



محضر اجتماع لجنة تنظيم الإدارة وتطويرها والرقمنة والحوكمة ومكافحة الفساد

- تاريخ الاجتماع: الخميس 10 أفريل 2025.
- جدول الأعمال: الاستماع إلى ممثلين عن وزارة التجارة وتنمية الصادرات حول مقترح القانون عدد 2024/42 المتعلق بتنظيم ممارسة نشاط التسويق والترويج على المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- الحضور:

– الحاضرون: 08

– المعتذرون: 01

– الغائبون: 01

– الحاضرون من غير أعضاء اللجنة: 06

رفع الجلسة: 12.15 حذ

● افتتاح الجلسة: 10.25 حذ

1. مداولات اللجنة:

عقدت لجنة تنظيم الإدارة وتطويرها والرقمنة والحوكمة ومكافحة الفساد جلسة يوم الخميس 10 أفريل 2025 للاستماع إلى ممثلين عن وزارة التجارة وتنمية الصادرات حول مقترح قانون عدد 2024/42 يتعلق بتنظيم ممارسة نشاط التسويق والترويج على المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.

وفي افتتاح الجلسة، بيّن السيد نائب رئيس اللجنة أن هذا الاجتماع يندرج في اطار سلسلة الاستماع التي برمجتها اللجنة في طار مزيد تعميق النظر في مقترح القانون عدد 2024/42 المتعلق بتنظيم ممارسة نشاط التسويق والترويج على المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي مؤكدا على أهمية الاستماع إلى ممثلين عن وزارة التجارة وتنمية الصادرات كإحدى الهياكل المتدخلة بصفة مباشرة في قطاع التجارة الالكترونية.



إثر ذلك تمت إحالة الكلمة إلى السيدة رئيسة ديوان وزير التجارة وتنمية الصادرات التي كانت مرفوقة بعدد من الإطارات الإدارية من الوزارة وقد استهلّت مداخلتها باستعراض تطور مؤشرات الدفع الإلكتروني لسنة 2024 والتي كانت اجمالا على النحو التالي:

✓ بلغ عدد مواقع الواب التجارية المنخرطة في منظومات الدفع الإلكتروني 1126 موقع وab تجاري وخدماتي نشيط.

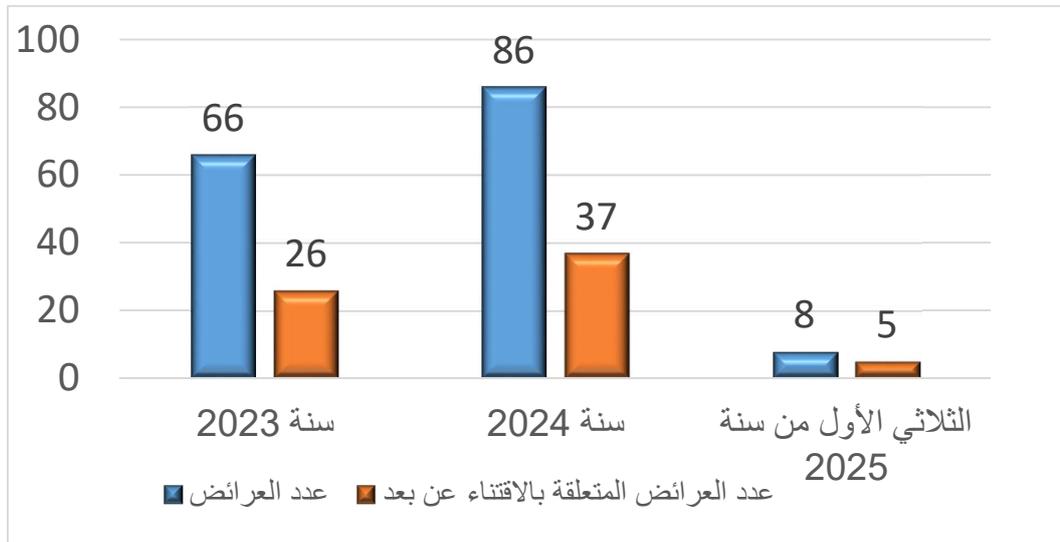
✓ بلغت عدد عمليات الدفع الإلكتروني 20.2 مليون معاملة مسجلة بزيادة بنسبة %13,4 مقارنة بسنة 2023.

