

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



## الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص : قانون أعمال

تحت إشراف:

الأستاذ صافي عبد الله

من تقديم الطلبة:

- خالد سمية
- قزاي فريال

لجنة المناقشة :

| الاسم و اللقب | الرتبة العلمية | الصفة         |
|---------------|----------------|---------------|
| قحام حنان     | أستاذة مساعدة  | رئيسا         |
| صافي عبد الله | أستاذ مساعد    | مشرفا و مقررا |
| لعدايسية فوزي | أستاذ مساعد    | مناقشا        |

دورة جويلية 2021



# الشكر

الحمد لله الذي أنقذنا بنور العلم من ظلمات الجهالة هدايا بالاستبصار به عن  
الوقوع في عمية الضلالة

علما توارثناه سلاحا

نحمده حمدا يليق بجلاله و نشكره شكرا يوافق نعمه

ويكافئ مزيده

وصلي و سلم على محمد عبدك المترصى و نبيك المجتبي و رسولك المصطفى  
و على آله و صحبه و من اهتدى إلى يوم الدين.

ربنا مالنا إلا أن نتوج هذا العمل إليك يا موفق كل ساع و يا ميسر كل عسير.

بالشكر الجزيل و الحمد الكثير أن وفقنا لهذا العمل و ما توفيقنا إلا بك.

و نتقدم بخالص الشكر و العرفان والاحترام الى الأستاذ

**\*\* صافي عبد الله \*\***

الذي لم يبخل علينا بنصائحه و إرشاداته القيمة كما نشكره على سعة صبره

معنا طول فترة انجاز هذا العمل المتواضع

لك منا كل الاحترام, راجين من الله أن يحفظك ويوفقك في مشوار عمالك

**\*\* آمين يرب العالمين \*\***

# الإهداء

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب والحنان والتفاني إلى بسمة حياتي وسر الوجود إلى التي صبرت على كل شيء وسهرت وتعبت كثيرا لراحتي إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي ، اهدي ثمرة جهدي وعملي إلى أُمي الغالية التي وسعت دعواتها في كل خطوة أخطوها بارك الله في عمرها .

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله إلى الذي كان يدفعني قدما نحو الأمام لنيل المبتغى إلى أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره .

إلى المحبة التي لا تنتهي والخير بلا حدود إلى من شاركتني كل حياتي أنتن زهرات حياتي أنتن جوهرتي الثمينة وكنزي الغالي إلى أختاي سميرة و آسيا و إلى ابنة أختي الغالية على قلبي ليا .

إلى جدتي أطال الله في عمرها وإلى خالتي مليكة أبنائها أيمن وحسام ...

إلى من كانت لي وفية صديقتي سلمى .

إلى سندي طيلة هذا العمل من بدايته إلى نهايته إلى من شجعتني ودعمتني بكل إخلاص إلى رفيق دربي لطفى .

إلى صديقة العائلة هيبه

إلى رفيقتي التي تقاسمت معي التعب في إنجاز هذا البحث فريال .

إليهم جميعا اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع .

سائلة المولى عز وجل أن يجعله خالصا متقبلا .

# الإهداء

باسم الله الرحمن الرحيم "و بالوالدين إحسانا "

إلى فرحة عمري و نور حياتي ، رمز الصبر و التضحية و الحنان ، إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها ، التي كان دعائها سر نجاحي " . أمي ثم أمي ثم أمي " حفظها الله و أطال في عمرها .

إلى الذي أنار لي درب العلم و الإحسان "أبي"

إلى جدي " الرامضة " رحمها الله و أسكنها فسيح جناته .

إلى من أمدوني بالعون و حفزوني للتقدم ، إلى قوتي و سندي في الحياة بعد الله سبحانه "أخواتي" : سارة ، أمال ، شوقي رعاهم الله .

إلى رفيق دربي نضال

. إلى زوج أختي نزار .

إلى اللاتي عشت معهن أجمل لحظات حياتي ، ويسعد قلبي بلقياهم صديقاتي .

إلى من أنستني في دراستي و شاركتني ثمرة نجاحي "سمية "

إلى جميع عائلتي ، خالاتي و أخوالي ، عماتي و أعمامي .

إلى كل من ذكرهم قلبي و نسيهم قلم

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

## قائمة المختصرات

| الشرح                               | المختصر | الرقم |
|-------------------------------------|---------|-------|
| القانون المدني الجزائري             | ق م ج   | 01    |
| قانون                               | ق       | 02    |
| طبعة                                | ط       | 03    |
| دون طبعة                            | د ط     | 04    |
| المادة                              | م       | 05    |
| الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية | ج ر ج ج | 06    |
| جزء                                 | ج       | 07    |
| صفحة                                | ص       | 08    |
| من صفحة الى صفحة                    | ص ص     | 09    |
| عدد                                 | ع       | 10    |



# مقدمة



## مقدمة

يشهد العالم اليوم عصرا جديدا يطلق عليه العصر الرقمي ، الذي انتشر فيه الانترنت انتشارا هائلا جعل العالم قرية صغيرة ، فهذا التطور التكنولوجي السريع والمذهل الذي يعيشه العالم في الوقت الحاضر أدى إلى ظهور أساليب ووسائل جديدة لإبرام العقود لم تكن معروفة من قبل وهي العقود الالكترونية ، وهو ما أثر تأثيرا كبيرا على النظام القانوني للعقود التقليدية التي كانت تعتمد على الإيجاب والقبول بين البائع والمشتري عبر مجلس عقد حقيقي ، أما الآن فكل ما يحتاجه المستهلك هو اقتناء جهاز كمبيوتر وبرنامج مستعرض للانترنت واشتراك بشبكة الانترنت ، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بالتسوق الالكتروني ، حيث أن التجار في هذا النوع من التسوق يعرضون خدماتهم عبر المواقع الالكترونية مع بيان المواصفات الحقيقية للمنتجات وأسعارها ، لذلك أصبح المستهلك يلجأ إلى هذه المواقع المخصصة لهذا الغرض .

وبذلك أضحت التجارة الالكترونية واقعا عمليا فرض نفسه على المستوى العالمي ، فعقود التجارة الالكترونية مرتبطة بالعملية الاستهلاكية ، وأن نجاحها يتوقف على مدى توفير الحماية القانونية للمتعاملين بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة ، ومن هنا أصبح موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي يجب الاهتمام بها ، خاصة في الوقت الحاضر باعتبار ان لاستهلاك دور كبير في الحياة الاقتصادية ، فالعملية الاستهلاكية تتميز بوجود نوع من الخلل في طبيعة العلاقة بين المهني والمستهلك ، يتجسد في مركز المستهلك الذي يتصف بالضعف وجهله لهذه المعاملات الحديثة ، وعدم اطلاعه على المعلومات الكافية حول المنتجات ، خاصة أن طبيعة التعاقد تفرض عليه عدم تفحص المبيع كفاية لاكتشاف ما يشوبه من عيوب ، وأن المتدخلين يملكون قوة وهيمنة اقتصادية ، فهم لا يهتمون بمصلحة المستهلك الاقتصادية أو سلامته الصحية ، وإنما غرضهم الوحيد هو تصريف أكبر قدر من المنتوجات لتحقيق أكبر قدر من الأرباح ، وهذا ما يؤدي إلى ظهور العديد من المشاكل، تأتي في مقدمتها صعوبة التحقق من شخصية المتعاقد الآخر وجديته ، أو بالأحرى نقص الثقة فيه وفي كيفية تسليم السلع ، ودفع المستحقات ، وطرق حل النزاعات المحتملة خاصة في ظل بروز العديد من الأشكال الجديدة من الجرائم كالغش ، الاحتيال ، والقرصنة ، وهذا

ما يدفع إلى السعي لإيجاد الآليات والأساليب الكفيلة للحد منها ، فالمستهلك يحتاج إلى وسائل حماية قانونية تعزز من وجود بيئة آمنة في التعاقد الالكتروني .

ونظرا للمخاطر الكبيرة التي تتعرض لها هذه العملية الاستهلاكية ، سعت مختلف التشريعات لسن قوانين خاصة لحماية المستهلك في السوق الالكترونية ، وإعادة الثقة اللازمة التي يحتاج إليها المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته ، ذلك في العديد من النصوص ، وضمانا لحقوقه وتشجيعا على خلق البيئة الآمنة له حتى يتعامل عبر شبكة الانترنت .

وتكمن أهمية هذا الموضوع في عدة نقاط أهمها :

- الأهمية النظرية وذلك بالنظر للتطور الحاصل في مجال العقود الالكترونية الذي يعتبر المستهلك الالكتروني أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات ، بحيث أصبح المستهلك رهينة شروط البائع عند تعاقدته الكترونيا من اجل شراء سلعة أو خدمة معينة هو بحاجة ماسة إليها .

- وكذلك الأهمية العلمية فعلى الرغم من التطور العلمي و التقني ، إلا أن المستهلك لا يزال يعاني من الغش و التحايل عند تعاقدته الكترونيا ، بالإضافة إلى ضعف نوعية السلع والخدمات وارتفاع أسعارها ، فالثقة والأمن من أهم ما يحتاج إليه المستهلك عند تعاقدته الكترونيا .

- كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها ، حيث يمتاز التعامل الالكتروني بتطور سريع ومستمر، مما يتطلب أيضا أن تتطور القواعد والقوانين التي تحكمه بنفس سرعة التطور الحاصل فيه .

وتهدف هذه الدراسة إلى بيان حاجة المستهلك الالكتروني لحماية تجعله يدخل أسواق الكترونية بثقة وأمان ، كما تهدف إلى بيان مدى حاجة المستهلك للحماية عند إقدامه على العقود الالكترونية ، بالإضافة إلى التعرف على حقوق المستهلك في مرحلة تكوين العقد الالكتروني ، وكذلك حقوقه في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني .

وما دفعنا لاختيار هذا الموضوع منه ما هو ذاتي (شخصي) وآخر موضوعي ، فالأسباب الشخصية تكمن في الميل لهذه الدراسة والرغبة في فهمها ، وأنه من المواضيع

الحديثة حداثة البيئة التي ينصب عليها ، مما أدى بنا إلى محاولة المساهمة ولو بالشيء القليل في هذا الموضوع والسعي لإثراء هذا المجال ، وكذلك هو موضوع غير تقليدي ، ومجال البحث فيه خصب ومشوق ، يبعثك عن التكرار والتقليد للدراسات السابقة ، ويجعلك تبدل فيه مجهودات للبحث .

أما الأسباب الموضوعية فتتمثل في كون موضوع حماية المستهلك هو حديث الساعة، فقد حاولت كافة التشريعات سد الثغرات ، التي تجعل من المستهلك فريسة سهلة لهؤلاء الأشخاص الذين يستغلون وضعه ومركزه الضعيف ، وعدم وعيه وثقافته في الاستهلاك، وفي حسن اختيار المنتجات والسلع خاصة عند إقباله الكثيف لاستخدام الوسائل الحديثة للتعاقد ، الأمر الذي يجعل كل باحث يتناول موضوع حماية المستهلك في مختلف المراحل ، سواء قبل تنفيذ العقد أو بعده ، من أجل وضع الحلول والآليات القانونية لفرض حمايته ، والقضاء على ظاهرة الاعتداء عليه والمخاطر التي تهدده باستمرار ، وكذلك توفير دراسة متخصصة حول الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني ، عسى أن تكون لبنة تضاف لما هو موجود حماية للمستهلك.

وخلال انجازنا لهذا البحث واجهتنا صعوبات نذكر منها سعة الموضوع وتشعبه ، إذ يعتبر موضوع حماية المستهلك من المواضيع الشائكة ، وموضوع حماية المستهلك من المواضيع المعاصرة الذي لا يزال يشغل بال المشرعين ، كما الفقهاء والباحثين بدليل التعديلات التشريعية المتجددة والمستمرة إلى يومنا هذا ، وكذلك ضيق الوقت الذي جاء نتيجة الظروف الراهنة ، وصعوبة التنقل من الأجل البحث عن المراجع بسبب فيروس كورونا .

إن موضوع الدراسة يقتضي بضرورة الاعتماد على عدة مناهج ، وذلك باعتبار أن طبيعة الموضوع تحتم ذلك ، وهذا ما دفعنا إلى الجمع بين المنهج التاريخي ، المنهج المقارن، والمنهج التحليلي والوصفي .

وعلى اعتبار أن المستهلك هو الحلقة الضعيفة في العقد الإلكتروني ، فإن الإشكال الذي يطرح : هل ثمة حماية قانونية له في كافة مراحل إبرام العقد الإلكتروني ؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية :

- من هو المستهلك الإلكتروني ؟
  - وما هو العقد الإلكتروني الذي بموجبه تتم التجارة الإلكترونية ؟
  - ماهي آليات الحماية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني ؟
- وللإجابة عن هذه الإشكالية ، قسمنا خطة البحث كالتالي :

الفصل الأول : المستهلك وعقود التجارة الإلكترونية

المبحث الأول : ماهية المستهلك الإلكتروني

المبحث الثاني : العقد الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية

الفصل الثاني : آليات حماية المستهلك الإلكتروني

المبحث الأول : حماية المستهلك في مرحلة ما قبل تنفيذ العقد

المبحث الثاني : حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد



## الفصل الأول

المستهلك الإلكتروني وعقود التجارة الإلكترونية



## الفصل الأول

نتيجة الثورة التكنولوجية التي ظهرت مؤخرا ، وما أدت إليه من ضخامة الإنتاج والتوزيع برزت العقود الإلكترونية ، مما أدى إلى ظهور مشكلة كيفية حماية المستهلك الإلكتروني ، باعتباره طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية مع المحترف أو ما يسمى بالمورد الإلكتروني الذي يعتبر في مركز قوة ، فالبحث في وسائل حماية المستهلك الإلكتروني يحتاج إلى بيان مفهوم حماية المستهلك ، ولهذا قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين ، حيث تناولنا في المبحث الأول مفهوم المستهلك الإلكتروني، والمبحث الثاني خصصناه لبيان مفهوم العقد الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية.

## المبحث الأول : ماهية المستهلك الإلكتروني.

قبل التطرق إلى موضوع حماية المستهلك لابد من إعطاء لمحة تاريخية عن المراحل التي مرت بها تطور حق حماية المستهلك في مختلف الحضارات عبر العصور، فبالنسبة لحماية المستهلك نجد أنه منذ القدم برزت فكرة الحماية الاقتصادية للدولة ، وقد انتشر قانون حماية المستهلك نتيجة للتطور الاقتصادي والخدمات في المجتمع ، واستمرار الخدمات يزيد من المخاطر التي تهدد المستهلك مما وجب تدخل التشريعات في سن القوانين الخاصة بحماية المستهلك ومن هنا سنتناول في هذا المبحث التطور التاريخي لحماية المستهلك (المطلب الأول) ، و نوضح الإطار المفاهيمي للمستهلك (المطلب الثاني) ثم نتطرق إلى نطاق ومبررات حماية المستهلك الإلكتروني (المطلب الثالث) .

### المطلب الأول :التطور التاريخي لحماية المستهلك.

إن المشرع في العصور الحديثة لم ينتبه لفكرة حماية المستهلك إلا في فترة الحربين العالميتين أثناء الأزمة الاقتصادية التي شهدتها العالم ، نتيجة زيادة مطالب الناس و عجز الإنتاج الذي أدى إلى ارتفاع الأسعار و فرض القيود الاقتصادية ، للحد من ارتفاعها فإن هذه الحماية ترجع إلى عقود سخيطة ممعنة في القدم تفاوتت فيها مدى تدخل المشرع تبعا لتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية والسياسية ، فكان اهتمام المجتمعات القديمة والحديثة بإرساء قواعد هامة تنظم سلوك الأفراد فيما بينهم ومنع سيطرة القوي على الضعيف وكان من بين تلك القواعد التي يتعلق بحماية المستهلك بالمفهوم الحديث<sup>1</sup> ، وهذا ما سنعرض دراسته من خلال التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة (الفرع الأول) والتطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال ، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة ، 2019/06/27 ، ص 7.

