

فعالية الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني بالمغرب - بين كفاية النص ورهان التعديل -

The Effectiveness of Legal Mechanisms for E-Consumer Protection in Morocco: Between the Sufficiency of the Current Text and the Stake of Amendment

الباحثة أميمة بوعزة

طالبة باحثة بسلك الدكتوراه بكلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية
بطنجة، جامعة عبد المالك السعدي، المغرب

ملخص:

تتمحور هذه الدراسة حول تقييم مدى فعالية القواعد الحمائية الموجهة للمستهلك الإلكتروني بالمغرب، راصدة الفجوة التشريعية الناتجة عن تسارع التعاملات الرقمية مقابل جمود الآليات التقليدية.

وتتبلور أهمية البحث في تتبع السياسة التشريعية وهي تقف عند مفترق طرق بين كفاية النص الحالي المتمثل في القانون 31.08، ورهان الملائمة المرتقب عبر مسودة مشروع القانون رقم 13.23، وذلك على ضوء مكتسبات التجربة الفرنسية.

ولتفكيك هذه الإشكالية، اعتمدت الدراسة تصميمًا ثنائيًا، تناول الشق الأول منه آليات التوازن العقدي المتضمنة في إطار القانون الحالي، وكذا مظاهر القصور الاجرائي والتشريعي التي أضحت تبدو بارزة فيما يخص تأطير المنصات والمؤثرين وكذا أزمة الاثبات، بينما ركز الشق الثاني على معالم الإصلاح ومقترحات التحيين المستلهمة من التجربة الفرنسية التي تعد رائدة في هذا المجال إذا ما قارناها مع تشريعنا الوطني.

وقد اختتمت هذه الورقة البحثية بخلاصات استراتيجية وتوصيات تهدف بالأساس إلى تكريس الحماية الفعالة للمستهلك في إطار التحيينات التشريعية المرتقبة، والتي تعزز الثقة الرقمية وتضمن نجاح النموذج التنموي الجديد بالمملكة.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني - القانون 31.08 - التوازن العقدي - التجارة الإلكترونية - الحماية القانونية - التعديل التشريعي.

Abstract

This study evaluates the effectiveness of protective rules for Moroccan e-consumers, highlighting the legislative gap between rapid digital transactions and rigid traditional mechanisms. The research tracks legislative policy at a crossroads between the sufficiency of current Law 31.08 and the anticipated alignment through draft bill 13.23, in light of the French experience. Adopting a two-part structure, the first part analyzes current contractual balance mechanisms and prominent procedural and legislative shortcomings regarding platforms, influencers, and the proof crisis. The second part focuses on reform and update proposals inspired by the pioneering French model. The paper concludes with strategic findings and recommendations aimed at establishing effective consumer protection within upcoming legislative updates, thereby

enhancing digital trust and ensuring the success of the Kingdom's New Development Model.

Keywords: E-consumer – Law 31.08 – Contractual Balance – E-commerce – Legal Protection – Legislative Amendment.

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية غير مسبوقة أعادت صياغة أنماط العيش وطرق التبادل التجاري، والمغرب ليس بمعزل عن هذا التحول العالمي، فقد عرفت الأسواق المغربية توجها متسارعا نحو "الرقمنة"، مما أدى إلى بروز نمط حديث من التعاملات أفرز ما يصطلح عليه بـ "الاستهلاك الرقمي"، هذا التحول السريع الذي تعزز بانتشار التجارة الإلكترونية، وتطبيقات الخدمات عن بعد، وتوظيف الذكاء الاصطناعي في التسويق، الأمر الذي خلق واقعا جديدا يتسم بالسرعة والفعالية، ولكنه في الوقت ذاته فتح الباب أمام تحديات قانونية وعملية غير مسبوقة.

وفي خضم هذا المشهد المتغير، ألقت هذه التحولات بظلالها على المنظومة التشريعية والممارسة العملية بالمغرب، حيث نجد أن المستهلك الرقمي في المغرب أضحى يمثل الحلقة الأضعف في هذه المعادلة المتسارعة، فالسرعة الفائقة التي تتطور بها الأسواق الرقمية والابتكارات التكنولوجية تفوق بكثير وتيرة تحديث الترسانة القانونية، الأمر الذي أبان عن قصور واضح في القواعد الحماية الكلاسيكية، فالمستهلك اليوم لم يعد يواجه فقط عيوب السلعة المادية، بل أصبح عرضة لمخاطر مستحدثة تتعلق بالمساح بالبيانات الشخصية، والتعسف في الشروط العامة للعقود الإلكترونية، والتحايل الرقمي الممنهج، وهي ظواهر تضع فعالية القاعدة القانونية على محك الاختبار.

ولقد ظل التعاطي التشريعي مع هذه التحولات رهينا بمقاربة تجزئية اعتمدت على ترسانة من القوانين المتفرقة التي حاولت كل من زاويتها، ملامسة جوانب من الاستهلاك الرقمي، كما هو الشأن بالنسبة للقانون رقم 31.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك والقانون رقم 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، وكذا القانون رقم 09.08 المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، غير أن الممارسة العملية والاجتهاد القضائي أبانا عن محدودية هذه النصوص وقصورها في استيعاب الطبيعة المرنة العابرة للحدود، والمعقدة للبيئة الرقمية. هذا القصور هو ما دفع المشرع المغربي إلى استئثار الحاجة الملحة لسد هذه الفجوات عبر مستجدات تشريعية تترجم رهانات إصلاحية طموحة، تتجسد أبرز معالمها في مشروع القانون رقم 13.23 (والذي لا يزال في طور المسودة)، حيث يهدف هذا المشروع إلى مراجعة وتكميم القانون 31.08 ليتلاءم مع التحولات الرقمية، مما يستدعي قراءة متأنية في الإشكالات التي يحاول هذا المشروع معالجتها، والمآلات المرتقبة لتطبيقه على أرض الواقع.

وعليه، تكتسي دراسة هذا الموضوع أهمية مزدوجة، فمن الناحية النظرية، تتجلى في إثراء النقاش القانوني حول مدى قدرة القاعدة القانونية على مواكبة التطور التكنولوجي، وتقييم الفلسفة التشريعية الجديدة للمغرب، لا سيما من خلال استقرار توجهات مسودة القانون 13.23.

أما من الناحية العلمية فتكمن في محاولة رصد الثغرات الحالية واقتراح سبل لتجاوزها، بهدف رسم معالم حماية قانونية وتقنية فعالة تضمن حقوق المستهلك الرقمي، وتزرع الثقة في الاقتصاد الرقمي المغربي، وهو شرط أساسي لنجاح أي نموذج تنموي مبني على الرقمنة.

