

تاريخ القبول: 2022/04/20

تاريخ الإرسال: 2022/02/01

حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد

Protection of the electronic consumer under the right to information and the right to refrain from contracting

د. معداوي نجية¹¹ جامعة لونيبي علي، البلدة، (الجزائر)، bladiager@outlook.fr

المخلص:

أغرت التجارة الإلكترونية شريحة واسعة من مستعملي الإنترنت، فدفعت سرعتها وفعاليتها إلى تحول المستهلك التقليدي إلى مستهلك إلكتروني الذي يعتمد على العقد الإلكتروني والوسائط الإلكترونية. وباعتبار التعاقد يتم عن بعد فإن هذا المستهلك تتربصه مخاطر شتى تبرر بسط الحماية له.

ولعل أبرز آليات حمايته، بالنظر للبيئة التي يتم فيها التعامل حقه في الإعلام أو التبصير الذي يكون من خلال تحديد شخصية المزود و وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد واشتراط إعلامه باللغة الوطنية، زيادة على حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني؛ التجارة الإلكترونية؛ الحق في العدول؛ الإعلام.

Abstract :

E-commerce has attracted a wide range of Internet users, so its speed and efficiency pushed the traditional consumer to transform into an electronic consumer who depends on the electronic contract and electronic media. Given that the contract is carried out remotely, this consumer is faced with various risks that justify extending protection to him .Perhaps the most prominent mechanism to protect it, given the environment in which the transaction takes place, is its right to information or insight, which is through specifying the personality of the provider and describing the product or service subject of the contract and requiring that it be informed in the national language. An increase in the consumer's right to renounce the contract.

Key words: The contract, the trade, the right to recourse, the information.

مقدمة:

أدت التطورات التقنية المعاصرة إلى تغيير الأنماط التقليدية في المعاملات المرتبطة بالبيع و الشراء، وبالنتيجة أصبح التسوق عبر شبكة الإنترنت من العادات اليومية في حياة الناس خصوصا ان استعمالها لم يعد مرتبط ب جهاز الحاسب الآلي، غير أن هذه المزايا تصطدم بجملة من التحديات، ومنها إمكانية التضييل والغش للمعاملين التي تترىص بالمستهلك الالكتروني، انعدام الفرص المتكافئة للتفاوض حول العروض التي تقدمها منافذ البيع، انعدام تحقق الرؤية بالشكل المطلوب بالنسبة للسلعة تستهدف المتاجر الإلكترونية بصفة أساسية جمهور المستهلكين، ويُعتبر المستهلك الالكتروني هو الحلقة الأضعف في مثل هذه التعاملات، مما يُعزز ضرورة توفير سبل الحماية الملزمة لهذا الأخير.

إن أهمية الموضوع تظهر من توسع التجارة الالكترونية بشكل كبير و هذا خصوصا في ظل الظروف الاستثنائية التي قد يمر بها المستهلك كما حدث مؤخرا بعد ظهور جائحة كورونا، و اضطرار الكثير الى التوجه الى التعاملات الالكترونية هروبا من الحظر المفروض على التجارة التقليدية في اطار حالة الطوارئ الصحية التي اعلنتها الكثير من الدول و اتباعها بمجموعة من الاجراءات الوقائية اهمها فرض التباعد

الاجتماعي. شجع على تنامي العلاقة بين المورد الالكتروني و المستهلك الالكتروني، لكن بالرغم من التطور العلمي و التقني، إلا أن المستهلك لا يزال يعاني من الغش والتحايل عند تعاقدته إلكترونياً حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني تتبع أيضاً من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية.

وتهدف الدراسة إلى بيان مفهوم المستهلك الالكتروني و دواعي حمايته من المنظور التقليدي والتقني، والكشف عن مدى الحاجة لحماية هذا المستهلك عن بعد قبل إبرام العقد الإلكتروني، بالإضافة إلى الكشف عن مدى حاجة المستهلك الالكتروني للإعلام وحقه في التراجع أو العدول عن إبرام العقد الإلكتروني كآليتين لحماية إرادته التعاقدية. وي طرح الاشكال القانوني حول مفهوم جديد جاء مع ازدهار التجارة الالكترونية ألا وهو "المستهلك الالكتروني"، الذي و ان وجد في بيئة خاصة متطورة إلا انها بحداتها تشكل خطراً عليه و يستلزم بوجود مجموعة من المبررات حمايته قانوناً .

مما لا شك فيه ان التعاقد عن بعد قد لا يسمح للمستهلك بإصدار قراره بناءً على إرادة واعية ، بسبب غياب أو تقصير في اطلاعه و اعلامه بالبيانات المتعلقة بمحل التعاقد من جهة، و من جهة أخرى ، لأن الفكرة التي اخذها عن السلعة أو الخدمة مستوحاة عادة من العديد من وسائل الدعاية والإغراء والمبالغة مما يؤدي إلى ندم المستهلك لإقدامه على العقد، و عليه رغبته في العدول عن التعاقد .

فما هو المقصود بالمستهلك الالكتروني و ما هي دواعي حمايته في مجال التجارة الالكترونية ، وكيف تتجسد حمايته قبل انعقاد العقد بموجب الزام المحترف اعلام المستهلك و تنويره ، و كيف تتحقق حمايته بموجب حقه في العدول العقد . ؟

اعتمد هذا البحث المنهج الوصفي و التحليلي وتم تقسيم البحث بخطة ثنائية حسب طبيعة الدراسة إلى نقطتين أولهما موسوم بمفهوم المستهلك الالكتروني في اطار التجارة الالكترونية و مبررات حمايته، و ثانيهما معنون الحق في الاعلام و الحق في العدول اليان مستحدثان لحماية المستهلك الالكتروني.

1- مفهوم المستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية و مبررات حمايته .

يعتبر العقد الإلكتروني و المبرم عبر وسيط إلكتروني من أبرز اليات التجارة الإلكترونية ، حيث يجتمع بواسطته البائعين والمستهلكين في مراكز تجارية افتراضية¹ ، ودون الدخول في الخلافات الفقهية و التشريعية حول تعريف العقد الإلكتروني نجد المشرع الجزائري و في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية قد عرفه في المادة 6 منه على انه " العقد بمفهوم القانون رقم 02/04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 لموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و يتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني"².

