جامعةعبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم تجارية

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة:علوم تجارية التخصص: تسويق

حماية المستهلك في ظل التجارة الالكترونية

دراسة الحالة مديرية التجارة لولاية مستغانم

مقدمة من طرف الطالبتان:

بن عبد الله الزهرة

عينو زهرة

أستاذ مؤطر: بن شني يوسف

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	بن شني عبد القادر	أستاذ م□اضر "أ"	جامعة مستغانم
مقررا	بن شني يوسف	أستاذ م□اضر "أ"	جامعة مستغانم
مناقشا	بسدات كريمة	أستاذة م□اضرة "أ"	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2019/2020

إهـــــــــداء

الطالبة بن عبدالله الزهرة

إلى منبع النور في حياتي، إلى والدي الحبيب الذي علمني وأحسن تربيتي ونقش في قلبي وصية طلب العلم .

إلى والدتي الغالية التي علمتني الصبر والسعي من غير ضمر وكانت في عوني أيام عمري من غير كلل

إلى إخوتي وأخواتي الذين قاسموني في حلو الحياة ومرها وأحاطوني بمحبتهم واهتمامهم.

إهـــــــــداء

الطالبة عينو الزهرة

الى من جرع الكاس فارغا ليسقيني قطرة حب

الى من كلت انامله ليقدم لنا لحظة سعادة

الى من حصد الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم الى القلب الكبير والدي العزيز

الى من ارضعتني الحب و الحنان

الى رمز الحب و بلسم الشفاء

الى القلب الناصع بالبياض والدتي الحبيبة

الى القلوب الطاهرة الرقيقة و البريئة الى رياحين حياتي اخوتي

الى زوجي و بناتي حفيظة و رحيل كوثر

شـكروتقديـر

الحمد الله بقدرته ورحمته الذي أعانني على إتمام هذا العمل المتواضع في هذه اللحظة التي يتوحد فيها الحلم والحقيقة ويكلل الجهد بالثمار، أود أن أتوجه بالشكر إلى الأستاذ الكريم الدكتور :بن شني يوسف الذي احتضن هذا العمل ورعاه حتى أمكن له أن يبصر النور وله يذكر الجميل والعرفان على ما حباني به من رعاية علمية خالصة .

كما أود أن أشكر الأساتذة تخصص التسويق على الجهد المبذول طوال السنوات الدراسة .

ولا أود أن أنسى في هذا المقام أيضا التوجه بالشكر لكل من شجعني ولو بكلمة طيبة على إتمام هذا العمل من زملاء والأصدقا ء.

فهرس المحتويات

مقدمة
الفصل الأول: الإطار التشريعي و التنظيمي للتجارة الالكترونية
المبحث الاول : مفاهيم وتصورات حول التجارة الإلكترونية
المطلب الاول ماهية التجارة الالكترونية **11-09**
المطلب الثاني مزايا و عيوب التجارة الالكترونية..... **17-12**
المبحث الثاني :الإطار التشريعي العام للتجارة الالكترونية
المطلب الأول: أحكام القانون المدني والتجارة الالكترونية .....18 -25
المطلب الثاني : التشريع و التنظيم المؤطر للنشاط التجاري و حماية المستهلك.....26-29
المبحث الثالث : الإطار التشريعي و التنظيمي الخاص بالتجارة الالكترونية.....
المطلب الأول: أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.....30-32
المطلب الثاني: التنظيم الخاص بالسجلات الالكترونية للمعاملات التجارية.
الالكترونية التجارة الالكترونية العابرة للحدود.....33-35
الفصل الثاني: الرقابة على المخالفات الخاصة بالتجارة الالكترونية
المبحث الأول: دور أعوان الرقابة في مجال التجارة الالكترونية.....
المطلب الأول: دور أعوان الرقابة في حماية المستهلك الالكتروني.....36-40
المطلب الثاني: آليات الحماية الإدارية و المدنية و الجزائية مجال التجارة الالكترونية.....41-48
المبحث الثاني: طبيعة المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية.....
المطلب الأول: طبيعة المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية في التشريع العام.....49-51
المطلب الثاني: طبيعة المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية والعقوبات المقررة لها في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكتروني.....52-55
الخاتمة.....58-56
ملخص.....59.
قائمة المصادروالمراجع.....67-64

مقدمة

مقدمة:

إذا كانت التجارة التقليدية خطت خطوات إيجابية في تكوين نظام قانوني خاص بها، فإن التجارة التي تتم بطريقة إلكترونية لا تزال مجردة من اتفاقية دولية غير قادرة على سن نصوص قانونية ملزمة تنظم جوانب التعاقد الإلكتروني.

غير أنه لا يمكن إنكار جهود بعض المنظمات الدولية والإقليمية وكذا التشريعات الداخلية في سبيل إيجاد إطار قانوني للتجارة الإلكترونية، إذ تبقى محاولة لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي رائدة في هذا المجال، فقد أسفرت جهودها عن العديد من الأعمال أهمها القانون النموذجي للتجارة الالكترونية لسنة 1996 ،والقانون النموذجي للتوقيع الإلكتروني لسنة 2001 كما قامت كذلك بإعداد مشروع الاتفاقية الدولية بشأن استخدام وسائل الخطابات الالكترونية في مجال العقود الدولية .

بالإضافة إلى ذلك فقد حاولت المنظمة العالمية للتجارة إلى جانب كل من منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية والإتحاد الدولي للإتصالات التطرق لموضوع التجارة الإلكترونية بإصدارها لمجموعة من الاتفاقيات والإعلانات الوزارية وكذا حماية حقوق المؤلف عبر شبكة الإنترنت.

إضافة إلى مجهودات المنظمات الدولية في سبيل إيجاد إطار قانوني يحكم التجارة الإلكترونية، بذلت بعض المنظمات الإقليمية محاولات هامة وجادة من أجل إرساء نوع من التنظيم القانوني لتفعيل هذه التجارة التي تتم عبر شبكة الإنترنت، من بينها منظمة التعاون الآسيوية لمنطقة الباسيفيك ، غرفة التجارة الدولية، الإتحاد الأوروبي و جامعة الدول العربية .

كما اتخذت العديد من الدول من القانون النموذجي الخاص بالتجارة الإلكترونية الذي وضعته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري مصدرا لها عند سن أو تعديل تشريعاتها الداخلية الخاصة بالتجارة الإلكترونية.

خاصة تشريعات الدول الأجنبية بإعتبارها السباقة في إصدار قوانين لسد الفراغ التشريعي الناتج عن التطور الهائل في المجال المعلوماتي، وبالمقابل فإن الدول العربية والتي عانت من تأخر ملحوظ في مجال تنظيم التجارة الإلكترونية، بدأت باستدراك ذلك ،بمحاولاتها لإصدار تشريعات تساهم نوعا ما في تنظيم مسألة المعلوماتية والمبادلات التجارية الإلكترونية ،وذلك في ظل وجود رصيد لا بأس به من الجهود التشريعية لبعض الدول في هذا المجال منها دولة الإمارات العربية المتحدة ، تونس و مصر والجزائر.

فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية، إلا أن إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أن التجارة الإلكترونية صارت ضرورة ملحة لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير قطاعاته الإنتاجية المحلية والتسويقية، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الاقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية، وهذا ما يفرض على الجزائر أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تذليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية كاستصدار السجل التجاري الالكتروني و استحداث رقم نشاط (code) للتجارة الالكترونية على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري تحت رقم 511145 للتجارة بالتجزئة للمنتجات التي تتم عن بعد أو من المنزل عن طريق

الهاتف أو الانترنت والتشريعات و القوانين التي من شانها حماية المستهلك و آليات تطبيقها والخاصة بمجال الرقابة.

أهمية الدراسة أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه، فهي تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، والتي تعد إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر.

إن العديد من الدراسات والنقاشات متواصلة بشأن هذا الموضوع خاصة على مستوى الهيئات والمنظمات الإقليمية والعالمية، وهذا نظرا لما له من أهمية قيمة كونه من المداخل المهمة ذات العلاقة بالتنمية الاقتصادية، فالتجارة الإلكترونية تلعب دورا فعالا في زيادة النمو الاقتصادي للدول وتعزيز تجارتها الخارجية والنهوض بالعديد من القطاعات المحلية، وتأهيل المؤسسات للخوض في عالم العولمة وضمان بقائها ومقدرتها على المنافسة، كما فتحت الأبواب أمام الأفراد للاندماج ضمن الاقتصاد الجديد و التوجه إلى عملية التسوق على الخط.
وتعتبر الجزائر من الدول المتأخرة في مجال التجارة الإلكترونية، سواء من جهة المعاملات أو من جهة الحماية و الرقابة على هذه المعاملات لاسيما حماية المستهلك الالكتروني، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبرز التحديات الكبيرة التي تواجه هذه التجارة، و تسليط الضوء على اليات الرقابة في مجال التجارة الالكترونية التشريعية منها و البشرية .وكذلك تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها مرجعا للمهتمين.

أهداف الدراسة : إن البحث أو الخوض في أي موضوع يهدف إلى تحقيق أغراض عديدة كالكشف عن حقوق أو ،توضيح غموض أو إقرار حقائق ونحن إذ نقوم بهذه الدراسة فمن أجل تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- التعرف على نمط من التجارة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية.
- إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، والكشف عن الأطر التنظيمية والتشريعية لها محليا.

أسباب اختيار الموضوع: تنبع الحاجة لدراسة التجارة الإلكترونية و واقعها في الجزائر من عدة أسباب أهمها:

- ميول ورغبة الباحث لدراسة هذا الموضوع.

- زيادة توجه المستهلكين والمؤسسات الجزائرية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما دفع بالباحث إلى محاولة معرفة النصوص و التشريعات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني في الجزائر.
- التعرف على الآليات التشريعية و التنظيمية الموكلة للهيئات الإدارية التي أوكلت إليها مهمة حماية المستهلك.
- دراسة أول إطار تشريعي في الجزائر خاص بتأطير نشاط المورد الالكتروني و علاقته بالمستهلك الالكتروني.
- قلة الأبحاث والدراسات التطبيقية، في مجال الرقابة على التجارة الالكترونية.

إشكالية الدراسة:

لقد أدركت جميع الدول والمجتمعات أهمية المعلومات كمورد استراتيجي وحيوي في آن واحد لا يقل أهمية عن الموارد الأخرى، حيث أصبح مجتمع المعلومات بديلا عن المجتمع الصناعي. فالعالم اليوم يواجه تدفقا هائلا وثورة معلوماتية شاملة ساهمت في نمو وتطور العلاقات والتبادلات التجارية، وهو ما تمخض عنه ميلاد نمط حديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني اصطلح على تسميتها " التجارة الإلكترونية " والتي تحولت إلى واقع ملموس ليس في البلدان المتقدمة فقط ولكن في جميع بقاع العالم، وتمكنت هذه التجارة في وقت قصير من أن تلقى رواجا واستحسانا كبيرا في معظم الدول.
وفي ظل هذه التغيرات العالمية المتعددة، وتأثر العالم كله بالتجارة الإلكترونية، يظهر التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر؟

وحتى نستطيع تحليل ومناقشة الإشكالية المطروحة من خلال هذا البحث بهدف الوصول إلى نتائج، ارتأينا تقسيم هذه الإشكالية إلى أفكار جزئية تتولد عنها الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ **ما هي التشريعات التي تحكم التجارة الالكترونية في الجزائر؟**
- ✓ **فيما يتمثل دور أعوان الرقابة و ما هي الآليات المنتهجة ؟**
- ✓ **ما طبيعة المخالفات المعاينة في مجال التجارة الالكترونية ؟**

هيكلة الدراسة: حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل والتدقيق وتسليط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه المتشعبة، وبالتالي نتمكن من بلورة رؤية واضحة مساعدة على تجاوز الإشكالية باقتراح حلول موضوعية وواقعية، قمنا بتجزئة هذا البحث إلى فصلين :

الفصل الأول: يتناول الأحكام العامة الواردة في الإطار التشريعي و التنظيمي للتجارة الالكترونية بما فيه الإطار التشريعي العام أي التشريع الخاص بالنشاط التجاري و حماية المستهلك وكذا التشريع الخاص لاسيما أحكام القانون رقم 18-05، المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية.

الفصل الثاني: الإطار يتناول الإطار التشريعي والتنظيمي للتجارة الالكترونية من حيث الجانب الرقابي في العقابي، لاسيما من آليات الرقابة ودور أعوان الرقابة وكذا المخالفات الخاصة بها.

صعوبات الدراسة: قلة المراجع القانونية المتخصصة في الجانب التطبيقي لاسيما في مجال الرقابة على التجارة الإلكترونية سواء كتب أو دراسات أكاديمية والتي تحتوي على معطيات حديثة، وبالتالي اضطررنا إلى الاعتماد بشكل كبير على الدراسات و الأعمال التحضيرية التي اعتمد عليها فوج العمل اعوان من مديرية التجارة الذي أعد مشروع القانون و المتشكل من ممثلي كل القطاعات الوزارية و كذا الباحثين في المجال و كذا تأخر الاهتمام بتنظيم التجارة الالكترونية في الجزائر ووضع الآليات الرقابية الملائمة ، زيادتا على ذلك جائحة كورونا حيث اعاقت لنا دراسة التطبيقية للمذكرة .

الفصل الأول

الإطار التشريعي و التنظيمي للتجارة الالكترونية

الفصل الأول: الإطار التشريعي و التنظيمي للتجارة الالكترونية

لا تعد التجارة الالكترونية نشاطا تجاريا بحد ذاته بل هي نمط للممارسة النشاط التجاري وعليه إن دراسة الإطار التشريعي المؤطر للتجارة الالكترونية يقتضي التطرق لمختلف التشريعات ذات الصلة بطريقة مباشرة او غير مباشرة حيث قام المشرع الجزائري بمحاولات لا بأس بها في سبيل وضع إطار قانوني عام يحوى منظومة من شأنها تأهيل ممارسة النشاط التجاري عبر الوسائط الالكترونية ولو أنها لا تمسها بصفة مباشرة، فمن بين أهم هذه الإجراءات التشريعات تعديل القانون المدني ليعترف بالحجية القانونية للمحررات الإلكترونية وكذا إصداره لمجموعة من التشريعات لاسيما المتعلقة التصديق و الإمضاء الإلكتروني تما شيا مع متتطلبات الرقمنة. 1)

المبحث الاول :مفاهيم وتصورات حول التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الاكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرا، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد .وسيتمحور هذا الفصل حول توضيح هذا المفهوم الحديث للمبادلات المعتمدة على وسيط الكتروني، مع التطرق لمختلف أشكالها، مرورا بأهم المميزات التي انفردت بها، والتي يجب اغتنامها للالتحاق بركب التطورات التكنولوجي والاندماج في السوق العالمي، مع ذكر أهم العيوب التي تعرقل تطورها.

المطلب الاول : ماهية التجارة الإلكترونية:

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسا ت والشركات بمختلف أحجامها وفي شّتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدات من التعبيرات الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية.

والتجارة الإلكترونية شأنها شأن أي ظاهرة جديدة تكون غامضة وغير مفهومة لدى الكثيرين بسبب حداثة استعمال المصطلح، ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي عرضت من طرف باحثين وخبراء وهيئات عالمية، وسوف نحاول سرد بعضها قصد الوقوف على تعريف واضح وشامل لها.

أولا: مفهوم التجارة الالكترونية:

إن التجارة عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في الأدبيات المعاصرة، وهو يعني مايلي:

مفاهيم عامة للتجارة الإلكترونية:

أ .تمثل الالكترونية التجارة الإلكترونية شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطرا ف ، بحيث يكون التّبادل إلكترونيا بدلاً منه ماديا أو ماديا مباشر

ويتّضح لنا من خلال هذا التعريف أن التجارة الإلكترونية هي عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خ□مة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط إلكتروني يساع□ عل غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

ب .التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الانترنت ، أو البيع والشراء للسلع والخ□مات من خلال صفحات الويب

ولكن هذا التعريف هو تعريف ج□ ضيق، بحيث يحصر التجارة الإلكترونية في عمليات تباد ل السلع والخ□مات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني.

ج .إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنيت ال□ولية وتفريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو ال□ولي، مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزي□ من حجمها و نلا□ظ أ ن هذا التعريف ر كز على سهولة التبادل التجاري فقط في ظل التجارة الإلكترونية، من خلال مساهمة الاتصالات في توفير الوقت وتقريب المسافات.

د .التجارة الإلكترونية هي مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنا ت ، وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خ□مات المعلومات المالية والقانونية ...الخ، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف ، الانترنت والشبكات المعلوماتية

يضيف هذا التعريف إلى عمليات الشراء والبيع نشاطا آخر لا يقل أهمية وهو تبادل المعلوما ت والبيانات عبر الانترنت، سواء كانت هذه البيانات مطلوبة لإبرام صفقات البيع والشراء للسلع والخ□مات والمعروضة أو كانت هذه المعلومات والبيانات مطلوبة لذاتها ويتم الحصول عليها بمقابل.

ه .التجارة الإلكترونية تتضمن استخ□ام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف ذوي المصالح مع الشركة مثل العملاء، الموردين، المؤسسات الحكومية، المؤسسا ت المالية، الم□يرين، الموظفين والجمهور ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن اله□ف منه هو بسط التعريف ليشمل كافة الأوجه والصو ر للنشاط الإلكتروني للتجارة ما بين الشركة والأفراد والإدارة.

و .التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يّتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخ□مات والمعلوما ت عبر شبكة الإنترنيت والشبكات العالمية الأخرى ويشتمل ذلك:

- الإعلانات عن السلع والبضائع والخ□مات .
- تق□يم معلومات □ول السلع والخ□مات.
- علاقات العملاء التي ت□عم عمليات الشراء والبيع وخ□مات ما بع□ البيع .
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري .
- عق□ الصفقات وإبرام العقود .
- س□اد الالتزامات المالية ودفعها .
- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات .
- ال□عم الفني للسلع التي يشتريها العملاء .

بما في ذلك EDI :تبادل البيانات إلكترونيا

- كتالوجات الأسعار.
- المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء.
- الاستعلام عن السلع.
- الفواتير الإلكترونية.
- التعاملات المصرفية

يتبين لنا جليا أن هذا التعريف هو الأكثر اتّساعا وتفصيلا، ليث أشار إلى كل أنواع العمليات التي تتم في التجارة الإلكترونية، فن ن هنا أمام مجموعة متنوعة من العمليات المتّصلة بعقد الصفقا ت وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائل الاتصال الإلكتروني وخاصة الانترنت.

ثانيا : التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية:

لكي يتّضح أكثر فأكثر مفهوم التجارة الإلكترونية ولإزالة الغموض واللبس لوله، لبد من التعرف على الفرق الجوهري بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

فالتجارة الإلكترونية ليست نوعا وا لدا بل هناك أشكال ودرجات مختلفة منه او تختلف هذه الأشكال تبعا لدرجة تقنية المنتج وتقنية العملية وتقنية الوسيط، ليث أن كل سلعة يتم تسويقها في المعاملات التجارية إما أن تكون ملموسة أو رقمية وأي وسيط في العملية التجارية إما يكون ملموس أو رقمي، وكذلك العملية إ ما أن تكون ملموسة أو رقمية وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاث أنواع:

1) تجارة إلكترونية بـ لتة (خالصة)

وتعني أ ن الزبون يزور موقعا لشركة على الانترنت، فعند اختياره للسلعة المناسبة يقوم بملئ استمارة الطلب من خلال جهاز الكمبيوتر ويبعث بها إلى البائع ويسوي مدفوعاته النقدية إلكترونيا، كما أ ن التسليم يكون فوريا عبر الانترنت. ففي هذه الحالة يكون الوسيط رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية، مثل الة شراء برمجيات من موقع للتجارة الإلكترونية:

فالمنتج يتمثل في برمجيات الكمبيوتر ذات الطبيعة الرقمية أي التي يمكن لمسها باليد .