وبناء على ما سبق، تبرز الإشكالية المركزية التالية التي سنحاول الإجابة عنها:
ما مدى كفاية النصوص القانونية الحالية في استيعاب مستجدات الاستهلاك الرقمي بالمغرب؟
والى أي حد بات رهان التعديل التشريعي مدخلا حتميا لتحقيق الفعالية المطلوبة؟

وللإجابة على هذا السؤال، سنعتمد على التصميم التالي:
المبحث الأول: واقع الحماية القانونية للمستهلك الرقمي في ظل القانون الحالي 31.08

- **المطلب الأول: آليات التوازن العقدي على ضوء القانون 31.08**
- **المطلب الثاني: قصور مقتضيات القانون 31.08 أمام تحديات الرقمنة**
- **المبحث الثاني: آفاق الملاءمة التشريعية في ضوء مشروع القانون 13.23 والنموذج الفرنسي**
- **المطلب الأول مقتضيات مسودة مشروع القانون رقم 13.23**
- **المطلب الثاني: الاستفادة من التجربة القانونية الفرنسية لتطوير المنظومة المغربية**

المبحث الأول: واقع الحماية القانونية للمستهلك الرقمي في ظل القانون الحالي 31.08

تقتضي الإحاطة بواقع حماية المستهلك الرقمي الوقوف أولا عند الترسنة القانونية التي أرسنها مقتضيات القانون رقم 31.08، باعتباره المرجع الأساسي الذي حاول المشرع من خلاله استيعاب خصوصيات التعاقد الإلكتروني وتطويق مخاطر الفضاء الافتراضي، غير أن نجاعة هذا الإطار القانوني تظل رهينة بمدى قدرة آلياته الحماية على الصمود أمام الطفرة التقنية المتسارعة، وما تفرضه من أنماط استهلاكية معقدة تتجاوز القواعد التقليدية.

بناء عليه، سيتم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين؛ يخص **الأول** لرصد آليات التوازن العقدي التي كرسها القانون الحالي لضمان سلامة الإرادة الرقمية، على أن يتم في **المطلب الثاني** جرد مواطن القصور والاختلالات التي تعترى هذا النص أمام تحديات الرقمنة والذكاء الاصطناعي.

- **المطلب الأول: آليات التوازن العقدي على ضوء القانون رقم 31.08**

إن تحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية الرقمية يمر حتما عبر جبر حالة عدم التكافؤ المعرفي والتقني القائمة بين مورد محترف يمتلك ناصية التكنولوجيا، ومستهلك رقمي غالبا ما ينساق خلف بريق الإعلانات الخوارزمية، ولأجل ضمان رضائية مستنيرة تتجاوز عيوب الإرادة التقليدية، أقر المشرع المغربي في القانون رقم 31.08 ضمانات قانونية ذات طبيعة أمرة؛ تهدف أولاها إلى تبصير المستهلك قبل الارتباط بالعقد، بينما تمنحه الثانية فرصة للمراجعة والعدول بعد إتمام التعاقد.

وتفصيل هذه الآليات ومقارنتها بالمعايير الصارمة في القانون الفرنسي، يقتضي معالجة الالتزام بالإعلام الرقمي كضمانة قبل التعاقد - **أولا** - على أن يتم الانتقال بعد ذلك لتحليل فعالية الحق في التراجع كآلية لتصحيح الإرادة الرقمية - **ثانيا** -.

أولا: عقلنة الرضا الرقمي عبر تكريس الالتزام بالإعلام القبل تعاقد

يعد الالتزام بالإعلام القبل تعاقدية حجر الزاوية في المنظومة الحمائية للمستهلك الرقمي، ففي ظل غياب المعاينة المادية للمنتج أو الخدمة، تضحى المعلومات هي البديل الموضوعي والوحيد الذي يبني عليه المستهلك قراره التعاقدية، وتتجلى غاية المشرع من فرض هذا الالتزام في الانتقال من "الرضا الشكلي" القائم على مجرد النقر، إلى "الرضا المستنير" القائم على الإدراك التام لمضمون العقد¹، وقد كرس المشرع المغربي هذا المبدأ من خلال مقتضيات **القانون رقم 31.08**، لا سيما في المادتين **29** و**31**، حيث ألزم المورد بتقديم مجموعة من البيانات الجوهرية قبل إبرام العقد، تشمل:

- الهوية الكاملة للمورد
- الخصائص الأساسية للسلعة
- الثمن الإجمالي المتضمن للرسوم
- وكذا شروط وكيفية تنفيذ العقد

.... فلا يختلف التاجر عبر الإنترنت عن أي تاجر آخر، فهو ملزم بتمكين المستهلك بكل البيانات الضرورية لإتمام عقد البيع، فيجب أن يكون العرض المقدم على شاشة الويب محددا بدقة وواضحا، ولا بد من ظهور كل البيانات الإلزامية الخاصة بالتعاقد مع العرض المقدم وهو ما استقرت عليه مدونة الإستهلاك الفرنسية²، حيث نجد أن هذا الأخيرة قد توسعت بشكل لافت في هذا الالتزام، خاصة بعد التعديلات المتلاحقة المتماشية مع التوجيهات الأوروبية مثل التوجيه رقم- 2011/83³- فالمشرع الفرنسي في المادة

1 -مصطفى السعداني، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، جامعة الحسن الأول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية سطات السنة الجامعية: 2010-2011، ص: 19.

2 -عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاة للأبحاث العلوم الإنسانية)، نابلس فلسطين، المجلد 27 (1) 2013، ص 10

3 - التوجيه الأوروبي رقم 2011/83 الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 2011 والمتعلق بحقوق المستهلكين؛ وهو النص المرجعي الذي وحد القواعد الحمائية في الفضاء الرقمي الأوروبي، خاصة عبر تمديد مهلة التراجع إلى 14 يوما وتشديد الالتزام بالإعلام الإلكتروني، وبعد هذا التوجيه المصدر الأساسي للتعديلات الحديثة في مدونة الإستهلاك الفرنسية.

L.221-5⁴ وما بعدها، لم يكتفِ بالبيانات التقليدية، بل فرض على المهني تزويد المستهلك بمعلومات تقنية دقيقة تتعلق بـ "التوافقية Compatibilité و"التفاعلية" Interopérabilité للمحتوى الرقمي، وهي مقتضيات تفتقر إليها الصياغة الحالية للمادة

4 - نص المادة L.221-5 من مدونة الاستهلاك الفرنسية:

I.-Préalablement à la conclusion d'un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, de contenu numérique ou de services numériques, le professionnel fournit au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :

- 1° Les caractéristiques essentielles du bien, du service, du service numérique ou du contenu numérique ;
 - 2° Le prix du bien, du service, du service numérique ou du contenu numérique, en application des articles [L. 112-1](#) à [L. 112-4](#) ;
 - 3° La date à laquelle ou le délai dans lequel le professionnel s'engage à livrer le bien ou à fournir le service, le service numérique ou le contenu numérique ;
 - 4° Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques, aux modalités de résiliation, aux modes de règlement des litiges, aux autres conditions contractuelles et, le cas échéant, aux coûts de l'utilisation de la technique de communication à distance, à l'existence de codes de bonne conduite et aux cautions et garanties financières ;
 - 5° S'il y a lieu, les informations relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités, à **la compatibilité** et à **l'interopérabilité** du contenu numérique, du service numérique ou du bien comportant des éléments numériques, aux autres conditions contractuelles et, le cas échéant, à l'existence de toute restriction d'installation de logiciel ;
 - 6° La possibilité de recourir à un médiateur de la consommation dans les conditions prévues au titre Ier du livre VI ;
 - 7° Lorsque le droit de rétractation existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit ainsi que le formulaire type de rétractation, dont les conditions de présentation et les mentions qu'il contient sont fixées par décret en Conseil d'Etat ;
 - 8° Le cas échéant, le fait que le consommateur supporte les frais de renvoi du bien en cas de rétractation et, pour les contrats à distance, le coût de renvoi du bien lorsque celui-ci, en raison de sa nature, ne peut normalement être renvoyé par la poste ;
 - 9° L'information sur l'obligation du consommateur de payer des frais lorsqu'il exerce son droit de rétractation d'un contrat de prestation de services, de distribution d'eau, de fourniture de gaz ou d'électricité et d'abonnement à un réseau de chauffage urbain dont il a demandé expressément l'exécution avant la fin du délai de rétractation ; ces frais sont calculés selon les modalités fixées à l'article [L. 221-25](#) ;
 - 10° Lorsque le droit de rétractation ne peut être exercé en application de l'article [L. 221-28](#), l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficie pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles il le perd ;
 - 11° L'application d'un prix personnalisé sur la base d'une prise de décision automatisée, s'il y a lieu. La liste et le contenu de ces informations sont précisés par décret en Conseil d'Etat.
- Dans le cas d'une vente aux enchères publiques telle que définie par le [premier alinéa de l'article L. 321-3 du code de commerce](#), les informations relatives à l'identité et aux coordonnées postales, téléphoniques et électroniques du professionnel prévues au 4° du I du présent article peuvent être remplacées par celles du mandataire.

II.-Outre les informations prévues au I, tout professionnel, avant la conclusion d'un contrat de fourniture de services et, lorsqu'il n'y a pas de contrat, avant l'exécution de la prestation de services, fournit les informations complémentaires prévues par l'article [L. 111-2](#).

29 من القانون 31.08 المغربي، مما يجعله عاجزا عن الإحاطة بخصوصيات السلع الرقمية غير المادية مثل التطبيقات والاشتراكات السحابية.⁵ وعلى الرغم من أهمية هذه القواعد في القانون الحالي، إلا أن "أزمة الإرادة الرقمية" تظل قائمة أمام تعقيد الخوارزميات وصغر حجم الشاشات، مما يجعل "الإعلام الرقمي" في كثير من الأحيان مجرد إجراء شكلي ينتهي بالموافقة التلقائية دون قراءة فعلية، هذا القصور هو ما يبرر التوجه الجديد في **مسودة مشروع القانون رقم 13.23**، التي تسعى لتشديد شروط العرض الرقمي وفرض معايير أكثر صرامة لضمان ولوجية المعلومات ووضوحها، استلهاما من النموذج الفرنسي الذي يزاوج بين "الالتزام بالإعلام" و"الالتزام بالنصح والتحذير في البيئة الرقمية عالية المخاطر.

ثانيا: الحق في العدول كآلية لتصحيح الإرادة الرقمية

يشكل الحق في التراجع (أو العدول) استثناء جوهريا على المبدأ الكلاسيكي "العقد شريعة المتعاقدين"، حيث منح المشرع للمستهلك مكنة نقض الرابطة العقدية بإرادة منفردة ودون الحاجة لتبرير، وذلك كآلية قانونية لتدارك "عنصر المباغتة" أو التسرع الذي غالبا ما يطبع سلوك المستهلك في البيئة الرقمية نتيجة التقنيات الرقمية التي تؤدي لإغراء المستهلك دون وعي كاف منه.

وقد كرس المشرع المغربي هذا الحق في **القانون رقم 31.08**، وتحديدًا في المادة **36**، التي منحت المستهلك أجلا مدته **سبعة أيام** لممارسة حق التراجع، يبدأ من تاريخ تسلم السلعة أو قبول العرض فيما يتعلق بالخدمات.

وتكمن الفلسفة القانونية لهذا الحق في منح المستهلك مهلة للتفكير تتيح له معاينة المنتج وتجربته، تعويضا عن غياب التواصل المادي المباشر في المتجر التقليدي، ومع ذلك، يلاحظ أن المادة **38** من نفس القانون قد أوردت استثناءات هامة تسقط هذا الحق، خاصة في العقود المتعلقة بتوريد محتويات رقمية غير مادية إذا بدأ تنفيذها بموافقة المستهلك، وهو ما يضع الأخير في وضعية حرجة أمام التحميل الفوري للبرمجيات والمحتويات.⁶

وبإجراء مقارنة مع **القانون الفرنسي**، نجد تفوقا واضحا في مستوى الحماية؛ إذ انتقل المشرع الفرنسي بموجب "Loi Hamon"⁷ وتماشيا مع التوجيه الأوروبي رقم 2011/83، من أجل السبعة أيام إلى **أربعة عشر يوماً** المادة **18-221 L** من مدونة الاستهلاك الفرنسية.

5 - عباسي بوعبيد: "الالتزام بالإعلام في العقود: دراسة في حماية المتعاقد والمستهلك". المطبعة والوراقة الوطنية مراكش. الطبعة الأولى 2008. ص 267

6 - محمد حميد جاحظ: "الحق في التراجع عن العقد الاستهلاكي بين القوة الملزمة للعقد وحماية المستهلك في ضوء القانون 31-08 المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك". مقال منشور لمجلة القانون والأعمال الدولية. الاصدار رقم 59 غشت/أشتنبر 2025. ص 283 وما بعدها

7 - يقصد بـ "قانون هامون" (Loi Hamon): القانون الفرنسي رقم 344-2014 الصادر بتاريخ 17 مارس 2014 المتعلق بالاستهلاك. ويُعد ثورة تشريعية في حماية المستهلك الإلكتروني، حيث كان له الفضل في رفع مدة حق التراجع من **7 أيام إلى 14 يوماً**، وإلزام المهنيين برد المبالغ المدفوعة في أجل أقصاه 14 يوماً من تاريخ ممارسة حق العدول، فضلاً عن تعزيز الالتزام بالإعلام قبل التعاقد. وقد جاء هذا القانون لتنزيل مقتضيات التوجيه الأوروبي رقم 2011/83

8 - Le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d'autres coûts que ceux prévus aux articles

هذا التمديد الزمني يعكس إدراكا عميقا لتعقيدات اللوجستيك الرقمي وحاجة المستهلك لمهلة كافية لاتخاذ قرار نهائي ومستقر، وهو توجه يفرض نفسه بقوة على المشرع المغربي في أفق تجويد المنظومة الحمائية.

علاوة على ذلك، يطرح أعمال حق التراجع في الفضاء الرقمي المغربي إشكالات عملية ترتبط بعبء الاثبات وكيفية استرداد المبالغ المؤداة، خاصة في ظل قصور الضمانات المؤسسية الحالية.

ومن هنا تبرز أهمية التوجهات التي ترسمها **مسودة مشروع القانون رقم 13.23**، والتي تسعى ليس فقط لمراجعة الآجال، بل لضبط مسطرة ممارسة هذا الحق عبر قنوات رقمية واضحة، مع تشديد الجزاءات على الموردين الذين يضعون عراقيل تقنية أمام ممارسة المستهلك لهذا الحق السيادي، استلهاما من صرامة القضاء الفرنسي في حماية هذا الحق.