## الفرع الأول : التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة.

### أولاً : عند الفراعنة.

يتبين الاهتمام الكبير للفراعنة في تنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية و التي تحمي المستهلك بالمفهوم الحالي من خلال النقوش والرسوم التي وصلت إلينا ، حيث يعتبر قدماء المصريين من بين الأوائل المهتمين بوضع قواعد لحماية المستهلك ، وكما هو متعرف عليه كان ظهور التشريع في مصر القديمة في القرن الخمسين قبل الميلاد و هي فترة بداية ظهور الكتابة<sup>1</sup>.

### ثانياً : عند الرومان.

يعتبر القانون الروماني مصدرا تاريخيا لمعظم القوانين الحديثة والأوروبية سواء نقلت عنه بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة ، و لفهم هذه القوانين يتعين اللجوء إلى أصلها التاريخي . هذا و قد اهتم الرومان بتوفير اكبر قدر من الحماية للمستهلك خاصة عند تعرض الإمبراطورية إلى الأزمات ، فكان الأباطرة يعملون على تفادي هذه الأزمات بإصدار القوانين ، خاصة عندما أدت الظروف الاقتصادية الإمبراطورية لزيادة الفوارق بين الطبقة العامة وطبقة الأشراف ، فطالب العامة بمساواتهم بطبقة الأشراف لأنه لم تكن هناك مساواة بينهم في الحقوق أمام القانون ، فصدر قانون الألواح الإثني عشر وغيره من القوانين الأخرى لتنظيم تمويل البلاد بالسلع الغذائية ومنع الاحتكار والحد من ارتفاع الأسعار، وللقيام بدور الرقابة انشؤا وظيفة لرقابة الأسواق والأسعار عهدت إلى موظف خاص لذلك يسمى المحتسب أو حاكم السوق ، وينصب عمله في إدارة الأسواق والأماكن العامة وقد كان له اختصاص قضائي فيما يتعلق بالبيع كالنظر في المنازعات بين المتعاقدين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد القادر معروف ، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك (دراسة مقارنة) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة عبد

الحميد ابن باديس ، مستغانم ، الجزائر ، السنة الجامعية 2016/2017 ، ص88 .

<sup>2</sup> أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الاسلامية (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، سنة 2005 ، ص23.

### ثالثا : في الشريعة الإسلامية.

وبتتبع أحكام الشريعة الإسلامية الخاصة بحماية المستهلك ، نجد أن بعضها ورد بنصوص صريحة في كتاب الله عز وجل والسنة النبوية الشريفة والبعض الآخر لم يرد بشأنه نص صريح ولذلك يكون الحكم فيه متروكا للاجتهاد والمصادر الأخرى الشرعية ، والشريعة الإسلامية في حمايتها للمستهلك استهدفت الحياة الإنسانية كلها باعتبار المستهلك عضو فيها ، وهذه الحماية تستلزم المحافظة على حياة الإنسان أي كان مستهلكا أو غير مستهلك ، وأن هذه الأمور تعرف بالكليات الخمس ، وهي المحافظة على الدين ، النفس ، النسل ، المال والعقل<sup>1</sup> . ولقد حمى الإسلام المستهلك من كل إجحاف بحقه ، فوضع له قواعد وضوابط تحميه من كل ضرر يؤدي به إلى الخسارة فحماه من نفسه و نهاه من تبذير الأموال لقوله تعالى " يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ " <sup>2</sup> ، وعلى مستوى الإنتاج وفر له المنتج المباح الطيب ذا الجودة العالية والحث على إتقان الصنعة حال الإنتاج لقول الرسول صلى الله عليه وسلم (إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه)<sup>3</sup> .

ومصطلح حماية المستهلك لم يستعمل من طرف الفقهاء ، لأن مصطلح الحماية كان يستعمل في وصف القاصر أو الضعيف العاجز ، والمستهلك يفترض أن يكون كامل الأهلية في اختيار ما يريد استهلاكه .

### الفرع الثاني : التطور التاريخي لحماية المستهلك في التشريعات الحديثة.

#### أولا : حماية المستهلك في القوانين الانجلو سكسونية.

#### أ/ حماية المستهلك في انجلترا.

اصدر المشرع الانجليزي قانون المواصفات التجارية عام 1968 والذي تضمن ما يجب مراعاته في إنتاج السلع والخدمات من حيث العلامات والملصقات التي توضع عليها ، وكذلك الوزن الإجمالي أو الصافي لكل وحدة ، أو الأحجام والمكونات الداخلة في صناعتها أو إعدادها ،

<sup>1</sup> أحمد محمد محمود علي خلف ، مرجع سابق ، ص 24.

<sup>2</sup> الآية 31 ، سورة الأعراف .

<sup>3</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، مرجع سابق ، ص ص 8 ، 9.

وكل منتج أو بائع يخالف المواصفات المدونة على السلعة يعد مرتكبا لجريمة يعاقب عليها جنائيا. وقد حرص المشرع الانجليزي على حماية المستهلك من الخداع بواسطة البائع الذي يدعي أن السلعة المعروضة من إنتاج دولة مشهود لها بالكفاءة ، في حين أن الحقيقة غير ذلك فقد اصدر عام 1972 قانون ألزم فيه المستورد أو المنتج بأن يوضع على السلعة اسم الدولة محدد تحديدا كافيا ، وفي عام 1974 اصدر قانون الائتمان الاستهلاكي ، كما اصدر في عام 1978 قانون سلامة المستهلك ، ثم قانون حماية المستهلك في عام 1987 و قانون سلامة الأغذية . وبعد أن أصبحت انجلترا عضو في السوق الأوروبية المشتركة فإنها تسري عليها التشريعات الجديدة لحماية المستهلك التي تحكم الدول الأعضاء <sup>1</sup> .

### ب/ حماية المستهلك في أمريكا.

بدأت سياسة حماية المستهلك في أمريكا مع ظهور جمهوريتها عام 1789 ، إذ ينص الدستور على أن تكون حماية المستهلك من صميم وظائف الحكومة ، كالمحافظة على النظام والعدل ومراقبة المقاييس وحماية السوق المحلية وتشجيع التجارة الخارجية وتقديم العون للتجارة الداخلية مثل بناء الطرق .

وقد اصدر أول قانون لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1872 بشأن الخداع و الغش ، ثم صدر قانون في عام 1884 الذي انشأ إدارة الرقابة الحيوانية في الإشراف على المواصفات الصحية للحيوانات.

و في عام 1927 أنشأت إدارة الغذاء والدواء المتولية بتنفيذ التشريع ، أما في عام 1830 قام وزير الزراعة بوضع معايير لجودة المنتجات المعلبة بعد أن كانت هذه الصناعة في حالة فوضى تضر بالمستهلك <sup>2</sup> .

<sup>1</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، مرجع سابق ، ص 10 .

فاطمة بحري ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص جامعة أبو بكر بالقائد ، تلمسان ، <sup>2</sup> الجزائر ، السنة الجامعية 2012/2013 ، ص 23.

## ثانيا : حماية المستهلك في التشريعات العربية

### أ/ حماية المستهلك في الجزائر

يمكن التمييز بين مرحلتين : المرحلة الأولى ما قبل صدور قانون حماية المستهلك ، والمرحلة الثانية ما بعد صدور قانون حماية المستهلك.

#### - مرحلة ما قبل صدور قانون حماية المستهلك :

لقد أدى تبني الجزائر النهج الاشتراكي بعد الاستقلال قبل أن تتوجه إلى الاقتصاد الموجه ، إلى عدم وجود حاجة لسن القوانين وتشريعات لحماية المستهلك باستثناء البعض منها ، واستمر الوضع على ما هو عليه حتى أواخر الثمانينات.

وفي سنة 1962 صدر قانون أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها

مع القوانين الوطنية<sup>1</sup>، و هذه الفترة لم تسمح للمشروع الجزائري الاقتباس من القوانين الفرنسية في مجال حماية المستهلك نظرا لعدم تبلور حركة المستهلك في فرنسا نفسها ، كما أدى إلى التعارض في النهج الليبرالي الذي انتهجته فرنسا مع النهج الاشتراكي الذي تبنته الجزائر ، وهذا التعارض امتد إلى القوانين الاقتصادية<sup>2</sup>.

الأمر الذي يسمح بالاقتباس منها، فكان المشروع الجزائري يحمي المستهلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني وفقا لنظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية ، فكان يوقع التزام المتدخل طبقا للمسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام تعاقدية ، إضافة إلى إمكانية تحميله المسؤولية التقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسؤول علاقة تعاقدية ، هذا ما اشترطته المادة 124 من الأمر 58-75 مؤرخ في 26-09-1975 المتضمن القانون المدني<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> الصادق صياد ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، السنة الجامعية 2013/2014 ، ص 28 .

<sup>2</sup> المرجع نفسه ، ص30

<sup>3</sup> الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم بقانون 10/05 مؤرخ في 20 أوت 2005 وكذلك القانون رقم 05/07 مؤرخ في 13ماي 2007 .

## - مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك :

تميزت هذه المرحلة بإصدار القانون رقم 02/89 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، حيث يعتبر هذا القانون أول نص قانوني يحمي المستهلك والذي تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك ، والتي تمحورت حول الالتزام العام بالسلامة الصحية ، وضرورة مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية إلزامية الضمان، وإلزامية الإعلام وإلزامية الأمن الاقتصادي.

كما اقر للمستهلك حق التمثيل أمام القضاة من طرف جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات للدفاع عن حقوق المستهلك ، كما منح صلاحيات للأجهزة المختصة لممارسة دور الوقاية حماية لمصالح المستهلك التي اقرها هذا القانون <sup>1</sup> .

يمكن القول أن قانون 02/89 لعب دورا هاما في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر لسبب رئيسي هو انسحاب الدولة من الحق الاقتصادي الموجه وتبني نظام اقتصاد السوق ، الذي يكون فيه المستهلك حذر محقق تجاه المخاطر التي تلحقه من تزايد حجم المنتجات والخدمات <sup>2</sup> .

بعدها جاء القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009 ليصنف أكبر حماية للمستهلك لمواكبة مختلف التغييرات ، ويساير الحركية التشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك نظرا لتزايد المخاطر التي تهدد المصالح المادية والمعنوية <sup>3</sup> .

## ب/ تطور حماية المستهلك في مصر.

حمى المشرع المصري المستهلك من خلال عدة تشريعات ، منها ما هو منصوص عليه في قانون العقوبات الاقتصادي وهي النصوص الخاصة بحماية الاقتصاد ، وبدأ الاهتمام بحماية

<sup>1</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، مرجع سابق ، ص 11 .

<sup>2</sup> قانون رقم 02/89 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق ل 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، الجريدة الرسمية للجمهورية ، الصادرة يوم الأربعاء 2 رجب عام 1409 هـ .

<sup>3</sup> قانون رقم 03/09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فيفري سنة 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 15 ، الصادر في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ ، بتاريخ 8 مارس سنة 2009 .

المستهلك منذ سنوات طويلة ، حيث بدأت ببداية تجريم الاحتيال عندما لجأ محافظ القاهرة في سنة 1830 إلى فرض عقوبات الحبس والأشغال الشاقة تبعا لجسامة الجريمة.

كما اصدر المشرع عدة قوانين أخرى مكملة ، منها القانون 10 سنة 1966 بشأن مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها ، وعدل بمقتضى القانون رقم 30 سنة 1976 والقانون رقم 106 سنة 1980 الذي جرم الأغذية الغير مطابقة للمواصفات أو غير صالحة للاستعمال الآدمي بسبب غشها أو فسادها أو لأنها ضارة بالصحة ، أو أن أماكن تداولها لا تستوفي شروط الصحة.

وأخر قانون صدر هو القانون رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك المصري ويهدف إلى تحديد القواعد العامة ، التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام ويصون حقوق المستهلك الأساسية ، وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرفا فيها وحمايته من الغش والإعلان الخادع ، وضمان سلامة المنتجات والخدمات وجودتها ، كما حرص القانون على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وجعلها ممثلة بصورة موسعة في مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك<sup>1</sup> .

## المطلب الثاني : مفهوم عقد الاستهلاك الإلكتروني وأطرافه.

سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني في (الفرع الأول) ، ثم نحدد أطراف هذا العقد في (الفرع الثاني).

### الفرع الأول :تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني

يكاد يجمع الفقه على تعريف العقد بأنه " اتفاق إرادتين على إحداث أثر قانوني معين " <sup>2</sup> ، والعقد الإلكتروني هو عقد عادي إلا انه يكتسب الطابع الإلكتروني من الطريقة التي ينعقد بها أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها <sup>3</sup> ، وهي شبكة الانترنت ، التي يمكن تعريفها أنها شبكة هائلة

<sup>1</sup> فاطمة بحري ، مرجع سابق ، ص 28 .

<sup>2</sup> أمانة سلطاني ، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول : حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية ، المركز الجامعي بالوادي ، 13 و 14 أبريل 2008 ، ص 109 .

<sup>3</sup> ماجد محمد سليمان أبا الخيل ، العقد الإلكتروني ، الطبعة الأولى ، مكتبة الرشد ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 2009 ، ص 16 .

من أجهزة الكمبيوتر المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم<sup>1</sup> ، وعقد الاستهلاك من أهم المعاملات المتداولة عبر شبكة الانترنت ، وهي بمفهوم قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري " ذلك الذي يبرم بين المستهلك والمتدخل ويكون موضوعه اقتناء بمقابل أو مجانا ، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة المستهلك الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكلف به " <sup>2</sup> .

وعقد الاستهلاك الإلكتروني هو تعاقد عن بعد حسب تعريف لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي - الأونيسترال في 16 ديسمبر 1996 ، وكذلك البرلمان والمجلس الأوروبي - في الاتحاد الأوروبي - رقم 27/97 والصادر في 20 ماي 1997. وقد جاء في المادة الثانية من هذا التوجيه بأن " العقد عن بعد هو كل عقد يتعلق بالبضائع والخدمات ، أبرم بين مورد ومستهلك في نطاق نظام لبيع أو تقديم خدمات عن بعد ، نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد فقط ، تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد أو تنفيذه <sup>3</sup> ، وعليه يمكن تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني بأنه " ذلك العقد الذي يبرم بين المستهلك والمتدخل عن طريق شبكة الانترنت ، ويكون موضوعه اقتناء بمقابل أو مجانا ، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة المستهلك الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكلف به " .

وحسب رجال الاقتصاد ، الاستهلاك هو " آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص لإشباع الحاجات " أما رجال القانون فيرون بأن الاستهلاك هو " التصرف القانوني الذي يبرمه المستهلك للحصول على السلع والخدمات التي تشبع احتياجاته الشخصية أو العائلية " .

فالاستهلاك في مجال التعامل الإلكتروني لا يقتصر فقط على العقود فورية التنفيذ كالسلع القابلة للاستهلاك بل أيضا ، على العقود الطويلة الأجل والمؤجلة التنفيذ كعقد التأمين<sup>4</sup> ، بما أن الاستهلاك عملية تأتي لإشباع حاجات الأفراد ، فتحدد تعريف الأطراف المتعاقدة ذو أهمية

<sup>1</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، الطبعة الثانية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2011 ، ص 71 .

<sup>2</sup> قانون رقم 03-09 ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> ماجد محمد سليمان ابا الخيل ، مرجع سابق ، ص 16 .

<sup>4</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، أمن المستهلك الإلكتروني ، الدار الجامعية ، مصر ، 2008 ، ص 19 .

إضافة إلى حاجته للحماية ، فالقوانين الخاصة بحماية المستهلكين تستهدف طرفي العقد المبرم عن بعد <sup>1</sup> .

## الفرع الثاني : أطراف عقد الاستهلاك الإلكتروني.

### أولا : المستهلك الإلكتروني.

#### أ/ تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض التشريعات.

إن تحديد تعريف المستهلك يكتسي أهمية كبيرة فهو كمعيار لتحديد الشخص المقصود بالحماية وهذا ما دفع بنا إلى محاولة تحديد مفهوم المستهلك في مختلف التشريعات.

#### 1- تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي.

عرفه القانون الفرنسي في المادة الثانية من القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على أنه " يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني " .

فلاحظ أن المشرع الفرنسي تناول تعريف المستهلك بصفة عرضية ، واعتمد في تحديد ذلك على معيار الغاية ، وهو الاستعمال الشخصي للمنتج دون أن يكون لذلك ارتباط بالنشاط المهني للمستهلك.

