبة لفهم هذه الدراسة وكذا محاولة الوقف على أهم الجوانب القانونية لحماية المستهلك من خلال مرحلتي تكوين وتنفيذ العقد وحماية المستهلك الإلكتروني بالدرجة الأولى الذي بات عرضة للغش والتضليل والتلاعب من خلال تعاملاته الإلكترونية وكونه عاجز عن فحصه للمنتجات والخدمات ومع بيان أهم الهيئات التي سعت في ممارسة الرقابة لضمان سلامة المستهلك.

وتهدف هذه الدراسة إلى بيان أهم الضمانات المقررة في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، كما تهدف تقييم مدى إمكان توفير الحماية للمستهلك المتعاقد عن بعد، وتوضيح



## مقدمة

الإجراءات الوقائية ل حمايته عند إقدامه على العقود الإلكترونية، بالإضافة إلى بيان الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك وتحديد دور الذي تمارسه في إطار حماية المستهلك.

وارتأينا لمعالجة موضوع بحثنا هذا إلى طرح الإشكالية التالية: ما مدى كفاية الضمانات والأليات القانونية لتوفير الحماية للمستهلك الإلكتروني؟

وللإجابة عن الإشكالية المطرحة قمنا في إتباع المنهج الوصفي، وذلك من خلال تقديم التعاريف والمفاهيم التي تبنى عليه الموضوع وعرض أهم المشاكل التي تواجه المستهلك في التعاقد الإلكتروني بالإضافة إلى الاستعانة بالمنهج التحليلي وذلك للبحث عن جمع كل البيانات والمعلومات ومقارنتها، مع الإسناد إلى النصوص القانونية.

قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين، حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى الضمانات الموضوعية لحماية المستهلك الإلكتروني، بحيث تناولنا في المبحث الأول أهم الضمانات المقررة في مرحلة تكوين التعاقد، أما المبحث الثاني خصصنا لدراسة الضمانات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني اثناء تنفيذ العقد.

وفي الفصل الثاني تعرضنا إلى الضمانات المؤسسية لحماية المستهلك الإلكتروني، بحيث في المبحث الأول تناولنا دور الجماعات الإقليمية في حماية المستهلك، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى تحديد أهم الهيئات المركزية ودورها في حماية المستهلك.

## الفصل الأول

### الضمانات الموضوعية للمستهلك الإلكتروني

أدى التقدم والتطور الهائل في مجال المعاملات التجارية والإلكترونية إلى ابتكار أساليب وطرق حديثة في إبرام العقود ومن بينها نجد استعمال الشبكة العنكبوتية أو ما يسمى بالعقد الإلكتروني<sup>1</sup>، مما جعل المستهلك تتزايد ضغوطات محاولة جذبته وإغرائه إلى عالم التجارة، لقد أضحى المستهلك مهدد ومعرضاً دائماً للتلاعب بمصالحه ونتيجة الممارسات الغير الشرعية والخداع، كون التعاقد الإلكتروني هو مجال تتعدد فيه وسائل الغش والخداع<sup>2</sup> كل هذا ما جعل حماية المستهلك حتمية لتطوير وانتشار التجارة الإلكترونية.

ولتفادي إمكانية الوقوع ضحية الخداع والغش تم وضع تدابير ووسائل لازمة في تلك البيئة الإلكترونية ولذلك استدعي توسيع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني ولدراسة هذا الفصل سنقوم بتقسيمه إلى مبحثين، سنتناول ضمانات المقررة لحمايته في مرحلة ما قبل تعاقد (المبحث الأول) وندرس الضمانات المقررة في مرحلة تنفيذ العقد (المبحث الثاني).

<sup>1</sup>راجع نص المادة 1/6 من قانون رقم 18-05، مؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بتجارة الإلكترونية، ج ر ج، عدد 28 الصادر في 16/08/2018.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 11.

## المبحث الأول

### الضمانات المقررة في مرحلة تكوين العقد الإلكتروني

يعتبر العقد الإلكتروني من بين العقود التي تطورت بتطور التكنولوجيا، ومن المعلوم أن التجارة الإلكترونية تبرم عبر شبكات الاتصالات الإلكترونية إلا أنه عقد سهل الإبرام لكنه خطير فالمستهلك في ظل هذه المعاملات التجارية يتعرض لأخطار لكونه عاجزاً عن فحص المبيع ومعاينته لذلك قد يقع ضحية غش واحتيال وباعتبار أن المستهلك الإلكتروني في مثل هذا النوع من العقود يعتبر الطرف الضعيف<sup>1</sup> وهذا ما ألزم تأمين حماية المستهلك في العملية التعاقدية انطلاقاً من ذلك سنحاول أن نتطرق إلى حماية المستهلك من الإعلان التجاري (المطلب الأول) وثم نتطرق إلى إعلام المستهلك وتوعيته (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

### حماية المستهلك من الإعلان التجاري

تعتبر الإعلانات التجارية من المصادر الأساسية للمعلومات بالنسبة للمستهلك في الوقت الراهن، خاصة أن الأعمال التجارية الإلكترونية<sup>2</sup> عادة ما تكون مسبقة بشكل من أشكال الإعلان أو الدعاية لترويج عن المنتج من أجل إحاطة المستهلك علماً بمدى قدرته على إشباع حاجاته غير أن يعتمد الغير المحترفين على عملية الاحتيال والخداع للتضليل المستهلك وهو ما يجعل حماية المستهلك من المسائل الضرورية.

وعليها فإن الإعلان من أهم أنشطة التسويق والترويج وتحقيق الربح عبر شبكة الإلكترونية ومن هنا سنتطرق في هذا المطلب لتعريف الإعلان التجاري (الفرع الأول) ثم ندرس عناصره (الفرع الثاني) ثم سنتناول شروطه (الفرع الثالث).

<sup>1</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص274،

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص105.

## الفرع الأول

### تعريف الإعلان التجاري

يعتبر الإعلان التجاري من أهم الوسائل والأنشطة التي تلعب دوراً فعالاً في السوق من خلال توفير المستهلكين كل المعلومات عن المنتجات وإقناعهم بجودته وشرائه فيتوجب علينا في هذا الفرع دراسة أهم التعريفات للإعلان التجاري وذلك بالتطرق إلى التعريف اللغوي والاصطلاحي (أولاً) والتعريف الفقهي (ثانياً) والتعريف القانوني (ثالثاً).

#### أولاً: التعريف اللغوي والاصطلاحي للإعلان التجاري

##### أ- التعريف اللغوي للإعلان التجاري

الإعلان التجاري لغة هو أحد الأنشطة الإعلامية لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وهو أحد أنماط التوصيلية الأساسية لترويج البضائع والسلع أو الخدمات الإعلانية الشفوية. يعتبر الإعلان التجاري أيضاً عملية اتصال إقناعي تهدف إلى نقل التأثير عبر رسالة إشهارية من معلن إلى مستهلك يهدف إثارة دوافعه لشراء منتج أو استعمال خدمة<sup>1</sup>، فالإعلان في اللغة العربية يعرف أنه "ما ينشره التاجر وغيره في الصحف أو في نشرات خاصة تعلق على الجدران أو توزع على الناس ويعلن فيه ما يريد إعلانه ترويجاً له<sup>2</sup>، وعرف أيضاً بأنه إخبار أو إعلام تجاري الغرض منه التعريف بالمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو هذه الخدمة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نشر على موقع الأنترنت، <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>، تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/15، على ساعة 14:30.

<sup>2</sup> القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد (دراسة تحليلية شاملة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1999، ص 21.

<sup>3</sup> عبد الفاضل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من وجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، د ب ن، د س ن، ص 19.

**ب-التعريف الاصطلاحي للإعلان التجاري**

يعرف الإعلان التجاري اصطلاحاً كونه النشاط الذي يؤدي إلى خلق الرضا النفسي عن السلع والخدمات بغرض تسويقها بين الجمهور من أجل شرائها وإقناعهم بجودة المنتج عرف كذلك كونه وسيلة شخصية وتكنولوجية تستخدم للتعبير عن فكرة أو سلعة أو خدمة مخصصة لجذب انتباه المستهلك وتعليمه كيفية إشباع تلك الحاجة ثم ذكره بالمنتج كما أنه يعرف على أنه مختلف نواحي الأنشطة التي تؤدي إلى نشره أو إذاعة الرسالة الإشهارية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض إقناع على الشراء السلع أو خدمات من أجل استمالته إلى التقبيل الطيب للأفكار أو الأشخاص أو منشأة معن عنها<sup>1</sup>، سماه المشرع الجزائري بالإشهار الإلكتروني الذي عرفه في الفقرة 6 من المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية.

**ثانياً: التعريف الفقهي للإعلان التجاري**

عرفه البعض بأنه "وسيلة معلومات موجهة إلى العميل المحتمل ليكون رأيه حول النتائج التي يمكن توقعها من السلع أو الخدمة المقترحة عليه كما عرف بأنه: وسيلة غير شخصية لتقديم السلع والخدمات وترويجها وتأكيد حضورها والإشادة بها بواسطة مهمة معلومة مقابل أجر مدفوع<sup>2</sup>

**ثالثاً: التعريف القانوني للإعلان التجاري**

حاولت العديد من التشريعات تعريف الإعلان التجاري ومن بينها التشريع الذي استخدم المادة الثالثة من قانون 79-1150 في 1979/12/29 المتعلق بشأن حماية من اللافتات الإعلانية المعلقة على الجدران نص على أنه "يعتبر الإعلان كل نقش يهدف إلى إعلان الجمهور وجذب انتباهه سواء كان نقشا نموذجي أو صورة،"

أما المشرع المصري عرفه في المادة الأولى من قانون رقم 66 سنة 1956 المتعلق بشأن تنظيم الإعلانات عرفه بأنه: " أية وسيلة أو تركيبية أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو

<sup>1</sup> محمد فريد الصحن، الإعلان، دار الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص12.

<sup>2</sup> بشير عباس العلاق، التسويق الحديث (مبادئه، إدارته، بحوثه)، دار الجامعية، الإسكندرية، د س ن، ص236.

الورق أو القمش أو البلاستيك أو الزجاج أو أي مادة أخرى ، و تكون معدة للعرض أو للنشر بقصد الإعلان بحيث تشاهد من الطريق أو بداخل أو خارج وسائل النقل"<sup>1</sup> ، أما بالنسبة للمشرع الجزائري لم يعرفه للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، قد يكون السبب في ذلك ترك مجال تعريفه للقانون ضف إلى ذلك أنه عرفه من قبل وذلك بموجب نص المادة الثالثة من قانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية على أنه "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعمل"<sup>2</sup> ، لتفادي منه التكرار.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن الإعلان هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور المستهلكين بهدف إقناعهم بمزايا السلعة ولا يختلف الإعلان الإلكتروني عن الإعلان التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة سواء عن طريق الانترنت أو غيرها من الطرق.

## الفرع الثاني

### عناصر الإعلان التجاري

تعتبر عناصر الإعلان التجارية ذات أهمية جوهرية في تسويق المنتجات باعتبارها وسيلة للتعرف على المنتج أو الخدمة عن طريق ذكر محاسن ومزايا من أجل إقبال المجتمع على السلعة أو هذه الخدمة فالإعلان التجاري يتكون من عنصر أساسيا وهما العنصر المادي (أولا) والعنصر المعنوي (ثانيا).

### أولا: العنصر المادي

إن الإعلان وسيلة من وسائل التعبير المختار من طرف المعلنين كما أنها تعتبر العنصر المادي الممثل في كل عمل أو نشاط لاستخدام أدوات التعبير من أجل جذب الجمهور.

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص106.

<sup>2</sup> قانون رقم 02-04، مؤرخ في 15-08-2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، عدد41 الصادر في 27/01/2004، معدل ومتمم.

يمكن تقسيم هذه الإعلانات إلى الوسيلة أو الإعلانات المستخدمة إلى إعلانات صحفية<sup>1</sup> والتي تنتوع إلى إعلانات المساحات إعلانات تحريرية، إعلانات مالية، وكذلك إعلانات سمعية وبصرية مثل الإذاعة، التلفاز. ومنها إعلانات ثابتة كالألواح الضوئية والجراند الضوئية، وغيرها من الأدوات المستعملة لتسويق المنتج وإقبال الجمهور...إلخ.

### ثانيا: العنصر المعنوي

يتعلق الإعلان الأخلاقي بالعوامل النفسية التي تؤثر بشكل مباشر على حرية اختيار المستهلكين وذلك ما جعله يستخدم كل وسائل التأثير لجذب وإغراء العملاء، والغرض من الإعلان الترويج والتأثير من خلال تحفيز المستهلكين للمطالبة بالمنتج او الخدمة، وحتى يكون الإعلان أخلاقيا لابد من مراعاة ما يلي: الصدق، ذكر المواصفات الحقيقية للمنتج لا على أساس الاحتيال والنصب أو التلاعب وكذلك احترام مبادئ المنافسة المشروعة أن لنجاح الإعلان لابد من تكراره، لأنه له دور فعال في تأكيد الحملة الاشهارية<sup>2</sup> في ذهن الجمهور

### الفرع الثالث

#### شروط الإعلان التجاري

بموجب أحكام المادة 30 من قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05<sup>3</sup>، تقوم حماية المستهلك الإلكتروني من مواجهة الإعلانات الإلكترونية على مجموعة من الشروط الأساسية المتمثلة في اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني (أولا)، منع الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل (ثانيا).

<sup>1</sup> أحمد سعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص134.

<sup>2</sup> منصور خيرة، بن عمار أمال، "الإشهار في الجزائر (دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الجزائرية)"، مجلة الجزائر

الاقتصادية والإدارة، مجلد15، عدد01، جامعة وهران، جامعة مستغانم، 2021، ص393.

<sup>3</sup> راجع نص المادة 30 من قانون رقم 18-05 المتعلق بتجارة الإلكترونية.



## أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

إن شرط وضوح الإعلان الإلكتروني<sup>1</sup> يتطلب أن يحتوي على كافة البيانات والمعلومات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واعي متغير تعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بحكم الإقبال على التعاقد. وعليه فإن الإعلان الإلكتروني في المعاملات التجارية الإلكترونية والدعاية المصاحبة يجب أن تكون واضحة وغير غامضة وكذلك تزويد المستهلك بمعلومات<sup>2</sup> واضحة عن المنتج أو السلعة المعروضة مما يجعل المستهلك يوافق على التعاقد.

## ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل

إن الإعلان التجاري عامل من عوامل الترويج ووسيلة من وسائل إعلام الجمهور بالمنتج والخدمات<sup>3</sup> إذا كان مضلل أو كاذباً، ينعكس سلباً على المستهلك في حصوله على المعلومات الصحيحة وبذلك من شأنه المساس برضا المستهلك. وقد عرف الإعلان الكاذب بأنه "هو كل إشهار يتضمن ادعاءات أو عروض خاطئة من شأنها أن تخدع المستهلك أو مستعمل للموارد والخدمات" فالإعلان المضلل هو "ذلك الإشهار الذي من شأنه خداع المستهلك من خلال تكوين انطباع غير حقيقي عن المنتجات أو الخدمات المعلن عنها"، بحيث تصاغ عبارته بأسلوب مبهم يثير اللبس، يفضي إلى تظليل المستهلك ووقوعه في الغلط<sup>4</sup> لتفادي الإعلان الكاذب و المضلل فإن المشرع الجزائري اشترط مجموعة من من العناصر التي يحتوها الإعلان الإلكتروني، ذكرها في

<sup>1</sup> ممدوح محمد خيرى هاشم، الحماية المدنية للإعلانات التجارية الخادعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص28.

<sup>2</sup> يزود المستهلك الإلكتروني بمعلومات ولكنها ليست على سبيل الحصر وتكمن هذه الأخيرة فيما يلي: رقم تعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية ورقم المورد الإلكتروني، مع رقم سجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية، وأيضاً يحدد كفاءات مصاريف وأجل التسليم وكذا طبيعة وخصائص أسعار السلع أو الخدمات، وشروط فسخ العقد ووصف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية وبيان كيفية الغاء الطلبية.....إلخ.

<sup>3</sup> أحمد سعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي، الكويت، 1995، ص144.