- **المطلب الثاني: قصور مقتضيات القانون 31.08 أمام تحديات الرقمنة**

إذا كان القانون رقم 31.08 قد شكل طفرة تشريعية إبان صدوره لتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية، فإن القوة القسرية للتحويل الرقمي المتسارع كشفت عن محدودية آلياته التقليدية في مواجهة الأنماط الاستهلاكية المستحدثة، فهذا النص، الذي صيغ في بيئة تقنية أقل تعقيدا، بات يواجه أزمة ملاءمة حقيقية أمام عولمة الأسواق الرقمية وظهور فاعلين جدد يتجاوزون الحدود الوطنية والضوابط التقليدية للتعاقد.

إن رصد مظاهر هذا القصور يقتضي منا معالجة الإشكالات الإجرائية والتقنية التي تعترض حماية المستهلك، بدءا من معضلة اثبات العقود وتحديد الاختصاص القضائي في المنازعات الرقمية **أولا**، وصولا إلى الفراغ التشريعي الناجم عن غياب تنظيم قانوني محكم للمنصات الرقمية وتنامي دور المؤثرين في توجيه السلوك الاستهلاكي **ثانيا**.

أولا: أزمة الاثبات وتنازع الاختصاص في العقود الرقمية

إن الحديث عن الحماية الموضوعية للمستهلك الرقمي يفقد نجاعته إذا لم يقترن بضمانات إجرائية تمكنه من اقتضاء حقوقه عند حدوث النزاع، وتبرز في هذا الصدد إشكاليتان جوهريتان تعصفان بالتوازن العقدي في الفضاء الافتراضي:

- معضلة الاثبات الإلكتروني

- وصعوبة تحديد الاختصاص القضائي.

من جهة أولى، تطرح الطبيعة اللامادية للتعاقد الرقمي تحديات كبرى على مستوى **الاثبات**، فبينما أحال القانون رقم 31.08 ضمنا على القواعد العامة وتحديد القانون رقم 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، يظل المستهلك الطرف الأضعف تقنيا في مواجهة المورد الذي يتحكم في الخوادم والبنية التحتية للمنصة.

وتتجلى هذه الأزمة بوضوح في "عقود النقر" ذات الطبيعة الإذاعية، حيث يعجز المستهلك غالبا عن اثبات مضمون الشروط العامة للبيع أو الخدمة وقت التعاقد في حال قيام المورد بتعديلها إلكترونيا من جانب واحد، مما يجعل هذا النوع من العقود محط تساؤل، خاصة فيما يتعلق بعنصري الثقة والأمان.⁹

وبالرجوع إلى **التشريع الفرنسي**، نجد أن مدونة الاستهلاك قد تدخلت لتخفيف هذا العبء الإثباتي عن كاهل المستهلك؛ حيث تلزم المادة (L.213-1¹⁰) المهني بالاحتفاظ بالعقد الإلكتروني المبرم مع المستهلك لمدة عشر سنوات وضمان ولوج المستهلك إليه

9 - محمد أهتوت: شكلية الاثبات في العقود الإلكترونية. مقال منشور بالمجلة الإلكترونية - مجلة مغرب القانون - موقع المجلة: [د. محمد أهتوت: شكلية الاثبات في العقود الإلكترونية - مجلة مغرب القانون](#)

في أي وقت، وهو مقتضى حمائي متقدم يفتقر إليه التشريع المغربي الحالي، مما يجعل إثبات الالتزامات الرقمية رهينا بالقدرات التقنية المحدودة للمستهلك. من جهة ثانية، يبرز عجز النص التشريعي أمام طبيعة الأسواق الرقمية العابرة للحدود عند إثارة مسألة **الاختصاص القضائي**، ولقد حسن المشرع المغربي صنعا في المادة 202 من القانون 31.08 حينما أقر مبدأ الخيار للمستهلك برفع الدعوى أمام محكمة موطنه أو محل إقامته، كاستثناء حمائي من القاعدة العامة (محكمة موطن المدعى عليه)، غير أن هذا المقتضى يظل حبرا على ورق عندما يتعلق الأمر بالتجارة الإلكترونية الدولية وشركات "الدروب شيبينغ"¹¹ التي تتخذ من دول أجنبية مقرا لها، فالأحكام الصادرة لصالح المستهلك المغربي تصطدم بصعوبة، بل باستحالة، تذييلها بالصيغة التنفيذية في الخارج لانعدام الجدوى الاقتصادية مقارنة بقيمة النزاع. هذا القصور الإجرائي المزدوج يؤكد أن الترسانة الحالية لم تصمم لتفكيك تعقيدات الاقتصاد الرقمي المعلوم، وهو ما يحتم على المشرع من خلال مسودة مشروع القانون 13.23 التفكير في آليات بديلة لتسوية المنازعات عبر الخط Online وتعزيز التعاون العابر للحدود، على غرار الآليات التي توفرها المنظومة الأوروبية لحماية المستهلكين في الفضاء الرقمي المشترك.

ثانيا: القصور التشريعي في تأطير الوسطاء الرقميين والممارسات الإعلانية الحديثة

إن المقاربة الكلاسيكية التي تبناها القانون رقم 31.08 استندت إلى ثنائية تقليدية تجمع بين "مورد" و"مستهلك"، متجاهلة التحول البيوي الذي طرأ على الأسواق الرقمية والتي أضحت تعتمد على "علاقة ثلاثية الأبعاد" يتوسطها فاعل محوري هو "المنصة الرقمية" (Marketplace).

هذا الفراغ التشريعي جعل هذه المنصات تتصل غالبا من أية مسؤولية عقدية أو تقصيرية تجاه المستهلك، متذرعة بكونها مجرد "مستضيف" للبيانات أو وسيط تقني لا يتدخل في طبيعة المعروضات، مما يترك المستهلك الرقمي مجردا من أي ضمانات فعلية عند اقتناء سلع معيبة أو التعرض لاحتيال من طرف بائعين وهميين يختبئون خلف واجهات هذه المنصات.¹²

وينضاف إلى ذلك عجز النص الحالي عن استيعاب التأثير المتعاظم للفاعلين الجدد في الفضاء الافتراضي، وتحديدًا ظاهرة "صناع المحتوى" أو "المؤثرين" (Influenceurs)، فضلا عن التوجيه الخوارزمي للسلوك الاستهلاكي، فغياب تأطير قانوني صارم للتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشرع الأبواب أمام الممارسات التجارية الخادعة

10 - نص المادة L.213-1 من مدونة الاستهلاك الفرنسية:- عندما يتم إبرام عقد عن بعد عبر الوسائل الإلكترونية، ويتعلق بمبلغ يساوي أو يتجاوز حداً معيناً (محدد بمرسوم)، يجب على المهني أرشفة العقد المبرم بهذه الطريقة لمدة محددة (بموجب مرسوم)، كما يجب عليه ضمان وصول المستهلك إليه في أي وقت إذا طلب ذلك.

Lorsque le contrat est conclu par voie électronique et qu'il porte sur une somme égale ou supérieure à un montant fixé par décret, le contractant professionnel assure la conservation de l'écrit qui le constate pendant un délai déterminé par ce même décret et en garantit à tout moment l'accès à son cocontractant si celui-ci en fait la demande.