حيث تعتمد كثير من الشركات إلى عرض سلعتها وخدماتها على شبكة المواقع و تقوم بتصوير السلعة بطريقة ثلاثية الأبعاد مع تسجيل سعرها و مواصفاتها، ويكون ذلك في موقع خاص بالشركة، أو عن طريق البريد الإلكتروني، كما يمكن ان يبرم العقد المحادثة عبر الإنترنت في أشكاله المختلفة . و مما لا شك فيه ان أبرز اطراف العقد الإلكتروني في إطار الاستهلاك المورد الإلكتروني³ و المستهلك الإلكتروني.

1-1- تعريف المستهلك الإلكتروني .

قيل في تعريف المستهلك الإلكتروني تعريفات عديدة تجاذبها الفقه و التشريع على حد سواء انطلاقا من تعريف المستهلك التقليدي قصد تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني.

1-1-1-التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني.

انقسم الفقه إزاء موضوع تحديد تعريف المستهلك إلى اتجاهين اثنين ، بين الاطلاق و التقييد، فالاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك ، يدعو إلى اعتبار مستهلكا كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية و العائلية، و يخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة . و ذهب البعض⁴ إلى تعريف المستهلك وفقا لهذا الاتجاه بأنه: " كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك

و إبرام التصرفات التي تمكنه من الحصول على المنتجات و الخدمات، من أجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلية.

زيادة على ذلك اعتبر من يتعاقد لأغراض مهنية أو يقتني سلعة أو خدمة لغرض مزدوج (مهني وغير مهني) لا يعتبر مستهلكاً ، فتبقى ضرورة القصد من استعمال الخدمة أو السلعة لغرض غير مهني، كمعيار جوهري لاعتبار الشخص مستهلكاً.⁵ ذلك لأن المحترف الذي يتصرف من أجل حاجات مهنته سيكون أكثر تحفيز من الشخص الذي يتصرف لغرض خاص، وبالتالي سيحسن الدفاع عن نفسه ، و اذا تصادف وجود محترف في وضعية ضعف ، فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة، لا بقواعد قانون الاستهلاك.⁶

اما الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك فيشمل " كل شخص أبرم عقد بهدف استهلاكي، وتوسع هذا الاتجاه ليشمل كل التصرفات ذات الهدف المهني ، كان يقتني شخص حاسوب لأغراض مهنية".⁷

وفقا لذلك فإن فكرة المستهلك تمتد لتشمل الشخص الطبيعي الذي يتعاقد من أجل الحصول على السلع والخدمات لحاجاته الشخصية أو العائلية، كما تشمل الأشخاص المعنوية ، وتشمل كل مهني سواء كان شخص طبيعي أو معنوي. ووفقا لهذا المفهوم يعتبر مستهلكا المحترف الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني ، وذلك على أساس أن هذا المحترف غير متخصص فيظهر في الواقع ضعيفا مثله مثل المستهلك العادي. و يؤخذ على هذا التوسع في المفهوم انه من شأنه أن يهدم الأسس التي يركز عليها للتمييز بين المتدخل والمستهلك ،وبالتبعية صعوبة تحديد نطاق الحماية المقررة للمستهلك كونه الطرف الأضعف في عقد الاستهلاك.

1-1-2- التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني.

إن تحديد مفهوم المستهلك ، ونظرا للاختلافات الفقهية في تعريفه ، يقضي منا بطبيعة الحال أن نورد بعض التعريفات على صعيد التشريعات الحديثة لبعض الدول الخاصة بحماية المستهلك و كذا الاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا الشأن:

تعرضت اتفاقية "فيينا" المتعلقة بالبيع الدولي للبضائع لعام 1980⁸ لتعريف المستهلك في مادتها الثانية و ذلك عندما نصت على استبعاد من هذه الببوع البضائع التي تشتري لاستعمال الخاص أو العائلي⁹.

و عرف المشرع الأوروبي المستهلك في التوجيه الأوروبي¹⁰ رقم 13 الصادر عن مجلس الجماعات الاقتصادية الأوروبية بتاريخ 2 أبريل 1993 في المادة 2 فقرة بأنه : " كل شخص طبيعي يتصرف في عقود لغايات لا تدرج في إطار نشاطه المهني " . و الظاهر ان الاتفاقيات المذكورة أعلاه تتفق في تعريف المستهلك على انه الشخص الذي يتعاقد قصد الحصول على السلع أو الخدمات تلبية لحاجياته أو حاجيات عائلته و ذلك خارج نشاطه المعتاد.

و على مستوى التشريعات الداخلية نجد القانون اللبناني الخاص بحماية المستهلك لسنة 2004 عرف المستهلك في مادته الثانية بأنه: " الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها و ذلك لأغراض غير مرتبطة بنشاطه المهني"¹¹.

وفي مملكة البحرين ورد تعريف المستهلك في قانون حماية المستهلك رقم 35 الصادر في سنة 2012 ، حيث تنص المادة 1 من هذا القانون على أن" المستهلك هو كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على المنتجات إشباعا لحاجاته أو لحاجات التابعين له "¹².

اما المشرع الجزائري فقام بإصدار القانون رقم 89 / 02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك¹³ الذي يعد الركيزة الأساسية واللبنة الأولى في إقرار صرح هذه الحماية. و على الرغم من انه لم يعرف المستهلك و انا قدم سبل حمايته، إلا انه تدارك الامر في المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش¹⁴ فنصت المادة 2 / 9 منه المستهلك هو: " كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى أو ألنهائى لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به". كما عرفت المادة 2 / 3 من القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية المستهلك على انه : "كل شخص طبيعى أو معنوي

يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له مجردة من كل طابع مهني.¹⁵ كما ورد في المادة 3 من قانون حماية المستهلك رقم 09 / 03 المعدل والمتمم بأن المستهلك هو: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".¹⁶

ويظهر مما سبق تبني المشرع الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك بجعله الإستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك مما يفيد إستبعاد المهني .

ومؤخرا عرف المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18 / 05¹⁷ في المادة السادسة الفقرة الثالثة منه بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية"¹⁸ من المورد الإلكتروني¹⁹ بغرض الاستخدام النهائي".