عملية الشراء أيضا لم تتم من خلال زيارة الموقع المادي للشركة، وإّنما من خلال موقعها على الويب.

الحصول على المنتج يتم من خلال إرسال الشركة لهذه البرمجيات عبر الانترنا ت أو البريد الإلكتروني فيظهر في هذه الحالة الوسيط الإلكتروني.

2) تجارة تقليدية بـ لتة:

عندما يكون الوسيط ملموس والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر قتناء الا تياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة.

3) تجارة إلكترونية جزئية:

هي مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث أن أحد العوامل الثلاثة رقمي والباقي ملموس، مثل شراء كتاب من موقع شركة على الانترنت، أي أ ن العمليات تم إنجازها إلكترونيا) الطلب والتسديد(، بينما التسليم يكون ماديا أي بأسلوب التجارة التقليدية وهذا عن طريق إرسال الشركة للكتاب عبر البريد العادي.

ومن خلال هذه الأنواع يتّضح لنا بأن:

التجارة التقليدية تعني أن يتّجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلبات ه، بينما التجار ة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني والتي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها.

.المطلب الثالث :مزايا ومخاطر التجارة الإلكترونية:

هناك بعض أوجه التقدم والتطور العلمي والتكنولوجي قد يكون لنا في استخدامه أو عدم استخدامه اختيار وبعضها الآخر ليس لدينا في استخدامه اختيار ويجب أن نستخدم هذا النوع من التكنولوجي الحديثة عاجلا أو

آجلا رضينا أم لم نرضى، ومع التطورات الهائلة التي شهدتها الاتصالات الدولية وتكنولوجيا المعلومات، تتـ ول التجارة الإلكترونية لتصبـ جزء من الواقع الاقتصادي الدولي، ولاشك أن لهذه التجارة القائمة على الإنترنيت مزايا كثيرة كما لها مآخذ كثيرة، وهذا قد يبدو من طبيعة الأشياء في الأعمال فما ينشئ القيمة يفرض تـ مل التكلفة، وإن الأعمال تقبل هذه الثنائية المتبا دلة من المزايا 'والأعباء المترافقة معها، وإن أفضلية" باريتو (pareto optimization)تمثّل مبدأ مقبولا على نطاق واسع والتي تقول" :إنّك لا تستطيع أن تكون في وضع فصل (عائد) إلاّ إذا جعلت آخر في وضع أسو .

أولا1 مزايا التجارة الالالكترونية:

للتجارة الالكترونية فوائد جمة بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو بالنسبة للالاقتصاد بشكل عام:

مزايافوائد [التجارة الإلكترونية للأفراد:

أ -**خدمة مستمر** :مكنت التجارة الإلكترونية المستهلك من الإبـ ار عبر شبكة الحاسوب والتسو ق وإجراء التعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يوميا على مدار العام ومن أي مكان، حيث أن الأسواق والمتاجر الإلكترونية تعمل باستمرار ودون انقطاع، بينما في المنظمات التقليدية كثيرا ما يواجه العميل مشكلة مواعيد العمل الرسمية ومواعيد البدء والإغلاق .لكن مع التطور الذي يشهده الإنترنيت أصبـ للعميل الحرية الكاملة في اختيار الموعد الذي يتناسب مع رغبته، وقد انعكس ذلك على رفاهية ورضا العملاء وتـ قيق رغباتهم، فشراء أي منتج لا يتطلّب سوى عدة نقرات بالفأرة مع إدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية.

ب- ـ **رية الاختيار** :في عصر التطور والتجارة الإلكترونية أصبـ ت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كامل تفاصيلها ومواصفاتها، وللعميل أن يختار بينها بكل حرية ، مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات، بـ يث لا يمكن لأي شركة أن تصبـ م ـتكرة في هذا العصر ولا يمكنها فرض مستويات جودة أو مستويات أسعار دون مراعاة المنافسة الع المية، ففي ظلّ التجارة التقليدية كان المستهلك يجهل سعر المنتج في منافذ التوزيع المختلفة، وكذلك المنتجا ت البديلة المتاحة أمامه، وبالتالي فإن قرار

الشراء قد يكون غير صائب. أ ما في ظلّ التجارة الإلكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعة من المتغيرات تتوقف على القدرة المالية للعميل ومستوى الجودة المنشودة ودرجة إدراكه وكمية المعلومات التي ت قق أقصى إشباع له

ج-**انخفاض أسعار المنتجات** :في ظل التجارة الإلكترونية زادت فرصة المستهلكين في الحصول على منتجات وخدمات أقل ثمنا، فهذه التجارة تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنا ت سريعة ومفاضلات بين السلع والخدمات المعروضة، مما يمكن العملاء من الاستفادة من فروق الأسعار. فإذا قارن العميل بين المنتجات المعروضة عبر" الإنترنيت "ونفس المنتجات المعروضة ف ي المتاجر التقليدية فسيجد أ ن السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية، وذلك لأن التجارة الإلكترونية خفّضت تاجر الجملة ا العديد من التكاليف منها تكاليف النقل من المصنع إلى قنوات التوزيع) من المصنع المستهلك(، وكذلك تكاليف الإعلان ا لتي تمثّل ن سبة كبيرة من منافذ التوزيع تاجر التجزئة إجمالي التكاليف في ظلّ المنافسة الشديدة بين المنتجات اليوم، وأيضا تكاليف ا لإنتاج وغيرها من التكاليف الأخرى.

د -ت قيق **رضا العملاء** :من بين الآثار الها مة للتجارة الإلكترونية هي إحداث التفاعل بين العملاء والشركات . فقد أصبح العميل الآن بدخوله على موقع أي شركة يستطيع تلقي معلومات تفصيلية بشأن منتج أو سلعة ما في ثواني معدودة بد من أيام وأسابيع، مما يساعده على اتّخاذ القرار الصائب بشأن هذا المنتج .كما تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع لبعض هذه المنتجات خاصة الرقمية منها ، كما يستطيع العميل الحصول على أنواع نادرة من السلع با شتراك في المزادات الافتراضية.

مزايا التجارة الالكترونية على مستوى المؤسسات:

أ-تخفيض التكلفة:

كما شك فيه أن عملية تأسيس موقع افتراضي لمؤسسة ما على شبكة الانترنت ستكون أكثر اقتصادية من تأسيس موقع فعلي (تقليدي) ، ففي حالة الخيار الأول المؤسسات ليست مضطرة لإنفاق مبالغ ضخمة للترويج لمنتجاتها وإقامة معارض والاستعانة برجال البيع.

كما أنّه توجد هناك ضرورة لتوظيف الكثير من العمال طالما أن معظم العمليات ستتم بطريقة الكترونية بـ تة عبر جهاز كمبيوتر، كما أ ن تبني الشركة للتجارة الإلكترونية سوف يؤثر على مجموعة من التكاليف سيما التكاليف الإدارية، حيث تنخفض تكلفة وضع ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات المكتوبة، فمثلا في حالة إدخال نظام توريد إلكتروني، بمجرد وصول المخزون إلى مستوى معين يقوم جهاز الكمبيوتر بإرسال طلب شراء إلى الموردين مما يساهم في تخفيض التكاليف الإدارية. وكذلك تخفض التجارة الالكترونية تكاليف الإعلانات وتكرارها واستثمارها والرغبة في الوصول لأكبر عدد من المشاهدين، كما تنخفض تكاليف الشحن (خاصة إذا كانت منتجات رقمية) وتكاليف معلومات التصميم والتصنيع.

ب-برنامج تسويقي ناجح وفعال:

تقدم تكنولوجيا التجارة الالكترونية فرصا هامة للشركات لتتجاوز ﷺدود المكان والزمان،فهي تساعد هذه الشركات على النفاذ إلى أسواق جديدة وعرض منتجاتها لشريحة كبيرة من الزبائن في مختلف أنحاء العالم طوال 24سا في اليوم، مما يتيح لهذه الشركات فرص تسويقية عديدة ، ويحقق لها العديد من المزايا التنافسية بأقل جهد وتكلفة.

ج-تعادل الفرص بين الشركات:

نظرا لقلّة الموارد المالية المتا ﷺة للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم، فإ ن هذه الأخيرة تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة متميزة للوصول إلى أسواق العالم في وقت وا ﷺد بأقل التكاليف .أي أ ن التجارة الإلكترونية تمنح فرصا متساوية للشركات على اختلاف أحجامها للنفاذ إلى الأسواق والمنافسة فيها، فبقدر قليل من رأس المال تستطيع هذه الشركات بسهولة وسرعة أن تعثر على المزيد من العملاء وأفضل الموردين وأفضل الشركاء في العالم.

د -السرعة:

إذا رغب فرد ما في الاستثمار بالطرق التقليدية فيجب عليه البحث عن محل لاستئجاره وتهيئته وعرض المنتجات بطريقة جذابة، ثم الإعلان عن افتتاح هذا المحل وانتظار قدوم الزبائن .(2)كل هذه الأعمال سوف تستغرق الكثير من الوقت وتتطلب الكثير من الجهد، ولكن في عهد الانترنت، بمجرد إنشاء موقع للشركة باستطاعة المستثمر اختصار هذه الدورة وتوفير الوقت والجهد والمال.

هـ-التحّكم في المخزون:

تسمح التجارة الإلكترونية بتقليل المخزون إلى أقصى ﷺد ممكن، مع إمكانية تطبيق الأسلو ب الياباني **(Just in time)** التصنيع في الوقت المناسب، وجعل المخزون السلعي صفر عند تطبيق مفهوم التجارة الإلكترونية بنجاح، ﷺيث يكون هناك فرصة اكبر لمراقبة المخزون والسيطرة والتحكّم فيه بطريقة إلكترونية.

و-تواصل مستمر مع جميع المتعاملين:

قبل انتشار الانترنت كان تبادل البيانات يقتصر على الشركات الكبيرة فقط بسبب التكلفة المرتفعة لهذا النظام، لكن مع الثورة التي أ ﷺدثها الانتر ت ظهرت فكرة الاتصال مع العملاء مثل البريد الإلكتروني أو عبارة" للمزيد من المعلومات."For more information "

ز-وفرة المعلومات:

إ ن تبني التجارة الإلكترونية من طرف الشركة يؤدي إلى تحسن ملحوظ في عمليات الاستخبارات السوقية والتخطيط الإستراتيجي، ﷺيث ت ستطيع الشركة الحصو ل على المعلومات المتعلّقة بسوق أ و شريك محتمل أو منافس وكذلك تحركات الأسعار وصفقات الأعمال بسرعة كبيرة وبدقّة متناهية، كل هذا بالاعتماد على نظام متطور للمعلومات.

مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي:

من بين الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد الكلي ما يلي:

أ -التجارة الإلكترونية أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

تمّثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية، وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية لتصريف منتجاتها وكسر احتكار المنشآت الدولية لنشاط هذه الأسواق .وتتيح التجارة الإلكترونية الفرصة أمام هذه المشاريع للنفاذ إلى الأسواق والمشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية، بفضل ما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والإعلان والتوفير في الوقت وعدم الحاجة لإنشاء فروع جديدة للوصول إلى العملاء، بما ينعكس إيجابيا على تنشيط هذه المشروعات.

ب-التجارة الإلكترونية أداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها:

رغم الاتجاه العالمي للاستغناء عن دور الدولة في النشاط الاقتصادي، إلاّ أنذلك لا يتعارض مع أهمية الدولة في الأمور التنظيمية والاجتماعية، وتتيح التجارة الإلكترونية فرصا غير مسبوقة بالنسبة لأجهزة الدولة التشريعية والتنفيذية، حيث أن أداء الحكومة لأعمالها إلكترونيا يمكن أن يساهم في زيادة نجاحها في تحقيق التواصل مع المواطنين من خلال

- توفير البيانات والمعلومات وإتاحتها للمستثمرين ورجال الأعمال وكافة فئات المجتمع بشفافي ة كاملة.
- عرض إجراءات وخطوات ونماذج الحصول على الخدمات الحكومية بصورة تحقق تسهيل التعامل مع الجهاز الإداري.
- فتح قناة اتّصال جديدة بين المواطنين والجهات الحكومية يمكّن من خلالها النفاذ إلى مستويا ت الإدارة العليا لزيادة شفافية في الأعمال الحكومية.
- أداء الخدمات إلكترونيا فيما يوصف بكونه توجها نحو الحكومة الإلكترونية وبصورة تحقق أعلى درجات الأداء في أقل وحدة زمن، مثل إمكانية استفادة الأفراد من الرعاية الصحية والتعليم بتكلف ة منخفضة ووقت قصير ودون الحاجة إلى الذهاب إلى الطبيب ومركز التعليم.

ج-التجارة الإلكترونية أداة لتحسين رصيد الميزان التجاري:

إ ن من بين الآثار الأساسية للتجارة الإلكترونية هي سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية التسويق للسلع والخدما ت عالميا وبتكلفة محدودة وكذلك القدرة على تحليل الأسواق، كل هذا سوف يؤدي بالمجتمع إلى التعرف على مواطن الضعف في السلع والخدمات القومية والتي تبدو جلية عند مواجهتها بالمنافسة العالمية وبالتالي القيام بمعالجة هذه العيوب، مما سوف يمن ح للبلد فرصا تصديرية كبيرة تؤدي إلى زيادة الميزان التجاري وتدفق العملة الأجنبية.

د-التجارة اللإلكترونية أداة لزيادة اللإنتاجية والنمو الالاقتصادي:

للتجارة الإلكترونية أثر مباشر في تحسين مستوى الإنتاجية، والذي يؤدي بدوره إلى تحقيق النمو الاقتصادي، ويتم ذلك من خلال :تخفيض تكلفة الصفقات والكفاءة في عرض المنتجات، إزالة القيو دالمعرقلة للولوج إلى الأ واق، كثافة المعلومات والمقدرة الكبيرة في الحصول عليها بدقائق معدودة بدلا من أيام وأ ابيع .

ه -التجارة الإلكترونية أداة لتعظيم الاستفادة من الفرص المتا ة في سوق التكنولوجيا:

إن تطبيق التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة توفر بنية تحتية تكنولوجية من شبكات اتصالا ت وقواعد معلومات، وهذا ما يساهم في خلق مناخ مواتي لدخول شركات جديدة في مجال التكنولوجي المتطورة ،ومنه تعتبر فر ة لخلق ناعات محلية لتكنولوجيا المعلومات قادرة على المنافسة في وق عالمية كما وف تؤدي إلى خلق العديد من فرص العمل الحر يث يمكن إنشاء مشروع تجار ي غير مّتصل مباشرة بالأ واق العالمية بأقل تكلفة ا تثمارية ممكنة، م ما ينعكس إيجابا على تخفيض مستوى البطالة.

ثانيا :مخاطر التجارة الإلكترونية:

ينطوي تطبيق التجارة الالكترونية على العديد من المخاطر، التي لابد من تكثيف الجهود لتذليلها

مشكلة قوق الملكية الفكرية:

إ ن الشركات الإلكترونية تستخدم تكتيكات وقدرات اقتصاد المعلومات الرقمية القائمة على التكلفة الصفرية أو أقرب إلى ذلك في إعادة إنتاج المنتج المعلوماتي الرقمي وبالتالي التو ع في النسخ كو يلة في الترويج والتغلغل لخدم ة الزبون ، فيؤدي نشر الأعما ل free version المجانية والإبداعات الفنية على شبكة الإنترنيت إلى انتقالها بسرعة بدون الترخي ا تخدامها أو بيعها ويعني ذلك القفز على قوق الملكية في البراءة و ق النشر والتعرض لخطر الانتهاكات والقر نة .

تهديد أنظمة أمان الشركة:

من بين التهديدات الخطيرة التي تواجه الشركة هي محاولة ال مخترقين التسلسل إلى قواعد معلومات هذه الشركة والعبث بمواردها) كما في شركة الأموال والمصارف .(ويقوم غير المرخ لهم باختراق النظم الإلكترونية للشركة الإلكترونية بهدف التعرف على المعلومات الخا ة بالعملا ء وا تغلالها، كما ق د يقومون بزرع الفيرو ات مما قد يهدد بوقف البرمجيات الأ ا ية التي تسمح للشركة بالاتصال بعملائها والمتعاملين معهم، مما قد ينعكس لبا على القدرات الجوهرية للشركة.

عدم جدية التعاملات:

تتم التعاملات في التجارة الإلكترونية بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض ، دون الحاجة إلى اتصال مباشر بينهم، وهو ما يخلق ا تمال عدم جدية هذه التعاملات من يث بث معلومات غير صحيحة من طرف البائع أو

الزبون، فالتعاملات ما هي إلاّ بيانات إلكترونية يتم تبادلها بين الأطراف دون أن يكون هناك أي مجال للتحقق من صحتّها أو من شخصية الأطراف.

فقد يحصل الزبون على سلعة أو خدمة غير مطابقة لتوقعاته أو مخالفة للمواصفات المعلن عنه امن خلال الموقع الإلكتروني، كما قد لا تصل السلعة في الوقت المحدد؛ من جهة أخرى قد يتعرض البائع لعمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين يعطون معلومات غير صحيحة، وبالتالي يوافق هذا).البائع على القيام بالعمل التجاري لصالحهم بمبالغ كبيرة على أساس تلك المعلومات الخاطئة

الأمن والخصوصية:

من بين المواضيع التي تؤرق العملاء في التجار ة الإلكترونية هي المشكلة المتعلّقة بأمن تحويل المعطيات والخوف من التعرض لخطر القرصنة والتجسس الصناعي، وتظهر هذه المشاكل خاصة في مجال التعامل"B 2 C"حيث يكون من الصعب إقناع المستهلك بالتحول من التجارة الفيزيائية إلى التجارة الالكترونية، وبأن التعاملات التي تتم على الشبكة وكذلك الخصوصية مأمونة إلى حد كبير وبأنه لن يتعرض لعمليات غش وخداع على شبكة الانترنت.

5) تعرض المؤسسات إلى مجموعة من الضغوطات:

أ -**المنافسة القوية:**فالتجارة الالكترونية أعطت لعدد كبير جدا من الشركات على اختلا ف أحجامها، حتى الصغيرة منها إمكانية المنافسة على نطاق عالمي، مما يشكل تهديدا كبيرا للشركة.

ب-**ضغط التكلفة** :إن رغبة المؤسسات في ضمان الاستمرار ضمن المجتمع الالكتروني، يفرض عليها ضرورة تقليل أسعارها وتخفيض تكاليفها وتحسين أداءها.

ج-**التغيرات المستمرة في السوق العالمي:**تواجه الشركات تغيرات مستمرة وسريعة تفرضها الدول لجعل شركاتها أكثر تنافسية.