11 - يقصد بشركات دروب الشيبينغ نموذج عمل إلكتروني يعتمد على نظام الوساطة الثلاثية الأطراف، دون اشتراط وجود المهني لامتلاك مخزون السلعة، الأمر الذي يجعلنا نتحدث عن المهني الشبح.

12 - Thibault Douville : « Droit numérique ». 2ème édition, Éditions Dalloz, Paris, 2024, p. 534-538.

والترويج المستتر، حيث تذوب الحدود بين التوصية الشخصية المجانية والإعلان التجاري المؤدى عنه، مما يوقع المستهلك في غرر يفسد إرادته التعاقدية.

وفي هذا الصدد، يقدم **التشريع الفرنسي** نموذجاً متقدماً في التدخل الاستباقي لسد هذه الثغرات؛ إذ أقر من خلال قانون "الجمهورية الرقمية" (2016)¹³ والتعديلات اللاحقة لمدونة الاستهلاك، "الالتزام بالولاء والشفافية" على عاتق مشغلي المنصات الرقمية، ملزماً إياهم بتوضيح معايير ترتيب العروض للجمهور، والأهم من ذلك، تدخل المشرع الفرنسي بشكل حاسم لضبط فوضى التسويق الرقمي بإصداره **القانون المؤرخ في 9 يونيو 2023** الهادف إلى تنظيم التأثير التجاري ومكافحة الانحرافات على الشبكات الاجتماعية، والذي فرض التزاماً قاطعاً بالإفصاح عن الطبيعة الإعلانية للمنشورات تحت طائلة جزاءات جنائية ومالية قاسية.¹⁴

واستيعاباً لخطورة هذا التخلف التشريعي، تأتي مسودة مشروع القانون رقم 13.23 لتحاول دشين مرحلة جديدة من الحماية الرقمية في المغرب، هذا التوجه، وإن جاء متأخراً، بل لم يتم إصداره بشكل رسمي بعد، يعد إقراراً تشريعياً بأن القواعد الحمائية التقليدية المضمنة في القانون 31.08 قد استنفدت أغراضها في بيئة رقمية معقدة تتحكم فيها الخوارزميات وتوجهها الآلة الإعلانية للمؤثرين.

المبحث الثاني: أفاق الملاءمة التشريعية في ضوء مشروع القانون 13.23 والنموذج الفرنسي

إن مواجهة التحديات السيبرانية وتغول الخوارزميات الاستهلاكية لا يمكن أن تتم إلا عبر رؤية تشريعية جديدة، تستحضر الخصوصية الوطنية من جهة، وتفتح على التجارب الدولية الرائدة من جهة أخرى، لضمان سيادة قانونية رقمية قادرة على حماية الطرف الضعيف في العقد.

بناءً عليه، سيسلط هذا المبحث الضوء على معالم الإصلاح التشريعي المرتقب، من خلال استعراض المستجدات النوعية التي حملتها مسودة مشروع القانون رقم 13.23 الرامية إلى تعزيز الثقة الرقمية ومأسسة مسؤولية الفاعلين الجدد **المطلب الأول**، على أن نختم ببحث سبل الاستفادة من التجربة القانونية الفرنسية، باعتبارها نموذجاً متطوراً نجح في المزاجية بين حرية المبادرة الرقمية وصرامة الحماية الاستهلاكية **المطلب الثاني**.

المطلب الأول: مستجدات مسودة مشروع القانون رقم 13.23 لتعزيز الثقة الرقمية

إن تدارك القصور التشريعي الذي طبع المرحلة السابقة استوجب من المشرع المغربي مراجعة شاملة للمنظومة القانونية لحماية المستهلك، وهو ما تجسد في طرح **مسودة مشروع القانون رقم 13.23** بتعديله وتتميمه للقانون 31.08. ولا يهدف هذا المشروع مجرد إضافة مواد قانونية جامدة، بل يسعى إلى إرساء بنية تحتية قانونية قادرة على استيعاب تعقيدات الاقتصاد الرقمي ومواجهة توغل الفاعلين الجدد في الفضاء الافتراضي.

13 - ينظر بخصوص هذا المقتضى: القانون الفرنسي رقم 451-2023 الصادر في 9 يونيو 2023 المتعلق بتنظيم التأثير التجاري ومكافحة انحرافات المؤثرين على الشبكات الاجتماعية. ويُعد أول نص تشريعي شامل في أوروبا يضع تعريفاً قانونياً لـ "المؤثر التجاري" (Influenceur commercial)، ويفرض عليه إدراج عبارة "إعلان" أو "شراكة تجارية" بشكل مرئي طوال مدة العرض، مع إقرار عقوبات تصل إلى السجن لمدة عامين وغرامة قدرها 300 ألف يورو في حالة التضليل.

14 - Thibault Douville : « Droit numérique ». Op. Cit. p 543

ويقتضي تحليل هذه المستجدات التركيز على محورين جوهريين يمثلان ركيزة الثقة الرقمية في المشروع الجديد؛ يتعلق أولهما بمأسسة وضعية "متعهد المنصب عبر الخط" وفرض قواعد الشفافية والنزاهة الخوارزمية **أولا**، بينما ينصرف ثانيهما إلى حماية المستهلك من التضليل الرقمي وتأمين حقوق التعاقد والتراجع عن بعد **ثانيا**.

أولا: مأسسة وضعية متعهد المنصات عبر الخط وفرض قواعد الشفافية والنزاهة الخوارزمية

تؤسس مسودة مشروع القانون رقم 23.13 لقطيعة تامة مع العشوائية الرقمية من خلال إدخال مفهوم "متعهد منصة عبر الخط" (Plateforme en ligne) لأول مرة وبشكل دقيق في المادة 25،¹⁵ حيث عرفته بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يرتكز نشاطه المهني على تقديم خدمة تواصل للعموم عن بعد بمقابل مالي أو بدونه.

- ويشمل هذا التعريف نمطين رئيسيين من الأنشطة الرقمية:
- الأول هو المنصات التي تعتمد على خوارزميات الكمبيوتر لتصنيف، أو ترتيب، أو إدراج، أو إلغاء الإشارة إلى المحتويات والسلع والخدمات المعروضة من قبل الأغيار؛
- والثاني هو المنصات التي تهدف إلى ربط عدة أطراف بين بعضهم البعض لغرض بيع سلعة، أو تقديم خدمة، أو تبادل ومشاركة محتوى رقمي.

ولمنع التلاعب بتجربة المستخدم الرقمي وتوجيه سلوكه الشرائي بشكل خفي، فرضت المادة 1-29 من المشروع التزامات صارمة وغير مسبقة تتعلق بـ النزاهة والشفافية الرقمية.

وبموجب هذه المادة، أصبح متعهدو المنصات ملزمين قانونا بتزويد المستهلكين بمعلومات واضحة ومفهومة حول الشروط العامة لاستخدام خدمات الوساطة، وآليات عمل الخوارزميات في تصنيف وترتيب السلع أو الخدمات، والأهم من ذلك، أوجب القانون الإفصاح بكل شفافية عن وجود أي "علاقة تعاقدية" أو "رابط رأسمالي" أو "مقابل مالي" يربط المنصة بالمعلنين، في حال كان هذا المقابل يؤثر مباشرة على ترتيب وتصنيف المحتوى أو المنتجات المقترحة على الخط.