✓ بلغت القيمة الجمالية لعمليات الدفع الإلكتروني 2,1241 مليون دينار مسجلة بزيادة بنسبة %4,8 مقارنة بسنة 2023،

✓ بلغ عدد عمليات الدفع عبر مطارف الدفع الإلكتروني 9,41 مليون معاملة مسجلة بزيادة بنسبة %15,2 مقارنة بسنة 2023،

✓ بلغت القيمة الجمالية لعمليات الدفع عبر مطارف الدفع الإلكتروني 1,5232 مليون دينار مسجلة بزيادة بنسبة %11,9 مقارنة بسنة 2023.

كما قدمت إحصائيات حول عرائض المستهلكين الواردة على مصالح وزارة التجارة وتنمية الصادرات والمتعلقة بالاقتناءات التي تتم عن طريق المواقع الإلكترونية وخاصة منها صفحات التواصل الاجتماعي "فايسبوك" والتي تعلقت أساسا في محتواها بعدم توافق المنتج المسلم مع الطلبية أو وجود عيوب بالمنتج أو عدم الاعتراف بالضمان، فضلا عن عدم تسليم أية وثيقة تثبت المعاملة التجارية باستثناء وصل تسليم باسم شركة التوصيل وذلك وفق البيانات التالية:



كما تعرضت السيدة رئيسة الديوان الى الاطار القانوني والترتيبي الحالي المنظم للتجارة الالكترونية من خلال التطرق الى القانون عدد 40 لسنة 1998 المؤرخ في 02 جوان 1998 المتعلق بطرق البيع والإشهار التجاري الذي أدرج قسم خاص بالبيع عن بعد نظم عمليات البيع باستعمال وسائل الاتصال بالمستهلك مثل الهاتف والبريد والنشرية أو أية وسيلة أخرى. وكذلك القانون عدد 83 لسنة 2000 المؤرخ في 9 أوت 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية والذي تناول صلب أحكامه عدد من المسائل المتعلقة على وجه الخصوص بـ:

- تنظيم العلاقة بين التاجر والحريف في المعاملات التجارية الإلكترونية،
- حماية المستهلك على الخط من خلال إقرار جملة من الحقوق مثل حق العدول عن الشراء وتمكين المستهلك من المراجعة النهائية لجميع اختياراته وتمكينه من إقرار الطلبية أو تغييرها حسب إرادته،
- تحميل البائع جملة من الالتزامات من ذلك تمكين المستهلك من المعلومات المتعلقة بهوية البائع وطبيعة وخصائص وسعر المنتج، والإقرار بصحة العقود الإلكترونية وقابليتها للتنفيذ.

كما بينت في نفس الاطار أنه تم بموجب الأمر عدد 2966 لسنة 2001 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001 المتعلق بتنظيم وزارة التجارة إحداث إدارة صلب الوزارة المكلفة بالتجارة وهي إدارة تنمية التجارة الإلكترونية والاقتصاد اللامادي.

هذا، وأفادت ممثلة الوزارة أنه على الرغم من جملة النصوص القانونية آنفه الذكر فان ذلك لم يمنع من تسجيل عدد من الإشكاليات في هذا النمط من التجارة والتي يمكن تبويبها الى ثلاثة مستويات منها ماهو رقابي مرتبط خاصة بصعوبة تحديد هوية البائع في الفضاء الرقمي ونقص في اختصاص أعوان المراقبة ومنها ماهو فني متمثل في صعوبة فرض عقوبات على المنصات الأجنبية ونقص في الوسائل التقنية ومنها ماهو لوجيستي متعلق بصعوبة الوصول إلى شركة التوصيل وغياب إطار قانوني ينظم نشاط شركات نقل الطرود.

