وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلية الحقوق والعلوم السياسية

الآليات القانونية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

تخصص: قانون أعمال

تقديم الطالبة :
مليكة مزاري

إشراف الأستاذ:
أ-د-محمد علياتي

السنــة الدراسية 2024 /2025م

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمنِ الرَّحِيمِ

{رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ

وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ}

(سورة النمل الآية 19)

شكر وتقدير

الشكر والثناء لله عز وجل أولا على نعمة الصبر والقدرة على انجاز هذا العمل فلله الحمد على كل هذه النعم

وأتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور علياتي محمد الذي تفضل باشرافه على هذا البحث بدعمه وتوجيهه وارشاده وصبره لاتمام هذا العمل على ما هو عليه فله أسمى عبارات الثناء والتقدير فجزاه الله كل الخير

ولا يفوتنا أن نتقدم بجزيل الشكر للأساتذة أعضاء المناقشة كل باسمه لقبولهم مناقشة هذه المذكرة، فلكم كل الفضل في القيام بهذا العمل المتواضع

كما لا يسعنا في هذا المقام المعرفي سوى تقديم الشكر والعرفان إلى كل من أمد لنا يد العون من قريب أو من بعيد

شكرا إلى كل من أعاننا في هذا المشوار الدراسي

الاهداء

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقها إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصى فضائلها إلى أمي العزيزة أدامها الله لي

إلى من أجمل اسمه بكل عز وافتخار إلى أبي العزيز رحمه الله

إلى من لم يتهاون يوم في توفير سبل الخير والسعادة إلى زوجي العزيز إبراهيم

إلى أولادي قطعة من قلبي حفظهم الله ورعاهم

زكرياء، رهف، براء عبد الرحيم

إلى إخوتي وأخواتي

إلى زملائي في الدراسة

مقدمة

مقدمة

مع التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية وانتشار التجارة الالكترونية كأحد أبرز أشكال النشاط الاقتصادي في العصر الحديث برزت تحديات قانونية جديدة تهدد سلامة المعاملات التجارية وكذلك أمن وسلامة المستهلك.

يعتبر الغش التجاري الالكتروني من أبرز الظواهر السلبية التي تواكب التطور حيث يستغل بعض المتعاملين ضعف الرقابة وصعوبة التتبع في الفضاء الرقمي لارتكاب ممارسات غير قانونية تضر بالمستهلك وبالاقتصاد في الجزائر ورغم الجهود التشريعية المبذولة لتنظيم التجارة الالكترونية وحماية حقوق المستهلك، لا تزال هناك ثغرات قانونية وعوائق تطبيقية تحد من فعالية مكافحة الغش التجاري الالكتروني لذلك تكتسي دراسة الآليات القانونية المتاحة لمواجهة هذه الظاهرة أهمية بالغة خصوصا في ظل الحاجة إلى تطور التشريعات وتكييفها مع المستجدات التقنية لضمان بيئة تجارية الكترونية آمنة وموثوقة.

أهمية الموضوع

وتكمن أهمية الموضوع في التعرف على مفهوم الغش التجاري الالكتروني والأسباب الدافعة له والتطرق لاستراتيجيات الحماية من هذا النوع من الظواهر والحد منها، بالإضافة إلى أنه بسبب زيادة الحاجة لاستخدام البرامج الحاسبة والأنترنت زاد المحتالون على تلك الشبكات من فئات مختلفة إضافة لنجاح بعض هؤلاء في تحقيق أهدافهم، ويعود ذلك لنقص التوعية الكافية وقلة برامج الحماية وعدم متابعة تطور تقنيات الحديثة المستخدمة في عمليات الحماية.

أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الشخصية: الرغبة في دراسة معطيات وخبايا التجارة الالكترونية والكشف عن ظاهرة الغش التجاري الالكتروني في المجتمع الجزائري، أي صوره وأشكاله.

الأسباب الموضوعية: فهي أنه لم يحظ بنصيب وافر من الدراسة والبحث وهذا بالرغم أن الموضوع التجارة الالكترونية قد تم تناولها من قبل وكذلك مظاهر الغش الالكتروني من قبل العديد من الباحثين وكذا تحليل مختلف النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع ومدى مواكبتها لهذا التطور الرهيب للغش الالكتروني.

أهداف الدراسة

تتمحور هذه الدراسة حول تحليل الإطار القانوني الجزائري الخاص بمكافحة الغش التجاري الالكتروني، مع التركيز على الجوانب الجزائرية والمدنية والاجرائية للجزءات المقررة ومدى كيفيتها في تحقيق الردع والرقابة، كما تسعر إلى الكشف عن مواطن القصور والتحديات التي تواجه تطبيق هذه الآليات واقتراح حلول قانونية تلبي متطلبات حماية المستهلك وتعزيز المتعاقدين في السوق الالكترونية.

إشكالية البحث

تنبثق إشكالية البحث من التساؤل حول:

ما مدى فاعلية الآليات القانونية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني في الجزائر؟

منهج الدراسة

اعتمدنا في الدراسة على المنهج التحليلي والوصفي الذي يرتكز على تجميع المعلومات بالإضافة إلى المنهج المقارن كلما استدعى البحث ذلك.

تقسيم البحث

ولهذا تناولنا هذا البحث وفق خطة ثنائية مقدمة في فصلين وكل فصل يتضمن مبحثين إذا تناولنا في الفصل الأول: ماهية التجارة الالكترونية وماهية الغش التجاري الالكتروني.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية والمبحث الثاني: مفهوم الغش التجاري الإلكتروني، والفصل الثاني: الآليات المدنية والجنائية والاجرائية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني كذلك يتضمن مبحثين: المبحث الأول تحت عنوان: الآليات المدنية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني والمبحث الثاني: الآليات الجنائية والاجرائية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني.

الفصل الأول

ماهية التجارة الإلكترونية والغش التجاري الإلكتروني

تمهيد

شهدت التجارة الإلكترونية نموا متسرعا في الآونة الأخيرة بسبب تطور المعلومات والاتصالات من جهة ومن جهة أخرى زيادة الإنتاج. فكانت الحاجة لإيجاد أسواق جديدة سواء كانت محلية أو دولية متجاوزة حدود المكان والزمان.

ورغم مساهمة التجارة الإلكترونية في تقليل الصعوبات كاختصار الوقت وسهولة الإجراءات، إلا أنها أثارة العديد من المشاكل، من بينها الغش التجاري الإلكتروني الذي يعد أبرز الانتهاكات التي يتعرض لها المستهلك.

لذلك تدخل المشرع الجزائري من أجل وضع آليات ردعية للتصدي لمثل هذه الظواهر عن طريق فسح المجال للقواعد العامة الواردة في القوانين المدنية والتجارية كما استعان بالقوانين الخهاصة التي تكفل حماية المستهلك من الغش التجاري اللإلكتروني .

إضافة إلى آليات أخرى كالآلبات الجنائية والإجرائية وتطبيق إجراءات احترازية حيث عمد إعطاء كامل السلطات والصلاحيات للإدارة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

يعتبر مصطلح التجارة الالكترونية من المصطلحات الحديثة في عالم الاقتصاد والقانون وهذا ما أدى لتعريفها (المطلب الأول) وبيان خصائصها وأهميتها (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية.

إن تعريف التجارة الالكترونية ليس بالسهل لاسيما إذا أخذنا في الاعتبار من هم المعرفين سواء الفقهاء أو المنظمات والتشريعات الدولية.

الفرع الأول: تعريف الفقه للتجارة الالكترونية.

من التعريفات المتداولة هي أنها "ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات"[1].

ويعرفها آخرون بأنها "مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارة بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة"[2].

وجانب من الفقهاء يعرفها "تلك التجارة التي تشمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، وهي تقديم خدمات الانترنت والتسليم الالكتروني للخدمات، أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات. وعن طريقه يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير الكتروني"[3].

وقع توسع هذا التعريف في مفهوم التجارة الالكترونية، لأننا لو طبقنا المعايير التي أساسها يمكن تعريف العمل التجاري سنجد أنها لا تخرج من معايير أربعة وهي معيار، المضاربة

---

[1]- خالد ممدوح ابراهيم، لوجسيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008، ص 127.

[2]- العبدلي عابد، التجار الالكترونية في الدول الاسلامية، الواقع، التحديات، الأمل، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الاسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص 6.

[3]- مداح أحمد، التجارة الالكترونية من منظور الفقه الاسلامي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الفقهه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2006، ص 91.

وقصد الربح ومعيار التداول ومعيار المقاولة في الحرفية التجارية، وهذا التعريف يخرج في أجزاء منه على هذه المعايير.

وعرف البعض التجارة الالكترونية بأنها "تلك الأنشطة التجارية التي تدار على شبكة دولية متصلة الكترونيا"[1].

أما البعض الآخر عرفها بأنها "عرض المشروع للمنتجات والخدمات على موقع الانترنت بغرض الحصول على طلبات من العملاء"[2].

ووفق هذا التعريف للتجارة الالكترونية صورة جديدة من صور الدعاية والإعلان وشكل جديد لطلب منتج أو خدمة بطريقة الكترونية كما عرفت التجارة الالكترونية كذلك بأنها "العمليات التجارية التي يتم تبادل الإيجاب والقبول وتراضي الأطراف بشأنها واتفاقهم على كل بنود الصفقة التجارية عبر شاشات الكمبيوتر المتصلة بشبكة الانترنت، بحيث لا يبق من إنهاء الصفقة إلا تسليم المادي المنشئ محل التعامل بوسائل النقل البرية أو البحرية أو الجوية"[3].

لكن ما يؤخذ على التعريف أنه قصر التسليم في التجارة الالكترونية للبضائع والخدمات عيى التسليم المادي فقط وعلى عكس ذلك فليس هناك مانع أن يكون التسليم معنوي على سبيل المثال كأن يكون محل العقد الالكتروني أفلام سينمائية أو مقاطع موسيقية، إذ يقوم باستلامها عن طريق تحميلها على جهاز الكمبيوتر.

ومن بين هذه التعريفات كذلك "تنفيذ كل ما يصل بعمليات شرا وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الأخرى ويشمل الآتي[4]:

[1]- عبد الفتاح البيومي الحجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الكتاب الأول – نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2002، ص 11.

[2]- مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2017/2016، ص 37.

[3]- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2017، ص 35.

[4]- مصطفى منشور وسيمة، المرجع السابق، ص 39.

- الإعلانات مع السلع والخدمات.
- المعلومات مع السلع والخدمات.
- علاقة العملاء التي تدعم عمليات الشراء وخدمات ما بعد البيع.
- التفاعل والتفاوض بين البائع المشتري.
- عقد الصفقات وإبرام العقود.
- سداد الالتزامات وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات.
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن.
- تبادل البيانات الكترونيا بما في ذلك كتالوجات الأسعار عن السلع، الفواتير الالكترونية والمعاملات المصرفية".

يوضح جانب من الفقه إلى أن الرأي القائل بأن التجارة الالكترونية تعني مجرد الحصول على الموقع على شبكة الانترنت هو رأي خاطئ، وذلك لأن مفهوم التجارة الالكترونية هو أوسع من ذلك، فهي ليست مجرد موقع إعلامي فحسب بل نظام معلومات متكامل تبيح فرصة إنجاز العمليات التجارية التي تتم بين الأطراف ذات الصلة باستخدام شبكات الاتصال العالمية[1].

رغم اجتهاد الفقه في إعطاء تعريف كامل وشامل للتجارة الالكترونية باعتبارها مفهوم جديد يشرح عملية بيع وشراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوتر انترنت ...، فالمفهوم الشائع للتجارة الالكترونية يشكل ثلاثة أنواع من الأنشطة:

- خدمات ربط ودخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها واضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الانترنت.
- التسليم والتزويد التقني للخدمات.
- استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع المسلمة بطريقة غير تقنية.

[1]- مصطفى منشور وسيمة، المرجع السابق، ص 40.

يستنتج من هذا الرأي أن التجارة الالكترونية تتخذ أنماط عديدة كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيوع عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محلات بيع على الانترنت والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها من الانترنت.

لقد فرق جانب من الفقه بين التجارة الالكترونية والتجارة عبر الانترنت بالرغم من تعود جانب من فقه في خلط بين المصطلحين إلا تبقى التجارة عبر الانترنت جزء من التجارة الالكترونية، ونفس الأمر ينطبق على مصطلحي الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية فمصطلح الأعمال الالكترونية أشمل وأوسع مجالا، فهي تشمل التجارة الالكترونية والبنوك الالكترونية والحكومة الالكترونية وشركات التأمين الالكترونية في حين أن التجارة الالكترونية نشاط تجاري يمثل جزءا من الأعمال التجارية.

من خلال ما تقدم يتضح لنا أن التجارة الالكترونية تجزء إلى جزئين هما:

أولا: التجارة.

تعني بذلك حرفة التجارة ويطلق ذلك على من يمارس الأعمال التجارية على وجه الاحتراف، إضافة إلى ذلك فالتجارة تعني في مفهومها التقليدي ممارسة الأنشطة التجارية من بيع وشراء أي ذلك النشاط الاقتصادي الذي يتم من خلال تداول المنتجات والخدمات بين الحكومات والمؤسسات وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها.

ثانيا: الالكترونية.

يقصد بها مغناطيسية أو لاسلكية أو بحرية أو كهرومغناطيسية أو ضوئية أو ما شابه ذلك، وهذه الأساليب الالكترونية بصورها المختلفة تستخدم للتدليل على الوسط الذي يجري من خلاله التجارة الالكترونية، حيث أن هذه الأخيرة أصبحت واقعا ظاهرا ومجالا واسعا من المجالات التي يعتمد عليها في مجال التعاقد من سائر المعاملات المالية.

يمكن تعريفها بأنها "عملية بيع وشراء ونقل وتبادل المنتجات السلع والخدمات والمعلومات وغيرها من أنواع التعاملات التجارية التي تتم الكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء بين المنظمات بعضها مع البعض المنظمات المختلفة والمجهزون منظمات التسويق أو التوزيع أو الإعلان أو بين المنظمات وبين زبائنها أو بين المنظمات والجهات الحكومية"[1].

من خلال التعريفات الفقهية المتعلقة بالتجارة الالكترونية يمكننا تعريفها كما يلي: "التجارة الالكترونية هي تلك التجارة التي يتم فيها عرض وقبول شراء وبيع وتبادل السلع والخدمات والمعلومات بطريقة الكترونية عن بعد دون الحضور المادي لطفي العملية التجارية، وذلك باستخدام شبكة دولية للاتصالات".

الفرع الثاني: تعريف المنظمات الدولية للتجارة الالكترونية.

العديد من الجهات والمنظمات الدولية التي قدمت تعريف للتجارة الالكترونية وهذه التعاريف تختلف عن بعضها البعض لاختلاف الجهة أو المنظمة التي قدمته، وفيما يلي بعض التعاريف التي قدمتها المنظمات الدولية للتجارة الالكترونية.

أولا: منظمة الأمم المتحدة.

تعتبر منظمة الأمم المتحدة من أهم المنظمات الدولية التي اهتمت بتنظيم التجارة الالكترونية، ممثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأنسيترال[2] وذلك بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية، الذي تم اعتماده من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ 1996/12/16 يهدف القانون النموذجي بشأن التجارة الالكترونية إلى التمكين من مزاولة التجارة باستخدام وسائل الكترونية وتسير تلك الأنشطة التجارية من خلال تزويد المشرعين الوطنيين بمجموعة قواعد مقبولة دوليا ترمي إلى تذليل العقبات القانونية في مجال التجارة الالكترونية.

[1]- مصطفى منشور وسيمة، المرجع السابق، ص 41.

[2]- هي لجنة قانون التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة والتي نشأت بتاريخ 1996/12/17 كآلية ما بين الحكومات وتضم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسية غرضها الرئيسي تحقيق الانسجام بين القواعد القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية وتحقيق وحدة القواعد المتبعة في التعامل مع قضايا التجارة العالمية.

حدد هذا القانون ماهية النشاط التجاري والوسيلة الالكترونية التي تستخدم لإتمامه، حيث نصت المادة الأولى منه أنه: "ينطبق هذا القانون على أية نوع من المعلومات التي تكون في شكل بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية".

كما عرفت رسالة البيانات الالكترونية التي تحتوي المعلومات المهددة للتعاقد من الطرف الآخر ووسائل إبرام عقود التجارة الالكترونية، حيث نصت على أنه يراد بمصطلح رسائل بيانات "تلك المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل الكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة، بغية إحداث أثر قانوني وهذه العملية لا تتم إلا عن طريق تبادل البيانات الالكترونية أو البريد الالكتروني أو البرق أو التلكس والنسخ البرقي وهذا على سبيل المثال لا الحصر"[1].

كما عرف تبادل المعلومات الالكترونية فعرفها بأنها "نقل المعلومات الكترونيا من حاسوب لآخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات"[2].

فإن أهم ما يمكننا استنباطه من القانون لجنة الأونسيترال أنه لم يعرف مصطلح التجارة الالكترونية في مجمله وترك تعريف هذه التجارة مفتوحا بحيث يشمل جميع الأنشطة التي تتم عبر الانترنت وبأي وسيلة من وسائل إبرام عقود التجارة الالكترونية كما أنه استرسل في تعريف الوسائل المستخدمة في إبرام عقود التجارة الالكترونية، بالرغم من أنه يعتبر من أهم الجهود الدولية في توحيد التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية.

إلا أن صدور قانون الانسيترال النموذجي للتجارة الالكترونية، ساعد العديد من الدول إصدار قوانين تنظم المعاملات الالكترونية مسترشدة في ذلك بأحكام هذا القانون، وكانت دولة سنغافورة أو دولة في العالم طبقت القانون النموذجي للتجارة الالكترونية، حيث أصدرت قانون المعاملات الالكترونية سنة 1998 ثم تلتها بعد ذلك عدة دول منها الولايات المتحدة الأمريكية، إيطاليا، ثم فرنسا، تونس، والصين وإيرلندا سنة 2001 ثم إمارة دبي ودول البحرين[3].

[1]- المادة 2 فقرة 1 من قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية.
[2]- المادة 2 فقرة 2 من قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية.
[3]- خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 43.

ثانيا: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

عرفت في سنة 1998 منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التجارية الالكترونية بأنها "جميع أنواع الصفقات التجارية التي تعقد بين الإدارات أو بين الأفراد عن طريق المعالجة الآلية للبيانات مقروءة أو أصوات أو صورة مرئية"[1].

يلاحظ من هذا التعريف أنه لم يكتف في التجارة الالكترونية على مجال التبادلات التجارية من بيع أو شراء، بل تعداه إلى أنشطة أخرى تتم عبر شبكة المعلوماتية وهو ما يفسر النطاق الواسع لهذه الأخيرة.

فقد بين هذا التقرير أن التجارة الالكترونية سوف تشمل كافة الأنشطة التجارية وأن بعض عناصرها التجارة الالكترونية، قد تكون صفقات تجارية، كما في حالة الإعلان وتقديم المعلومات عن السلع والخدمات، وقد تكون كما هو الحال في العقود التجارية على السلع والخدمات.

وتمثل موقف هذه المنظمة من التجارة الالكترونية من خلال التوصيات التي أقرتها عام 1998، وأهمها ما يلي:

- أن تأخذ الدول الأعضاء بعين الاعتبار أثناء وضعها لتشريعها الوطني القواعد المتصلة بحماية الخصوصية والحياة الفردية.
- يجب على الدول الأعضاء إزالة وتجنب وضع عواقب مبررة أمام الانسياب المتسلسل للبيانات الشخصية وذلك من أجل حماية الخصوصية.
- أن تقوم الدول الأعضاء بالاتفاق قدر الإمكان على إجراءات معينة للتشاور والتعاون من أجل تطبيق هذه الإرشادات.

[1]- هي منظمة دولية مكونة من مجموعة من البلدان المتقدمة التي تقبل مبادئ الديمقراطية التمثيلية اقتصاد السوق الحر، نشأت سنة 1948 عن منظمة التعاون الاقتصادي الأوروبي العملية OEEC التي يتزعمها الفرنسي روبير مارجولين للمساعدة على إدارة خطة مارشال لإعادة إعمار أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية وبعد تم توسيعها لتشمل عضويتها بلدان غير أوروبية وفي سنة 1960 تم إصلاحها لكي تكون منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية.

كما تضمن هذا التقرير أهم المشاكل الناجمة عن التجارة الالكترونية مثل البنية الأساسية للاتصالات الرقمية والخدمات والضرائب وحماية المستهلك، بالإضافة إلى المشاكل المتعلقة بحماية الموقع واسمه وعنوانه على الشبكة العالمية وحقوق الملكية الفكرية والقانون الواجب التطبيق على التصرفات القانونية التي تتم من خلالها وخصوصا، تماشيا مع الطابع الدولي لمثل هذه المعاملات وكذلك تحديد المحكمة المختصة بنظر المشاكل المترتبة على تنفيذ العقود الالكترونية وتفسيرها ومنازعات تطبيقها، فقد استقرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على ضرورة وضع معايير دولية لإحصاءات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مستمدة من التوصية التي قدمها مؤتمر الوزراء المعني بالتجارة الالكترونية الذي عقد في أوتاوا في عام 1998، حيث أسند لفريق خبراء مهمة إيجاد تعريف للتجارة الالكترونية خلال عامي 2000-2001 وقد تم وضع تعاريف شاملة ومحددة متفق عليها بخصوص التجارة الالكترونية[1].

إذ يشمل التعريف الشامل معاملات التجارة الالكترونية بشكل عام، فعرفها بأنها "بيع وشراء بضائع أو خدمات، سواء كانت بين الشركات التجارية والمنازل والأفراد والحكومات ومنضمات عامة أو خاصة أخرى عن طريق الشبكات المرتبطة بالحواسيب، إذ يتم طلب هذه البضائع والخدمات عن طريق هاته الشبكات أما الدفع والتسليم النهائي للسلعة أو الخدمة فقد يتم بواسطة الانترنت أو بغيره". في حين يشمل التعريف المحدد التجارة بالانترنت والتي يقصد بها "بيع أو شراء بضائع أو خدمات سواء كانت شركات تجارية والمنازل والأفراد والحكومات ومنظمات عامة أو خاصة أخرى عن طريق الانترنت ويتم طلب البضائع والخدمات على الانترنت، أما الدفع والتسليم النهائي للسلعة أو الخدمة قد يتم بواسطة الانترنت أو بغيرها".