<sup>4</sup> صالح بونفلة، "المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل"، مجلة آفاق للعلوم، مجلد05، عدد17،

جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص100.

المادة 2/11 قانون رقم 05/18 سالف الذكر، وعليه نستخلص بان الإعلان المضلل والإعلان الكاذب كلاهما ممنوعان يؤدين إلى تغليب المستهلك و خادعه.

## المطلب الثاني

### حماية المستهلك الإلكتروني عن طريق التزم المتدخل بالإعلام

يعتبر الالتزام بالإعلام من أبرز الآليات القانونية لحماية المستهلك<sup>1</sup> الإلكتروني، فهو أحد المقومات الأساسية التي يجب أن تتوفر من أجل ضمان حماية حقيقية للمستهلك وذلك من خلال توفير كل المعلومات حول المنتج والخدمات.

لتجنب المخاطر الإشهارية والإعلانية التي تؤدي إلى تأثير على رضا المستهلك<sup>2</sup> فإن الالتزام بالإعلام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في شتى المعاملات الإلكترونية، لذا كان ولا بد من ضرورة توسيع نطاق تطبيقه وبسطه على كافة العقود<sup>3</sup> ومما تقدم سنقوم بتقسيم هذا المطلب إلى تعريف الالتزام بالإعلام (الفرع الأول)، ثم التطرق إلى أساسه القانوني (الفرع الثاني) و نتناول مضمونه (الفرع الثالث).

## الفرع الأول

### تعريف الالتزام بالإعلام

الالتزام بالإعلام فرض واجب الإفصاح عليه لحماية المستهلكين، فلقد عرفه البعض بأنه "التزم سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد

<sup>1</sup> خلفي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات حول فعالية القاعدة القانونية، مجلد 01، عدد 01، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2017، ص 14.

<sup>2</sup> زريقات عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 339.

<sup>3</sup> أحمد أمين نان، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسدي مرياح، ورقلة، 2017، ص 5.

البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متتور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد<sup>1</sup> وهناك بعض الفقهاء الذين عرفوا بأنه "التزام قانوني يقع على عاتق المهني، يتمثل في الإدلاء بكل المعلومات التي من شأنه تنوير إرادة المستهلك عن طريق إحاطة بكل الوسائل الخاصة بالمنتج وبشروط التعاقد ليبنى عليه رضاه بالعقد".

ويقصد به تزويد المستهلك بالبيانات المتعلقة بالعقد بحيث تكون وصيته مستنيرة وذلك عن طريق توفير كافة المعلومات اللازمة. كذلك بأنه عملية إيصال الأحداث والأفكار إلى الجمهور بوسائل مستحدثة سواء كانت مسموعة أو مكتوبة أو مرئية لنشر الثقافة ورفع مستوى الوعي في المجتمع، كما أنها طريقة لنقل المعلومات بين الأفراد<sup>2</sup> وباختصار نستنتج أن المتعاملين في التجارة الإلكترونية ملزمون بإبلاغ المستهلكين السلع والخدمات التي يقدمها، فهو ملزم بالإشارة إلى البيانات الأساسية بطريقة مستنيرة تماما، لذلك يمكن القول ان إرادة المستهلك تكون حرة عند إتمام عقده وخرق هذا الوعد سيؤدي الى انهاء العقد اذا وقع المستهلك في الخداع والاحتيال كما يجوز للمستهلك المتضرر المطالبة بالتعويض. عليهم فقد نصت المادة 17 من قانون حماية المستهلك والقمع<sup>3</sup> على غير 09-03 أنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه لاستهلاك بواسطة الوسم<sup>4</sup> ووضع العلامة او بأي وسيلة اخرى مناسبة". من خلال التعارف السابقة بأن الالتزام بالإعلام وسيلة حديثة لتوعية المستهلك وحمايته من الخداع

<sup>1</sup> زايد محمد، "الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك"، مجلة آفاق علمية، مجلد12، عدد04، مركز الجامعي نور البشير، البيض، 2020، ص541.

<sup>2</sup> مقران كمال رمضان زهير، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان، بجاية، 2017، ص14.

<sup>3</sup> قانون رقم 09-03، مؤرخ في 2009/02/25، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد15، صادر في 2009/03/08، ص15.

<sup>4</sup> الوسم: لقد تم تعريفه من قبل المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 1999/06/30 يتعلق بمراقبة جودة وقمع الغش، المعدل والمتمم بأنه "هو جميع العلامات والبيانات وعناوين لمصنع أو التجارة وصورة والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما، والتي توجد في اي تغليف أو توثيق أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يوافق منتج ما أو خدمة أو يرتبط بهما"

والغش كما أنها تساعده باتخاذ قرار التعاقد من عدمه وكذلك تساهم في تعميق مدارك المستهلك ومعارفه وحقوقه في انتقاء ما يحتاجه

## الفرع الثاني

### الأساس القانوني للالتزام بالإعلام

أضحى الالتزام بالإعلام من أهم المبادئ الوقائية لحماية المستهلك، فهو التزم قانوني<sup>1</sup> ويعد من أهم الالتزامات التي تقع على مسؤولية المهني قبل قيام العقد. وذلك من خلال توفير المعلومات اللازمة المتعلقة بمحل العقد وتكمن غايته في تنوير إرادة المستهلك لضمان سلامته من الوقوع في عيب من عيوب الإرادة وما يتعلق بإثبات المسؤولية المنتج عن الضرر الناجم بخطأ التي يعرضها للاستهلاك، وفيما يخص الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام فقد اختلفوا الفقهاء بشأنها فهناك من يرى أن المنتج ملزم بتحقيق نتيجة (أولاً) والبعض الآخر ذهب إلى القول بأن المنتج ملزم بالبذل عناية (ثانياً).

### أولاً: الالتزام بالإعلام التزم بتحقيق نتيجة

ذهب جانب من الفقهاء إلى أن الالتزام بالإعلام التزم بتحقيق نتيجة أي أن هو التزم الذي يتم تنفيذه إلا بتحقيق نتيجة معينة هي محل التزم أصلاً<sup>2</sup> أي أن يفرض القانون على المدين تحقيق نتيجة قانونية. إن اعتبار الالتزام بالإعلام التزم بتحقيق نتيجة يخفف عبء الإثبات على المستهلكين للمطالبة بالتعويض بعد إثبات عدم نجاح النتيجة المطلوبة.

<sup>1</sup> غول سليمة، مهيب علي، "آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة قبل التعاقد"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مجلد 05، عدد 05، جامعة زيان عاشور، جلفة، 2020، ص 31.

<sup>2</sup> بن عديدة نبيل، الالتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2018، ص 36.

## ثانياً: الالتزام بالإعلام بالتزام بتحقيق عناية

يرى أغلبية الفقهاء بأن الالتزام بالإعلام ملزم ببذل العناية فيها يكون المهني ملزم بتزويد المستهلك بكل المعلومات كما انه ملزم باستخدام كل الطرق المتاحة وبذل عناية كاملة لتحقيق نتيجة معينة. إن اعتبار الالتزام بالإعلام ببذل العناية ل لا يحقق نتيجة أن الادلاء بجميع البيانات اللازمة والمتعلقة بالمنتوج متوقعة على إرادة المستهلك وتنفيذها تقوم على عائق المهني الا بإثبات خطائهم اضافة الى حدوث ضرر<sup>1</sup> نتيجة ذلك.

وفي هذا الصدد فإن الطبيعة الالتزام بالإعلام هو في حقيقة درجة في العناية المطلوبة فقط يتخذ هذا الالتزام شكل التزام بذل العناية<sup>2</sup> إذا كان مضمون الأداء بالمدين ليس هو الغاية أو الهدف النهائي وقد يتخذ شكل التزام بالتحقيق النتيجة أي إذا كان مضمون الأداء هو الغاية والهدف الذي يسعى إليها المدين لا نشاء الالتزام.

## الفرع الثالث

## مضمون الالتزام بالإعلام

تنص المادة 352 /1 من القانون المدني على أن " يجب أن يكون المشتري علماً بالمبيع علماً كافياً إذا اشتمل العقد على بيان البيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه "فإن الالتزام بالإعلام المستهلك التزاماً يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكنه من الإقدام على اقتناء المنتج عن إرادة حرة وسليمة وذلك بناء على البيانات والمعلومات المقدمة. وعليه فإن مضمون الالتزام بالإعلام يتمثل في تزويد المتدخل للمستهلك بالبيانات الخاصة<sup>3</sup> بتعريف المنتج وتحديد شخصية البائع وذكر أساسيات المنتج. من هنا نجد أن الالتزام بالإعلام يتكون من عنصرين أساسيين

<sup>1</sup> بشير سليم، بوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفق الأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09"، مجلة الحقوق والحريات، مجلد 05، عدد 01، جامعة باتنة، 2017، ص 33.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، بيروت، 2009، ص 100.

<sup>3</sup> شيلالي محمد عمار مليكة، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولد معمري، تيزي وزو، 2017، ص 11.

سنتطرق إليهم من خلال تحديد شخصية المورد الإلكتروني (أولاً) وإحاطة المستهلك بأساسيات المنتج (ثانياً).

### أولاً: تحديد شخصية البائع أو المورد الإلكتروني

من أهم الصعوبات التي تثير حيرة المستهلك من حيث إقدامه على التعاقد هي عدم إدراك هوية البائع الإلكتروني، وهذا الأخير تحدد هويته بناء على الثقة والأمان اتجاه المستهلك مما تدفعه على تعاقد<sup>1</sup>

اشترط المشرع بموجب المادة 8 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>2</sup> "أن يخضع المورد الإلكتروني لتسجيل في سجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية لعرض المنتج في الموقع الإلكتروني أو الصفحة الإلكترونية " كما أنه ألزم المورد بإنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى مركز الوطني التجاري . لا يمكن مزاولة النشاط التجاري الإلكتروني<sup>3</sup> إلا بعد إيداع اسم الناطق لدى مصالح المركز الوطني التجاري . ويعتبر المورد الإلكتروني ملزم بتزويد بيانات ومعلومات قرر على إبرام العقد مع تحديد أركان والشروط الأساسية محل العقد ويجب على المورد التمتع بالنزاهة والشفافية أثناء معاملته الإلكترونية توفير كل البيانات المتعلقة بالمنتج.

### ثانياً: إحاطة المستهلك دراية بكل أساسيات المنتج الإعلامي

يقع على مسؤولية المتدخل لكونه يعرف إيجابيات وسلبيات المنتج بسبب خبرته في هذا المجال وهو أما المستهلك الذي يثق به، لذلك يلتزم الطرف المتدخل بوصف وشرح المعلومات المتعلقة بمنتج كتكريبها، تغليفها، صيانتها، وتعليمات استعمالها... الخ، كون ذلك يصعب على

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، الطبعة 2، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص 438-439.

<sup>2</sup> راجع نص المادة 8 من القانون رقم 18-05 المتعلق بتجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> سهام مسكر، "الالتزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقاً لأحكام القانون رقم 18/05"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلد 07، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بليدة، ص 2399.

المستهلكين جني الفوائد المنتظرة من المنتج سواء كانت ما دبة أو معنوية<sup>1</sup> وبموجب المادة 9 من القانون حماية المستهلك وقمع الغش<sup>2</sup>.

نستخلص أن معلومات والبيانات لها قيمة جوهرية من أجل ضمان المنتج، كما نجد أيضا القانون 04-02 الذي يحدد القواعد على الممارسات التجارية ينص على إلزام البائع اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات الخدمة او المنتج، وعلى المتدخل أن يقوم بوصف المنتج محل العقد وصفا دقيقا حتى يتحقق للمستهلك علما كافيا واضحا لا غموض فيه ويعتبر التزام الطرف المتدخل إعلام المستهلك باللغة التي يفهمها حتى يقبل المستهلك للإبرام عقد التجارة الإلكترونية باعتباره من وسائل حمايته<sup>3</sup>.

## المبحث الثاني

### ضمانات المقررة مرحلة تنفيذ العقد

تعد مناقشات ومفاوضات بين الأطراف المتعاقدة، حول المضمون العقدي، في جو من الحرية الكاملة في المناقشة ومعرفة كل متعاقد لحقوقه والتزاماته، وذلك على قدم المساواة بينهما، وإذا ما تبادل الطرفان التعبير عن إرادتين متطابقتين، انعقد العقد وهذا ما يشير إليه الفصل الثاني من القانون المدني<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> شيلالي محمد عمار مليكة، مرجع سابق، ص12.

<sup>2</sup> راجع نص المادة 9 من القانون رقم 05/18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>3</sup> معداوي نجية، "حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مجلد6، عدد1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البليلة2، 2022، ص651.

<sup>4</sup> أمر رقم 58 /75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن للقانون المدني، الصادر في ج.ر.ج. ج ، عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.

إلا أنه في العقود التي تبرم بين المهنيين من جهة، والمستهلكين من جهة أخرى، تعرف بعقود الاستهلاك تكسر هذه القاعدة، فهي لا تقوم على المناقشة والمفاوضات بل تحرر مسبقاً، وبشكل فردي من طرف المهني وتتضمن شروط مجحفة بحق المستهلك.

وبناء على ما تقدم الزم المشرع المتدخل بحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية (مطلب الأول)، وحماية المستهلك الإلكتروني من خلال حقة في العدول (مطلب الثاني).

### المطلب الأول

#### حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

يعتبر الشرط التعسفي أهم ما ينقل التزام المستهلك، و تتضح صفة التعسف في هذه الشروط بشكل أوضح حينما تكون هذه العقود مكتوبة أو تكون مرفقة بالعقد أو في شكل عقد نمذجي معد سلفاً، و هي تبدو وفقاً للقواعد العامة شروط اعتيادية لا تتال من سلامة الرضى و لكن في حقيقتها شروط مجحفة و هذا ما يجعل الحاجة الماسة إلى حماية المستهلك من هذا النوع من الشروط، ومن هنا سنتطرق في هذا المطلب لتعريف الشروط التعسفية الفرع (الأول) ثم دراسة معايير تحديد الشروط التعسفية (الفرع الثاني) .

### الفرع الأول

#### تعريف الشروط التعسفية

يعتبر موضوع الشروط التعسفية من الموضوعات التي تثار الخلاف حولها، فنتعرض فيما يلي لتعريف الشرط التعسفي على ضوء نصوص القانون (أولاً) وأراء الفقه (ثانياً).



## أولاً: التعريف التشريعي للشرط التعسفي.

لقد تطرق المشرع الجزائري في القانون المدني إلى كيفية مواجهة الشروط التعسفية في عقود الإذعان بموجب المادة 110 و 111 منه التي تعطي للقاضي سلطة تعديل هذه الشروط أو إلغائها.

ترك المشرع في نص المادة 110 من القانون المدني الجزائري الذي تصدى للشروط التعسفية الواردة في عقود الإذعان الحرية المطلقة للقاضي للنظر في طبيعة الشرط محل النزاع، دون أن يقيد بأي ضابط سوى ضرورة مراعاته لمقتضيات العدالة بنصه على أنه: " إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو ان يعفي الطرف المذعن منها وذلك وفقا لما تقتضي به العدالة، ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك " .

ويتبين من هذا النص أن المشرع لم يعرف الشرط التعسفي تاركا ذلك للفقهاء، لكنه اعتمد على روح الحق والعدالة كمعيار لتعسفية الشرط، فمتى توافر كل من روح الحق والعدالة عند التعاقد انتفى وجود شروط تعسفية والعكس، وما يمكن قوله هنا أن فكرتي روح الحق والعدالة هما فكرتان أكثر معنوية ومثالية لا يفترض وجودهما حتى في عقد البيع البسيط والذي لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تتحقق فيه العدالة بطريقة كلية في العطاءات المتبادلة، فكيف إذا في عقد الاستهلاك القائم أصلا على انعدام المساواة بين مراكز أطرافه<sup>1</sup>.

إلا أنه لم يعرف الشرط التعسفي أو يبين معاييرها إلا بمقتضى القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نصت المادة 3 فقرة 1 منه على أن الشرط

<sup>1</sup> محي الدين عواطف، مقال بعنوان " أحكام الشروط التعسفية حماية للمستهلك وإعادة التوازن العقدي"، مجلة القانون العام

الجزائري والمقارن، مجلد الرابع، عدد الأول، جامعة جيلالي ليايس، سيدي بلعباس، 2018، ص 13.

