في بيئة رقمية لا نلامس فيها المنتوج ملامسة حقيقية، بل نشاهده عن طريق الشاشة، وهو الأمر الذي يفسح المجال للمورّدين من أجل التعمد في التأثير على المستهلك من خلال هذه الإشهارات التي قد تكون غير مشروعة، ويأتي على رأس هذه المنظومة القانونية نص القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي وضع لأول مرة إطارا قانونيا شاملا يتعلق بالنشاط التجاري الإلكتروني، بما في ذلك القواعد المتعلقة بالإشهار التجاري عبر الوسائط الإلكترونية، وقد أكد هذا القانون على ضرورة احترام شروط الشفافية، المصداقية، وصحة المعلومات المقدمة للمستهلك، كما ألزم المورّدين الإلكترونيين بتقديم بيانات دقيقة وواضحة حول السلع والخدمات محل المعاملة التجارية الإلكترونية، وذلك بهدف الحد من الممارسات الإشهارية غير المشروعة، التي قد تؤثر سلبا على حقوق متلقي هذا الإشهار، وهو في الغالب ما يكون مستهلكا.

لا تقف أهمية موضوع حماية المستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المشروع عند حدود دراسة نصوص قانونية محددة، بل تتجاوز ذلك إلى تحليل الأحكام القانونية العامة التي تنظم نشاط الإشهار التجاري الإلكتروني، وفهم أنماط المخاطر التي يتعرض لها المستهلك في البيئة الرقمية، ففي عالم باتت فيه البيانات الشخصية سلعة ثمينة، وأضحت فيه التقنيات قادرة على توجيه الإرادة الفردية للمستهلك بطرق غير مشروعة، يصبح من الضروري التعمق في دراسة العلاقة بين الإشهار التجاري الإلكتروني وحقوق المستهلك، وما يترتب عن هذه العلاقة من التزامات قانونية تقع على عاتق المورّدين الإلكترونيين في إرساء رسالة إشهارية تجارية قانونية لا تؤثر على المستهلك في إطار تعاقده، خصوصا أن هذه البيئة الرقمية محفّزة لمختلف تلك الإشهارات غير المشروعة، كما أن التطورات الاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها المجتمع الجزائري، أدت إلى إنتشار التجارة الإلكترونية وتزايد الاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية، كما ساهمت في توسع مجال الإشهار التجاري الإلكتروني وخلق واقع جديد يستوجب جهودا تشريعية ورقابية

لمواكبته، فقد أصبح المستهلك أكثر تفاعلا مع المحتوى الإلكتروني، وأكثر عرضة للتأثر بالممارسات الإشهارية التي قد لا تحترم قواعد المنافسة المشروعة أو مبادئ النزاهة والشفافية.

يهدف هذا الكتاب إلى تقديم قراءة تحليلية للمنظومة القانونية الجزائرية الحالية، وبيان مدى فعاليتها في حماية المستهلك، واقتراح بعض الرؤى التي قد تساهم في تطوير قواعد الإشهار التجاري الإلكتروني وضمان مزيد من الحماية للمستهلك في بيئة إلكترونية تتسم بالسرعة، التعقيد، والتغيير المستمر، وأن يساهم في تعزيز ثقافة الوعي القانوني لدى المستهلك، وبناء تصور شامل حول كيفية مواجهة الإشهار الإلكتروني غير المشروع، وتحقيق توازن عادل بين حرية الإشهار التجاري وواجب احترام الحقوق الأساسية للمستهلك.

يأتي هذا الكتاب الموسوم بـ: "**الحماية القانونية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المشروع**" ليقدم معالجة أكاديمية معمقة لمختلف الجوانب القانونية المرتبطة بالإشهار التجاري الإلكتروني، من خلال طرح الإشكالية التالية: **ما مدى إحاطة**

المشرع الجزائري بكل جوانب الحماية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المشروع ؟

للإجابة عن هذه الإشكالية، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال تحليل مختلف النصوص القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، والإشهار التجاري الإلكتروني، لا سيما نص القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ومختلف النصوص القانونية ذات الصلة، بالإضافة إلى بعض تقنيات المنهج المقارن، من خلال التطرق لبعض التشريعات المقارنة والاجتهادات الفقهية.

تم تخصيص الفصل الأول لدراسة الإطار القانوني المنظم للإشهار التجاري الإلكتروني، من خلال التفصيل في مفهوم الإشهار التجاري الإلكتروني، والشروط القانونية التي يجب احترامها لاعتبار الإشهار التجاري مشروعا، مع التركيز على الإطار التشريعي الجزائري ومقارنته بما ورد في بعض التشريعات المقارنة، لنتطرق بعدها إلى محاربة الإشهارات التجارية غير المشروعة.

أما الفصل الثاني فقد خصص للبحث عن آليات حماية المستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المشروع، لذلك تم التطرق بالدراسة والتحليل للمسؤولية المدنية والجزائية المترتبة في حالة إخلال المورّد الإلكتروني بالإلتزامات المفروضة عليه في الإشهار التجاري الإلكتروني، آليات الرقابة الإدارية والتنظيمية، ودور السلطات المختصة في مواجهة هذه المخالفات، إضافة إلى تحليل الوسائل القانونية المتاحة للمستهلك للدفاع عن حقوقه.