كما عرف مشروع القانون الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993 المستهلكون بأنهم " الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني " ، ورغم ذلك صدر هذا القانون في صياغته خاليا من أي تعريف للمستهلك الإلكتروني.

كما تطرق لتعريف المستهلك التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، حيث اعتبر المستهلك " كل شخص طبيعي يتصرف خارج نشاطاته المهنية ، ويعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معفي من الحماية المقررة للمستهلك ولو كان الشخص الذي تصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا " .

أما التوجيه الصادر في 05 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين ، فقد نصت المادة الثانية منه " أن المستهلك كل شخص طبيعي وفي إطار العقود

<sup>1</sup> خالد طيهار ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، قانون أعمال ، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ، السنة الجامعية 2018/2019 ، ص ص8 ، 9 .

المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية " ، فعدم التصرف يكفي لإضفاء صفة المستهلك على الشخص المراد حمايته بقواعد حماية المستهلك .

فالمستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء أو إيجار أو قرص أو انتفاع وغيرها ، من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلة <sup>1</sup> .

## 2- تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري.

عرف قانون حماية المستهلك في المادة الأولى منه بأنه " كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص " ، ولفظ المنتجات في هذا القانون يشمل السلع والخدمات معا .

ويقوم التعريف السابق على الغرض من التصرف ، فإذا كان هذا الغرض بعيدا عن نشاطه المهني وغير مرتبط به ، مثل التصرفات التي يجريها لإشباع حاجاته اليومية أو الأسرية ، فإنه يكون مستهلكا ، بخلاف ما إذا كان الغرض من التصرف يتعلق بنشاط الشخص المهني ، حيث لا يعد في هذه الحالة مستهلكا جديرا بالحماية ، ولو اتسم مركزه الاقتصادي بالضعف.

أي أن المستهلك هو " الفرد الذي يقوم بالعمليات الاستهلاكية التي تهدف إلى إشباع حاجاته اليومية والوقتية ، دون أن تتخللها نية تحقيق الربح ، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا " .

وبناء على ذلك يمكن أن نعرف المستهلك الإلكتروني بأنه هو " ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع والخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية ويتسلمها ماديا أو حكما ، سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكة الاتصال الإلكترونية " <sup>2</sup> .

## 3 - تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري .

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في أول قانون لحماية المستهلك الذي صدر سنة 1989 ، لكن تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وجمع الغش في المادة 02 الفقرة 09 حيث عرف المستهلك أنه " كل شخص يقتني بئمن أو مجانا

<sup>1</sup> خالد طيهار ، مرجع سابق ، ص 12 .

<sup>2</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، دار الفكر الجامعي ، 2008 ، ص ص 32 ، 33 .

منتوجاً<sup>1</sup> أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي ، لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " <sup>2</sup>.

وكذلك نص القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على أن المستهلك هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني " <sup>3</sup> ، ويلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية والمعنوية شريطة أن تكون مجردة من الغرض المهني لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك.

أما القانون 03-09 وتحديدا المادة 03 الفقرة 01 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المستهلك كالتالي المستهلك " هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " ، وعليه فهذه المادة جاءت لتأكيد موقف المشرع من التعاريف السابقة وكذلك لبيان موقفه اتجاه التشريعات المقارنة ، وبهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن تعريف ملائم <sup>4</sup> .

وقد تطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني لأول مرة في القانون الجديد رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 06 الفقرة 03 بقوله " المستهلك الإلكتروني : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي " <sup>5</sup> ، ونلاحظ هنا انه حافظ على التعريف السابق في القوانين السابقة الذكر وأضاف إليها فقط الطريقة أو الوسيلة الاستهلاكية الإلكترونية فقط.

وأخيرا يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في

<sup>1</sup> المنتج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية .

<sup>2</sup> انظر المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، المؤرخ في 30/01/1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر ج ج ، عدد 05 ، الصادرة في 31/01/1990 .

<sup>3</sup> انظر المادة 03 من القانون رقم 02-04 ، المرجع السابق .

<sup>4</sup> انظر المادة 03 من القانون رقم 03-09 ، المرجع السابق .

<sup>5</sup> انظر المادة 06 من القانون رقم 18-15 المؤرخ في 10/05/2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ج ر ج ج ، عدد 28 ، الصادرة في 16/05/2018.

نشاطه المهني ، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة<sup>1</sup> ، إذا المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية ، والاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة الكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية ، وهذا يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع للمستهلك العادي ، مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة الكترونية<sup>2</sup>.

### ثانيا : المهني أو المورد.

إن المهني في عقد الاستهلاك هو الطرف الثاني أو بمعنى آخر الطرف المقابل للمستهلك ، وتسمية المتدخل اعتمدها المشرع الجزائري في القانون 03-09 ، واعتمد مصطلح العون الاقتصادي في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وكان يسمى قبل صدور هذه القوانين اسم المهني والمحترف.

يعتبر المهني كل شخص طبيعي أو معنوي يظهر في العقد الإلكتروني كمحترف يمتلك موقعا الكترونيا يدعو من خلاله لإبرام العقود ليدخل في علاقة خصيصا مع المستهلكين في دولة أو عدة دول ، إذا المهني هو الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه لقب التاجر والشخص المعنوي كالشركات.

إن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف المهني في القانون 02-89 الصادر في 1989/02/07 المتعلق بحماية المستهلك ، أما في القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فتتص المادة 03 فقرة 08 منه على أن " المتدخل : كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> علي أحمد صالح المهدي ، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن معاملات والتجارة الإلكترونية والقانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك) ، مجلة الشريعة والقانون عدد 42 ، ص 129 .

<sup>2</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق . ص 89 .

<sup>3</sup> انظر المادة 03 من القانون رقم 03-09 ، المرجع السابق .

كذلك تنص المادة 03 فقرة 02 من القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة على أن " المؤسسة : كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع أو الخدمات أو الاستيراد"<sup>1</sup>.

أما المادة 03 فقرة 02 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنها تنص على أنه "عون اقتصادي : كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسست من أجلها"<sup>2</sup>.

كما تناوله في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المتوجات والخدمات الصادر في 15/09/1990 حيث تنص على ما يلي : المحترف هو المنتج والوسيط حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك"<sup>3</sup>.

وقد جاء القانون 18-05 بتعريف جديد له في مادته 06 الفقرة 04 كما يلي " المورد الإلكتروني : كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"<sup>4</sup>.

فمن خلال ذكرنا لمختلف التعاريف التي جاء بها المشرع الجزائري فإنها تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني أو المورد محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه ، كما أن المشرع لم يفرق بين المنتج والموزع والوسيط والمورد واعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك ، الأمر الذي يجعل مصطلح "المتدخل" الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش مصطلحا عاما يدخل في إطاره كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للاستهلاك .

<sup>1</sup> انظر المادة 03 من القانون رقم 08-12 ، المؤرخ في 25 يونيو سنة 2008 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة معدل ومتمم .

<sup>2</sup> انظر المادة 03 من القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

<sup>3</sup> انظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ، المؤرخ في 15/09/1990 ، المتعلق بضمان المتوجات والخدمات ، ج ر ج عدد 44 ، الصادرة بتاريخ 19/09/1990 .

<sup>4</sup> انظر المادة 06 من القانون رقم 18-15 ، المرجع السابق .

ومنه المهني (المحترف) هو كل شخص طبيعي أو معنوي من القطاع الخاص أو العام الذي يمارس باسمه أو لحساب غيره نشاطا يتمثل بتوزيع السلع أو بيعها أو تأجيرها أو تقديم الخدمات ، كما يعتبر محترفا أي شخص يقوم باستيراد السلعة بهدف بيعها أو تأجيرها أو توزيعها وذلك في إطار ممارسته لنشاطه المهني".

## 1 - معيار الاحتراف لتحديد مفهوم المهني.

نظرا لصعوبة إيجاد تعريف دقيق للاحتراف فقد عرفه البعض بأنه توجيه النشاط بشكل رئيسي وبصفة معتادة إلى القيام بعمل معين بقصد تحقيق الربح ، و أنه مباشرة نشاط يتخذ وسيلة لعيش صاحبه وإشباع حاجياته وعلى هذا فانه يمكن تعريف الاحتراف بأنه ممارسة الأعمال التجارية على سبيل التكرار وبصفة منتظمة ومستمرة واتخاذها مهنة للحصول على مورد للرزق ، ويقتضي الاحتراف أن يقع العمل بصفة دورية ومستمرة بحيث يأخذ شكل الاعتياد .

يعتبر الاحتراف بهذا المعنى في القانون التجاري شرطا لاكتساب وصف التاجر ، أما في نطاق علاقات الاستهلاك ، أي في العلاقة بين المستهلك والمهني ، فان الشخص قد لا يعتبر تاجرا بمفهوم القانون التجاري لكنه يعتبر مهنيا في مواجهة المستهلك ، أي لا يشترط هنا توافر شروط اكتساب صفة التاجر التي هي أن يقوم الشخص بالأعمال التجارية على سبيل الاحتراف وبصفة معتادة ، بل يكفي لاعتياد الشخص مهنيا أن يعتاد القيام بالعمل المتعلق بمهنته <sup>1</sup> .

## 2- معيار الربح لتحديد مفهوم المهني .

يعتبر معيار الربح معيارا هاما في منظور القانون التجاري لتحديد مفهوم التاجر وهو يساعدنا في تحديد مفهوم المهني في تعاقد من المستهلك هذا من حيث المبدأ ، لكن بالرجوع إلى قانون الاستهلاك فان له نظرة ثانوية في هذا المعيار لتحديد مفهوم المهني إذ أن التعاونيات والجمعيات التي لها أنشطة اقتصادية والتي تقوم بأنشطة خيرية ، هؤلاء الأشخاص ليس لديهم نظريا على الأقل هدف الربح وهذا ما أكدته المادة 03 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي سلف ذكرها ، لأن الطرق التي تستخدمها لا تختلف من حيث الأساس عن تلك المتخذة من طرف الشركات التجارية بالتالي يجب إدخالها في طائفة المهنيين ، هذا ما اعتمده لجنة تنقيح قانون الاستهلاك في فرنسا إذ كانت في البداية تتردد على معيار الربح ، لكن مع

<sup>1</sup> جرعود ياقوت ، عقد البيع وحماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر ، 2002 ، ص 29 .

مرور الوقت لم تعد تأخذ به لتحديد مفهوم المهني ، فأصبحت تعتبر كل من يزاول نشاطا معيناً يعتبر ضمن طائفة المهنيين وذلك لأن الطرق التي تستخدمها هذه الأخيرة لا تختلف عن تلك التي تستخدمها الشركات التجارية<sup>1</sup> .

### المطلب الثالث : نطاق و مبررات حماية المستهلك الإلكتروني.

لقد تعددت أشكال ومظاهر حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي والداخلي باعتباره الطرف الضعيف والمهني المحترف الطرف القوي ، وهذا وقد تباينت القوانين والتشريعات بحماية المستهلك في العقود الإلكترونية خصوصا . وهذا ما تناولته في هذا المطلب من خلال نطاق حماية المستهلك في (الفرع الأول) ومبررات حمايته في (الفرع الثاني) .

### الفرع الأول : نطاق حماية المستهلك على المستوى الدولي والداخلي.

#### أولا : على المستوى الداخلي.

#### أ/ حماية المستهلك الإلكتروني في القانون التونسي.

لقد اهتم قانون التجارة الإلكترونية التونسي بحماية المستهلك على ضرورة توفير مجموعة من المعلومات لوصف السلعة وخصائصها :

- هوية وعنوان وهاتف البائع ومقدم الخدمات.
- طبيعة وخصائص وسعر المنتج أو الخدمة.
- شرط الضمان في عقد البيع الإلكتروني.
- طرق الدفع وإجراءاتها وتنفيذ العقد.

يجب توفير كل المعلومات المذكورة أعلاه بالطرق الإلكترونية للمستهلك ، كما نص ذات القانون على إجراء خاص بحماية المستهلك ، كحق المستهلك في الاطلاع على شهادة

<sup>1</sup> سعيدي عبد القادر ، آليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون اجتماعي ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر ، سعيدة ، 2015/2016 ، ص ص 22 ، 23 .

المصادقة الإلكترونية وكذا منع المحترفين من إرسال السلع دون طلبها من المستهلك وإجباره على دفع ثمنه <sup>1</sup> .

### ب/ حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الفرنسي.

وضع المشرع الفرنسي ترسانة هائلة من التشريعات و النظم الخاصة بحماية المستهلك ، ومن أهم هذه القوانين القانون الصادر في جويلية 1963 الخاص بالدعاية والإعلانات المظلمة ، والقانون الصادر في 22 ديسمبر 1972 الخاص بتنظيم البيوع التي تتم في المنازل ، والقانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المسمى بقانون روبيير والخاص بتنظيم وسائل الدعاية والإعلان المشروعة ، ثم أصدر قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد رقم 949 الصادر في 02 يوليو 1993 وهو يتكون من خمس أجزاء يتعلق بضرورة التزام المزود أو التاجر بالإدلاء بالمعلومات التي تبصر المستهلك من خلال التعاقد والذي يكون بين غائبين .

كما أنه تماشيا مع السياسات التشريعية الفرنسية التي تهدف إلى حماية المستهلك ، نجد أن قانون التوقيع الإلكتروني رقم 230 لسنة 2000 ولائحته التنفيذية لم يشيرا صراحة إلى مبدأ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، إلا أن الشروط التي وضعها المشرع الفرنسي للقيام بعملية التصديق على شهادات مقدمي هذه الخدمة يبدو واضحا منها أن هدفها هو حماية المستهلك <sup>2</sup> .

وقد تناول المشرع الفرنسي في نص المادة 111 من القانون 93-949 " على أن المزود الذي يعرض منتجاته عبر الانترنت يجب أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة وعلى وجه الخصوص الخصائص الكيفية والكمية والمدة التي ستعرض فيها " ، كما نص هذا القانون أيضا على حق المستهلك في العدول حسب المادة 20/121 بمقتضى المرسوم 741 لسنة 2001 " بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطى للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم الطلبية لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع " <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> مريم شلغوم ، مرجع سابق ، ص 30 .

<sup>2</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 52.

<sup>3</sup> خالد طيهار ، مرجع سابق ، ص 25 .

## ج/ حماية المستهلك الإلكتروني في القانون المصري.

كان لا يوجد في مصر قانون ينظم عقود الاستهلاك ، عدا بعض القوانين الخاصة بقمع الغش التجاري والتدليس وحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ومكافحة الإغراق ، وحماية الاقتصاد القومي على الرغم من حتمية وجود تشريع لحماية المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية كون المستهلك يعجز عن الصمود تجاه الشركات والمنشآت التجارية التي تملك مواقع الويب المنتشرة على شبكة الانترنت والتي تسيطر على أدوات المعلوماتية<sup>1</sup> .

فقد صدر قانون حماية المستهلك المصري رقم 72 لسنة 2007 وهو يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام ، وصون حقوق المستهلك الأساسية وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرفا فيها ، وحمايته كذلك من الغش أو الإعلان المخادع في المادة 06 تنص على أنه " يجب على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه ، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط " ، فالمشرع المصري أوجد التزام على المعلن والمورد بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة السلعة وخصائصها ، بما يحمي المستهلك من تكوين اعتقاد غير صحيح ومضلل.

كما نجد المادة 04 من هذا القانون أيضا تنص على أنه " يجب على المورد التاجر أن يضع على جميع المراسلات والمسندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقد مع المستهلك ، بما في ذلك المحركات والمستندات الإلكترونية والبيانات التي من شأنها تحديد شخصيته وخاصة بيانات قيده في السجل التجاري الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت" ، إضافة إلى ضمان سلامة المنتجات والخدمات وتأكيد حق المستهلك في توافر معلومات تساعد على التمييز بين السلع والخدمات من حيث الجودة.