بالإضافة إلى ذلك، ألزمت المنصات ببيان صفة الطرف العارض للسلعة بوضوح، وتمييز ما إذا كان "مهنيًا" (يخضع لقانون حماية المستهلك) أو "غير مهني"، وذلك لتمكين المستهلك المغربي من اتخاذ قرار شرائي واع ومبني على معطيات حقيقية غير موجهة، وفي حال الإخلال بهذه الالتزامات الشفافة، نصت المادة 16¹⁷ من المسودة على معاقبة المورد بغرامات مالية تتراوح بين 2.000 و 10.000 درهم كآلية زجرية لضمان الامتثال.

ثانيا: حماية المستهلك من التضليل الرقمي وتأمين حقوق التعاقد والتراجع عن بعد

توجه مسودة مشروع القانون رقم 23.13 ضربة صارمة للممارسات الاحتيالية عبر الإنترنت من خلال المادة 1-64¹⁷، حيث نصت على منع وحظر الممارسات التجارية

¹⁵ - "المادة 25 يقصد ب....

"4- " متعهد منصة عبر الخط كل شخص طبيعي أو معنوي، يرتكز نشاطه المهني على تقديم، بمقابل أو بدونه، خدمة تواصل للعموم عن بعد، تعتمد على:

" التصنيف أو الإدراج، بواسطة خوارزميات الكمبيوتر، للمحتوى أو السلع أو "الخدمات المقترحة أو المعروضة على الخط من قبل الغير؛

" أو ربط عدة أطراف بغرض بيع سلعة أو تقديم خدمة أو تبادل أو مشاركة محتوى أو سلعة أو خدمة".

¹⁶ - المادة 177:

" يعاقب على مخالفات أحكام المواد 29 و 1-29 و 30 و 32 بغرامة من 1.200 إلى 10.000 درهم.

¹⁷ - المادة 1-64:

المضلة التي تستهدف المستهلك الرقمي، حيث تعتبر المسودة الممارسة مضلة وممنوعة قانونا إذا قامت على ادعاءات أو عروض كاذبة من شأنها إيقاع المستهلك في الغلط، خاصة ما يتعلق بحقيقة وجود السلعة، مميزاتها الأساسية، تركيبها، أو سعرها وطريقة احتسابه.

كما يمتد هذا الحظر ليشمل "التضليل بالامتناع"؛ أي عندما تعتمد المنصة أو المورد إلى إخفاء أو إغفال معلومات أساسية بأسلوب غامض وغير ملائم لوسيلة الاتصال الرقمية المستخدمة، وبموجب ذلك، ألزم القانون الموردين، عند توجيه أي دعوة للمستهلك للشراء عبر الخط، بعرض حزمة بيانات إجبارية قبل إتمام المعاملة، تشمل:

- المميزات الأساسية للمنتج،
 - الهوية والعنوان الكامل للمورد،
 - السعر الإجمالي شاملا لجميع الرسوم ومصاريف الشحن،
 - وكيفية الدفع والتنفيذ ومعالجة الشكايات،
 - مع ضرورة التنصيص بوضوح على وجود حق التراجع لصالح المستهلك.
- وفيما يتعلق بالمعاملات المادية الناتجة عن التعاقد الرقمي، وضعت المسودة في المادة 12¹⁸ قواعد صارمة لحماية المستهلك من تماطل الموردين في تسليم المنتجات؛ إذ ألزمت المورد، في حال عدم الاتفاق المسبق على تاريخ محدد للتسليم، بتسليم السلعة أو تنفيذ الخدمة دون أي تأخير غير مبرر وفي أجل أقصاه 30 يوما من تاريخ إبرام العقد الرقمي.

"تعتبر الممارسات التجارية المضلة ممنوعة.

تعتبر الممارسة التجارية مضلة إذا ارتكبت في إحدى الحالات التالية:

1. "عندما تخلق لبسا مع سلعة أخرى أو خدمة أو مع علامة تجارية أو اسما تجاريا أو علامة أخرى مميزة لمنافس؛
 2. "عندما تركز على ادعاءات أو بيانات أو عروض كاذبة أو من شأنها أن توقع في الغلط وتتعلق بواحد أو أكثر مما يلي:
 - حقيقة وجود السلعة أو الخدمة أو توفرها أو طبيعتها؛
 - المميزات الأساسية للسلعة أو الخدمة، وهي مميزاتها الأساسية وتركيبها ولوازمها "وأصلها وكميتها وطريقة عملها وتاريخ تصنيعها وشروط استخدامها ومدى صلاحيتها للاستخدام، وخصائصها والنتائج المتوقعة من استخدامها، فضلا عن النتائج والمميزات الأساسية للاختبارات وعمليات المراقبة التي تخضع لها السلعة أو الخدمة، ولاسيما تأثيرها على البيئة؛
 - سعر أو طريقة حساب السعر، والطابع الدعائي للسعر وشروط بيع وأداء وتسليم "السلعة أو الخدمة
 - خدمة ما بعد البيع أو الحاجة إلى خدمة أو قطعة غيار أو استبدال أو إصلاح؛
 - " نطاق التزامات المعلن أو طبيعة أو طريقة أو سبب البيع أو تقديم الخدمات، ولاسيما " فيما يخص البيئة؛
 - " هوية المورد وصفاته ومؤهلاته وحقوقه
 3. "عندما يكون الشخص الذي تنفذ لصالحه غير محدد بوضوح.
- تعتبر الممارسة التجارية أيضا مضلة، إذا لم تذكر أو أخفت أو أعطت معلومة أساسية غير واضحة أو غامضة أو غير ملائمة بالنظر إلى القيود المفروضة على وسائل الاتصال "المستخدمة والظروف المحيطة بها، أو عندما لا تشير إلى هدفها التجاري الحقيقي حينما لا يكون واضحا بالفعل من السياق.
- "وعندما تفرض وسيلة الاتصال المستخدمة قيودا تتعلق بالمساحة أو بالزمن، يجب من أجل "تقييم ما إذا كان قد تم حذف معلومات أساسية، مراعاة هذه الحدود وأي تدبير يتخذه المورد لوضع تلك المعلومات رهن تصرف المستهلك بوسائل أخرى .

وخلال دعوة إلى الشراء، تعتبر المعلومات التالية معلومات أساسية:

1. "المميزات الأساسية للسلعة أو الخدمة
2. "عنوان وهوية المورد؛
3. "السعر، شاملا لجميع الرسوم ومصاريف التسليم التي يتحملها المستهلك أو طريقة حسابها، إذا لم يكن ممكنا إنشاءها مسبقا؛
4. "كيفية الدفع والتسليم والتنفيذ ومعالجة شكايات المستهلكين، عندما تكون مختلفة عن تلك التي تمارس عادة في مجال النشاط المهني المعني؛
5. "وجود حق التراجع، إذا تم التنصيص عليه في القانون."

18 - " المادة 12: " في كل عقد...

أو تقديم الخدمات.

في حالة عدم الإشارة أو عدم التوصل إلى اتفاق فيما يخص تاريخ التسليم أو التنفيذ، يسلم "المورد السلعة أو ينفذ الخدمة دون تأخير غير مبرر وفي أجل أقصاه ثلاثين يوما بعد إبرام "العقد.