التعسفي هو " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"<sup>1</sup>.

من خلال هذا التعريف يتضح أن المشرع الجزائري قد اعتمد في إرساء حماية المستهلك طريقة تحديد موضوع الحماية بشكل واضح ودقيق، بحيث أدرج تعريف الشرط التعسفي مباشرة ضمن أحكام القانون المطبق على الممارسات التجارية، وهذا على عكس بعض التشريعات الأخرى<sup>2</sup>.

### ثانيا: التعريف الفقهي للشرط التعسفي

لقد أحيط تعريف الشروط التعسفية باهتمام كبير من قبل الفقهاء، فإذا كانت جل التشريعات الحالية تهدف إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية أو للتخفيف من حدتها، إلا أنها واجهت صعوبة في إعطاء تعريف موحد لها واختلفت بتعدد واختلاف الزاوية الرؤية الشرط التعسفي، فهناك من يعرفه على أساس أطراف العلاقة الاستهلاكية وجانب آخر يعرفه بالنظر إلى الآثار المترتبة عنه، وأخرى مبنية على طبيعة الشرط التعسفي.

- من حيث أطراف العلاقة العقدية: هي الشروط المفروضة من قبل المهني على غير المهني أو المستهلك نتيجة التعسف في استخدام التفوق الاقتصادي وتسمح بحصول المهني على ميزات مبالغ فيها.
- من حيث الآثار: هو شرط في العقد يترتب عليه الإضرار بالمستهلك بسبب عدم التوازن الواضح بين الحقوق والواجبات كل من المهني والمستهلك والمترتبة على العقد بصورة

<sup>1</sup> بوالكور رفيعة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة دكتوراه، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 212.

<sup>2</sup> زردازي عبد العزيز، مقال بعنوان "مواجهة الشروط التعسفية كألية لحماية المستهلك" مجلة الحقوق والحريات، عدد الرابع، جامعة باجي مختار عنابة، 2017، ص 76.

تؤدي إلى حصول المهني على ميزة مبالغ فيها في مواجهة المستهلك، والذي لا تتوفر لديه الخبرة أو الدراية الفنية أو الاقتصادية<sup>1</sup>.

• من حيث الطبيعة: فهو الشرط الذي يتعارض مع ما يجب أن يسود التعامل من شرف والنزاهة وحسن نية، والذي يتناقض أيضا مع روح العدالة<sup>2</sup>.

فمن خلال هذه التعاريف السابقة نستخلص:

- أن الشرط التعسفي لا يرد على عقود الإذعان أو عقود الاستهلاك فحسب، بل يرد في كل عقد اختلت فيه حقوق والتزامات الطرفين.

- الشرط التعسفي من اشتراط أحد المتعاقدين فقط وخضوع الطرف الآخر له دون سبيل للمناقشة.

- أن الشرط يكون تعسفيا إذا تحققت شروطه سواء كان مكتوبا أو شفويا

- لا يمكن الحديث عن الشرط التعسفي المدرج في العقد إلا بوجود عدم التوازن الواضح بين مراكز أطراف العلاقة التعاقدية، الذي ينتج عنه إمكانية فرض الطرف القوي على الطرف

الآخر ما يراه من الشروط التي تخدم مصلحته الخاصة دون مقابل<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 195.

<sup>2</sup> عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، ط 2، منشأة المعارف، القاهرة، 2008، ص 402.

<sup>3</sup> أحمد رباحي، "أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 05، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2008، ص 347.

## الفرع الثاني

## معايير تحديد الشروط التعسفية

## أولاً: معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية

إن وضعية التعسف في استعمال القوة الاقتصادية معروفة في ظل قانون المنافسة 03-03 قبل أن تلقي بضلالها على العقود الخاصة التي تنظم علاقات الأفراد فيما بينهم، وتترجم في هذه الخصوص من خلال بعض المناورات التي يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديون في سبيل احتكار السوق، وعلى هذا النحو تمتد آثار تلك الهيمنة إلى العلاقات التي تربط العون الاقتصادي المحتكر مع المستهلك بصفته الطرف الضعيف اقتصادياً، ذلك أن الإذعان هو وليد الممارسات الاحتكارية<sup>1</sup>، ومن بين مظاهر القوة الاقتصادية للمحترف تفردته بتحرير شروط العقد المزمع إبرامه والذي يكون خلاصة لخبرة فنية وقانونية وربما خبرة علمية ذات سوابق، وبالتالي فإن القوة تكون غالباً قوة السيطرة الفنية أكثر منها القوة الاقتصادية وإن هذا التفوق الاقتصادي هو الذي يمكن المحترف من فرض شروطه التعسفية<sup>2</sup>.

وبالتالي فإن الضابط المعتمد لتحديد الطابع التعسفي لشروط التعاقدية هو مدى إخلاله أو عدم إخلاله بالتوازن العقدي إخلالاً ظاهراً بين حقوق والتزامات طرفي العقد، وذلك حينما يستغل المهني نفوذه الاقتصادي اتجاه المستهلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص 26.

<sup>2</sup> درماش بن عزوز، التوازن العقدي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014، ص 143.

<sup>3</sup> بسكري أنيسة، مقال بعنوان "مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة" مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 05، عدد 02، جامعة لونيبي، البليدة، ص 29.

## ثانيا: معيار الميزة المفرطة

لكي يعتبر الشرط المدرج في عقد الاستهلاك تعسفيا فانه يجب أن يكون مفروضا بواسطة استعمال النفوذ الاقتصادي الذي يملكه المهني من جهة، على أن يمنح هذا الشرط المفروض ميزة مفرطة من جهة أخرى لصالح المتدخل، لذلك يبدو من الوهلة الأولى أن هذا المعيار يعتبر نتيجة للمعيار الأول<sup>1</sup>.

أثار هذا المعيار عدة إشكالات نتيجة لغموضه حيث لم يتضمن ما يستشف من خلاله طبيعة الميزة فهي ذات طابع مالي فقط أو أكثر من ذلك؟ فضلا عن ذلك هناك إشكال يتعلق بكيفية تقدير الميزة هل ينظر بموجبه للشرط منعزلا أم انه يجب النظر للعقد برمته؟

فعن الإشكال الأول وهو معيار الميزة المفرطة غير محدود الكمية، ذلك أن المشرع لم يحدد رقما معينا تصل إليه هذه الميزة على غرار الغبن الذي يكون سببا لإبطال بعض العقود إذا بلغ حدا معينا وهو لخمس<sup>2</sup>.

ضف الى ذلك كون الميزة الفاحشة غير محدودة الكمية يستلزم عدم توازن ظاهر، وقد حل معيار الميزة الفاحشة معيار عدم التوازن الظاهر، وهذه الصيغة قد استبعدت لأنها كانت تثير بطريقة فاحشة مسألة الغبن، أما الميزة الفاحشة فهي لا تثير مسألة الغبن وإنما تقترب منها، ذلك أن المعيار اشتمل على عنصر موضوعي أي الميزة المفرطة، وعنصر شخصي أي الخشية الناتجة عن تعسف النفوذ الاقتصادي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> سلمى بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص عقود والمسؤولية المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014، ص 71.

<sup>2</sup> زبيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ضوء قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2006، ص 95.

<sup>3</sup> زبيري بن قويدر، مرجع السابق، ص 95.

يرى البعض انه من الطبيعي أن تكون هذه الميزة ذات طابع مالي وهي تكون كذلك حينما يتعلق الشرط المعني بمبلغ الثمن أو كيفية دفع الثمن، لكن ليس من الضروري أن تكون ذات طابع مالي، فالشروط التي عددها المشرع الفرنسي والتي تتعلق بجوهر الشيء أو التسليم أو عبء المخاطر أو شروط التنفيذ. الخ، وهي بالتالي ليست ذات طابع مالي إذا فالميزة ليست ذات طابع مالي بالضرورة<sup>1</sup>.

أما الإشكال الثاني الذي طرحه معيار الميزة الفاحشة، فهو الإشكال المتعلق بكيفية تقدير الميزة، وهل يجب النظر للشرط الذي أعطى ميزة فاحشة للمهني منعزلا عن غيره من الشروط التي يتضمنها عقد الاستهلاك، أم انه يجب النظر إلى شروط العقد في مجموعها؟ إذ لا يمكن الحكم على جعل الشرط تعسفي بمجرد انه يمنح المزايا للمهني، إذ انه من الممكن أن يحتوي العقد شروطا أخرى تخول للمتعاقد الآخر ميزة تجعل التزامات الطرفين متعادلة، فالصفة التعسفية للشرط السابق تتمحي والعقد يبقى متوازنا<sup>2</sup>.

وقد ذهب المشرع الجزائري في نص المادة 3 فقرة 5 من القانون 04-02،<sup>3</sup> إلى أن الشرط التعسفي لا ينظر إليه منفردا بل ينظر إليه بالنسبة لمجموع شروط العقد، إذا كان هذا التحليل يبدو منسجما من الناحية النظرية فانه يطرح مشكلا على المستوى العلمي. يتجلى في صعوبة قياس التوازن أو التعادل بين الأداءات من طبيعة مختلفة، فهذا الأمر يتوقف حتما على حكمة وتقدير القاضي، مما يبين لنا حتما غموض أو عدم دقة هذا المعيار<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> سلمى بن سعدي، مرجع سابق، ص 72.

<sup>2</sup> سي الطيب محمد أمين، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك-دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، ص 114.

<sup>3</sup> تنص المادة 3 فقرة 5 من القانون 04-02 كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى...

<sup>4</sup> مولود بغدادي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، رسالة ماجستير، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2015، ص 50.

## ثالثاً: معيار الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي

جاء النص على معيار الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي في المادة 3 فقرة 5 من قانون الممارسات التجارية 04-02 على أن: " ..... من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"، يعتبر هذا المعيار الوسيلة القانونية الثانية التي يركز عليه القاضي لإقرار الطابع التعسفي لشرط عرض أمامه، وقد وضع المشرع الجزائري هذا المعيار لتقدير الطابع التعسفي للشرط من خلال ما يحصل عليه الموجب من نتيجة، حيث انه لا يعترف بها إلا إذا كان من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي، مما يؤدي إلى منح ميزة مفرطة أو مجحفة على حساب الطرف الضعيف عن طريق المغالاة في تعداد الالتزامات بالنسبة للمتعاقد الآخر، أو عن طريق التخفيف من التزامات المهني<sup>1</sup>.

إن معيار عدم التوازن الظاهر إذا كان ترد لمعيار الميزة المفرطة، فانه تبني فكرة الغبن المجرد، أي النظرية المادية للغبن من حيث تسليمه بفكرة عدم التكافؤ بين الاداءات المتقابلة. غير أن معيار عدم التوازن الظاهر يختلف عن الغبن من عدة وجوه منها: عدم تحديد عدم التكافؤ برقم معين، ومن حيث عدم اقتصاره على عدم التعادل في الثمن وامتداده لمختلف الشروط التي يتضمنها عقد الإذعان، وأخيراً من حيث عدم اقتصاره-مثل الغبن-على المزايا المالية وإنما يشمل المزايا غير المالية<sup>2</sup>، حاول الفقه إعطاء تعريف للمعنى المقصود بالإخلال الظاهر بالتوازن العقدي وهو ما أدى إلى تعدد المفاهيم واختلافها، نتيجة اختلاف الأساس الذي يعتمد عليه كل اتجاه، فالرأي الأول ينظر إلى الاختلال الظاهر لتوازن العقد على أسس

<sup>1</sup> عنتري بوزار شهناز، التعسف في العقود، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع العقد والمسؤولية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2012، ص 26.

<sup>2</sup> بودالي محمد، مرجع سابق ص 97.

أخلاقية معتمدين في ذلك على مبدأ حسن النية، الذي يحافظ على نزاهة العلاقة التعاقدية، ويضمن احترام كل متعاقد لمصالح وحقوق الطرف المقابل.

يعرف جانب آخر من الفقه ان معيار الإخلال الظاهر بتوازن العقد بناء على أسس اقتصادية بحتة، فالاختلال بحسب رأيهم لا يتحقق إلا إذا أصاب العقد في شقه المالي فقط دون الجوانب الأخرى، بمفهوم المخالفة فان التقليل من واجبات المهني أو الانتقاص من حقوق المستهلك ليس من شأنه المساس بتوازن العقد<sup>1</sup>.

## المطلب الثاني

### حماية المستهلك من خلال حقه في العدول

عسى من أرقى القضايا الحديثة، مسألة عدول المستهلك من إتمام العقد الإلكتروني في موضوع استهلاك الإلكتروني والممارسات التجارية الإلكترونية وذلك بفعالية تقديم وإظهار البضائع والإمدادات بشكل من الإسراف في الإغراء و التأثير<sup>2</sup> وقد توضع المستهلك في موقف جذب، مما يمس في رضاه ويسترضع في اكتساب محصول محدد، وذلك ما أحدث معظم تشريعات التي نظمت التجارة الإلكترونية رعاية لرضا المستهلك الإلكتروني، بوضع نصوصا تخول من للمستهلك بالعدول أو يعود عن العقد في مرحلة التنفيذ<sup>3</sup> ومن هذا المنطلق نقسم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع بحيث نتطرق إلى مقصود بحث العدول ثم عن حكم قانوني لممارسة حق العدول وبعدها عن آثار مترتبة عن حق العدول.

<sup>1</sup> معوش رضا، مرجع سابق. ص 33.

<sup>2</sup> أحمد بورازق، الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، الجزائر، 2020، ص 113.

<sup>3</sup> بوهنتالة أمال، الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك، مجلة البحوث في العقود والعلوم السياسية، مجلد 03، عدد 02، جامعة لخضر باتنة، 2018، ص 136.



## الفرع الأول

### المقصود بحق العدول

يعد حق العدول أحد الضمانات المكرسة قانونياً وأكثر وسائل حماية المستهلك ملائمة لخصوصيات العقد الإلكتروني، فهو حق شخصي يمارسه المستهلك وفقاً لما يراه محققاً لمصالحه كما أنه غير ملزم بإبداء أسباب لهذا العدول فاستعماله لا يؤدي إلى قيام مسؤولية.

### أولاً: المقصود بحق العدول في التوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي

يعني "الإعلان عن إرادة مضادة يلتزم من خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها واعتبارها كأن لم تكن وذلك بهدف تجريدها من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل".

فالحق في العدول إذا وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقاً بحيث يستفيد من مهلة للتفكير في خلالها بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وأن ارتبط به<sup>1</sup>.

### ثانياً: المقصود بحق العدول في القانونين التونسي والمصري

إن قانون مبادلات التجارة الإلكترونية التونسي رقم 2000-83 نص على حق المستهلك في العدول عن التعاقد بعد إبرام العقد، وجاء ذلك في الفصل 30 منه بقوله "مع مراعاة مقتضيات الفصل 25 من هذا القانون، يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في أجل عشرة أيام عمل تحتسب: بالنسبة إلى البضائع بداية من تاريخ تسلمها من قبل المستهلك، وبالنسبة للخدمات بداية من تاريخ إبرام العقد<sup>2</sup>، كما نجد أن مشروع المعاملات الإلكترونية المصري نص على

<sup>1</sup> غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص

المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 74 75.

<sup>2</sup> القانون رقم 2000-83، المؤرخ في 09 أوت 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية التونسية.

أن المستهلك يستطيع أن يفسخ العقد من جانبه فقط خلال خمسة عشر يوما التالية لتاريخ التعاقد أو تسلمه السلعة<sup>1</sup>.

ويعني حق المستهلك في العدول عن العقد إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد دون أن يكون المستهلك ملزما بتبرير موقفه فقد يكون السبب هو عدم مطابقة المنتج، أو لسبب التفاوت بين الصور التي تم بثها عبر الشاشة الإلكترونية وحقيقتها في الواقع وحتى لمجرد رغبة المستهلك<sup>2</sup>.