والملاحظ ان المشرع حافظ على التعريف السابق للمستهلك في القوانين السابقة الذكر وأضاف إليها فقط الطريقة أو الوسيلة التي يتم بها التعامل لا و هي الطريقة الإلكترونية و في نفس اتجاه التضييق.

و انطلاقا مما ذكر سابقا يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه: كل من يقوم باقتناء السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم، ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في ، نشاطه المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة .

1-2- مبررات حماية المستهلك الإلكتروني.

تستند حماية المستهلك الإلكتروني إلى أساسين : أولهما العقد الذي أبرمه المستهلك، فكونه عقدا الكترونيا يوجب مزيدا من الحماية نظرا لخصوصية وحدانية هذا التعامل أو التعاقد الذي يتم بواسطة الكترونية ، و ثانيهما المستهلك فكونه مستهلكا ضعيفا يوجب حمايته .

1-2-1 - مبررات مرتبطة بالتجارة الالكترونية و الانترنت.

إن سرعة إبرام العقد الالكتروني ووسيلة التعبير عن الإرادة فيه قد لا تتيج للمستهلك فرصة النظر وإعادة النظر في اتخاذ القرار بإبرام العقد . بل أكثر من ذلك يحدث كثيراً أن يضغط المستهلك على زر معين في الحاسب الالكتروني عن طريق الخطأ أو الصدفة ودون أن تكون لديه نية إبرام عقد أو الدخول فيه.

ضاف الى ذلك ان عقود التجارة الالكترونية التي تبرم بين تاجر محترف ومستهلك تتصف بعدم التوازن بين الطرفين، إذ تضاف إلى مبررات حمايته في العقود التقيدية مبررات أخرى نابعة من البيئة الالكترونية و مخاطرها، فجهل المستهلك في عقود التجارة الالكترونية لا يقتصر على جهله بمحل العقد أو أبعاد الشروط الواردة في العقد، بل يضاف إلى ذلك جهله بشخصية الطرف الآخر الذي يبرم العقد معه، بل إنه يجهل حتى مكان وجوده والنظام القانوني الذي يخضع له.

كما تبرر حماية المستهلك الالكتروني تزايد مخاطر التجارة الإلكترونية ، وبشكل رئيسي مخاطر شبكة الانترنت ، و التي ليس من السهل حصرها ، فتكنولوجيا التجارة الإلكترونية سريعة التغير والتطور²⁰ وكل تغير أو تطور يواكبه مخاطر جديدة ، ويمكن الخطر الرئيسي في إمكانية اختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والتاجر. ومن أشهر هذه التهديدات الفيروسات الرقمية وقراصنة الانترنت الهواة و المحترفين ذوي الخبرة العالية ، و الجرائم المعلوماتية بصفة عامة اكبر خطر للتجارة و المستهلك الالكتروني .

1-2-2 - مبررات مرتبطة بالمستهلك نفسه.

إن افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الأنترنت و يؤدي الى وقوع المستهلك بحيل و خداع قراصنة الأنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي .

و من أهم ما يثير قلق المستهلك هو عدم معرفة شخصية البائع ، وكذا مدى مطابقة السلعة أو الخدمة لرغباته سواء من حيث المواصفات الكمية والنوعية وكذا الثمن وجميع الشروط الخاصة بعقد الاستهلاك.

كما تعتبر حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية²¹ (خصوصا في الظروف الاستثنائية أين يجد نفسه مجبرا على التعاقد الالكتروني) سببا في بسط الحماية له ، كون الانترنت توفر منتجات و خدمات ذات الجودة العالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات.

ان الاخطار التي يتعرض لها المستهلك تفرض حمايته باليات شتى تبدأ قبل إبرام العقد و توازي تنفيذه . و من بين ابرز التقنيات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني و حماية رضاه في المرحلة قبل التعاقدية الزام المورد او البائع بإعلامه و ثم اعطاء مكنة العدول عن التعاقد.

2- الحق في الاعلام و الحق في العدول اليتان مستحدثتان لحماية المستهلك الالكتروني.

إن المتتبع لأوضاع حماية المستهلك في القوانين يجد أن هذه الحماية تقوم في مجملها على محاور اساسية و لعل اهمها و ما يتعلق بالتحديد الموضوعي لهذه الدراسة حق المستهلك في الاعلام ، و حقه في العدول عن العقد .

2-1- التشديد على الزام المحترف أو المهني بإعلام المستهلك الالكتروني ضمانته لحمايته.

و يفهم من خلال التعرض لمضمون الالتزام بالإعلام أنه قد يكون هذا الالتزام سابق عن إبرام العقد وهو ما يطلق عليه " الالتزام قبل التعاقد بالإعلام " كما يمكن أن يكون هذا الالتزام أثناء إبرام العقد. و متجذر في كثير من العقود لكنه في نطاق حماية المستهلك الالكتروني يأخذ ابعاد اعطق.

2-1-1- مفهوم الحق في اعلام المستهلك الالكتروني .

يعرف الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد بأنه " التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"²². كما يعرفه البعض

بأنه " التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة".²³

هذا الالتزام والذي يجد أساسه في توفير إرادة المستهلك المتجه إلى إبرام العقد الإلكتروني وإعادة التوازن في العلم بين طرفين مع خلق تكافؤ بين الإرادتين من الناحية الاقتصادية، كان محل اهتمام جل القوانين، إذ أكد عليه المشرع الفرنسي سواء في القانون المدني إذ كرسه ضمناً في نص المادة 1602 منه، وفي قوانين حماية المستهلك، كما نصت التشريعات العربية أيضاً على هذا الالتزام، نذكر منها على سبيل المثال قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي لسنة 2000 (المادة 25).²⁴

والمشرع الجزائري لم يضع تعريفاً خاصاً بالإعلام، إلا أنه نص على إلزاميته في القانون 04 / 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المواد من 04 إلى 09، والقانون 03 / 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المواد²⁵ 17 و 18 منه.