إضافة إلى حق المستهلك في الرجوع عن العقد الذي تنص عليه المادة 08 من قانون رقم 67 لسنة 2006 ، كما حرص هذا القانون على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك ، فلأول مرة

<sup>1</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ،

في مصر يكون هناك قانون مستقل وقائم بذاته في مجال حماية المستهلك ينظم الأداة التشريعية والتنظيمية والإجرائية للمستهلك بما يؤدي إلى تحديد الجهات والهيئات المسؤولة عن هذه الحماية<sup>1</sup>.

### د/ حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري .

إن المشرع الجزائري في بداياته لم يعالج حماية المستهلك الإلكتروني واكتفى بوضع القواعد العامة بحماية المستهلك ، فالقانون الصادر في 1989/02/07<sup>2</sup> ينظم المبادئ الأولية والعامة للمستهلك تم إصداره في 30 مادة موزعة على ثلاثة أبواب ، الباب الأول يتضمن أحكام عامة في 13 مادة ، والباب الثاني يتضمن أحكام جزائية وهذه المواد تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة وأهمها :

- الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحته وأمنه ومصالحه المادية.
- الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.
- الحق في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة وحقه في تجربة المنتج.
- الحق في التمثيل والتفاوضي في إطار جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.
- وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ إجراءات لازمة لرقابة جودة المنتجات والخدمات<sup>3</sup>.

وقد استدرك المشرع الجزائري ضرورة تأمين البيئة التجارية من خلال القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، وللاستفادة من الحماية لا بد من توفير الشروط المنصوص عليها في المادة 2 من هذا القانون والتي تنص بأنه "يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان احد أطراف العقد الإلكتروني :

- متمتعاً بالجنسية الجزائرية أو
- مقيماً إقامة شرعية في الجزائر أو

<sup>1</sup> انظر المواد 04 ، 06 ، 08 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ، المرجع السابق . ص 27 .

<sup>2</sup> قانون 89-02 ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> سهام امدالو ، ليلي لحسن ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، الجزائر ، السنة الجامعية 2012/2013 ، ص 44 .

• شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري.

وحتى يستفيد من هذه الحماية اشترط المشرع أن تكون المعاملات التجارية الإلكترونية مسموح بها ، وهذا من خلال نص المادة 3 من نفس القانون بأنه " تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول به ، غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يلي :

- لعب القمار والرهان واليانصيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية ، والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به ، كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي ، تخص كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما <sup>1</sup> .

بالإضافة إلى نص المادة 5 من نفس القانون التي نصت بأنه " تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به ، وكذا كل المنتجات أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي " <sup>2</sup> .

ومن بين خصائص قانون حماية المستهلك :

- أنه يفرض نظاما للرقابة.
- أنه يفرض جزاءات (إجراءات جزائية).
- أنه يفرض نوع من الحماية من المخاطر.

<sup>1</sup> المادة 02 و 03 من القانون 18-05 ، مرجع سابق .

<sup>2</sup> المادة 05 ، مرجع نفسه .

- فيه حق الضمان إذا لم يلبي المنتج (سلعة كان أو خدمة) الغرض منه حق المستهلك طلب حقه في الضمان والتعويض.<sup>1</sup>

كما أن المشرع الجزائري نظم لأول مرة الانترنت كنشاط اقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي 257-98 المؤرخ 1998/08/25 المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها ، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 307/2000 المؤرخ في 2000/10/14.

## ثانيا : على المستوى الدولي.

### أ/ حماية المستهلك الإلكتروني في توجيهات المجلس الأوروبي.

تعددت التوجيهات الأوروبية الصادرة في هذا الشأن ، ومنها التوجيه الأوروبي رقم 13-93 الصادر في أبريل 1993 بشأن حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي تفرض عليه من جانب البائع المحترف ، كالشرط الذي يعفي البائع من ضمان العيوب الخفية ، كما صدر التوجيه الأوروبي رقم 144/99 الصادر في 25 ماي 1999 بشأن حماية المستهلك في عمليات البيع وضمانات الأموال الاستهلاكية.

ولما كانت التعاقدات الإلكترونية تتم في الغالب على المستوى الدولي ، لذا وجب العمل على وضع الوسائل القانونية المناسبة من أجل الحماية الدولية للمستهلك ، ولذلك أصدر المجلس الأوروبي عدة توجيهات في هذا الشأن ، ومنها التوجيه الصادر في 20 مايو 1997 الخاص بالمعاملات الإلكترونية عن بعد والذي نص فيه على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك يجب عقد المؤتمرات الدولية بهدف وضع قواعد موحدة للمعاملات التجارية الإلكترونية ، وخاصة فيما يتعلق بالمعاملات تتم خارج أوروبا بغرض حماية المستهلكين في الدول الأعضاء في المجلس ، والتوجيه الثاني يتعلق بالقواعد التي تحدد المحكمة الأفضل للمستهلك ، وبصفة خاصة في ظل معاهدة روما الصادرة في 19 يولييه 1980<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> أرزقي زويبر، مرجع سابق ، ص 272 .

<sup>2</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص من 48 .

## ب/ حماية المستهلك في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

ظهرت العديد من المبادرات الدولية في هذا الشأن ، وعلى وجه الخصوص المتعلقة بوضع معايير موحدة ، ومن هذه المبادرات ما أوصت به منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (oecd) من عمل توجيهات وإرشادات تتعلق بالخطوط العريضة لحماية المستهلك الإلكتروني cyber consumer ، وذلك من خلال الهيكل العام للتجارة الإلكترونية ومن التوجيهات المقررة ، على سبيل المثال ، لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية والتي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية :

- يجب أن يكون هناك مستوى معين من الحماية للمستهلك الذي يقوم بعمليات تجارة إلكترونية أو عمليات بيع عن بعد.
- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك وبلغة مفهومة له وأن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية وكذلك نوع السلع والخدمات التي تقدمها.
- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن وطريقة الدفع والضمانات المقدمة وطريقة تسليم المنتج.
- الحصول على موافقة صريحة وواضحة من المستهلك.
- إعطاء المستهلك مهلة مناسبة للتفكير في إتمام التعاقد أو العدول عنه.
- التعريف بالقانون الواجب التطبيق على التعاقد الإلكتروني والمحاكم المختصة.
- إنشاء وسائل لتوثيق المعاملات الإلكترونية فيما بين التاجر والمستهلك.
- تطوير التعاون الدولي بين الدول والمنظمات الدولية المعنية لحماية المستهلك<sup>1</sup> .

## ج/ حماية المستهلك الإلكتروني على مستوى المنظمة الدولية للمستهلك

تعاظمت الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة المشكلات التي تواجه المستهلك وهذا ما ساعد بشكل كبير في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك التي تأسست سنة 1960 من قبل خمسة (05) منظمات للمستهلكين ، جمعت كل من الولايات المتحدة الأمريكية ، بلجيكا ، هولندا وأستراليا ، وقد بلغ عدد الدول الأعضاء فيها في حدود سنة 1995 أكثر من مائة

<sup>1</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، مرجع نفسه ص ص 49- 50 .

دولة<sup>1</sup> ، وأكثر من مائتي عضو علما أنه يشترط في الدول والمنظمات المنخرطة فيها المقاييس التالية :

- ألا يكون لها أهداف تجارية.
  - أن تكون متمتعة باستقلالية تامة.
  - ألا تلجأ إلى الإشهار في منشوراتها أو في مجالاتها.
- ومن الأهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك :
- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
  - العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية ، الشرب والخدمات اللازمة.
  - تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحايل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات.
  - تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم.
  - اعتماد المنظمة الدولية للمستهلك كهيكل لتبادل المعلومات والمجالات والنشرات الدولية التي تهتم حماية المستهلك.

## الفرع الثاني : مبررات حماية المستهلك الإلكتروني.

### أولاً : التطور الحديث في شبكة الانترنت.

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة في أواخر الثمانينات زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة ، وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر، إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة

<sup>1</sup> شلغوم مريم ، مرجع سابق ، ص 28 .

شركتها ، ففي أوائل التسعينات ظهر ما يسمى بشبكة الانترنت ، وظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة <sup>1</sup> .

ولذلك فإن شبكة الانترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب ، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معا بشبكة الانترنت ، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة.

ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي كل لحظة بالجديد ، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية <sup>2</sup> ، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية ، مما ينبغي أن تؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك <sup>3</sup> ، ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية ، أو الالتقاء مع المزود في مجلس عقدي تقليدي.

### ثانيا : حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية.

يؤدي افتقار المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية جعله عاجزا عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الانترنت <sup>4</sup> ، والمقصود به هو عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الانترنت بسبب قلة الحاجة لهذه المواقع ، لكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة ، بحيث أخذت تحتوي على العديد من الأشكال والأنواع منها : الخدمات العقارية والسياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة.

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية ، وبالتالي زيادة المنافسة

<sup>1</sup> عبدالعال طارق ، التجارة الإلكترونية ، -المفاهيم-التجارب-التحديات-الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية، مصر ، 2003 ، ص 36 .

<sup>2</sup> شاهين ، بهاء ، الانترنت والعولمة ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، 1999 ، ص 46 .

<sup>3</sup> بدر أسامة أحمد ، مرجع سابق ، ص 95 .

<sup>4</sup> مرجع نفسه ، ص 107 .

بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك ، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع ، وفي هذا السياق فانه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية<sup>1</sup> .

فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الانترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات ، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين ، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح .

### ثالثا :افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني.

تعتبر شبكة الانترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس ، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات ، فالبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها<sup>2</sup> .

فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت تسهل عليه الوصول الى المنتجات والخدمات التي يريدها ، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام للمستهلك والذي هو حق من حقوق المستهلك وهو ما سنتناوله في الفصل القادم وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الانترنت ، والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات و المنتجات ، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت.

فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الانترنت ، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة<sup>3</sup>، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة ، بالإضافة لما سبق فان عدم معرفته بشبكة الانترنت قد يؤدي الى وقوع المستهلك بحيل وخداع قرصنة الانترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

<sup>1</sup> جامعة القدس المفتوحة ، التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، فلسطين ، 2006 ، ص 79 .

<sup>2</sup> بدر أسامة أحمد ، مرجع سابق ، ص 108 .

<sup>3</sup> مومني بشار طلال ، مشكلات التعاقد عبر الانترنت ، الطبعة الاولى ، عالم الكتاب الحديث ، الاردن ، 2004 ، ص 16 .

## المبحث الثاني : العقد الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية.

نتيجة للتطور الإلكتروني الذي شهده المجتمع مؤخرًا ، ظهر ما يعرف بالعقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية ، حيث يعتبر العقد الإلكتروني من أهم الوسائل المستخدمة في التجارة الإلكترونية ، ذلك أن هذا العقد يتميز بخصائص لا تتوفر في العقود المبرمة بالوسائل التقليدية ، باعتباره مبرم في بيئة افتراضية بطريقة سهلة وسريعة ، وقد تطورت التجارة الإلكترونية خاصة مع ظهور الانترنت ، وللتعرف على العقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين : مفهوم العقد الإلكتروني (المطلب الأول) ، و مفهوم التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

### المطلب الأول : مفهوم العقد الإلكتروني.

إن خصوصية تعريف العقد الإلكتروني تكمن في الجانب الإلكتروني لهذا العقد ، وبمعنى آخر تكمن في الوسيلة التي ينعقد بها هذا العقد ، وهي وسيلة الاتصال المرئي المسموع عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد وقد ظهرت تعريفات عديدة للعقد الإلكتروني ، أو العقد المبرم عبر الانترنت وكان مضمونها موحد<sup>1</sup> .

ولمعرفة مفهوم العقد الإلكتروني سنتناول في هذا المطلب تعريف العقد الإلكتروني في (الفرع الأول) ، خصائص العقد الإلكتروني في (الفرع الثاني) ، وتمييز العقد المبرم عبر الانترنت عن غيره من العقود في ( الفرع الثالث) .

### الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني.

#### أولاً: التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني.

لقد قدم الفقه مجموعة من التعريفات للعقد الإلكتروني حيث ذهب جانب من الفقه إلى تعريف العقد الإلكتروني انه " اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة و مرئية بفضل التفاعل بين الموجب و القابل " .

<sup>1</sup> ايمان مامون أحمد سليمان ، ابرام العقد الإلكتروني وإثباته ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، 2008 ، ص56 .

كما عرف جانب من الفقه الأمريكي العقد الإلكتروني بأنه " هو ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل الرسائل بين البائع و المشتري و التي تكون قائمة على صيغ معدة سلفا و معالجة الكترونيا و تنشأ التزامات تعاقدية " <sup>1</sup> .

ولما كان العقد الإلكتروني عبر شبكة الانترنت يتميز بأنه يتم في الغالب على المستوى الدولي ، فقد ذهب البعض إلى تعريف عقد التجارة الإلكترونية الدولي بأنه " العقد الذي تتلاقى فيه عرض السلع والخدمات بقبول من أشخاص في الدول الأخرى وذلك من خلال الوسائط التكنولوجية المتعددة ومنها شبكة المعلومات الدولية بهدف إتمام العقد " .

ومما سبق يمكن تعريف العقد الإلكتروني بأنه " العقد الذي يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات وبقصد إنشاء التزامات تعاقدية " ،

فالعقد الإلكتروني اذا هو التقاء إيجاب صادر من الموجب بشأن عرض مطروح بطريقة الكترونية سمعية أو مرئية أو كليهما على شبكة الاتصالات و المعلومات بقبول مطابق له صادر من الطرف القابل بذات الطرق بهدف تحقيق عملية أو صفقة معينة يرغب الطرف في انجازها <sup>2</sup> .

### ثانيا: التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني.

عرف المشرع الجزائري العقد الإلكتروني في المادة 06 فقرة 02 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على انه " العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادي الأول عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافه باللجوء حصريا بالتقنية لاتصال الإلكترونية " <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> ابراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق ، ص 73 .

<sup>2</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، مرجع سابق ، ص 46.

<sup>3</sup> المادة 06 قانون 05-18 ، مرجع سابق .

وعرف العقد في المادة 03 فقرة 04 بأنه " كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو خدمة ، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع اذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغير حقيقي فيه <sup>1</sup> .

وعرف المشرع الأردني العقد الإلكتروني من خلال المادة 02 من قانون المعاملات الإلكترونية رقم 85 لسنة 2001 بنص صريح وواضح على خلاف غيره من التشريعات العربية ، حيث نص على أن العقد الإلكتروني هو ذلك " الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائط الكترونية كلياً أو جزئياً " ، من خلال هذا التعريف الذي تقدم به المشرع الأردني يتضح انه حدد المقصود بالعقد الإلكتروني من عدة أوجه انه عقد كغيره من العقود التقليدية ، إلا انه يكتسب الطابع الإلكتروني وذلك من خلال الوسيلة التي يتم إبرامه <sup>2</sup> .

كما المشرع المصري هو الآخر عرف العقد الإلكتروني من خلال نص المادة 01 من مشروع قانون التجارة الإلكترونية بأنه كل عقد تصدر منه إرادة احد الطرفين أو كليهما ، أو يتم التفاوض بشأنه أو قبول وثائقه كلياً أو جزئياً عبر وسيط الكتروني ، من خلال هذا التعريف يتضح أن المشرع المصري قد أسبغ وصف العقد الإلكتروني على مجرد المفاوضات إن تمت عبر وسيط الكتروني ، وعرف المشرع الكندي العقد الإلكتروني في القانون الخاص بولاية كيبك لحماية المستهلك في القسم 20 منه بأنه " تعاقد بين تاجر و مستهلك دون تواجد مادي بينهما سواء في حالة الإيجاب أو في حالة القبول " <sup>3</sup> .

ومن خلال التعاريف السابقة نجد أن العقود الإلكترونية لم تقتصر على العقود التي تبرم عبر شبكة الانترنت ، وإنما تتعداها إلى التعاقد الذي يتم عبر وسائل الاتصالات الإلكترونية الأخرى كالفاكس و التلكس على هذا فان العقد الإلكتروني يمكن أن يرد على أنواع السلع و الخدمات التي لم يرد نص قانوني يمنع التعامل بها .