ما يمكن استنباطه من ذلك أن التعريف الشامل لم يحصر إبرام الصفقات التجارية في شبكة الانترنت، بحيث ربطها بكافة الشبكات التي تستخدم بطريق الحواسيب، في حين حصر التعريف المحدد هذه الصفقات في مجال شبكة الانترنت دون سواها.

[1]- مصطفى منشور وسيمة، المرجع السابق، ص 50.

فرغم وجود توافق في الآراء بشأن تعاريف الصفقات التي تتم بالتجارة الالكترونية، إلا أن التقدم الذي أحرز في مجال مفهوم التجارة الالكترونية كان أقل، ورغم ذلك توجد بعض المعاملات التجارية التي عرفها فريق البحث على أنها يمكن قياسها عبر عدد من الدراسات الاستقصائية ولذلك ربما تكون متاحة على أساس دولي قابل للمقارنة بما في ذلك:

- استلام البضائع والخدمات وتسديد ثمنها على الانترنت.
- إجراء معاملات مالية أخرى على الانترنت كالأعمال المصرفية الالكترونية.
- التوريد الرقمي واستلام المنتجات.
- التسويق والترويج.
- استخدام البيانات والانترنت[1].

ثالثا: الإتحاد الأوروبي.

لعب الاتحاد الأوروبي دورا هاما في إعطاء تعريف شامل وموحد للدول الأوروبية، إذ عرفت اللجنة الأوروبية التجارة الالكترونية بأنها "أداة الأعمال إلكترونيا، وهي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، كما أنها تتضمن أيضا العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الالكترونية للأموال والفواتير الالكترونية والمزادات التجارية وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع وهي تشمل كل السلع والخدمات وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية"[2] وعلى هذا الأساس قام الاتحاد الأوروبي بتعريف التجارة الالكترونية بأنها "كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدا وبين الإدارات الحكومية"[3].

[1]- خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 132.

[2]- يقصد باللجنة الأوروبية: هي واحدة من خمس منظمات التي تنظم الإتحاد الأوروبي، اللجنة تنظم البرنامج اليومي للاتحاد الأوروبي وتسطر القوانين الخاصة به ويتناقش، ويعد لها البرلمان الأوروبي ومجلس الاتحاد الأوروبي ومقرها في بروكسل مؤلفة من 27 مفوضا ومسؤولية أمام البرلمان الذي يستطيع ممارسة حق النقض إزاءها تضطلع المفوضية بمسؤولية اقتراح التشريعات وتنفيذ القرارات وتأييد معاهدات الاتحاد وتصريف شؤون الاتحاد اليومية العامة.

[3]- المرجع نفسه، ص 132.

إذن التجارة الالكترونية حسب هذا التعريف تتضمن الكثير من الأنشطة كفواتير الشحن الالكترونية والمزادات الالكترونية أو أمر الطلب الالكتروني للبضائع والخدمات والتي يمكن توصيلها بالطرق العادية أو بطرق التسليم المعنوية للمنتجات والخدمات كبرامج الكمبيوتر والمجلات الالكترونية، وخدمات التسلية والمعلومات والتحويل الالكتروني للأموال، وعليه فالتسليم في التجارة الالكترونية يمكن أن يكون ماديا ويمكن أن يكون معنويا.

كما صدر التوجيه الأوروبي في شأن حماية المتعاملين أو المستهلكين في العقود عن بعد تحت رقم 27/97 الصادر عن البرلمان الأوروبي في 1995/05/20 والتوجيه الذي أقره الاتحاد الأوروبي في 1999/12/13 والخاص بالتوقيعات الالكترونية.

وقد حث هذا التوجيه الدول الأعضاء في البرلمان الاتحاد الأوروبي على عدم عرقلة العقود بالطرق الالكترونية وذلك بالسماح بإبرام هذه العقود وتحديث أنظمتهم القانونية، حتى لا تكون هذه الأنظمة عائقا في إبرام العقود الالكترونية أو تحد من أثرها وفاعليتها لمجرد أنها تتم بالطرق الالكترونية، كما أنه يبدو جليا من هذا التوجيه الرؤية الشاملة وعامة لموضوع التجارة الالكترونية وأشخاصها وذلك على خلاف التوجيه رقم 27/97 الذي تناول التعاقد عن بعد بينما التوجيه رقم 31/2000 قد حث عن تسويق البضائع والخدمات والأنشطة التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو المهنية بصورة منتظمة وفي الوقت ذاته تضمن هذا التوجيه استشارة للدول الأعضاء بتعديل تشريعاتها لتستوعب التجارة الالكترونية[1].

رابعا: تعريف منظمة الاتحاد الإفريقي للتجارة الالكترونية.

بالرجوع إلى اتفاقية الاتحاد الإفريقي بشأن القضاء الالكتروني وحماية البيانات ذات الطابع الشخصي، نجدها عرفتها كما يلي: "التجارة الالكترونية تعني أي عمل من الأعمال عرض وبيع أو توفير السلع والخدمات غبر أنظمة الكمبيوتر وشبكات الاتصالات مثل الانترنت

[1]- عبد الفتاح البيومي الحجازي، مرجع سابق، ص 37.

أو أي شبكة أخرى تستخدم وسائط الإعلام الالكترونية والبصرية أو وسائل إعلام أخرى لتبادل المعلومات عن بعد"[1].

الفرع الثالث: تعريف المشرع الجزائري للتجارة الالكترونية.

كانت التجارة الالكترونية موجودة لكنها غير مقننة أي تفتقد للتنظيم وتقنين إلى غاية 2018 حيث أصدر المشرع الجزائري القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية وقد عرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية في المادة السادسة منه على أنها "... النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية"[2].

وقد عمد المشرع الجزائري في هذا القانون لبيان أطراف المعاملة التجارية الالكترونية، وحدد الإطار القانوني والحماية اللازمة لأطرافها تماشيا مع مستجدات ثورة المعلومات التي غيرت من طابع المعاملات التجارية الكلاسيكية.

ووضع شروط لأجل تنظيم وحماية هذا النوع من التجارة، وأهم هذه الشروط:

- التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية.
- إنشاء موقع إلكتروني أو صفة الكترونية للمورد مضاف إليها، com.dz.
- توفر الموقع على ما يؤكد جدية الموقع وصحته.
- إيداع اسم النطاق لدى المركز الوطني للسجل التجاري.

[1]- اتفاقية الاتحاد الإفريقي حول أمن القضاء الالكتروني وحمية البيانات ذات الطابع الشخصي، ثم اعتمادها في الدورة العادية الثالثة والعشرون لقمة رؤوساء ودول حكومات الاتحاد الإفريقي المنعقدة في ملانو، غينيا الاستوائية 27 يونيو 2014.

[2]- القانون 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، عدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ 16 مايو 2018.

المطلب الثاني: خصائص وأهمية التجارة الالكترونية وأخطرها.

تتميز التجارة الالكترونية بطابعها العالمي الذي لا يعترف فيه بالحدود ولا بالأزمنة فالنشاط التجاري الالكتروني له خصائص تميزه عن غيره من نشاط التجارة الكلاسيكية وله أهمية كبيرة في الاقتصاد والمال كما له مخاطر.

الفرع الأول: خصائص التجارة الالكترونية.

تتفرد التجارة الالكترونية بعدة خصائص تميزها عن غيرها وأهمها ما يلي:

أولا: الطابع العالمي للتجارة الالكترونية.

تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت، لا يعني الانتقال إلى المنطقة الجغرافية بعينها.

فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يمكن صاحبه التغلغل إلى الأسواق عبر العالم كله.

ثانيا: غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الالكترونية.

إتمام صفقة تجارية كاملة بداية من التفاوض ثم التعاقد ثم الدفع لقيمة السلع والبضائع وأخيرا استلامها الكترونيا، يتم دون تبادل مستندات ورقية، وهذا يهدف إلى خلق تجارة بدون أوراق[1].

ثالثا: عدم الكشف عن هوية المتعاملين.

معاملات التجارة الالكترونية قد تفصل الأطراف آلاف الأميال مع اختلاف التوقيت ونتيجة لذلك قد يؤدي الافتقار إلى المعرفة الكافية عن بعض (المتعاملين) إلى عيوب مثل تقديم

[1]- ديمش سمية، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص 44، بتصرف.

معلومات خاطئة أو استخدام بطاقات الائتمان التي سرقت أو إساءة استخدام المعلومات أثناء المعاملة، مما يؤدي إلى تفاقم مشكلة الخصوصية وسرية المعلومات[1].

رابعا: وجود وسيط الكتروني.

تتم التعاملات بين الطرفين المتعاقدين من خلال وسائط الكترونية كأجهزة كمبيوتر التي تكون موصلة بمختلف الشبكات التي تتم أساسا في شبكة عالمية مفتوحة، التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم تباعد المكان والموطن الذين يقيمون فيه[2].

خامسا: سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الالكترونية.

إن اتساع نطاق التجارة الالكترونية، والتغيرات المتسارعة التي تعرض لها أنشطتها ونظرا الارتباط بوسائل الاتصال الالكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الالكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع[3].

الفرع الثاني: أهمية التجارية الالكترونية.

إن أهمية التجارة الالكترونية لأداء التسويق وقناة للتوزيع على المستوى القومي العالمي منخفضة التكاليف تؤدي إلى العديد من الآثار المباشرة التي من شأنها زيادة القدرة التنافسية لوحدات الأعمال في البيئة العالمية، ومن ثم خلق طلب فعال على المنتجات[4].

[1]- بريكي نادين، عماري دنيا، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2023/2022، ص 14.

[2]- بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في إقصاد المعرفة، مذكر ماجستير، جامعة أم البراقي، كلية الاقتصاد، 2008/2007، ص 46.

[3]- صرع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، وهران، 2014/2013، ص 21.

[4]- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2014، ص 22-25.

أولا: دوران عجلة التنمية الاقتصادية.

زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الاستثمارات كإنشاء وحدات إنتاجية جديدة، وكذلك زيادة الصادرات كذلك توفير المواد اللازمة من التكنولوجيات التي تعمل على تطوير وجود المنتوج.

ثانيا: توفير اليد العاملة الجديدة.

تساهم في توفير العديد من فرص العمل الجديدة في جميع المجالات وبذلك زيادة الاستمارة وتوسيع الوحدات القائمة وإنشاء وحدات جديدة يتطلب المزيد من اليد العاملة.

ثالثا: منع الاحتكار.

تؤدي التجارة الالكترونية لتوافر المعلومات لكل من البائع والمشتري إلى التقليل من الاحتكار وتحويل السوق إلى سوق تنافسية تخضع للعرض والطلب لتحديد السعر.

رابعا: توفير النفقات.

ترشيد النفقات لكل من البائع والمشتري بما يتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة مما يسمح مقارنة الأسعار والجودة.

خامسا: تنشيط الصادرات والواردات.

تستطيع التجارة الالكترونية من زيادة الصادرات وتخفيض من الواردات عن طريق توافر كافة المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات وكيفية الحصول عليها خاصة في ظل التنافس في الأسواق العالمية.

سادسا: توفير الوقت والجهد.

إن المواقع الالكترونية أو الأسواق الالكترونية تفتح سبع أيام في الأسبوع كذلك خلال أربع وعشرون ساعة على أربع وعشرون أساعة، ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار لشراء منتوج معين ولا يتطلب شراء المنتوجات سوى بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية أو عن طريق التسديد عند الاستلام نقدا أو استخدام النقود الالكترونية.

سابعا: حرية الاختيار.

من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الالكترونية أن تقارن بين الأسعار ونوعية السلع والخدمات المتوفرة كذلك زيادة العديد من المواقع الاختيار الأفضل.

الفرع الثالث: مخاطر التجارة الالكترونية.

على الرغم من مزايا التجارة الالكترونية غير المحصورة إلا أنها لها مخاطر وعوائق يهدد هذا النوع من التجارة خاصة مخاطر شبكة الانترنت لكونها تكنولوجيا حديثة ورغم سلبياتها لكن هناك فوائد كثيرة ومن مخاطرها ما يلي:

أولا: صعوبة إثبات حجية المستندات الالكترونية.

يعد إثبات المستندات الالكترونية من أهم المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية، وذلك لاختلاف طبيعية المحرر الالكتروني عن مثيله التقليدي، فمن المعلوم أن قواعد الإثبات هي قواعد موضوعية وقواعد شكلية إجرائية فأما قواعد الإثبات الإجرائية فإنها تعتبر من النظام العام لأنها تتعلق بنظام تقاضي. وأما قواعد الإثبات الموضوعية فبعضها يتعلق بالنظام العام بينما غالبية تلك القواعد ليس من النظام العام. لأنها موضوعية أصلا لحماية المتقاضين، ولهذا يجوز الإتفاق مقدما على مخالفتها ولا يجوز للمحكمة أن تقضي بها من تلقاء نفسها[1].

لقد تم الإقرار في كثير من التشريعات بحجية المحررات الالكترونية ومساواتها بالمحررات التناظر الوظيفي الذي يقصد به المساواة في الحجية ما بين الكتابة والكتابة التقليدية والمثال على ذلك ما ورد في القانون الفرنسي على أن يعتد بالكتابة المتخذة شكل الكتروني كدليل شأنها شأن الكتابة على دعامة ورقية بشرط أن يكون في الإمكان ضرورة تعيين الشخص الذي صدرت منه وأن تعد وتحفظ في ظروف من طبيعتها ضمان سلامتها[2].

[1]- مصطفى منشور وسيمة، المرجع السابق، ص 63.

[2]- ضيف الله فاطمة، الغش التجاري الالكتروني في التشريع لجزائري، أطروحة دكتوراه جامعة يحي فارس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2022/2021، ص79.

ثانيا: عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين وصعوبة الوثوق فيهم.

يقصد بالوثوق في هوية المتعاقدين تلك العملية التي يمكن من خلاله التحقق من هوية الشخص الذي يمارس نشاطه عبر شبكة الانترنت مع شخص آخر مما يترتب على ذلك عدم معرفة كافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض.

وللوصول إلى المصداقية الموثوقية التوقيعات الالكترونية لكافة الأطراف، على أساس أن هذه التوقيعات تعتبر بمثابة عنصر حيوي من عناصر نجاح التجارة الالكترونية، طالما أنها مؤهلة لاكتساب نفس الشروط التي يتطلبها القانون في التوقيعات اليدوية التقليدية[1].

ثالثا: صعوبة المحافظة على سرية البيانات الشخصية.

منذ ظهور الانترنت تزايدت عمليات نقل البيانات وهو ما أثير معه كيفية توفير السرية لهذه المعومات والبيانات وحمايتها، وهذه الصعوبة تتعلق بالنواحي الفنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل ... فرغم وجود أنظمة حماية للنظام قد تتمكن من دخول نظام شبكة وإحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات الأوان[2].

[1]- مرجع نفسه، ص 79.
[2]- مصطفى منشور وسيمة، المرجع السابق، ص 65.

المبحث الثاني: مفهوم الغش التجاري الإلكتروني.

رغم إتخاذ العديد من الاحتياطات لحماية المستهلك من بعض التصرفات الاحتيالية على شبكة الانترنت غير أنه لا يزال تزايد أعداد الشكاوى من المستهلكين، لذلك سوف نقوم بتعريف الغش التجاري الالكتروني وتبيان ما يميزه من الأنظمة المشابهة له.

المطلب الأول: تعريف الغش التجاري الالكتروني.

يعتبر موضوع الغش التجاري الالكتروني من المواضيع التي انتشرت بانتشار التكنولوجيا وكذلك ظهور التجارة عبر الفضاء الافتراضي، مما جعل المختصين في مجال القانون يضفون الغش التجاري الالكتروني كجريمة، وهو ما يدفعنا لتوضيح معنى هذه الجريمة من خلال التطرق إلى مجموعة من التعاريف حولها، بالإضافة إلى تمييزها كجريمة عن بعض الجرائم التي تشابهها.

الفرع الأول: التعريف القانوني للغش التجاري الالكتروني.

قد عرف الغش التجاري الالكتروني بأنه "كل فعل أو ممارسة غير أخلاقية تستخدم فيها تقنيات المجتمع الالكتروني والعالم الرقمي وتهدف إلى تحقيق كسب مادي غير مشروع".

كما عرف أيضا بأنه: "الجرم الذي يقع خلال استخدام أجهزة الحاسب الآلي، حيث أن العملية الالكترونية التي يتم من خلالها عملية البيع والشراء يعتريها في كثير من الأحيان الغش من خلال المعلومات المقدمة من الإعلانات خصوصا مع ظهور الشركات وهمية تعمل على عرض السلع بقصد الغش والاحتيال، فما أن تقبض الثمن حتى لا تكاد تجدها في صفحات الانترنت، أو استغلال عدم قدرة المتعاقد على التمييز كأن يكون الشخص له ميل لسلعة معينة كسيارة من نوع معين فيتم تزويده بمواصفات أخرى لا يكون المشتري مدركا لها"[1].

[1]- مسعد بن حسن ميفر القحطاني، عقوبات الغش التجاري في بيئة التعاملات الالكترونية ودورها في حماية حقوق المستهلك، المجلة العربية للدراسات الأمنية، العدد 70، المجلد 33، 2017، ص 133.

كما يعرف أيضا "كل فعل عمدي إيجابي ينصب على منتوج فيكون هذا مخالفا لما وارد في النصوص القانونية والتنظيمية، التي تحدد معايير المنتوجات لكي تعد صالحة للاستهلاك فهو يتحقق بإضافة مادة غريبة عن المنتوج مما يؤدي إلى تغير وظيفته أو بانتزاع عنصر المنتوج أو إخفاء رداءته وإظهاره في صورة حسنة"[1].

ويقصد كذلك بالغش التجاري الالكتروني: "كل تعبير أو تعديل أو تشويه يقع على جوهر أو التكوين الطبيعي لمدة أو سلعة معدة للبيع، ويكون من شأن ذلك نيل خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطاء كل أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك يقصد الاستفادة من الخواص المسلوبة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن"[2].

- **تعريف الغش في التشريع المصري:**

لم يورد تعريف للغش وإكتفى بالنص الذي جرم الفعل وبين العقوبة المقررة له في قانون الغش والتدليس رقم 48 لسنة 1941 والمعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994 القواعد الخاصة بجريمة الغش التجاري والعقوبات المترتبة على ذلك بالقانون وحدد الغش بعدة حالات وهي:

- ذاتية البضاعة إذ كان ما سلم منها غير ما تم تعاقد عليه.
- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أوصفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة وبوجه عام العناصر الداخلية في تركيبتها.
- نوع البضاعة أو منشؤها أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق أو العرف أو المنشأة أو الأصل أو المصدر المسند غشا إلى البضاعة سببا أساسيا في التعاقد[3].

[1]- بوروج منال، ضمان حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير، فرع حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر، (1) كلية الحقوق، 2015، ص 185.

[2]- زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون 03/09 رسالة الماجستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص 106.

[3]- عبد الإله بن أحمد عبد المالك بن علي، الغش التجاري الالكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون جنائي، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية المملكة العربية السعودية، 2014، ص 14.

- **تعريف الغش في التشريع الفرنسي:**

يعمل المشرع الفرنسي لفظ Trumper للخداع ولفظ Falsifier للغش، ولم تورد النصوص القانونية تعريفا شاملا إلا أن الفقه أعطى للغش عدة تعريفات منها:

- الغش هو: "هو الخداع أو تزييف الحقيقة تحت رداء الخضوع بواسطة مظاهر مشاهد ومواقف وأشياء غير واضحة"، يعرف أيضا "عمل يتم بواسطة العميل يريد أن يأخذ أكثر مما كان متوقعا إما عن طريق الخطأ، أو بتغير ملامح الإنتاج، أو الخداع أو بتصنيع منتج مغشوش أو تعديل في تكوينه العام" كما يعرف الغش كذلك بأنه "عمل يهتم بتغير المادة من مصدرها الأساسي وطبيعتها الأساسية إلى شيء آخر مخالف"، بالإضافة إلى تعريفه من قبل محكمة النقض الفرنسية بأنه "يعني كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة التي لا تتفق مع التنظيم وتؤدي بطبيعتها إلى التحريف في التركيب المادي للمنتج"[1].

- **تعريف الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري:**

لم تشمل المادة 70 من قانون الحماية المستهلك وقمع الغش 03/09 المعدل والمتمم[2]. على تعريف الغش التجاري بل استبدل المشرع لفظ "الغش" بلفظ "التزوير" ويستدل على ذلك من الإحالة إلى نص المادة 431 من قانون العقوبات الخاصة بالغش، كما أن المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش استعملت لفظ الغش الذي يفضي إلى مرض أو عجز عن العمل وأحالت إلى عقوبة المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات المتعلقة كذلك بالغش.

1

[2]- نص المادة 431 ق/ع: يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من:
- يزور أي منتوج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع منتوجا يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطي للاستعمال البشري أو الحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع أو ببيع مع علمه بوجهتها، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتوج للاستعمال البشري أو الحيواني.

فالأولى بالمشرع الجزائري استعمال لفظ الغش صراحة لأنه الأنسب في مجال المنتوجات بما فيها المواد الغذائية حيث أن مصطلح "التزوير" ينصب على الأوراق والوثائق .

إن الغش حسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش ينصب على كل المنتوجات سواء كانت مواد استهلاكية أو تجهيزية باستثناء بعض المنتوجات وينطبق أيضا على الخدمات باعتبارها منتوجات حسب نفس القانون كما يمتد ليشمل المنتوجات الموجهة للاستهلاك الحيواني أيضا.