يراد بالتسليم نقل حيازة السلعة إلى المستهلك أو جعلها تحت تصرفه."

ولضمان التزام المهنيين والموردين الرقميين بهذه المقتضيات الحمائية، أقرت المسودة ترسانة عقابية زجرية شديدة؛ حيث تنص المادة ¹⁹174 على معاقبة كل من يرتكب ممارسة تجارية مضللة عبر الإنترنت بغرامة مالية ثقيلة تتراوح بين 50.000 و250.000 درهم، كما أقرت المادة ²⁰181 عقوبات مكملّة تتراوح بين 2.000 و10.000 درهم في حال الإخلال بضوابط الإشهار والعروض الدعائية والتخفيضات الرقمية، مما يشكل إطاراً حمائيّاً تكاملاً يؤمن المعاملات الإلكترونية للمستهلك المغربي من البداية وحتى الاستلام.

- المطلب الثاني: الاستفادة من التجربة القانونية الفرنسية لتطوير المنظومة المغربية

إن رهان تحديث المنظومة الاستهلاكية بالمغرب لا يتوقف عند حدود صياغة نصوص وطنية جديدة، بل يمتد ليشمل الانفتاح الواعي على التجارب القانونية المقارنة التي قطعت أشواطاً بعيدة في مأسسة "الحماية الرقمية"، وتبرز التجربة الفرنسية كنموذج ملهم في هذا السياق، ليس فقط للروابط التاريخية والمنهجية التي تجمع النظامين القانونيين، بل لكون المشرع الفرنسي قد نجح في المزاوجة بين المرونة الاقتصادية والصرامة الحمائية عبر استيعاب سريع للتوجيهات الأوروبية الحديثة وتنزيلها في قالب تشريعي محكم.

وتحقيقاً لغاية الاستفادة من هذا النموذج لتطوير الترسنة المغربية، سيتم تقسيم هذا المطلب إلى محورين؛ يركز أولهما على سبل نقل وتكييف مفهوم "الضمان القانوني للمطابقة" ليشمل المحتويات والخدمات الرقمية كآلية حماية مستحدثة **أولاً**، بينما يخصص ثانيهما لاستشراف آليات تعزيز الدور الرقابي والمؤسساتي للهيئات الضبطية المغربية، اقتداءً بالنجاعة التي أظهرتها المؤسسات الرقابية الفرنسية في ضبط الأسواق الافتراضية **ثانياً**.

أولاً: تكييف الضمان القانوني للمطابقة مع خصوصية المحتويات والخدمات الرقمية

يعد مفهوم الضمان القانوني للمطابقة (Garantie légale de conformité) من أكثر الآليات فاعلية في حماية المستهلك، غير أن قصور القانون رقم 31.08 المغربي يكمن في كونه صمم هذا الضمان بالأساس ليناسب السلع المادية الملموسة. وفي المقابل، خطت التجربة الفرنسية خطوة عملاقة بموجب **الأمر القانوني رقم 1247-2021**²¹، الذي نقل التوجيهات الأوروبية الحديثة إلى مدونة الاستهلاك، مخصصاً فصلاً كاملاً لضمان مطابقة المحتويات الرقمية (كالبرمجيات، ألعاب الفيديو، والاشتراكات السحابية) والخدمات الرقمية.

إن الاستفادة من هذا النموذج تقتضي من المشرع المغربي، في إطار مشروع القانون 13.23، تبني مفهوم "المطابقة الرقمية"²² الذي لا يقتصر على غياب العيوب التقنية،

19 - لمادة 174

"يعاقب بغرامة من 50.000 إلى 250.000 درهم على مخالفات أحكام المواد 21 و 22 و 1-64

20 - المادة 181

يعاقب المورد..... في المواد 54 و 1-54 و 2-54 بغرامة من 2000 إلى 10.000 درهم.

21 - ينظر بخصوص هذا الضمان المستحدث: الأمر القانوني الفرنسي رقم 1247-2021 الصادر في 29 سبتمبر 2021 المتعلق بضمان المطابقة القانونية للمحتويات والخدمات الرقمية. والذي استحدث المواد من L.224-25-1 إلى L.224-25-31 من مدونة الاستهلاك؛ حيث أقر لأول مرة "ضماناً خاصاً بالمحتوى الرقمي" يمتد ليشمل إلزامية تقديم التحديثات الأمنية والتقنية الضرورية (Mises à jour) طوال مدة العقد، معتبراً عدم تقديمها عيباً في المطابقة يوجب مسؤولية المورد، وهو تطور تشريعي نوعي يتجاوز القواعد الكلاسيكية لضمان العيوب الخفية.

22 - للاطلاع أكثر حول المطابقة الرقمية:

بل يمتد ليشمل استمرارية الخدمة وتوافقها مع الأجهزة، ففي القانون الفرنسي (المادة L.224-25-12 وما بعدها)، يلتزم المورد بتقديم التحديثات الضرورية (Updates) طوال مدة العقد أو المدة التي يتوقعها المستهلك معقولة، وهو مقتضى يحمي المستهلك من "التقادم المبرمج" للمحتويات الرقمية، وهو ما يفتقر إليه النص المغربي الحالي الذي تنتهي فيه علاقة المورد بالمستهلك غالباً بمجرد إتمام عملية التحميل أو الولوج. علاوة على ذلك، يوفر القانون الفرنسي حماية إجرائية هامة تتمثل في "قلب عبء الإثبات" لصالح المستهلك لمدة عام كامل في العقود الرقمية؛ حيث يفترض أن العيب كان موجوداً وقت التعاقد ما لم يثبت المورد عكس ذلك.

إن نقل مثل هذه القواعد إلى البيئة القانونية المغربية سيساهم في تجويد "خدمة ما بعد البيع الرقمية" ويجبر الشركات التقنية على رفع معايير الجودة والشفافية. وبناءً عليه، فإن ملاءمة القانون المغربي مع النموذج الفرنسي في هذا الشق لا تعني المحاكاة الحرفية، بل تعني استيعاب فلسفة "الضمان المستمر"؛ أي الانتقال من حماية المستهلك في لحظة التعاقد فحسب، إلى حمايته طوال دورة حياة المنتج الرقمي. هذا التوجه سيعزز من تنافسية السوق الرقمية المغربية ويجعلها بيئة آمنة وجاذبة للاستثمار الاستهلاكي الواعي، بعيداً عن الثغرات التي تترك المستهلك وحيداً أمام تعقيدات الأعطال البرمجية والخدمات السحابية المتقطعة.

ثانياً: تعزيز الدور الرقابي والمؤسساتي للهيئات الضبطية المغربية
لا تستقيم الحماية القانونية للمستهلك الرقمي بوجود نصوص تشريعية متطورة فحسب، بل تظل رهينة بوجود هندسة مؤسسية قادرة على فرض احترام هذه النصوص في الفضاء الافتراضي، وتكشف التجربة الفرنسية عن نموذج رائد في هذا الصدد، يتجاوز المقاربة القضائية التقليدية نحو مقاربة ضبطية استباقية تقودها **المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش** (DGCCRF²³).