هذا ونصت المادة 13 من قانون 05/18 السالف الذكر بأنه " يجب أن يتضمن العقد

الإلكتروني على الخصوص المعلومات التالية :

<sup>1</sup> المادة 03 قانون 05-18 ، مرجع سابق .

<sup>2</sup> محمد المهدي دين السي حمو ، مهداوي عبد القادر ، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المجلد السابع ، العدد السادس ، جامعة العقيد أحمد دراية ، أدرار ، الجزائر ، ص 93 .

<sup>3</sup> جميلة جبار ، حماية المستهلك في العقود الإلكترونية ، مجلة الاقتصاد الجديد ، المجلد 1 ، العدد 10 ، جامعة خميس مليانة ، ص 161 .

الخصائص التفصيلية للسلع و الخدمات .

- شروط و كفيات التسليم .
- شروط الضمان و خدمات ما بعد البيع .
- شروط فسخ العقد الإلكتروني .
- شروط و كفيات الدفع .
- شروط و كفيات إعادة المنتج , كفيات معالجة الشكاوى .
- شروط و كفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء .
- شروط و كفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء .
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع طبقاً لأحكام المادة 02 أعلاه .
- مدة العقد حسب الحالة <sup>1</sup> .

### الفرع الثاني: خصائص العقد الإلكتروني.

#### أولاً : العقد الإلكتروني أحد العقود التي تبرم عن بعد .

يتميز العقد الإلكتروني عن بقية العقود الأخرى أيضاً بأنه عقد ينتمي إلى طائفة العقود المبرمة عن بعد، ويقصد بالعقود المبرمة عن بعد تلك العقود التي تبرم بين طرفين يتواجدان في أماكن متباعدة، وهذا باستعمال وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال عن بعد .  
فالسمة الأساسية لهذا النوع من العقود تتمثل في:

- عدم الحضور المادي المتعاصر لأطرافه في لحظة تبادل الرضا بينهم ، فهو عقد مبرم بين طرفين لا يتواجدان وجهاً إلى وجه في لحظة التقاء إرادتهما .
- بالإضافة إلى أن إبرامه يتم عبر وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال عن بعد،  
وجدير بالذكر أن التوجيه الأوربي رقم 97-07 المتعلق بحماية المستهلكين في مجال التعاقد عن بعد ، قد أعطى أمثلة لهذه الوسائل في الملحق المرفق به ، ونذكر منها المطبوعات الصحفية مع طلب الشراء ، الراديو، وسائل الإتصال المرئية ، الهاتف مع تدخل بشري أو بدون تدخل بشري، التلفزيون مع إظهار الصورة، الانترنت، الرسائل الإلكترونية، التلفزيون التفاعلي .

<sup>1</sup> المادة 13 قانون 18-05 ، مرجع سابق .

واعتبار العقد الإلكتروني من العقود المبرمة عن بعد يتطلب أن يتمتع ببعض القواعد الخاصة التي لا نجد لها مثيلا في العقود المبرمة بالطرق التقليدية ، فالأمر يكون سهلا بالنسبة للعقود التي تبرم بالحضور المادي للأطراف الذي يسمح بضمان بعض المسائل القانونية أهمها:

- استطاعة كل من الطرفين التحقق من أهلية الآخر وصفته في التعاقد.
- التحقق من تلاقي الإرادتين ، إذ تم ذلك بشكل متعاصر بحيث يتم صدور الإيجاب من أحدهما فيتبعه القبول من الطرف الآخر.
- التحقق من تاريخ التصرفات والمستندات.
- الإعداد المسبق لأدلة الإثبات.
- التحقق من مكان إبرام العقد.
- إعتناء مجموع هذه العناصر وذلك بتوقيع المتعاقدين

أما تبادل التعبير عن الإرادة في العقود المبرمة عن بعد ، فإنه يثير الشك بالنسبة للعناصر السابقة ، ويمكن القول هنا أن اعتبار العقد الإلكتروني ضمن طائفة العقود المبرمة عن بعد ، لا يعني أنه دائما تعاقد بين غائبين ، كون إن التباعد المكاني لا ينفي إمكانية توفر مجلس العقد ، الذي يكون افتراضيا في مثل هذه العقود ، كأن يكون العقد مبرم عبر الانترنت باستعمال وسيلة المحادثة والمشاهدة المباشرة<sup>1</sup> .

### ثانيا: العقد الإلكتروني من عقود المساومة.

ذهب بعض الفقه - نظرا للوسيلة التي يتم بها التعاقد- إلى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية من قبيل عقود الاذعان اذا كانت الشروط العامة للبيع مذكورة بموقع البائع حيث لا يكون أمام المشتري - المتعاقد - إلا أن يقبلها أو ألا يتعاقد مطلقا ، حيث يكون قبوله بالضغط في عدد من الخانات المفتوحة أمامه في موقع البائع ، على المواصفات التي يرغب فيها من السلعة و على الثمن المحدد سلفا ، فلا يملك فرصة كافية لمعاينة المنتج ، كما لا يملك مناقشته أو المفاوضة عليه مع المتعاقد الآخر، وكل ما يتاح له هو إما قبول العقد برمته أو رفضه كلية ، و بالإضافة لذلك ، فان الشركات تضع شروطا مفصلة لا تجوز

<sup>1</sup> برني نذير ، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري ، مذكرة تخرج لنيل اجازة المدرسة العليا للقضاء ،  
الدفعة الرابعة عشر ، 2006 ، ص15 .

المناقشة فيها ، وفي الغالب تكون لمصلحة المنتج ، وتكون في مجموعها من التعقيد بحيث يصعب على المستهلك العادي فهمها .

كما أن هذه الشركات قد تكون محتكرة للسلعة أو الخدمة عن طريق شبكة الانترنت ، ويكون المستهلك في احتياج لتلك السلعة بهذه الوسيلة ، فلا يملك حرية الاختيار بين أكثر من شركة ولا يملك سوى التعاقد معها ، لهذا و لكل ما سبق فإنه يتعين النظر للمستهلك بوصفه طرفاً مدعناً في عقد التجارة الإلكترونية<sup>1</sup> .

إن المستهلك هو الطرف الضعيف دائماً في عقد التجارة الإلكترونية ، ولكن هل مؤدى ذلك إن تعد عقود التجارة الإلكترونية التي يكون المستهلك طرفاً فيها وبصفة خاصة التي تبرم عبر شبكة الانترنت هي عقود إذعان ، أم أنها تعد من عقود المساومة ؟ يعرف عقد الإذعان بأنه " العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب و لا يسمح بمناقشتها فيها، و ذلك فيما يتعلق بسلع أو مرافق ضرورية ، تكون محل احتكار قانوني أو فعلي ، أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها " .

مقتضى هذا التعريف أن عقد الإذعان يستلزم أن تتوافر به ثلاثة شروط مجتمعة وهي أن يتعلق العقد بسلع ضرورية تمس مصلحة حقيقية وتقدم خدمة لا يستطيع المستهلك الاستغناء عنها بسهولة ، وأن تكون محل احتكار سواء من محتكر وحيد أو من عدد قليل من المحتكرين لهذه السلعة الذين يقومون بتحديد سعر بيعها ، بالإضافة إلى شرط أن يسلم احد الطرفين بشروط الأخر دون مناقشة<sup>2</sup> .

و بإعمال هذه الشروط على عقد التجارة الإلكترونية المبرم عبر شبكة الانترنت ، نرى من جانبنا عدم توافرها، كما يمكن تنفيذ حجج الطرف الذي يرى في العقد الإلكتروني عقد اذعان كالأتي :

ب/ بالنسبة لشرط أن يسلم فيه احد الطرفين (المستهلك) بشروط الطرف الآخر (المورد) دون مناقشة ، فإننا من جانبنا نرى أن عقد التجارة الإلكترونية يماثل عقد التجارة التقليدية ، و أن الاختلاف الوحيد هو في وسيلة إبرامه و التي من نتائجها عدم الالتقاء المادي للطرفين ، و بالتالي عدم قدرة المستهلك على معاينة المنتج معاينة دقيقة بشخصه .

<sup>1</sup> ايمان مأمون أحمد سليمان ، مرجع سابق ، ص 63 .

<sup>2</sup> مرجع نفسه ، ص 64 .

بيد أن أمر معاينة المنتج الذي تم التعاقد عليه الكترونياً هو أمر متحقق بعدة طرق من تلك الطرق ، أن يطلب المستهلك من المورد تصوير المنتج تصويراً ثلاثي الأبعاد ، ومن خلاله تتضح مواصفات المنتج وابعاده ، وإذا كانت بعض السلع لا تتفق طبيعتها والتصوير ثلاثي الأبعاد لتحديد جودتها ، فيكون للمستهلك أن يلجأ إلى وسيط لمراقبة الجودة و التأكد من مطابقة المواصفات المدرجة في بيان المورد .

أما فيما يخص قبول المستهلك للعقد الإلكتروني دون مناقشة فنرى انه لا يوجد ما يمنع من لجوء المستهلك إلى مفاوضات ومناقشات مع المورد ، اذ له حرية و إرادة للقبول أو الرفض ، كما يتم بالعقد التقليدي .

أ/ فيما يخص شرط الضرورة ، فقد أوضحته محكمة النقض المصرية بأن " من المقرر في قضاء هذه المحكمة أن من خصائص عقود الإذعان أنها تتعلق بسلع أو مرافق تعتبر من الضروريات التي لا غنى عنها للناس ، و التي لا تستقيم مصالحهم بدونها بحيث يكونون في وضع يضطرهم إلى التعاقد بشأنها ، و لا يمكنهم رفض الشروط التي يضعها الموجب و لو كانت جائزة و شديدة " <sup>1</sup> .

و نرى من جانبنا ، أن وصف الضرورة بهذه الحالة ليس من السمات الأساسية للتعاقد عبر شبكة الانترنت ، والتي تعد بوابة يدخل من خلالها المستهلك إلى أسواق العالم ، ومؤدى ما سبق أن شرط الضرورة لا يمكن أن يؤخذ كأساس بتوافره في جميع أو معظم عقود المستهلك الإلكترونية .

ج/ أما شرط الاحتكار، فهو أمر نادر فكما نعلم أن شبكة الانترنت هي شبكة عالمية وتجهل الحدود الجغرافية بين الدول ، كما أنها شبكة مفتوحة لكل مورد ، وبالتالي من النادر أن يوجد احتكار لسلعة ما على مستوى العالم ، وفي حالة توافر هذا الفرض النادر، فيلزم معه توافر باقي شروط عقد الإذعان .

فالحقيقة الثابتة بالعقود الإلكترونية هي أن المستهلك يكون هو الطرف الضعيف والمورد أو الشركة هي الطرف القوي ، بيد أن هذه المسألة يمكن علاجها تشريعياً لحماية

<sup>1</sup> إيمان مأمون أحمد سليمان ، مرجع سابق ، ص 65 .

المستهلك في مواجهة المتعاقد الآخر، وذلك بالنص على مثل هذه الحماية بالقوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

الخلاصة أن عقد التجارة الإلكترونية المبرم عبر الانترنت هو من عقود المساومة وليس من عقود الإذعان<sup>2</sup>.

### ثالثاً: عقد يغلب عليه الطابع الدولي.

يتسم العقد الإلكتروني بالطابع الدولي لأن الطابع العالمي لشبكة الانترنت والانفتاحية التي تتميز بها جعل معظم دول العالم في حالة اتصال دائم على الخط، مما يسهل إبرام العقود بين مختلف الدول أو بين دولة واحدة أو أكثر، على الرغم من غياب الاتصال المادي بين أطراف التعاقد ومن التباعد المكاني بينهم، ولا شك أن انتشار ظاهرة الانترنت في معظم دول العالم وفر للمتعاملين إمكانية إجراء معاملات الكترونية بين دول مختلفة، غير أن هذا لا يمنع أن تتم المعاملة داخل دولة واحدة بمفهوم وأحكام العقد الداخلي، وفي هذه الحالة لا يتسم العقد الإلكتروني بالدولية<sup>3</sup>.

### رابعاً: عقد يغلب عليه الطابع التجاري.

لأن العقد الإلكتروني أهم وسيلة للممارسة التجارة الإلكترونية، يطلق عليه تسمية "عقد التجارة الإلكترونية"، وتعرف هذا المعاملة التجارية بأنها: "تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية التي تتم بين مشروع تجاري وآخر، أو بين تاجر ومستهلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، هذا ما ساهم في تطوير الأعمال التجارية ونجاح المشروعات التجارية"<sup>4</sup>.

العقد الإلكتروني ليس دائماً تجارياً بالنسبة لطرفيه، فبالنسبة إلى مقدم الخدمة يعتبر هذا العقد تجاري، لأن هدفه تحقيق الأرباح بالتوسط بين فئتين من البشر، أما بالنسبة للعميل، الأمر يختلف فيما إذا كان تاجراً أو غير تاجر.

<sup>1</sup> ايمان مأمون أحمد سليمان، مرجع سابق، ص 66.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص 67.

<sup>3</sup> مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، أطروحة دكتوراه في العلوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص 54.

<sup>4</sup> بشار محمود دودين، الاطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 75.

فإذا كان تاجرا يكون العقد بالنسبة إليه تجاريا بالتبعية ، أما إذا لم يكن تاجرا فهذا العقد مدنيا بالنسبة إليه ، كما يمكن لهذا العقد أن يكون مختلط بين التجاري والمدني وذلك في حالة إبرام عقد الدخول إلى الشبكة بين مقدم الخدمة أي التاجر، والعميل الذي يقوم بعمل مدني<sup>1</sup> .

### الفرع الثالث: تمييز العقد الإلكتروني المبرم عبر الانترنت عن غيره من العقود.

#### أولاً: عقد الدخول إلى الشبكة.

يعرف عقد الدخول إلى الشبكة بأنه العقد الذي يبرم بين العميل الذي يريد إنشاء موقع على الشبكة وبين موردي خدمات الدخول إلى الشبكة ، حيث يحقق الدخول إلى شبكة الانترنت من الناحية الفنية ، وعلى ذلك فإن الالتزام الرئيسي لمتعهد خدمة الدخول هو إتاحة الاتصال بشبكة الانترنت وذلك لقاء أجر.<sup>2</sup>

ويمكن لعقد الدخول على الشبكة أن يتضمن التزامات مكملة ، مثل الالتزام بتوريد المواد الضرورية للاتصال ، الالتزام بالصيانة ، الالتزام بتقديم المساعدة الفنية تليفونيا حتى يضمن الاتصال ، الالتزام بتطوير الشبكة ، فمثل هذه الالتزامات هي مكملة للالتزام الرئيسي لمتعهد خدمة الدخول ، ولا تكون إجبارية على جميع الموردين للدخول إلى الشبكة ، وإنما فقط على الموردين الذين تتضمنها عقودهم .

ونجد أن مختلف نماذج عقود الدخول إلى الشبكة ، إما أن تكون لمدة غير محددة ، أو مدة محددة مع مواصلة دفع الاشتراك قبل تجديد العقد نظير مدة أولية .

و على ذلك فإنه بإتمام عقد الدخول إلى الشبكة يكون للعميل موقع محدد على شبكة الانترنت يمارس فيه نشاطه ، هذا و يقع على عاتقه أن يحافظ على سرية رموز و كلمات المرور المخصصة له .

و لمنع الخلط بين المواقع العديدة على الشبكة ، فقد جرى العمل على وضع نظام لعناوين المواقع على شبكة الانترنت ونظام مقابل لأسماء المجالات التي يقع فيها العنوان

<sup>1</sup> الياس ناصيف ، العقد الإلكتروني في القانون المقارن ، ط 1 ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2009 ، ص43 .

<sup>2</sup> ايمان مامون أحمد سليمان ، مرجع سابق ، ص 70 .

على الشبكة ، بحيث يمكن تحديد المجال الذي سيقع فيه النشاط الذي يمارسه صاحب الموقع <sup>1</sup> .

### ثانياً: عقد خدمة "الخط الساخن" .

و نعني بهذا العقد أن يتعهد مقدم خدمة "الخط الساخن" بأداء المساعدة التليفونية لحل المشكلات التي قد يواجهها المشروع أثناء تواجده على الشبكة ، و هذا يعني أن متعهد تقديم خدمة الخط الساخن يلزم أن يكون في حالة "انفتاح" بحيث يقدم مساعدة فعالة و جيدة كلما طلب ذلك منه .