- **تعريف الغش التجاري الالكتروني كمصطلح مركب:**

لا يزال لحد الآن لا يوجد تعريف محدد لمفهوم الغش التجاري الالكتروني فقد تعددت تعريفات في المجتمع الالكتروني واختلفت تسمياته فأحيانا يطلق عليه مصطلح الاحتيال المعلوماتي أو الغش بالحاسب وفي أحيان أخرى بالاحتيال بالانترنت وغيرها إلا أنها تتفق معا على تركيزها على أن الظاهرة الإجرامية المستحدثة تتمحور رغم اختلاف أنماط السلوك الإجرامية المستحدثة حول فعل الغش أو النصب أو الاحتيال في عمليات التجارة الالكترونية.

وقد عرفت الغش التجاري الالكتروني بأنه "كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للمعطيات"، كما عرفه البعض الآخر بأنه "كل فعل أو ممارسة غير أخلاقية تستخدم فيها تقنيات المجتمع الالكتروني وتهدف إلى تحقيق كسب مادي غير مشروع".

ملاحظة في هذه التعريفات أنها اقتصرت في تعريفها للغش التجاري الالكتروني على الدافع من حيث وجود العامل المحرك للإرادة والذي يوجه السلوك الاحتيالي وهو تحقيق كسب مادي.

استخلاصا من كل ما سبق يمكننا القول بأن الغش التجاري الالكتروني في مجال التعاملات الالكترونية لا يمكن أن يتحقق إلا في حالة خداع أحد التعامل الالكتروني للآخر، وعليه يمكننا تعريف الغش التجاري الالكتروني بأنه "كل لجوء إلى التلاعب والتضليل باستخدام

وسيلة الكترونية، يؤدي إلى التحريف في التركيب المادي للمنتوج، ويتخذ النشاط المادي للغش إما شكل الإضافة أو الإنقاص، أو الاستعاضة أو التحريف"[1].

الفرع الثاني: الفرق بين الغش التجاري الالكتروني والغش التجاري التقليدي.

يعتبر الغش المرتبط بالتجارة الالكترونية أحد أشكال الجرائم الالكترونية وفي نفس الوقت يعتبر من أحد أشكال الجرائم الاقتصادية المرتبطة بالكمبيوتر، ويتم تمييز الغش التجاري الالكتروني عن الغش التجاري التقليدي بالتركيز على الدوافع وبشكل يتسق مع التطورات المعاصرة ويتكيف مع مدى السرعة الكبيرة في تطور حالات الغش في بيئة المجتمع الالكتروني[2].

- أنه لا فرق بين المستهلك الفردي أو المؤسسة أو الحكومة في تصنيف حالة الغش أو الاحتيال التجاري ومن ثم فإن كافة الأشكال المرصودة للغش التي ترتكب في حق الحكومات أو المؤسسات تعتبر غشا تجاريا.
- إن تقرير إذا ما كان أحد أشكال الجريمة أو الاحتيال غشا تجاريا يرتبط بشكل الجهة المتضررة بقد ما يرتبط بأنه نجم عن نشاط مرتبط بالتجارة وألحق خسارة بهذه الجهة المتضررة.
- إن كافة الأنشطة والمجالات التي تلحق خسائر بالأفراد والمؤسسات سواء الحكومة أو الخاصة على الانترنت تعتبر غشا تجاريا.
- إن الغش التجاري الإلكتروني يشكل نوعا خاصا من الغش التجاري الذي يرتبط بالمجتمع الالكتروني إلا أنه يتميز عن الغش التجاري التقليدي في أنه قد يرتكب بحق مؤسسات الأعمال والحكومات.
- إن البيئة العالمية تعج حاليا بالعديد من أشكال الجرائم الالكترونية وقد اتضح من تحليل أشكال الخدمات والمنافع الالكترونية وأيضا تحليل أشكال الغش في المجتمع الالكتروني أن هناك ارتباطا كبيرا وبارزا بين شكل الخدمة أو المنفعة الالكترونية الجديدة وبين الغش الالكتروني.

[1]- ضيف الله فاطمة، مرجع سابق، ص 21.

[2]- ضيف الله فاطمة، د-علياني محمد، الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 06، العدد 04، لسنة 2021، ص 440.

ولما كانت هذه الخدمات والمنافع متجددة ومتطورة بشكل متسارع، فإن تحديد أشكال الغش التجاري المحتملة في المجتمع الالكتروني يعد مهمة في غاية الصعوبة، وبالتالي فإن عملية مكافحته قد تكون بمثابة المستحيل على الأقل في المراحل الأولى لحدوثه.

إن هناك فجوة بين حالات الغش الحادثة وبين جهود المكافحة ويمكن تفسير هذه الفجوة بنوعين من الصعوبات، هما صعوبة رصد حالاته وإثباته وصعوبة اكتشاف وسد الثغرة التي نجم عنه[1].

الفرع الثالث: تمييز الغش التجاري عما يشابهه.

يعد الغش التجاري من الظواهر السلبية التي تهدد نزاهة التعاملات التجارية وينعكس آثارها على المستهلك ونظرا لتشابه بين الغش في التجارة مع تصرفات قد تبدو قريبة منه لكنها تختلف في الجوهر المضمون القانوني مثل الغش المدني والتدليس وغيرها.

- **التمييز بين الغش التجاري عن التدليس:**

يعرف التدليس بأنه "استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه للتعاقد"، حيث أن التدليس هو غلط يتسبب فيه شخص بقيامه بإخفاء الحقيقة من أجل دفع الشخص إلى التعاقد يقوم التدليس على عنصرين الأول معنوي وهو نية التضليل والخداع والثاني مادي وهو الغش بطرق احتيالية تؤدي إلى إبرام العقد، نستنتج من ذلك أن الغش الذي يقع عند تكوين العقد يسمى تدليسا إذا كان دافع إلى التعاقد[2].

لكن رغم هذا التداخل القائم بين الغش والتدليس إلا أنه يختلفان في مجموعة من النقاط حيث أن التدليس يكون أثناء إبرام العقد أما الغش فهو عمل يعمد إليه الشخص بقصد الإضرار بحقوق شخص آخر بعد تكوين العقد.

[1]- ضيف الله فاطمة، د-علياني محمد، المرجع نفسه، ص 441.
[2]- ضيف الله فاطمة، المرجع نفسه، ص 24.

كما يعتبر الغش أوسع نطاقا من التدليس ذلك أن هذا الأخير هو عيب يصيب إرادة المتعاقد عند تكوين العقد في حين أن الغش قد يقع خارج دائرة العقود كما يقع فيها أيضا.

يختلف الغش عن التدليس أيضا من حيث الأثر، حيث يترتب على ثبوت التدليس جواز إبطال العقد إذا كانت التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد، وهذا حسب المادة 86 الفقرة 1 من القانون المدني الجزائري أما الغش التجاري فيعاقب عليه عقوبة جنائية ذلك أن الغش جريمة يعاقب عليها قانون العقوبات في المواد 429 إلى 435 مكرر 1.

- **تمييز الغش التجاري عن التقليد:**

يعرف التقليد بحسب نص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية بأنه إعادة إنتاج غير قانوني للمنتجات الأصلية وانتهاك الحقوق الاستشارية لصاحب الملكية الفكرية[1].

فالتقليد يمس كل الأشياء التي لها قيمة، فهو يشمل العديد من المجالات منها النقود والأختام والدمغات والأوراق المالية، كما يشمل الملكية الفكرية والصناعية، عكس الغش التجاري الذي يشمل موضوعه أغذية الإنسان والحيوان والمواد الطبية والفلاحة[2].

كما أن التقليد هو تعبير العناصر الأساسية للعلامة الأصلية سواء من حيث طبيعتها أو تركيبها، أو وضع علامة مشابهة.

لها بحيث تظهر للعيان على أنها حقيقية. أما الغش فيكون بتغيير طبيعة الشيء المدخل في المنتوج والذي يشترط أن يكون أقل جودة ولا يشترط القانون تغيير طبيعة المنتوج أو السلعة يكفي أن تكون قد زيفت.

[1]- أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة دكتوراه، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2018، ص 391.
[2]- أنظر المادة 26 من الأمر 06/03، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلاقات التجارية، جريدة الرسمية عدد 44 الصادرة في 23 جوويلية 2003.

فجريمة التقليد تختلف عن جريمة الغش من حيث الأركان فالركن المادي في جريمة التقليد يمكن في إثبات فعل من أفعال التقليد ووضعها على المنتوج بسوء النية، بينما الركن المادي لجريمة الغش ينحصر في إيهام المستهلك وإلباس الشيء مظهرا يخالف ما هو عليه[1].

- **تمييز الغش التجاري عن الخداع:**

يعرف الخداع بأنه القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته وإلباس مظهر يخالف ما هو عليه في الحقيقة.

وحسب نص المادة 429 من قانون العقوبات[2] فإن الخداع قد يكون في طبيعة السلعة أو في خصائصها ومكونتها أو في نوع السلعة أو مصدرها أو كمية الأشياء والمسلمة أو هويتها.

1- من حيث الموضوع:

جريمة الغش تقع على الجوهر أو التكوين لمادة أو سلعة معدة للبيع وذلك للاستفادة من طبيعتها وخواصها، أما جريمة الخداع فهي جريمة تقع على المتعاهد وذلك بغرض تظليله عن طريق الكذب حول حقيقة السلعة وبالتالي يكون تصور خاطئا في ذهنه حول طبيعة ونوعية السلعة التي كان يعتقدها والتي تؤدي به إلى التعاقد بحيث يستلم سلعة غير تلك التي تما الإتفاق عليها ويترتب عن ذلك أن الخداع يتطلب وجود عقد أما الغش فلا ينطلب ذلك[3].

[1]- فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة ماستر تخصص قانون جنائي الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2013، ص 22.

[2]- أنظر المادة 429، من الأمر 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1996، المتضمن قانون العقوبات الجريدة الرسمية العدد 49 المؤرخة في 11 جوان 1996، معدل ومتمم.

[3]- طبيب ولد عمر، النظام القانوني للتعويض عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل أطروحة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2010، ص 253.

2- من حيث النطاق:

يعتبر الخداع أوسع وأشمل من الغش بحيث يتسع ليضم كل أنواع السلع والبضائع مهما كانت طبيعتها والتي تستعمل في مجالات مختلفة، أما الغش فيقتصر على المواد والسلع الموجهة لأغذية الإنسان والحيوان والمواد الفلاحية والأدوية الطبية[1].

3- من حيث غاية المشرع:

يكمن هدف المشرع من تجريم الغش هو حماية المصلحة العامة والمحافظة على أمن وسلامة المستهلك، أما الهدف من معاقبة الخداع هو المحافظة على العقود والاتفاقات من النزاعات التي تطرأ بين الأفراد وحماية الثقة في التعامل وضمان سلامة العقود المبرمة بين المتعاقدين كذلك حماية المستهلك جزائيا من خلال ضمان الوقاية من المخاطر الناتجة عن عدم المطابقة[2].

المطلب الثاني: خصائص وأشكال الغش التجاري الالكتروني.

تتزايد ظاهرة الغش التجاري الالكتروني وبذلك تهلك التجارة الالكترونية وثقة المستهلكين، لذلك سوف نسعى إلى بيان خصائص الغش التجاري الإلكتروني (الفرع الأول) والوقوف على أشكاله (الفرع الثاني).

الفرع الأول: خصائص الغش التجاري الالكتروني.

يتميز الغش التجاري الالكتروني بخصائص تميزه عن الغش التجاري التقليدي، فيما يلي تلك الخصائص بشيء من التفصيل:

أولا: الطابع الدولي للغش التجاري الالكتروني واتساع مجاله.

تتضمن التعاملات الالكترونية التلاقي الجماعي بين عدة أطراف بحيث يمكن لأحد أطراف التعامل إرسال رسالة إلى عدد لانهائي من المستقبلين في الوقت نفسه ودون الحاجة

[1]- محمود بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 319.

[2]- عميروش سارة، بالة ليندة، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش التجاري، مذكر ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2020/2019، ص 20.

لإعادة إرسالها كل مرة، وهو يوفر إمكانية بلا حدود للتفاعل الجماعي بين الأفراد وهو شيء غير مسبوق في أي من التعاملات التقليدية.

ثانيا: غياب المستندات الورقية في الغش التجاري الالكتروني.

أهم الخصائص التي تميز التعاملات الالكترونية هي أن جميع العمليات التي تتم من طرفي المعاملة تتم الكترونيا دون استخدام أي ورقة لأي إجراءات وتنفيذ التعامل، وبالتالي تصبح الرسالة الالكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوب أي نزاع بينهما.

ثالثا: عدم التيقن من هوية مرتكب الغش التجاري في التعاملات الالكترونية.

السمة الرئيسية التي تهيمن على التعاملات الالكترونية اعتمادها على تقنية حديثة ومتطورة لتذليل أي عقبات مادية أو قانونية ففي عقود التعاملات الالكترونية لا يكون هناك مجلس عقد بالمعنى التقليدي، فمجلس العقد الالكتروني مجلس إفتراضي فقد يكون أحد طرفي التعامل في مكان يبعد عن الآخر بآلاف الأميال وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين كل من طرفي التعامل، ونتيجة لغياب العلاقات المباشرة بين أطراف التعامل كان هناك وسيط الكتروني بين تلك الأطراف وهو جهاز الكمبيوتر أو البرنامج المتصلة بشبكة اتصالات دولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الكترونيا لكل أطراف التعامل في اللحظة ذاتها على الرغم من انفصالهم مكانيا[1].

الفرع الثالث: أشكال الغش التجاري الالكتروني.

لقد أثبتت الدراسات أن الغش الالكتروني قد يحدث على عدة أشكال لهذا سوف نركز على الأشكال الشائعة المرتبطة بالتجارة الالكترونية في ما يلي:

أولا:الغش في المزادات الالكترونية.

أصبحت مزادات الانترنت أحد أكثر قطاعات الأعمال الالكترونية انتشارا وامتهن الكثير عملية البيع والشراء عبر الانترنت من خلال المزادات الالكترونية حيث يتمكن التجار من

[1]- ضيف الله فاطمة، الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 27-28.

عرض منتوجاتهم، كما يستطيع العملاء شراء ما يحتاجونه بأسعار منخفضة ويعد الحضور في البيع بالمزاد العلني حضورا افتراضيا[1].

ثانيا: الغش في الأسهم.

يستخدم الانترنت حاليا بشكل أكثر تنظيما في كافة أنشطة الشركات التي تتسع من مجرد تقديم العروض والتجارة في الأسهم ومن أهم الغش بالأسهم نشر معلومات خاطئة لجذب المستثمرين أو التلاعب بأسهمهم.

ثالثا: الغش في التحصيل.

قد تتجه الأعمال إلى تنفيذ أنشطة المشتريات والغش إلا أن في الفترة الأخيرة توجهت الشركات إلى التوثيق الالكتروني، إلا أنها تنتابها بعض المخاطر لعدم وجود رقابة داخلية، فالبريد الالكتروني ومواقع الانترنت قد يتم التلاعب بها خلال تضمينها تفاصيل خادعة.

رابعا: الاحتيال الهرمي.

يعتبر الاحتيال الهرمي من أبرز أشكال الاحتيال التي برزت في البيئة العربية خلال السنوات القليلة الأخيرة وهو عبارة عن برامج تسويقية واستثمارية احتيالية يتم بموجبها مكافأة المشاركين عند إقناعهم الأشخاص الآخرين بالانضمام لهذه البرامج التسويقية وبشكل أساسي فإن الهرم يتشكل عند قيام شخص أو مجموعة من الأشخاص (شركة مثلا) جمع الأموال من مجموعة الأشخاص على شكل (اشتراك لمرة واحدة فقط) والطلب من هؤلاء الأشخاص جمع الأموال من أصدقائهم بإقناعهم بالمشاركة في هذه البرامج وهكذا تبدأ الحلقة الأولى من الاحتيال ويتم منح الوعود للمشاركين بحصولهم على عوائد مالية مجزية والترقية في الهيكل التنظيمي لمثل هذا المشروع التسويقي مقابل إقناعهم لأشخاص آخرين بالاشتراك[2].

[1]- إلهام شريط، مساهمة مضامين اليوتيوب في التوعية من الغش التجاري الالكتروني، مذكرة ماستر جامعة عمار ثليجي، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، الأغواط، 2024/2023، ص 37.

[2]

خامسا: الغش المرتبط بوسائل التعريف.

لما كانت التجارة الالكترونية تتم بين أطراف تقع في دول مختلفة فإنها تتضمن كافة المخاطر التقليدية المصاحبة لعمليات التجارة الدولية، بل أنه في حالة إتمام الصفقة على الانترنت تكون تلك المخاطر أكثر صعوبة في التعريف وتحديد موقع الطرف الآخر ومن ثم أكثر صعوبة لنقل الرقابة القانونية لموقع أو دولة الطرف الآخر.

سادسا: الغش في بطاقات الائتمان.

إن بطاقات الائتمان هي بطاقات التي تنحصر دورها في كونها أداة للوفاء بثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها حاملها من بعض التجار المقبولين من الجهة التي أصدقت هذه البطاقة وأيضا عقد يتعهد بموجبه مصدر البطاقة بفتح إعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص معين وهو حامل البطاقة لكي يستطيع شراء ما يريده والوفاء بذلك يسعى هذا الجزء للوقوف على أبرز الأشكال الشائعة للغش المرتبط بالتجارة في المجتمع الالكتروني، وذلك من خلال مسح بعض أهم الدراسات التي تعرضت لتضيف هذه الأشكال[1].

سابعا: الغش في عمليات التجارة التي تتم بالاتصال المباشر على الخط.

رغم تحسينات السرعة والكفاءة التي تقدمها التقنيات المرتبطة بالانترنت للتعاملات التجارية إلا أنها تخلف أيضا مخاطر تجارية جديدة ومتعددة، فغالبا ما تتيح عنصر السرعة في إجراء الصفقات ومن ثم الحصول على دليل مؤكد على أهمية الموضوع أو تعريف كافي للطرف الآخر في الصفقة، وأحيانا لا يكون بالإمكان تشغيل أو فرض عمليات الرقابة الداخلية الضرورية لمنع حدوث الغش الذي يحدث في التعاملات التجارية وعلى الانترنت والتي يتم فيها بناء الاتفاقيات والدفع في آن واحد بشكل متزامن، فضلا على التعاملات الالكترونية، تنطوي على قدر من الخسائر ينجم غياب المعلومات التي تتاح بسهولة في الصفقات التقليدية والتي ترتبط بالخصائص الاجتماعية وسمات الأعمال الرئيسية سواء للبائع أو المشتري والتي تستخدم لتوفير المصداقية والثقة في التعاملات التجارية.

[1]- مرجع نفسه، ص 38.

لما كانت التجارة الالكترونية تتم بين أطراف تقع في دول مختلفة فإنها تتضمن كافة المخاطر التقليدية المصاحبة لعمليات التجارة الدولية بل أنه في حالة إتمام الصفقة على الانترنت تكون تلك المخاطر أكثر صعوبة في التعريف وتحديد مع موقع الطرف الآخر ومن ثم أكثر صعوبة لنقل الرقابة القانونية لموقع أو دولة الطرف الآخر[1].

[1]- ضيف الله فاطمة، الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 29.

الفصل الثاني

الآليات المدنية والجنائية والإجرائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني

المبحث الأول: الآليات المدنية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

أوجد المشرع الجزائري آليات ردعية صارمة للتصدي لهذا الغش التجاري فوسع المجال للقواعد العامة الواردة في القوانين المدنية والتجارية (المطلب الأول) واستعان أيضا بمجموعة من القوانين الخاصة تكفل حماية المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول: آليات مكافحة الغش التجاري في القواعد العامة.

أجاز المشرع الجزائري للمستهلك الذي شاب إرادته عيب من عيوب الإرادة اللجوء للقضاء ورفع دعوى ضمان العيوب الخفية، وكذلك طلب التعويض عن الأضرار الناتجة عن إخلال المنتج بالمسؤولية المدنية له على المنتجات المعيبة.

الفرع الأول: عيوب الإرادة الموجبة لإبطال العقد الإلكتروني.

تضمن القانون المدني عيوب الإرادة وهي: الغلط وقد تناولته المادة 81 والتدليس المادة 86، والإكراه المادتين 88 و89 والاستغلال المادة 90، والتي سنتناولها بالتفصيل كما يلي:

أولا-الغلط: لم يعرفه المشرع الجزائري الغلط كعيب من عيوب الإرادة بل ترك ذلك للفقه والقضاء، وقد عرفه على أنه: "وهم يقع فيه الشخص يدفعه إلى التعاقد"[1].

شروط الغلط المعيب للإرادة:

باستقراء المادة 82 الفقرة 1 من القانون المدني يعتبر الشرط الوحيد لاعتبار الغلط عيبا من عيوب الإرادة هو أن يكون جوهريا يعتبر ذلك إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط ، هكذا فإن المشرع الجزائري يخضع مسألة جوهرية الغلط أو عدم جوهريته للشخص الذي وقع فيه، ويعتبر الغلط جوهريا إذا كان هو الدافع الأساسي وراء التعاقد ومن صوره أن يقع الغلط في صفة الشيء محل التعاقد أي في صفة ذلك المنتوج، حيث يتبين أنه لولا الغلط لما أقدم المستهلك على إبرام العقد[2].

أما المادة 82 الفقرة 2 أعطتنا الحالات التي يكون فيها الغلط كذلك جوهريا بمعنى:

-الغلط في الصفة الجوهرية للشيء محل العقد.

-الغلط في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته.

-الغلط في القانون.

إذن يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب من القضاء إبطاله وفقا للمادة 81 من القانون المدني، ويقع عبء إثبات الغلط وفقا للمبادئ العامة على من يدعيه بإثبات بأنه الغلط الجوهري بجشامته هو الذي دفعه للتعاقد، ويظهر أن البطلان الذي يظهر من عيب غلط هو بطلان نسبي.

[1]-بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء1، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص103.

[2]-المرجع نفسه، ص103.

ثانيا -التدليس:

لم يعرفه المشرع الجزائري واكتفى فقط بالأثر المترتب عليه، حيث نصت المادة 86 من القانون المدني على أنه :"لايجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد".