## الفرع الثاني

### الحكم قانوني لممارسة حق العدول

ينعقد العقد بتلاقي إرادة أطرافه أما العدول فيقع بالإرادة المنفردة للمستهلك وبتبرج ذلك سلطته على هدم العقد، ويكون بذلك قد مارس حقا، أو استند الى اتفاق أو الى نص قانوني. ولتحديد الطبيعة القانونية للحق في العدول قسمنا هذا المطلب الى فرعين، نتناول في الفرع الأول التكييف القانوني لحق العدول أما في الفرع الثاني نتناول فيه الأساس القانوني لهذا الحق.

### أولا: التكييف القانوني للحق في العدول

اختلف الفقه في التكييف القانوني لحق العدول بين من يعتبره حق شخصي أو حق عيني ورأي ثالث اعتبره رخصة قانونية.

<sup>1</sup> اسماعيل قطاف، العقود الالكترونية وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر، 2006، ص 78.

<sup>2</sup> محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع إشارة القواعد القانون الأوربي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص 25.

**1-العدول حق شخصي**

يعرف الحق الشخصي بأنه رابطة بين دائن ومدين يطالب بموجبه الدائن المدين بأداء معين من الأدياءات أو القيام بعمل أو الامتناع عن عمل<sup>1</sup> فالدائن يمارس حقه في مواجهة المدين مباشرة، لذلك اعتبر الفقه ن حق العدول هو حق شخصي لكون العلاقة القانونية بين الدائن والمدين اي بين من تقرر له الحق لمصلحته وبين من يمارس الحق في مواجهته متوفرة في العدول فالحق الشخصي سلطة يحوزها من له الحق في تنفيذ العقد أو العدول عنه يمارسها في مواجهة الطرف الآخر. إلا ان هذا الرأي لاقى اعتراضا على اعتبار أن الدائن لا يملك السلطة الكافية لإجبار المدين لاستيفاء حقه ولا يمكن ان يستوفي هذا الحق إلا بتدخل من المدين نفسه<sup>2</sup>. بينما العدول لا يستلزم هذا التدخل من المدين فالمستهلك يستطيع العدول عن العقد حتى لو رفض المهني ذلك. كما لا يمكنه ان يطالبه بفعل ايجابي او سلبي، كما ان المهني لا يقع عليه التزام اتجاه المستهلك، لذلك فلا وجود للحق الشخصي في خيار العدول<sup>3</sup>.

**2- العدول حق عيني**

هناك قسم آخر من الفقه يرى أن العدول حق عيني وليس بالحق الشخصي على اعتبار إن الحق العيني هو سلطة لشخص على شي معين يكون له الحق في الحصول على منافعه، والاحتجاج به في مواجهته الغير وحجتهم في ذلك أن العدول يقع على عين تمنح مالها سلطة تؤهله الى إمضاء العقد او العدول عنه<sup>4</sup>.

يرى منتقدو هذا الرأي أنه لا يمكن القول بهذا التكييف على أساس أن العدول لا يمنح المستهلك سلطة مباشرة على شيء وإنما يمنحه إمكانية نقض العقد الذي أبرمه متسرعاً ومن

<sup>1</sup> سه نكه رعلي رسول، حماية المستهلك وأحكامه، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2016، ص 255.

<sup>2</sup> موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2011، ص 231.

<sup>3</sup> موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص 215.

<sup>4</sup> سه نكه رعلي رسول، حماية المستهلك وأحكامه، مرجع نفسه، ص 255.

غير تبصر، وهو لا يمارس سلطة على العين سواء بالتصرف أو بالاستغلال لذلك لا يمكن عده حقا عينيا<sup>1</sup>.

### 3-العدول رخصة قانونية

ذهب رأي في الفقه إلى اعتبار أن حق العدول هو رخصة قانونية تمكن من يحوها من إحداث أثر قانوني والرخصة هنا بمعنى الحرية كحرية العمل والتنقل وحرية التعاقد، لكن الرخصة لا تكون لفرد دون غيره من الأفراد على سبيل الاستثناء لكنها تثبت للجميع، كما أنها لا تثبت لسبب معين بذاته وإنما تثبت بالإذن العام من المشرع<sup>2</sup>. لذلك اعتبر فريق من الفقهاء أن الرخصة لا يمكن أن تكون تكليف للحق في العدول. وهناك رأي آخر من الفقهاء اعتبرها مكنة. فالمكنة تخول صاحبها إحداث مركز قانوني أو منع نشوئه بالإرادة المنفردة دون أن يتوقف ذلك على إرادة من تمارس هذه المكنة في مواجهته<sup>3</sup>. وهذا ما ينطبق على المستهلك الذي يحق له إعدام العقد ونقضه بالإرادة المنفردة دون الحاجة إلى موافقة المتدخل في المهلة المحددة قانونا بسبب إبرامه للعقد دون تروى منه.

استقرت معظم الآراء الفقهية على أن العدول أقل من الحق وأعلى من الرخصة، فهو يحتل مرتبة وسطى بين الاثنين وهذا ما يسمى بالمكنة.

### ثانيا: الأساس القانوني لحق المستهلك في العدول

ميز الفقه بين نوعين من مصادر الحق في العدول وهما إما أن يكون في اتفاق ذلك عدول اتفاقي أو في نصوص القانون ويسمى في هذه الحالة العدول المتعاقدين ويسمى التشريعي.

<sup>1</sup> موفق حماد عبد مرجع سابق، ص 232.

<sup>2</sup> سه نكه رعلي رسول، مرجع سابق، ص 255.

<sup>3</sup> موفق حماد عبد، مرجع نفسه، ص 233.

**1-العدول الاتفاقي**

يعتبر اتفاق المتعاقدين هو أساس الحق بناء على مبدأ سلطان الإرادة ومبدأ العقد شريعة المتعاقدين لكون الحق في العدول يعد استثناء لمبدأ القوة الملزمة للعقد، فبإمكان المتعاقدين الاتفاق على مخالفة هذا المبدأ وإعطاء حق العدول لكليهما أو لأحد منهما بالإرادة المنفردة دون الرجوع للطرف الآخر، ويصبح العقد في هذه الحالة غير ملزم وقابل للعدول عنه. لكن يشترط أن يقيد هذا الحق بفترة زمنية محددة يتم فيها العدول، وبانتهاء هذه المدة يصبح العقد باتاً ونهائياً ولا يمكن الرجوع فيه<sup>1</sup>.

**2-العدول تشريعي**

أما فيما يتعلق بالعدول التشريعي يرى بعض من الفقهاء أن العقد الاستهلاكي يتدرج في تكوينه فهو لا ينعقد في لحظه زمنية واحدة وإنما ينعقد على فترات، فترة التفكير والتروي التي تسبق العقد ومرحلة الإيجاب والقبول وهي فترة إبرام العقد والمرحلة التي يقرر فيها المستهلك الاستمرار أو الرجوع عن رضاه، وهي فترة تنفيذ العقد أو العدول عنه، هذا لا يتناقض مع مبدأ القوة الملزمة للعقد، لكون العدول وقع في المدة القانونية الممنوحة للمستهلك كي يمارس حقوقه استناداً لنص قانوني.

كما أن المشرع يكون متشككاً في الرضا الأول لقبول المستهلك الإيجاب المعروض عليه، تحت تأثير دعاية المهني ولم تكن له الفرصة الكافية لدراسة مدى ملاءمة السلع والخدمات لحاجياته<sup>2</sup>.

أما الرأي الآخر من الفقه يقول أن العدول الممنوح للمستهلك من قبل المشرع بنصوص قانونية لا يؤثر في العلاقة التعاقدية لاكتمال شروط وأركان العقد، وأن المستهلك قد أبرم العقد وأصبح تاماً ونفذه، وبما أن المشرع قد منحه خيار العدول فبإمكانه استغلال هذا الخيار والعدول عن

<sup>1</sup> سه نكه رعلي رسول، مرجع سابق، ص 252.

<sup>2</sup> سه نكه رعلي رسول، مرجع نفسه، ص 252.

العقد بالإرادة المنفردة في المدة الزمنية التي حددها له المشرع، لحكمة أرادها المشرع وهي حماية المستهلك من تسرعه في إبرام العقد<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث

#### الآثار المترتبة على ممارسة الحق في العدول

أولاً: الآثار المترتبة على ممارسة الحق في العدول على المستهلك الإلكتروني

ينجم عن ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول عن التعاقد زوال العقد وإعادة طرفيه إلى الحالة التي كانوا عليها قبل التعاقد مما يرتب على كلا طرفي العقد الاستهلاكي تنفيذ الالتزامات التي تقع على عاتق كل منهما وفق هذا الحق في العدول، بإعادة حال كل منهما إلى الحالة التي كانوا عليها قبل التعاقد، فإن تسلم المستهلك الشيء المبيع التزم بإعادته على الحالة التي تسلمه عليها، وهذا الشرط يصعب تحقيقه في العقود الإلكترونية<sup>2</sup>.

إلا إذا التزم المستهلك التقيد بالضوابط التي تحكم العدول في العقود الإلكترونية أو بالتنازل عن الخدمة أو برد السلعة إلى البائع على الحالة التي كانت عليها قبل التعاقد وهذا ينطبق على كافة العقود الاستهلاكية عامة<sup>3</sup>، والمستهلك حينما يمارس حقه في العدول خلال الفترة المقررة قانوناً لا يتحمل أية جزاءات أو مصروفات عدى تلك المصاريف المتعلقة برد السلعة للمتدخل، لأنه في حال تم تحميل عاتق المستهلك مصاريف إضافية أو غرامات وجزاءات

<sup>1</sup> منصور حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم، "العدول عن التعاقد في العقد الاستهلاكي الإلكتروني"، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد الثاني، كلية القانون، جامعة بابل، العراق، 2012، ص 57.

<sup>2</sup> فرحان عبد الحكيم، عدول المستهلك عن التعاقد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2016، ص 157.

<sup>3</sup> محمد حسن بلقاسم، مرجع سابق، ص 67.

سيضطره في الغالب على التخلي عن هذا الحق ، وهذا ما جعل فقهاء القانون يقولون أنه إلى جانب كون الحق في العدول حق تقديري فهو أيضاً حق مجاني.<sup>1</sup>

### 1- التزام المستهلك الإلكتروني برد السلعة الى المحترف

يجب على المستهلك الإلكتروني في حال تنفيذ حقه في العدول إرجاع السلعة للمحترف بنفس الحالة التي كانت عليها أثناء تسلمها هذا كأصل عام أما استثناءً يمكنه عوض العدول المطالبة بالاستبدال السلعة المباعة بأخرى مطابقة لها إذا كان سبب عدوله لعيب فيها أو لعدم تناسبها مع متطلباته وأراد استبدالهما، ويكون رد السلعة من طرف المستهلك للمحترف على الحالة التي كانت عليها قبل التسلم، كما على المستهلك تحمل المصاريف المباشرة لإعادة البضاعة للمحترف، وهذا ما نصت عليه جل التشريعات منها التوجيه الأوربي رقم 83-2011 المتعلق بحقوق المستهلكين في المادة -L.114 حيث قيد المستهلك بدفع المصاريف المباشرة لإعادة البضاعة للمهني.

وفي حالة هلاك المبيع فقد أقرت القواعد العامة مراعاة اليد التي هلك فيها المبيع وارتباطه بواقعة التسليم وتبعية الهلاك، ففي حالة ما هلك المبيع في يد المحترف قبل التسليم فتبعية الهلاك تقع على البائع المحترف، كما أنه في حالة ما إذا السلعة هلكت في يد المستهلك فإنّ الهلاك يكون على المستهلك لارتباط تبعية الهلاك بالتسليم وهذا إذا كان المستهلك هو المالك، أما في حالة ما المستهلك كان يعد حائزاً وليس مالكا قبل إعلان خياره بين المضي في العقد أو العدول عنه بعد تسلمه السلعة، فالبائع هو المالك والمسئول عن الهلاك هو المستهلك بالرغم من أن ملكية المبيع لم تنتهي إليه بعد ولكن الهلاك كان بعد التسليم وفي يد المستهلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد حسن بلقاسم، مرجع سابق، ص 67.

<sup>2</sup> أيمن مساعدة، علاء خصاونة، خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية وبيوع السافة، مجلة الشريعة والقانون، عدد 48، كلية القانون، جامعة اليرموك، الأردن، 2011، ص 198.

ويعتبر تحميل المستهلك الإلكتروني مصاريف إرجاع السلعة والخدمة للبائع المحترف من طرف مختلف التشريعات لا يعد حماية للمحترف من تعسف المستهلك في أعماله لحقه في العدول فقط بل هو أيضا ضماناً ليكون المستهلك أكثر تعقلاً وجدية في حين اتخاذه لقراره في العدول عن التعاقد في العقود الاستهلاكية<sup>1</sup>.

## 2-التزام المستهلك الإلكتروني بدفع مصاريف رد السلعة

للمستهلك حق إرجاع السلعة إلى المهني دون إبداء الأسباب أو تحمل أية عقوبات بل عليه فقط تحمل تكاليف الرجوع عن العقد وهذا يبرره كون المستهلك هو الذي اتخذ قراره بالعدو: عن العقد بإرادته المنفردة ودون تقصير من جانب المهني. أما إذا كانت السلعة غير مطابقة للمواصفات أو تأخر المهني في تسليمها للمستهلك في الموعد المتفق عليه أو المنصوص عليه قانوناً، فهنا يتحمل المهني تكاليف الرجوع بالإضافة إلى التزامه بالتعويض عن الضرر الذي لحق المستهلك من جراء ذلك طبقاً لأحكام المسؤولية العقدية لكن في المقابل وفي جميع الحالات التي يرغب فيها هذا الأخير ( أي المستهلك ) في العدول عليه إعلام الطرف الآخر بالعدول عن طريق رسالة الكترونية تعلن عنها في العقد أو أية وسيلة متفق عليها .

كما أنه في حالة استعمال المستهلك حقه في العدول فإنه لا يتحمل أي مصاريف أو جزاءات أو أعباء إضافية ما تلك المتعلقة السلعة فقط، ويعد ذلك نتيجة عدى برده طبيعية ومباشرة لاستعمال حق العدول<sup>2</sup>، حيث أنه إذا ألزم بدفع جزاءات ومصروفات إضافية فهذا يدفعه غالباً إلى تخليه وامتناعه عن استعمال حقه تفادياً لما قد يلحق به من غرامات أو جزاءات.

ونص القانون على عدم تحمل المستهلك الإلكتروني أية مصاريف أعباء جراء ممارسة حقه في العدول غير أن الأمر يختلف بالنسبة للمصروفات التي تصدر كنتيجة حتمية لمباشرته

<sup>1</sup> سامية بوزيري، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة تخرج لنيل شهادة

الماجستير، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج البويرة، 2018، ص 158.

<sup>2</sup> منصور حاتم محسن، مرجع سابق، ص 68.



لحقه في العدول، وتتمثل هذه المصروفات في المبالغ التي يصرفها بغية رد السلعة إلى المتدخل وتشمل أيضاً مصاريف الشحن والنقل والتأمين ومصاريف الإرجاع للمنتجات، ووفقاً للتوجيه الأوروبي رقم 07-1997 نص على أن المصروفات التي يتحملها المستهلك بسبب عدوله عن العقد هي فقط المصاريف التابعة مباشرة لرد السلعة للمتدخل<sup>1</sup>.

كما نص التوجيه الأوروبي رقم 83-2011 كذلك على هذا الأمر و أقر هو الآخر بأن المستهلك يتحمل فقط النفقات المباشرة التي تنتج عن إرسال السلع وإذا كان محل التعاقد خدمة فنص هذا التوجيه على إلزام المستهلك بأن يدفع للمحترف قيمة تتناسب مع ما قدم إليه من خدمات حتى اللحظة التي قام فيها بإخطار وإعلام المحترف عن رغبته في العدول وذلك في ضوء مجمل الخدمات المنصوص عليها في العقد، وقانون حماية المستهلك الفرنسي هو الآخر أشار إلى تحمل المستهلك نفقات إرجاع السلعة للمحترف أو المهني.