د-**الضغط التقني:**إن التغيرات المتسارعة في الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام، فرض عدة ضغوط على قطاع الأعمال الالكترونية، المجبرة على مواكبة هذه التحولات التكنولوجية.

هـ-**الزبائن** :الذين يطلبون المزيد وعلى الشركات تقديم المزيد من الخدمات والمنتجات من أجل إرضائهم.

و-خطر المنافسة العالمية في السوق المحلي:

لقد أزالت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس ، فالمستهلك يستطيع المقارنة بين مختلف العروض المقدمة) أي انحياز التبادلات لصالح المشتري على حساب البائع(، مما يجعل الشركات تعاني من مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد حقيقية وربحية فعلية، مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسة.

ز-صعوبة التكامل بين الموقع المادي والموقع الإلكتروني للشركة:

فإلى جنب أ ن بعض الشركات ظلت إ م مدية تقليدية أو رقمية، فإ ن البعض الآخر أخفق في الجمع بين الاثنين، وذلك لأ ن مثل هذا الجمع يتطلّب جهودا كبيرة في إدارة الموقع الإلكتروني لصالح الأعمال التقليدية وجهودا كبيرة في توظيف قدرات الويب في التفاعل مع الموردين والزبائن لخفض التكاليف وتوسيع الأسواق لصالح الأعمال الإلكترونية.

من خلال م سبق يتّضح أن للتجارة الإلكترونية العديد من الإيجابيات ، فهي تتيح للمستهلكين الذين يفضلون الاعتماد عليها في التسوق مزايا كثيرة، كما تمكّن الشركات التي تتبناها كأداة تسويقية بتحقيق أرباح إضافية وزيادة في حجم مبيعاتها .وإ ذا كانت هذه المزايا الكثيرة للتجارة في السنوات القليلة القادمة فإنها مآخذ ومخاطر جمة لابد من الوقوف عندها من أجل استخلاص الدروس.

المبحث الثاني : الإطار التشريعي العام للتجارة الالكترونية

لا تعد التجارة الالكترونية نشاط تجاري بحد ذاته بل هي نمط للممارسة النشاط التجاري وعليه إن دراسة الإطار التشريعي المؤطر للتجارة الالكترونية يقتضي التطرق لمختلف التشريعات ذات الصلة بطريقة مباشرة او غير مباشرة حيث قام المشرع الجزائري بمحاولات لا بأس بها في سبيل وضع إ طار قانوني عام يحوي منظومة من شأنها تأهيل ممارسة النشاط التجاري عبر الوسائط الالكترونية ولو أنها لا تمسها بصفة مباشرة، فمن بين أهم هذه الإجراءات التشريعات تعديل القانون المدني ليعترف بالحجية القانونية للمحررات الإلكترونية وكذا إصداره لمجموعة من التشريعات لاسيما المتعلقة التصديق و الإمضاء الإلكتروني تماشيا مع متتطلبات الرقمنة. 1) [1].

المطلب الأول: أحكام القانون المدني والتجارة الالكترونية :

أن القانون المدني يمثل شريعة كل القوانين وثم تنعكس أحكامه على العلاقات التعاقدية من حيث الأسس والمفاهيم و تبقى خصوصية الصفة التجاري من مجال اختصاص القانون التجاري و التشريعات المنظمة للنشاط التجاري الذي يحكم فئة من الأشخاص وهم فئة التجار

الفرع الأول : العقد الالكتروني:

إن العقد الالكتروني لا يخرج في تركيبه و توفر أركانه و أنواعه و مضمونه عن المفهوم التقليدي ، وعليه لا تستبعد الأحكام الواردة في النظرية العامة للالتزام ،فالعقد هو تلاقي إرادتين أو أكثر لإحداث اثر قانوني معين، أو هو شريعة المتعاقدين ،فإذا أخذناه من حيث تكوينه ،فهو إما رضائي أو شكلي أو عيني ،و من حيث أثره يكون

[1] الزهراء حجي ،التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية ،المرجع السابق، ص 10.

ملزم لجانبين أو أكثر أو لجانب واحد ،بعوض أو تبرع ،إذا نظرنا في طبيعته يكون عقدا فوريا أو مستمرا وقد يكون محددا أو عقدا احتماليا[1] [1].

و لما كان العقد الالكتروني لا يخرج في أركانه و شروط صحته عن العقد التقليدي قدمت له عدت تعريفات قانونية أبرزها ما نص عليه القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية "**كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة او تأدية خدمة ،حرر مسبقا من احد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الأخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه**"[2]، إلا أن مضمونها بقي واحد للارتباط الوثيق بين العقد و التجارة الالكترونية ،و من ثم نجد انه تنطبق عليه أحكام المادة 54 من القانون المدني الوطني التي تنص : " **العقد اتفاق يلزم لموجبه شخص أو عدة أشخاص نحو شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما** "، غير انه و بحكم انعقاد العقد من حيث المكان بين غائبين ،فان الوضع يجعل من تدخل المشرع ضروريا لتنظيم الضوابط و الضمانات التي تحكم العقد و الحماية الكفيلة لأطرافه و نفاذه.

يستخلص أن للعقد الالكتروني ثلاث عناصر أساسية هي.

- وجود تعاقد قانوني .

- تعاقد عن بعد .

- وسيلة اتصال مرئية و مسموعة كالانترنت ،فهو عقد اسلوبي يتم عبر تقنية اتصال الكتروني.

فالعقد الالكتروني باعتباره عقد يبرم من خلال وسيط الكتروني على شبكة الانترنت ،يفترض وجود مسافة مكانية كبيرة بين مكان الموجب و مكامن القابل ،بحيث لا يجمع بينهما مجلس عقدي واحد "مكانا على الأقل" بل مجلس عقدي حكمي أو افتراضي وهو هو ما يكفيه الفقه على انه عقد يبرم دون التواجد المادي لمتعاقديه[3] .

2- التراضي في العقد الإلكتروني:

* التراضي : هو احد الأركان الأساسية لانعقاد العقد الذي ينعقد بتوافق الإرادتين بقصد إحداث الأثر قانوني ،ويعتبر التراضي موجود اذا تطابقت إرادتا المتعاقدين و ذلك حسب المادة 59 من قانون المدني الجزائري ،فبالتالي لابد من توفر الإيجاب هو تعبير عن إرادة المتعاقد،يدل بصورة قاطعة على انه يقبل التعاقد

[1] عبد الرزاق السنهوري :الوسيط في شرح القانون المدني،الجزء الاول ،دار النهضة العربية 1981،ص23.

[2] المادة 03 من القانون 04- 02 المؤرخ في 5 جمادى الاولى عام 1425 الموافق ل23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الفقرة 04

[3] المادة 06 ، الفقرة الثانية من القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية

* القبول : فهو تعبير عن إرادة من وجهه إليه الإيجاب يفيد موافقته على الإيجاب و يؤدي القبول إلى إتمام العقد متى وصل إلى علم الموجب و كان الإيجاب لازال قائما وفقا لمواد60 إلى 68 من قانون المدني ،ولا يخرج القبول الالكتروني عن مضمون هذا التعريف سوى انه يتم ويختلف وقت القبول الالكتروني حسب الوسيلة المستعملة ،فان عرض الموجب إيجابه عبر الخدمات الاتصال المباشر عبر الانترنت كغرفة المحادثة فان وقت القبول محدود عبر الوسائط الالكترونية بوقت المحادثة فيجب صدور القبول مباشرة، و يطبق على القبول في العقد الالكتروني نفس القواعد المنصوص عليها في القواعد العامة وفقا لشروط معينة الذي قد يتم عن طريق البريد الالكتروني ،أو بالمحادثة أو المشاهدة.

*توافق الإرادتين : كما لابد ان يتم تطابق الإرادتين و ذلك فيما يعرف بالمجلس العقد فيمكن القول أن المتعاقدين بالرغم انه لم يجمعهما نفس الحيز المكاني إلا أن التعاقد فيما بينهما بالنضر إلى القواعد العامة هو عبارة عن تعاقد بين حاضرين ل بالرغم انه لم يجمعهما نفي الحيز المكاني إلا أن شبكة الانترنت و ما لها من تقنيات عدة للتواصل سواء عن طريق الانترنت أو الاتصال فهذا يعني أن اتصال القبول بالإيجاب يتم في الوقت ذاته ، إلا انه هناك آراء أخرى قد اعتدت إلى القول أن التعاقد في العقد الالكتروني هو تعاقد بين غائبين مستدلين في ذلك على حجج و ذهب فريق آخر إلى اعتباره تعاقد بين حاضرين .

وبالنسبة للعيوب التي قد تشوب الإرادة و صحة التراضي في العقد الإلكتروني، فهي لا تختلف في جوهرها عن عيوب الإرادة في النظريات التقليدية وهي أربعة عيوب :الغلط والإكراه الإستغلال والتدليس.

- الغلط (L'erreur): يقصد بالغلط الوهم الذي يقوم في ذهن الشخص ويجعله يتصور الواقع على خلاف حقيقته[1] ، ويشترط للتمسك بالغلط لإبطال العقد أن يقع أحد المتعاقدين في غلط جوهري، وأن يتصل ذلك الغلط بعلم المتعاقد الآخر ، ويكون الغلط جوهريا إذا بلغ عند من وقع فيه حدا من الجسامة بحيث كان سيمتنع المتعاقد عن التعاقد لو لم يقع فيه، وقد يقع الغلط في جوهر الشيء، أو يقع على شخص المتعاقد أو في طبيعة العقد.

- التدليس Le dol: يعرف التدليس بأنه استعمال الشخص لطرق احتيالية وذلك لإيقاع شخص آخر في غلط يدفعه إلى التعاقد[2].له شرطان أحدهما مادي يتمثل في الطرق الإحتيالية، والآخر معنوي يتمثل في نية التظليل، كما يشترط أن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد وأن يتصل بالمتعاقد الآخر،ومن هنا يفهم بأن السكوت عن تقديم معلومات أو بيانات واجب الإفصاح عنها يعتبر تدليسا .

[1] يحي عبد الودود، الموجز في النظرية العامة للالتزامات، مصادر الإلتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994،ص88

[2] عباس يوسف جابر: العقود المبرمة بطريقة الكترونية ،دراسة مقارنة ص 181

- الاستغلال والغبن L'exploitation et la lésion : يعرف الغبن بأنه عدم التعادل بين ما يعطيه العاقد وما يأخذه، أما الاستغلال فأساسه أن نفسية المتعاقد قد شابها عيب أدى إلى الإخلال الفادح بين ما أعطى وما تلقى، والعيب النفسي يكون إما لقلة الخبرة، أو الطيش أو الولع الشديد بالشيء أو الحاجة الماسة إليه، إذ ينتهز الطرف الآخر حالة الضعف التي انتابت المتعاقد الآخر فيحصل منه على مقابل مبالغ فيه يفوق قيمة الشيء الحقيقية[1].

- الإكراه La violence : يعرف بكونه "رهبة تقوم في نفس الشخص فتدفعه إلى التعاقد[2]".
أي أنه إجبار الشخص بغير حق على أن يعمل عملا دون رضاه، ويكون ماديا أو معنويا، فيشترط في الإكراه لإعتباره عيبا يشوب الرضا أن يتم التعاقد تحت سلطان الرهبة التي بعثت في نفس المتعاقد بغير وجه حق بفعل المتعاقد الآخر ،أو على الأقل يكون المتعاقد الآخر على علم بها، كما يشترط أن تكون هذه الرهبة هي الدافعة إلى التعاقد[3].

3- أركان العقد الإلكتروني:

المحل والسبب في عقد التجارة الإلكترونية: لكي يكتمل انعقاد العقد الإلكتروني صحيحا، يجب أن يتوافر فيه ثلاثة أركان وهي الرضا والمحل والسبب حيث يشترط أن تتفق هاته الأركان مع ما تقرره القواعد العامة للعقد من عدم مخالفة النظام العام، ومراعاة الآداب العامة .

أ- المحل في عقد التجارة الإلكترونية:

محل عقد التجارة الإلكترونية هو الإلتزامات التي يولدها هذا العقد،فهو يعتبر ركنا في الالتزام ولكن ليس غريبا عن العقد، و بالتالي فانه ما يعتبر محلا مباشر للالتزام يعتبر في نفس الوقت محلا غير مباشر للعقد الذي يولده، ويميز الفقه بين محل العقد ومحل الالتزام، فمحل العقد هو العملية القانونية التي يقصد الطرفان تحقيقها بمقتضى العقد، أما محل الالتزام فهو الأداء الذي يلتزم به المدين لمصلحة الدائن، ويتمثل في عمل أو امتناع عن عمل أو إعطاء، ويشترط فيه بصفة عامة أن يكون موجودا أو ممكنا وقابلا للتعيين ومشروعا ،فالمحل يشترط فيه بصفة عامة أن يكون موجودا أو ممكنا وقابلا للتعيين ومشروعا ،وحتى يكون المحل صحيحا ومرتبا لآثاره ،يجب أن يتوفر على مجموعة من الشروط:

[1] لزهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق،ص 106.104.103

[2] أحمد شوقي محمد عبد الرحمن، البحوث القانونية في مصادر الإلتزام الإرادية وغير الإرادية، المرجع السابق، ص 68

[3] مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الإكترونية، المرجع السابق، ص 86

- شرط الوجود أو القابلية للوجود :للتأكد من صحة إبرام العقد يجب أن تكون السلعة أو الخدمة المراد الإتفاق عليها موجودة فعلا أو قابلة للوجود أثناء الاتفاق[1].
- أن يكون المحل معينا أو قابلا للتعيين: حتى يكون محل العقد الإلكتروني معينا أو قابلا للتعين، يجب أن يتم وصف الخدمة أو المنتج عبر تقنيات الاتصال الحديثة بصورة دقيقة وكاملة بعيدا عن الإعلانات الخادعة و المظللة.
- أن يكون المحل مشروعا: لا يختلف عقد التجارة الإلكترونية عن نظيره في التجارة التقليدية، وهذا يعني ضرورة أن يكون محل العقد مشروعا، فلا يكون مخالفا للنظام العام والآداب العامة أو لنص قانوني يمنع التعامل فيه، وإلا كان العقد باطلا، ويؤيد ذلك نص المادة 93 من القانون المدني الجزائري، والتي تنص على أنه: " إذا كان محل الإلتزام مستحيلا في ذاته أو مخالفا للنظام العام أو الآداب العامة كان باطلا بطلانا مطلقا".

ب- السبب في عقد التجارة الإلكترونية : السبب وفقا للقواعد العامة هو الغاية أو الباعث الدافع للتعاقد، ويقصد به غاية الملتزم من التزامه[2]، وقد تناول المشرع الجزائري السبب في المادتين 97 و 98 من القانون المدني، ويعرف عادة بأنه الغرض المباشر أو القريب المجرد الذي يقصد إليه المتعاقد من إلتزامه، أما الغرض المباشر فهو الباعث أو الدافع إلى التعاقد، ولابد من أن تتوافر فيه شروط حتى لا يؤدي إلى إبطال العقد، ، ولعل أهمها شرط المشروعية، وأن يكون صحيحا بمعنى ألا يكون وهميا أو صوريا، وأن يكون موجودا.

ج- زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني: إن ما يميز العقد الإلكتروني هو عدم الحضور المادي لطرفي العقد وقت إبرامه، بحيث يكون التلاقي الزمني عبر و حتى لو كان طرفي العقد موجودين في نفس الوقت بفضل التكنولوجيات الحديثة ،غير أن شبكة الإنترنت البعد المكاني يظل قائما.

4- تمييز التعاقد الإلكتروني عن التعاقد التقليدي:

يتفق التعاقد الإلكتروني مع التعاقد التقليدي في كلاهما ينعقدان بتوافق الإرادتين، و يتميزان في أن العقد التقليدي يتحقق بالتواجد المادي للأطراف، فهو ينعقد بين أشخاص حاضرين من حيث الزمان والمكان، أي يتم تبادل الإيجاب والقبول في مجلس عقد واحد بالمواجهة ، بينما التعاقد الإلكتروني لا يتحقق فيه الوجود المادي للأطراف، لأنه يبرم بين متعاقدين منفصلين من حيث المكان، ما يعني انتفاء عنصر المواجهة في مجلس العقد

[1] لزهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 124

[2] مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، المرجع السابق ، ص 116

الإلكتروني، ومن ثم فإن التعاقد الإلكتروني تعاقد ذو طبيعة خاصة، أي تعاقد بين أشخاص حاضرين من حيث الزمان و غائبين من حيث المكان.

أول ملاحظة يمكن استخلاصها من النعت الذي ينعت به هذا النوع من العقود هو كونه إلكتروني، أي أنه يبرم عبر شبكة الإنترنت، ثم يتم تنفيذه ماديا على أرض الواقع، وبما أنه عقد بين طرفين أو أكثر، فلابد له من أركان تجعله صحيحا ومنتجا لجميع آثاره يتطلب صحة التراضي دون أن يلحقها عيب من عيوب الإرادة، إضافة إلى سبب ومحل مشروعين وجميع شروط تحديد المسؤولية المتعلقة بالمتعاقدين، إلا أن تواجد كل طرف في منطقة جغرافية مختلفة عن منطقة الطرف الآخر، يجعلنا نلحظ بعض التغييرات والاختلافات في أركان العقد الإلكتروني عند مقارنته بالعقد العادي أو التقليدي.

❖ **<u>الفرع الثاني</u>: مظاهر إثبات المعاملات الإلكترونية في القانون المدني:**

بموجب القانون 05-10 المعدل والمتمم للقانون المدني[1]،إنتقل المشرع الجزائري من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني ،حيث ساوى بين الكتابة العادية والكتابة الإلكترونية من حيث حجية الإثبات ،كما اعتد المشرع كذلك بموجب هذا القانون بالتوقيع الإلكتروني وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية[2].

- **الإثبات الإلكتروني في القانون المدني:** لقد تطرق المشرع الجزائري إلى الكتابة الإلكترونية وحجيتها في الإثبات من خلال تعديل القانون المدني، كما قام بوضع مجموعة من الشروط التي يجب توافرها في هذه الكتابة في الشكل الإلكتروني.

- **الكتابة الإلكترونية في القانون المدني :**جاء اعتراف المشرع الجزائري متأخرا عن التشريعات الأوروبية والعربية فيما يتعلق بالتغييرات التي مست الدليل الكتابي الذي كان يرتكز على الدعامة الورقية ليتحول الأمر إلى الأخذ بالدعامة الإلكترونية الناتجة عن الثورة التقنية التي أفرزت العديد من الوسائل والدعامات غير الورقية[3].

غير أن هذا الاعتراف لم يرتقي لمستوى أهمية هذا الدليل الإلكتروني الذي أصبح ينافس الدليل الكتابي بعد تحول العالم إلى استعمال تقنية المعلومات، فكل ما قام به المشرع الجزائري هو تعديله لأحكام القانون المدني

[1] القانون رقم 05-02 المؤرخ في 27 ذي الحجة 1425 الموافق ل 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري

[2] مريم خليفي ،الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية ،المرجع السابق ،ص 70.