-يتقارب التدليس مع الغلط ذلك أن الغلط توهم تلقائي أما التدليس فهو توهم بفعل شخص آخر[1].

وشروط التدليس المعيب للإرادة، هي:

-استعمال الحيلة والطرق الاحتيالية.

-أن يكون الاحتيال كافيا لإبرام التصرف.

-أن يصدر التدليس من المتعاقد الآخر.

ثالثا -الإكراه:

تناول المشرع الجزائري في المادة 86 من القانون المدني الإكراه كعيب من عيوب الإرادة على أنه :"ضغط يتعرض له المتعاقد فيولد في نفسه الرهبة أو خوفا يحمله على المتعاقد".

أي إرادته لم تتمتع بالحرية الكاملة عند إبرام العقد نتيجة الضغط الذي مورس عليه والخوف الذي تولد عنه.

كما تنص المادة 88 الفقرة 1 من القانون المدني على أنه :" يجوز إبطال العقد للإكراه إذا تعاقد شخص تحت سلطان رهبة بين بعثها المتعاقد الآخر في نفسه بدون حق.

وشروط الإكراه المعيب للإرادة هي:

-استعمال وسائل الإكراه تهدد بخطر جسيم محدق.

-الرهبة في النفس الدافعة للتعاقد.

رابعا-الاستغلال:

يعرف الاستغلال بأنه عبارة عن استغلال أحد المتعاقدين لحالة الضعف التي يوجد فيها المتعاقد الآخر للحصول على مزايا ولا تقابلها منفعة لهذا الأخير"[2].

من خلال المادة 90 من القانون المدني فإنه يشترط لاعتبار الاستغلال عيبا من عيوب الإرادة الشروط التالية:

-عدم التعادل بين ما يحصل عليه المتعاقد وما يلتزم به.

-استغلال ضعف معين في المتعاقد المغبون.

الفرع الثاني: دعوى ضمان العيوب الخفية كآلية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني.

يتعاقد المستهلك مع المورد الإلكتروني من أجل شراء منتج معين يفترض أنه خال من العيوب، ولو كان يعلم ما به من عيوب لما تعاقد على شرائه، وسنحاول تعريف العيب الخفي والتعرض على شروطه.

[1]-المرجع نفسه، ص103.

[2]-بلحاج العربي، المرجع السابق، ص127.

أولا: تعريف العيب الخفي.

لم يرد تعريف خاص بالعيب الخفي في القانون المدني الجزائري لكن حسب المادة 379 منه "هو عدم اشتمال المبيع على الصفات المتفق عليها وقت التسليم أو عيب ينقص من قيمة الشيء أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصود منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعة أو استعماله فيكون ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها..."[1].

ثانيا: شروط العيب الخفي:

اشترط المشرع توفر شروط معينة هي:

-شرط القدم.

-شرط الخفاء

-شرط التأثير

-شرط عدم علم المشتري بالعيب.

ثالثا: المسؤولية عن المنتوج المبيع.

بالرغم من أن دعوى ضمان العيوب الخفية تهدف إلى تحقيق حماية يرجع ذلك أساسا في الأجل القصير لممارسة هذه الدعوى كما نصت المادة 383 من القانون المدني على أن :"تسقط بالتقادم دعوى الضمان بعد انقضاء سنة من يوم تسليم المبيع، حتى ولو لم يكتشف المشتري العيب إلا بعد انقضاء هذا الأجل، مالم يلتزم البائع بالضمان لمدة أطول"، والمعلوم أن الآثار والنتائج الخطرة للعيوب الخفية في بعض المنتوجات قد لاتظهر إلا بعد مدة طويلة، من جهة أخرى يبقى عبء إثبات العيب وخفاءه وقدمه على عاتق المستهلك المشتري بالإضافة أن الاستفادة من دعوى العيوب تبقى منحصرة فقط في الإطار التعاقدي، أي أنها مقررة لمصلحة المتعاقد فقط وفق المسؤولية العقدية في حين أن آثار العيوب تتعدى الإطار التعاقدي[2].

الفرع الثالث: استبعاد الشروط التعسفية من العقود الإلكترونية كآلية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني.

في ظل التغيرات الاجتماعية والاقتصادية الحديثة، وما نجم عنها من تركز قوي الإنتاج بيد أشخاص محددين بشكل احتكاري، بالإضافة إلى التقدم في الطابع الفني للسلع والخدمات يجعل المستهلك يجهل حتى كيفية المحافظة عليها وكيفية استعمالها، وهذا بالإضافة إلى ظهور صيغ تعاقدية جديدة لم تكن معروفة من قبل، كل هذه العوامل أدت إلى ظهور اختلال التوازن العقدي، بحيث أصبحت العقود تبرم بإمضاء وثيقة معدة سلفا (عقد نموذجي) حيث أصبح المتدخل الطرف القوي في العلاقات التعاقدية يدرج في العقد مجموعة من الشروط التي تكون مجحفة في حق المستهلك الذي يمثل الطرف الضعيف في العقد، وهذه الشروط تعرف

[1]-الحدي يمينة، موفقي عواطف الالتزام بضمان العيوب الخفية في عقد البيع، مذكرة ماستر جامعة الجلفة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2019-2020، ص16.

[2]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص152.

بالشروط التعسفية، ومن أجل الإحاطة بهذه الشروط لابد من التطرق إلى مضمون الشروط التعسفية ومعايير تحديدها[1].

أولا: تعريف الشرط التعسفي.

المشرع الجزائري لم يدرج تعريف الشرط التعسفي في القانون المدني، لكن بالرجوع إلى القانون 02/04 الصادر بتاريخ 23-06-2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ذكر تعريف الشرط التعسفي وذلك من خلال المادة الثالثة الفقرة الخامسة منها على أنه :" كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"[2].

من خلال التعريف نستنتج أن المشرع الجزائري لم يتطرق على غرار باقي التشريعات إلى تعريف الشروط التعسفية ضمن القانون المدني بل تطرق لها ضمن القوانين الخاصة وذلك بإصدار القانون المحدد للممارسات التجارية في الفقرة الخامسة من المادة الثالثة.

قد تدخل المشرع الجزائري لتحديد نطاق الشروط التعسفية تشريعيا وذلك بموجب القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وكذا المرسوم التنفيذي رقم : 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم، غير أن هذا التحديد غير شامل لمختلف الشروط التعسفية ، مما يستدعي الأمر تحديد العقود التي تشمل على الشروط التعسفية من خلال الشرط التعسفي[3].

ثانيا: صور الشرط التعسفي الوارد في القانون رقم 04-02.

أوردت المادة 02 من القانون 04-02 ثمانية صور للشرط التعسفي هي:

1-الشرط الذي يتيح للبائع أخذ حقوق و/أو امتيازات لاتقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.

2-الشرط الذي يتيح للبائع فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود في حين يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.

3-امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتوج المسلم أو الخدمة دون موافقة المستهلك.

4-الشرط الذي يتيح للبائع التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية التعاقدية.

5-الشرط الذي يتيح للبائع إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.

---

[1]-هاجر حجودي، عبد الحميد دبار، الشروط التعسفية في العقود، مذكرة ماستر، جامعة قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2023-2024، ص8.

[2]-المادة 03 الفقرة من القانون 04-02 المؤرخ في جمادى الأولى عام 1425، الموافق ل 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد45، المؤرخ في 27-06-2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، عدد 46، الصادر في 12 أوت 2010.

[3]-هاجر حجودي، عبد الحميد دبار، المرجع السابق، ص16.

6-الشرط الذي يتيح للبائع رفض حق المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.

7-الشرط الذي يتيح للبائع التفرد بتعبير أجال التسليم المنتوج أو آجال تنفيذ الخدمة.

8- الشرط الذي يتضمن تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية بمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

ثالثا: صور الشرط التعسفي الوارد في المرسوم التنفيذي رقم 06-306.

بالإضافة إلى ماورد في نص المادة 29 من القانون02-04 من صور الشرط التعسفي فقد أضافت المادة 05 من المرسوم التنفيذي 06-306 إثنا عشر بندا اعتبرته تعسفيا وتتمثل هذه الأخيرة فيما يلي:

1-تقليص العناصر الأساسية للعقود المذكورة في المادتين 2 و3 من ذات المرسوم.

2-الاحتفاظ بحق تعديل العقد أو فسخه بصفة منفردة بدون تعويض للمستهلك.

3-عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ العقد غلا بمقابل دون تعويض.

4-التخلي عن المسؤولية بصفة منفردة بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو غير الصحيح لواجباته.

5-النص في حالة الخلاف مع المستهلك على تخلي هذا الأخير عن اللجوء إلى وسيلة طعن ضده.

6-فرض بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد.

7-الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من طرف المستهلك في حالة ما إذا امتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في التعويض في حالة ما إذا تخلى العون الاقتصادي هو بنفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه.

8- تحديد مبلغ التعويض الواجب دفعه من طرف المستهلك الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته دون أن يحدد مقابل ذلك تعويضا يدفعه العون الاقتصادي الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته.

9-فرض واجبات إضافية غير مبررة على المستهلك.

10-الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب بغرض التنفيذ الإجباري للعقد دون أن يمنحه نفس الحق.

11- يعفي نفسه من الواجبات المترتبة عن ممارسة نشاطه.

12-يحمل المستهلك عبء الواجبات التي تعتبر مسؤوليته[1].

فهذه الشروط المحددة في هذا المرسوم منها ما يتعلق بتكوين العقد ومنها الشروط التعسفية المتعلقة بآثار العقد.

[1]-هاجر حجودي، عبد الحميد دبار، المرجع السابق، ص ص 17-18.

كما أتى المرسوم التنفيذي رقم 06-306 بشروط متعلقة بانحلال العقد في فقرة وحيدة وهي الواردة في المادة 05 من هذا المرسوم والمتمثل هذا الشرط في عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ العقد إلا مقابل دفع التعويض.

فأخذ المشرع بنظام القوائم السوداء لأنه اعتبر الشروط المذكورة في هذه القائمة شروطا تعسفية ممنوعة بقوة القانون ملزمة للمتدخلين في علاقاتهم بالمستهلكين وملزمة للقاضي دون تحميل المستهلك عبء إثباتها[1].

الفرع الرابع: المسؤولية المدنية للمنتج على المنتجات المعيبة كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

تعد المسؤولية المدنية الناتجة عن المنتجات المعيبة إحدى أنواع المسؤولية، وصور خاصة من صور المسؤولية المدنية عن الإهمال والتعدي، إذا كان تطور المنتوجات يحقق المنفعة والرفاهية فإنه أصبح مصدر تهديد لأمنه وسلامته الجسدية والممتلكات للمستهلك[2]، لذا وجب تعريفها وبيان شروطها.

أولا: تعريف المسؤولية المدنية للمنتج.

تعرف المسؤولية المدنية على أنها :"الإلتزام الذي يقع على الشخص للتعويض الذي تسبب فيه الآخرين بفعلته أو من خلال تصرفات الأشخاص أو الأشياء التي يكون مسؤولا عنها"، ومن جهة أخرى مسؤولية المنتج المدنية هي تلك المسؤولية التي تنشأ في حق هذا الأخير نتيجة الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، أو ذات الطبيعة الخطرة على المستهلك أو المستخدم أو المالك، سواء كانت هذه الأضرار لحقت بالأشخاص أو الأموال، وسواء كانت تربط المتضرر علاقة تعاقدية مع المنتج أو كانت له علاقة أخرى مع الغير.

يمكن القول أنها مسؤولية موضوعية تستند على الضرر الناجم عن المنتج المعيب المطروح للتداول دون النظر لسلوك المتسبب في الضرر.

كرس المشرع الجزائري بمقتضى القانون رقم 05-10 [3]المعدل والمتمم للقانون المدني حالة جديدة للمسؤولية المدنية والتي هي : المسؤولية المدنية للمنتج، وذلك بموجب المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري، التي نصت على :" أن المنتج يكون مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه، حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية"[4].

ثانيا: شروط مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة.

1-وجود عيب في المنتوج:

[1]-منيرة جربوعة، آليات حماية المتعاقد من الشروط التعسفية، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الثاني، ص199.

[2]-نوران أيهم عبد الجليل اللهيباوي، ماهية المسؤولية المدنية الناتجة عن المنتجات المعيبة، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 70، العدد3، ص2024.

[3]-القانون 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المتعلق بتعديل القانون المدني الصادر في 26 يونيو 2005، الجريدة الرسمية رقم 44.

[4]-سارة بومعزة، أماني سعدي، المسؤولية المدنية للمنتج، مذكرة ماستر جامعة قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2022-2023، ص06.

اشترطت المادة 140 مكرر الفقرة الأولى من القانون المدني، لتحقيق مسؤولية المنتج أن يكون الضرر الحاصل نتيجة عيب في المنتوج فإن المشرع الجزائري اكتفى بذكره دون أن يعرفه أو يذكر العناصر التي يقدر من خلالها.

بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش، يمكن تعريف العيب في المنتوج بأنه :"عدم مطابقة المنتوج للمواصفات والمعايير التي وضعها القانون من الناحية التقنية للمنتوج".

يقصد من هذا التعريف أن العيب هو عدم اتخاذ الاحتياطات المادية اللازمة فيما يتعلق بتعبئة المنتجات أو تغليفها، إهمال التأكد من سلامة المواد الأولية الداخلة في تركيبة المنتوج، ولا يعتبر عيبا في المنتوج مثلا انتهاء مدة الصلاحية.

2-حصول الضرر:

فإذا انتفى الضرر فلا مسؤولية ولا تعويض وهذا قاعدة لا استثناء لها.

فالأضرار التي تعوض في إطار المسؤولية قد يكون الضرر الناشئ عن عيب المنتوج ضرر ماديا أو جسميا أو ماليا، أومعنويا[1].

المطلب الثاني: آليات مكافحة الغش التجاري الإلكتروني المستحدثة في القوانين الخاصة.

ينجذب المستهلك للمنتوج بسبب الإشهارات التجارات القائمة على الإدعاءات الإغراءات والتي تكون في الأغلب مظللة .

لإحاطة المستهلك الإلكتروني بالحماية المطلوبة سنركز على الإلتزام بالإعلام وحظراللإعلانات المظللة وحماية العلامة التجارية والتصديق اللإلكتوني والتوقيع الإلكتروني وكذلك ضمان حق المستهلك الإلكتروني في الرجوع عند تنفيذ العقد..

الفرع الأول: التزام بالإعلام كآلية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني.

أهم الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية هي التزام بالإعلام سوف نحاول وضع تعريف له، وبيان شروطه.

أولا: التعريف التشريعي للالتزام بالإعلام

من الناحية الاصطلاحية فالإعلام هو الإخبار أو الإخطار بواقعة أو حدث معين لم يكن معروفا، بحيث يجب على الطرف الأكثر دراية إبلاغ الطرف الآخر بالبيانات المتعلقة بالوضع.

نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض لتعريف محدد ومستقل للالتزام للإعلام الالكتروني، غير أنه يمكن استنتاج ذلك من خلال استقراء نص المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك تنص المادة كما يلي:"إعلام حول المنتوجات: كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أية وثيقة أخرى مرفقة به، أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق

[1]-بلهور فاطة الزهراء، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الثالث، ديسمبر 2017، ص85.

التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي"، يتضح من نص المادة أن المشرع قد ألزم المحترف أن يقدم للمستهلك كل المعلومات المرتبطة بالمنتوج الموضوع للتداول بغض الاستهلاك سواء كان هذا الأخير خدمة أو سلعة كما لم يحدد الوسيلة التي بواسطتها يتنفذ هذا الالتزام ن حيث فتح الباب أمام المحترفين لاستخدام أية وسيلة سواء كانت تقليدية الاتصال الشفهي أو معاصرة تعتمد على تقنيات الاتصال الحديث[1].

كذلك نصت المادة 17 من القانون 09-03 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم على :"يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه اللاستهلاك بواسطة الوسم وضع العلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة تحدد شروط وكيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم كذلك المادة 18 من نفس القانون على إلزامية إعلام المستهلك التي نصت على أنه :"يجب أن تحدد بيانات الوسم بطريق الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم عن المستهلكين بطريقة مرئية مقروءة ومتعذر محوها.

بإصدار المشرع الجزائري القانون التجارة الالكترونية 18-05 نجد أنه قد نص على الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، إذ ألقى على عاتق المورد الالكتروني مسؤولية إعلام المستهلك بكل الشروط التعاقدية بكل المعلومات والمواصفات الخاصة محل الطلب حسب المواد 11،12، 13 من القانون رقم 18-05[2].

ثانيا: شروط الالتزام بالإعلام.

يشترط لقيام الإلتزام قبل التعاقد شرطان أولهما علم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع، وثانيهما جهل المستهلك بمثل هذه المعلومات جهلا مشروعا وهذا ما سنتطرق إليه.

1-الشرط الأول: علم المحترف بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع موضوع العقد.

يقصد بعلم المحترف هنا ليس فقط العلم بالبيانات والمعلومات للمنتج محل التعاقد إنما كذلك العلم بأهميتها.

وبدور المؤثر الفعال في تكوين رضا المستهلك، وقد يصعب حصر وتحديد كافة البيانات والمعلومات التي يتعين على المحترف الإفصاح عنها إلى المستهلك، ولكن يجب معرفته هو المعلومات أو البيانات والخصائص الأساسية والسمات الجوهرية للسلع والخدمات التي يسعى للتعاقد بشأنها، لهذا فإن التاجر يقع عليه التزام ، وليس فقط تقديم البيانات والمعلومات وإنما الالتزام بإعلام المستهلك بكل بيان يهمه أن يعرفه.

من البيانات التي يلتزم التاجر بإعلام المستهلك بها قبل إبرام عقد الاستهلاك الالكتروني، تلك التي تتعلق بالحالة القانونية للمبيع محل التعاقد، ومن ثم يلتزم التاجر بإعلام المستهلك قبل التعاقد بالحقوق العينية التي تثقل الشيء المبيع، كحق الملكية وحقوق الارتفاق والامتياز والإنتفاع والحجز والرهن.

[1]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص174.
[2]-المرجع نفسه، ص175.

2-الشرط الثاني: جهل المستهلك بمثل هذه المعلومات جهلا مشروعا.

لتحقيق التزام التاجر قبل التعاقد بالإعلام بمعنى توفر شرط جهل المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع التعاقد وهذا الجهل يضع التزاما على المحترف في مجال عقود الاستهلاك الالكترونية بتهديد المستهلك قليل الحذر المعرفة ليحيطه علما كاملا ليشمل موضوع التعاقد من معلومات هامة وجوهرية تكفل له إبرام العقد في ظل إرادة حرة واعية ومستنيرة[1].

الفرع الثاني: حظر الإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

رغم الدور الذي يلعبه الإشهار التجاري لترويج للسلع والخدمات إلا أنه أصبح وسيلة تضليل وغش يلجأ إليها في التجارة الإلكترونية لاستمالة المستهلك الإلكتروني، وإبراز مزايا للسلع والخدمات من أجل اقتنائها لتحقيق الربح، ويعرف هذا التصرف بالإشهار التضليلي، في دراستنا سوف نعرف الإشهار التجاري الإلكتروني وبيان عناصره.

أولا: تعريف الإشهار التجاري الإلكتروني.

يعرف الإشهار التجاري بأنه :"كل وسيلة تهدف إلى تأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية"[2].

ويعرف أيضا بأنه :" كل فعل أو تصرف سابق عن عملية العقدية يهدف إلى التأثير على نفسية المستهلكين بإقناعهم لمزايا السلع والخدمات والفوائد التي يمكن تحققها بغض النظر عن الوسيلة المستعملة لذلك".

ولا يختلف الإشهار الإلكتروني عن التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة كون الأول يتم عن شبكة الانترنت أو غيرها من الوسائل الإلكترونية كالهاتف[3].

لم يهتم المشرع الجزائري بالإشهار إلا في بداية الثمانينات حيث تمت الإشارة إليه من خلال المادة 26 من القانون 82-01 المتعلق بالإعلام، "يقصد بالإشهار كل إعلام ينشر بواسطة الوسائل المنصوص عليها في المادة 04 أعلاه ويكون ذات طابع أو أهداف تجارية"[4].

وبعدها المادة 26 من نفس القانون ليحصر احتكارا الاشهار للمؤسسات العمومية بنصه :" تتولى الدولة احتكار الإشهار المنصوص عليه في المادة 26 أعلاه ويمكن ممارسة هذا الاحتكار لمؤسسة أو مؤسسات عمومية".

ثم المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش في المادة 02 فقرة 08 على أنه "الإشهار جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج وتسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية"[1].

---

[1]-السايح عبد الرزاق، أحمد حنيفي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، رسالة ماستر، جامعة أحمد بوقرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بومرداس، 2020-2021، ص ص 13-14.

[2]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص195.

[3]-المرجع نفسه، الموضع نفسه.

[4]-القانون رقم 82-01 المؤرخ في 12 ربيع الأول 1402، المتضمن قانون الإعلام، الجريدة الرسمية عدد 06، المؤرخة في 09-02-1982، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1982.

كما عرفه القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال المادة 03 الفقرة 03والتي تنص :" كل إعلام يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة"[2].

كما جاء نص المادة 03 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك على أن "الإعلام أو الإشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه أو خصائصه الغذائية عند الاقتضاء وطبيعة تحويله أو كل خاصية أخرى"[3].

كما عرفته المادة 01 الفقرة 24 من القانون 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري والتي تنص :"هو شكل مصمم أو برسالة محررة أو صوتية أو سمعية بصرية تبث مقابل أجرة أو تعويض سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو مهنة حرة أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة"[4].

كما تبنى المشرع الجزائري تعريفا للإشهار الالكتروني في قانون التجارة الإلكترونية 18-05 بموجب المادة 06 الفقرة 06 نصت :" كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"[5].

ثانيا :حضر الإشهار الكاذب.

يقصد به كل إشهار بأي طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على خداع أو تؤدي إلى خداع لمن يوجه أو يصل إليهم الإشهار سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين، ونتيجة صفتها المضللة تسبب ضررا " أو أنه الإشهار الذي من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى خداعه وذلك من خلال إدعاءات أو تأكيدات كاذبة قد تؤدي إلى خداع المستهلك"[6].