و لكي يتمكن مقدم خدمة الخط الساخن من أداء دور فعال فيلزم أن تتوفر به عدة أمور، من هذه الأمور "الخبرة الفنية" إذ أن المشروع يجب أن يضمن أنه في حالة طلب مساعدة متعهد خدمة الخط الساخن ، أن هؤلاء الأشخاص يمتلكون المستوى المطلوب (فنياً، تجارياً ، وغير ذلك) الذي يسمح بإيجاد السبل الفعالة لإقناع المستهلك المتردد ، و بتوافر الخبرة الفنية يؤدي ذلك إلى توافر "قدرة المعالجة" لحل المشكلات التي تعترض المشروع ، وأخيراً فإن مقدم هذه الخدمة يلزم أن تتوفر به كفاءة بالحوار، إذ أن طالب المساعدة يحتاج إلى شخص يتحاور معه ، كل هذه الشروط في مجملها تساهم في نجاح المشروع المطروح على شبكة الانترنت ، وبالتالي حسن إتمام صفقات التجارة الإلكترونية .

هذا ويتم تحديد مدة العقد والوقت الذي يجوز للمشروع الدخول فيه إلى الخط الساخن و مدة الانتظار المقبولة للرد كحد أقصى ، وكل هذه الأمور تدخل في تحديد المقابل المدفوع للخدمة <sup>2</sup> .

### ثالثاً: عقد إنشاء المتجر الافتراضي.

جاءت فكرة إنشاء متجر افتراضي بغية تسهيل وتيسير الحصول على الخدمات والسلع بسرعة ، وحتى يكون هناك متجراً افتراضياً أنشأت مراكز افتراضية تضم هذه الأخيرة ، فالتاجر لكي يفتح متجراً افتراضياً عليه تقديم طلب المشاركة لهذا المركز الافتراضي ، وأن

<sup>1</sup> ايمان مأمون أحمد سليمان، مرجع سابق ، ص 71 .

<sup>2</sup> مرجع نفسه ، ص 72 .

يتم فتح متجر افتراضي خاص به على الشبكة ليتمكن من عرض سلعه وبضائعه عبر مختلف أنحاء العالم<sup>1</sup> .

يعرف المركز الافتراضي بأنه : " خدمة الكترونية يتم الدخول إليها عبر شبكة الانترنت، ومفتوحة لكل مستعملها ، وتمسح للتجار بعرض بضائعهم أو خدماتهم من خلالها<sup>2</sup> .

والمراكز الافتراضية تنقسم على نوعين :

- النوع الأول : يمكن الدخول إليه دون أية إجراءات أو أية قيود للتعرف على السلع والمنتجات والاطلاع عليها دون أن يتمكن من الشراء .
  - النوع الثاني : الذي يشترط رقم سري خاص بالزائر كل ما أراد الدخول الى المركز أو أن يذكر رقم بطاقته الائتمانية ليتمكن من شراء المنتجات ودفع ثمنها<sup>3</sup> .
- وتخضع المتاجر أو البوتيكات التي تشارك في المركز التجاري الافتراضي بمقتضى عقد المركز الافتراضي لنوعين من الأحكام أو الشروط : شروط عامة ، وهي تسري على جميع المتاجر أو البوتيكات المشاركة بالمركز التجاري الافتراضي ، وشروط خاصة وهي تتعلق بكل متجر أو بوتيك على حدة ، و يتم التعامل مع العميل وفقا للشروط العامة ، بالإضافة للشروط الخاصة بكل متجر مشارك في المركز الافتراضي .
- مثال ذلك : المركز التجاري الافتراضي " uy surf and be " نجده يضع شروطا عامة يتعين أن يلتزم بها كل متجر مشارك به ، وقد حدد هذه الشروط العامة بثمانية شروط وهي:

- أن يحدد بوضوح سمات شخصيته بذكر رقم تليفونه و اسم الشركة و عنوان مقرها.
- أن تكون العروض المقدمة واضحة و مفصلة من حيث الكم و الكيف بحيث تعرض بأمانة صفات المنتجات المعروضة ، و بحيث تكون الصورة الفوتوغرافية المعروضة على الانترنت أو على أي وسيلة الكترونية أخرى واضحة و تتفق و حقيقة المنتج .

<sup>1</sup> شحاتة غريب محمد شلقامي ، التعاقد الإلكتروني في التشريعات العربية (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2008 ، ص ص 70 ، 71 .

<sup>2</sup> ابراهيم خالد ممدوح ، ابرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 104 .

<sup>3</sup> شحاتة غريب محمد شلقمي ، مرجع سابق ، ص 71 .

- 1- أن يحدد و بدقة للعميل المدة التي يمكنه من خلالها العثور على قطع الغيار اللازمة لاستعمال المنتج في السوق .
- 2- يتم العرض باللغة الوطنية ، ويجوز مصاحبته بترجمة للغة أجنبية أخرى إن شاء العميل ذلك بالنسبة للبوتيك الخاص به فقط.
- 3- أن يحدد المتجر للعميل المشارك سعر السلع بدقة دون ضرائب أو رسوم وسعرها شاملا الضرائب والرسوم وكذلك اية نفقات أخرى إضافية تكون لازمة لتنفيذ أمر الشراء مثل نفقات النقل والتسليم .<sup>1</sup>
- 4- يجب أن تكون المنتجات متاحة وفقا لطلب العميل وذلك في الظروف العادية للمخزون الخاص بالمتجر.
- 5- يتعين أن يحاط العميل بالمدة التي يتم خلالها التسليم للمنتجات .
- 6- يجب أن يذكر المتجر أية معلومات أخرى تتطلبها القوانين واللوائح السارية تقيد في إعلام المستهلك ، وذلك في النطاق الخاص به .<sup>2</sup>

#### رابعا: عقد الإيجار المعلوماتي.

عقد الإيجار المعلوماتي أو عقد الإيواء هو عقد من عقود الخدمات ، وفيه يلتزم مقدم خدمة الانترنت بأنه يضع تحت تصرف المشترك بعضا من إمكانياته الفنية لاستعمالها في تحقيق مصالحه ، وذلك بإتاحة انتفاع المشترك بجزء من إمكانيات أجهزته وأدواته المعلوماتية ، ويتمثل ذلك غالبا في السماح له بالانتفاع بمساحة على القرص الصلب بأحد أجهزة الكمبيوتر الخاصة به .

ومثال ذلك أن يتيح مقدم الخدمة المعلوماتية للمشارك إمكانية أن يكون له عنوان بريد إلكتروني لديه ، فيخصص له حيز على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر المملوك له والمتصل بشبكة الانترنت من أجل صندوق خطابه الإلكتروني ، ويدخل في هذا النوع من تقديم الخدمات أيضا توفير المورد موقع الواب لأحد العملاء من خلال جهاز الكمبيوتر

<sup>1</sup> ايمان مأمون أحمد سليمان ، مرجع سابق ، ص 74 .

<sup>2</sup> مرجع نفسه ، ص 75 .

المملوك له والمتصل بشبكة الانترنت ، بحيث يتمكن من التعامل بشأن هذا الموقع من خلال هذا الجهاز بحيث يسهل الوصول إليه من مستخدمي الانترنت <sup>1</sup> .

ويتم التحديد بالعقد لالتزامات مقدم الخدمة تجاه المشترك ، حيث يمكن أن يلتزم بأداء خدمات إضافية كالتزام بالمساعدة و تزويد المشترك بالمعلومات وذلك في مقابل مبلغ مالي يدفعه المشترك ، وبالمقابل يتعين على المشترك أن يلتزم بعدم تجاوز الإطار المحدد لاستعمال الأجهزة المخصصة له ، ووجوب استعمالها بالطريقة الصحيحة حتى لا يتسبب في إتلافها <sup>2</sup> .

### المطلب الثاني: ماهية التجارة الإلكترونية.

قبل أن نتعرض لتعريف التجارة الإلكترونية يجب أن ننظر إليها من خلال تقسيم هذا التعبير إلى مقطعين : التجارة وهي تعني في مفهومها التقليدي ممارسة البيع و الشراء ، وتشير كلمة تجارة إلى أن هناك تبادلا للسلع والخدمات باستخدام وسيط ما ، لكن اقتران كلمة تجارة بوصف الكترونية يعني أن أسلوب ممارسة النشاط الاقتصادي قد تغير ، حيث أصبح يتم باستخدام وسائل الكترونية متعددة ومتنوعة تشهد تطورا بشكل دائم ومستمر من استخدام التليفون إلى استخدام الانترنت والهاتف المحمول ، وتعتبر الانترنت من أهم هذه الوسائل <sup>3</sup> .

وستناول في هذا المطلب تعريف التجارة الإلكترونية ( الفرع الأول) ، والتجارة (الفرع الثاني) ، وأخيرا شروط ممارسة التجارة الإلكترونية (الفرع الثالث) .

### الفرع الأول : تعريف التجارة الإلكترونية.

#### أولا : المقصود بالتجارة الإلكترونية.

في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الإلكترونية حتى الآن ولذلك بسبب تعدد الجهات والمنظمات الدولية المعرفة لها لذلك ندرج منها :

<sup>1</sup> ايمان مامون أحمد سليمان ، مرجع سابق ، ص 76 .

<sup>2</sup> محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، مصر ، 2003 ، ص 27.

<sup>3</sup> صراع كريمة ، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص

استراتيجية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، جامعة وهران ، في 2014/05/07 ، ص

ص03،04.

### أ/ منظمة الأمم المتحدة (UN<sup>4</sup>).

حيث اهتمت منظمة الأمم المتحدة ممثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الاونسترال بوضع مشروع قانون التجارة الإلكترونية وقد تم لها ذلك في السادس عشر من ديسمبر 1996 ، حيث وافقت لجنة الاونسترال على إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية .

لقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في العقود الإلكترونية ، ففي الفقرة الأولى من المادة الثانية نص على أن من وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الإلكترونية على سبيل المثال لا الحصر بخلاف تبادل البيانات الكترونيا أيضا البريد الإلكتروني أو التلكس أو الفاكس، اذ من الممكن مثلا أن يتم الإيجاب عن طريق الانترنت و القبول عن طريق الفاكس.

وبعد صدور قانون الاونسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية أصدرت العديد من دول العالم قوانين تنظم المعاملات الإلكترونية مسترشدة بأحكام هذا القانون النموذجي<sup>1</sup> .

### ب/ منظمة التجارة العالمية (omc<sup>4</sup>).

وتعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها<sup>2</sup> : " أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية ، وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أنواع من العمليات :

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه .
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات .
- عمليات تسليم المشتريات " .

ومن هذا فان مفهوم التجارة الإلكترونية لا يقتصر على شراء المنتجات فحسب ، فالمعلومات والخدمات التي تتبادل بين شركة وأخرى أو بين شركة أو مستهلك و التي تتم عبر الانترنت أو وسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى فهي الأخرى كذلك تدخل ضمن التجارة الإلكترونية ، ابتداء من معلومات ما قبل الشراء إلى خدمات ما بعد البيع<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص ص 4 ، 5 .

<sup>2</sup> ابراهيم العيسوي ، التجارة الإلكترونية ، ط 1 ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، مصر ، 2003 ، ص 11-12 .

<sup>3</sup> صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص 6 .

### ج/ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE<sup>1</sup>).

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتشير إلى أن التجارة الإلكترونية " تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات ، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة ، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونياً ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية"<sup>1</sup> .

لقد بين تقرير الذي نشرته منظمة الأمم المتحدة حول التجارة الإلكترونية بأنها ستسيطر على كافة الأنشطة التجارية سواء العقود التجارية أو المفاوضات التجارية أو اتفاقات التمويل ، هذا التقرير تعرض لأهم المشاكل الهامة المترتبة عن ممارسة التجارة الإلكترونية كالبيئة الأساسية للاتصالات الرقمية والخدمات والضرائب وحماية المستهلك والخصوصية عبر الشبكة الدولية ، إضافة إلى المشاكل المتعلقة بحماية الموقع واسمه وعنوانه على الشبكة العالمية وحقوق الملكية الفكرية وكذا تحديد القوانين والمحكمة المختصة لحل المشاكل المترتبة عن تطبيق العقود الإلكترونية والمنازعات حولها<sup>2</sup> .

### ج /الاتحاد الاوروبي (union européen) .

عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها كل " الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدة وبين الإدارات الحكومية "<sup>3</sup> .

ووفقاً لهذا التعريف قد تتم التجارة الإلكترونية على نحوين إما بشكل غير مباشر وفيه تتم توصيل البضائع والخدمات التي تم الطلب عليها عبر الانترنت ، بوسائل التسليم التقليدية عن طريق البريد أو عن طريق ممثلي الشركة البائعة وقد تتم بشكل مباشر والتي تكون فيها طريقة التسليم للبضائع والخدمات معنوية بمعنى أن يتم في الحال ، ومن أمثلة هذه البضائع والخدمات برامج الكمبيوتر والمجلات الإلكترونية وخدمات التسلية وخدمات المعلومات

<sup>1</sup> سيد حمد عبد الخالق ، البنوك والتجارة الإلكترونية الجديد في الأعمال المصرفية من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، الجزء 2 ، الجديد في التمويل المصرفي ، لبنان 2002 ، ص 34 .

<sup>2</sup> ابراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق ، ص 134 .

<sup>3</sup> صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص 7 .

والتحويل الإلكتروني للأموال وسندات الشحن الإلكترونية والأسهم المالية الإلكترونية والمزادات التجارية والتصميمات الهندسية ، إذا فالتسليم في التجارة الإلكترونية يتم ماديا ولا يمنع أن يكون التسليم معنويا <sup>1</sup>.

"و بصفة عامة فان التجارة الإلكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية ، كالتزويد بمعلومات (عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات تجارية أخرى) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا ، وسواء تم التسديد الكترونيا ، بصك ورقي ، نقدا عند التسليم ، أو بطريقة أخرى".

لا ينحصر مفهوم التجارة الإلكترونية على البضائع و السلع المادية ، بل يمتد إلى السلع غير المادية ، فهناك عناصر في التجارة الإلكترونية هدفها تزويدنا بمعلومات عن المنتجات والخدمات ، التي ستكون قطاعات تجارية مبنية على تبادل المعلومات والمعارف وتقديم الخدمات في الوقت الحقيقي كحجز تذاكر الطائرات ، والحجز في الفنادق والتعاملات المصرفية وخدمات الاستشارات القانونية وعلى الخط والتعليم الإلكتروني <sup>2</sup>.

ومما سبق يمكننا أن نستخلص أن التجارة الإلكترونية ، هي شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية وإبرام الصفقات والعقود التي تتم بين المتعاملين الاقتصاديين سواء أفراد أو مؤسسات أو حكومات باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر شبكة الاتصال الدولية الانترنت سواء تمت على المستوى المحلي أو المستوى الدولي .

### ثانيا : الفرق بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية.

إن طرق الاتصال في التجارة الإلكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية ، ففي الأولى وسيلة الاتصال الوحيدة هي الانترنت التي تتسم بالمرونة وبسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتعدد طرق الاتصال فيها واختلافها يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات وهو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبية، لذلك يمكن حصر هذه الفوارق من خلال المقارنة التي يوضحها الجدول التالي:

<sup>1</sup> ابراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق ، ص 134 .