و اشترط المشرع الجزائري في قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 10 منه أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، كما اشترط أيضاً في المادة 11 منه وجوب تقديم المورد لعرضه التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية مقروءة ومفهومة. حيث فرض القانون على عاتق الشخص المحترف ليس فقط مجرد التزام بتقديم بيانات ومعلومات معينة للمستهلك، وإنما بالأحرى، إلتزام بتهيئة الفرصة أمام المستهلك نحو فهم وإدراك كل ما يتصل بالعقد المزمع إبرامه من أمور.

2-1-2- نطاق اعلام المستهلك الإلكتروني.

يدخل في اطار الالتزام بالإعلام تحديد هوية البائع او المزود بالخدمة ثم البيانات المتعلقة بالسلعة او الخدمة.

١ - الاعلام بهوية البائع الإلكتروني أو مزود الخدمة: فتحديد شخصية المتعاقد الآخر يحمل المستهلك على الاطمئنان قبل التعاقد، خاصة إذا كان هذا محل اعتبار، إذ يجعله يثق في محتوى المعاملات الواردة على موقعه.²⁶

وقد تناولت العديد من القوانين ، هذا الالتزام الوارد على عاتق البائع الإلكتروني او المورد ، ومن بينها القانون الفرنسي رقم 575 / 2004 المؤرخ في 21 جوان 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي في المادة 19 منه كما يلتزم البائع الإلكتروني أن يوفر هذه المعلومات بشكل يسهل الاطلاع عليها، فلا يجبر المستهلك على البحث عنها في صفحات متوالية عن موقع صاحب العرض،²⁷ كما اورد الالتزام ايضا في قانون الاستهلاك الفرنسي²⁸ في المادة L121-17 منه.²⁹ وجاء التشديد³⁰ في حال عدم الوفاء بهذا الالتزام تمديد اجال ممارسة حق العدول عن العقد لفترة 12 شهر.

كما نص قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي لسنة 2000 في المادة 25 منه على وجوب التزام البائع في المعاملات التجارية بإعلام المستهلك بطريقة مفهومة وواضحة قبل إبرام العقد لهوية وعنوان وهاتف البائع أو مؤدي الخدمة. اما المشرع الجزائري فقد نبه الى ذلك من خلال قانون التجارة الإلكترونية السابق الاشارة اليه ، في المادة 2/11 منه بنصها على انه : "ويجب أن ي تضمن على الأقل، ولكن ليس على سبل الحصر، المعلومات الآتية : رقم التعريف الجبائي و العناوين المادية والإلكترونية ، ورقم هاتف المورد الإلكتروني، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، .."

ب- إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة: عن طريق بيان الأوصاف الأساسية للسلعة ومميزاتها سواء ما تعلق منها بتركيبها وتغليفها وصيانتها وتعليمات استعمالها وإتلافها. يجب على المتدخل أن يقوم بوصف المنتج محل العقد وصفا دقيقا، حتى يتحقق للمستهلك علما كافيا واضحا لا لبس فيه ، وهذا ما تؤكدته المادة 10 من القانون رقم 03 / 09 السالف الذكر .وقد تناولت التشريعات الوطنية والتوجيه الأوروبي مضمون الاعلام الذي يجب أن يلتزم به المتدخل في عقد الإستهلاك

الإلكتروني، فالمتدخل الإلكتروني الذي يعرض منتجاته عبر شبكة الانترنت عليه أن يحدد مضمون العرض التجاري بوضوح ودون غموض، فتظهر على صفحة الويب المبينة على الشاشة الخصائص العامة والضرورية للمنتوج، وشروط العقد وبياناته الإلزامية، أما المشرع الجزائري فقد اكتفى بإلزام المتدخل أن يعلم المستهلك بكل البيانات الخاصة بالمنتوج وأوصاف الأساسية، ونص على ذلك في المادة 4 و المادة 2/5 من المرسوم التنفيذي الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك³¹، لكنه تدارك ذلك في قانون التجارة الإلكترونية في المادة 11 منه.

كما أوجب المشرع و حتى يكون الالتزام بالإعلام مثمرا لا بد ان يكون باللغة التي يفهمها الطرف الضعيف من وسائل حماية المستهلك .

و فيما يخص الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني، و مع العلم أن الالتزام بالإعلام في المرحلة قبل التعاقدية قد يمثل إيجابا يعقد به العقد وذلك متى صادف قبولا مطابقا و هو شرط من النظام العام، فقد تجادلت الآراء بين اعتباره التزاما ببذل عناية او التزام بتحقيق نتيجة. و من يرى أنه التزام ببذل عناية .

و بالنسبة للمشرع الجزائري و ان رأى البعض انه يميل الى اعتباره التزاما بتحقيق نتيجة حسب المادة 68 من القانون 03/09، إلا اننا نرى ان المادة تتكلم الى حالة الغش في البيانات و لم تلزم صراحة المورد بالحصول على نتيجة. كما ان الالتزام بالإعلام في القانون المدني يختلف عن الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك، فالإخلال بالالتزام بالإعلام في المادة 86 من القانون المدني الجزائري يؤدي لقابلية العقد للإبطال نظرا للتدليس الذي تعرض له المستهلك . ويظهر التشديد في القانون الجزائري على هذا الالتزام خروجاً عن القواعد العامة من حيث انه مجرد عدم توافر البيانات على المنتوج يعني نية التضليل. كما أن قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية³² المنتج ولا إثبات الإخلال بالالتزام بالإعلام وإنما كفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتوج ليستخلص منها القاضي مباشرة أن هناك إخلال بالالتزام يفرضه القانون على المحترف.³³

مما سبق، نخلص إلى أن المحترف في التجارة الالكترونية ملزم بتبصير المستهلك عن سلعته أو خدمته التي يعرضها، وملزم بذكر البيانات الجوهرية باللغة التي يفهمها على نحو يحقق علم كاف وشامل للمستهلك³⁴، ثم ان احاطة المستهلك بالبيانات و تنويره دون اعطائه مهلة أو فرصة للتفكير قبل الاقدام على التعاقد ، ولذا يقال أن التفكير هو المكمل للإعلام، فنجد حقه في التفكير في التعاقد من عدمه و بالتالي حقه في العدول عن العقد.