وتطرقت المتدخلة إجمالاً إلى أهم الإجراءات التي تم الشروع في إنجازها من قبل وزارة التجارة وتنمية الصدرات في هذا المجال مبينة أنه تمّ خلال سنة 2022 إنجاز دراسة حول تقييم مناخ التجارة الإلكترونية في تونس وذلك بالتعاون مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، وذلك من خلال التحليل المفصّل لواقع سبع مجالات رئيسية مرتبطة بتنمية هذا النشاط والمتمثلة في:

- تقييم جاهزية التجارة الإلكترونية وصياغة الاستراتيجيات،
- البنية التحتية للإتصالات والخدمات في مجال تكنولوجيا المعلومات،
- الجوانب اللوجستية للتجارة وتيسيرها،
- حلول الدفع الإلكترونية،



- الأطر القانونية والتنظيمية،
- تطوير مهارات التجارة الإلكترونية،
- الحصول على التمويل لبعث المشاريع المحددة في المجال.

وأشارت رئيسة الديوان أنه انبثق عن الدراسة المذكورة آنفا 65 إجراء تمّ الشروع في إنجاز عدد منها ضمن خطة عمل متكاملة. كما أفادت أنه تم في ذات السياق، إحداث لجنة وطنية للتجارة الإلكترونية بهدف حوكمة هذا النشاط وذلك من خلال تعزيز التنسيق والحوار بين مختلف الوزارات بخصوص المسائل المرتبطة بها سواء بالسوق المحلية أو الموجهة للتصدير، مشيرة انه تم إعداد مشروع أمر يتعلق بإحداث هذه اللجنة وضبط مشمولاتها وتركيبتها وطرق سيرها وتتمثل مهامها في:

- ✓ المساهمة في إعداد التوجهات الوطنية لتنمية التجارة الإلكترونية،
- ✓ التنسيق بين مختلف الأطراف المتدخلة من هيكل ومؤسسات عمومية وخاصة ومجتمع مدني،
- ✓ تنمية المبادلات التجارية الإلكترونية العابرة للحدود واقتراح الحلول لدفع التصدير على الخط،
- ✓ اقتراح خطط العمل اللازمة لتطوير وتحسين مناخ أعمال التجارة الإلكترونية خاصة في الجوانب المتعلقة باللوجستيك، الدفع الإلكتروني، الإطار القانوني، التحوّل الرقمي للمؤسسات التجارية،
- ✓ اقتراح الإجراءات الكفيلة بالنهوض بالمبادلات الإلكترونية في الأسواق الداخلية والخارجية،
- ✓ متابعة المؤشرات المرتبطة بتطور الأنشطة التجارية على الخط،
- ✓ متابعة إنجاز الإصلاحات والإجراءات الكفيلة بتنمية التجارة الإلكترونية والنهوض بها.

هذا وأفادت السيدة رئيسة الديوان أنه، في إطار السعي إلى تحسين جودة مواقع التجارة الإلكترونية والخدمات المسداة وتوفير الضمانات قصد دعم ثقة المستهلك على الخط، يقع العمل على مشروع "إرساء علامة الثقة لمواقع التجارة الإلكترونية" ويتمثل هذا المشروع في إسناد علامة مرئية لمواقع التجارة الإلكترونية الراغبة في ذلك والمطابقة للمعايير والشروط الفنية المضبوطة بمقتضى دليل إجراءات تم إعداده في الغرض، موضحة أنه تم إعداد مشروع قرار في الغرض يتعلق بضبط شروط وإجراءات إسناد علامة الثقة لفائدة مواقع التجارة الإلكترونية، يتضمن خمسة عشر فصلا، تم من خلالها تعريف علامة الثقة والفئة المعنية بها. كما تم إحداث لجنة مكلفة بإسناد علامة الثقة وتعليقها وسحبها ومتابعة عرائض المستهلكين تضم ممثلين من مختلف الهيكل والوزارات المتدخلة في المشروع وتُعهد كتابتها إلى المعهد الوطني للاستهلاك الذي يتولى القيام بكافة أعمال الدعم والمساندة والسهر على تنفيذ قرارات اللجنة المكلفة بإسناد علامة الثقة.