<sup>2</sup> براهيم بختي ، التجارة الإلكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة- ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 1 ، الجزائر ، 2005 ، ص42 .

| خطوات البيع                   | في التجارة التقليدية          | في التجارة الإلكترونية           |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| البحث عن المعلومات حول المنتج | المحلات, الكتالوجات, الممثلين | صفحة الويب                       |
| طلب السلعة                    | رسالة بريدية, استمارة         | بريد الكتروني                    |
| الرد على الطلب                | رسالة بريدية, استمارة قوائم   | بريد الكتروني                    |
| مراقبة السعر                  | كتالوج                        | كاتالوج على الخط                 |
| مراقبة الوفرة                 | هاتف, فاكس                    | -                                |
| تقديم الطلبية (تحرير)         | استمارة مطبوعة                | صفحة الويب بريد الكتروني         |
| بعث/استقبال الطلبية           | فاكس برقية (مراسلة)           | البريد الإلكتروني                |
| إعطاء الأولوية لطلبه معينة    |                               | قاعدة بيانات على الخط            |
| مراقبة الوفرة في مكان التخزين | استمارة مطبوعة, هاتف فاكس     | قاعدة بيانات على الخط/صفحة الويب |
| تحرير الفاتورة                | استمارة مطبوعة                | قاعدة بيانات على الخط            |
| استقبال السلعة                | موزع                          | -                                |
| تأكيد وصول السلعة             | استمارة مطبوعة                | بريد الكتروني                    |
| إرسال/استقبال الفاتورة        | برقية (مراسلة)                | بريد الكتروني EDI                |
| استحقاق الدفع                 | استمارة مطبوعة                | - EDI قاعدة بيانات               |
| إتمام الدفع                   | برقية مراسلة                  | EDI - EFT                        |

### ثالثا : أشكال التجارة الإلكترونية.

**أ/ التجارة الإلكترونية بين وحدتي أعمال :** ويكون هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين شركات ومؤسسات أعمال ، إذ يكون تعامل بين الشركات مع بعضها البعض في مجال ما فيقوم طرف بالشراء أو البيع أو التبادل السلعي أيا كانت نوع المعاملة بين شركتين أعمال، ويعتبر هذا الشكل هو الشكل الشائع بين التجار.

**ب/ التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال أو شركة وبين مستهلك :** وذلك الشكل من التجارة الإلكترونية يبيح للمستهلك التسوق عبر شبكة الانترنت بحثا عن أي سلعة يرغبها وذلك باستعراض كافة السلع التي يرغبها ويتم الشراء من صفحة الانترنت بعد الإشارة إلى المنتج المطلوب واستخدام بطاقات الائتمان .

**ج/ التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والحكومة :** وهو ما يقوم به الفرد في الدولة من تعامل مع الحكومة أو الإدارة المحلية من نشاط يهدف إلى الكشف من موقفه عن الضرائب أو الكهرباء أو فاتورة التليفون وأيضا سداد تلك الفوائد الكترونيا باستعمال بطاقة الائتمان الذكية <sup>1</sup> .

**د/ التجارة الإلكترونية بين الشركات الخاصة أو وحدة أعمال و بين الحكومة أو الإدارة المحلية في إحدى المحافظات :** وهي تمكن الشركات من التعامل مع الحكومة في الكشف أو الاطلاع أو شراء أو بيع أي شيء للحكومة أي التعامل مع الحكومة سواء على المستوى الخدمي أو السلعي في بعض الأحيان <sup>2</sup> .

### الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية .

#### أ/ الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية .

إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي ، فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية ، فأى نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها ، فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يمكن صاحب الشركة حتى

<sup>1</sup> أمير فرج يوسف ، التجارة الإلكترونية ( E. commerce ) ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، 2008 ، ص 45 .

<sup>2</sup> أمير فرج يوسف ، مرجع نفسه ، ص 46 .

ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله ، لكن ما يعيب هذه الخاصية أنه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط ، أي السلع غير المادية فإنه يصعب فرض الضرائب الجمركية عليها .

### ب / الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية.

إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت هذه المؤسسات كبيرة أو صغيرة أصبحت في التجارة الإلكترونية أقل وضوحاً وحدة ، فأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة الكترونية مباشرة على الانترنت مثل الموسيقى والأقراص المدمجة وأفلام الفيديو والأقراص التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو المعلومات أو الدروس ... الخ ، وهذا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة ، هذه الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارسة التجارة الإلكترونية<sup>1</sup> .

### ج / غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية.

إن إتمام صفقة تجارية كاملة عبر الانترنت بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونياً ، ويتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للترقيم) ، وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية ، ومن هنا تظهر مشاكل في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات ، وإثبات صحة التوقيعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية ، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية، العقود الإلكترونية، التوقيعات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية<sup>2</sup> .

### د / عدم الكشف عن هوية المتعاملين .

إن تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال ، كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم ، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة ، أو تقديم بطاقات ائتمان مسروقة

<sup>1</sup> ابراهيم العيسوي ، مرجع سابق ، ص ص 31 ، 34 .

<sup>2</sup> ابراهيم خالد ممدوح ، لوجيستيات التجارة الإلكترونية ، ط 1 ، دار الفكر الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، سنة 2008 ، ص 152 .

أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات ، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الإنترنت .

### هـ/ سرعة تغيير المفاهيم و الأنشطة في التجارة الإلكترونية.

إن اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ، ونظرا لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الإلكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغيير المسارع<sup>1</sup> .

### الفرع الثالث : مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية:

#### أ/ مزايا التجارة الإلكترونية .

#### 1- المزايا بالنسبة للأفراد .

**توفير الوقت و الجهد :** إن المواقع الإلكترونية أو الأسواق الإلكترونية تفتح 7 أيام/7أيام و 24سا/24سا ، ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين ، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية ، ويوجد بالإضافة إلى البطاقة الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل التسديد نقدا عن الاستلام أو استخدام النقود الإلكترونية .

**حرية الاختيار:** يمكن للزبون من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الإلكترونية المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر الإنترنت ، وبإمكانه زيارة العديد من المواقع لاختيار الأنسب ، كما تتيح بعض المواقع إمكانية تجربة بعض السلع كبرامج الكمبيوتر والألعاب وإمكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي .

**خفض الأسعار:** إن التسوق عبر الإنترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي ، وهذا ما هو في صالح الزبون ، كما بإمكانه الاستفادة من عروض خصم كبيرة تطلقها الكثير من الشركات عبر الإنترنت.

<sup>1</sup> ابراهيم العيسوي ، مرجع سابق ، ص 34 .

**نيل رضا المستخدم :** تتكفل الشركات المتواجدة عبر الانترنت بالإجابة والرد على تساؤلات زبائنها من خلال التخاطب الشخصي أو عبر البريد الإلكتروني ، حيث توفر الانترنت ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن ، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم <sup>1</sup> .

## 2- بالنسبة للمؤسسات .

**تسويق أكثر فعالية و أرباح أكثر:** إن خاصية الطابع العالمي في التجارة الإلكترونية يتيح لمؤسسات التغلغل في الأسواق العالمية ، مما يوسع قاعدة زبائنها عبر العالم ، وبالتالي جني أرباح إضافية وهذا طيلة أيام السنة وبدون انقطاع .

**تخفيض مصاريف المؤسسات :** استخدام تجهيزات من أجل الترويج وجذب الزبائن في التجارة التقليدية يثقل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية وكذا صيانة وإعداد المكاتب ، في حين أنه في التجارة الإلكترونية هذه العمليات تعد أكثر اقتصادية ، فوجود قاعدة بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في المؤسسة وأسماء الزبائن ، مما يتيح استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة ، لسوف يعمل على تقليل عدد الموظفين المكلفين بعملية الجرد والإدارة .

**تواصل فعال مع الشركاء والعملاء :** توفر التجارة الإلكترونية فرص للمؤسسات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى (الموردين) ، فالتجارة الإلكترونية تقلص المسافات وتعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء .

## 3- المزايا على المستوى القومي.

**دعم التجارة الخارجية :** إن التجارة الإلكترونية تؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي ، من خلال تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة ، بالإضافة إلى خاصية سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية ، والقدرة على تحليل الأسواق وبالتالي الاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين ، مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات ، فقد أثبتت إحدى الدراسات القياسية أن الزيادة في استخدام الانترنت بمقدار 10% في الدول

<sup>1</sup> ابراهيم بختي ، مرجع سابق ، ص ص 67 - 69 .

الأجنبية يؤدي إلى نمو صادرات وواردات الولايات المتحدة الأمريكية بمقدار 1.7% و 1.1% على التوالي .

**دعم التنمية الاقتصادية :** نظرا لما تقدمه التجارة الإلكترونية من خفض لتكاليف التسويق والدعاية والإعلان ، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية ، إن إدارة المؤسسات خاصة الصغيرة والمتوسطة منها والتي تمثل المحور الأساسي في التنمية الاقتصادية والتي تعاني من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة تمكنها التجارة الإلكترونية للوصول إلى الأسواق العالمية ، إضافة إلى تحسين المستوى التكنولوجي ورفع مهارات العمالة على اعتبار أن ذلك يعد أهم مقومات نجاح التجارة الإلكترونية ، فنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة يساهم في زيادة حركة التجارة الدولية بفعالية وكفاءة ، وهذا ما ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات ، الأمر الذي يدفع بعجلة التنمية الاقتصادية ، حيث يشير أحد الاقتصاديين إلى أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية عبر التجارة الإلكترونية فيما بين قطاعات الأعمال يؤدي إلى زيادة دائمة في مستوى الناتج بمتوسط 5% في اقتصاديات الدول المتقدمة على مستوى السنوات العشر القادمة ، مما يعني زيادة الناتج القومي الإجمالية بنسبة 25% في السنة .

**دعم التوظيف :** تمكن التجارة الإلكترونية من إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية ، وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف خاصة إذا كان الأفراد متخصصون في تقديم خدمات على المستوى المحلي والعالمية دون الحاجة للانتقال ، مما يفتح لهم المجال للانطلاق في الأعمال الحرة ، علاوة على ذلك الوظائف التي تقدمها التجارة الإلكترونية في المجالات المتعلقة بتطبيق التجارة الإلكترونية ، كالمختصين في إنشاء المواقع الإلكترونية ، العاملين الإداريين والفنيين في المتاجرة الإلكترونية مما يساهم في حل مشكلة البطالة في المجتمع .

**دعم القطاعات التكنولوجية :** يؤدي انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال ، من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية ، ومع نمو التجارة الإلكترونية وانتشار استخدامها تظهر فرص استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للعمل في تطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الإلكترونية ،

والاستثمار في الخدمات المصاحبة لها مما يؤدي إلى خلق وتوطين قطاعات تكنولوجية جديدة متقدمة تدعم الاقتصاد القومي<sup>1</sup>.

### ب/ عيوب التجارة الإلكترونية.

كما أن هناك منافع للتجارة الإلكترونية ، فإن هناك سلبيات للتجارة الإلكترونية يمكن عرضها فيما يلي :

1- سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع و خدمات لم يقد بشرائها .

2- غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب .

3- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية ، نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء ، فقد يتم إبرام عقد بين البائع والمشتري يبعد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني .

4- استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية .

5- حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات<sup>2</sup>.

### الفرع الرابع: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية .

تنص المادة 01 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه " يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع و الخدمات " <sup>3</sup>.

وانطلاقا من هذا القانون الذي يحدد فيه المشرع الجزائري شروط ممارسة التجارة الإلكترونية ، مفادها بأن يخضع نشاط التجارة للتسجيل في السجل التجاري وفي سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة ، ولنشر موقع الكتروني على الانترنت مستضاف في الجزائر (dz ، com) يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من

<sup>1</sup> صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص ص 23 - 25 .

<sup>2</sup> محمد صالح حناوي وآخرون ، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، 2004 ، ص 169 .

<sup>3</sup> المادة 01 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مرجع سابق .

صحته ، بالإضافة إلى إنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري. هذا ونصت المادة 10 من القانون السالف الذكر " بأنه يجب أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبقة بعرض تجاري وأن توثق الموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني " 1 .

المورد الإلكتروني هو الذي يحدد طريقة الدفع ، حيث يتم الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية ويستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد ، أو يكون من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل أن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقة قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى .

ونصت المادة 27 من نفس القانون بأنه " يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد ، أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفق التشريع المعمول به " 2 ، وعندما يكون الدفع الكترونيا فانه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض ، منشأة أو مستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وببريد الجزائر وموصولة بان نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكات التعامل ، أما في المعاملات التجارية العابرة للحدود يكون الدفع حصريا عن بعد عبر الاتصالات الإلكترونية .

بالإضافة إلى نص المادة 28 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه " يجب أن يكون وصل موقع الانترنت الخاص بالمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكترونية مؤمنا بواسطة نظام تصديق الكتروني " .

ونصت المادة 29 من نفس القانون السابق بأنه " تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة و المستغلة طبقا للمادة 27 أعلاه ، لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي و سرية البيانات و سلاماتها و أمن تبادلها " 3 .

<sup>1</sup> المادة 10 ، من القانون 05-18 ، مرجع سابق .

<sup>2</sup> المادة 27 ، مرجع نفسه .

<sup>3</sup> المادة 28 - 29 من القانون التعلق التجارة الإلكترونية ، مرجع سابق .



## الفصل الثاني

آليات حماية المستهلك الإلكتروني



## الفصل الثاني

نظرا للتطورات الهائلة التي يشهدها العالم المعاصر في شتى المجالات، وما ينجر عنها من نتائج وآثار، فإن الأمر يستدعي وضع آليات قانونية لحماية المستهلك حين يلجأ إلى التعاقد الإلكتروني، فعرض السلع و الخدمات عادة ما تصاحبه المبالغة فيه من حيث الدعاية والإعلان، إضافة إلى إمكانية تعرض المستهلك الإلكتروني للغش والاحتيال باعتباره طرف ضعيف أمام المورد . فهذه المخاطر يمكن أن تعترض طريق المستهلك الإلكتروني سواء في مرحلة قبل تنفيذ العقد أو بعده ، و على هذا الأساس قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين حيث تناولنا في المبحث الأول حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل تنفيذ العقد ، وفي المبحث الثاني حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد .

## المبحث الأول : حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل تنفيذ العقد

ساهمت التطورات التي شهدتها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التأثير على كافة مجالات الحياة الإنسانية ، وهذا ما أدى إلى التحول في منهج دراسة إبرام العقد ، وأصبحت الدراسة تتوجه إلى المرحلة السابقة على تنفيذ العقد ، فالمستهلك الذي نبحث عن حمايته يحتاج إلى حماية واضحة وشاملة تعزز موقفه ، وخصوصاً أنه يمثل الطرف الضعيف في مقابل المزود الذي يتمتع بالخبرة والدراية الاقتصادية ، فالتعاقد الإلكتروني زاد من مخاطر تعرض المستهلك للاحتيال والقرصنة ، ولحماية هذا الأخير من أي خطر يلحقه نتيجة هذا العقد منح له حقوق ، وتتمثل في حقوق المستهلك في مرحلة التفاوض (المطلب الأول) ، وحقوق المستهلك في مرحلة إبرام العقد (المطلب الثاني) .

### المطلب الأول : حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة التفاوض

إن المرحلة التمهيديّة التي تسبق مرحلة تنفيذ العقد هي مرحلة التفاوض ، وتعتبر هذه المرحلة أول مرحلة وأول نقطة ينطلق منها هذا العقد ، ونظراً لحساسيتها منح المشرع للمستهلك بعض الحقوق ، وللتعرف عليها سنتطرق إلى الحق في الإعلان الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك ( الفرع الأول) ، وحق المستهلك في الإعلام (الفرع الثاني) .

### الفرع الأول : الحق في الإعلان الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك

#### أولاً : تعريف الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك

إن الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك هو شكل من أشكال الإبداع والابتكار الذهني ، لأنه يتجسد بمظهر فني يستقطب الاهتمام ويلفت نظر الأشخاص ، فهو يعتمد على التكرار المستمر وتبسيط الفكرة على المتلقي باستخدام كل ما من شأنه التأثير النفسي من الهام الخيال واجتذاب العين وهذا كله بهدف تنشيط الطلب على المنتجات والخدمات<sup>1</sup> ، فما هو إلا نتاج عقد

<sup>1</sup> بتول صراوة عبادي ، التظليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، 2011 ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، ص 19 .

بين المعلن ووكالة الإعلان ،ويعد من فئة العقود التي تبرم وتنفذ عبر الانترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى وهو من العقود غير المسماة إذ لم يخصصه المشرع الجزائري بتنظيم قانوني خاص<sup>1</sup>.

وقد عرف جانب من الفقه الإعلان بأنه كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور أيا كانت وسيلة هذا التأثير بهدف إقناعهم بمزايا سلعة أو الخدمة وما يمكن أن تحققه من فوائد تحقيقا لغايات تجارية ، ولا يختلف الإعلان الإلكتروني عن التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة ، وهي كونه يتم من خلال شبكة الانترنت<sup>2</sup> .