### ثانياً: الآثار المترتبة عن ممارسة المستهلك لحقه في العدول على المتدخل

ويظهر أثر العدول على المتدخل إذ أنه يكون ملزم في حالة ممارسة المستهلك لحقه في العدول برد الثمن المنتج دون أن يكون ملزماً بتسديد أي نفقات إضافية خلال المدة المحددة قانوناً، وذلك بان يرسل المتدخل بريد الكتروني يوضح فيه تلقيه اعلان العدول ووضعه في الاعتبار<sup>2</sup>، كما نص المشرع الجزائري بموجب المادة 22 الفقرة 02 من قانون التجارة الإلكترونية السالف

<sup>1</sup> محمد حسن بلقاسم، مرجع سابق، ص 70.

<sup>2</sup> سامية لموشية، " خيار رجوع المشتري في عقد البيع الإلكتروني"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد 17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمة لخضر، الجزائر، 2018، ص 232.

الذكر المورد الإلكتروني ملزم بإعادة المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإرسال المنتج خلال خمسة عشر يوماً ابتداءً من تاريخ استلامه المنتج<sup>1</sup>.

وغالباً ما يثور الحديث عن التزامات المهني الناشئة عن مباشرة المستهلك لخياره بالعدول إلا إذا كان هذا الأخير قد سدد ثمن السلعة أو مقابل الخدمة كلياً أو جزئياً و تسلم محل العقد، و قد نظمت التوجيهات الأوروبية و التشريعات الوطنية مضمون الالتزام برد الثمن و الجزاء المترتب على الإخلال به<sup>2</sup>.

### 1-التزام المتدخل برد الثمن

لقد نصت مختلف النصوص القانونية المنظمة لحق العدول على أنه من آثار ممارسة المستهلك لحقه في العدول وفق الالتزامات المتعلقة به فإنه يجب على المتدخل رد ثمن المنتج للمستهلك خلال مدة قانونية معينة، إذ فرضت التوجيهات الأوروبية المنظمة لحق العدول و كذلك التشريعات الوطنية المعنية بهذا الأمر على المهني التزاما برد الثمن أو مقابل الخدمة إلى المستهلك و ألزمته بالقيام بذلك خلال مدة محددة و تعتبر هذه المهلة بمثابة الحد الأقصى زمنياً لتنفيذ الالتزام بالرد، فالأصل أن على المهني رد الثمن إلى المستهلك دون تأخير، و لما كان ذلك لا يحدث في كثير من الأحيان، فقد حددت التوجيهات الأوروبية و التشريعات الوطنية حداً أقصى لتنفيذ هذا الالتزام الواقع على عاتق المهني<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يلس آسيا، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد" بين الحاجة وغموض النص"، مداخلة ضمن أعمال ملتقى الوطني حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مح محمد خيضر، بسكرة، ص 08.

<sup>2</sup> نصيرة غزالي، أ.د". العربي بن مهدي رزق الله، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، مجلة آفاق علمية، قسم الحقوق، مجلد 11، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي، الأغواط، 2019، ص

<sup>3</sup> فرحان عبد الحكيم، مرجع سابق، ص 98.

**2- آثار عدم التزام المتدخل برد الثمن**

ومما ينجر على عدم التزام المتدخل برده لثمن المنتج أو الخدمة المعدول عنها من المستهلك خلال المدة الزمنية المحددة فتترتب عليه آثار قانونية كما يتعين عليه إذا لم ينفذ المهني التزامه برد الثمن أو مقابل الخدمة إلى المستهلك فإن هذا يقتضي توقيع الجزاء المقرر قانوناً سواء أكان هذا الجزاء مدنياً أم جزائياً<sup>1</sup> فصله فيما يلي.

**البند الأول: الجزاء المدني**

ويتجلى الأثر الجزاء المدني المقرر قانوناً في حالة إخلال المهني (المتدخل) بالتزامه برد الثمن في الفوائد القانونية المستحقة على هذا الثمن والتي يبدأ سريانها من اليوم التالي لانقضاء المهلة المحددة للرد<sup>2</sup>.

ونجد أن قانون الاستهلاك الفرنسي قد نص عليها صراحة في المادة 3-20-121-L والتي نصت على إلزام المهني بأداء الفوائد القانونية عن الثمن، وذلك اعتباراً من اليوم التالي لانقضاء المهلة المحددة للرد<sup>3</sup>.

**البند الثاني: الجزاء الجنائي**

معظم التشريعات بما فيها التوجيهات الأوروبية المنظمة لحق العدول في قوانين المستهلك إلا القليل منها لم تنص صراحة على الجزاءات الجنائية المترتبة على تخلف المتدخل عن رده لثمن وفق المهلة والقوانين المحددة لذلك، غير أن ذلك لم يثني بعض التشريعات نأخذ منها الفرنسي مثلاً لم يكتفي المشرع فيه بالجزاء المدني السالف ذكره، بل نص كذلك على جزاء جنائي يوقع على المهني الذي أخل بالتزامه برد الثمن، فقد جعل المشرع من تخلف المتدخل

<sup>1</sup> مصطفى أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، 2016، ص 158.

<sup>2</sup> فرحان عبد الحكيم، مرجع سابق، ص 100.

<sup>3</sup> مرجع نفسه، ص 101.

عن رد الثمن أو رفض البائع رد المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل السلعة التي أعادها له استعمالاً لحقه في العدول مخالفة من تلك التي يتم معاينتها والتحقق منها من قبل الجهات المنوط بها التحقق في مجال المنافسة والاستهلاك وقمع الغش<sup>1</sup>.

ويتمثل هذا الجزاء وفقاً للفقرة الثانية من المادة 22-121L من قانون الاستهلاك الفرنسي في الحبس لمدة عام والغرامة التي تبلغ 3750 يورو أو بأحد هاتين العقوبتين<sup>2</sup>، كما نص في المادة أن قانون الاستهلاك الفرنسي نص في م 15-2242 على أنه إذا لم يقيم المحترف بسداد الثمن فإنه يترتب عليه فائدة قانونية على الثمن. كما رتب المشرع الفرنسي جزاء مالياً على المهني في حالة رفض رد المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل السلعة وهذا طبقاً للمادة 5-242 على عقوبة السجن مدة عامين وغرامة مالية قدرها 150,000 يورو.

وتضاعف الغرامة في حالة العود، وذلك إذا ارتكب المهني ذات السلوك مرة أخرى خلال الخمس سنوات التالية لصدور حكم حائز قوة الشيء المقضي به من أجل أفعال مماثلة<sup>3</sup>.

### ثالثاً: الآثار المترتبة عن ممارسة الحق في العدول على العقد ذاته والعقود المرتبطة به

هناك آثار مترتبة عن ممارسة المستهلك لحقه في العدول ترجع على العقد ذاته والعقود المرتبطة به وسنتطرق لهذا في هذا المطلب والذي سنقسمه لفرعين بحيث سندرس في الفرع الأول منه الآثار المتعلقة بالعقد ذاته في الفرع الثاني منه نتطرق إلى الآثار المترتبة على العقود المرتبطة بالعقد المعدول عنه.

<sup>1</sup> محمد حسن بلقاسم، مرجع سابق، ص 67.

<sup>2</sup> فرحان عبد الحكيم، مرجع سابق، ص 103.

<sup>3</sup> فرحان عبد الحكيم، مرجع نفسه، ص 104.

**1- الآثار المترتبة عن ممارسة الحق في العدول على العقد ذاته**

إن العقد الاستهلاكي الذي يشمل الحق في العدول خلال مهلة العدول يكون محاطا بحالة من الريب وعدم الاستقرار مما يجعله غير لازم للمستهلك و لا يتحدد مصير العقد بشكل قاطع إلا بعد انقضاء مهلة العدول وفقا لما يقرره المستهلك خلالها و على ذلك ، فإن عدم ممارسة المستهلك لحق العدول خلال مهلته القانونية تجعله يستقر و يرتب كافة آثاره ، أما إذا باشر المستهلك العدول خلال مدته القانونية و على النحو الذي حدده المشرع لهذا الأمر فإن العقد يزول بأثر رجعي ويعتبر كأن لم يكن و يتم إعادة الطرفين إلى الحالة التي كان عليها قبل التعاقد، و يترتب على ذلك كافة الآثار القانونية المترتبة على العدول<sup>1</sup> وهذا يعد الأثر المباشر لحق العدول.

وهذا ما رهن تحديد مصير عقد الاستهلاك بشكل قاطع إلا بعد انقضاء مهلة العدول وعلى وفق ما قرره المستهلك خلالها، فإذا لم يباشر المستهلك خياره بالعدول خلال تلك المهلة فإن العقد يستقر و يرتب كافة آثاره ويسقط حقه في العدول، أما إذا باشره المستهلك خلال مهلة العدول وعلى النحو الذي حدده المشرع فإن العقد يزول بأثر رجعي، ويعتبر كأن لم يكن<sup>2</sup> ويرجع المتعاقدين إلى الحالة التي كانوا عليها قبل العقد ويلغي أي أثر أحدثه العقد.

**2- الآثار المترتبة عن ممارسة الحق في العدول على العقود المرتبطة بعقد الاستهلاك**

في حالة ممارسة المستهلك لحقه في العدول عن العقد فإن أثره يتعدى العقد ويمتد أثر عدول المستهلك عن عقد الاستهلاك إلى كل عقد مرتبط به ارتباطا وثيقا، فإذا ما قرر المستهلك العدول عن العقد الأصلي (عقد الاستهلاك) ترتب على ذلك زوال كل عقد تابع له، فمثلا إذا أبرم المستهلك عقد بشراء سلعة ما و اقتترض للوفاء زوال كل عقد تابع له، فمثلا إذا أبرم

<sup>1</sup> أدمين محمد الطاهر، "الحق في العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك"، مجلة للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 57، عدد 01، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2020، ص 42.

<sup>2</sup> فرحان عبد الحكيم، مرجع سابق، ص 95.

المستهلك عقد بشراء سلعة ما واقتضى للوفاء بثمنها، فإن عقد القرض يرتبط بعقد البيع فلولا وجود عقد البيع ما وجد عقد القرض، بمعنى أن العدول عن عقد البيع يجعل عقد القرض بلا فائدة ولا منفعة للمستهلك، وبالتالي لم يعد لوجوده أي مبرر، وبالنتيجة ينقضي بزوال عقد البيع وتزول كافة الالتزامات الناشئة عن العقد الأصلي وكذلك عن العقد التابع له<sup>1</sup> وهذا هو الأثر المتعدي لحق العدول في عقود الاستهلاك الى العقود المرتبطة بها.

---

<sup>1</sup> زيغم محاسن ابتسام، "اثر الاشهار التضليلي على المستهلك والسوق الجزائرية"، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، مجلد 10، عدد 03، كلية الحقوق، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تيموشنت، 2021، ص 57.

## ملخص الفصل الأول

نستخلص من خلال دراستنا لهذا الفصل الى إدراك الضمانات الموضوعية للمستهلك الإلكتروني في ظل المعاملات التجارية التي أقرها قانون التجارة الإلكترونية رقم 18 / 05 باعتباره قانون في هذا المجال في إطار هذا الفصل تناولنا من خلالها مبحثين عرض هذه الضمانات وجاء في المبحث الاول الضمانات المقررة في مرحلة ما قبل التعاقد وهي مرحلة تكفل في الحماية المستهلك الإلكتروني من خلال ضمان الإعلان التجاري والالتزام بالإعلام معبر في ذلك عن كل الاخطار التي تواجه المستهلك في هذه المعاملات الإلكترونية والتجارية لكونه عاجزا عم معاينة المنتج أو الخدمة ووقوع المستهلك ضحية خداع وغش، و قد تناولنا في المبحث الثاني الضمانات المقررة في مرحلة تنفيذ والتي من شأن المستهلك الإلكتروني أن يحاط بنوع من الحماية الخاصة التي لا بد منها ذلك من خلال حماية المستهلك الإلكتروني من شروط التعسفية و كذا العدول عن العقد مبينا فيه الشروط التي تفرض على المستهلك و المورد الإلكتروني و تحدد ممارسة أعمال حقه في العدول .

## الفصل الثاني

ضمانات التعاقد المؤسسي للمستهلك الإلكتروني



حرص المشرع الجزائري على إنشاء العديد من الأجهزة المختصة في سبيل ضمان حماية مصالح وحقوق المستهلكين، ويختلف دور هذه الأجهزة باختلاف الغرض الذي أنشئ من أجله، فقد كلفت بسلطة تنظيم ورقبت الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف سواء على المستوى المحلي أو المركزي.

فهناك هيئات محلية تلعب دورا فعالا في تطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تضمن حماية المستهلك من خلال مراقبة وقمع الممارسات التي تهدد صحة وسلامة المستهلك، بالإضافة الى وجود هيئات مركزية تتواجد على مستوى العاصمة مهمتها سن القوانين الازمة لحماية المستهلك.

لذلك سوف نحاول في هذا الفصل ان نبين دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك (مبحث الاول)، والى دور الهيئات المركزية في حماية المستهلك (مبحث الثاني).

## المبحث الأول

## دور الجماعات الإقليمية في حماية المستهلك الإلكتروني

تشرف الهيئات الإدارية في مجال حماية المستهلك الإلكتروني على رقابة السلع والخدمات قبل عرضها على السوق وذلك نظرا للأخطار التي تسببها وتلحق بسلامة المستهلك وحمايته من كل ممارسة غير نزهة وقد يلجأ إليها المتدخل<sup>1</sup>

وهذا ما دفع بمشرع الجزائري الى وضع أجهزة رقابية تتولى ممارسة تنظيم السوق ، و فيما يخص حماية المستهلك على مستوى المحلي كلفت جماعات إقليمية تسهر على ضمان امن صحة المستهلك و سلامته .

انطلاقا من ذلك سنحاول ان نتطرق الى دور الولاية في حماية المستهلك الإلكتروني (مطلب الاول) والى البلدية ودورها في حماية المستهلك (مطلب الثاني).

## المطلب الأول

## الولاية ودورها في حماية المستهلك

تحتل الولاية مكانة خاصة في التفصيل الإقليمي للوطن ويتضمن هيئتها في الوالي والمجلس الشعبي الولائي، ولقد عينت القانون الولاية بمجموعة من الصلاحيات والمهام في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية التي تخص ساكنة الإقليم<sup>2</sup> ، وإن للولاية دور هام يتمثل في

<sup>1</sup> أحمد العثيم، أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد ظاهرة الغش التجاري عالميا، مقال منشور على موقع [www.aljazirah.com](http://www.aljazirah.com)، تم الاطلاع عليه يوم 2023/05/11، على الساعة 10.30 صباحا.

<sup>2</sup> غيتاوي عبد القادر، " الإطار القانوني لدور الجماعات الإقليمية في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري " مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلد 05، عدد 02، أدرار، 2019، ص 74.

الرقابة على النشاط المنتخب، كما أنها جماعة إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة<sup>1</sup>.

ومن خلال هذا المطلب الأول سنستعرض إلى الوالي (الفرع الأول)، وإلى مجلس شعبي الولائي (الفرع الثاني).

### الفرع الأول

#### الوالي

يعتبر الوالي مسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين، من خلال إشرافه مديريات التجارة الولائية التي تطبق السياسة الوطنية في مجال المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، مراقبة الجودة وقمع الغش<sup>2</sup>، يتمتع الوالي بعدد من الصلاحيات في مجال حماية المستهلك والتي سنناقشها على النحو التالي<sup>3</sup>:

يعتبر الوالي ممثل للدولة استناداً إلى نص المادة 110 من قانون الولاية التي تنص على "الوالي هو ممثل الدولة ومندوب الحكومة في مستوى الولاية، وينفذ قرارات الحكومة زيادة على التعليمات التي يتلقاها من كل وزير من الوزراء"<sup>4</sup> وفي إطار أداء الوالي لواجباته بصفته ممثل للدولة

---

<sup>1</sup> بن دقفل بحرية، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، ميلة، 2018، 2019، ص 27.

<sup>2</sup> عباس مليكة، دور سلطة الضبط الإداري في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الإداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018، 2019 ص 28.

<sup>3</sup> اومدور أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة شهادة الماستر، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص 70.