2-2- حق المستهلك الالكتروني في العدول عن التعاقد:

إن منح المستهلك مهلة للتفكير قبل إبرام العقد يسمح له بمعرفة البيانات التي تلقاها و فهمها، ومن ثم يستطيع اتخاذ القرار المناسب لإبرام العقد أو عدم إبرامه لأن الكثير من المتدخلين أصبحوا يرفضون تسليم نماذج العقود للمستهلكين إلا بعد التوقيع عليها مما يفيد بأن العقد أبرم وبالتالي يحرم المستهلك من التفكير قبل إبرامه .

فبالنسبة للتشريع الجزائري نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 ، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، المعدل والمتمم على ما يلي :
يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد و إبرامه".
ويظهر جليا من النص القانوني السابق أن المشرع الجزائري منح المستهلك مهلة للتفكير قبل إبرام العقد³⁵، غير أنه يعاب على النص القانوني أنه لم يحدد مهلة التفكير.

2-2-1- تعريف حق المستهلك الالكتروني في العدول عن التعاقد .

يعرف الفقه العدول³⁶ على أنه "سلطة يمارسها أحد المتعاقدين (المستهلك) تهدف الى التحلل من العقد بالإرادة المنفردة دون اعتبار للطرف الآخر".³⁷
و هو ايضا "أحد الآليات القانونية الحديثة التي أوجدها المشرع لغرض توفير الحماية اللازمة والفعالة للمستهلك في هذه مرحلة تنفيذ العقد"³⁸

إن من خلال ما سبق وتقدم يمكن تعريف حق العدول بأنه " : حق المستهلك في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة في خلال المدة معينة يحددها القانون دون الحاجة إيداء أية

مبررات، مع التزام التاجر أو مقدم الخدمة بحسب الأحوال برد قيمتها، مع تحمل المستهلك مصروفات الرجوع فقط ."

كما يمكن تعريف العدول عن العقد الإلكتروني بأنه: "حق المستهلك في التحلل من العقد الذي أبرمه عبر وسائل اتصال إلكترونية بإرادته المنفردة دون الحاجة إلى إثبات عيب أو خلل ما في السلعة أو الخدمة المتعاقد عليها ولا حتى ذكر سبب العدول، وذلك ضمن مدة معينة يحددها الاتفاق أو العرف أو القانون."

اما التوجيه الأوروبي رقم 07/97 الصادر في 20 ماي 1997، المتضمن تنظيم التعاقد عن بعد في المادة 1/6 وجاء فيها "كل عقد عن بعد يجب أن ينص على أحقية المستهلك في العدول خلال مدة معينة لا تقل عن سبعة أيام تبدأ من تاريخ الاستلام بالنسبة للمنتجات و لسلع، أما بالنسبة للخدمات فإن مهلة السبعة أيام تبدأ من تاريخ إبرام العقد وتصل هذه المدة إلى ثلاثة أشهر إذا تخلف المورد عن القيام بالتزامه بإرسال خطاب مكتوب يتضمن العناصر الرئيسية للعقد³⁹

كما ألزم المشرع الفرنسي المهني بإعلام المستهلك ، بطريقة واضحة ومفهومة بحقه في ممارسة العدول مع شروط وكيفية والمهلة المتاحة له لممارسته وفي حالة عدم قيام بذلك فتتمدد مهلة المحددة في المادة 18 - L221 العدول إلى إنشاء عشر (12) شهرا ابتداء من تاريخ نهاية المهلة المقدرة بأربعة عشرة (14 يوم)⁴⁰.

كما منح المشرع التونسي في قانون المبادلات والتجارة الالكترونية للمستهلك هذا الحق، حيث أجاز له وخلال عشرة أيام عمل يعدل عن الشراء ويعيد السلعة دون تحمل أية نفقات سوى مصاريف الإرجاع.

و كان المشرع المصري قد أعطى المستهلك حق فسخ العقد خلال خمسة عشر يوم لتاريخ إبرامه فقد جاء الفصل السابع من مشروع قانون التجارة الالكترونية المصري جواز فسخ العقد المبرم الكترونيا من جانب المستهلك خلال خمسة عشر يوم التالية لتاريخ التعاقد أو تسلمه السلعة⁴¹.

و التشريع اللبناني الذي ينص في المادة 55 من قانون حماية المستهلك "خلافا لأي نص آخر يجوز للمستهلك الذي يتعاقد وفقا لأحكام هذا الفصل العدول على قراره

بشراء سلعة أو استئجارها أو الاستفادة من الخدمة وذلك خلال مهلة عشرة أيام تسري اعتبارا إما من تاريخ التعاقد، فيما يتعلق بالخدمات أم من تاريخ التسليم فيما يتعلق بالسلعة".⁴² أما المشرع المغربي فقد نص في المادة 4/29 من قانون حماية المستهلك أن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بحقه في العدول في كل عرض ومدد الحق في ممارسة الرجوع الى ثلاثين يوما في حالة لم يقم المهني بإعلام المستهلك بحقه في العدول.⁴³

أما المشرع الجزائري فقد قرر حق العدول عن التعاقد في المادة 11 / 2 من المرسوم التنفيذي رقم 114/15 المتعلق بشروط و كى فيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي التي نصت بأنه "غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدته ثمانية (08) (أيام عمل تحسب من تاريخ إمضاء العقد طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما". و بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09 السابق الإشارة إليه ، المعدل في 2018 بالقانون 09/18 و بموجب نص المادة التاسعة عشر فقرة 2 منه فإن " العدول هو حق المستهلك التراجع عن اقتناء منتج مادون وجه سبب، للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف اضافية، تحدد شروط وكيفية ممارسة حق العدول وكذا آجال وقائمة المنتجات المعنية عن طريق التنظيم).

كما نجد هذا الحق ايضا صراحة في قانون التجارة الالكترونية 05/18 بنص المادة 11 " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، و لكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية.... شروط وآجال العدول، عند الاقتضاء...".

لكن ما يعاب على المشرع الجزائري في قانون 05/18 تركه المجال مفتوح للمورد لتحديد شروط العدول و التي من اهمها آجال العدول . في حين احال قانون حماية المستهلك الطرفان الى التنظيم للحق لشروط و كيفية ممارسة حق العدول (و الذي لم يصدر لغاية اليوم).