المشرع الجزائري لم يعرف الإشهار المضلل بل ترك للفقه ذلك ، لكن تم التطرق إلى مصطلح من خلال مشاريع القوانين المتعلقة بالإشهار، كنص المادة 41 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، كما أشار إليه بموجب المادة 28 من القانون 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نصت

[1]-المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في30-01-1990، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد05، المؤرخة في 31-01-1990، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1990.

[2]-القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23-06-2004، المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد41، المؤرخة في 27-06-200
الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، سنة 2004.

[3]-المرسوم التنفيذي رقم 13-318 ، المؤرخ في 09-11-2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، الجريدة الرسمية عدد58، المؤرخة في 18-11-2013، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 2013.

[4]-القانون 14-04، المؤرخ في 24-02-2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية عدد16، المؤرخة في 13-03-2014، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2014.

[5]-القانون 18-05، المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد28، المؤرخة في 16 مايو 2018، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2018.

[6]-المادة 28، من القانون 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

المادة على أنه دون إخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كا إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

-يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو وفرته أو مميزاته.

-يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع البائع آخر أو منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

-يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من ذلك أو لا يمكن ضمان الخدمات التي يجب تقديمها بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

الفرع الثالث: حماية العلامة التجارية كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

نظرا للأهمية الكبيرة التي تحتلها العلامة التجارية من بين عناصر الملكية الصناعية والتجارية، لاسيما بعد التطور الكبير الذي شهدته التجارة، وظهور مجالات أخرى أصبح استخدام العلامة فيها ضروريا كمجال الخدمات، وقد اهتمت مختلف الاتفاقات والدراسات الفقهية بإيجاد تعريف لها يساير التطور، وكذلك شروط الواجب توفرها في العلامة التجارية.

أولا: تعريف العلامة التجارية.

عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية في المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، على أنه :" كل الرموز القابلة لتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص، والأحرف، والأرقام، والرسومات، والصور، الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو المركبة التي تستعمل كلها لتمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"[1].

ويلاحظ من خلال القراءة الأولية لنص هذه المادة أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، فلم يقتصر استخدام العلامة التجارية على نوع معين من منتجات بل أجاز استعمالها لتمييز كافة المنتجات سواء كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو استخراجه وتعداها لشتمل جانب الخدمات.

ونفس المادة عرفت العلامة الجماعية "كل علامة تستعمل لإثبات مصدر المكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها".

وتتم عملية التعدي على العلامة باستعمال الطرق التالية:

1-التقليد: أي صناعة مشابهة بحيث يصعب على المستهلك العادي التمييز بينهما.

2-التزوير: يتم ذلك بنقل العلامة التجارية حرفيا وتاما بحيث تبدو مطابقة للعلامة الأصلية.

3-غصب العلامة، أن يضع المحترف بسوء نية على المنتوجات علامة تجارية مملوكة لغيره، وهذه الجريمة تفترض أن العلامة مسجلة، وأن شخص ما قام بوضع علامة حقيقية مملوكة لغيره على منتوجاته.

[1]-جبالة فوزية، داود محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ص06.

ثانيا: الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية[1].

يشترط في العلامة التجارية مايلي:

1-الشروط الموضوعية:

-أن تكون العلامة التجارية مميزة أي ذات طابع مميز لا تشبه غيرها من العلامات.

2شرط الجدة: ويقصد به عدم استعمال هذه العلامة من قبل في السلع والخدمات من منتج أو تاجر آخر على سلع وخدمات مماثلة.

3-مشروعية العلامة التجارية:

الجدية والتميز لاتكفي لأن تكون علامة تجارية بل يشترط أن تكون مشروعة أي أنها لا تخالف لنص قانوني أو مخالفة للنظام العام والآداب العامة، بمعنى أن تكون مشروعة وأن نصوص القانون تسمح بتسجيلها[2].

وقد أوردت المادة 07 الفقرة 04 من الأمر 03-06 تحريم استعمال العلامات التالية :"الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني والإتفاقات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها".

كما يحرم استعمال العلامات التالية: الرايات، الرموز الأخرى لإحدى الدول، الطلبات الحمراء، الأهلة الحمراء، الدمغات الرسمية لمراجعة وضمان المعادن الثمينة، وكذلك كل تقليد للعلاماتالمتعلقة بشعارات الإشراف، كما لا يجوز أن تتضمن العلامة مامن شأنه تضليل الجمهور أو تكون لها قابلية إحداث الاختلاط مع غيرها من العلامات، كالبيانات الكاذبة عن مصدر المنتجات أو عن صفتها في مثل هذه الحالات يحق لصاحب العلامة أن يقيم دعوى إبطال إيداع العلامة التي من شأنها إحداث لبس وتضليل.

4-قابلية العلامة التجارية للتمثيل الخطي:

نصت المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات، أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي والمقصود بذلك أن تكون مكتوبة من جهة وظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة أخرى.

حيث يشترط المشرع الجزائري إذا كانت العلامة التجارية مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة سواء كانت الكتابة باللغة العربية لوحدها أو مقترنة بلغة أجنبية.

2-الشروط الشكلية:

تناولت المادة 13 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات شكليات إيداع العلامة وإجراء فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم ، وقد تناول المرسوم التنفيذي رقم 277/05 الصادر بتاريخ 02 أوت 2005، إجراءات التسجيل كالآتي:

[1]-فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2013، ص108.

[2]-فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص170.

أ-إيداع طلب التسجيل: اعتمد المشرع الجزائري نظام الإيداع البسيط للعلامة ضمن المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، بحيث يودع الطلب من صاحب العلامة أو وكيله مباشرة أو عن طريق البريد المضمن أو بأي وسيلة أخرى مناسبة تثبت استلام وتسلم نسخة من طلب التسجيل إلى المودع أو وكيله تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتاريخ وساعة الإيداع[1].

المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية هو الجهة الوحيدة التي خولها القانون فحص وقبول وإيداع وتسجيل العلامة التجارية وكافة الحقوق الصناعية.

ب- فحص الإيداع:

يجب فحص الإيداع من الناحية الشكلية والموضوعية.

أما الشكلية فهي: توافر الشروط المحددة في المادة 04 إلى 07 من المرسوم أعلاه، وفي حالة عدم توافر الشروط يرفض الإيداع، كما يمكن أو يجوز لمن كان في حالة مخالفة عند إيداع طلب التسجيل العلامة بتصحيح خلال مهلة شهرين، كما يمكن أو يجوز لمن كان في حالة مخالفة عند إيداع طلب التسجيل العلامة بتصحيح خلال مهلة شهرين، كما يمكن تمديد هذا الأجل، وفي حالة عدم تصحيح الملف يحق لمدير المعهد رفض الإيداع دون استرداد الرسوم المدفوعة ، أما الموضوعية فهي: بعد القبول شكلا تبحث المصلحة المختصة فيما كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا، كأن تكون العلامة مودعة من السيمات أو الرموز المحظور استعمالها[2].

وإذا تبين من الفحص أن السمة أو الرمز المختار محظور استعماله كعلامة تجارية لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامة تبلغ المصلحة المختصة شهرين من تاريخ التبليغ، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب الطلب[3].

ج-التسجيل والنشر:

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص تقيد فيه العلامات التي تبين أنماط مطابقة شكلا ومضمونا، كما تقيد فيه كافة العقود المنصوص عليها في الأمر 05-277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامة وتسجيلها.

تمنح المصلحة المختصة لصاحب السجيل أو وكيله شهادة تسجيل على كل علامة مسجلة[4].

طبقا لنص المادة 16 من المرسوم التنفيذي 05-277 وحسب أحكام الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات فإنه يبدأ حساب مدة التسجيل من تاريخ الإيداع وبذلك يكون المشرع قد جعل للتسجيل أثرا رجعيا باعتبار تاريخ

[1]-المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 أوت 2005، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية العدد 54، الصادرة في 07 أوت 2005 المعدل والمتمم.

[2]-المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277.

[3]- المادة 16 من المرسوم التنفيذي 05-277

[4]-المادة 16 من المرسوم التنفيذي 05-277.

الإيداع سابق لتاريخ التسجيل والهدف من ذلك حماية مصلحة المودع من تصرفات الغير سيئ النية، وبعد تسجيل العلامة وقيدها في السجل يتكفل المعهد الوطني للملكية الصناعية بعملية نشر العلامة ويقصد بهذه العملية شهر إيداع العلامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية

كما أن تسجيل العلامة ينتج آثاره طيلة (10 سنوات)، كما أجاز المشرع تجديد التسجيل لنفس المدة ودون تحديد عدد التجديدات[1].

الفرع الرابع: التوقيع والتصديق الالكتروني كآلية للحماية من الغش التجاري الإلكتروني.

التوقيع بصفة عامة تقليدي كان أم إلكتروني هو الشرط الأساسي للدليل الكتابي الكامل، سواء بالنسبة للورقة الرسمية أو العرفية الذي بمقتضاه يتم تحديد هوية الشخص المنسوب إليه التوقيع والتأكد من مصداقيته، غير أن التوقيع الإلكتروني يختلف عن مفهوم التوقيع العادي من خلال تعريفه وخصائصه.

أولا: تعريف التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري وخصائصه.

اعتمد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة المادة 2/327 من القانون المدني، ومن ثم القانون المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها السلكية واللاسلكية وصولا إلى تعريف المشرع الجزائري للتوقيع الإلكتروني في قانون خاص بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين رقم 04/15، المؤرخ في: 2015/02/01، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين ، حيث عرفه أنه بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة ببيانات إلكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق[2].

وعرفت المادة 07 في الفقرة 02 الموقع على أنه :" شخص طبيعي يحوز بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني ويتصرف لحسابه الخاص أو لحساب الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يمثله".

كما عرف أيضا في الفقرة 03 من ذات المادة بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني بأنه :" بيانات فريدة مثل رموز أو مفاتيح التشفير الخاصة التي يستعملها الموقع لإنشاء التوقيع الإلكتروني".

-ومن خصائص التوقيع الإلكتروني، يتميز التوقيع الإلكتروني بخصائص ، وهي:[3]

1- السرعة، المرونة، السرية.

2-مصداقية التوقيع الإلكتروني لأنه ينفرد به صاحبه الذي يستخدمه.

ثانيا: التصديق الإلكتروني.

جاء دور التوثيق الإلكتروني لتوفير الثقة والأمان من خلال منح الثقة في التوقيع الإلكتروني حتى يمكن استخدامه لإثبات ما يحتويه من تصرفات قانونية.

[1]-المادة 05 من الأمر 03-06.

[2]-القانون 04/15، المؤرخ في 01 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية رقم 60، المؤرخة في 10 فبراير 2015.

[3]-حواس فتيحة، التوقيع الإلكتروني الخصوصيات والتطبيقات، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 07، العدد01، 28-06-2021، ص ص 2987-3005.

1-تعريف جهة التصديق: عرف المشرع الجزائري جهة التصديق الإلكتروني، في المادة 02 الفقرة 12 من القانون 15-04 المتعلق بالتوقيع الإلكتروني على أنه :" شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق إلكتروني موصوفة، وقد يقدم خدمات أخرى في مجال التصديق الإلكتروني".

جهات التصديق الإلكتروني لم يقتصر دورها في إصدار شهادات التوقيع الإلكتروني بل تقوم بوظائف أخرى لها صلة بتقنية التوقيع الإلكتروني، بالإضافة إلى أن المشرع أسند مهمة شهادات التصديق " للشخص الطبيعي" وهذا الأمر صعب التطبيق من الناحية العلمية.

وقد عرف المشرع الجزائري شهادة التصديق الإلكتروني في المادة 02 الفقرة 07 من القانون المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين فإنها "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع".

الفرع الخامس: الحق في العدول عن العقد كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

يعد الحق في العدول عن العقد الوسيلة التي بمقتضاها يتيح المشرع لأحد المتعاقدين أن يعيد النظر من جديد من جانب واحد، في الإلتزام الذي ارتبط به مسبقا، فهو يفترض أن عقدا تم إبرامه لكن أحد طرفيه يكون المستهلك غالبا يستفيد من مهلة للتفكير خلالها يكون بوسعه سحب قبوله الذي ارتبط بموجبه بالعقد.

كما يقصد به حق المشتري خلال المهلة التي يحددها القانون أن يعدل عن هذا العقد بإرادته المنفردة، وذلك بأن يعلن للبائع رغبته في العدول وعندئذ يجب على البائع أن يقوم بإرجاع الثمن واستعادة البضاعة أو السلعة[1].

المشرع الجزائري لم يتناول حق العدول في قانون الاستهلاك حتى سنة 2018 القانون 09/18 بالرغم من سنه قانون حماية المستهلك وقمع الغش منذ 1989، إلا أنه أشار إليه في بعض القوانين الخاص على غرار قانون التأمينات وكذا ما يتعلق بالقرض الاستهلاكي، ولم يتم إقراره بشكل جلي إلا بصدور القانون رقم 18-09 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم للقانون 03/09، حيث عرفت المادة 19 فقرة 02 العدول بأنه :" حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتوج ما دون وجه سبب" المادة 19 الفقرة 04 "للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب" المادة 19 الفقرة 04 "للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتوج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية"[2].

كما نص المشرع الجزائري على حق المستهلك الالكتروني في العدول عن العقد وفقا لنص المادة 22 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بحيث أجاز للمستهلك إعادة إرسال المنتوج على حالته وفي غلافه الأصلي في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لآجال التسليم في أجل 04 أيام عمل ابتداء من تاريخ

[1]-عجالي خالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014، ص223.

[2]-عجالي خالد، المرجع السابق، ص224.

تسليم الفعلي للمنتوج، مع ذكر سبب الرفض دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر وعلى المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإرسال خلال مدة 04 أيام من تاريخ استلامه المنتوج.

المبحث الثاني: الآليات الجنائية والإجرائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

لقد سعى المشرع الجزائري لوضع قواعد عقابية صارمة للردع من ظاهرة الغش التجاري الإلكتروني، وذلك بزيادة تفعيل العقوبات حتى تكون أكثر صرامة، وذلك للحفاظ على صحة وأمن وسلامة المستهلك.

وتشكل الآليات الجنائية والإجرائية أحد أبرز الأدوات القانونية التي تلجأ إليها الدول لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

المطلب الأول: الآليات الجنائية المنصوص عليها في قانون العقوبات والمنصوص عليها في قوانين خاصة لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

نتيجة لخطورة الغش التجاري الإلكتروني على الاقتصاد وعلى المستهلك في صحته وأمنه وسلامته سعى المشرع الجزائري على محاربته، وذلك في قانون العقوبات إلا أنه قد تبين في بعض الأحوال عدم كفايته لمواجهة الأشكال والصور المستحدثة والجديدة للغش التجاري، لذلك لابد من تدخل عن طريق قوانين خاصة تهدف إلى اتخاذ التدابير كفيلة بحماية المستهلك[1].

الفرع الأول: آليات مكافحة الغش التجاري المنصوص عليها في قانون العقوبات.

بموجب المواد 429-430-432-433-434 من قانون العقوبات نص المشرع الجزائري عل تجريم أفعال الغش والتدليس، حيث أورد الأفعال التي تكون الركن المادي للجرائم والعناصر التي ينصب عليها الغش والتدليس، فالمشرع الجزائري قد حدد الأسس القانونية التي تقوم عليها جرائم الغش والتدليس والمتمثلة في جريمة الخداع والغش.

أولا: تعريف جريمة الخداع.

لم يعرف المشرع الجزائري جريمة الخداع بالمقابل لذلك تعددت التعريفات الفقهية له، فقد عرف بأنه :" القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها وإظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهر يخالف ماهو عليه في الحقيقة والواقع، فهو تصرف من شأنه إيقاع المتعاقدين في الغلط حول البضاعة التي تم تسليمها أو وصلت إليه"[2].

كما عرف أيضا بأنه :"إلباس الشيء مظهرا يخالف حقيقة ماهو عليه".

1-نطاق جريمة الخداع من حيث الأشخاص والموضوع والوسائل:

أ-نطاق جريمة الخداع من حيث الأشخاص:

لقد نصت المادة 429 من قانون العقوبات بأنه :"...من يخدع أو يحاول أن يخدع..."، من خلال المادة فإن نطاق الحماية من جنحة الخداع يشمل المتعاقد والوكيل أو النائب لكن من منظور آخر في المادة 68 من القانون 09-03 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم قد نص :"يعاقب كل من يخدع أو

[1]- ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص244.

[2]-بن طبي مبارك ، دراسة تحليلية للجرائم المتعلقة بمخالفة سلامة المستهلك، القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، الأحرار (الجزائر)، المجلد 02، العدد 01، سنة 2020، ص17.

يحاول أن يخدع المستهلك" أي أن ضحية جريمة الخداع هو المستهلك فقط وليس شخصا آخر ويستطيع رفع دعوى الخداع على هذا الأساس.

ب-نطاق جريمة الخداع من حيث الموضوع:

لقد حصرت المادة 429 محل جريمة الخداع في السلعة دون التطرق إلى مفهومها أو أنواعها ويمكن القول أن مفهوم السلعة كموضوع لجريمة الخداع في ظل قانون العقوبات غير واضح، فعلى سبيل المثال إذا تم الاستناد إلى عنوان الباب الذي تم تجريم الخداع تحته في قانون العقوبات "الغش في بيع السلع والتدليس في بيع المواد الغذائية والطبية"، نستنتج أن السلعة كموضوع لجنحة الخداع تقتصر على المواد الغذائية، الطبية والفلاحية وإذا تم تبني هذا المفهوم ستظهر إشكاليات منها حماية المتعاقدين الخداع الذي يمكن أن يمس بالمنتج الصناعي والذي يعتبر من أهم المنتوجات التي يتم تداولها في الوقت الحالي، كذلك نلاحظ أن المادة تشمل الخدمة بالحماية وهو ما يشكل ثغرات قانونية لفائدة المخادع"[1].

ج- نطاق جريمة الخداع من حيث الوسائل.

كقاعدة عامة فالمشرع الجزائري أخذ بفكرة قيام جريمة الخداع دون الاهتمام للوسيلة التي تم استعمالها حيث أنه لم يشمل الوسائل في التنظيم وقد أصاب المشرع في ذلك، إذ أن الجرائم الاستهلاكية جرائم متجددة ودائمة التطور، لكنه خرج عن هذه القاعدة باستثناء في المادة 430 أين اعتبر استعمال وسائل محددة تجعل من الخداع جنحة مشددة[2].

حيث نصت المادة 430 على أنه :"...

-سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة

-سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل أو مقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير أو عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم السلم أو المنتجات ولو قبل البدء في هذه العمليات.

-سواء بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد[3].

2-أركان جريمة الخداع.

نص عليها قانون العقوبات ضمن المواد 429-430، وذلك في إطار حماية المتعاقدين بشكل عام والمستهلكين بشكل خاص، وكما هو الحال بالنسبة لجميع الجرائم التي لها أركان تقليدية يتعين توافر الركن المفترض والذي سننطلق منه.

أ-الركن المفترض:

[1]-بوطالب أمينة، دلول الطاهر، الإشكالات القانونية لتجريم الخداع التجاري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحث العلمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد11، العدد3، عدد خاص 2020، ص25.

[2]-مجدوب نوال، حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية، دفاتر سياسة وقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية
جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد15، السنة 2016- ص268.

[3]-المادة 430، من القانون 66-156، المؤرخ في 8 يوليو 1966، الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

أ-أن المشرع الجزائري بعبارة "كل من يخدع أو يحاول خداع المتعاقد" أي أنه يشترط توفر عقد بين طرفين بحيث يقوم أحدهم بخداع الآخر ولم يعين المشرع الجزائري في نص المادة 429 من قانون العقوبات نوع العقد أو طبيعته التي تنص عليه هذه الجريمة[1].

ب- وكذا فإنه يتعين وجود اعتقاد خاطئ لدى طرف من أطراف العقد تجاه الشيء محل العقد.

ب- الركن الشرعي:

طبقا لمبدأ الشرعية المنصوص عليه في المادة (1) من قانون العقوبات، والتي تنص "لاجريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن بغير نص"، وباعتبار أن الركن الشرعي هو نص التجريم الواجب التطبيق على العمل يمكن القول أن المادة 429 من قانون العقوبات هو الركن الشرعي لجريمة الخداع، بالإضافة إلى المادة 430 من نفس القانون، ومن خلال القانون 08-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش قد كرس المشرع حماية جنائية للمستهلك وما ترتب عنه ميلاد فرع جديد يسمى بالقانون الجنائي للاستهلاك ، يمكن اعتبار المادتين 68 و69 من القانون 09-03 المعدل والمتمم الركن الشرعي لجنحة خداع المستهلكين.

ج-الركن المعنوي:

تعتبر جريمة الخداع من الجرائم العمدية، التي يشترط لتحقيقها القصد الجنائي بعنصريه العلم والإرادة، وتوافر هذين العنصرين يكون في وقت ارتكاب الخداع أي وقت إبرام العقد إذا كانت الجريمة تقف عند مرحلة الشروع، فإذا تخلف أحد عنصري القصد وقت الفصل لاتقوم الجريمة.

الملاحظ أن المادة 68 من نفس القانون 09-03 لم تشترط أن يترتب عن الخداع إلحاق شرر بالمستهلك إذ بمجرد ارتكاب الأفعال المادية المنصوص عليها تقوم الجريمة انطلاقا من أن جريمة الخداع من الجرائم الخطرة بالنظر إلى النتائج الوخيمة التي قد تنجم عنها عرض المنتوج للاستهلاك مما يؤدي بالإضرار بسلامة وأمن المستهلك[2].

د-الركن المادي.