كما اضافت ممثلة وزارة المالية أنه سيتم بمقتضى مشروع القرار آنف الذكر إحداث لجنة فرعية تضم ممثلين عن المصالح المكلفة بالجودة والمراقبة الاقتصادية بوزارة التجارة والمعهد الوطني للاستهلاك ومنظمة الدفاع عن المستهلك تعهد لها مهمة تجميع عرائض المستهلكين المتعلقة بالمواقع الإلكترونية المتحصلة على علامة الثقة وإعداد تقارير في الغرض تحيلها لكتابة لجنة الإسناد عند طلبها لتتولى إدراجها بالمنصة الإلكترونية حتى يتسنى لأعضاء اللجنة الاطلاع عليها واتخاذ قرار بتعليق العلامة أو سحبها أو الإبقاء عليها.

وفي علاقة بمقترح القانون المعروض، ثمنت السيدة رئيسة ديوان وزير التجارة وتنمية الصادرات تناول هذا الموضوع صلب هذه المبادرة التشريعية مبيّنة أنه تناول بالخصوص تنظيم ممارسة نشاط التسويق والترويج على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي وهو ما يعكس تطور دورها ومكانتها كإحدى أهم الوسائل المعتمدة للبيع عن بعد، مستعرضة الخطوط العريضة للمقترح والمتمثلة في تحديد شروط ممارسة النشاط وتوفير حماية حقوق المستهلك إضافة الى إحداث " فرقة الأبحاث ومراقبة التجارة الإلكترونية".

كما قدمت مقترحات وزارة التجارة وتنمية الصادرات في علاقة بمقترح القانون المعروض والمتمثلة في:

- ✓ مراجعة الإطار القانوني المنظم للبيع عن بعد والمبادلات والتجارة الإلكترونية في اتجاه تعديل وتحيين بعض الأحكام بالإستئناس بالمقترحات الواردة ضمن هذه المبادرة التشريعية.
- ✓ تنظيم قطاع توصيل الطرود التي تعتبر همزة الوصل بين الحريف والناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ تأطير وتنظيم التعاون الدولي والديبلوماسي مع أصحاب منصات التواصل الاجتماعي لتطوير سياسات وآليات مكافحة الغش والتضليل وضمان شفافية الإعلانات والحد من التداعيات السلبية لتنامي ظاهرة البيع غير المنظم على الاقتصاد الوطني.
- ✓ إرساء منصة موحدة لمواقع التجارة الإلكترونية الموثوقة والتي تبقى أهم ضمانة لتعزيز الثقة في المعاملات التجارية الإلكترونية وتفادي أية تجاوزات، والتي ستساهم في سلامة المبادلات الإلكترونية من خلال توفير معلومات دقيقة عن المتاجر الإلكترونية (الهوية، وسائل الاتصال، قنوات الترويج الإلكترونية...) وتمكين المستهلكين من العروض والمنتجات المناسبة كما تدعم البائعين في تعزيز وجودهم على الإنترنت وزيادة مبيعاتهم علاوة عن بناء الثقة بين المستهلك والبائع من خلال توفير معلومات موثوقة مما يوفر الوقت ويعزز تجربة الشراء الإلكتروني.
- ✓ تنمية كفاءات الأجهزة الرقابية في إطار التعاون الدولي وبالاستئناس بالتجارب الناجحة.
- ✓ توفير الموارد اللازمة لتطوير آليات رقابة فعالة تمكّن من تتبع ومراقبة الأنشطة على منصات التواصل الاجتماعي.
- ✓ تعزيز حملات التوعية والتحسيس بحقوق المستهلكين والناشطين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.