<sup>4</sup> راجع نص المادة من قانون رقم 12-07 المؤرخ في 21 فيفبراير 2012 المتعلق بالولاية، الجريدة الرسمية عدد 12، الصادر بالتاريخ 29 فيفبراير 2012

يجب عليه القيام بكل ما يضمن صحة الافراد وسلامتهم<sup>1</sup> حيث تنص المادة 108 من القانون رقم 07/12 فيسهر الوالي على وضع المصالح الولائية ومؤسساتها العمومية وحسن سيرها ويتولى تنشيط ومراقبة نشاطاتها طبقا للتشريع المعمول بها<sup>2</sup>

ويمارس الوالي مهامه في اطار حماية المستهلك من خلال التنسيق والرقابة مع مديريات الصحة، تجارة، الري، الزراعة وما الى ذلك، كما يمارس الوالي واجباته في مجال حماية الموظفين بصفاته ضابط شرطة إدارية وهو مسؤول عن حفظ النظام الامن والسلامة والسكينة العمومية، وتوضع المصالح الأمنية للتطبيق تحت تصرفه القرارات المتخذة، ووفقا لهذا المبدأ، ويجب على الوالي اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة التي من شأنها ضمان درجة من الحماية اللازمة لمنع الاضرار بشريحة المستهلكين، فتدخل الوالي بوسائل الرقابة الإدارية لتحقيق المصلحة العامة للمجتمع وليس من اجل التنظيم الجيد للمنفعة العامة وهو معروف في النظام الاداري<sup>3</sup>.

بشكل عام، ودور الوالي هو حماية المستخدم بصفته ضابطا في الشرطة القضائية في اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي الى تفادي الخطر الذي يهدد المستهلك، مثل سحب المنتج مؤقتا أو بشكل دائم، أو اتخاذ قرار، أو يقوم بسحب الرخص بشكل نهائي أو مؤقت بناء على رأي مصالح الولائية المختصة عند الضرورة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عباس مليكة، مرجع سابق، ص 28.

<sup>2</sup> راجع نص المادة 108 من القانون رقم 07-12 المتعلق بالولاية.

<sup>3</sup> امدرور أسماء، مرجع سابق، ص 71.

<sup>4</sup> حمادي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2006، ص 61.

## الفرع الثاني

### المجلس الشعبي الولائي

يعمل المجلس الشعبي الولائي على مباشرة اعمال الوقاية من الأوبئة و رسم السياسات المحلية في مجال ضبط المواد المعدة للاستهلاك بالتنسيق مع المجالس البلدية و يضمن مجلس شعب الولاية تطبيق الإجراءات الوقائية الصحية و يأخذ هذا الاطار لتشجيع انشاء هياكل المكافآت لمراقبة الحفاظ على الصحة في المؤسسات العامة و الاستهلاكية المتقبلة و ذلك في اطار التنمية الاقتصادية للولاية الامر الذي يتطلب استمرار السيطرة على الممثلين المتدخلين و المنتخبين<sup>1</sup> ومن أجل تنظيم عمل المجلس فانه يشكل مجموعة دائمة من اعضاءه، كل لجنة تتعامل مع قضية معينة ومن المجالات التي تشكل لها لجنة في مجال يخص بحماية المستهلك الى المادة 33 من قانون الولاية :

- الصحة والنظافة وحماية البيئة

- تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات

- تجهيز النقل والإقليم

- الري والزراعة والغابات والصيد والسياحة<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة كما كان الحال مع البلدية، يجوز للولاية، من اجل تلبية الاحتياجات الجماعية للمواطنين، انشاء مصالح عامة لرعايتها ونذكر على سبيل المثال:

- النقل العمومي

<sup>1</sup> بن دقفل بحرية، مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> غيتاوي عبد القادر، مرجع سابق، ص 79.

- النظافة والصحة العامة ومراقبة الجودة<sup>1</sup>

## المطلب الثاني

### دور البلدية في حماية المستهلك الإلكتروني

تطور دور البلدية واتسع لاسيما في مجال حماية المستهلك، حيث تصدر البلدية مجموعة من القرارات المتعلقة بهذا المجال من قبل العديد من الهيئات الأساسية، حيث يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية، كما يتمتع بسلطات شرطة البلدية التي يمارسها تحت سلطة الوالي<sup>2</sup> وهذا على أساس الصلاحيات التي تسمح له بحماية المستهلكين على مستوى البلدية فالصفة الكلاسيكية التي يسهر عليها والتي تتمثل في حسن النظام والامن، والصحة العمومية وتعطيه مجالا واسعا يضمن من خلاله حماية المستهلك<sup>3</sup>.

ومن خلال هذا المطلب سنكشف المهام الشرطية بالبلدية ممثلة في المجلس الشعبي البلدي (فرع الأول) ورئيس مجلس الشعبي البلدي (فرع الثاني).

## الفرع الأول

### دور مجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك الإلكتروني

إن من المسؤوليات والاختصاصات التي تكفل بها البلدية حفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية خاصة في موضع نظافة الأغذية ومكافحة التلوث<sup>4</sup>، وفي سبيل التحقيق ذلك

<sup>1</sup> انظر المادة، 141 من القانون 07/12.

<sup>2</sup> غيتاوي عبد القادر، مرجع سابق، ص 67.

<sup>3</sup> عبد المجيد طيبي، ضبط الإداري ودوره في حماية المستهلك من خلال الهيئات اللامركزية، الملتقى الوطني حول "حماية مستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 17 نوفمبر 2009، ص 4.

<sup>4</sup> زخنيث سمية، دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخص قانون اداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص 23.

يتولى المجلس عن طريق المداولات ورسم السياسة المحلية التي تقوم بها هذه المهمة في اطار التنظيمات المتعلقة بالصحة والمنافسة وحماية البيئة<sup>1</sup>.

كما ان لها دور مهم في اشغال الرقابة والتفتيش في إطارات التي لها علاقة بالصحة العامة وذلك لمراقبة مدى توافر الشروط الصحية فيها.

وتتمثل اعمال الرقابة والحماية فيما يلي:

- تعزيز الرقابة على جميع المحلات التي لها علاقة بالصحة العامة كما تكفل بالتناول

عينات بنعت دورية من مواد الغذائية لتتقيد والتفسير.

- استمراريات مصادر مياه الشرب بمتابعة واجراء عملية التطهير وتناول عينات

التحليل المخبري.

- تحصيل تشكيلات التسمم الغذائي السابقة لمعرفة أسبابها حتى يوثق حينها وتكفل

الاحتياطات الوقائية اللازمة لوقاية صحة المستهلك<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بن دقفل بحرية، مرجع سابق، ص 25.

<sup>2</sup> بن بعلاش هجيرة، حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر اكاديمي كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، 2014، ص 29.

## الفرع الثاني

## رئيس المجلس الشعبي البلدي

يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات الضبط القضائي والإداري كما أنه يتمتع بصلاحيات تحول حماية المستهلكين من مستوى البلدية<sup>1</sup>

ويمارس رئيس المجلس وظيفة الضبط الإداري والمصادقة إلى حماية المستهلك أثناء تمثيله للبلدية وذلك ان حماية المستهلك من المخاطر الموقعة على صحة المواطن هي في الأصل من وظائف الدولة التي تسهر عليها بنفسها دون ان تتخلى عنها كلية لصالح الهيئات اللامركزية<sup>2</sup>

أما فيما يخص اختصاصات رئيس المجلس الشعبي البلدي وبالرجوع الى نص المادة 88 من القانون 10-11 المتعلق بالبلدية فانه يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي السهر على حسن النظام والامن العموميين وعلى نظافة العمومية<sup>3</sup>.

كما يتولى الى جانب ذلك طبقا لنص المادة 94 من نفس القانون المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأموال اما الفقرة 90 من نفس المادة تنص على انه يتولى السعر على النظافة المواد الاستهلاكية المعروضة للبيع والى جانب ذلك فانه حفظا لصحة الافراد ونظافة

<sup>1</sup> اغا جميلة، دور الولاية البلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص 233.

<sup>2</sup> حملجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2006، ص 61

<sup>3</sup> المادة 88 من القانون رقم 10-11، المؤرخ في 20 رجب عام 1432هـ، الموافق 22 يوليو 2011، يتعلق بالبلدية، ج ج ج ج، عدد 37 الصادر في 03 يوليو 2011.



المحيط<sup>1</sup> فان البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقاً لنص المادة 123 من القانون البلدية والتي تنص على انه تتكفل البلدية على حفظ الصحة والمحافظة على النظافة.

- تقسيم المياه الصالحة لشرب.

- نقي ومداواة المياه القذرة والنفايات الجامدة الحضرية.

- مقاومة ناقلات الامراض المعدية<sup>2</sup>.

## المبحث الثاني

### دور الهيئات المركزية في حماية المستهلك الإلكتروني

عملت أغلب دول العالم على تأسيس هيئات ومؤسسات إدارية أوكلت مهمتها لحماية المستهلك الإلكتروني الذي بات عرضة الغش والخداع، واعتبار من هنا بادر المشرع إلى إيجاد هيئات متخصصة من شأنها تعزيز جودة الإنتاج وضمان تنفيذ التزام المتدخل بسلامة المستهلك، لذا حرص على إنشاء هيئات مركزية مخصصة في مجال الرقابة التي لها سلطة الإشراف على حماية مصالح المستهلكين<sup>3</sup> وكذا الرقابة على المنتوجات فترة عملية عرض المنتج للاستهلاك. وارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، تناولنا في المطلب الأول دور وزارة التجارة في حماية المستهلك الإلكتروني والمصالح التابعة له، أما في المطلب الثاني تطرقنا إلى دراسة دور الهياكل المركزية لوزارة التجارة في حماية المستهلك.

<sup>1</sup> راجع نص المادة 94 من قانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011، المتعلق بالبلدية، ج ر ج ج، عدد37، الصادر في 3 يوليو 2011.

<sup>2</sup> راجع نص المادة 123 من قانون رقم 11-10 المتعلق بالبلدية.

-بن داود إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، دار كتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص94.

## المطلب الأول

### وزارة التجارة والهيئات المركزية التابعة له في حماية المستهلك الإلكتروني

مع بداية التسعينات وظهر سياسة التحرير الاقتصادي، أضحى المستهلك مهددا بالمخاطر وذلك بسبب عدم مراقبة جودة المنتجات أو الخدمات، ولهذا كان ولا بد من الضروري تشكيل أجهزة للتحكم وضبط السوق، من أجل مراعاة مصالح المستهلك وضمان سلامته، وحمايته من المخاطر التي تواجهه، عملت الدولة على إنشاء هيئات رقابية مكلفة بعملية الرقابة على المنتجات<sup>1</sup>. فجعلت وزارة التجارة الجهاز المكلف بحماية المستهلكين (الفرع الأول) وبإضافة إلى دور الهيئات المركزية التابعة له (الفرع الثاني)

## الفرع الأول

### دور وزارة التجارة

تتخذ وزارة التجارة في إطار أداء مهامها كل التدابير والوسائل اللازمة الرامية إلى وقاية صحة وسلامة أمن المستهلك، وتعد من المؤسسات والإدارات المكلفة بحمايته، وكما أنها تعتبر الجهاز الأول المكلف بالرقابة على مصالح المستهلكين، سنتطرق إلى مهام المخولة لوزارة التجارة (أولاً) الصلاحيات وزير التجارة (ثانياً).

### أولاً: مهام وزارة التجارة

تلعب وزارة التجارة دوراً محورياً في ميدان الاستهلاك وخصوصاً في حماية المستهلك الإلكتروني الذي بات معرضاً لتزييف والتلاعب يوم بعد يوم بمصالحه، وخاصة مع الانفتاحات الاقتصادية والسياسية وتشجيعات الاستثمارات، وبصدد هذا نتعرض إلى بيان المهام المخولة لوزارة التجارة المتعددة والمتنوعة والذي يتنوع في:

- تتولى تنفيذ استراتيجية الرقابة على السلع والخدمات ومدى مطابقتها لمعايير الجودة والأمن.

<sup>1</sup> - زحنيث سمية، مرجع سابق، ص 16.

- يسهر على وضع وتطوير نظام إعلام إحصائي حول المبادلات التجارية الدولية.

### ثانيا: صلاحيات وزير التجارة

- بموجب المرسوم التنفيذي رقم 453/02 الموافق لـ 2020/12/12<sup>1</sup> فيه حددت صلاحيات وزير التجارة في إطار حماية مصالح المستهلك، وبالنظر إلى مادة 5 منه نجد أن " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بما يأتي :
- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية، شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة، والنظافة الصحية والأمن .
  - اقتراح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام العلامات وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية، ومتابعة تنفيذها.
  - يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.
  - يشجع تنمية مخابر تحليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية لتحليل في مجال الجودة.
  - يساهم في ارساء قانون الاستهلاك وتطويره.
  - يعد و ينفذ استراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها "
  - يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه في مجال الرقابة عن طريق الاتصال بوزارات أخرى لتعزيز المنافسة وتنظيم أنشطة التجارة ومراقبة الجودة وملائمة السلع والخدمات المقدمة للمجتمع بإضافة إلى فرض رقابة قمع بهدف قمع الغش.

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 453-02، مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج. ر.ج.ج، رقم 85 المؤرخة في 22 ديسمبر 2002، معدل ومتمم.

## الفرع الثاني

### دور الهيئات التابعة لوزارة التجارة

تعمل الهيئات التابعة لوزارة التجارة على توفير رقابة وقائية تكفل من خلالها حماية مصالح المادية والمعنوية للمستهلك، وذلك عن طريق اقتراح توصيات للسلطات العامة المتعلقة بالاستهلاك وكذا وتقديم آراء، وتمثل فيما يلي:

#### أولاً: المجلس الوطني لحماية المستهلك

نصت المادة 24 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش<sup>1</sup> على إنشاء مجلس وطني لحماية المستهلكين وذلك بموجب المرسوم التنفيذي الرقم 355 /12 المؤرخ في 2012/10/2 المتعلق بإنشاء اختصاصات مجلس وطني<sup>2</sup> يعرف على أنه جهاز حكومي استشاري يتكون من خبراء في مجال جودة المنتج والخدمة، كما انه جهاز بيدي رأيه في مسائل متعلقة في التطوير والترقية ويقوم باقتراح تدابير من شأنها حماية المستهلك من المخاطر التي تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك<sup>3</sup>، أنشئ هذا المجلس لأول مرة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/92<sup>4</sup> والذي حدد شروط تكوينه واختصاصاته، ويعتبر المجلس هيئة استشارية توضع لدي وزير المكلف بالنوعية فهو لا يملك سلطة إصدار القرارات بل يقترح آراء متعلقة بخصوص الأمور التالية:

- المساهمة في تحسين الوقاية من المخاطر التي قد تسببها السلع والخدمات.
- إعلام المستهلكين وتوعيتهم وحمايتهم.

1 - انظر مادة 24 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

2 - مرسوم التنفيذي رقم 355-12 المؤرخ في 2 أكتوبر سنة 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج، ر، ج، ج، العدد 56.

3 - شوقي يعيش تمام، حنان أوثن، "تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04 جامعة محمد خيضر، بسكرة، جامعة عباس لغرور، خنشلة، 2017.

4 - المرسوم التنفيذي رقم 272-92 المؤرخ في 06/07/1992، الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر، عدد 52، صادر في 08/07/1992 (ملغى)

- إعداد برامج المساعدة لصالح جمعيات حماية المستهلك وتنفيذها.
  - مراقبة جودة وقمع الغش.
  - كل المسائل المتعلقة بنوعية السلع والخدمات التي يعرض عليه الوزير المكلف بالنوعية أو مؤسسة معينة أو ستة أعضاء على الأقل.
- ويتكون هذا المجلس من ممثلين عن بعض الوزارات التي لها علاقة بالرقابة على المنتوجات وضمان سلامة المستهلك، بالإضافة إلى عشرة خبراء يعينهم وزير التجارة.

### ثانياً: المركز المراقبة نوعية ورزم

- تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي الرقم 89-147 المعدل والمتمم<sup>1</sup> بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المتعلق بتنظيمه وعمله<sup>2</sup>. ويعتبر المركز لمراقبة نوعية ورزم مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بشخصية المعنوية والاستقلال المالي<sup>3</sup> كما انه يخضع لوصايا الوزير المكلف بالتجارة وتتجلى مهامه:
- ترقية الإنتاج الوطني لسلع و الخدمات.
  - اكتشاف و البحث عن كل أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري
  - تقديم الدعم التقني والعلمي لمصالح المكلفة بمراقبة النوعية وقمع الغش وذلك من خلال إجراء تحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمد علي.