لقد جرم المشرع الجزائري الخداع والشروع فيه، طبقا لنصوص المادة 429 من قانون العقوبات، والتي من خلالها سوف نتطرق إلى الركن المادي لهذه الجريمة

-الخداع في طبيعة السلعة:

يعتبر أكثر أنواع الخداع شيوعا، لأنه ينصب على البضائع والأشياء المعروضة للبيع، كخلط المارغرين بمواد دهنية وعرضها للبيع، أو خداع في الأقمشة،وذلك بمزجها بمواد رخيصة.

-الخداع في التركيب أو نسبة المقومات اللازمة للمنتوج:

[1]-عبدلي حمزة، المرجع السابق، ص19.

[2]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص248.

ومثال ذلك إعطاء بيانات كاذبة تتعلق بتركيبة منتج نسيجي، ويتم تحديد عناصر التركيب بعد طرق منها اللوائح أو يمكن أن تحدد وفقا للعادات التجارية...".

-الخداع في الصفات الجوهرية هي الصفات التي غذا عرف المتعاقد بعدم وجودها في المنتوج لايقوم بإقتنائها كبيع مواد غذائية انتهت صلاحيتها.

- الخداع في الكمية:

تكون في الكيل والميزان، باختلاف الوسيلة التي استعملت في تعبير هذه العناصر، ويقع الخداع في هذه الصورة، إما بواسطة من يقوم بتسلم السلعة، أو بأي وسيلة ترمي إلى الخداع أو من يتلقى السلعة أو المنتوج مثل التاجر الذي يشتري من الفلاح منتوجات زراعية ويعتمد خطأ في الميزان.

-الخداع في نوعية وهوية السلعة.

وذلك تسليم خلاف ماهو متفق عليه من سلعة في العقد كبيع عسل صناعي على أنه عسل نحل طبيعي ، كما أضاف المشرع الجزائري صورا جديدة للخداع وهي خداع صلاحية الاستعمال وفي المخاطر اللازمة لاستعمال المنتوج وطريقة الاستعمال[1].

3-العقوبات المقررة لجريمة الخداع.

أ- عقوبات الشخص الطبيعي:

أحالت المادة 68من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيما يخص العقوبة المقررة لجريمة الخداع والشروع فيها إلى المادة 429 من قانون العقوبات فيعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية 2.000 دج إلى 20.000دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، كما تشدد العقوبة حسب نفس المادة 69 من نفس القانون لتصل إلى 5 سنوات حبسا وغرامة قدرها 500.000 دج إذا خدع المتدخل أو حاول أن بخدع بواسطة:

-الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة وغير متطابقة.

-إشارات وإدعاءات تدليسية.

-كتيبات أو منشورات أو تعليمات أخرى.

بالإضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المادة 82 من القانون 09-03 والمتمثلة في مصادرة المنتوجات والأدوات وكل الوسائل المستعملة في ارتكاب هذه الجريمة.

ما يلاحظ في هذه العقوبات عدم تناسبها مع الأضرار التي تنجم عن هذا النوع من الجرائم، فهي تمس بشكل مباشر بصحة المستهلك فقد تؤدي به إلى الوفاة في بعض الأحيان مما يستوجب على المشرع إعادة النظر في هذه العقوبات من أجل تحقيق الردع المرجو منها وذلك بتشديد الغرامة المالية.

[1]-آية شبيل، دنيا زاد عويدي، العقد في المادة الجزائية، رسالة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة 2021-2022، ص9.

ب-عقوبات الشخص المعنوي:

لقد كرس المشرع الجزائري في المادة 51 مكرر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية إثر تعديله لقانون العقوبات رقم 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 رقم 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، حيث ساوى بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي من الناحية المساءلة الجزائية، فبذلك تقوم مسؤولية الجزائية عن جرائم الأموال بما فيها جريمة الخداع وفقا لنص المادة 435 مكرر "يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون ، إذ تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر وفي المادة 18 مكرر 2 عند الإقتضاء، ويتعرض أيضا إلى واحدة أو أكثر من العقوبات التكميلية المنصوص عليها في المادة 18 مكرر".

وتبعا لذلك فإنه يحكم عليه بغرامة مالية بين 100000 دج إلى 500000دج وقد تصل إلى 2500000 دج في حالة التشديد.

إلا أن المشرع الجزائري بعد صدور القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم لم ينص على عقوبة الشخص المعنوي[1].

ثانيا: جريمة الغش التجاري.

تنوعت صور الغش في تشكل وصف جنحة لذلك سنحاول أن نستعرض أركان الجريمة وعقوبتها.

1-أركان الجريمة:

تقوم جريمة الغش بتوافر الركن الشرعي والركنين المادي والمعنوي.

أ-الركن الشرعي:

جريمة الغش هي الفعل المنصوص عليه والمعاقب عليه بمقتضى المادة 431 و433 من قانون العقوبات الجزائري، والمادة 70 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

ب-الركن المادي:

جريمة الغش بواسطة أعمال مادية أساسها التدليس، بحيث تكون الغاية المصاحبة لتلك الأفعال هي التعتيم على المشتري بحيث يجعل هذا الأخير يعتقد اعتقادات مخالفة للحقيقة، ماهية الأشياء، صفاتها جنسها أو مصدروها والقصد من هذه الأفعال أن تطرح ليتم تداولها بالوضع الذي هي عليه والذي يخالف الحقيقة.

وقد وردت الأفعال التي يتكون منها الركن المادي لهذه الجريمة في المادة 431 من قانون العقوبات هي:

-تصنيع مواد مغشوشة تكون صالحة إما لتغذية الإنسان أو الحيوان أو المواد ذات التصنيف الطبي أو المشروبات والمنتجات الفلاحية أو الطبيعية والتي تكون موجهة للاستهلاك.

[1]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص256.

-عرض أو وضع لبيع أو بيع مواد تستخدم وتساعد على الغش ضمن النطاق السابق أو التحريض على استخدامها[1].

-طرق الغش أو صوره:

-يمكن أن يتم الغش عبر عدة طرق هي:

-الغش بالإضافة أو عن طريق الخلط:

ويتوافر الغش في هذه الحالة إذا ماتم خلط السلعة الأساسية بمادة تختلف عنها أو من ذات الطبيعة، ويكون الغرض من ذلك حجب حقيقة رداءة نوعها أو إظهارها بمظهر يدل على أنها ذات جودة عالية كأن يتم خلط العصير الطبيعي بالمصنع، شريطة أن لا يكون ذلك الخلط قم تم ترخيصه قانونيا أو بموجب العادات والأعراف التجارية، فالخلط والإضافة في حد ذاتهما يقيمان الجريمة بغض النظر إذا أحدثت أضرارا أو لم تحدث[2].

-الغش في صناعة المواد:

وتتم هذه الصورة بواسطة استحداث جزئي أو كلي يمس السلعة بمواد ليست جزء من تركيبها العادي ومثال ذلك استخدام بعض المنتجين الخواص لمادة الميتيلور الذي يعتبر خطير إذا ما قورن مع اليود الذي يجب أن يستخدم[3].

-صور أخرى للغش:

نص المشرع على صور الغش تشكل هي الأخرى الركن المادي لهذه الجريمة فقد جرم أفعال العرض والطرح لبيع المنتجات التي تكون مغشوشة أو فاسدة أو انتهت صلاحيتها فلا تترتب العقوبة إلا إذا كانت المواد المغشوشة قد تم عرضها للبيع فعلا أو بيعت فعلا أو بيعت كذلك من صور الغش:

-الإعلان الكاذب عن الخدمات والسلع بواسطة الجرائد والملصقات .

-الدواء البديل الذي يقوم الصيدلي بتقديمه بدل الدواء الذي وصفه الطبيب.

-التعامل في مواد مخصصة للغش والحث على استخدامها.

-الصنع أو الطرح للبيع عبوات أو مواد أو الأغلفة التي تستعمل في الغش أو الحث أو المساعدة عن استعمالها للغش[4].

ج- الركن المعنوي:

[1]-المادة 431 من قانون العقوبات، المرجع السابق.

[2]- بن طبي مبارك،المرجع السابق، ص23.

[3]-علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتوج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2013، ص23.

[4]-وليد عمر طيب، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة أطروحة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2006-2007، ص241.

يقوم الركن المعنوي بشكل عام عندما يكون النشاط الصادر عن الفاعل قد حدث عن إرادة ويتصف بأن له مظهرا خارجيا والغش التجاري يصنف من الجرائم العمدية إذ يتطلب عنصر الإرادة وعنصر العلم حتى يسأل الجاني فيه جزائيا، وعلى عكس بعض التشريعات التي افترضت العلم ولم تشترط إثباته فقد اشترط المشرع الجزائري العلم لقيام الركن المعنوي لجريمة الغش وقاضي الموضوع هو المكلف بهذا الإثبات وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن هناك من يقسم العلم إلى نوعين : العلم بالتجريم القانوني يعد مفترضا ضمن الجريمة، أما علم ومعرفة الجاني بأن البضاعة مغشوشة فهو موضوع الإثبات وتصنف جريمة الغش ضمن الجرائم الوقتية المرتبطة من الأساس بالفعل المادي للغش الذي يلزم بأن يعاصره القصد الجنائي عند القيام بذلك، أما فيما يتعلق بجريمتي الطرح والعرض للبيع فتصنف من الجرائم المستمرة إذ يستلزم أن يتوفر القصد الجنائي على طول استمرار الفعل المادي أما إذا كان الجاني لايعلم مسبقا بأنه يقوم بعرض منتج مغشوش للبيع فالعبرة هنا تكون بوقت العلم بالجريمة[1].

د- العقوبات المقررة لجريمة الغش:

رتب المشرع الجزائري عند ارتكاب جريمة الغش جزاءات تتنوع النتيجة المترتبة عنها: يعاقب المشرع الجزائري على جريمة الغش بوصفها جنحة المادة 431 من قانون العقوبات، والتي تنص على أنه يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات، وبغرامة مالية من 10000 دج إلى 50000 كل من :

-يعش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوان أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبية مخصصة للاستهلاك.

-يعرض أو يضع للبيع مواد صالحة للتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

-يعرض أو يضع للبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوان أو المشروبات أو المنتجات فلاحية أو طبية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات وهو يعلم أنها محددة[2].

وكذا يعاقب على جريمة الغش على أنها جناية فتشدد العقوبة المادة 432:" إذا ألحق المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي يتناولها أو الذي قدمت له، مرضا أو عجزا عن العمل، يعاقب مرتكب الغش وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة وهو يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو سامة، بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة مالية 500000 دج إلى 1000000دج.

يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة، وبغرامة مالية من 1000000 دج إلى 2000000 دج إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو في فقد استعمال عضو أو عاهة مستديمة.

[1]-آية شيبل دنيا زاد عويدي، المرجع السابق، ص17.

[2]-المادة 431، من قانون العقوبات، المرجع السابق.

ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان[1].

الفرع الثاني: آليات مكافحة الغش التجاري الإلكتروني المنصوص عليها في القوانين الخاصة.

سعى المشرع الجزائري إلى استحداث آليات قانونية من أجل تغطية النقص في قانون العقوبات في مجال الغش التجاري لعدم استجابته لكل المستجدات التي أفرزها التطور التكنولوجي في التجارة الإلكترونية لذلك سن قوانين خاصة تحد من الغش التجاري الإلكتروني وتحمي المستهلك من هذه القوانين.

أولا: جريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.

ألزم المشرع البائع حتى يكون نشاطه نزيها بوجوب إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات وشروط البيع وهذا حسب مقتضيات الفصل الأول من الباب الثاني والذي يلزم البائع وجوبا بإعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم معلقات بأية وسيلة أخرى مناسبة، بحيث يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية أما مقدمي الخدمات فيقومون ببيان الأسعار لواسطة النشر.

وتختلف كيفية وضع الأسعار باختلاف السلعة والخدمة فيجب أن تعد وتوزن السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالكيل أمام المشتري وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن الكمية عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

وهذا الالتزام لا يقتصر فقط على تعامل العون الاقتصادي مع المستهلك بل تعامله مع الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم والهدف من هذا الأمر تنظيم السوق وضمان شفافية المعاملات التجارية بين الأطراف[2].

1-أركان الجريمة:

أ-الركن الشرعي:

يقصد به النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقابا، بالرجوع إلى المادة 04 و05 من القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية فرض على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك تحت طائلة الجزاء الجزائي لكل مخالفة وفقا لنص المدة 31 منه.

ب-الركن المعنوي:

يتمثل في القصد الجنائي الذي يتجسد باتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بأركانها بقصد تحقيق النتيجة الإجرامية، ويجب أن يكون الجاني عالما العلم اليقين لايقترن بأي جهالة بأن فعله سيؤدي إلى حدوث عمل إجرامي يعاقب عليه المشرع ليكتمل الركن المعنوي أن يكون الجاني متمتع بإرادة حرة وإدراك.

ج-الركن المادي:

[1]-المادة 432، من قانون العقوبات، المرجع السابق.

[2]-سهيلة بوزبرة، جرائم الممارسات التجارية في القانون 02/04 المعدل والمتمم ، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل العدد 05، سنة 2017، ص124.

تعد جريمة عدم الإعلام بالأسعار والشروط والتعريفات من جرائم السلبية التي تتم عند الامتناع عن سلوك الذي أمر به القانون، فهي جرائم السلوك فلا يشترط لتمامها تحقيق نتيجة معينة، فتقوم هذه الجريمة بمجرد الامتناع عن الإعلام بالأسعار، كما يمكن أن تكون من الجرائم الإيجابية والتي تكون بإتيان الفعل لكن بغش نحو القانون لذا لابد أن يكون السعر مطابق حقيقة السعر، بحيث يجب أن يكون هناك تناسب بين السعر والسلعة[1].

د- العقوبات المقررة للجريمة:

يعد الإخلال بواجب الإعلام بالأسعار والتعريفات جنحة معاقب عليها في نص المادة 31 من قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والعقوبة لهذه المخالفة هي الغرامة التي تتراوح بين 5000 دج إلى 1000000دج.

في حالة العودة نصت المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[2]، وبين متى يكون العون الاقتصادي في حالة العودة بالفقرة 02 من المادة المذكورة أعلاه يعتبر في حالة العود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة، وفي حالة العودة تتضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة بالإضافة إلى إمكانية إضافة عقوبة الحبس من 03 أشهر إلى سنة، وهي اختيارية للقاضي فيمكن له الحكم بالغرامة فقط أو حكم بهما معا:

نص المشرع على عقوبات تكميلية فيما يتعلق بالجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والمتمثلة في المصادرة والحجز ونشر الحكم، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية التي نص عليها في حالة العودة.

أما العقوبة التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار هي نشر الحكم بالإدانة لأن المشرع الجزائري في المادة 48 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويقصد به نشر الحكم الإدانة بأكمله أو مستخرج منه فقط في جريدة أو أكثر تعينها المحكمة أو تعليقه في الأماكن التي يبينها الحكم على أن لا يتجاوز مدة التعليق شهر ويكون على نفقة المحكوم عليه في حدود ما تحدده المحكمة لهذا الغرض من المصاريف.

ثانيا: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

تناول أركانها ثم تحديد العقوبات المقررة لها.

1-أركان الجريمة:

أ-الركن الشرعي:

[1]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص264.

[2]- القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004.

لقد نصت المادة 78 من القانون 09-03 على أنه :" يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار إلى مليون دينار كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون"[1].

فهذه المادة كيف جريمة مخالفة النظام للوسم على أنها جنحة بعكس المادة 2/28 من القانون 89-02 التي اعتبرتها مجرد مخالفة لا تتجاوز مدة الحبس شهرين وغرامة 1000 دج.

ب-الركن المادي:

لتحديد الركن المادي لجريمة مخالفة النظام لوسم يجب أولا التطرق إلى عناصره:

*السلوك الإجرامي:

السلوك الإجرامي للجريمة هو فعل سلبي وهو امتناع المتدخل عن إدراج البيانات الإلزامية التي فرضتها النصوص التشريعية والتنظيمية والتي تتعلق بالمصدر وتاريخ الصنع والتاريخ الأقصى للاستهلاك وكيفية الاستعمال والاحتياطات الواجبة اتخاذها وعمليات المراقبة التي أجريت عليها[2].

ويفهم هنا أن المشرع اشترط حتى يعاقب المتدخل على هذه الجريمة أن يكون قد امتنع حقا على كتابته للبيانات الخاصة بذات المنتوج، وكذا وضع المنتوج للاستهلاك.

فمحل الجريمة يتمثل فيما يلي:

-عدم ذكر لبيانات الوسم على حسب المادة 11 من قانون 09-03.

-عدم احترام شروط وضع البيانات التي نصت عليها المادة 18 من القانون 09-03 والمرسوم التنفيذي 13-373 في المادة 07.

-النتيجة الإجرامية:

تختلف النتيجة الإجرامية في أحكام قواعد المستهلك عن القواعد العامة في قانون العقوبات، حول مفهومها فمنهم من يذهب إلى تبني المفهوم المادي يقصد به اتخاذ السلوك الإجرامي مظهرا خارجا ملموسا، أما المفهوم القانوني فيتمثل في الإعتداء على المصالح والحقوق التي يرى المشرع أنها جديرة بالحماية الجنائية[3].

مايفسر تعرض المتدخل إلى عقوبات جزائية بمجرد عدم احترام الأحكام المتعلقة بالإلتزام بالوسم حتى ولو لم تسبب ضررا للمستهلك أو لم يتم اقتنائها أصلا، فالهدف من إقرار العقوبة على هذه الجريمة هو حماية المستهلك.

-العلاقة السببية:

[1]-المادة 78، من قانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.
[2]-المادة 11 من القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.
[3]-بوقرين عبد الحليم، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة ماجستير ، فرع قانون جنائي وعلوم جنائية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2009-2010، ص23.

هي العلاقة أو الرابطة التي تربط الفعل أو السلوك الإجرامي بالنتيجة الإجرامية المعاقب عليها حيث تعد الجرائم المصنفة في قواعد المستهلك من الجرائم التي يتحقق ركنها المادي بمجرد مخالفة الأحكام التي يفرضها القانون بدون تحقق النتيجة بأثر ملموس وواضح في العالم الخارجي[1].

ج-الركن المعنوي:

القصد الجنائي أو النية الإجرامية لقيام الجريمة سواء كان ذلك بخطأ إرادي أو غير إرادي، إذ تعد جرائم الإخلال بإلزامية إعلام المستهلك من جرائم الخطر فهي جرائم عمدية بمجرد مخالفة النظام القانوني للوسم، فهذه الجريمة يتحقق ركنها المعنوي بتوافر القصد الجنائي العام القائم على توافر العلم بارتكاب هذه الجريمة.

د-العقوبات المقررة لهذه الجريمة:

نصت المادة 78 من القانون 09-03 السابق الذكر على عقوبة جنحة مخالفة النظام القانوني للوسم، والمتمثلة في غرامة مالية تتراوح بين مائة ألف دينار 100000 دج إلى 1000000 مليون دينار جزائري، وتضاعف هذه العقوبة في حالة العودة وفقا للمادة 85 من نفس القانون.

في حين أن المادة 28-02 من قانون 89-02 قد تطرقت إلى عقوبة الحبس المقدرة بعشرة (10) أيام إلى شهرين.

كذلك المشرع الجزائري حدد عقوبات تكميلية وهي المصادرة والشطب من السجل التجاري

أما المصادرة نصت عليها المادة 82 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والشطب من السجل التجاري نصت عليه المادة 85 من نفس القانون[2].

ثالثا: جريمة الإشهار المضلل.

1-أركان الجريمة:

أ-الركن الشرعي:

نصت المادة 28 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على مايلي :"... يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوع كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان :

-يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع البائع آخر أو منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

-يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لايتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لايمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار"[3].

ب-الركن المادي:

[1]-بوقرين عبد الحليم، المرجع السابق، ص169.

[2]-المادة 85، من القانون 09-03، تنص على :" طبقا لأحكام المادة 36 من قانون العقوبات تضم الغرامات المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، في حالة العودة تضاعف الغرامات، ويمكن للجهة القضائية المختصة إعلان شطب السجل التجاري للمخالف".

[3]- المادة 28، من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المرجع السابق.

لقيام جريمة الإشهار التضليلي يتطلب اجتماع عناصره والمتمثلة في:

-ضرورة وجود إشهار هدفه الترويج لسلعة أو لخدمة

-وجوب أن يكون الإشهار تضليليا

ج-العقوبات المقررة لجريمة الإشهار التضليلي:

نصت المادة 38 من القانون 04-02 السالف الذكر يعاقب على جريمة الإشهار التضليلي بغرامة مالية من 50 ألف دينار جزائري إلى 05 ملايين دينار جزائري "كعقوبة أصلية" كما أضاف عقوبات تكميلية بحكم قضائي بمصادرة السلع المحجوزة التي تسلم إلى إدارة أملاك الدولة والعقوبة التكميلية الأخرى، يأمر القاضي المحكوم بنشر القرار القضائي كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها، وذلك على نفقة مرتكب جريمة الإشهار التضليلي وفقا لنص المادة 48 من القانون 04-02.

كذلك نص المشرع على عقوبات إدارية وهي إغلاق المحل التجاري، فقد أشارت إليه المادة 46 من القانون 04-02، وكما نصت على إمكانية أمر الوالي بنشر قرار الغلق الإداري كاملا أو جزء منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأماكن محددة، وذلك على نفقة مرتكب الإشهار التضليلي وفقا للمادة 48 من القانون 04-02.

رابعا: تجريم الغش في العلامات التجارية.

لقد أورد المشرع الجزائري عديد من الجرائم الماسة بالعلامة التجارية وأهم هذه الجرائم جريمة تقليد العلامة التجارية والتي تأخذ صور متعددة كتقليد العلامة أو مشابهتها واستعمل علامة مقلدة أو مشابهة واغتصاب العلامة مملوكة للغير وبيع منتوجات أو عرض خدمات عليها علامة مقلدة أو مشابهة، كما أن المشرع الجزائري أورد جريمة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة وجريمة وضع علامة تجارية غير مسجلة.

1-جريمة التقليد الإلكتروني للعلامة:

عرف المشرع الجزائري التقليد في الأمر المتعلق بالعلامة التجارية 03-05 على أنه :" كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".