وفي خاتمة مداخلتها، أكدت السيدة رئيسة الديوان تعويل الوزارة على وعي المستهلك وتعاونه من أجل حمايته والقضاء على أشكال الغش والتحيّل مبيّنة أنّه سيتم بالتعاون مع المعهد الوطني لحماية المستهلك تنظيم حملات تحسيسية في اتجاه دعوة المستهلك الى اقتصار تعامله مع المنصات الحاصلة على علامة ثقة.

وفي تفاعلهم مع عرض الوزارة، تساءل النواب حول جملة من المسائل التي تمحورت بالأساس حول مدى وجود استراتيجية للنهوض بهذا القطاع وتعزيز مساهمته في الناتج الوطني الخام داعين إلى مزيد تشجيع القطاعات الداعمة للتجارة الالكترونية خاصة منها قطاع النقل ومستفسرين عن أسباب تطور ظاهرة التحيّل وهل أن ذلك يعود إلى قصور في الاطار التشريعي الحالي أم في نقص في مستوى المراقبة وعدم تفعيل القوانين ذات العلاقة خاصة وأنّ الفصل 4 من القانون عدد 69 لسنة 2009 المؤرخ في 12 أوت 2009 والمتعلق بتجارة التوزيع فيه من الآليات والضمانات ما يكفي لمراقبة نشاط تجار التوزيع ومسديي الخدمات في أي مجال بما فيها التجارة الالكترونية.

كما اعتبر النواب أنّ المجهودات المبذولة من هيكل الرقابة التابعة لوزارة التجارة وتنمية الصادرات وبقية الأطراف المتدخلة غير كافية مقارنة بتطوّر عدد مواقع الواب التجارية المنخرطة في منظومات الدفع الإلكتروني وعدد عمليات الدفع الإلكتروني والقيمة الجمالية لهذه العمليات، مقترحين بعث هيكل مختص يعمل بصفة مسترسلة بما يتماشى وخصوصية هذا القطاع لتابعة المخالفات والقيام بالتبغات مع دعمها بموارد بشرية مختصة في المجال. هذا، ورأى عدد من النواب أن الحل الأمثل للتقليص من ظاهرة التحيّل يتمثل في اعتماد وسيلة الدفع الالكتروني لاحتواء كل التجار الناشطين على الخط وضمان الأثر الكتابي لكل العمليات المالية المعتمدة في البيع الالكتروني وذلك بالتعاون مع مؤسسات الدفع الراجعة بالنظر إلى البنك المركزي التونسي.

كما شدّد النواب على ضرورة التدخل العاجل لمنع البيع الالكتروني لبعض المنتوجات التي تشكل خطرا على صحة المواطن وخاصة منها المواد الطبية التي تتطلب ترخيصا من وزارة الصحة متسائلين في اطار متصل عن كيفية إسناد علامة الثقة لمواقع التجارة الالكترونية وإجراءات سحبها وكيفية مراقبة المحلات والتجار المستفيدين منها. كما تم التساؤل حول مدى التقدم في التنسيق مع "فايسبوك" باعتبارها المسؤولة عن منح علامة الثقة.

وفي علاقة بتحديد المفاهيم الواردة بالفصل الثاني من مقترح القانون المعروض، أشار بعض النواب أن أغلبها تم تعريفه بمقتضى التشريع الجاري خاصة القانون عدد 39 لسنة 1998 مؤرخ في 02 جوان 1998 المتعلق بالبيوعات بالتقسيط والقانون عدد 36 لسنة 2015 مؤرخ في 15 سبتمبر 2015 والمتعلق بإعادة تنظيم المنافسة والأسعار، وأن تعريف المصطلحات الواردة صلب هذا المقترح تختلف عن ما هو ساري به العمل مستفسرين عن رأي الوزارة حول هذه النقطة ومؤكدين على ضرورة المحافظة على تناسق المنظومة القانونية لتفادي أي تباين واختلاف في المفاهيم.