[3] يوسف زروق ،حجية وسائل الإثبات الحديثة ،المرجع السابق ،ص 173

لتتوافق أحكامه العامة في الإثبات مع هذا النوع من الأدلة التي تكون في شكل إلكتروني فقد نص المشرع الجزائري على الكتابة الإلكترونية بإضافة المادة 323 مكرر[1] ، كما اعترفت المادة 323 مكرر[2] من القانون المدني بالكتابة الإلكترونية في إثبات التصرفات والعقود من جهة وجعلتها معادلة في حجيتها للوثيقة المخطوطة على دعامة ورقية من جهة أخرى، أي لهما نفس الأثر والفعالية من حيث حجية وصحة الإثبات[3].

أن المشرع لم يهتم بشكل الكتابة الذي قد يكون عبارة عن حروف أو أوصاف أو أرقام بل اهتم بمدى وضوحها فقط ويكون بذلك قد أخذ بالمفهوم الواسع للكتابة، كما أنه قد اتخذ معيار غير محدد على سبيل الحصر في تحديده لشكل الكتابة فاسحا المجال لظهور أي دعامات جديدة.

ل يقم بتحديد طرق إرسال هذه الكتابة سواء كان النقل ماديا ،كهرومغناطيسيا(التلكس والفاكس) أو نقلا إلكترونيا (شبكة الإنترنت ،الكمبيوتر).

من الواضح أن المشرع الجزائري قد حرص على إعتماد المفاهيم و التعاريف التي أقرتها الاتفاقيات الدولية في هذا المجال ومنها اتفاقية الأمم المتحدة الخاصة بعقود البيع الدولي للبضائع في فيينا لسنة 1980 ،وكذلك ما ذهبت إليه المنظمة العالمية للمواصفات والمعايير(ISO)[4] بتعريف الكتابة بأنها مجموعة المعلومات والبيانات المدونة على دعامة مادية بشكل دائم مما يسهل قراءتها من طرف الإنسان،أو بواسطة آلة مخصصة لذلك وكذا قانون الأنسيترال النموذجي[5] .

- **الشروط القانونية للكتابة الإلكترونية**: لكي تكون الكتابة في الشكل الإلكتروني دليلا قائما بذات ومقبولا في الإثبات،فقد وضع المشرع الجزائري شروطا واضحة لها لكي تعادل في حجيتها الكتابة الخطية.
  - **إمكانية قراءة الكتابة :** لكي يتم قبول الكتابة كدليل إثبات ،يجب أن تتحقق فيها خاصيتي القراءة والوضوح سواء كانت على دعامة ورقية أو إلكترونية ،غير أن شرط القراءة هنا يتحقق في المحرر الورقي أكثر منه في المحرر الإلكتروني،فيصعب تحقيق هذا الشرط في الوثيقة الإلكترونية لأنها مدونة على دعامة إلكترونية مما يتطلب إيجاد برامج خاصة تقوم بتحويل الرموز والإشارات إلى حروف مقروءة وواضحة[6]،

[1] المادة 323 مكرر من القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني

[2] المادة 323 مكرر 1 من القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني

[3] فضيلة عاقلي ،الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وواقع استخدامها في الدول العربية ،حالة الجزائر ،الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

[4] هي تصريح عن معايير 1947 فبراير 23 هي تعمل على وضع المعايير ،تاسست iso في المنظمة العالمية للمواصفات و المعايير التجارية و الصناعية و مقرها جنيف سويسرا

[5] زيدان زبيحة ، الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري و الجولي ، المرجع السابق ص 37

[6] ناهد فتحي الحموري ،الأوراق التجارية الإلكترونية ،دراسة تحليلية مقرنة،دار النشر و التوزيع مصر الطبعة الثانية 2010 ص71

فهذه المستندات الإلكترونية يمكن أن تكون مشفرة ،إذ يجب فك هذا التشفير حتى تصبح في صورة بيانات واضحة يمكن إدراكها مباشرة من الإنسان.
لم ينص المشرع الجزائري على هذا الشرط عند تعرضه لشروط الكتابة الإلكترونية، بل أشار له بطريقة غير مباشرة عندما عرف الكتابة في نص المادة 323 مكرر[1] من القانون المدني، ويتضح هذا الشرط في تأكيد المشرع على أن تكون الرموز أو الحروف أو غيرها من عناصر الكتابة ذات معنى مفهوم، أي يمكن لأي كان معرفة المقصود منها بشكل واضح لا يدع مجالا للشك.

- **التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها:** إن التعاقد الذي يتم عبر شبكة الإنترنت يثير مسألة هامة تتعلق بإمكانية تأكد المتعاقد من هوية المتعاقد معه من إسم وعنوان وبريد إلكتروني وغيرها من المعلومات ،بحيث يمتد هذا الإشكال في حالة المنازعة حول حجية هذا العقد ،فما الذي يضمن للقاضي أن الوثيقة الإلكترونية المقدمة له كدليل إثبات صادرة أو متعلقة بذلك الشخص أو ذاك ، وتعد هذه الإشكالية من بين أهم الإشكالات التي تواجه العقود الإلكترونية[2] .

فقد نص المشرع الجزائري على هذا الشرط في المادة 323 مكرر 1 من القانون المدني والتي تنص على شرط التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها ،ويقصد بلفظ مصدر الكتابة في هذا الشأن هو ضرورة تعيين الشخص الذي ينسب إليه المحرر الإلكتروني الذي يتحمل الإلتزامات ويجني الحقوق المترتبة على ذلك ،وإذا كانت مسألة تحديد هوية الشخص الذي حرر الدليل الكتابي لا تثير صعوبة في ظل القواعد العامة للإثبات، ،فإن هذه المسألة تزداد تعقيدا إذا ما استعملت الكتابة الإلكترونية للتعاقد على شبكة الإنترنت خاصة مع العدد الكبير للمتدخلين فيها وبعدهم الجغرافي ومدى التحقق من أهليتهم للتعاقد[3] .

- **إمكانية الحفظ وعدم القابلية للتعديل** :يجب أن تكون المحررات الإلكترونية طبقا للقانون المدني معدة ومحفوظة فى ظروف تضمن سلامتها مع عدم إمكانيتها للتعديل.

المطلب الثاني : التشريع و التنظيم المؤطر للنشاط التجاري و حماية المستهلك:

الفرع الأول: التشريع و التنظيم المؤطر للنشاط التجاري:

[1] راجع المادة 323 مكرر من القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل و المتمم للقانون المدني
[2] فراح مناني ، العقد الالكتروني وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري ، المرجع السابق ص 178
[3] يوسف زروق ،حجية وسائل الإثبات الحديثة ،المرجع السابق ،ص 180

عمل المشرع الجزائري علي وضع منظومة قانونية جديدة تهدف إلي تحقيق هذا الغرض وتتماشى والأسس الجديدة للدولة الجزائرية وكان لازما أن يكون البدء بتحديد الإطار القانوني لدخول عالم التجارة والصناعة باعتباره البوابة الرئيسية لأي نشاط تجاري أو اقتصادي.

فأصدر القانون 22/90 المؤرخ في 18أوت 1990[1] المتعلق بالسجل التجاري ، الذي تضمن تحديدا الشروط الجديدة لممارسة الأنشطة التجارية بالشكل الذي قدر أنه يتلاءم مع إلغاء مبدأ احتكار الدولة للنشاط التجاري والاقتصادي.

حيث نص في المادة الأولى منه على أن هذا القانون يحدد المبادئ التي تثبتّ أهلية التاجر القانونية و تترتب عليها العلاقات التي يسميها القانون العلاقات التجارية، وجعل من التسجيل في السجل اتجاري عقدا رسميا يخول التاجر الحق في حرية ممارسة النشاط التجاري دون الحد من اختياراته أو أهدافه أو تبديل نشاطه إلا بمراعاة الإجراءات القانونية والأحكام التنظيمية.

وأسند تنظيم هذه المهمة وإدارتها للمركز الوطني للسجل التجاري، حيث نص في المادة 15 مكرر1 منه على أن المركز هو المكلف بتسليم السجل التجاري وتسييره ، وتطبيقا لهذا القانون أعقبه المشرع بجملة من النصوص التنظيمية التي تعد الركائز الأساسية في شروط ممارسة الأنشطة التجارية والاقتصادية، وكان من أهمها المرسوم التنفيذي 39/97 المؤرخ في 18 يناير1997 المتعلق بمدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد في السجل التجاري[2]

حيث يلاحظ المطلع على هذا النص أن المشرع الجزائرى عمل على تحيين قائمة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد في السجل التجاري بما يستجيب للواقع الجديد ويسمح بتشجيع الممارسة الحرة للنشاطات التجارية وجعل منها المرجع الإلزامي الوحيد لذلك.

وفي نفس الإطار أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي 40/97 المؤرخ في 18يناير 1997 المتعلق بمعايير بتحديد النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري[3]، والذي يهدف إلي رفع الاحتكار ويفتح المجال لممارسة الحرة لهذا النوع من الأنشطة و التي كانت أغلبها محتكرة من طرف الدولة، لكن مع التأكيد على مراعاة الأطر القانونية التي تنظمها.

كما أصدر في نفس السياق المرسوم التنفيذي 41/97 المؤرخ في 18 يناير 1997 المتعلق بشروط القيد في السجل التجاري[1]، والذي تضمن إجراءات جديدة تميزت بتخفيف شروط التسجيل في السجل التجاري.

[1] القانون 22/90 المؤرخ في 18 أوت 1990 المتعلق بالسجل التجاري، ج ر، عدد 36 ،بتاريخ 1990/08/22

[2] المرسوم التنفيذي 39/97 المؤرخ في 18 يناير 1997 المتعلق بمدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد في السجل التجاري، ج ر، عدد 05 ،بتاريخ 1997/01/19

[3] المرسوم التنفيذي 40/97 المؤرخ في 18 يناير 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري، ج ر، عدد 05 ،بتاريخ 1997/01/19

وعلى الرغم من ثراء المنظومة القانونية المتعلقة بشروط ممارسة الأنشطة التجارية والتسجيل في السجل التجاري إلا أنها وبعد 14 سنة من صدور القانون 22/90 كشفت عن محدوديتها في تسيير هذا القطاع ،ولم تحقق الأهداف التي كان يرجى تحقيقها على أرض الواقع، الأمر الذي فرض حتمية إعادة النظر فيها. فعمد المشرع الجزائري إلي إصدار قانون جديد يحكم وينظم شروط ممارسة الأنشطة التجارية وهو القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية[1]، وهذا الأخير الذي تميز عن القانون 22/90 المتعلق بالسجل التجاري بتسميته الجديدة شروط ممارسة الأنشطة التجارية، رغم أنه لم يلغه كلية حيث جاء في نص المادة 43 منه " تلغى الأحكام المخالفة لهذا القانون لاسيما أحكام القانون 22/90 المؤرخ في 18 أوت 1990 باستثناء المواد 1،8، 15 مكرر 1 و 5 مكرر 2، 33،32،31،25،18 منه."
إن المتصفح لهذا القانون بتسميته الجديدة ،
شروط ممارسة الأنشطة التجارية يجده في الحقيقة قد تضمن شرطا وحيدا هو التسجيل في السجل التجاري.

لقد جاء في عرض أسباب مشروع هذا القانون على السلطة التشريعية في يناير 2004، "إن العبر المستخلصة من عملية إحصاء وإعادة قيد التجار في السجل التجاري التي شرع فيها ما بين سنة 1997 وسنة 2002، ،قد بينت أن الرقابة السابقة التي وضعت منذ سنوات لتأطير و تطهير النشاطات التجارية لم ترق إلى الأهداف المحددة لها، ولم تمكن بشكل دائم وناجع من التحكم و القضاء على السوق اللاشرعي بكل أشكاله[2] " ، ومنه تبرز أهمية شروط ممارسة الأنشطة التجارية أو التسجيل في السجل التجاري بمعناها الواسع الذي يتضمن جميع العمليات المتعلقة بالتسجيل. فهي تسمح للدولة بالإحاطة الشاملة بالنشاطات التجارية والاقتصادية من خلال إحصائها وجمع المعلومات والمعطيات اللازمة عن سيرها، والوقوف علي مدى تطورها،وأثرها في التنمية الوطنية، ومنه فرض الرقابة اللازمة لاحترام شروط ممارستها بما يخدم هذه التنمية وحتما هذا النهج الجديد يجب أن يبنى على أسس ومرتكزات تحقق الأهداف المرجوة ويجب أن يتضمن إجراءات ترد الاعتبار لشروط ممارسة الأنشطة التجارية. وحتما يمر ذلك بإلغاء أحكام القانون 22/90 الذي أثبت محدوديته على أرض الواقع وعدم قدرته على الاستجابة للواقع الجديد الذي أفرزته حرية التجارة والصناعة على الأقل للأسباب السابقة . فكان القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، المعدل والمتم بالقانون13-06 المؤرخ في 23 يونيو 2013[3] النهج الجديد.

[1] عرض أسباب مشروع القانون 08/04 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المقدم إلي السلطة التشريعية في جانفي 2004

[2] عرض أسباب مشروع القانون 08/04 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المقدم إلي السلطة التشريعية في جانفي 2004

[3] القانون 06/13 المؤرخ في 23 يوليو2013 يعدل ويتمم القانون 08/04 المؤرخ في 14 أوت 2004 ،المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر،عدد33 ،بتاريخ 31 يوليو 2013

الفرع الثاني: التشريع و التنظيم المؤطر لحماية المستهلك:

في يومنا هذا يوجد قوانين حماية المستهلك في كثير من البلدان . هنا يجب تحديد مضمون هذا القوانين وكشف تأسيسها ووصف طرقها وهذا دون تفصيل بلد عوض الآخر، إذ لا يمكن أن نعطي تحديد دقيق لقوانين حماية المستهلك ، هذا التحديد هو غير ممكن وغير ضروري لأن الفروع القانونية ليست لها حدود مخططة ، وقوانين حماية المستهلك لا يستثنى من ذلك.
جوهر قوانين حماية المستهلك تتكون من القواعد التي تهدف في مجملها إلى معيارين:
أ.تطبيقها ينحصر فقط في العلاقات بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

ب.هدفها حماية المستهلكين

ان قوانين حماية المستهلك متعددة الفروع والاختصاصات نذكر منها:

- **القانون المدني**: يختص بالاهتمام الأول، لأن العلاقات بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين تكون محل عقود للقانون الخاص في أغلب الحالات. بعض نظريات القانون المدني مثل ضمان العيوب الخفية والالتزام بالأمن و الالتزام بالإعلام تحوز على أهمية خاصة للمستهلكين، وتدخل كلها في مجال أو نطاق قوانين حماية المستهلك. ونجد كذلك بعض أحكام القوانين الخاصة في شقها الخاص بحماية المستهلك مثل تلك المتعلقة بالشروط التعسفية (les clauses abusives) يمكن ربطها بالقانون المدني.
- **القانون التجاري**: دوره مقلص لأن قوانين حماية المستهلك لا تهتم بالتجار فقط لكن بكل المهنيين. لكن القانون التجاري يتضمن أحكاما تخص التجار، ومع ذلك يمكن ربطه بها، مثلا كتلك المتعلقة بتنظيم الأساليب التجارية كالإشهار.
- **القانون الجنائي**: يحوز مكانة هامة في قوانين حماية المستهلك وهناك عدة التزامات خاصة تلك التي تلقى على عاتق المتعاملين الاقتصاديين من تجارو مهنيين بهدف حماية المستهلك فإنه تواكبها أو تقابلها عقوبات جزائية.فعلى سبيل المثال الغش والتدليس أو التزوير توصف بأنها جرائم جنائية. ونجد أيضا عقوبات جزائية في مجال (الإشهار والبيع المتنقل Démarche) و(القرض Crédit) .
- **قانون المرافعات**: له دور في حماية المستهلك سواء كان في الإجراءات المدنية أو الإجراءات الجنائية ، لأنه يجب أيضا تسهيل وصول إلى العدالة ، وفي هذا الشأن تم تبسيط الإجراءات و استفادت الجمعيات بحق التقاضي لحماية المصلحة الجماعية للمستهلكين.

- **القانون الإداري**: ويساهم في إثراء قوانين حماية المستهلك من جهتين :

. الجهة الأولى: هي من ناحية أعوان الإدارة وخاصة أعوان مديرية المنافسة والقمع والغش إذ أن مهمة الأعوان هي مراقبة تطبيق النصوص التي تحمي المستهلكين.

. الجهة الثانية: فإن بعض المرافق العامة مثل البريد والمستشفيات لهم مع مستخدميهم (Les Usagers) علاقات تثير نفس المشاكل بين المهنيين والمستهلكين ويبدوا من خلال ذلك التحليل أن قانون الاستهلاك غير منسجم (أو متجانس) . والأمر بغير ذلك، لأن فكرة مشتركة تنشط (تحرك) مجموع هذه الفروع القانونية : ضرورة حماية المستهلكين من سيطرة شركائهم الاقتصاديين . وهكذا تزول الحواجز التي تفصل الفروع التقليدية للقانون.

المبحث الثالث: الإطار التشريعي و التنظيمي الخاص بالتجارة الالكترونية:

كانت التجارة الالكترونية موجودة في الجزائر بالموازاة مع التجارة العادية و مع وجود العديد من المواقع الالكترونية المتخصصة في التسويق الالكتروني قامت مصالح المركز الوطني للسجل بإنشاء رمز خاص بالتجارة عن بعد ضمن مدونة الأنشطة الاقتصادية هو 511145 باعتباره نمط تجاري خاضع للتشريع و التنظيم التجاري إلا أنها كانت قبل صدور قانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم 05/18 تفتقد للتنظيم و التقنين و الذي تأخر في الصدور و رغم ذلك فإن لهذا الأخير دورا في تنظيم المعاملات التجارية الالكترونية و ما تقوم عليه هذه الأخيرة من أسس حيث تضمن الباب الأول منه الأحكام العامة المنظمة لهذه التجارة و في مقدمتها التجارة الالكترونية حيث جاء في المادة 6 من القانون رقم 05/18 " التجارة الالكترونية النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد للمستهلك الالكتروني ، عن طريق الاتصالات الالكترونية "[1] .

و بالتالي و ضح المشرع الجزائري أطراف المعاملة التجارية الإلكترونية و وفر الإطار القانوني و الحماية اللازمة لأطرافها تماشيا مع مستحدثات ثورة المعلومات التي غيرت من طابع المعاملات التجارية الكلاسيكية ، وأوجدت ما يسمى بالمعاملات الالكترونية ، و التي هي شكل من أشكال المعاملة، و يمكن تعريف المعاملات الالكترونية الحكومية على أنها:

" الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات و الاتصالات لتسهيل و تسريع التعاملات بدقة عالية داخل الجهات الحكومية و بينها و بين تلك التي تربطها بالأفراد ".

المطلب الأول :أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية :

[1] القانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد28

نص القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية في بابه الأول أحكام عامة من المادة الأولى إلى المادة الخامسة على ان هذا القانون يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع و الخدمات و يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الالكترونية في حالة ما اذا كان احد أطرف العقد الالكتروني متمتعا بالجنسية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري او كان العقد محل إبرام او تنفيذ في الجزائر.

تمارس التجارة الالكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما غير انه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بما يأتي:

- **لعب القمار والرهان واليانصيب.**
- المشروبات الكحولية والتبغ.

- المنتجات الصيدلانية.

- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.

- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما.
يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الالكترونية موضوع تدابيرتحفيزية طبقا للتشريع المعمول به.
كما تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به وكذا كل المنتجات والخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.
إلى جانب تحديد المقصود بالتجارة الإلكترونية في ظل المادة السادسة من القانون رقم 18/ 05 فإن المشرع الجزائري وضح أطراف و متطلبات المعاملة الالكترونية، حيث عرف كل من العقد التجاري الالكتروني والمستهلك الالكتروني إضافة إلى المورد الالكتروني..

1/ العقد التجاري الالكتروني : في ظل ما تشهده عقود التجارة الالكترونية وهي تلك العقود التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت من نمو متزايدا على الساحة الدولية وحتى الداخلية نتيجة للتطور التكنولوجي الذي سهل إبرام هذه العقود و دليل ذلك أن الشركات التجارية العالمية أضحت ترفض التعامل مع أي عميل جديد لا يستخدم أسلوب التعاقد و التبادل الالكتروني وجد المشرع الجزائري أمام ضرورة تحديد المقصود بالعقد الالكتروني حيث تضمن المادة 6 في فقرتها الثانية ما يلي :

" العقد بمفهوم القانون رقم 04-02المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني "[1].

2/ المستهلك الالكتروني :بعد أن وضح المشرع الجزائري المقصود بالتجارة الالكترونية والتي ساير فيها ما هو متعارف عليه في مختلف التشريعات مقارنة أورد في الفقرة الثالثة من المادة السادسة من القانون 05/18 تعريفا للمستهلك الالكتروني و هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

3/ المورد الالكتروني: لا تكتمل الحلقة أو المعاملة التجارية دون الإشارة إلى المورد الالكتروني، و الذي عرف على أنه هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح، توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية "[2].

وبالتالي فالمورد الالكتروني هو الطرف الثاني في المعاملة التجارية الالكترونية أي هو المتعاقد أو مقدم الخدمة في البيئة الرقمية ، و الذي من الممكن أن يكون المنتج نفسه او التاجر، كما من الممكن ان يكون شخصا طبيعيا أو إعتباريا له موقع إلكتروني معتمد من طرف الجهات الرسمية المعنية و يعرض خدماته عل الشبكة العنكبوتية.

4/الدفع الالكتروني: أضحت وسائل الدفع الالكتروني أهم مكونات نظام الدفع الالكتروني حيث تتم تسوية المعاملات الالكترونية عن طريق إلكتروني حيث لا وجود للأوراق النقدية أو التجارية فهي تقنية تستخدم فيها و سائل كهربائية أو مغناطسية أو ضوئية أو الكترومغناطسية في تبادل المعلومات و تخزينها " كما عرفها البنك المركزي الأوروبي الدفع الالكتروني على
أنه " كل عملية دفع صدرت و عولجت بطريقة إلكترونية[3].

[1] القانون 04-02المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل23يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية

[2] المادة 5 الفقرة الرابعة من القانون رقم 05/18 ، مرجع سابق

[3] أ/زهير زواش ، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية ، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، مدرسة الدكتوراه ، كلية الاقتصاد ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ،الجزائر سنة 2011/2010، ص17

وعليه يعد الالتزام بدفع الثمن من بين الإلتزامات التي تقع على عاتق المشتري أو متلقي الخدمة في التعاملات العادية.

أما في المعاملة الالكترونية فيتم دفع الثمن مقابل السلعة أو الخدمة المقدمة عن طريق وسائل الدفع الالكتروني ، و هذا ما جعل البنوك أو القطاع المصرفي عامة يحدث خدمات بنكية تتم بوسائل إلكترونية و في هذا الإطار عمد المشرع من خلال الإصلاحات التي سبقت صدور قانون التجارة الالكترونية إلى إستحداث خدمات إلكترونية من خلال القانون 15/03 و المتضمن الموافقة في الأمر 11/03 المتعلق بالنقد و القرض ، و الذي يعد أول قانون جزائري تضمن التعامل الالكتروني في القطاع المصرفي [1]، حيث نصت المادة 69 منه و الواردة في الكتاب الخامس تحت عنوان التنظيم المصرفي في بابه الأول الخاص بالتعاريف على:

"تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل "

هذا وقد إستحدث المشرع الجزائري نظام الوفاء الالكتروني في المعاملات التجارية بموجب القانون 02/05المؤرخ في 06 فيفري 2005 و الذي أضاف باب رابع الى الكتاب الرابع من القانون التجاري بعنوان السندات التجارية في فصله الثالث ،حيث تحدث عن بطاقات السحب و الدفع في المادة 543 مكرر23 كما تناول قانون التجارة الالكتروني الجزائري الدفع الالكتروني حيث جاء الفصل السادس منه تحت عنوان الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية ووضحت المادة 27 من نفس القانون أن الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية يتم إما عن بعد أو عند تسليم المنتوج ، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها ، وفقا للتشريع المعمول به .

حفاظا على المتعاملين الالكترونيين و حماية للمستهلك الالكتروني إشترط المشرع أن يتم الدفع من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض و منشأة و مستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من طرف بنك و بريد الجزائر .

المطلب الثاني: التنظيم الخاص بالسجلات الالكترونية للمعاملات التجارية الالكترونية و التجارة الالكترونية العابرة للحدود:

الفرع الأول : التنظيم الخاص بالسجلات الالكترونية للمعاملات التجارية الالكترونية:

يحدد المرسوم التنفيذي الجديد 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019 [1]، كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية المنجزة من طرف المورد الإلكتروني وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

[1] الامررقم 11/03المؤرخ في 26 غشت سنة 2003 و المتعلق بالنقد و القرض، جريدة رسمية 52 المؤرخة في 2003/08/27

وينص المرسوم على أن سجل المعاملات التجارية هو ملف إلكتروني يودع فيه المورد الإلكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة المتمثلة في العقد، الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، وكل وصل استلام أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد. حسب الحالة. مشيرا إلى أنه "يجب أن يتم تخزين هذه العناصر المذكورة من قبل المورد الإلكتروني بطريقة تمكن من الولوج إليها وقراءتها وفهمها لتمكين الأعوان المؤهلين من تفحصها".

كما يؤكد المرسوم على ضرورة حفظ هذه العناصر من طرف المورد الإلكتروني في شكلها الأصلي، أو في شكل غير قابل للتعديل أو الإتلاف في محتواها. على أن يرسل المورد الإلكتروني إلى المركز الوطني للسجلات التجارية، المعلومات المستخرجة من سجل المعاملات التجارية المنجزة المتمثلة في موضوع المعاملة، المبلغ المحدد للمعاملة باحتساب كل الرسوم، تاريخ المعاملة، طريقة الدفع ورقم الفاتورة أو رقم الوثيقة التي تقوم مقامها. ويجب إرسال المعلومات المنصوص عليها من قبل المورد الإلكتروني إلى المركز وفقا للمواصفات التقنية المحددة من قبل هذا الأخير قبل تاريخ ال 20 من الشهر بالنسبة للمعاملات التجارية التي أجراها خلال الشهر السابق، ويتم وضع هذه المواصفات التقنية تحت تصرف المرد الإلكتروني من قبل المركز.

كما يضع المركز منصة إلكترونية مخصصة لحفظ المعلومات المرسلة من قبل الموردين الإلكترونيين، حيث يتم تسليم رمز الولوج إلى المنصة الإلكترونية للمورد الإلكتروني من طرف المركز بعد إيداع اسم النطاق[1].
ويتم ربط المركز بالمديرية العامة للضرائب التي يمكنها الولوج عن طريق الاتصالات الإلكترونية للمعلومات المذكورة عند استلامها، فيما تحدد كيفيات تطبيق هذه الإجراءات بموجب قرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالمالية والتجارة والرقمنة.
وينص المرسوم أيضا على أن كل إخلال بأحكامه يعرض صاحبه للعقوبات المنصوص عليها في القانون رقم 18 . 05 المؤرخ في 10 ماي 2018.

<u>الفرع الثاني:</u> التجارة الالكترونية العابرة للحدود:

حدد الفصل الأول والمادة 7 شروط المعاملات التجارية العابرة للحدود: حيث تم إعفاء من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف، البيع عن طريق الاتصالات الإلكترونية لسلعة و/أو خدمة من طرف مورد إلكتروني مقيم لمستهلك إلكتروني موجود في بلد أجنبي، عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما. لعائدات هذا البيع بعد الدفع إلى حساب يجب أن تحو المورد الإلكتروني الموطن في الجزائر لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر، أو لدى بريد الجزائر[2].

[1] مرسوم تنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية و إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري

[2] إسم النطاق عبارة عن الاسماء أو الحروف أو ارقام مسجلة لدى السجل الوطني لاسماء النطاق و التي تسمح بالولوج الى الموقع الالكتروني

يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف، شراء السلع و/أو الخدمات الرقمية الموجهة حصريا للاستعمال الشخصي من قبل مستهلك إلكتروني مقيم بالجزائر لدى مورد إلكتروني موجود في بلد أجنبي، عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الجزائري الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

تتم تغطية الدفع الإلكتروني بمناسبة هذا الشراء عن طريق الحساب البنكي بالعملة الصعبة "شخص طبيعي" للمستهلك الإلكتروني الموطن بالجزائر.

وإلى غاية صدور النص لم تصدر بعد النصوص التنظيمية المرافقة لتطبيقه، ومنها تحديد مثلا السقف المسوح به للشراء من الخارج.

- لا يمكن التحدث عن المعاملات التجارية العابرة للحدود دون التطرق الى الدفع في المعاملات الالكترونية، حيث إن المشرع في القانون 18-05 خصص الفصل السادس كاملا للإشارة إليه و في نص الفقرة الثالثة من المادة 27 من نفس الفصل تكلم عن الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود :" يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للجدود، حصريا عن بعد، عبر الاتصال الالكتروني".

وفي نص المادة 6 في فقرتها الخامسة عرف المشرع وسيلة الدفع الالكتروني على أنها كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد ،عبر منظومة الكترونية .

"تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل "،هذا وقد إستحدث المشرع الجزائري نظام الوفاء الالكتروني في المعاملات التجارية بموجب القانون 02/05المؤرخ في 06 فيفري 2005 و الذي أضاف باب رابع الى الكتاب الرابع من القانون التجاري بعنوان السندات التجارية في فصله الثالث[1] حيث تحدث عن بطاقات السحب و الدفع في المادة 543 مكرر23

[1] الأمر رقم 11/03المؤرخ في 26 غشت سنة 2003 و المتعلق بالنقد و القرض، جريدة رسمية 52 المؤرخة في 2003/08/27، المعدل و المتمم بالأمر رقم 04/10المؤرخ في 26 غشت سنة 2010جريدة رسمية 50 مؤرخة في 2010/09/10و المتمم بالقانون رقم 08/13المؤرخ في 30 ديسمبر 2013المتضمن قانون المالية لسنة 2014، جريدة رسمية عدد 68 المؤرخة في 30 ديسمبر 2013..

الفصل الثاني

الرقابة على المخالفات الخاصة بالتجارة الالكترونية

الفصل الثاني: الرقابة على المخالفات الخاصة بالتجارة الالكترونية.

من اجل تعزيز حماية المستهلك الالكتروني وضعت اغلب دول العالم مؤسسات واليات إدارية أو كلت إليها مهمة الحماية سواء كانت حماية ميدانية أم حماية الكترونية، وحماية جزائية وطبعا لا يمكن تجاهل دور القانون في خلق طمأنينة لدى المستهلكين الشيء الذي يشجع التعاقد الالكتروني ومنه تطور وانتشار التجارة الالكترونية.

إن الجزائر وعلى غرار الدول الأخرى قامت بإنشاء عدة هيأت إدارية خاصة مع انتهاج النظام الرأسمالي ومنه منح وتشجيع مبدأ الحرية التعاقدية في إطار القانون و هو ما سعت بلادنا إلى تجسيده بإصدار عدة قوانين مرتبطة أساسا بحماية المستهلك .

و من هذه القوانين نجد القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم. و القانون رقم 18-90 المعدل والمتمم لقانون رقم 03- 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وقانون التجارة الالكترونية رقم 18– 05 الذي وضعهما المشرع في يّد مصالح وزارة التجارة لحماية المستهلك بصفة عامة في إطار النظام الحماية العام والمستهلك الالكتروني بصفة خاص.

وتفرض الحماية المستهلك الالكتروني ضرورة مواجهة الجرائم الالكترونية التي يتعرض له سواء في العالم المادي أو الالكتروني ، أين يجب مسالة المحترف عن الأفعال التي من شانها توقع ضرر للمستهلك الالكتروني ،وفقا لإجراءات المعاينة التي يقوم بها أعوان مختصون ،وذلك من خلال تكريس مجموعة من الآليات الإجرائية والجزائية لمواجهة الجرائم الالكترونية الواقع علي المستهلك الالكتروني.

المبحث الأول: دور أعوان الرقابة في مجال التجارة الالكترونية :

لقد أوكل المشرع الجزائري مصالح وزارة التجارة لإعمال النظام الحمائي العام من حيث منح لموظفي الأسلاك الخاصة بالرقابة التابعة لها مهام رقابية في إطار معاينة المخالفات و صلاحية القيام ببعض الإجراءات ذات الطابع الإداري، من خلال تنقلاتهم الميدانية لمراقبة المتدخلين[1]،

بالإضافة إلي ضباط الشرطة القضائية ،والأعوان الجمارك وغيرهم المرخص لهم بموجب القانون ،وكما يمكن بتقديم شكاوي التي تودع علي مستوي المديريات الجهورية آو الولائية للتجارة من طرف المستهلك الواقع ضحية والجمعيات المكلفة قانونا بحمايته.

المطلب الأول : دور أعوان الرقابة في حماية المستهلك الالكتروني .

[1] اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة دكتوراه الطور الثالث (ل .م .د) في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمر، تيزي وزو،ص398

يشكل المستهلك الالكتروني مجموع وزن اقتصادي كبير في الناتج القومي ، ويلعب دور أساسيا في تنمية وتطوير الاقتصاد الوطني ، إلي جانب تأثيره الاجتماعي الواضح ، غير أن هذا الدور مرهون بوجود حماية قانونية له من طرف مصالح وزارة التجارة المكلفين بموجب القانون رقم 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الجزائري وقانون رقم 09- 03 المعدل والمتمم بقانون رقم 18- 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش و قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية 04-02 المعدل و المتمم بالقانون 10-06 و القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل و المتمم بالقانون 13-06 .

يعتبر العمل الرقابي لأعوان وزارة التجارة من بين أهم الاليات لحماية المستهلك من جهة و حماية الاقتصاد الوطني من جهة أخرى، حيث يضطلع الأعوان بهذه المناسبة بصلاحيات مخولة لهم قانونا لممارسة قصد ضبط مشروعية الممارسات التجارية التي هي في بعدها القانوني حماية للمستهلك و حماية للاقتصاد الوطني في آن واحد.

ويعد القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي سنة 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، أحد أهم الوسائل القانونية التي ترسم القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع و الخدمات و يتضمن الصلاحيات المخولة لأعوان الرقابة ، حيث نصت المادة 36 من هذا القانون في فقرتها الأولى على انه زيادة على ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة مؤهلون لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، وهم أعوان حماية المستهلك وقمع الغش و أعوان المنافسة و التحقيقات الاقتصادية .

الفرع الأول: دور أعوان حماية المستهلك وقمع الغش.

أ /- الصفة القانونية

أعوان قمع الغش من الموظفين المنوط بهم قانونا بعض مهام الضبط القضائي وفقا لأحكام المادة 14 من قانون الإجراءات الجزائية، حيث تم تأهيلهم بموجب أحكام المادة 25 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. حددت مهامهم في أحكام الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة و كذا القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، على غرار ضباط الشرطة القضائية، للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون.

كما يعتبر أعوان قمع الغش من المساعدين القضائيين، حيث تخول لهم مهمة قضائية بحتة، إذ أنهم ملزمون قبل مباشرة مهامهم بأداء اليمين أمام محكمة إقامتهم الإدارية والتي تسلم إشهاد بذلك. يوضع هذا الأخير على

بطاقة التفويض بالعمل وذلك طبقا لأحكام المادة 26 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المذكور أعلاه.

ويتمتع أعوان قمع الغش بموجب أحكام المادة 27 من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه، بالحماية القانونية من جميع أشكال الضغط أو التهديد التي من شأنها أن تشكل عائقا في أداء مهامهم، كما يمكنهم طبقا لأحكام المادة 28 من هذا القانون في إطار ممارسة وظائفهم وعند الحاجة، طلب تدخل أعوان القوة العمومية الذين يتعين عليهم مد يد المساعدة عند أول طلب.

كما يمكن لأعوان قمع الغش اللجوء، عند الضرورة، للسلطة القضائية المختصة إقليميا المتمثلة أساسا في وكيل الجمهورية على مستوى المحكمة و/أو النائب العام على مستوى المجلس القضائي، طبقا للإجراءات السارية المفعول.

ب/- مهام وصلاحيات أعوان قمع الغش

يكلف أعوان قمع الغش بمعاينة المخالفات المنصوص عليها في أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المشار إليه أعلاه طبقا لأحكام المادة 27 من قانون الإجراءات الجزائية والتي تنص على:
"يباشر الموظفون وأعوان الإدارات والمصالح العمومية بعض سلطات الضبط القضائي التي تناط بهم بموجب قوانين خاصة وفق الأوضاع وفي الحدود المبينة بتلك القوانين ويكونون خاضعين في مباشرتهم مهام الضبط القضائي الموكلة إليهم، لأحكام المادة الثالثة عشر من هذا القانون."

في هذا الإطار، تتمثل المهمة الأساسية لأعوان قمع الغش في مراقبة مطابقة المنتوجات والخدمات الموجهة للمستهلك بمقابل أو مجانا وفي مختلف مراحل عملية وضعها للاستهلاك، قصد البحث ومعاينة المخالفات التي من شأنها أن تشكل خطرا على صحة وأمن المستهلك و/أو أن تلحق ضررا بمصالحه المادية واتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة لحمايته وذلك حسب الإجراءات المنصوص عليها في:

- لقانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش؛
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم؛
- القانون رقم 18-05 مؤرخ 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية ؛
- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود وكيفيات ذلك؛

- المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة.

الفرع الثاني: دور أعوان المنافسة و التحقيقات الاقتصادية.

أ/- الصفة القانونية.

حسب ما ورد في نص المادة 49 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم و كذا نص المادة 30 من القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، يؤهل للقيام بالتحقيقات و معاينة المخالفات المتعلقة بالممارسات التجارية:

- ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية .
- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

ب/ - مهام و صلاحيات أعوان المنافسة و التحقيقات الاقتصادية.

إن الهدف من هذه المراقبة هو ضمان منافسة نزيهة وشرعية في مجال التجارة، مع الحرص والسهر على احترام القوانين المنصوص عليها في هذا المجال وذلك تفاديا للمعاملات التعسفية المنافية لحرية المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين.، وفي هذا الإطار، يهدف تدخل أعوان الرقابة إلى الكشف عن المؤشر والتحقق منه والمعاقبة عليه من طرف مجلس المنافسة.