استنادا على هذا النص فإنه يمكننا أن نلاحظ أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يقصد به كل الأفعال والتصرفات الماسة بمالك العلامة التجارية، فكل استعمال غير مشروع من الغير يشكل جرم تقليد[1].

[1]-سلامي ميلود، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، العدد07، 2018، ص83.

كما يقصد بالتقليد الإلكتروني للعلامة بأنه :" كل محاكاة العلامة التجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية باستعمال الحاسب الإلكتروني، ومن خلال الاتصال بالانترنت بحيث يترتب على ذلك إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الانترنت في العالم"[1].

أركان الجريمة:

أ-الركن الشرعي:

نص المشرع الجزائري على تجريم فعل التقليد للعلامة في نص المادة 26 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة التجارية ينص كما يلي :" مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد العلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه"[2].

ب-الركن المعنوي:

المشرع الجزائري افترض سوء نية مرتكب جريمة التقليد وكذلك العلم بذلك لايمكه أن يدفع بحسن نيته بالنسبة للمقلد.

إلا في الحالة الأول: بموافقة صاحب العلامة والثانية أن فعله لم يؤدي إلى انخداع وتضليل الجمهور.

ج-الركن المادي:

يظهر الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية الكترونيا في واقعة التماثل أو التقارب بين العلامة الأصلية والمقلدة وذلك بنقل العناصر الأساسية المكونة للعلامة التجارية مع إضافة شيء عليه وذلك باستعمال البرامج المتطورة وبدقة علية، بحيث يصعب التمييز والتفريق بين العلامات الأصلية والمقلدة والذي من شأنه أن يخدع ويضلل المستهلك الإلكتروني[3].

ب-العقوبات المقررة لجريمة التقليد الالكتروني للعلامة التجارية:

ماجاء به القانون رقم 15/04 المؤرخ في 10-11-2004 المعدل والمتمم لقانون العقوبات في نص المادة 304 مكرر منه : يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة، وبغرامة من 50000 دج إلى 1000000 دج كل من يدخل أو يبقي عن طريق الغش في كل جزء من منظومة المعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك.

وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة"، هذا إذا تبين أن القائم بجريمة التقليد قد دخل للمنظومة الآلية للمعطيات أو حاول ذلك أو بقي هناك دون أن يقوم بأي فعل جرمي آخر، وتضاعف العقوبة إذا قام المقلد بتعديل المعطيات بحذف علامة تجارية بطريقة الغش مملوكة للغير بغية تضليل المستهلك.

[1]-حمادي محمد رضا، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة المجلد17، العدد47، سنة 2018، ص21.

[2]-المادة 26 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات التجارية.

[3]-حمادي محمد رضا، المرجع السابق، ص27.

-وإذا كان التعديل التعبير بالإضافة عن طريق الغش فإن العقوبة تتشدد حسب نص المادة 394 مكرر1 إلى الحبس من ستة أشهر إلى ثلاثة سنوات، وبغرامة من 500000 دج إلى 2000000.

وإذا كان القائم بالتقليد أو آخرين لهم علاقة بالفعل الإجرامي السابق ولم يتوقفوا عند التقليد بل قاموا بالتجارة بالمعطيات المخزنة والتي ارتكبت بصددها تقليد العلامة التجارية فإنه يعاقب وفقا لنص المادة 354 مكرر2 من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة ذاتها .

وإذا كان هناك استعمالا للعلامة التجارية الموضوعة بطريقة الغش والتقليد وذلك تطبيقا للفقرة 02 من نفس المادة[1].

أما العقوبات في قانون العلامة التجارية مانصت عليه المادة 22 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية نصت على :"كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة 2500000 دج إلى 10000000 دج أو بإحدى العقوبتين فقط مع:

-الغلق المؤقت أو النهائي.

-مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة.

-إتلاف الأشياء محل المخالفة.

-وما يمكن استنباطه من المادة أن الحبس والغرامة هي عقوبتين أصليتين والأخرى عقوبات تكميلية.

2-جريمة استعمال علامة مشابهة.

يقصد باستعمال علامة مشابهة اصطناع علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، بحيث من شأن ذلك تضليل المستهلك ووقوعه في الغلط بين العلامتين لوجود اللبس بينهما.

أركان الجريمة:

أ-الركن المعنوي:

تعد من الجرائم العمدية التي يتطلب لحدوثها توافر الغش فلا يكفي مجرد القيام بالأفعال المكونة للركن المادي من مشابهة ومماثلة للعلامة التجارية الأصلية، بل لابد أن يكون الفاعل سوء النية وعليه يقع عبء إثبات حسن النية كعدم علمه بأن العلامة مملوكة للغير أو الموافقة المكتوبة لمالك العلامة في استعمالها.

ب-الركن المادي:

يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة إذا تم استغلال علامة تجارية صحيحة دون وجه حق، أي تمثل استعمالا تجاريا لعلامة حقيقية ولكن مملوكة للغير.

كما يشترط المشرع لقيام الركن المادي أن يحدث استعمال العلامة المشابهة لبسا لدى جمهور المستهلكين، فالعبرة في استعمال العلامة المتشابهةهو إحداث لبس بين العلامتين في ذهن المستهلك.

3-جريمة بيع أو عرض منتجات وخدمات عليها عامة مطابقة أو مشابهة.

[1]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص279.

لم ينص المشرع الجزائري صراحة على هذه الجريمة في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات: وذلك على خلاف الأمر 66-57 الملغى الذي نصت المادة 28 فقرة 02 منه على أنه :" يعاقب بغرامة من 1000 إلى 20000 دج، ويسحب من ثلاثة سنوات أو بإحدى العقوبتين فقط، الذين يبيعون أو يعرضون للبيع عن قصد منتجا أو عدة منتجات ملبسة.

أركان الجريمة:

أ-الركن المادي:

تعد جريمة بيع أو عرض المنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو مشابهة جريمة مستقلة بذاتها عن باقي جرائم التقليد أي أن المستعمل لم ينسخها أو ينتجها بل وجدها واستعملها، فالاستعمال يكون إما ببيع أو عرض المنتوج أو الخدمة التي تحمل العلامة أو صنع المنتوج ذاته، ويمكن أن يطلق على هذه الصورة من جرائم التقليد جنحة استعمال علامة مقلدة من الغير[1].

فجريمة العرض للبيع يتحقق ركنها المادي بعرض السلع على واجهة المحلات أو عرضها عند مدخل المحل التجاري أو في أحد الفروع التابعة له.

ب-الركن المعنوي:

لا يشترط المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات قصدا جنائيا خاصا في الجنحة المتمثلة في بيع أو عرض منتجات وخدمات عليها علامة مطابقة أو مشابهة، وهذا على خلاف الأمر 57/6 الملغى، الذي اشترط ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص وهو أن يكون بيع أو عرض المنتجات ملبسة بعلامات مقلدة عن قصد أو موضوعة بطرق التدليس، أي أن تنصرف إرادة المستعمل إلى خداع المستهلك فالعنصر المعنوي لهذه الجريمة يكون بتوفر لدى المستعمل علم مسبق بأن المنتوج أو الخدمة التي يستعملها بالبيع أو العرض بغرض التجارة تحمل علامة مطابقة أو مشابهة وأن هذه الأخيرة محمية قانونا.

4-جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير:

أركان الجريمة:

أ-الركن المادي:

يقوم الركن المادي في هذه الصورة بوضع التاجر لعلامة على أكياس أو علب أو قنينات أو أغلفة دون أن يكون مرخص له لوضعها على منتجاته ويشترط أن يكون وضع العلامة أو لصقها لغرض تجاري وحتى التاجر إذا ألصق العلامة على منتوج أو خدمة غير مشابهة لايعد ذلك تقليدا بل منافسة غير مشروعة.

ويتحقق هذا النوع من الجرائم إما بلصق العلامة الحقيقية والمملوكة للغير على المنتجات أو سلع أو خدمات التي يراد تمييزها وفي الغالب الأعم تتم هذه الجريمة باستغلال العبوات الفارغة التي تحمل العلامة الحقيقية[2].

[1]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص281.

[2]-ضيف الله فاطمة، المرجع السابق، ص283

ب-الركن المعنوي:

لم يشترط المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات القصد الخاص وإنما يكتفي أن يتم اغتصاب العلامة أو وضع العلامة الأصلية على منتجات أو خدمات ليسا تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو علب أو صناديق أو أكياس تحمل العلامة الأصلية المحمية، فلا يستةجب على المدعي المدني أو على النيابة العامة إثبات سوء النية، أي أن مرتكب الفعل كان يهدف إلى الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية.

5-السطو الإلكتروني على العلامة التجارية:

يمكن تعريف السطو الالكتروني على العلامة التجارية بأنه :"أن يقوم شخص أو مشروع لا يملك أي حق على علامة تجارية بتسجيل هذه العلامة في صورة اسم حمل على شبكة الانترنت، وذلك بقصد الإضرار بمالك العلامة أو بقصد إعادة بيع اسم الحق إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالي فيه".

إن افتتاح موقع إلكتروني واستغلاله ليس شيئا سهلا بل يتعين مراعاة المشكلات المرتبطة بالعلامة خاصة مع تنوع صور الاعتداء على العلامات التجارية من قبل أسماء مواقع الكترونية وما يتولد عن ذلك من أثر سلبي مما يقتضي التصدي لهذا الجرم المستجد في إطار التعامل التجاري.

د-العقوبات المقررة لجنحة التقليد:

نصت المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات على أنه :"...فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنين، وبغرامة من 2500000دج إلى 10000000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.

-مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة.

-إتلاف الأشياء محل المخالفة[1].

المطلب الثاني: الآليات الإجرائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

تنوع أساليب الغش التجاري فرض على المشرع إعادة النظر في نوع الحماية وأطرافها فأصبح دور التصدي للغش التجاري الالكتروني لايقتصر على الإدارة فقط بل يمكن الاستعانة بجمعيات حماية المستهلك وهذا ما سوف نتعرض إليه أولا دور الإدارة ثم دور جمعيات حماية المستهلك.

الفرع الأول: دور الإدارة في مكافحة الغش التجاري الإلكتروني.

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى مصالح التابعة لها، سواء المركزية أو الجهوية، بحيث كل مصلحة مكلفة

[1]-المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، المرجع السابق.

بمهام وأنشطة تمارسها ضمن التنظيم الساري المفعول لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 21 ديسمبر يحدد صلاحيات وزير التجارة[1]، والذي يمنح للوزير كل الصلاحيات في إطار حماية المستهلك .

-بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك كما يأتي:

-يحدد بالتشاور مع الدوائر الإدارية والهيئات المعينة شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.

-يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع العلامات وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

-يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الإقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

-يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحايل في مجال الجودة.

-يعد وينظم استرايجية الإعلام والإتصال بالرقابة من الـأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين ويشجع إنشائها .

-يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.

أولا: على المستوى المركزي.

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة[2].

1-المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين:

تتخذ هذه المديرية في إطار آداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزيهة وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

-تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والتنظيم في إطار تنظيم المنافسة وحماية المستهلك والنتائج المتوصل إليها، لكن المتأمل

[1]-المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 17 شوال 1429، الموافق ل21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر 2002.

[2]-المرسوم التنفيذي رقم 08-266، المؤرخ في 17 شعبان 1429، الموافق ل19 غشت 2008، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454، المؤرخ في 17 شعبان 1429، الموافق ل 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.

لذلك لايمكن أن نكون أمام حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق، إذ يقلل ذلك من فرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك، أو على الأقل للرغبات المنتظرة عند طرح سلع وخدمات في السوق.

2-المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش: تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ماهو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة، وكذا محاربة الممارسات التجارة غير المشروعة، كما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق وتعتمد على أربع مديريات تابعة لها هي :

-مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

-مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

-مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.

-مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

ثانيا: على المستوى الخارجي.

يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة، والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-403 المتضمن تنظيم مهام المصالح الخارجية في وزارة التجارة وعملها بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه :[1]

-"تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

-مديرية ولائية

-مديرية جهوية.

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسعة (9) مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة

[1]-المرسوم التنفيذي رقم 03-403، المؤرخ في 10 رمضان 1424، الموافق ل 5 نوفمبر 2003، الذي ينص على تنظيم ومهام المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

ثالثا: الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني وأهم الهيئات تكمن في:

-المجلس الوطني لحماية المستهلكين: يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 22-22 المؤرخ في 5 جويلية 1992، وذلك تطبيقا لنص المادة 24 من القانون 89-03 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى

- للمجلس الوطني لحماية المستهلكين دور استشاري، فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك.

2-المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم: لقد تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم[1] التنفيذي رقم 03-31 الذي يبين تنظيمه وعمله.

-يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدورة يعين مديرا لتمثيل المركز، تتجلى أهداف المركز في مجالين:

-أولا في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعية للاستهلاك وتحسينها.

-ثانيا يكمن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات.

يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تميزها.

3-شبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية:

لقد أنشئت بموجب مرسوم تنفيذي رقم 21-424 المؤرخ في 28 ربيع الأول 1443 الموافق ل 04 نوفمبر 2021[2].

بصدور هذا المرسوم التنفيذي أدخلت هذه الشبكة ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، فأصبح يطلق عليه مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة، هدفها القيام بالرقابة والتأكد من

[1]-أنشأ المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318، الذي يبين تنظيمه وعمله.

[2]-المرسوم التنفيذي رقم 21-424 المؤرخ في 28 ربيع الأول 1443 هجري، الموافق ل 4 نوفمبر 2021، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل مطابقة المنتوجات وسيرها، الجريدة الرسمية رقم84، المؤرخة في 4 نوفمبر 2012.

التسيير حسبا لنشاطات مخابر التجارب والتحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتوج.

رابعا: مجلس المنافسة.

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي الرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة".

لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي والمتعلق بالمنافسة، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الإختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة، حيث أدى ذلك بالمشرع إلى فتح المجال للهيئات الممثلة للجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس ، الأمر الذي يؤثر إيجابا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ماله صلة بحماية وسلامة المستهلك[1].

خامسا:دور إدارة الجمارك.

يتولى أعوان الجمارك مراقبة المنتوجات المستوردة وفقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي 05-467المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك التي تنص " تمارس مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة على مستوى المراكز الحدودية البرية والبحرية والجوية، وتقوم بذلك المفتشيات الحدودية التابعة للإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، طبقا للكيفيات المنصوص عليها في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم.

تتم مراقبة المنتوجات المستوردة بخضوعها لتفتيش مسبق تقوم به مفتشية الحدود التابعة للإدارة المكلفة بمراقبة الجودة وقمع الغش، من خلال فحص عام يشمل التحقق من الملف المودع وهذا قصد التأكد من مطابقة المنتوج ونوعيته، لاسيما لشروط تداوله ونقله وتخزينه، وهذا النوع من الفحوص يشمل المراقبة المادية في عين المكان للمنتوج المستورد بهدف مطابقته مع البيانات المذكورة في الوسم، فالمنتوج غير مطابق لايمكن عرضه للاستهلاك إلا بعد جعله مطابقا تحت مسؤولية مستورده.

سادسا: دور الوالي ورئيس البلدية في حماية المستهلك.

تنص المادة 96 من القانون 90-09 المتعلق بالولاية المعدل والمتمم أنه يكون :"الوالي مسؤول عن المحافظة عن النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة" وكذلك تنص المادة 119 من قانون الولاية أنه "يمكن

[1]- نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص109.

للولاية قصد تلبية الاحتياجات الجماعية لمواطنيها إنشاء مصالح عمومية ولائية لاسيما في الميادين التالية حفظ الصحة ومراقبة النوعية"[1].

أما رئيس البلدية فإنه بالرجوع إلى نص المادة 69 من القانون 90-08 المتعلق بالبلدية فإنه "يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي مايلي :"السهر على حسن النظام والأمن العموميين وعلى النظافة العمومية"، كما يتولى إلى جانب ذلم طبقا لنص المادة 75 الفقرة 02 من نفس القانون "المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأملاك"[2].

أما الفقرة 08 من نفس المادة 75 فإنها تنص على أنه :"يتولى السهر على النظافة للمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع".

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مكافحة الغش التجاري الالكتروني.

تلعب الجمعيات دورا هاما في التحسيس والإعلام والتوعية لدى المستهلك، بالإضافة إلى تمثيلهم والدفاع عن حقوقهم أمام مختلف الجهات القضائية.

لقد اعترف المشرع بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وآجال تنظيمها من ناحية إنشائها وسيرها للقانون 06/12 المتعلق بالجمعيات[3].

ويتجلى دور هذه الجمعيات في الدور الوقائي والردعي.

أولا: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.

يقصد به الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل وقوع الضرر للمستهلك لضمان أمنه وسلامته ويبرز دورها الوقائي في : التحسيس والإعلام.

عملا بالمبدأ القائل "الوقاية خير من العلاج" تمارس جمعيات حماية المستهلك دورها في تحسيس وإعلام المستهلك بأخطار الاستهلاك التي تهدد سلامته وصحته وتعريفه بحقوقه وكيفية الدفاع عنها باعتماد جميع الوسائل والآليات القانونية المتاحة لها[4].

[1]- القانون رقم 90-09 المؤرخ في 12 رمضان 1410، الموافق ل7أفريل 1990، المتعلق بالولاية المعدل والمتمم.

[2]-علي بولحية بن خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، ص65.

[3]-القانون 06/12، المتعلق بالجمعيات، المؤرخ في 12 جانفي 2012، الجريدة الرسمية عدد02 الصادر في 15 جانفي 2012.

[4]-بن كرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، دور وفعالية، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص81.

نلخص دورها في النقاط التالية:

1-توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة أو غير معبئة بشكل قانوني.

2-منع السلع التي لاتحتوي على وسم أو مكان صنعها.

3-منع استهلاك السلع التي يعرف أنها مقلدة أو أن العلامة الموضوعة على متنها مزيفة.

4-منع استهلاك السلع التي لا يوجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية.

5-توعية وتحسيس المستهلك من ضرورة الإطلاع ومعرفة مكونات المنتوجات الغذائية خاصة التي تحتوي على مواد مسببة للحساسية والحساسيات المفرطة[1].

ثانيا: مراقبة أسعار الجودة.

من بين أهم المهام التي تقوم بها الجمعية العامة لحماية المستهلك مراقبة الأسعار في السوق ومدى توفر احترام الأسعار المفروضة من قبل الدولة للمنتجات ذات الطابع الاستراتيجي وملاحظة مدى تطابق السلع المعروضة مع الجودة تطهير السوق من المنتج المخالف لمعايير الجودة.

ثالثا: مكافحة الإشهار التضليلي.

عرف المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الإشهار التضليلي بقوله :" كل عرض إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه أو خصائصه الغذائية عند الاقتضاء وطبيعته وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى".

فالإشهار التضليلي يتكون من عنصرين أساسيين وهما العنصر المادي أي وجود الإشهار المؤدي إلى التضليل، والعنصر المعنوي المتمثل في وصفه ونية وقصد وسلوك خادع من طرف المعلن يتضمن بيانا أو عرضا أو ادعاء كاذب أو أي أمر يخالف الحقيقة إلى خلق انطباع غير حقيقي ومضلل بالمستهلك.

رابعا: الدور الردعي لجمعيات حماية المستهلك.

سقصد به ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات المستهلك أمام الجهات القضائية المختصة في حالة الإضرار بجماعة المستهلكين أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المتدخلين، فقد منح المشرع الجزائري جمعيات المستهلكين الحق في رفع الدعاوي جبرا للضرر الذي أصاب المستهلكين أمام الجهات القضائية المدنية، وخولهم أيضا حق تحريك الدعوى العمومية أمام الجهات القضائية على أساس الخطأ الجنائي، وهذا مانصت عليه المادة 23 من القانون رقم 09-03، والمادة 65 من القانون 04-02 كما يمكنها الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك وفقا للمادة 194 من قانون الإجراءات المدنية

[1]-يوسف زاهية، دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك، مقال منشور بمجلة الحقيقة العدد34، جامعة أدرار، الجزائر، ص291.

والإدارية التي تنص "يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في مرحلة الاستئناف اختياريا، لايقبل التدخل إلا توفرت فيه الصفة والمصلحة"

وبالتالي يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الرافع الدعوى تحقيقها سواء بتأكيد ادعاءاته وإضافة طلبات إضافية إلى الطلبات الأخرى[1].

[1]-زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2011، ص213.

الخاتـــــمة

الخاتمة

يتضح جليا في ختام هذه الدراسة أن التجارة الالكترونية تعرف تطورا كبيرا وسريعا في العالم غير أن تنظيمها يفوق الجهود المبذولة من قبل المشرع الجزائر، فلم تعد تفي جميع المحاولات التي بذلت من قبله للإحاطة بالأحكام الضابطة للمعاملات التجارة الالكترونية وليس يجدي نفقا الاكتفاء يتضمن القواعد التقليدية إدخال مجموعة إضافية من النصوص، بقدر إيجاد قوانين خاصة بالمعاملات التجارة الالكترونية.

التعاقد عن بعد وعبر شبكة الانترنت أثار إشكالات قانونية واختلال في توازن العلاقة التعاقدية بين المستهلك والمتعاقد الآخر، لكثرة انتشار سائل الغش والتدليس والخداع في المعاملات.

كان على المشرع الجزائري أن يكون أكثر استجابة لحماية المستهلك والتصدي وردع كل مظاهر وأساليب الغش التجاري الالكتروني.