وبخصوص رأي الوزارة المتمثل في مراجعة الإطار القانوني المنظم للبيع عن بعد والمبادلات والتجارة الإلكترونية في اتجاه تعديل وتحيين بعض الأحكام بالاستئناس بالمقترحات الواردة ضمن هذه المبادرة التشريعية، بين النواب أن هذا المقترح يهدف بالأساس إلى تنظيم نشاط التسويق والترويج على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والتي تتجاوز بكثير صفحات "فيسبوك" وتشمل كل المنصات الأخرى التي لم يتعرض لها التشريع الجاري به العمل، مؤكدين تمسكهم بهذه المبادرة التشريعية ومضيههم قُدماً في دراستها من جهة وانفتاحهم على مقترحات كل الأطراف ذات الصلة بما فيها الوظيفة التنفيذية في اتجاه مزيد تجويد هذا النص من جهة أخرى.

وفي معرض إجابتها على ملاحظات واستفسارات النواب، أوضحت السيدة رئيسة ديوان وزير التجارة وتنمية الصادرات أن الإشكاليات المرتبطة بالتجارة عن بعد تتعلق أساساً بالرقابة وخاصة في مسألة تحديد هوية التاجر والصفحات التي يتم استغلالها لترويج السلع في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، مبيّنة أن الوزارة انطلقت، منذ تقديم هذه المبادرة التشريعية خلال السنة الفارطة وبالتنسيق مع مختلف الأطراف المتدخلة، في التفكير في الآليات الضرورية لتسهيل تطبيق القانون، مؤكدة ضرورة المحافظة على النصوص الحالية والعمل على تنقيحها بالاستئناس بما ورد بمقترح هذا القانون ومشيرة إلى أن الوزارة تعمل على متابعة التشريع الدولي في هذا المجال وخاصة منها القوانين الاطارية والتوجهات الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة.

وبخصوص تحديد المفاهيم الواردة بالفصل الثاني من مقترح القانون المعروض، شاطرت ممثلة وزارة التجارة وتنمية الصادرات رأي النواب بخصوص تحديد المفاهيم مبيّنة عدم وجود جدوى لتعريفها على اعتبار أنها محددة بمقتضى القوانين السارية. كما أبدت مساندتها لضرورة مزيد العمل على منع البيع الإلكتروني لكل المنتوجات التي من شأنها الاضرار بالصحة العامة. وبخصوص كيفية اسناد علامة الثقة الإلكترونية تمت الإشارة الى أنّ المسألة تقنية بالأساس ويتم العمل على طريقة تطبيقها بالتنسيق مع مختلف الأطراف خاصة منها الوكالة الوطنية للسلامة السيبرنية والوكالة الوطنية للصادقة الإلكترونية، مؤكدة أهمية تنمية كفاءات الأجهزة الرقابية في إطار التعاون الدولي وبالاستئناس بالتجارب الناجحة مع توفير الموارد اللازمة لتطوير آليات رقابة فعالة تمكّن من تتبع ومراقبة الأنشطة على منصات التواصل الاجتماعي.

كما شاطرت رأي النواب أنه في سبيل مزيد تفعيل رقابة ناجعة على مواقع التواصل والمنصات المعتمدة للبيع الإلكتروني وفي ظل وجود تعنت من القطاع الغير منظم، فإن الحل يكمن في اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني وهو ما يجب العمل عليه بالتنسيق مع مصالح البنك المركزي التونسي وكذلك من خلال رقمنة المعاملات المالية بما من شأنه أن يؤمّن الأثر الكتابي لجميع العمليات المعتمدة في البيع الإلكتروني ويسهّل بالتالي عملية مراقبة جميع الأطراف المتدخلة فيها.



2. قرار اللجنة:

- مواصلة النظر في مقترح القانون عدد 2024/42 المتعلق بتنظيم ممارسة نشاط التسويق والترويج على المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي وذلك ببرمجة جلستي استماع الى كل من وزارة تكنولوجيا الاتصال ووزارة المالية.

مقرر اللجنة

بوبكر بن يحي

نائب رئيس اللجنة

مراد الخزامي