1 - مرسوم تنفيذي رقم 89-147، المؤرخ في 8 أوت 1989، يتضمن إنشاء مركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج.ج، رقم 33 المؤرخ في 9 أوت 1989.

2 - مرسوم تنفيذي رقم 03-318، مؤرخ في 30 سبتمبر 2003، يتضمن إنشاء مركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، معدل ومتمم.

3 - عمراش رمضان، كري غنية، "دور الأجهزة الإدارية والاستشارية في حماية المستهلك على ضوء قانون 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، حوليات جامعة الجزائر 01، العدد 01، المجلد 36، كلية العلوم الإسلامية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2022، ص 393.

### ثالثاً: شبكة المخابر التجاري وتحليل النوعية

أنشئت شبكة مخابر التجاري وتحليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96/355 المؤرخ في ستة أكتوبر 1996 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97/459 المتضمن انشاء شبكه تجارب مخابر وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها<sup>1</sup>.

ويصدر مرسوم التنفيذي رقم 02/454 المؤرخ في 21/12/2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة<sup>2</sup>، وعليه تعتبر مخابر تحليل النوعية أجهزة استشارية تقنية تساعد الإدارة في ممارسة الرقابة على المتدخل من أجل تنفيذ الالتزام بالضمان سلامة المستهلك من كل أعمال الغش وتضليل في المنتج المعرض للاستهلاك.

وكذا سير الحسن لنشاطات مخابر التجاري وتحليل الجودة وقمع الغش<sup>3</sup> والسهر على احترام قواعد وطرق التحاليل والتجارب لكل المنتوجات.

وحسب المادتين 02 و 03<sup>4</sup> من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 السالف الذكر، أوكلت شبكة مخابر التجاري وتحليل النوعية بعدة مهام نذكر منها:

- إنجاز كل أعمال البحث والتجارب والمراقبة في إطار المساعدة التقنية لحماية المستهلك.
- وضع نظام الاعتماد وضمان النوعية في المخابر التابعة لهذه الشبكة.
- التنسيق بين المخابر وذلك لتحكم الأفضل في تقنية التجارب والتحليل وهذا لتوحيد مناهجها.

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 6 أكتوبر 1996، معدل ومنتم، بمرسوم تنفيذي رقم 97-459، المتضمن انشاء شبكة مخابر تجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها.

<sup>2</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 02-454، مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر، رقم 85-2002.

<sup>3</sup> - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 6362.

<sup>4</sup> - راجع نص المادتين 02-03 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355، المتعلق بإنشاء شبكة مخابر تجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها.

ولقد صنف المرسوم التنفيذي رقم 192/19 المتعلق بمخابر تحليل النوعية<sup>1</sup>، مخابر النوعية إلى ثلاث فئات:

- الفئة الأولى: المخابر التي تعمل لحاسبها الخاص وكذا المحددة في إطار المراقبة الذاتية للمتدخلين.
- الفئة الثانية: مخابر تقديم الخدمات لحساب الغير.
- الفئة الثالثة: مخابر معتمدة في إطار قمع الغش.

## المطلب الثاني

### الهيكل المركزي والمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة ودورها في حماية المستهلك الإلكتروني

تعتبر الهياكل المركزية والمصالح الخارجية لوزارة التجارة الدور الفاعل في حماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، ونظرا للأهمية التي تكتسبها في إطار حماية المستهلك نجد أن تم تكريس هذه الهيئات والمؤسسات وتكليفها بمهام الرقابة الاقتصادية وتحسيس المستهلك وتوعيته من الخطر الذي يهدده، وكما أنها خولت من أجل تفعيل وتنظيم النشاطات وكذا قمع الغش لصالح حماية المستهلك<sup>2</sup>. وعلى غرار هذا سنتعرض إلى بيان الهياكل المركزية لوزارة التجارة ودورها في حماية المستهلك (الفرع الأول) ومن ثم تطرق إلى المصالح الخارجية التابعة له ودوره في الحماية (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> -مرسوم تنفيذي رقم 92-192 مؤرخ في 1991/06/01 متعلق بمخابر تحليل النوعية، ج ر ج ج، عدد 27، صادر في 1991/06/02.

<sup>2</sup> -عمراس رمضان، كري غنية، مرجع سابق، ص 396

## الفرع الثاني

### دور الهياكل المركزية لوزارة التجارة في حماية المستهلك

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المؤرخ في 21 جانفي 2014 لمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة<sup>1</sup> فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات وكذا المديرية العامة للمراقبة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك.

#### أولاً: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

أنشئت المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها إطار أداء اختصاصها بموجب المرسوم التنفيذي 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة بما يلي:

- إعداد الآليات القانونية السياسة والتجارية وتكفيها.
  - السهر على السير التنافسي للأسواق وكذا كل اقتراح التدابير اللازمة لحماية المستهلك، وتطوير قواعد الشفافية والنزاهة بين المتعاملين الاقتصاديين.
  - الاهتمام بترقية السلع والخدمات.
  - اقتراح التدابير التي لها علاقة بتحسين شروط تنظيم التجارية والمهم المقننة وسيرها.
- وعليه فإن مديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها تشرف على خمس مديريات وهي:

-مديرية المنافسة والخدمات .

-مديرية الجودة و الاستهلاك .

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 14-18 المؤرخ 21جانفي 2014، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 2002/12/21، والمتضمن الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر ج ج، عدد48.



-مديرية تنظيم الأسواق و النشاطات التجارية و المهن المقتنة.

-مديرية الدراسات والاستكشاف والإعلام الاقتصادي.

- مديرية التقنين والشؤون القانونية.

### ثانيا: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

بموجب المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 السالف الذكر<sup>1</sup>، تعددت مهام المخولة

للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش بحيث تقوم:

- بتحديد الخطوط العريضة لمراقبة الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة.

-السهر على توجيه برامج المراقبة و قمع الغش .

-مواجهة الممارسات التجارية غير مشروعة.

وتضم أربع مديريات فرعية تابعة لها<sup>2</sup> وهي:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

- مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.

<sup>1</sup> -انظر المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 08/266.

<sup>2</sup> -بدرجة رمزي، "حماية المستهلك الجزائري في ظل تطور مفهوم مسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق"، مجلة نماء

للاقتصاد والتجارة، عدد 01، مجلد03، جامعة الطارف، الجزائر، 2019، ص48.

## الفرع الثاني

### المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة ودورها في إطار حماية المستهلك

بموجب المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 جوان 2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعمله<sup>1</sup>، فيه حددت المديرية الولائية والجهوية لوزارة التجارة في إطار حماية المستهلك.

#### أولاً: المديرية الولائية ودور بحماية المستهلك

تتمثل اختصاصات المديرية الولائية لوزارة التجارة فيما يلي:

- تنظيم النشاطات التجارية والرقابة الاقتصادية بمطابقة مدى تطبيق التشريع والتنظيم المتعلق بتجارة الخارجية للحماية للمستهلكين.
  - تقديم المساعدات للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين في إطار الجودة والمنتجات.
  - المساهمة في نظام الإعلام وضعية السوق لتوعية المستهلكين والمهنيين.
- وتتكون هذه المديرية من فرق تفتيشية وتضم خمس مصالح<sup>2</sup> وهي:
- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي.
  - مصلحة مراقبة الممارسة التجارية والمضادة للمنافسة.
  - مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.
  - مصلحة المنازعات وشؤون القانونية.

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 11-09 المؤرخ 20/01/2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

<sup>2</sup> - سارة كردوسي ميرة فردي، دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08/ماي/1945، قالمة، 2020/2021، ص47.

- مصلحة الإدارة والوسائل.

### ثانيا: المديرية الجهوية لوزارة التجارة

تتمثل مهام مديرية الجهوية لوزارة التجارة في إطار حماية المستهلك في:

- توجيه وتقييم نشاطات المديرية الولائية التابعة لاختصاصاته الإقليمية<sup>1</sup> في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.
- تنظيم برامج الرقابة والسهر على سير تنفيذها، بالاتصال مع الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة.
- إنجاز التحقيقات الاقتصادية في إطار حماية المستهلك، مع وضع فرق مخصصة لتسيير هذه المهام.

ويبلغ عدد المديرية الجهوية لوزارة التجارة في تسع مديريات وكل مديرية تضم شكل ثلاث مصالح<sup>2</sup> والتي تتمثل في:

- مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها.
- مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق.
- مصلحة الإدارة والوسائل.

<sup>1</sup> - علي أحمد صالح، " الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري "، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية، عدد 02، مجلد 53، جامعة الجزائر، 2016، ص 225.

<sup>2</sup> - عمراش رمضان كروي غنية، مرجع سابق، ص 398.

## ملخص الفصل الثاني

نستخلص في نهاية الفصل الثاني أن المشرع سعى لتوفير حماية خاصة للمستهلك من خلال إنشاء أجهزة متخصصة لتحقيق الرقابة والدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين والتي تعتبر من ضمانات التعاقد المؤسسي، ولقد تناولنا عرض هذه الضمانات من خلال مبحثين، حيث رأينا في المبحث الأول دور الجماعات الإقليمية في حماية المستهلك ويتجلى ذلك من خلال دور البلدية والولاية في مراقبة أنشطة المتدخلين، من خلال الصلاحيات الممنوحة للوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي، وبمساعدة المجلس الشعبي الولائي، والمجلس الشعبي البلدي، وذلك لردع جميع الأخطار التي تواجه المستهلك كحلقة ضعيفة في المعادلة الاقتصادية، وقد تناولنا في المبحث الثاني دور الهيئات المركزية في حماية المستهلك ويظهر ذلك من خلال دور وزارة التجارة في حماية صحة و سلامة المستهلك ، الذي يمنح من خلاله لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك ، بالإضافة إلى الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة التي تتدخل بصفة مسبقة لتقي المستهلك من جميع المخاطر الاقتصادية و تتمثل في المجلس الوطني لحماية المستهلكين، ومخابر تحليل نوعية، والمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرمز.

خاتمة

## خاتمة

لطالما كانت قضية حماية المستهلك من الموضوعات الحيوية التي سعت تغطيتها في مختلف التشريعات بما في ذلك في الجزائر، حيث صدر أول قانون لها يحمي المستهلك سنة 1989 وذلك نظرا للأهمية التي يكسيها، فعدم التوازن بين المنتجين والمهنيين والموردين والتجار ومن أخرى يمثل مشكلة اللحظة، خاصة أننا في تطور اقتصادي مما يعهد الطريق لتنوع الهائل في الكمية جودة البضائع المحلية والأجنبية وكذا تنوع طرق بيعها في السوق، مما يؤدي إلى الاحتياي التجاري وسوء التنظيم، وهذا ما المستهلك يجد صعوبة في كشف الغش ووقوعه ضحية الممارسات الغير الشرعية وانتهاك لحقوقه و مصالحه.

فيتدخل القانون بتشريعات خاصة في المعاملات الإلكترونية من حماية المستهلك من مخاطر التعاقد عبر الشبة العنكبوتية، ومن هذه التشريعات قانون 05/18 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية مع قانون 02/04 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية ودورها في حماية المستهلك من مخاطر التي تهدده عبر موقع الإلكتروني وخاصة في مرحلتي التعاقد بداية في مرحلة تكوين العقد ووصولاً إلى مرحلة تنفيذ العقد.

وبإضافة إلى الدول الفاعل الذي تلعبه الدولة في حماية المستهلك من التضليل والحفاظ على سلامة صحته، وتتجسد هذه الحماية بتكريس أجهزة رقابية وهيئات إدارية مكلفة في الرقابة طيلة عرض المنتج للاستهلاك وتنظيم السوق.

فحماية المستهلك لن تعزز إلا على أسس قوية وضوابط قانونية متينة إذ أن هذا الموضوع كل متكامل سيد الفصل فيه هو المستهلك بذاتيه، ومن خلال ما سبق لضمان تفعيل النصوص القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني نقدم نتائج التالية:

- نستنتج أن مرحلة تكوين العقد تشمل ضمانتين أساسيتان لحماية المستهلك هما: التزم المتدخل بالإعلام الذي يهدف إلى تنبيه المستهلك وإبلاغه بكافة تفاصيل والبيانات المتعلقة بالمنتجات والخدمات، وكذلك الإعلان التجاري الذي يهدف إلى محاولة جذب المستهلك وتمتع بكل المصداقية والوضوح.

## خاتمة

- لا تقتصر ضمانات وحماية في العقد الإلكتروني على مرحلة واحدة، بل يشمل تمديد العقد من إبرامه حتى تنفيذه.
- نستخلص أن المشرع حرص على حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني، وذلك بنص على الضمانات التي تكفل هذه الحماية.
- إن طريقة حماية المستهلك الإلكتروني الجزائري في مواجهة الشروط التعسفية ليست أكثر من أساليب الحماية المدنية التي أقرتها النظرية العامة للعقد والتي أظهرت عدم كفايتها في توفير الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية لأنه يحمي المستهلك كمتعاقد لا كمستهلك.
- سعي المشرع الجزائري لحماية المستهلك من خلال إنشاء العديد من الأجهزة التي كلفت بسلطة الرقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية، سواء على مستوى المحلى أو المركزي.
- نستنتج أن الجماعات المحلية لها دور فعال في حفاظ على سلامة المستهلك وصحته، من خلال إجراءات وقائية التي يتخذها كل من الوالي ورئيس مجلس البلدي.
- نستنتج أن وزارة التجارة ومصالحها التابعة لها ذو دور فعال في مواجهة الممارسات التجارية غير المشروعة لكونها الجهاز الأول المكلف بحماية
- إن الأجهزة الرقابية مهما كانت متعددة، فهي غير متمكنة على حماية المستهلك في المرحلة الحالية خاصة مع تطور عملية الغش التجاري على مستوى السوق.

من خلال محل الدراسة توصلنا إلى مجموعة من الاقتراحات أبرزها:

- نقترح أن يقوم المشرع بإدراج نص قانوني أو مادة قانونية تحدد من خلالها تعريف الشروط التعسفية سواء في القانون المدني أو قانون حماية المستهلك.
- يجب تطوير برامج تثقيفية وتحسيسية التي تهدف إلى توعية المستهلك من أجل الوصول إلى مستوى اختيار المنتج بطريقة واعية.
- يجب على المشرع الجزائري على تفعيل دور الجمعيات حماية المستهلك من خلال دورها في توعية المستهلك بخطورة التعاقد الإلكتروني.

## خاتمة

---

- يجب أن تتفاعل تشريعات وطنية وجميع الجهات مع وسائل التقنية لتحقيق التعاون وتوحيد الجهود والقوانين بما يزيد الثقة لدى المستهلكين ولتشكيل جهاز للتطوير هذا النوع من التجارة.
- وجوب تضمين مختلف القوانين حماية المستهلك في تقيين موحد حتى يمكن تعرف إلى كل القوانين وتطبيقاتها بكل سهولة.



## قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### أولاً: الكتب

- 1- أحمد بورازق، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، الجزائر، 2020.
- 2- أحمد سعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي، مجلس النشر العلمي، الكويت، 1995.
- 3- أحمد سعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 4- أحمد خالد العجولي، التعاقد عن طريق الأنترنت "دراسة مقارنة"، المكتبة الوطنية، عمان، 2020.
- 5- القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد «دراسة تحليلية شاملة»، منشورات الحلبي، لبنان، 1999.
- 6- بن دواد إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، دار كتاب الحديث، 2012.
- 7- بشير عباس العلاق، التسويق الحديث (مبادؤه، إدارته، بحوثه)، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.س.ن.
- 8- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- 9- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
- 10- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، الطبعة 2، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
- 11- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 12- زريفة عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
- 13- سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك وأحكامه، دار الفكر الجامعي، اسكندرية، 2016.