كما نجد ان المشرع الجزائري في نفس القانون اشار إلى حق العدول في المادة 23/ 2/ منه التي تبوح للمستهلك إعادة السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أربعة أيام (04) (عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج مع الإشارة إلى سبب الرفض، وهو ما يختلف عن حق العدول الذي يجب أن يكون دون إيداء أي أسباب أو مبررات.

2-2-2- اثار ممارسة الحق في العدول.

اختلف الفقهاء حول الأساس القانوني لهذا الخيار الذي منحه القانون للمستهلك حيث ذهب البعض إلى ادراج العدول ضمن الحقوق الشخصية بحجة أن الرابطة بين الدائن والمدين التي تميز الحق الشخصي متوفرة في هذا الخيار الذي يتضمن علاقة قانونية واضحة بين من تقرر العدول لمصلحته، ومن يمارس العدول في مواجهته، ومن تقرر العدول بمصلحته له سلطة في تنفيذ العقد أو العدول عنه.

و هناك من يراه حقا عينيا يخول لصاحبه حق الإنتفاع والتمتع به، والاحتجاج به تجاه الكافة. وهناك من جعله كعقد البيع بشرط التجربة، لكن اخذ عليه ان أساس المهلة التي تمنح للمشتري لإعادة النظر و حق العدول تهدف إلى حماية إرادة المستهلك من التسرع في إبرام العقد .أما مدة التجربة أو التدقيق فالغاية منها تحقق⁴⁴ ، و ادخله البعض الآخر في اطار التكوين المتدرج للعقد فيعتبر جانب من الفقه أن العقد الاستهلاكي لا يبرم مرة واحدة عند تطابق الإيجاب مع القبول بل خلال مدة زمنية قبل رجوع المستهلك في عقده، فلو عمد المستهلك إلى سحب رضائه خلال فترة التروي فإن ذلك يحول دون إبرام العقد لكن هذه الآراء مردودة على اصحابها .

و الرأي الراجح اختار خيار العدول مكنة قانونية أو حق إرادي محض، يختلف مضمونه عن الحقوق العادية، لأن هذه المكنة لها ميزة خاصة هي قدرة صاحبها على إنشاء مركز قانوني أو منع نشوئه بإرادته المنفردة، حيث يتوقف استعمال هذا الحق على إرادة صاحبها، دون الأخذ برأي من يمارس هذا الخيار أو المكنة⁴⁵ في مواجهته وهو التاجر، وهذه المكنة تمنح المستهلك سلطة التحكم في مصير العقد الذي يقرر الخيار العدول أو الرجوع بشأنه.⁴⁶

و مهما كانت طبيعة حق العدول فانه يترتب على ممارسته اثار بالنسبة للمستهلك و المحترف.

و بالنسبة للمستهلك الالكتروني فعند مباشرته لحقه في العدول يجب على إعلام المهني بممارسته لهذا الرجوع خلال الأجل المقررة له عن طريق التصريح بذلك وفق ما قرره المادة 21 - 221 كما يترتب على التزامات في أولها قيامه بإرجاع السلعة للمهني، حيث قرر المشرع الفرنسي بموجب الفقرة الأولى من المادة 23 - 221 ، في حين حدد القانون التونسي مهلة 10 ايام.

بينما نجد المادة 19 من قانون حماية المستهلك الجزائري 09/18 قد نصت انه في حال العدول المستهلك لا يتحمل اي مصاريف اضافية دون تحديد ان كانت مصاريف الارجاع تدخل ضمن هذه التكاليف من عدمه.

و لعله من المناسب ان يتحمل المستهلك مصاريف الارجاع باعتبار مكنة العدول مخولة لمصلحته ، فيتحمل تبعاتها مالم ينسب الى المهني اي تقصير او اخلال . و تم اقرار قضاء أحقية المهني بالحصول على تعويض في حالة ممارسة المستهلك لحقه في العدول عند استعمال المستهلك السلعة.⁴⁷

و فضلا عن عدم تحمل المستهلك لأية مصاريف إضافية عن تلك المترتبة عن رد السلعة(على اساس ان الحق في العدول حق مجاني) ، فإنه أيضا لا يتحمل تبعه مخاطر ردها، إذ يتحملها البائع ، لأن زوال البيع بممارسة حق العدول يجعل المبيع على ملكية البائع لا على ملكية المشتري، ومن كان مالكا للشيء يتحمل تبعه هلاكه⁴⁸. اما بالنسبة لأثار العدول بالنسبة للمحترف فتتمثل أثار العدول بالنسبة للمحترف بصفة أساسية في التزامه برد الثمن الذي دفعه المستهلك له مقابل حصوله على السلعة.

تنص المادة 2/6 من التوجيه الأوروبي رقم 7/97 و الخاص بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد على أن المستهلك عند ممارسة حقه في العدول يكون المحترف ملتزما برد المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل حصوله على المبيع خلال مدة أقصاها ثلاثين من تاريخ استعمال المستهلك لهذا الحق.

وفي حالة تجاوز الميعاد المذكور دون رد الثمن للمستهلك فإن ذلك يؤدي الى جعل المبلغ الذي دفعه المستهلك منتجا للفوائد . بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص في المادة 22 و المادة 23 من القانون رقم 05/18 على استعادة استلام المورد لسلعته إذا كانت سلمت خارج الاجال او كانت غير مطابقة للطلبية ، أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا ويجب على المستهلك إعادة ارسال السلعة إلى المورد خلال 4 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، ويجب على المورد ارجاع المبالغ المدفوعة له من المستهلك خلال 15 يوما من تاريخ استلامه المنتج.

خاتمة:

ان شبكة الانترنت مرشحة لأن تكون وسيلة هامة للتعامل الاستهلاكي بين الجميع، فبعد توسع رقعة التجارة الالكترونية شيئا فشيئا، أخذت المخاطر التي تقع على المستهلك على شبكة الانترنت أحجاما هامة .فإذا كانت السرعة و الفعالية من مزايا عقود التجارة الالكترونية، إلا أنها قد تشكل عائقا أمام الاختيار الصحيح والصائب أمام المستهلك إذ قد يكون عرضة للسهو أو الخطأ من غير قصد، و لأن المستهلك معرض لمؤثرات كثيرة من وسائل الإعلان للترويج وطرق التأثير، فهو الضحية الأولى في الخداع اليومي لاقتناء ما ليس هو بحاجة حقيقية إليه فحمايته حاليا أصبحت ضرورة أكثر من أي وقت سبق.