ومن أهم النتائج المستخلصة من الدراسة:

- صعوبة اثبات الغش التجاري الالكتروني لأنه جريمة لا تترك أثر بعد ارتكابها كذلك مرتكبوه الغش التجاري الالكتروني يتمتعون بالذكاء الخارق ويعتمدون في ارتكابه على الخداع والتضليل.
- هناك تحديات تقنية وهي صعوبة تتبع الجرائم الالكترونية بسبب استخدام وسائل تقنية وسائل تقنية جد متطورة.
- البطء في إجراءات التقاضي الالكتروني أي لا تزال المنازعات الالكترونية تعالج عبر الفضاء التقليدي الذي يفتقر إلى التخصص في القضايا الرقمية مما يؤدي إلى تأخير في جسم النزاعات وتعقيد الاثبات في البيئة الرقمية.
- الافتقار إلى آليات تنفيذ العقود الالكترونية وهذا رغم تنظيم القانون المدني للعقود الالكترونية المادتان 323 و323 مكرر 1 تضل هناك إشكاليات في اثبات التوقيعات الالكترونية وتنفيذ الضمانات خاصة في غياب بنية تحتية رقمية موحدة.
- صعوبة تطبيق الآليات الرقابية لأن الرقابة على المعاملات الالكترونية معقدة بسبب تعدد الجهات المشرفة عليها (الولايات، المديريات الولائية للتجارة وغيرها..)
- التهديدات الأمنية المتجددة أي تزايد جرائم القرصنة الالكترونية وانتهاكات الخصوصية كسرقة البيانات والتصدي لها يتطلب تحديثا مستمرا للقوانين الجزائرية كذلك اعتماد تقنيات أمنية متطورة وهو ما لا يتماشى مع سرعة التشريعات الحالية.

- التحديات في التعاون الدولي مع تزايد المعاملات العابرة للحدود يواجه المشرع الجزائري صعوبة في تطبيق القواعد الوطنية على منصات أجنبية.
- ضعف الوعي القانوني لدى المستهلكين أي أن معظم المستهلكين الجزائريين يجهلون حقوقهم الالكترونية المنصوص عليها في التشريعات كحق الإلغاء والاسترجاع، كذلك غياب حملات التوعية النوعية بالتجارة الالكترونية.

الاقتراحات

لتعزيز القوانين الموجودة وتحسين حماية المستهلك الالكتروني في الجزائر يمكن اعتماد عدة إجراءات قانونية وتنظيمية مهمة تشمل:

تحديث التشريعات لتشمل كافة أشكال التجارة الالكترونية خاصة المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.

تبنى آليات رقابية فعالة وشفافة، تضمن مراقبة المعاملات الالكترونية وتفرض استخدام القنوات المصرفية الرسمية للدفع، مما يجد من التهريب الضريبي ويزيد من ثقة المستهلك.

وضع إطار قانوني واضح للممارسات الاعلانية في السوق الالكترونين يحمي المستهلك من الإعلانات المضللة ويضمن المنافسة الشريفة بين المنتجات الوطنية والأجنبية.

تعزيز الوعي والتثقيف القانوني للمستهلك الالكتروني حيث يعاني المستهلك الجزائري ضعف المعرفة بحقوقه القانونية المتعلقة بالتجارة الالكترونية، مما يستدعي حملات توعية مستمرة لتقوية ثقافة المستهلك.

تسهيل إجراءات التقاضي الالكتروني وتسريعها لتوفير آليات فعالة لحل النزاعات بين المستهلك والتاجر الالكتروني مع تعزيز الوعي بحقوق المستهلك الالكتروني.

اشتراك المجتمع المدني والفاعلين الاقتصاديين في مراجعة القوانين وتطويرها لضمان لتلبية الاحتياجات الحقيقية للمستهلك وحماية مصالحه.

انشاء بنية تحتية رقمية آمنة تدعم تداول المعلومات والمعاملات التجارية مع وضع إطار قانوني ينظم الممارسات الاعلانية ويكافح الغش التجاري.

توفير حوافز تشريعية للتجارة الالكترونية مثل التخفيض الضريبي للتشجيع الانتقال إلى السوق الرسمي المنظم مما ينعكس إيجابيا على حماية المستهلك.

تعزيز الحماية القانونية للبيانات الشخصية والخصوصية للمستهلك باتباع هذه الخطوات يمكن بناء بيئة قانونية وتنظيمية متطورة تواكب التطورات الرقمية وتوفير حماية شاملة وفعالة للمستهلك الالكتروني في الجزائر.

وبهذا تكون دراستنا قد أسهمت في توضيح الإطار القانوني الجزائري لمكافحة الغش الالكتروني مؤكدة على أهمية تطوير التشريعات والآليات لمواجهة الظاهرة المتجددة بما يضمن حماية المستهلك وتعزيز الثقة في التجارة الالكترونية في الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. اتفاقية الاتحاد الإفريقي حول أمن القضاء الالكتروني وحمية البيانات ذات الطابع الشخصي، ثم اعتمادها في الدورة العادية الثالثة والعشرون لقمة رؤوساء ودول حكومات الاتحاد الإفريقي المنعقدة في ملانو، غينيا الاستوائية 27 يونيو 2014.

2. أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة دكتوراه، جامعة ملود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2018، ص 391.

3. إلهام شريط، مساهمة مضامين اليوتيوب في التوعية من الغش التجاري الالكتروني، مذكرة ماستر جامعة عمار ثليجي، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، الأغواط، 2024/2023، ص 37.

4. الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، سنة 2004.

5. الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، المرجع السابق.

6. الأمر 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1996، المتضمن قانون العقوبات الجريدة الرسمية العدد 49 المؤرخة في 11 جوان 1996، معدل ومتمم.

7. آية شبيل، دنيا زاد عويدي، العقد في المادة الجزائية، رسالة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة 2021-2022، ص9.

8. باللجنة الأوروبية: هي واحدة من خمس منظمات التي تنظم الإتحاد الأوروبي، اللجنة تنظم البرنامج اليومي للاتحاد الأوروبي وتسطر القوانين الخاصة به ويتناقش، ويعد لها البرلمان الأوروبي ومجلس الاتحاد الأوروبي ومقرها في بروكسل مؤلفة من 27 مفوضا ومسؤولية أمام البرلمان الذي يستطيع ممارسة حق النقض إزاءها تضطلع المفوضية بمسؤولية اقتراح التشريعات وتنفيذ القرارات وتأييد معاهدات الاتحاد وتصريف شؤون الاتحاد اليومية العامة.

9. بريكي نادين، عماري دنيا، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2023/2022، ص 14.

10. بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء1، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص103.

11. بلهور فاطة الزهراء، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الثالث، ديسمبر 2017، ص85.

12. بن كرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، دور وفعالية، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص81.

13. بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في إقصاد المعرفة، مذكر ماجستير، جامعة أم البراقي، كلية الاقتصاد، 2008/2007، ص 46.

14. بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2017، ص 35.

15. بوروج منال، ضمان حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير، فرع حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر، (1) كلية الحقوق، 2015، ص 185.

16. بوطالب أمينة، دلول الطاهر، الإشكالات القانونية لتجريم الخداع التجاري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحث العلمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد11، العدد3، عدد خاص 2020، ص25.

17. بوقرين عبد الحليم، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة ماجستير ، فرع قانون جنائي وعلوم جنائية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2009-2010، ص23.

18. جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد15، السنة 2016- ص268.

19. جبالة فوزية، داود محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ص06.

20. الحدي يمينة، موقف عواطف الالتزام بضمان العيوب الخفية في عقد البيع، مذكرة ماستر جامعة الجلفة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2019-2020، ص16.

21. حمادي محمد رضا، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة المجلد17، العدد47، سنة 2018، ص21.

22. حواس فتيحة، التوقيع الإلكتروني الخصوصيات والتطبيقات، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 07، العدد01، 28-06-2021، ص ص 2987-3005.

23. خالد ممدوح ابراهيم، لوجسيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008، ص 127.

24. خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 132.

25. ديمش سمية، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص 44، بتصرف.

26. زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون 03/09 رسالة الماجستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص 106.

27. زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2011، ص213.

28. سارة بومعزة، أماني سعدي، المسؤولية المدنية للمنتج، مذكرة ماستر جامعة قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2022-2023، ص06.

29. السايح عبد الرزاق، أحمد حنيفي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، رسالة ماستر، جامعة أحمد بوقرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بومرداس، 2020-2021، ص ص 13-14.

30. سلامي ميلود، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، العدد07، 2018، ص83.

31. سهيلة بوزبرة، جرائم الممارسات التجارية في القانون 02/04 المعدل والمتمم ، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل العدد 05، سنة 2017، ص124.

32. صرع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، وهران، 2014/2013، ص 21.

33. ضيف الله فاطمة، الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 27-28.

34. ضيف الله فاطمة، الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 29.

35. ضيف الله فاطمة، الغش التجاري الالكتروني في التشريع لجزائري، أطروحة دكتوراه جامعة يحي فارس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2022/2021، ص79.

36. ضيف الله فاطمة، د-علياني محمد، الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 06، العدد 04، لسنة 2021، ص 440.

37. طبيب ولد عمر، النظام القانوني للتعويض عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل أطروحة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2010، ص 253.

38. عبد الإله بن أحمد عبد المالك بن علي، الغش التجاري الالكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون جنائي، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية المملكة العربية السعودية، 2014، ص 14.

39. عبد الفتاح البيومي الحجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الكتاب الأول – نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2002، ص 11.

40. عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2014، ص 22-25.

41. العبدلي عابد، التجار الالكترونية في الدول الاسلامية، الواقع، التحديات، الأمل، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الاسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص 6.

42. عجالي خالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014، ص223.

43. علي بولحية بن خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، ص65.

44. علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتوج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2013، ص23.

45. عميروش سارة، بالة ليندة، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش التجاري، مذكر ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2020/2019، ص 20.

46. فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2013، ص108.

47. فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة ماستر تخصص قانون جنائي الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2013، ص 22.

48. ق/ع: يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من:

49. القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المرجع السابق.

50. القانون 04-02 المؤرخ في جمادى الأولى عام 1425، الموافق ل 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد45، المؤرخ في 27-06-2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، عدد 46، الصادر في 12 أوت 2010.

51. القانون 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المتعلق بتعديل القانون المدني الصادر في 26 يونيو 2005، الجريدة الرسمية رقم 44.

52. قانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

53. القانون 09-03، تنص على :" طبقا لأحكام المادة 36 من قانون العقوبات تضم الغرامات المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، في حالة العودة تضاعف الغرامات، ويمكن للجهة القضائية المختصة إعلان شطب السجل التجاري للمخالف".

54. القانون 06/12، المتعلق بالجمعيات، المؤرخ في 12 جانفي 2012، الجريدة الرسمية عدد02 الصادر في 15 جانفي 2012.

55. القانون 14-04، المؤرخ في 24-02-2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية عدد16، المؤرخة في 13-03-2014، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2014.

56. القانون 04/15، المؤرخ في 01 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية رقم 60، المؤرخة في 10 فبراير 2015.

57. القانون 05/18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، عدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ 16 مايو 2018.

58. القانون 18-05، المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد28، المؤرخة في 16 مايو 2018، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2018.

59. قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية.

60. القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004.

61. القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23-06-2004، المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد41، المؤرخة في 27-06-200

62. القانون رقم 82-01 المؤرخ في 12 ربيع الأول 1402، المتضمن قانون الإعلام، الجريدة الرسمية عدد 06، المؤرخة في 09-02-1982، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1982.

63. القانون رقم 90-09 المؤرخ في 12 رمضان 1410، الموافق ل7أفريل 1990، المتعلق بالولاية المعدل والمتمم.

64. لجنة قانون التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة والتي نشأت بتاريخ 1996/12/17 كآلية ما بين الحكومات وتضم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسية غرضها الرئيسي تحقيق الانسجام بين القواعد القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية وتحقيق وحدة القواعد المتبعة في التعامل مع قضايا التجارة العالمية.

65. المادة 26 من الأمر 06/03، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلاقات التجارية، جريدة الرسمية عدد 44 الصادرة في 23 جوويلية 2003.

66. المادة 430، من القانون 66-156، المؤرخ في 8 يوليو 1966، الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

67. مبارك بن طبيبي، دراسة تحليلية للجرائم المتعلقة بمخالفة سلامة المستهلك، القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، الأحرار (الجزائر)، المجلد 02، العدد 01، سنة 2020، ص17.

68. مجدوب نوال، حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية، دفاتر سياسة وقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية

69. محمود بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 319.

70. مداح أحمد، التجارة الالكترونية من منظور الفقه الاسلامي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الفقهه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2006، ص 91.

71. المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 17 شوال 1429، الموافق ل21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر 2002.

72. المرسوم التنفيذي رقم 03-403، المؤرخ في 10 رمضان 1424، الموافق ل 5 نوفمبر 2003، الذي ينص على تنظيم ومهام المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

73. المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 أوت 2005، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية العدد 54، الصادرة في 07 أوت 2005 المعدل والمتمم.

74. المرسوم التنفيذي رقم 08-266، المؤرخ في 17 شعبان 1429، الموافق ل19 غشت 2008، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454، المؤرخ في 17 شعبان 1429، الموافق ل 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.

75. المرسوم التنفيذي رقم 13-318 ، المؤرخ في 09-11-2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، الجريدة الرسمية عدد58، المؤرخة في 18-11-2013، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 2013.

76. المرسوم التنفيذي رقم 21-424 المؤرخ في 28 ربيع الأول 1443 هجري، الموافق ل 4 نوفمبر 2021، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل مطابقة المنتوجات وسيرها، الجريدة الرسمية رقم84، المؤرخة في 4 نوفمبر 2012.

77. المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في30-01-1990، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد05، المؤرخة في 31-01-1990، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1990.

78. المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318، الذي يبين تنظيمه وعمله.

79. مسعد بن حسن ميفر القحطاني، عقوبات الغش التجاري في بيئة التعاملات الالكترونية ودورها في حماية حقوق المستهلك، المجلة العربية للدراسات الأمنية، العدد 70، المجلد 33، 2017، ص 133.

80. مصطفى منشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2017/2016، ص 37.

81. منظمة دولية مكونة من مجموعة من البلدان المتقدمة التي تقبل مبادئ الديمقراطية التمثيلية اقتصاد السوق الحر، نشأت سنة 1948 عن منظمة التعاون الاقتصادي الأوروبي العملية OEEC التي يتزعمها الفرنسي روبير مارجولين للمساعدة على إدارة خطة مارشال لإعادة إعمار أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية وبعد تم توسيعها لتشمل عضويتها بلدان غير أوروبية وفي سنة 1960 تم إصلاحها لكي تكون منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية.

82. منيرة جربوعة، آليات حماية المتعاقد من الشروط التعسفية، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الثاني، ص199.

83. نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص109.

84. نوران أيهم عبد الجليل اللهيباوي، ماهية المسؤولية المدنية الناتجة عن المنتجات المعيبة، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 70، العدد3، ص2024.

85. هاجر حجودي، عبد الحميد دبار، الشروط التعسفية في العقود، مذكرة ماستر، جامعة قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2023-2024، ص8.

86. وليد عمر طيب، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة أطروحة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2006-2007، ص241.

87. يزور أي منتوج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني.

88. يعرض أو يضع للبيع أو ببيع مع علمه بوجهتها، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتوج للاستعمال البشري أو الحيواني.

89. يعرض أو يضع للبيع منتوجا يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطي للاستعمال البشري أو الحيواني.

90. يوسف زاهية، دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك، مقال منشور بمجلة الحقيقة العدد34، جامعة أدرار، الجزائر، ص291.

الفهـــــرس

الفهرس

شكر

إهداء

مقدمة 1

الفصل الأول: ماهية التجارة الإلكترونية والغش التجاري الإلكتروني

تمهيد 4

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية. 5

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية. 5

الفرع الأول: تعريف الفقه للتجارة الالكترونية. 5

أولا: التجارة. 8

ثانيا: الالكترونية. 8

الفرع الثاني: تعريف المنظمات الدولية للتجارة الالكترونية. 9

أولا: منظمة الأمم المتحدة. 9

ثانيا: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. 11

ثالثا: الإتحاد الأوروبي. 13

رابعا: تعريف منظمة الاتحاد الإفريقي للتجارة الالكترونية. 14

الفرع الثالث: تعريف المشرع الجزائري للتجارة الالكترونية. 15

المطلب الثاني: خصائص وأهمية التجارة الالكترونية وأخطرها. 16

الفرع الأول: خصائص التجارة الالكترونية. 16

أولا: الطابع العالمي للتجارة الالكترونية. 16

ثانيا: غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الالكترونية. 16

ثالثا: عدم الكشف عن هوية المتعاملين. 16

رابعا: وجود وسيط الكتروني. 17
الفرع الثاني: أهمية التجارية الالكترونية. 17
أولا: دوران عجلة التنمية الاقتصادية. 18
ثانيا: توفير اليد العاملة الجديدة. 18
ثالثا: منع الاحتكار. 18
رابعا: توفير النفقات. 18
خامسا: تنشيط الصادرات والواردات. 18
سادسا: توفير الوقت والجهد. 18
سابعا: حرية الاختيار. 19
الفرع الثالث: مخاطر التجارة الالكترونية. 19
أولا: صعوبة إثبات حجية المستندات الالكترونية. 19
ثانيا: عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين وصعوبة الوثوق فيهم. 20
ثالثا: صعوبة المحافظة على سرية البيانات الشخصية. 20
المبحث الثاني: مفهوم الغش التجاري الإلكتروني. 21
المطلب الأول: تعريف الغش التجاري الالكتروني. 21
الفرع الأول: التعريف القانوني للغش التجاري الالكتروني. 21
الفرع الثاني: الفرق بين الغش التجاري الالكتروني والغش التجاري التقليدي. 25
الفرع الثالث: تمييز الغش التجاري عما يشابهه. 26
المطلب الثاني: خصائص وأشكال الغش التجاري الالكتروني. 29
الفرع الأول: خصائص الغش التجاري الالكتروني. 29
أولا: الطابع الدولي للغش التجاري الالكتروني واتساع مجاله. 29
ثانيا: غياب المستندات الورقية في الغش التجاري الالكتروني. 30
ثالثا: عدم التيقن من هوية مرتكب الغش التجاري في التعاملات الالكترونية. 30
الفرع الثالث: أشكال الغش التجاري الالكتروني. 30

أولا:الغش في المزادات الالكترونية. 30
ثانيا: الغش في الأسهم. 31
ثالثا: الغش في التحصيل. 31
رابعا: الاحتيال الهرمي. 31
خامسا: الغش المرتبط بوسائل التعريف. 32
سادسا: الغش في بطاقات الائتمان. 32
سابعا: الغش في عمليات التجارة التي تتم بالاتصال المباشر على الخط. 32
الفصل الثاني: الآليات المدنية والجنائية والإجرائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني.
المبحث الأول: الآليات المدنية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 35
المطلب الأول: آليات مكافحة الغش التجاري في القواعد العامة. 35
الفرع الأول: عيوب الإرادة الموجبة لإبطال العقد الإلكتروني. 35
الفرع الثاني: دعوى ضمان العيوب الخفية كآلية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني. 36
أولا: تعريف العيب الخفي. 37
ثانيا: شروط العيب الخفي: 37
ثالثا: المسؤولية عن المنتوج المبيع. 37
الفرع الثالث: استبعاد الشروط التعسفية من العقود الإلكترونية كآلية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني. 37
أولا: تعريف الشرط التعسفي. 38
ثانيا: صور الشرط التعسفي الوارد في القانون رقم 04-02. 38
ثالثا: صور الشرط التعسفي الوارد في المرسوم التنفيذي رقم 06-306. 39
الفرع الرابع: المسؤولية المدنية للمنتج على المنتجات المعيبة كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 40
أولا: تعريف المسؤولية المدنية للمنتج. 40
ثانيا: شروط مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة. 40

المطلب الثاني: آليات مكافحة الغش التجاري الإلكتروني المستحدثة في القوانين الخاصة..... 41
الفرع الأول: التزام بالإعلام كآلية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني. 41
أولا: التعريف التشريعي للالتزام بالإعلام..... 41
ثانيا: شروط الالتزام بالإعلام..... 42
الفرع الثاني: حظر الإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 43
أولا: تعريف الإشهار التجاري الإلكتروني..... 43
ثانيا :حضر الإشهار الكاذب..... 44
الفرع الثالث: حماية العلامة التجارية كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 45
أولا: تعريف العلامة التجارية. 45
ثانيا: الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية..... 46
الفرع الرابع: التوقيع والتصديق الالكتروني كآلية للحماية من الغش التجاري الإلكتروني. 48
أولا: تعريف التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري وخصائصه. 48
ثانيا: التصديق الإلكتروني..... 48
الفرع الخامس: الحق في العدول عن العقد كآلية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 49
المبحث الثاني: الآليات الجنائية والإجرائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني..... 51
المطلب الأول: الآليات الجنائية المنصوص عليها في قانون العقوبات والمنصوص عليها في قوانين خاصة لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني..... 51
الفرع الأول: آليات مكافحة الغش التجاري المنصوص عليها في قانون العقوبات. 51
أولا: تعريف جريمة الخداع. 51
ثانيا: جريمة الغش التجاري. 55
الفرع الثاني: آليات مكافحة الغش التجاري الإلكتروني المنصوص عليها في القوانين الخاصة..... 58
أولا: جريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع..... 58
ثانيا: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم: 59
ثالثا: جريمة الإشهار المضلل..... 61

رابعا: تجريم الغش في العلامات التجارية. 62
المطلب الثاني: الآليات الإجرائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 66
الفرع الأول: دور الإدارة في مكافحة الغش التجاري الإلكتروني. 66
أولا: على المستوى المركزي. 67
ثانيا: على المستوى الخارجي. 68
ثالثا: الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة 69
رابعا: مجلس المنافسة. 70
خامسا:دور إدارة الجمارك. 70
سادسا: دور الوالي ورئيس البلدية في حماية المستهلك. 70
الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مكافحة الغش التجاري الالكتروني. 71
أولا: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك. 71
ثانيا: مراقبة أسعار الجودة. 72
ثالثا: مكافحة الإشهار التضليلي. 72
رابعا: الدور الردعي لجمعيات حماية المستهلك. 72
الخاتمة 75
الاقتراحات 76
قائمة المراجع 79
الفهرس 89