أما بالنسبة للأحكام التشريعية والقانونية في ميدان الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، تتلخص في النصوص الأساسية التالية :

القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المعدل والمتمم والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ؛

القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المعدل والمتمم المتعلق بقواعد ممارسة الأنشطة التجارية ؛

الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 15 جويلية 2003 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة ؛

القانون رقم 18-05 مؤرخ 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكتروني

المطلب الثاني: آليات الحماية الإدارية و المدنية و الجزائية مجال التجارة الالكترونية

الأصل إن النيابة العامة هي التي تقوم بتحريك الدعوي العمومية ،ومع ذلك فقد أعطي المشرع إلي جانبها من أصابه ضرر من الجريمة حق تحريك الدعوي العمومية[1]، أيضا عن طريق ما يسمي بالدعوي المباشرة ،والدعوي المباشرة هي دعوي جنائية يرفعها المضرور من الجريمة (جناية – جنحة ،آو مخالفة) عن طريق رفع دعواه المدنية بطلب التعويض عن الضرر التي إصابته من جريمة أمام المحكمة الجزائية[2] .

عليه نص المشرع على المصالح الخارجية لوزارة التجارة الخاص بحماية المستهلك الالكتروني في مجموعة من القوانين نذكرها كما يلي:

1 - أعوان قمع الغش :يعتبر أعوان قمع الغش من الموظفين المنوط بهم قانونا بعض مهام الضبط القضائي وفقا لأحكام المادة 14 من قانون الإجراءات الجزائية، و يعملون في الإدارة المركزية و اللامركزية[3]، حيث تم تأهيلهم بموجب أحكام المادة 25 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حددت مهامهم في أحكام الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، على غرار ضباط الشرطة القضائية، للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون[4] .

2 - **أعوان مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة**: منح المشرع لأعوان الرقابة المذكورين في نصت المادة 49 من هذا القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 ، التابعين لمديريات التجارة بالولاية ،صلاحية القيام بالتحقيقات ومعاينة المخالفات المخلة بقواعد نزاهة وشفافية الممارسات التجارية ،المرتكبة من طرف المتدخلين في حق المستهلكين حسب نص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09،

وحتي يتمكن هؤلاء الأعوان من القيام بعملهم ، يتعين عليهم القيام بأداء اليمين القانوني وان يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها[5] ،كما يحدد نص المادة 49 من هذا القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على أنه: في إطار تطبيق هذا القانون ، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه ، الموظفون الآتي ذكرهم :

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية ،

---

[1] ا/كليل بن يوسف –وعيل حكيم ،دور مصالح وزارة التجارة في حماية المستهلك الالكتروني،مداخلة في ندوة وطنية بعنوان الإطار القانوني لحماية المستهلك الالكتروني المنعقد يوم 31 جانفي 2018،ص02

[2] د / هندة غزيوي ساعدي ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية عن جرائم الغش التجارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة سكيكدة، الجزائر، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع – عمان ، الأردن ، الطبعة الأولي ، 2017 ،ص 229.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة الجريدة الرسمية عدد75 صادرة في 30ديسمبر سنة 2009

[4] ا/كليل بن يوسف –وعيل حكيم ،مرجع سابق،2018،ص06

[5] حماز فتحية ،الرقابة القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك

- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة،
- الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية ،
- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.

أ / المهام الرقابية لحماية المستهلك الإلكتروني: لقد نص المشرع في قانون التجارة الإلكترونية الجديد رقم 18 – 05 في الباب الثالث من الفصل الاول مهام الرقابية الموردين الالكترونيين ومعاينة المخالفات في المادة 35، حيث نص (أنه يخضع المورّد الإلكتروني إلى التشريع و التنظيم المعمول بهما و المطبقان على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك)[1] ،و طبقا للمادة 36 منه فإنّ الأشخاص المؤهلين لمعاينة مخالفات هذا قانون التجارة الالكترونية يتمثلون في:

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم طبقا لقانون الإجراءات الجزائية ،
- الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

و بخصوص أشكال وشروط رقابة و معاينة المخالفات هذا القانون نفسها تلك المتعلقة بالتشريع و التنظيم المطبقة على الممارسات التجارية، شروط ممارسة الأنشطة التجارية و حماية المستهلك وقمع الغش، **يجب على المورد الإلكتروني السماح لأعوان المؤهلين لمعاينة المخالفات، بالولوج إلى تواريخ المعاملات التجارية .**

ب/ تحريك الشكاوي من طرف المستهلك أمام الجهات المختصة: إن تحريك الشكاوي من طرف كل شخص له صفة و مصلحة قانونية مكرسة قانونا حسب ما تضمنته المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية تنص بأنه:" لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة، و مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون..."[2]، و تثبت هذه الصفة لصاحب الحق، لكن المشرع أورد استثناء يقضي بإمكانية رفع الدعوى أمام القضاء من قبل كل شخص أو هيئة غير صاحبة الحق المعتدى، فنكون أمام صفة غير عادية[3]. على أساس أن الأجهزة الإدارية التابعة للدولة لا تستطيع بمفردها حماية المستهلك الذي يتأثر بكل حركة في السوق، و ليس بمقدوره كفرد أن يحمي حقوقه إلا في إطار نشاط جمعوي[4].

[1] المادة 35من قانون التجارة الالكتروني رقم 18 -05 ، سالف الذكر

[2] قانون رقم 08-09، مؤرخ في 2008/02/25، يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج ر عدد 21، صادر بتاريخ 2008/04/23

[3] ليلى بن عنتر، جمعيات حماية المستهلك موجودة أو تحتاج إلى وجود، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية، عدد 2010/02، ص186

[4] حماز فتحية ،الرقابة القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)،مذكرة لنيل شهادة الماستر ، كلية الحقوق ،جامعة أمحمد بو قرة بومرداس ، السنة الجامعية 2017-2018 ،ص114

الفرع الأول : الإحالة من طرف المدير الولائي و الوزير المكلفين بالتجارة.

- برغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف الممارسات التي يرتكبها المتدخلون، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق حماية فعالة لحماية المستهلك، فكان لزاما المتابعة القضائية لتكملة الدور الممنوح للإدارة، لذلك ينتج عن كل إخلال بقواعد و نزاهة و شفافية الممارسات التجارية التي يقوم بها المتدخل اتجاه المستهلك مساسا بحقوق هذا الأخير، و هو ما يشكل مخالفة جنائية يمكن خلالها توقيع جزاء جنائي ضد مرتكبها أمام المحاكم الجزائية، تمثل في الدعوى الجزائية أداة قوية بيد القاضي الجزائي لتوقيع العقاب على المخالف، وذلك حسب ما نص عليها المشرع في قانون التجارة الالكتروني رقم 18 -05 في الفصل الثاني تحت عنوان الجرائم والعقوبات في نص المادة 39 التي نتص (يعاقب بغرامة مالية من50.000,00 دج إلى 500.000,00 دج كل مورد إلكتروني يرفض الامتثال لإحدى الالتزامات المنصوص عليها طبقا للمادتين 11 و 12 من هذا القانون. يمكن منعه من الدخول لكل أرضية الدفع الإلكترونية لمدة لا تتجاوز 6 أشهر).

ومن خلال هذا النص يتوجب على المستهلك أن يسلكها لمتابعة المزود الالكتروني، فتسري عليها القواعد الإجرائية العامة الواردة في قانون التجارة الالكتروني والإجراءات الجزائية، إلا أنها تكسب
نوع من الخصوصية من حيث اتصال النيابة العامة بالدعوى، و من حيث دور التحقيق في إثبات المخالفات، و دور جهات الحكم في تقرير الجزاء[1].

تعتبر النيابة العامة الممثلة في وكيل الجمهورية على مستوى المحكمة، صاحبة الاختصاص الأصيل في سلطة تحريك الدعوى العمومية حسب ما نصت المادة 01 من قانون رقم 15-02، متضمن قانون الإجراءات الجزائية بأن:"الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها رجال القضاء أو الموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون"، وباعتبارها ممثلة الحق العام، فتحريكها يعني بداية السير فيها بتقديمها للمحكمة الجزائية المختصة لمتابعة المتدخل على أساس أنها جهة اتهام و متابعة[2] ، و هي المرحلة الأولى من إجراءات الدعوى التي تقوم بها النيابة العامة طبقا لنص المادة 29 من قانون الاجراءات الجزائية على أنه :(تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع و تطالب بتطبيق القانون، و هي تمثل أمام كل جهة قضائية و يحضر ممثلها المرافعات أمام الجهات القضائية المختصة بالحكم...).

تحرك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة بعد تلقيها محضر، أو شكوى أو أية بلاغ حسب ما تضمنته المادة 36 من قانون الإجراءات الجزائية :" يقوم وكيل الجمهورية بما يأتي: "...تلقي المحاضر و الشكاوى و البلاغات..."، أي بعد إبلاغها بوقوع الجريمة من طرف ضباط الشرطة القضائية الذين لهم مهام البحث و التحري عن الجرائم، أو بناء على إحالة من طرف الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك (المدير الولائي و

[1] بو عولي نصيرة ، حماية الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري ، رسالة ماجستير ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، تاريخ المناقشة 21 – 06 – 2012، ص128

[2] مليايني بغدادي مولاي، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992، ص20

الوزير المكلفين بالتجارة أو المديريات الجهوية للتجارة)، أو بناء على شكوى من طرف المستهلك المضرور، او من طرف جمعيات حماية المستهلك التي تمثله قانونا[1] ، فعند تبليغ وكيل الجمهورية بوقوع جريمة من طرف الأعوان المختصمون، عن طريق المحضر الذي يثبت وقوع المخالفة التي تمس بمصالح المستهلك، يقرر في اقرب الآجال ما يتخذه بشأنها.

تتحقق هذه الجريمة بتوفر ركنها المادي، الممثل في سلوك الجاني الإجرامي الذي جعله القانون محلا للعقاب بموجب نص قانوني صريح، و يختلف هذا السلوك من جريمة إلى أخرى بحسب طبيعتها و نوعها و ظروفها، لذلك يتمثل الركن المادي في النشاط الموجه من المزود للمستهلك بغرض بيع سلعة أو تأدية خدمة، و يستوي أن يكون التعبير عن هذا الإيجاب مكتوبا أولا مادام أنه يتعسف في حق المستهلك[2].

يمكن لوكيل الجمهورية الاكتفاء بأدلة الإثبات الواردة في المحاضر التي حررها الأعوان المختصون، بإحالة الملف إلى قسم الجنح، و قيامه بالاستدعاء المباشر طبقا لنص المادة 333 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري تنص علي: (ترفع إلى المحكمة الجرائم المختصة بنظرها أما بطريق الإحالة إليها من الجهة القضائية المنوط بها أجراء التحقيق و أما بحضور أطراف الدعوى بإرادتهم بالأوضاع المنصوص عليها في المادة 334، و أما تكليف بالحضور يسلم مباشرة إلى المتهم و إلى الأشخاص المسؤولين مدنيا عن الجريمة، و أما بتطبيق إجراءات المثول الفوري أو إجراءات الأمر الجزائي"،

و المادة 334 التي تنص علي :(الأخطار المسلم بمعرفة النيابة العامة يغني عن التكاليف بالحضور إذا تبعه حضور الشخص الموجه إليه الأخطار بإرادته، و ينوه به عن الواقعة محل المتابعة و يشار إلى نص القانون الذي يعاقب عليها...). كما يمكنه أن يخطر الجهات القضائية المختصة بمواصلة إجراءات التحقيق في حالة عدم اكتفاءه بأدلة الإثبات الواردة في الملف للنظر فيها، أو يأمر بحفظها بمقرر يكون قابلا دائما للمراجعة، و يعلم به الشاكي في اقرب الآجال[3] .

يعني ذلك أن المحاضر التي يتلقاها وكيل الجمهورية سواء من طرف الضبطية القضائية، أو أعوان الرقابة المكلفون بالرقابة التابعين لوزارة التجارة و المصالح الخارجية التي تمثلها، تقر بوجود مخالفة تعسفية تمس بحق المستهلك له سلطة تقدير ما يتخذه بشأنها لتمتعه بسلطة الملائمة ، هذا في حال المخالفات التي يرتكبها المورد الالكتروني في حق المستهلك الالكتروني

[1] - حماز فتيحة ، القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك ، مرجع سابق، ص116

[2] معراج جديدي، الوجيز في الإجراءات الجزائية مع التعديلات الجديدة، الجزائر، 2002، ص22

[3] معراج جديدي، الوجيز في الإجراءات الجزائية مع التعديلات الجديدة ،مرجع سابق، ص22

يعتبر الركن المعنوي للجريمة عبارة عن نية داخلية آثمة يضمرها الجاني، و يسمى أيضا بالقصد الجنائي أو الخطأ ألعمدي و الإرادي، و أحيانا أخرى يكون الركن المعنوي للجريمة مجرد خطأ غير عمدي، و لكن برغم من ذلك تقوم المسؤولية الجنائية بالنسبة لهذه الجرائم على أساس الخطأ غير عمدي ،ومن خلالها هذه الجريمة يقوم المستهلك بتقديم شكواه أمام الجهات المختصة.

الفرع الثاني: شكوى المستهلك .

فطالما المشرع قد اصبغ الوصف الإجرامي على الاختلالات الحاصلة، بل من واجبه مباشرة الدعوي العمومية من خلال التقدم بشكوى إلي الجهات القضائية المختصة[1].

ولكن رغم كل النصوص التي تحق للمستهلك تقديم الشكاوي أمام النيابة، إلا انه عمليا تتم أغلب المعاينات المتعلقة بالمخالفات التعسفية عن طريق فرق المراقبة و يرجع سبب ذلك إلى عدم تبليغ المستهلكين عن هذه الممارسات التعسفية، فكون المستهلك طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية، لا يدرك حقوقه نتيجة عدم وعيه و جهله بحقيقة هذه الشروط، فهو يعتقد بأن الشروط التي يفرضها عليه المتدخل ملزمة و مشروعة.

الفرع الثالث: الجمعيات التعاونية لحماية المستهلك.

وقد تلي ظهور الجمعيات التعاونية في بداية الستينات من القرن الماضي،وظهور جمعيات حماية المستهلك التي لا تهدف إلي تحقيق الربح ولكن هدفها الرئيسي تنسيق الجهود من اجل توفير الحماية والدفاع عن مصالح المستهلك وتوجد في معظم الدول الأوربية والعربية والإفريقية[2].

وعليه تبذل جمعيات حماية المستهلك المعتمدة قانونا مجهودات كبيرة من اجل توفير الحماية الضرورية للمستهلك و رعاية مصالحه، و تتجسد هذه الحماية باعتمادها على أسلوب توعوي، يتمثل في إعلامه بمجل حقوقه، و إرشاده حول أفضل الطرق لاستهلاك السلع و الخدمات التي يحتاجها، و تمثيله أمام الهيئات التي تنشط في مجال الاستهلاك، بالإضافة إلى اعتمادها على أسلوب قضائي، ممثل في حلولها محل المستهلكين لمباشرة حقوقهم أمام القضاء[3]،وهذه حسب نص المادة 17 من القانون العضوي رقم 1206 المتعلق بالجمعيات[4]، التي نصت علي أن الجمعية لها الحق في إن تمثل أمام القضاء وتمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني[5].

---

[1] د / هندة غزيوي ساعدي ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية عن جرائم الغش التجارية، مرجع سابق،ص232. المواد 47 -46- 45- 44- 43-40- 39 48 – من قانون التجارة الالكتروني رقم 10-05 ، سالف الذكر.

[2] د / عبد المنعم موسي إبراهيم ، حماية المستهلك – دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت ،لبنان،الطبعة الأولي ،2007،ص345-346

[3] الطاهر بن يعقوب، دور سلوك المستهلك في تحسين القرارات التسويقية، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 2004/6، ص ص8، 7

[4] القانون العضوي رقم 1206 المتعلق بالجمعيات حماية المستهلك الجزائري.

[5] بو عولي نصيرة ، حماية المصالحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزايري ، مرجع سابق، ص129

لكن واقعيا حتى و إن كان القانون قد منح جمعيات حماية المستهلك حق تمثيل المستهلك أمام القضاء لحماية من الشروط التعسفية، فهي لا تقوم بهذا الدور و إن كان فهو لا يعد.

أولا / الأساليب التوعوية العامة لجمعيات حماية المستهلك: فالجمعيات التي تهتم بشؤون المستهلك في بعض البلدان العربية تتجه إلي نفس الأسلوب المتبع في الغرب عبر توعية المستهلكين والسماح لهم بالتعاقد في ظل إرادة خالية من العيوب[1]، فدور الجمعيات حماية المستهلك يقوم علي الأساليب وقائيا وتوعوية في التحسيس، و الإعلام و المقاطعة ، بالدرجة الاولي[2].

- **التحسيس:**

يعد التحسيس من المهام التقليدية لجميع الجمعيات، و يقصد به توعية المستهلكين بأخطار المنتوجات الاستهلاكية و إعلامهم بشأنها، بالإضافة لإرشادهم بكيفيات الوقاية منها، و لا توجه العملية التحسيسية فقط لجمهور المستهلكين، بل توجه أيضا لأصحاب القرار، بهدف توعيتهم بأهمية مشاكل أمن المنتوجات و الخدمات، و بأهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها، و تعتقد الجمعيات لقيامها بنشاط التحسيس على منهجية علمية محكمة تتمثل في جميع المعلومات و معالجتها، ثم نشرها في الوقت المناسب على أوسع نطاق ممكن، عن طريق وسائل الإعلام نظرا لكونها تمثل إحدى مظاهر حرية التعبير، و الرأي المكفول دستوريا[3] .
لكن رغم وجود تنسيق و تعاون دائم بين وزارة التجارة و جمعيات حماية المستهلك، يبقى نشاط الجمعيات التوعوي و التحسيسي محدودا، و ليس بالمستوى المطلوب.

- **الإعلام:**

علي المستوي الفردي، فان المستهلك الجزائري لازال لم يستوعب ثقافة قانون السوق ولا يملك إلا القليل من المعلومات عن موصفات ومقاييسها وجدواها الاقتصادية ولا مستويات الأمان والسلامة المتوفرة فيها[4] .
ومن اجل تشجيع المستهلك تعمل الجمعيات حماية المستهلك علي جمع ونشر المعلومات والتحليل والاختبارات والمقارنات المتعلقة بالسلع والخدمات وكيفية استعمالها من قبل المستهلكين من خلال صدارة المجلات والدوريات العلمية عبر وسائل الإعلام ونشرات ومطبوعات واعدد برامج إعلانية وإذاعية معدة للبث أو النشر عبر وسائل الإعلام ،وذلك وفق للتشريعات المعمول بها في القانون[5].

---

[1] د /عبد المنعم موسي ابراهيم ، حماية المستهلك – دراسة مقارنة ، مرجع سابق،ص349

[2] د / هندةغزيوي ساعدي ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية عن جرائم الغش التجارية، مرجع سابق،ص234.