فجعل المشرع على الصعيدين الداخلي و الدولي للمستهلك الالكتروني الحق في التنوير و الاعلام و اعتبر من النظام العام ، يمارس ضمن شروط محددة و قد تم التشديد على هذا الحق بالنسبة للمستهلك الالكتروني اكثر من المستهلك العادي قصد مضاعفة الحماية . كما منح المستهلك رخصة وآلية قانونية أساسية خروجها على مبدأ القوة الملزمة للعقد، الذي يجد مبرره في ضرورة حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في مواجهة المهني أو المحترف الذي يتمتع بالقوة الاقتصادية، حيث يستطيع المستهلك أن ينقض العقد دون الحاجة إلى أن يقدم تبرير لذلك أو أن تكون ضرورة إلى إثبات وجود عيبا و خلل في السلعة أو الخدمة، ضمن الحق في العدول عن التعاقد.

و بالنتيجة توصلنا الى ما يلي :

- ادى الاستخدام المنطور للانترنت الى بروز التجارة الالكترونية و معها ظهر المستهلك الإلكتروني و الذي عرف بنفس المفهوم المقدم للمستهلك التقليدي مع زيادة وسيلة التعاقد ألا و هي الوسائط الإلكترونية ألا ان الحماية التي خص بها هذا الاخير و ان اشتركت مع الاول إلا انها كانت اشد.

- حاجة المستهلك للحماية في العقود الالكترونية كان بسبب البيئة الخطرة التي يتم فيها التعامل و التي جعلت منه الطرف الضعيف في العملية التعاقدية ، ولا يتمتع بالخبرة والقوة الاقتصادية التي يتمتع بها المزود .

- الحق في الاعلام او التتوير من الضمانات المستحدثة التي يثيرها عقد الاستهلاك الإلكتروني بسبب عدم الوجود المادي للسلع المباعة أمام أعين المستهلكين الراغبين في الشراء .

- اثبتت المعاملات أن المستهلك يكون في حاجة إلى تتويره بالمعلومات حينما يكون التعاقد إلكترونيا أكثر من حاجته لتلك المعلومات في العقود التقليدية المعروفة في السابق.

- خيار العدول عن العقد أمر استثنائي نتيجة لطبيعة العقد المبرم عن بعد، والأثر الجوهري لممارسته يتمثل في رد الثمن للمستهلك الذي يلتزم في الوقت عينه برد السلعة للمحترف أو المهني.

- لم يقيد المشرع الجزائري حق العدول بل منح للمستهلك حق العدول عن العقد دون تبرير فيكفي أن يكون سبب رد المنتج عدم رضا المستهلك بالسلعة. أما بخصوص ممارسة هذا الحق من حيث الشروط والأجال وقائمة المنتجات فأحالتها المشرع الجزائري على التنظيم.

التوصيات :- تضمنين مختلف قوانين حماية المستهلك في تقنين موحد حتى يمكن التعرف إلى كل القوانين وتطبيقاتها بسهولة تامة، ولتجنب التضارب في النصوص القانونية.

- الإطلاع على تجارب الدول الرائدة في مجال حماية المستهلك، كدولة فرنسا وهذا حتى يتم الاستفادة من الخبرة المكتسبة في هذا المجال طبعاً.

- ان المشرع قد شجع على حماية المستهلك عن طريق اعلامه من خلال المرسوم التنفيذي 378/13 ، الذي يحدد شروط و كفيات اعلام المستهلك ، و ان كان مخصص للمستهلك التقليدي إلا انه ممكن الاخذ به فيما يتعلق بالمستهلك الالكتروني في انتظار صدور نصوص تطبيقية خاصة به، إلا ان النصوص المنظمة لحق المستهلك في العدول عن التعاقد لم تصدر الى غاية الان ، سواء ما تعلق بالمستهلك التقليدي او الالكتروني.

- إعادة النظر في مسألة حق العدول وعدم تقييده بربطه بحالات معينة و ربطه بعدم رضا المستهلك بالسلعة، حتى يتطابق نص المادة 23 من قانون التجارة الإلكترونية مع نص المادة 19 من قانون حماية المستهلك.

- نوصي بضرورة اعادة النظر في اجال ممارسة العدول في التعاقد عن بعد اذ مهلة 04 أيام غير كافية و الاسراع في اصدار النصوص التنظيمية المتعلقة بهذه المكنة .
المراجع المعتمدة والهوامش

1 -Olivier CACHARD,«LCEN. Définition du commerce électronique et loi applicable», Com.Com. elec. , no9, 2004, p. 17 et 18

2 - قانون 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 و المتضمن قانون التجارة الالكترونية الجزائري , ج ر الصادرة في 16 ماي 2018. عدد28.

3 - يعرف المورد الالكتروني بموجب المادة السادسة الفقرة الرابعة من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق وسائل الاتصالات الالكترونية". انظر في هذا :هبة حمزة ،دين قادة محمود أمين , الآليات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني وفق القانون رقم 05 / 18 المتعلق بالتجارة الالكترونية , مجلة القانون الدولي والتنمية , المجلد 8 العدد1 سنة 2020 , ص 194 .

4 - الجميعي حسن عبد الباسط ،" حماية المستهلك، حماية خاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك"، بحث منشور بمجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسسوط، مصر . العدد 13 ، سنة 1991 ، ص247