إن الاستفادة من هذا النموذج تقتضي من المغرب، توازياً مع إخراج القانون رقم 13.23، إعادة النظر في صلاحيات الهيئات المكلفة بمراقبة السوق الرقمية، فالمشرع الفرنسي منح للمديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش سلطات واسعة تشمل "الحق في التستر" لإجراء عمليات شراء تجريبية للكشف عن الممارسات التدليسية، وكذا سلطة الأمر بحجب المواقع الإلكترونية أو المنصات التي تشكل خطراً جسيماً على المستهلكين، مثل هذه الصلاحيات الضبطية هي ما يحتاجه الفاعل الرقابي المغربي للانتقال من دور "المتلقي للشكايات" إلى دور "المراقب النشط" للشبكة. علاوة على ذلك، يمكن للمغرب استلهام تجربة "المنصات التشاركية للتبليغ"، مثل منصة (Signal Conso) الفرنسية²⁴، التي تتيح للمستهلكين التبليغ الفوري عن التجاوزات

Jean Calais-Auloy, Henri Temple et Jérémie Sena, Droit de la consommation, 11^e édition, Dalloz, Paris, 2022, p. 341 et suivantes

23 - تعد المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش (DGCCRF)، التابعة لوزارة الاقتصاد والمالية الفرنسية، الذراع التنفيذي لحماية المستهلك. وتتميز بسلطات "الضبط الإداري" التي تمكنها من مراقبة المواقع الإلكترونية، وتوجيه إنذارات للمنصات المخالفة، وفرض غرامات إدارية تصل إلى ملايين اليورو دون انتظار حكم قضائي، فضلاً عن صلاحية "الحجب الإداري" للمواقع الاحتمالية، وهو ما يجسد مفهوم "القضاء الإداري الاستهلاكي" الاستباقي.

24 - يقصد بـ منصة (Signal Conso): المنصة الرقمية الوطنية التي أطلقتها وزارة الاقتصاد والمالية الفرنسية (عبر مديرية DGCCRF) عام 2020، والتي تتيح للمستهلكين التبليغ الفوري عن التجاوزات التجارية والتقنية (كالإشهار المضلل، عيوب المطابقة، أو مشاكل إلغاء الاشتراك). وتكمن خصوصيتها في "المقاربة التصالحية"؛ حيث تمنح المهني فرصة لإصلاح الخطأ تلقائياً قبل تدخل الإدارة، مما يقلل من النزاعات القضائية ويوفر قاعدة بيانات ضخمة للسلطات حول "بؤر المخالفات" في الفضاء الرقمي، وهو نموذج طالبت العديد من الفعاليات المدنية المغربية بمحاكاته لتعزيز "البقطة الاستهلاكية".

الرقمية، مما يوفر قاعدة بيانات ضخمة تساعد السلطات على توجيه عمليات الرقابة نحو القطاعات الأكثر اختلالاً، هذا التحول نحو "الرقابة الرقمية التشاركية" سيسد الثغرة الناتجة عن ضعف الموارد البشرية لجمعيات حماية المستهلك المغربية، وبمنح الإدارة وسيلة تقنية فعالة لمواكبة سرعة المعاملات الإلكترونية.

ختاماً، إن ملاءمة المنظومة المغربية مع النموذج الفرنسي في شقه المؤسساتي تتطلب أيضاً تعزيز التنسيق بين **اللجنة الوطنية لمراقبة حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي (CNDP)** وبين المصالح المكلفة بحماية المستهلك؛ ففي البيئة الرقمية، أضحت "البيان الشخصي" هو العملة المقابلة للسلعة، وحماية المستهلك تبدأ من حماية خصوصيته الرقمية.

إن بناء هذا التكامل المؤسساتي هو الكفيل بتحويل نصوص مشروع القانون 13.23 من مجرد "نوايا تشريعية" إلى واقع ملموس يحمي المستهلك المغربي في مواجهة عمالة الاقتصاد الرقمي.

خاتمة:

ختاماً يمكن القول إن الاستهلاك الرقمي بالمغرب يعيش مفارقة حقيقية؛ فبينما تهرول الأسواق والخدمات نحو الرقمنة الشاملة، لا تزال القواعد الحمائية في القانون رقم 31.08 تقاوم "التقادم التشريعي" أمام أدوات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التأثير التجاري، وبالتالي فإن الانتقال من الحماية التقليدية إلى السيادة الرقمية المستتيرة للمستهلك لم يعد ترفاً فكرياً، بل ضرورة اقتصادية واجتماعية ملحة.

ويمكن إجمال أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة في النقاط التالية:

- محدودية المقاربة الثنائية: أثبتت الدراسة أن حصر العلاقة التعاقدية بين "مورد" و"مستهلك" لم يعد كافياً، في ظل هيمنة "المنصات الرقمية" كطرف وسيط يتحكم في إرادة المتعاقدين.

- اتساع الفجوة الإجرائية: لا يزال المستهلك المغربي يواجه صعوبات بالغة في إثبات حقوقه الرقمية وفي الوصول إلى قضاء فعال في النزاعات العابرة للحدود.

- أهمية مشروع القانون 13.23: يمثل هذا المشروع خطوة شجاعة نحو "أنسنة" الخوارزميات ومأسسة مسؤولية الوسطاء الرقميين، مستلهما في ذلك أفضل الممارسات الدولية.

أما التوصيات فهي كالتالي:

- تحديث الأجل القانوني: ضرورة ملاءمة أجل "حق التراجع" في التشريع المغربي ليرتفع من 7 أيام إلى 14 يوماً، تماشياً مع النموذج الفرنسي والأوروبي، لمنح المستهلك مهلة تفكير واقعية.

- إقرار "الضمان الرقمي المستمر": تجاوز مفهوم الضمان المادي للسلع نحو إقرار ضمانات قانونية ملزمة لمطابقة المحتويات والخدمات الرقمية وتحديثاتها الدورية.

- الضبط الاستباقي لا القضائي: تفعيل دور الهيئات الرقابية ومنحها سلطات تقنية (كالحق في التستر والحجب الفوري) لضبط الممارسات المضللة للمؤثرين والمنصات قبل وقوع الضرر.

- حماية البيانات كحق استهلاكي: دمج مقاربة "حماية المعطيات الشخصية" ضمن صلب قانون حماية المستهلك، باعتبار البيانات هي الثمن الخفي الذي يدفعه المستهلك في الاقتصاد الرقمي.

إن نجاح التجربة المغربية في تأمين الفضاء الاستهلاكي الرقمي رهين بقدرة المشرع على تحويل **مسودة القانون 13.23** إلى نص نافذ يتسم بالمرونة التقنية والصرامة

الزجرية، مع الانفتاح الدائم على التطورات المتسارعة في القانون المقارن لضمان بيئة رقمية آمنة وموثوقة.

❖ المراجع:

- مصطفى السعداني، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة رسالة لنيل دبلوم الماستر في القانون الخاص، جامعة الحسن الأول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية سطات السنة الجامعية: 2010-2011
- عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية)، نابلس فلسطين، المجلد 27 (1) 2013،
- عباسي بوعبيد: " الالتزام بالاعلام في العقود: دراسة في حماية المتعاقد والمستهلك". المطبعة والوراقة الوطنية مراكش. الطبعة الأولى 2008