[3] يوسف جيلالي، الاتصال بشأن مخاطر المنتوجات و الخدمات الاستهلاكية، مجلة القانون الاقتصادي و البيئة، تصدر عن مخبر القانون الاقتصادي و البيئة- جامعة وهران، عدد 2009/2، ص 10، 11

[4] ا.د / شهيدة قادة ، التجربة الجزائرية في حماية المستهلك بين طموح وتطور النصوص وافتقاد آليات تطبيقها ، مقالة في المجلة الجزائرية للقانون المقارن ، صادرة عن المخبر القانون المقارن ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تلمسان ، العدد الاول 2014 ص25

[5] د /عبد المنعم موسي ابراهيم ، حماية المستهلك – دراسة مقارنة ، مرجع سابق، ص348

يقصد به توعيه المستهلكين في مجال الاستهلاك، ففي فرنسا مثلا ثمة مجالات متخصصة في إعلام المستهلكين عن السلع و الخدمات التي تتعرض للغش و التزوير في مقوماتها الجوهرية، كما تعمل هذه الجمعيات على نشر ثقافة جماعية للمستهلكين[1]، و إرشادهم فيما يخص كيفية اختيارهم للمواد المراد شراءها، مثال ذلك المجلة الفرنسية التي تحمل عنوان "Que Choisir" [2]، كما تلك الجمعية حق إصدار نشريات، وثائق إعلامية، مجلات، ومطويات شرط أن تكون النشرة الرئيسية باللغة العربية، و لها علاقة بهدفها في ظل احترام الدستور، القيم، الثوابت الوطنية، و القوانين المعمول بها[3]

فنحتاج مهمة جمعيات حماية المستهلك متوقف على مدى قدرتها على التأثير على الرأي العام، و لن يتحقق ذلك دون تكوين و إعلام في نفس الوقت، لهذا فهي مثلا تقوم بتنظيم حصص إذاعية و تلفزيونية لرفع مستوى الوعي لدى المستهلك، كما تنظم ملتقيات، ندوات و كل اللقاءات المرتبطة بنشاطها دون عراقيل، و هو ما تضمنه نص المادة 24 من قانون رقم 12-06، المتعلق بالجمعيات[4].

- **حق المقاطعة:**

تعد هذه الوسيلة بمثابة إضراب عن الشراء، حيث تقوم الجمعيات بحث المستهلكين بالتخلي عن اقتناء المنتوج الذي ثبت خطورته على صحتهم، و عليه فالمقاطعة لا تتضمن فقط نشر معلومات انتقاديه للمنتوج كما هو الحال بالنسبة للحملات ضد الإشهار، و إنما تتضمن أيضا حث المستهلك على عدم اقتناء المنتوج [5]،وقد تم اعتماد هذا المبدأ بناء علي ما طبقه الراحل الزعيم الراحل " غاندي" في مقاطعة المنتجات البريطانية.
لكن الحقيقة هي حتى لو أن المشرع الجزائري قد منح الجمعيات هذه المهام، فهي في الأغلب لا تقوم بها كما ينبغي هذا من جهة، و من جهة أخرى و أن قامت بنشاطها التحسيسي للمستهلك لا تصله المعلومة و يبقى يجهل حقوقه، و يرجع السبب في ذلك لعدم حضوره الملتقيات، و الأيام الدراسية التحسيسية التي تقوم بها سواء الجمعيات أو مديرية التجارة، الحصص الإذاعية و التلفزيونية.

ثانيا / الأساليب القضائية:

[1] نور الدين بوتوشنت، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان امن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، كلية الحقوق- جامعة بأجي المختار- عنابه، عدد 2008/12، ص 128- 129

[2] Calais-Auloy (j), les actions en justice des associations de consommateurs, RDS,1988,

[3] انظر: زاهية حورية سي يوسف، حماية المستهلك من الإشهار التجاري المظلل، مقالة في المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية و السياسية، كلية الحقوق- جامعة يوسف بن خده- بن عكنون- الجزائر، عدد 4/ 2010، ص198

[4] قانون رقم 12-06، مؤرخ في 2012/01/12، متعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية ، صادر بتاريخ 2012/02/15

[5] يوسف جيلالي، الاتصال بشأن مخاطر المنتوجات و الخدمات الاستهلاكية، مرجع سابق، ص12

منح المشرع الجزائري الجمعيات حق تمثيل المستهلك أمام القضاء، كون هذا الأخير في الغالب يتردد في المطالبة بحقوقه بنظر للتفاوت الاقتصادي الموجود بينه و بين المتدخل، لذلك فالجمعية بما تملكه من إمكانيات تكون قادرة على مقاضاة المدعي عليه، باعتبار أن نفقات التقاضي قد تكون ثقيلة على المستهلك، بينما الجمعيات المعترف لها بالمنفعة العمومية بإمكانها ذلك، نتيجة استفادتها من المساعدة المادية من الدولة أو الولاية أو البلدية.

وذلك حسب ما نصت عليه المادة 34 من قانون رقم 12-06 المتعلقة بالجمعيات على أنه:" يمكن للجمعية معينة تعترف لها السلطة العمومية أن نشاطها ذو صالح عام و /أو منفعة عمومية أن تستفيد من إعانات ومساعدات مادية من الدولة آو الولائية أو البلدية وكل مساهمة أخرى سواء كانت مقيدة أو غير مقيدة بشروط...وتحدد شروط وكيفيات الاعتراف بالصالح العام أو المنفعة العمومية عن طريق التنظيم"، وأخيرا وبما إن مسؤولية حماية المستهلك هي مسؤولية جماعية ،وفردية، وعامة، وخاصة ،وأهلية ،وحكومية ،لذلك يمكن القول علي انه يجب علي المجتمع العمل على حماية المستهلك.

المبحث الثاني: طبيعة المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية.

إذا كانت التجارة الالكترونية وسيلة هامة للوصول إلى أسواق العالم في أسرع وقت ممكن وبأقل مجهود و أدنى تكلفة، فان أمام هذه التجارة الالكترونية تحديات ومعوقات، إذ ترتب عن الأهمية المتزايدة لها ظهور مشاكل عملية وقانونية تتعلق بفروع القانون المختلفة كالقانون المدني والقانون التجاري والقانون الدولي الخاص، بصفة خاصة في القانون الجنائي إذ أصبحت التجارة الالكترونية عرضة لاعتداءات إجرامية متزايدة على نحو يهدد التنمية الاقتصادية، مما أدى إلى ضرورة إقرار الحماية خاصة للتجارة الالكترونية للتصدي للجريمة المعلوماتية التي تهدد النشاط التجاري الذي يتم عبر وسائل الاتصال و خصوصا الانترنت.

المطلب الأول: طبيعة المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية في التشريع العام.

بما أن جل المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية تكون على مستوى العقد الذي عرفه المشرع الجزائري في المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية حيث تكلم المشرع عن هذه المخالفات و المخاطر حتى قبل صدور القانون الخاص بالتجارة الالكترونية خاصة في جانب العقود في ما يلي:

1- **مخاطر التعاقد الإلكتروني**: ينطوي العقد الالكتروني الإلكتروني على العديد من الأخطار منها ما يصنف ضمن المخاطر التي تمس حقوق المستهلك وتستوجب حماية مدنية، ومنها ما يشكل جرائم يكون ضحيتها المستهلك و تحتاج الى حماية وهذا ما سنتناوله بالتفصيل فيما يلي:

أ- الأخطار ذات الطابع المدني: من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المستهلك الإلكتروني تلك التي يكون مصدرها التاجر الذي يمثل الطرف الأخر في العلاقة التعاقدية ،والذي كثيرا ما يتسم سلوكه بالغش أو التحايل أو التدليس قبل المستهلك، كما قد يواجه المستهلك خطرا من الغير كاختراق الشبكات الإلكترونية، فضلا عن الدعاية والإعلان في نطاق العقد وما يتضمنه من ايقاع المستهلك في غلط يدفعه الى التعاقد دفعا[1]
إضافة إلى كون المستهلك الإلكتروني هو الطرف الأضعف لكونه بحاجة دائمة للمنتوجات و الخدمات و بالمقابل نقص المعلومات لديه عن حقيقة الجودة والأسعار، أو ضعف قدرته التقنية مقارنة بالبائع، إضافة إلى جهله بما يمكن أن يقوم به التجار من تجاوزات لتظليل المستهلك و إلحاق أضرار جسيمة تحتاج إلى تعويضات مدنية للمستهلك، كسرقة أموال من حسابه، استعمال بياناته لأغراض إجرامية، التحكم في جهازه الإلكتروني و غيرها...إضافة إلى خطر وقوع المستهلك جراء الدعايات المضللة فيكون ضحية جرائم غش و نصب و احتيال وسرقة و أخطاء تكبده خسائر جسيمة كل هذا يحتاج إلى توفير حماية جنائية كافية للمستهلك .
مع إبداء ملاحظة هامة أن نظرية الإلتزامات العقدية الكلاسيكية لا توفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني لأن هذه الأخيرة لا تعرف لفظ مستهلك ، فهي تنظر إليه كطرف في العقد وعليه فإن حمايتها له قاصرة كونه

[1] عبد الفتاح حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004 ، 10ص

خاضع لعدم توازن القوى الإقتصادية بينه وبين المزود الإلكتروني مع لما في هذا المجال من خصوصية في مراحل إبرام العقد كل هذا يجعل القانون المدني يحمي المستهلك كمتعاقد كمستهلك. إضافة إلى ضرورة إضفاء صبغة خاصة عل العقد الإلكتروني الذي تنعدم فيه قدرة المستهلك عل معاينة المبيع عل حقيقته أو الإلتقاء مع المزود في مجلس واحد .

وعليه فنستعرض إلى إشكال الحماية المقررة في القانون الجزائري من خلال ما يلي :

أ / - **الحماية المدنية:** تطبيقا لأحكام المادة 59 من القانون المدني الجزائري : " يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتيهما المتطابقتين دون الإخلال بالنصوص القانونية " وعليه فمتى تقابل الإيجاب والقبول عبر شبكة الإنترنت قام العقد بقوة القانون.

لقد نص المشرع الجزائري لأول مرة عل الإنترنت كنشاط إقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم

98-257 المؤرخ 25 أوت 1998 المتعلق بضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000- 307 المؤرخ في أوت 14 أكتوبر 2000 وهو بموجب
المادة 4 وهنا يقصد ضرورة التمتع بالجنسية الجزائرية، بل فتح باب الإستثمار أمام الأشخاص
المعنوية الخاضعة للقانون الجزائري و منه يفتح الباب للإستثمار الأجنبي مع إخضاعه للقانون الجزائري
بعد الحصول عل رخصة من الوزير المكلف با تصا ت لفرض الرقابة الإدارية المسبقة، والملاحظ أن هذا القانون لم ينظم طرق التعاقد إلكترونيا، إضافة إلى أن فرض الرقابة الإدارية يتماشى ومقتضيات
حماية المستهلك خاصة فيما يخص ما يبرمه الشخص من عقود يكون المزود فيها غير خاضع للقانون الجزائري.
هذا و نلمس في القانون المدني ملامح للتعاقد الالكتروني من خلال ما يلي:
تناول المشرع الجزائري نظام الكتابة الإلكترونية بنص المادة 323 مكرر 1 من القانون المدني[1]
بقولها : " يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة عل الورق..."

ب / - الحماية الجزائية:
نعالج اشكال الحماية المقررة في قانون العقوبات و القوانين المتممة و المكملة له في ما يلي:

1 – في قانون العقوبات :
يعاقب القانون عل جريمة النصب بموجب المادة 372 من قانون العقوبات، إذ تقوم الجريمة باستعمال وسائل التدليس والغش أو انتحال الصفات الكاذبة أو المناورات الإحتيالية والإستيلاء عل مال الغير مع قيام العلاقة

[1] بدر أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الكتب القانونية، مصر2008، ص95

السببية بين وسائل التدليس و سلب مال الغير وتحقق النتيجة الإجرامية، فصور النصب في التجارة الإلكترونية حصر لها أشهرها[1]:

انتحال اسم أحد المواقع الشهيرة، الترويج لسلعة مقلدة، الترويج لسلعة باستخدام الإعلانات الكاذبة وغيرها وإن كانت الحماية الجزائية هنا متوافرة بالنسبة لما يمكن أن يتعرض له المستهلك من احتيال فإن الصعوبة تكمن في اثبات الوقائع المادية للجريمة مع العلم أن هذه الأخيرة في مجال التجارة ا لكترونية هي وقائع إفتراضية الكترونية تحتاج إلى تقنيات علمية خاصة في الإثبات، إضافة لصعوبة الإسناد المادي أي تحديد الهوية الحقيقة للمزود كون هذا الأخير غالبا ما ينتحل أسماء وهمية وتزداد الصعوبة متى كان خارج الجزائر.

هذا و خصص المشرع الجزائري في القسم السابع مكرر للمعاقبة على جرائم المساس بأنظمة المعالجة الإلكترونية للمع يات بالقانون رقم 06-25 المؤرخة في 20 ديسمبر 2006 من خلال نصوص هذا القسم يمكن معاقبة المتسللين إلى نظم المعالجة و إلحاق أضرار بالغير فمتى كان المستهلك ضحية هذا النوع من الأفعال، يحمى بنصوص المواد 394 مكرر و ما بعدها.

2- في القوانين المكملة و المتممة لقانون العقوبات:

حمى المشرع الجزائري المستهلك الجزائري في مرحلة ما قبل التعاقد أو ما تسمى بمرحلة التفاوض بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك مرحلة سابقة على إبرام العقد، و يكون ذلك بضمان حقوق المستهلك في إلزامية امن المنتوج المادة **09** و ما يليها بان تلحق بالمستهلك أي ضرر، و إلزامية إعلام المستهلك في المادة 17 و ما يليها و يكون الالتزام المهني بتبصير المستهلك عن كل ما يتعلق بالبيع قبل التعاقد، وعلى الرغم من عدم نص المشرع الجزائري على الإعلام الالكتروني عبر شبكة الانترنت إ أن المعنى العام للنص يسمح بت بيقه على التعاملات الالكترونية لكن في العقود التقليدية يكون الالتزام يتعلق بالمنتج أو الخدمة أو الثمن، أما في مجال التجارة الالكترونية فإن المعلومات يجب أن تكون متوافرة الكترونيا و بشكل تفصيلي و بالإعلام المسبق، إ أن المعاينة الحقيقية في التعاقد العادي تغني عن التفصيل المفروض في الإعلام الافتراضي .

كما وفر المشرع حماية المستهلك من خلال القانون رقم : 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية الذي يفرض الإعلام بالأسعار و التعريفات وشروط البيع لتحقيق الشفافية التجارية و منع كل الممارسات التدليسية والممارسات غير النزيهة بالإعلانات المشوهة لعون إقتصادي منافس، أو تقليد العلامات التجارية وأنواع ا شهار التضليلي كما منع المشرع أشكال الشروط التعسفية في العقود ا ستهلاكية.

[1] القانون 05-01 المؤرخ في 20 يونيو المعدل والمتمم للأمر رقم 58-75المتضمن القانون المدني الجزائري

المطلب الثاني : طبيعة المخالفات المتعلقة بالتجارة الالكترونية و العقوبات المقررة لها في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية .

تم إخضاع المراقبة والمعاينة للمخالفات المنصوص عليها في هذا القانون إلى الأحكام الواردة في التشريعات والتنظيمات المعمول بها سيما المتعلقة بالأنشطة التجارية التقليدية المذكورة في القانون 04-02 المعدل و المتمم و القانون 04-08 المعدل و المتمم المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية إضافة إلى حماية المستهلك وقمع الغش في القانون 09-03، هذا ما نصت عليه المادة 35 من القانون 18-05 الخاص بالقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية في الفصل الأول من الجرائم و العقوبات " يخضع المورد الالكتروني للتشريع و التنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية و حماية المستهلك ".

زيادة على هذا خصص المشرع الجزائري في القانون 18-05 فصل ثاني في باب الجرائم و العقوبات و التي تضم مخالفات و عقوبات لم تتضمنهما القوانين المعمول بها سالفة الذكر :

- ففي المادة 37 صنف المشرع كل عرض بيع، أو بيع عن طريق الاتصال الالكتروني للمنتجات المذكورة في المادة 3 من نفس القانون و المتمثلة في لعب القمار و الرهان و اليانصيب ، المشروبات الكحولية والتبغ ، المنتجات الصيدلانية ، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو ، الصناعية أو التجارية كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به وكذا كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

كمخالفة يعاقب عليها بغرامة من 200000 دج إلى 1000000 دج، و إمكانية غلق القاضي للموقع من شهر واحد إلى 6 أشهر.

- في المادة 38 نصت على ان كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به ،كذا كل المنتجات و /أو الخدمات الأخرى التي من شانها المساس بمصالح الدفاع الوطني و النظام العام و الأمن العمومي تعد مخالفة لأحكام هذا القانون و يعاقب عليها بغرامة من 500000 دج إلى 2000000 دج مع إمكانية غلق الموقع من طرف القاضي .

- أما مخالفة الالتزامات المنصوص عليها في المادتين : 11 و 12 المتعلقتين بالعرض التجاري الالكتروني المقدم و المراحل التي تمر بها الطلبية من طرف المورد الالكتروني فيعاقب عليها بنص المادة 39 بغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج مع إمكانية تعليق نفاذ منصات الدفع الالكتروني لمدة لا تتجاوز 6 أشهر .

يعاقب بغرامة مالية من: 50000 دج إلى 500000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30و 31 و32 و 34 الخاصة بالإشهار الالكتروني.

حيث نصت المادة 30 على إجبارية تلبية كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية لمقتضيات هي :

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.
–أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه.
- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام.
– أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.
- التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة.

و نصت المادة 31 ﷺى منع الاستبيان المباشر اﷺتمادا ﷺى إرسال الرسائل ﷺن طريق الاتصالات الإلكترونية بأي شكل من ، باستعمال معلومات شخص طبيعي لم يبد موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة ﷺن طريق الاتصال الإلكتروني و المادة 32 نصت كذلك ﷺى وجوب وضع منظومة الكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الالكترونية ،دون مصاريف أو مبررات.أما المادة 34 فنصت على منع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتوج أو خدمة ممنوﷺة من التسويق ﷺن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 41 تضمنت الغرامة ﷺى المورد الالكتروني يخالف أحكام المادة 25 التي نصت ﷺى وجوب حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة و تواريخها و إرسالها الكترونيا إلى مركز الوطني للسجل التجاري، بغرامة من 20000 دج إلى 200000 دج.

أما بالنسبة للهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر، فبناءا ﷺى مقرر من وزارة التجارة، تقوم بتعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع و خدمات ﷺن طريق الاتصالات الالكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، وذلك إلى غاية تسوية الوضعية، حسب نص المادة 42.
زيادة ﷺى ذلك فان كل المخالفات التي تكون تحت طائلة ﷺقوبة غلق المحل بمفهموم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية ،يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الالكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة سالفة الذكر بناءا ﷺى مقرر من وزارة التجارة كما هو في المادة 43، ولا يمكن ان تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق ثلاثين (30) يوما.

كما تناول هذا القانون الشق الخاص بالفاتورة في المادة 20 منه، حيث أشارت إلى إن كل بيع أو تأدية خدمة ﷺن طريق الاتصالات الالكترونية من قبل المورد الالكتروني هي محل اﷺداد فاتورة من طرف المورد الالكتروني تسلم إلى المستهلك الالكتروني، و يعاقب كل من يخالف هذه المادة طبقا لاحكام القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية وهذا بنص المادة 44 من نفس القانون 18-05.

- وتم تكييف العقوبات على مخالفة هذا القانون مع تلك المطبقة في المجال التجاري، وتم اعتماد مبدأ تسوية المخالفات ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية عبر غرامة الصلح دون المساس بحقوق الضحايا في المطالبة بالتعويض .