- 5 - طيهار خالد، " حماية المستهلك الالكتروني"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة المسيلة. الجزائر. 2019. ص 11.
- 6 - عدلاحين هجيرة و صباح سابق، " حماية المستهلك في اقتصاد السوق"، مذكرة ماستر في القانون، جامعة الجبالي بو نعامة. الجزائر. 2019. ص 10.
- 7 - الخيري أسامة، الرقابة وحماية المستهلك، ط " 10"، دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن - عمان، 2015، ص 08
- 8 - انظر <https://www.uncitral.org/>
- 9 - تنص المادة 1/2 من الاتفاقية على ما يلي " لا تُسري أحكام هذه الاتفاقية على البيوع التالية: (أ) البضائع التي تُشترى للاستعمال الشخصي أو العائلي أو المنزلي، إلا إذا كان البائع لا يعلم قبل انعقاد العقد أو وقت انعقاده، ولا يُفترض فيه أن يعلم، بأن البضائع اشتريت لاستعمالها في أي وجه من الوجوه المذكورة؛.."
- 10- المطابقة محمد فواز، " الوجيز في عقود التجارة الالكترونية"، دراسة مقارنة"، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، سنة 2010، ص 70 .
- 11- نص المادة 02 من القانون 659 الصادر بتاريخ 04 شباط 2005 المتعلق بحماية المستهلك اللبناي. و هو نفس ما اشار اليه القانون التونسي لحماية المستهلك في المادة 2 منه " المستهلك كل من يشتري منتوجا لاستعماله لغرض الاستهلاك".
<http://www.legislation.tn/sites/default/files/journal-officiel>
- 12 - قانون رقم 35 لسنة 2012 بشأن حماية المستهلك في مملكة البحرين.
- 13 - القانون رقم 89 / 02، المؤرخ في 07/02/1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 06، الصادرة بتاريخ 03/02/1989. (ملغى بالقانون 03/09).
- 14 - المرسوم التنفيذي رقم 90 / 30 المؤرخ في 30 جانفي 1990 م المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش. ج ر عدد 05 / 1990.
- 15- القانون 02/04 المؤرخ في 23/06/2004، بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27/06/2004

المعدل والمنتم بموجب قانون رقم 10 / 606 الصادر في 18/08/2010. ج ر عدد 46.

16 - القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 و الصادر في 08/03/2009 ، و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. ج ر عدد 15، المعدل و المتمم بالقانون 09/18 المؤرخ في 10 ماي 2018. و الصادر في 13/05/2018 ج ر عدد 35.

17 - لاتصالات الإلكترونية هي تراسل أو ارسال علامات او كتابات أو إشارات أو صور أو اصوات او معلومات مختلفة بواسطة وسيلة الكترونية. انظر القانون 04/09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال و مكافحتها. الصادر في 16/08/2009. ج ر عدد 47.

18-Lamia Ati , "La protection des cyberconsommateurs en Algérie", Journal of Economic & Financial Research ,Volume 4/ Issue 2 / December 2017.p. 912.

19 - المورد الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية." المادة 4/6 من نفس القانون

20 - طاهير خالد، مرجع سابق ص 118-19.

21 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (د راسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الداجستير في القانون، تخصص القانون الخاص، . كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009 ، ص31.

22- السيد محمد السيد عمران، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت"، الدار الجامعية، بيروت، 2006 ، ص. 24

23 - طاهير خالد، مرجع سابق، ص32.

24 - قانون رقم 83 لسنة 2000 المؤرخ في 09/08/2000 المتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية التونسي.

25 - نصت المادة 17 على انه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

26 - خلوي نصيرة ، مرجع مذكور ، ص 22.

27 - بركات كريمة ، "حق المستهلك في الإعلام في عقد البيع الإلكتروني"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017 ، صص 28 - 287

28- Loi n°2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation et Directive européenne n° 2011/83 du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs.

29 - انظر قانون الاستهلاك الفرنسي و المسمى "la loi Hamon" في تعديل سنة 2014 و التي احالت للمادة 11 / 1 و المادة 2/111 منه و التي جعلت من هوية البائع عنصرا اساسيا في الالتزام بالاعلام. 3000 اورو للشخص الطبيعي و 15000 اورو للشخص المعنوي.

30 - التشديد جاء ايضا في العقوبة في حال الاخلال بالاعلام ،

31- مرسوم تنفيذي رقم 378 - 13 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 58، 2013.

32 - لا يشترط اثبات التدليس المنصوص عليه في القانون المدني فعند الاعلام قرينة على تقصير و عدم وفاء .

33 - موقع وزارة التجارة، مديرية التجارة لولاية بسكرة. على الموقع <http://www.dcw.biskra.dz/index> . تم الولوج بتاريخ 2020/08/26. الساعة 12.

34 - محمد عساف محمد السلامة، "الاطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الالكترونية"، المجلة القانونية. ص221.

35 - بن عديدة نبيل ، "الالتزام بالاعلام و توابعه في مجال قانون الاستهلاك" ، رسالة دكتوراه في القانون ، جامعة السانانية وهران ، الجزائر . 2018. ص 182.

- 36 - منصور حاتم محسن و اسراء مظلوم , "العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الالكتروني (دراسة مقارنة) مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية العدد الثاني, السنة الرابعة , جامعة بابل, ص52.
- 37 - لموشية سامية، خيار رجوع المشتري في عقد البيع الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الوادي، العدد 19 ، الوادي، الجزائر، جانفي 2018، ص 224.
- 38 -Bernardeau ، Droit communautaire et protection des consommateurs ، J.C.P .2001، p 218.
- 39 - قانون الاستهلاك الجديد لسنة 2016 في المواد 18 - L221 - 28 L221- حيث قرر المشرع حق العدول في هذه العقود في مهلة أربعة عشرة يوم بموجب المادة 18 - L221 ، دون إبداء مبررات أو تحمل أي تكاليف.
- 40 - المادة 05 - L221 و المادة 20 - L221 من قانون الاستهلاك الفرنسي. و هذا مسابقة للتوجيه الاوروبي رقم 83/2011 الصادر بتاريخ 32 اكتوبر 2011 المتعلق بحقوق المستهلكين.
- 41 - زوبة سميرة ، "الاحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد". رسالة دكتوراه في ألقانون جامعة تيزي وزو، الجزائر ، 2016. ص 49.
- 42 - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 517 .
- 43 - القانون 31/03 ا لقاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، المؤرخ في 2011/02/18 ، الجريدة الرسمية للمملكة المغربية، العدد 5932 .
- 44 - زوبة سميرة ، مرجع سابق ، ص 74.
- 45 - دايدة لخضر، حق المستهلك في العدول عن التعاقد ، مذكرة ماستر في القانون ، جامعة الوادي ، الجزائر .018. ص 13.
- 46 - شلغوم مريم ، مرجع سابق. ص 99.
- 47 - جريقلي محمد ، مرجع سابق ص 243.
- 48 - رباحي احمد، مرجع سابق ، ص 148