## قائمة المراجع

- 11- عبد الفاضل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من وجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، د ب ن، د س ن.
- 12- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، طبعة الثانية، منشآت المعارف، القاهرة، 2008.
- 13- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
- 13- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 14- محمد فريد الصحن، الإعلان، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2013.
- 15- ممدوح محمد خيرى هاشم، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.
- 16- مصطفى أحمد عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول، دراسة مقارنة، دار الجامعي الجديد، اسكندرية، 2016.
- 17- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، زين الحقوقية، بيروت، 2001.

### ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

#### أ/ رسائل وأطروحات جامعية

- 1- بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام في مجال قانون الإستهلاك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2018.
- 2- بواكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة مولد معمري، تيزي وزو، 2019.

## قائمة المراجع

3-درماش بن عزوز، التوازن العقدي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014.

### ب/ مذكرات ماجستير

1-بغدادى مولود، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2015.

2- بن سعدي سلمى، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص عقود والمسؤولية المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014.

3 بن قويدر زوبيري، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ضوء قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2006.

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

5- حمادي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2006.

6-سي الطيب محمد أمين، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك-دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2008.

7-عنترى بوزار شهناز، التعسف في العقود، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع العقد والمسؤولية، جامعة بن يوسف بن خدة1، الجزائر، 2012.

## قائمة المراجع

- 8- غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 9- فرحان عبد الحكيم، عدول المستهلك عن التعاقد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2016
- 10- قطاف اسماعيل، العقود الالكترونية وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر، 2006.
- 11- معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015.

### ج/ مذكرات ماستر

- 1- أومدور أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.
- 2- بن بعلاش هجيرة، حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر اكايمي كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، 2014.
- 3- زحنيت سامية، دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2014.
- 4- شيلالي محمد، عماري مليكة، الإلتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 5- عباس مليكة، دور سلطة الضبط الإداري في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2019.
- 6 - كردوسي سارة، ميرة فردي، دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 1945/05/08، قالمة، 2021

## قائمة المراجع

- 7-مقران كمال، رمضان زهير، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017.
- 8-نان أحمد أمين، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017

### ثالثا: المقالات والمدخلات

#### أ/المقالات

- 1-أدحمين محمد الطاهر، "الحق في العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك"، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 57، عدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2020، ص ص 14 44.
- 2-اغا جميلة، "دور الولاية البلدية في حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص ص 233-234.
- 3-بسكري أنيسة، "مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة"، مجلة البحوث السياسية والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 05، عدد 02، جامعة لونيبي، البلدية، ص ص 24 46.
- 4-بشير سليم، بوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09"، مجلة الحقوق والحريات، عدد 01، مجلد 04، جامعة باتنة، 2017، ص ص 23 48.
- 5-بودرجة رمزي، "حماية المستهلك الجزائري في ظل تطور مفهوم مسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، عدد 01، مجلد 03، جامعة الطارف، الجزائر، ص ص 41 54.
- 6-بونفلة صالح، "المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل"، مجلة آفاق للعلوم، عدد 04، مجلد 04، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص ص 96-110.

## قائمة المراجع

- 7- بوهنتلة أمل، "الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك"، مجلة البحوث في العقود والعلوم السياسية، جامعة لخضر، باتنة، 2018، ص ص 144 135.
- 8- خلفي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات حول فعالية القاعدة القانونية، عدد 01، مجلد 01، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2017، ص ص 7-34.
- 9- رياحي أحمد، "أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والمقارن"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 05، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2008، ص ص 367 343.
- 10- زايد محمد، "الالتزام في عقد الاستهلاك"، مجلة آفاق، عدد 04، مجلد 12، المركز الوطني نور البشير، البيض، 2020، ص ص 538-557.
- 11- زرداوي عبد العزيز، مقال بعنوان "مواجهة الشروط التعسفية كألية لحماية المستهلك"، مجلة الحقوق والحريات، عدد رابع، جامعة باجي مختار، عنابة، 2017، ص ص 71 90.
- 12- زيغم محاسن ابتسام، "آثار الإشهار التضليلي على المستهلك والسوق الجزائرية"، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، مجلد 10، عدد 03، كلية الحقوق، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشينت، 2021، ص ص 354 343.
- 13- غزالي نصيرة، العربي بن مهدي رزق الله، "الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك"، مجلة آفاق علمية، مجلد 11، عدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي، أغواط، 2019، ص ص 309 296.
- 14- غول سليمة، ميهوب علي، "آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة قبل التعاقد"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، عدد 04، مجلد 05، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020، ص ص 27-46.
- 15- غيتاوي عبد القادر، "الإطار القانوني لدور الجماعات الإقليمية في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلد 05، عدد 02، أدرار، 2019، ص ص 65 81.

## قائمة المراجع

16-لموشية سامية، "خيار رجوع المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حامة لخضر، بسكرة، 2018، ص ص 239 214.

17-محي الدين عواطف، مقال بعنوان "أحكام الشروط التعسفية لحماية المستهلك وإعادة التوازن العقدي"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، مجلد 04، عدد01، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، 2018، ص ص 11 25.

18-مساعدة أيمن، علاء خضاونة، "خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية وبيوع الساقاة"، مجلة الشريعة والقانون، عدد48، كلية القانون، جامعة البرموك، الأردن، 2011، ص ص 210 157.

20-مسكر سهام، "التزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقا لأحكام قانون رقم 05/18"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، عدد01، مجلد07، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، البليدة، 2021، ص ص 2392-2419.

21-معداوي نجية، "حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، عدد01، مجلد06، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البليدة2، 2022، ص ص 644-661.

22-منصور حاتم محسن، إسراء خضير مظلوم، "العدول عن التعاقد في العقد الاستهلاك الإلكتروني"، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، مجلد04، عدد02، كلية القانون، جامعة بابل، العراق، 2012، ص ص 38 85.

23-منصوري خيرة، بن عمار امال، "الإشهار في الجزائر (دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الجزائرية)"، مجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، عدد01، مجلد15، جامعة وهران، جامعة مستغانم، 2021، ص ص 392-409.

### ب/ المداخلات

1-عبد المجيد طيبي، الضبط الإداري ودوره في حماية المستهلك من خلال الهيئات اللامركزية، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 18/17نوفمبر 2009.



## قائمة المراجع

---

2-يلس آسيا، حق المستهلك الإلكتروني، في العدول عن العقد بين الحاجة و غموض النص، مدخلة ضمن أعمال ملتقى الوطني حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2010.

## قائمة المراجع

### رابعاً: النصوص القانونية

#### أ/النصوص التشريعية

1. أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن للقانون المدني، الصادر في ج.ر.ج. عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.
2. أمر رقم 04-02، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج عدد 41، مؤرخ في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم بالأمر رقم 06/10 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق 15 غشت سنة 2010، ج ر ج عدد 46، صادر سنة 2010.
3. قانون رقم 09-03، مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج، عدد 15، صادر في 08 مارس 2009.
4. قانون رقم 11-10 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011، يتعلق بالبلدية، ج ر ج عدد 37، الصادر في 3 يوليو سنة 2011.
5. قانون رقم 12-07 مؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433، الموافق ل 21 فبراير سنة 2012 المتعلق بولاية، ج ر عدد 12، الصادر في فبراير 2012.
6. قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج ج، عدد 28، الصادر 16 مايو سنة 2018.

#### ب/النصوص التنظيمية

1. مرسوم تنفيذي 89-147، مؤرخ في 08 أوت 1989، يتضمن إنشاء مركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر ج ج، عدد 33، صادر في 9 أوت 1989.
2. مرسوم تنفيذي رقم 92-192 مؤرخ في 01/06/1991 متعلق بمخابر تحليل النوعية، ج.ر، عدد 27، صادر في 02/06/1991.
3. مرسوم تنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 06/07/1992، الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر ج ج، عدد 52، صادر في 08/07/1992 (ملغى)

## قائمة المراجع

4. مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 6 أكتوبر 1996، معدل ومتمم، بمرسوم تنفيذي رقم 97-459، المتضمن ج انشاء شبكة مخابر تجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها.
5. مرسوم تنفيذي رقم 02-453، مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج. ر. ج. ج. رقم 85 المؤرخة في 22 ديسمبر 2002، معدل ومتمم.
6. مرسوم تنفيذي رقم 02-454، مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر ج ج، عدد 85 لسنة 2002.
7. مرسوم تنفيذي رقم 03-381، مؤرخ في 30 سبتمبر 2003، يتضمن إنشاء مركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، معدل ومتمم.
8. مرسوم تنفيذي رقم 11-09 مؤرخ 20/01/2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.
9. مرسوم تنفيذي رقم 12-355 مؤرخ في 2 أكتوبر سنة 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج، ر، ج، ج، العدد 56 سنة 2012.
- 10- مرسوم تنفيذي رقم 14-18 مؤرخ 21 جانفي 2014، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02/454 المؤرخ في 21/12/2002، والمتضمن الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج. ر. ج. ج، عدد 48 لسنة 2014.

خامسا: المواقع الإلكترونية

1. نشر على موقع الأنترنت، <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>، تم الاطلاع عليه يوم 15/04/2023.
2. أحمد العثيم، أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد ظاهرة الغش التجاري عالميا، مقال منشور على موقع

[www.aljazirah.com](http://www.aljazirah.com)

الف — هـ رس

المقدمة	1
الفصل الأول: ضمانات الموضوعية للمستهلك الإلكتروني	5
المبحث الأول: الضمانات المقررة في مرحلة تكوين العقد الإلكتروني	7
المطلب الثاني: حماية المستهلك من الإعلان التجاري	7
الفرع الأول: تعريف الإعلان التجاري	8
أولاً: تعريف اللغوي والاصطلاحي للإعلان التجاري	8
ثانياً: تعريف الفقهي للإعلان التجاري	9
ثالثاً: تعريف القانوني للإعلان التجاري	9
الفرع الثاني: عناصر الإعلان التجاري	10
أولاً: العنصر المادي	10
ثانياً: العنصر المعنوي	11
الفرع الثالث: شروط الإعلان التجاري	11
أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني	12
ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل	12
المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني عم طريق إتزام المتدخل بالإعلام	13
الفرع الأول: تعريف الإتزام بالإعلام	13
الفرع الثاني: الأساس القانوني للإتزام بالإعلام	15
أولاً: الاتتزام بالإعلام التزما بتحقيق نتيجة	15
ثانياً: الاتتزام بالإعلام التزما بتحقيق عناية	16
الفرع الثالث: مضمون الإتزام بالإعلام	16

17	أولاً: تحديد شخصية البائع أو المورد الإلكتروني.....
17	ثانياً: إحاطة المستهلك دراية بكل أساسيات المنتج الإعلامي.....
18	المبحث الثاني: ضمانات المقررة في مرحلة تنفيذ العقد.....
19	المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.....
19	الفرع الأول: تعريف الشروط التعسفية.....
20	أولاً: التعريف التشريعي للشروط التعسفي.....
21	ثانياً: التعريف الفقهي للشروط التعسفي.....
23	الفرع الثاني: معايير تحديد الشروط التعسفية.....
23	أولاً: معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية.....
24	ثانياً: معيار الميزة المفرطة.....
26	ثالثاً: معيار الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي.....
27	المطلب الثاني: حماية المستهلك من خلال حقه في العدول.....
28	الفرع الأول: المقصود بحق العدول.....
28	أولاً: المقصود بحق العدول في التوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي.....
28	ثانياً: المقصود بحق العدول في القانونين التونسي والمصري.....
29	الفرع الثاني: حكم قانوني لممارسة حق العدول.....
29	حكم قانوني لممارسة حق العدول.....
29	أولاً: التكييف القانوني للحق في العدول.....
31	ثانياً: الأساس القانوني لحق المستهلك في العدول.....
33	الفرع الثالث: الآثار المترتبة على ممارسة الحق في العدول.....

- أولاً: الآثار المترتبة على ممارسة الحق في العدول على المستهلك الإلكتروني ..... 33
- ثانياً: الآثار المترتبة عن ممارسة المستهلك لحقه في العدول على المتدخل ..... 36
- ثالثاً: الآثار المترتبة عن ممارسة الحق في العدول على العقد ذاته و العقود المرتبطة به  
39 .....
- الفصل الثاني: ضمانات التعاقد المؤسسي للمستهلك الإلكتروني ..... 43
- المبحث الأول: دور الجماعات الإقليمية في حماية المستهلك الإلكتروني ..... 45
- المطلب الأول: الولاية ودورها في حماية المستهلك ..... 45
- الفرع الأول: الوالي ..... 46
- الفرع الثاني: المجلس الشعبي الولائي ..... 48
- المطلب الثاني: دور البلدية في حماية المستهلك الإلكتروني ..... 49
- الفرع الأول: دور المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك الإلكتروني ..... 49
- الفرع الثاني: رئيس المجلس الشعبي البلدي ..... 51
- المبحث الثاني: دور الهيئات المركزية في حماية المستهلك الإلكتروني ..... 52
- المطلب الأول: وزارة التجارة والهيئات المركزية التابعة له في حماية المستهلك الإلكتروني  
53 .....
- الفرع الأول: دور وزارة التجارة ..... 53
- أولاً: مهام وزارة التجارة ..... 53
- ثانياً: صلاحيات وزير التجارة ..... 54
- الفرع الثاني: دور الهيئات التابعة لوزارة التجارة ..... 55
- ثانياً: المركز المراقبة نوعية ورزم ..... 56
- ثالثاً: شبكة المخابر التجارب وتحليل النوعية ..... 57

---

المطلب الثاني: الهياكل المركزية والمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة ودورها في حماية المستهلك الإلكتروني.....	54
الفرع الثاني: دور الهياكل المركزية لوزارة التجارة في حماية المستهلك.....	59
أولاً: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها .....	59
ثانياً: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش .....	60
الفرع الثاني: المصالح الخارجية التابعة للتجارة ودورها في إطارها حماية المستهلك ..	61
أولاً: المديرية الولائية ودور بحماية المستهلك .....	61
ثانياً: المديريات الجهوية لوزارة التجارة.....	62
خاتمة.....	64
قائمة المراجع.....	68



## ملخص

مع مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة وانتشار التعامل بالتجارة الإلكترونية، سعى المشرع الجزائري إلى وضع ترسانة قانونية تضمن الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني وتوفير بيئة إلكترونية آمنة في تنفيذ تعاقداته وذلك عبر مختلف مراحل التعاقدية التي يمر بها عقد الاستهلاك الإلكتروني بدءاً من مرحلة تكوين العقد ومن خلاله تتم تحديد ضوابط هذا التعاقد بداية من الإعلان التجاري الذي يشكل الخطوة الأولى في جذب المستهلك مع تمتع بكل المصادقية والوضوح، وإعلام المستهلك مع من يتعامل وإعلامه بالمنتج أو الخدمة التي ستمنح له وتوعيته، ومروراً إلى مرحلة تنفيذ العقد والتي تتجلى أهميتها في مكافحة الشروط التعسفية وحق في العدول عن التعاقد. كما تمتد هذه الحماية إلى تكريس هيئات وأجهزة إدارية تكفل حماية المستهلك من الأخطار التي تهدد سلامته وأمن صحته جزاء هذه العلاقة التعاقدية.

## Résumé

Accompagnant les évolutions technologiques modernes et la diffusion du commerce électronique, le législateur algérien a cherché à développer un arsenal juridique garantissant une protection adéquate au consommateur électronique et à offrir un environnement électronique sûr dans l'exécution de son contrat, à travers les différentes étapes contractuelles qui passe par le contrat de consommation électronique, dès le stade de la formation du contrat et à travers celui-ci ,Les contrôles de ce contrat sont déterminés à partir de l'annonce commerciale, qui constitue la première étape pour attirer le consommateur en jouissant de toute la crédibilité et de la clarté, et informer ceux qui négocient et les informent du produit ou du service qui leur est accordé et les éduquent, et en passant à l'étape de l'exécution du contrat, dont l'importance est évidente dans la lutte contre l'arbitraire des conditions et le droit de résiliation du contrat Cette protection s'étend également aux organismes dévolus et aux organes administratifs chargés d'assurer la protection du consommateur contre les dangers qui menacent sa sécurité, partie de ces relations.