و يجب على الأعوان المذكورين في المادة 36 الى اللجوء إلى غرامة الصلح مع الأشخاص الذين يتم متابعتهم على أساس المخالفات الواردة في هذا القانون ما يعتبر وسيلة فعالة لتجنب النزاعات وإثقال كاهل العدالة.

وتكريسا لمبدأ الصرامة في تطبيق القانون وخدمة المصلحة العامة أكد القانون على منع تنفيذ غرامة الصلح في المخالفات المتعلقة ببيع المنتجات الممنوع بيعها إلكترونيا كالتبغ والأدوية والمنتجات التي يعد الإتجار بها أصلا جريمة كالمخدرات كما لا يمكن اللجوء إلى الصلح في حال المساس بالدفاع الوطني أو الأمن أو النظام العام .

- و ملخص المخالفات و العقوبات تبعا لطبيعة الجرائم فان الغرامات تتراوح بين 000 50 دينار و2 مليون دينار تضاف إليها إلغاء السجل التجاري وإغلاق الموقع وهذا دون الإخلال بتطبيق عقوبات أكثر صرامة منصوص عليها في التشريع الساري .

وبالإضافة إلى ذلك ينص المشروع على أن المعاملات المحظورة هي تلك التي تتعامل مع ألعاب الصدفة والرهان واليانصيب والمشروبات الكحولية والتبغ والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية .

كما يحظر أي معاملة إلكترونية للمواد والمعدات والمنتجات الحساسة التي تحددها اللوائح السارية وكذلك أي منتج أو خدمة أخرى قد تؤثر على مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والسلامة العامة .

ويلزم هذا القانون المورد الإلكتروني على الحصول على موافقة المستهلك قبل جمع البيانات الشخصية له والتزام المورد الإلكتروني بالسهر على أمن نظم المعلومات التي قام بجمعها بالخضوع إلى أحكام تنظيمية وتشريعية في هذا المجال، ويلتزم المورد الإلكتروني بموجب هذا القانون بإعلام المستهلك بصفة واضحة ومعلومة مفهومة ومقروءة والتأكيد على مسؤوليته بقوة القانون تجاه المستهلك بهدف التطبيق الجيد للالتزامات التعاقدية سواء تم تطبيقها من طرف المورد أو من طرف مقدمي خدمات آخرين.
ووفقا للنص يمر طلب المنتج أو الخدمة بثلاث خطوات إجبارية : توفير الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني والتحقق من تفاصيل الأمر الذي تصدره الأخيرة وتأكيد الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل العقد . ويحدد القانون أيضا المعلومات الإلزامية التي يجب احتواؤها في العقد الإلكتروني .

و فيما يتعلق بالتزامات المستهلك الإلكتروني ينص النص على أنه ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني حالما يتم تشكيل هذه الوثيقة .

ويترتب عن كل بيع للمنتوج أو تقديم لخدمة إلكترونية إعداد فاتورة أو كل وثيقة إلكترونية من طرف المورد الإلكتروني تسمح للمستهلك بالتحقق من خدماته عبر الاتصالات الإلكترونية .

ويمكن للمستهلك بموجب هذا القانون أيضا أن يعيد السلعة في حال لم يحترم المورد آجال التسليم .

الخاتمة

الخاتمة:

إن وجود الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر بعد صدور القانون 18-05 لا يعني أنها - أي التجارة الالكترونية – ستشكل إضافة إلى الاقتصاد الوطني مستقبلا ، إذ لإنجاح التجارة الالكترونية في الجزائر على ارض الواقع لابد من توافر شروط معينة و لعل أول هذه الشروط تتعلق بتدفق الانترنت ،إذ التدفق الضئيل للانترنت في بعض المناطق الجنوبية ،وحتى الشمالية و انعدام الشبكة في بعض المناطق الأخرى وعدم تكافؤ الفرص بالنسبة للمواطنين قد يشكل احد العوائق أمام التجارة الالكترونية .

أما الشرط الأخر فيتعلق بالدفع الالكتروني ،فالتجارة الالكترونية لن تصبح واقعا معاشا ما لم تتكيف البنوك مع التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم و هو أمر يتطلب ،إصلاحات اقتصادية و مالية عميقة تمس المنظومة الاقتصادية برمتها بحيث: " تفضي إلى إصلاحات مصرفية و تحرير للتجارة،و هو ينعكس على سوق التجارة الالكترونية بشكل آلي".

كما يجب تعميم ثقافة الدفع عن بعد لدى مواطنين الذين لا يزالون متخوفين من النظام المعلوماتي ،ويجب أيضا إضفاء مزيد من الإجراءات لحماية التجار من القرصنة الالكترونية وضمان تكوينهم للارتقاء بمستوى التعاملات التجارية الالكترونية .

حيث اعترف المختصين في مجال التجارة الالكترونية بان الجزائر تعرف تخلفا ملحوظا في مجال التجارة الالكترونية مقارنة بدول الجوار، و يبدوا أن المختصين في القانون لم يستلهموا من التطورات الكبيرة المحققة في هذا المجال ،وفي بعض الجوانب كانت النصوص القانونية شحيحة من حيث التفاصيل و الدقة .
و من بين جوانب نقص الدقة ما ورد في المادة الرابعة من القانون 18-05 التي نصت على :" تمنع أي معاملة الكترونية للسلع و التجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة بالتنظيم ساري المفعول ،و أيضا أي منتج أخر أو خدمات يمكن أن تمس بمصالح الدفاع الوطني و النظام و الأمن العام ".

و اضافة للممنوعات التي تضمنتها المادة الثالثة (العاب اليانصيب و بيع الكحول و التبغ و المنتجات الصيدلانية و المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية)،فان المادة 4 لا تحدد أي شيء ،فما هي السلع المعروضة للبيع على الانترنت و التي ترغب الجزائر في منعها ،هل هي مبيعات السلاح و المخدرات و المنتجات الالكترونية بصفة خاصة ؟لكن النص لم يقدم أي شروحات دقيقة.

بالمقابل القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية جاء اقل مستوى مما تم القيام به منذ سنوات عديدة ،من حيث آجال الانسحاب فالقانون ترك للفاعلين في التجارة الالكترونية (الممونين) حرية تحديد القواعد الخاصة بهم.

فالمادة العاشرة لا تلزم الممون في التجارة الالكترونية سوى بتقديم المعلومات المتعلقة بشروط و اجال الانسحاب دون أي ترميز ،لكن المتعارف عليه في دول أخرى كفرنسا مثلا و الدول المجاورة هذه المدة محددة بدقة،ففي فرنسا مثلا حددت مدة الانسحاب من 7 إلى 14 يوم.

و كذلك في الشق الأخر، و في ما يتعلق بآجال تعويض التعاملات التي يشتكي منها الزبائن ،فان الوثيقة لم تحددها سوى في حالتين اثنتين،و يمكن للمستهلك أن يعيد منتجا أو السلعة ما عندما لا يحترم المورد آجال التسليم (المادة21)، أو عندما يكون المنتج الذي تم تسليمه لا يطابق الذي تم طلبه أو به خلل ما (المادة 22)،وفي كلتا الحالتين التعويض يجب ان يكون في غضون 10 أيام اعتبارا من تاريخ إعادة المنتج،و نلاحظ هنا ان المستهلك لا يمكنه إعادة منتج ما سوى في الحالات التي تم ذكرها في المادتين 21 و 22 ، أي في حالات تجاوز آجال التسليم أو عندما لا يكون المنتج مطابقا للطلبية أو به عيب أو عطب ما، كما إن الحق في التراجع غير مرموز له كما هو الحال في هذا .

و ظهرت تطورات أخرى في مجال التشريع للبيع على الانترنت ففرنسا مثلا أدخلت قانون الاستهلاك عام 2016، منها الحماية ضد عمليات البيع القسرية أو الإجبارية.
كما ان المهنيين ليس لهم الحق في شطب مسبق لخانات استمارات الشراء فيما يخص المزايا الإضافية المدفوعة الثمن عندما يتم إجراء طلبية على الانترنت.
وفي هذا الإطار ارتأينا إبداء عدة اقتراحات لعلها تساهم في إثراء هذا الموضوع منها :

- خلق تواصل دائم بين مختلف الوزارات ذات الصلة مثل وزارة الاتصال وكذا وزارة التجارة ووزارة البيئة وذلك بموجب قرار وزاري مشترك من شأنه تذليل الصعاب في مجال حماية المستهلك الالكتروني.
- تنويع دور الهيئات الإدارية الكفيلة بحماية المستهلك الالكتروني وامتداده إلى الجانب الالكتروني وليس الجانب العملي فقط مثلما هو عليه الشأن حاليا.
- خلق ترسانة قانونية تكون كفيلة بضمان الحماية الوطنية والدولية للمستهلك الالكتروني، خاصة وان التطور التكنولوجي سريع الانتشار الشيء الذي يقتضي مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال لا سيما إذا كان المورّد الإلكتروني خارج الحدود الوطنية.
- خلق تواصل دائم بين مختلف المؤسسات الإدارية فيما بينها وتبادل الخبرات في ميدان حماية المستهلك الالكتروني، والمساهمة أيضا باقتراح القوانين في مجال التجارة الالكترونية.
- في الأخير نشير أن آليات حماية المستهلك الالكتروني رغم أنها تقليدية إلا أن هنالك عدة مؤشرات توحي بان الجزائر سيكون لها دور كبير في مجال حماية المستهلك خاصة المستهلك الالكتروني وهو ما نتمناه مستقبل خاص بعد صدور القانون رقم 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الجزائري، وتعديل قانون رقم 09- 03 بقانون 18 – 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ملخص

من خلال دراستنا في هذه المذكرة والذي تناولنا فيه موضوع الحماية القانونية للمستهلك الإليكتروني في الجزائر في ظل ازدهار التجارة العالمية و ظهور التجارة الالكترونية ،و كذا الدور و الآليات المتبعة للمراقبة من طرف مديرية التجارة لهذا النوع من التجارة ،و عليه توصلنا الى ان للتجارة الالكترونية يستلزم اتخاد إجراءات خاصة لحماية المستهلكين.و التي تطرقنا إليها في مذكرتنا هذه منها ما يكون قبل التعاقد ومنها هو بعد التعاقد . والمشرع الجزائري ونظرا لمواكبته لهذا التطور في التجارة، عمل على سن القانون 18-05يتعلق بالتجارة الالكترونية ولو كان متأخرا نوعا ما عن القوانين الأخرى، علما ان التطبيق الفعلي له في الميدان لا يزال يواجه صعوبات ،و كذلك بالنسبة للسياسة المنتهجة لمراقبة التاجر الالكتروني لذلك لا يزال اعتماد هذا النمط من المبادلات محتشما و في مراحله الأولى

الكلمات المفتاحية :

التجارة الالكترونية - التاجر الالكتروني – مديرية التجارة

Résumer la recherche

A travers notre étude dans cette recherche, dans laquelle nous avons abordé le sujet de la protection juridique du consommateur électronique en Algérie à la lumière de l'essor du commerce mondial et de l'émergence du commerce électronique, ainsi que du rôle et des mécanismes utilisés Pour surveiller la Direction du commerce pour ce type de commerce, nous avons conclu que le commerce électronique nécessite des mesures spéciales pour protéger les consommateurs. Ce que nous avons abordé dans nos recherches, dont certains avant la passation de contrats et certains après la conclusion de contrats. Le législateur algérien, afin de suivre le rythme de cette évolution des échanges, a œuvré à la promulgation de la loi 18-05 liée au commerce électronique, même si elle est un peu plus tardive que les autres lois, sachant que l'activation effective de celui-ci sur le terrain est toujours confrontée à des difficultés d'application et également au regard de la politique adoptée pour le suivi du marchand électronique, donc l'adoption de ce type d'échanges est encore modeste et à ses débuts.

قائمة المصادروالمراجع

المراجع المستعملة

*** كتب :**

[1] -بدر أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الكتب القانونية، مصر2008 .

-عبد الفتاح حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004 .

[1] يوسف جيلالي، الاتصال بشأن مخاطر المنتوجات و الخدمات الاستهلاكية،

[1] د / هندة غزيوي ساعدي ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية عن جرائم الغش التجارية،

[1] بو عولي نصيرة ، حماية المصالحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزايري ،

[1]معراج جديدي، الوجيز في الإجراءات الجزائية مع التعديلات الجديدة ،

[1] د /. حماز فتيحة ، القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك ،

[1] مليانى بغدادي مولاي، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992

[1] حماز فتحية ،الرقابة القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك

[1] المادة 35من قانون التجارة الالكتروني رقم 18 -05 ،

[1] لزهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي

يحي عبد الودود، الموجز في النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994،

[1] عبد الرزاق السنهوري :الوسيط في شرح القانون المدني،الجزء الأول ،دار النهضة العربية 1981.

الزهراء ناجي ،التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية ، زيدان زبيحة ، الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري و الدولي .

[1] فراح مناني ، العقد الالكتروني وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري ،

[1] ناهد فتحي الحموري ،الأوراق التجارية الإلكترونية ،دراسة تحليلية مقرنة، عمان دار النشر و التوزيع مصر الطبعة الثانية 2010

المجلات و دوريات

- نور الدين بوتوشنت، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان امن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، كلية الحقوق- جامعة بأجي المختار- عنابه، عدد 2008/12.
- د/شهيدة قادة ، التجربة الجزائرية في حماية المستهلك بين طموح وتطور النصوص وافتقاد آليات تطبيقها ، مقالة في المجلة الجزائرية للقانون المقارن ، صادرة عن المخبر القانون المقارن ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تلمسان ، العدد الاول 2014 .

[1] هي تصريح عن معايير 1947 فبراير 23 هي تعمل على وضع المعايير ،تاسست iso في المنظمة العالمية للمواصفات و المعايير التجارية و الصناعية و مقرها جنيف سويسرا.[1]

ليلى بن عنتر، جمعيات حماية المستهلك موجودة أو تحتاج إلى وجود، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية، عدد 2010/02 .

يوسف جيلالي، الاتصال بشأن مخاطر المنتوجات و الخدمات الاستهلاكية، مجلة القانون الاقتصادي و البيئة، تصدر عن مخبر القانون الاقتصادي و البيئة- جامعة وهران، عدد 2009/2.

[1] : زاهية حورية سي يوسف، حماية المستهلك من الإشهار التجاري المظلل، مقالة في المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية و السياسية، كلية الحقوق- جامعة يوسف بن خده- بن عكنون- الجزائر، عدد 4/ 2010.

النصوص قانونية و تنظيمية

[1] القانون 05-01 المؤرخ في 20 يونيو المعدل والمتمم للأمر رقم 58-75المتضمن القانون المدني الجزائري

[1]قانون رقم 12-06، مؤرخ في 2012/01/12، متعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية ، صادر بتاريخ 2012/02/15

[1] القانون العضوي رقم 1206 المتعلق بالجمعيات حماية المستهلك الجزائري

[1] قانون رقم 08-09، مؤرخ في 2008/02/25، يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج ر عدد 21، صادر بتاريخ 2008/04/23

[1] المادة 35من قانون التجارة الالكتروني رقم 18 -05 ، سالف الذكر

[1] المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة الجريدة الرسمية عدد75 صادرة في 30ديسمبر سنة 2009

[1] الأمر رقم 11/03المؤرخ في 26 غشت سنة 2003 و المتعلق بالنقد و القرض، جريدة رسمية 52 المؤرخة في 2003/08/27، المعدل و المتمم بالأمر رقم 04/10المؤرخ في 26 غشت سنة 2010جريدة رسمية 50 مؤرخة في 2010/09/10و المتمم بالقانون رقم 08/13المؤرخ في 30 ديسمبر 2013المتضمن قانون المالية لسنة 2014، جريدة رسمية عدد 68 المؤرخة في 30 ديسمبر 2013..

[1] مرسوم تنفيذي رقم 19-89 المؤرخ في 5 مارس 2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية و إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري

[1] الامررقم 11/03المؤرخ في 26 غشت سنة 2003 و المتعلق بالنقد و القرض، جريدة رسمية 52 المؤرخة في 2003/08/27

[1] المادة 5 الفقرة الرابعة من القانون رقم 05/18 ، مرجع سابق

[1] القانون 04-02المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل23يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية

[1] عرض أسباب مشروع القانون 08/04 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المقدم إلي السلطة التشريعية في جانفي 2004

[1] القانون 06/13 المؤرخ في 23 يوليو2013 يعدل ويتمم القانون 08/04 المؤرخ في 14 أوت 2004 ،المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر،عدد33 ،بتاريخ 31 يوليو 2013

[1] القانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد28

[1] المرسوم التنفيذي 39/97 المؤرخ في 18 يناير 1997 المتعلق بمدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد في السجل التجاري، ج ر، عدد 05 ،بتاريخ 1997/01/19

[1] المرسوم التنفيذي 40/97 المؤرخ في 18 يناير 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري، ج ر، عدد 05 ،بتاريخ 1997/01/19

[1] عرض أسباب مشروع القانون 08/04 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المقدم إلي السلطة التشريعية في جانفي 2004

[1] القانون 22/90 المؤرخ في 18 أوت 1990 المتعلق بالسجل التجاري، ج ر، عدد 36 ،بتاريخ 1990/08/22

[1] المادة 323 مكرر من القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني

[1] المادة 323 مكرر 1 من القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل

[1] القانون رقم 05-02 المؤرخ في 27 ذي الحجة 1425 الموافق ل 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري [1] المادة 03 من القانون 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الفقرة 04

[1] المادة 06 ، الفقرة الثانية من القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية

رسائل جامعية وملتقيات

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية لسنة 2011/2010 من اعداد الطالبة سمية ديمش جامعة قسنطينة

[1] عباس يوسف جابر: العقود المبرمة بطريقة الكترونية ،دراسة مقارنة ص 181

[1] أحمد شوقي محمد عبد الرحمن، البحوث القانونية في مصادر الإلتزام الإرادية وغير الإرادية،

مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الإكترونية، شهادة ماستر في القانون سنة 2012 جامعة تيزي وزو

[1] مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، نيل شهادة ماستر 2012 جامعة بسكرة

فضيلة عاقلي ،الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وواقع استخدامها في الدول العربية ،حالة الجزائر ،الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائرى

[1] أ/زهير زواش ، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية ، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، مدرسة الدكتوراه ، كلية الاقتصاد ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ،الجزائر سنة 2011/2010،

حماز فتحية ،الرقابة القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)،

مريم خليفي ،الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية سنة 2013 جامعة تلمسان ابحاث لنيل شهادة دكتورا [1]

اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة دكتوراه الطور الثالث (ل .م .د) في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمر، تيزي وزو .

[1] ا /كليل بن يوسف –وعيل حكيم ،دور مصالح وزارة التجارة في حماية المستهلك الالكتروني،مداخلة في ندوة وطنية بعنوان الإطار القانوني لحماية المستهلك الالكتروني المنعقد يوم 31 جانفي 2018،[1]

حماز فتحية ،الرقابة القانونية لحماية المستهلك من شروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة) ،مذكرة لنيل شهادة الماستر ، كلية الحقوق ،جامعة أحمد بو قرة بومرداس ، السنة الجامعية 2017-2018 .