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري عرف الإعلان في القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية ، إذ تم النص عليه في المادة 03 منه في الفقرة الثالثة تحت عنوان الإشهار بأنه " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة "<sup>3</sup> .

### ثانيا : الطبيعة القانونية للإعلان الإلكتروني.

لا يعد الإعلان الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الانترنت إيجابا إذا لم يتضمن كل العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه ، وكذا أسعار السلع أو الخدمات المقدمة وإنما هو دعوى للتعاقد ذلك أن عرض البضائع والخدمات افتراضيا عبر الانترنت يشبه إلى حد كبير نافذة المتجر الواقعي<sup>4</sup> ، والدعوة إلى التعاقد هي مرحلة تتقدم الإيجاب وتتميز عنه في كون الغرض منها هو انطلاق المفاوضات ، وهي مجرد مرحلة لاستطلاع الآراء في عرض بيع شيء ما دون تحديد ثمنه ، وقد تنتهي إلى لا شيء وقد تنتهي إلى إيجاب<sup>5</sup> ، فعرض السلع للجمهور مع بيان أثمانها يعتبر إيجابا ذلك أن التاجر أفصح عن نيته للبيع لأي شخص يرغب في الشراء بالثمن المعروف ، أما إذا عرضت السلع خالية من بيان الثمن قلن هذا دعوة للتعاقد والتي لا تعدو أن تكون سوى وسيلة

<sup>1</sup> عبدلي أمينة ، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل وأثناء التعاقد ، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية " مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية " ، العدد 05 ، جوان 2018 ، ص 69 .

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ( دراسة مقارنة ) ، مرجع سابق ، ص 82 .

<sup>3</sup> المادة 03 من القانون 02/04 ، مرجع سابق .

<sup>4</sup> عبدلي أمينة ، مرجع سابق ، ص 69 .

<sup>5</sup> علي فيلاي ، التزامات النظرية العامة للعقد ، موفم للنشر ، الطبعة 03 ، الجزائر ، ص 118 .

لحث الجمهور على التعاقد<sup>1</sup> ، ذلك أن للتمييز بين الدعوة للتعاقد والإيجاب أهمية كبيرة وذلك لاختلاف الآثار القانونية المترتبة عنهما ، ولا يفوتنا في هذا المقام أن نشير إلى أن الإعلان الإلكتروني يعتبر عملا تجاريا ذلك أن عملية الإعلان تتم بصيغة مشروع وتسعى إلى تنشيط تداول الثروة من أجل تسويق وبيع السلع والخدمات وتشجيع الإقبال عليها من طرف الجمهور<sup>2</sup>.

### ثالثا : حماية المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة.

تسير الجزائر الآن على خطى نظام اقتصاد السوق الحر والذي يشهد اختلال بين أطراف المعادلة الاقتصادية طرف أقوى وهو المنتج وطرف ضعيف وهو المستهلك ، والذي يجب حمايته من كل خداع وتغريب ، ذلك أن بعض المنتجين والتجار يلجؤون إلى طرق التدليس والغش عبر الانترنت من أجل تسويق وتصريف بضائعهم وخدماتهم على نحو مغاير للحقيقة تماما ، وهدفهم الأول في ذلك هو استقطاب جمهور المستهلكين على الشراء ببيانات كاذبة ومخادعة حول سلع وخدمات قد تلحق بهم ضرر<sup>3</sup> .

فالتجار أو المنتجين لهم الحق في الإعلان عن منتجاتهم والترويج لها ، وقد يكون هذا الترويج مبالغا فيه فيكون من قبيل الكذب المسموح ما دام لم يرقى إلى مستوى الاحتيال والغش والتدليس وقد يكون الأمر عكس ذلك تماما<sup>4</sup> ، إذا كانت الإعلانات الإلكترونية كاذبة ومضللة والتي ستؤثر بلا شك على حرية المستهلك في الاختيار . وبذلك علينا التطرق إلى قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات المضللة والتي تقوم على شرطين أساسيين يتمثلان في اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني وحضر الإعلانات الإلكترونية المضللة :

### أ/ اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني : إن شرط وضوح الإعلان الإلكتروني يعني

أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة وهو بصدد الإقبال على التعاقد . وقد أشار

<sup>1</sup> محمد صبري السعدي ، الواضح في شرح القانون المدني (النظرية العامة للالتزامات ) ، دار الهدى للطبع والنشر والتوزيع

، طبعة 2012 ، عين مليلة الجزائر ، ص 104 .

<sup>2</sup> بتول صراوة عبادي ، مرجع سابق ، ص 32 .

<sup>3</sup> عبدلي أمينة ، مرجع سابق ، ص 70 .

<sup>4</sup> بتول صراوة عبادي ، مرجع سابق ، ص 54 .

القانون الفرنسي إلى أنه يجب أن تكون العمليات التجارية الإلكترونية والدعاية المصاحبة لها واضحة وغير غامضة ، ويجب الالتزام باستخدام اللغة الفرنسية في الإعلان عن السلع والخدمات عبر شاشة الانترنت ، وتزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي وإدراك كاملين ، وتبين غرفة التجارة الدولية بالمادة 11 من القانون الدولي بشأن التطبيقات السليمة للإعلان ، الالتزامات الواجب توافرها في الإعلان كالاتي " أن الإعلان يجب أن يكون مميزا بصورة واضحة مهما كان الشكل أو الوسط المستخدم ، وعندما يتم إذاعة الإعلان أو نشره في وسائل الإعلام يجب أن يقدم بصورة يظهر منها فورا أنه إعلان ."

وهناك مشكلة ترتبط بالقوانين المتعلقة بالإعلانات التي تصدر في الخارج ، وهي صعوبة الرقابة عليها من جهة ، وتحديد القانون الذي تخضع له من جهة أخرى ، فقد يكون الإعلام مسموحا به في بلد معين بينما يكون ممنوعا في بلد آخر ، بل أن الإعلان قد يكون داخل البلد الواحد مسموح به في ولاية معينة وغير مسموح به في ولاية أخرى ، كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية حيث نجد أن ألعاب القمار والمراهنات مصرح بها في ولاية لاس فيجاس مثلا ، بينما غير مصرح بالعب القمار في ولاية نيويورك ، بالتالي يمتنع الإعلان عن أماكن لعب القمار في مدينة نيويورك.<sup>1</sup>

### ب/ حضر الإعلانات الإلكترونية المضللة

يتوجه المعلن بالإعلانات التجارية إلى المستهلك النهائي ، فإذا كانت هذه الإعلانات مضللة فإنها توقعه في لبس ، ولذلك يجب حماية المستهلك منها وعن كل ما يعرضه التاجر من خلال شبكة الانترنت ، وهذا تجنبا في أن يقع المستهلك فريسة للإعلانات الخادعة ولن يكتشف ذلك إلا بعد أن يدفع ثمن السلعة أو المنتج محل الإعلان وربما يكون قد تسلمها أيضا<sup>2</sup> .

إن هذه المخاطر هي التي حملت المشرع الى التدخل للحد من الإعلان الخادع وذلك بسن قوانين تتضمن أحكام إلزامية معززة بجزاءات رادعة على المستوى الوطني والدولي ، ولتقادي أضرار الإعلان الخادع واجتتاب تزرع ثقة المستهلك بالمحترف والسلع التي تعرض ، حيث نجد

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 146- 148 .

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم ، أمن المستهلك الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 342 .

أن المحترفين في بعض الدول قد وضعوا تنظيمًا ذاتيًا ألزموا أنفسهم به ، ضامنين بذلك طمأنة المستهلك ، وهو أمر كرسته أيضا غرفة التجارة الدولية ، حيث وضعت تنظيمًا للسلوك المحلي بمادة الإعلان ، وأوضحت فيه المبادئ الأخلاقية لمهنة الإعلان ، كما ذهب المحترفين إلى إيجاد مكتب للتحقق الإعلاني ، لكن هذا لم يحل محل تدخل المشرع والمحاكم في فرنسا والدول الغربية لضبط الإعلان ، عن طريق وضع أحكام قانونية إلزامية مرفقة بجزاءات <sup>1</sup> .

والإشهار التضليلي له آثار وهذه المسألة تقتضي منا تبيان الحماية المدنية وكذا الجزائية ، فبالنسبة للحماية المدنية نلمس غياب الإشارة إليها في نص المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على ممارسات التجارية لذلك لا يسعنا إلا تطبيق القانون المدني باعتباره الشريعة العامة في مجال العقود <sup>2</sup> .

أما الحماية الجزائية فلعدم كفاية الجزاءات المدنية وضعفت فعاليتها ، أدى ذلك إلى تدخل المشرع لوضع نص ردي كفيل بتوفير الحماية الجزائية ، وقد نصت في هذا الإطار المادة 38 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، على معاقبة كل عون اقتصادي يمارس إشهارًا تضليليًا وهو ما أشارت إليه المادة 28 حيث حددت غرامة تتراوح 500.00 إلى 5 ملايين دينار جزائري ، باعتباره ممارسة تجارية غير نزيهة <sup>3</sup> .

## الفرع الثاني : حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

### أولاً : تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام عام يشمل المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويعرفه البعض بأنه : " التزام سابق على التعاقد بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم متطور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة

<sup>1</sup> فريد منعم جبور ، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية (رأسه مقارنة) ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2010 ، ص 10 .

<sup>2</sup> حاني حميدة ، مزماط سامية ، حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر فرع القانون الخاص ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2014/2013 ، ص 18 .

<sup>3</sup> زويبير أرزقي ، مرجع سابق ، ص 91 .

أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلتزم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعه للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات" <sup>1</sup> .

وقد تعرض المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام في التقنين المدني باعتباره الشريعة العامة حيث نص بضرورة التزام المهني بإعلام المستهلك بأوصاف المبيع وذلك من خلال نص المادة 352 فقرة 1 منه والتي تنص على أنه: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا ويعتبر إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه" <sup>2</sup> .

من خلال التعريفات السابقة يتضح لنا أن الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام الرئيسي ، أي مرحلة التعامل بحسن نية ومؤدى ذلك هو أن هذا الأخير يفرض على كل طرف من طرفي التعاقد منذ اللحظة الأولى لبدء هذه المرحلة التي تسبق التعاقد أن يتخذ موقفا إيجابيا اتجاه الطرف الآخر فيطلع على كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد الملزم إبرامه .

وعلى هذا الأساس لا يخف علينا لأن الالتزام بالإعلام سواء بشكله التقليدي أو الإلكتروني يتم في المرحلة السابقة على التعاقد . كذلك يجب أن يتوفر في الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق عن التعاقد شرطين هما:

**الشرط الأول :** ضرورة كون المهني أو البائع عالما كافيا وشاملا ببيانات ومواصفات المبيع ، ويجب الإشارة هنا إلى أن العلم لا يقتصر على مجرد المعلومات المتعلقة بالمنتج بل يتعداها إلى أبعد من ذلك ، حيث انه يجب أن يكون علما ومدركا لأهميتها ودورها الفعال والمؤثر في تكوين رضا المستهلك.

**الشرط الثاني :** جهل المستهلك لمثل هذه المعلومات جهلا مشروعا ، حيث أن هذا الجهل هو الذي يجعل المهني في عقود الاستهلاك الإلكتروني مدين بالإعلام للمستهلك، أما بالنسبة

<sup>1</sup> عبد الرحمان خلفي ، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة) ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، العلوم الإنسانية ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2013 ، ص 7 .

<sup>2</sup> المادة 352 القانون المدني الجزائري ، مرجع سابق .

لمشروعية جهل المستهلك ذلك أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني له حدود حيث لا يتعدى ما يجله المهني شخصيا ولا المعلومات التي يعلمها المستهلك أو يفترض علمه بها.<sup>1</sup>

يعتبر الالتزام بالإعلام كما ذهب إليه الفقه والقضاء الفرنسي التزاما ببذل عناية لا بتحقيق نتيجة وذلك من خلال الطرق الملائمة التي يستخدمها المهني لنقل المعلومات بحيث يتلقاها المستهلك ويفهمها ، وفي المقابل لا يشمل الالتزام بأن يستعمل الدائن المعلومات التي تلقاها استعمالا صحيحا وكذلك لا يستطيع المهني إجبار المستهلك على إتباع التحذيرات والنصائح المقدمة له ، ولا يضمن عدم تحقق الخطر وكل ما يملكه بحق هو تقديم كافة المعلومات والبيانات بصدق ، أمانة ، نصح ، توجيه ولفت نظر المستهلك لما يراه مستوجبا للنصح والتوجيه والتحذير ، أما فهم المعلومات وتحليلها والأخذ بالنصيحة أو العمل بالتحذير فهو أمر لا قدرة للمهني عليه وإنما هي أمور تترك لمحض اختيار المستهلك ، وعليه فإن الالتزام بالإعلام كأصل عام يعد التزام ببذل عناية .<sup>2</sup>

### ثانيا : مبررات الالتزام بالإعلام قبل التعاقد .

يعود سبب إقرار الالتزام بالإعلام قبل التعاقد إلى طبيعة العقد الذي يبرمه المستهلك الذي يكون في كثير من الأحيان يتميز بانعدام التوازن العقدي بين طرفيه ، خاصة وأن هذه العقود تبرم بوسائل الكترونية يكون الحضور فيها افتراضيا ، ناهيك عن البعد المكاني والذي يظل واقعا مؤثرا يثير العديد من الإشكالات ، الأمر الذي يؤدي في نهايته إلى ضرورة توفير حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني ، وعليه فمن أهم الضرورات العملية التي أدت إلى وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ما يلي :

- الخدمات التي تقدم عبر الانترنت كثيرة ومتعددة ، ومقدمي هذه الخدمات يتخذون مواقع لهم عبر الانترنت ويتنافسون فيما بينهم من أجل جذب أكبر عدد من العملاء للتعامل معهم ، لذلك وبلا أدنى شك فهم في هذا مثل التجار الذين يبيعون السلع بالطريق الإلكتروني وبناءا عليه يلتزم مقدمو الخدمات عن بعد بأن يخبروا المستهلكين المتعاملين معهم بكل المعلومات والبيانات

<sup>1</sup> عبد الله ذيب محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012 ، ص 89 .

<sup>2</sup> كوثر سعيد عدنان خالد ، حماية المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، مصر ، 2012 ، ص 289 .

المتعلقة بالخدمة المطلوبة من حيث خصائصها وميعاد تنفيذها وكيفية أدائها والمقابل المادي المحدد لها وكيفية الوفاء به .<sup>1</sup>

- وعلى هذا الأساس فإن المستهلك لا يرى السلعة التي يتعاقد عليها وقد لا تكون لديه الخبرة الكافية في التعاقد الإلكتروني فيقع تحت ضغط الدعاية والإعلام ، ومن جانب آخر فإنه يجد نفسه في مواجهة تجار وشركات تمتلك الخبرة التقنية والتكنولوجية ومن هذا المنطلق يأتي الالتزام بالإعلام ليعيد التوازن إلى العلاقة العقدية ويحقق المساواة بين المتعاقدين ويجعل تعاقد المستهلك ناتجا عن إرادة واعية .

-أدى التطور الصناعي والاقتصادي الذي يشهده العالم اليوم إلى الإسهام في انحراف أسلوب البيع عن الصورة التقليدية فلم يعد بسيطا كما كان عليه من قبل ، بل أصبح التعاقد الإلكتروني أكثر تعقيدا وتعددت أنواع السلع والمنتجات بفتيات يجهلها المستهلك في بعض الأحيان ، ويعلمها المهني صاحب الخبرة على حساب المستهلك عديم الخبرة الذي يقبل على التعاقد دون دراية بأوصاف محل العقد من سلع وخدمات ، لدى فإنه يقع على عاتق المهني التزام بإعلام المستهلك بكل ملائسات العقد قبل التعاقد بما في ذلك من إحاطة بكل مواصفات محل العقد وإظهار بنود التعاقد بصفة واضحة على صفحة موقع المهني من أجل ضمان حد أدنى من إعلام المستهلك حول ما يتعاقد عليه .

-إن سرعة وسهولة إتمام التعاقد عبر الوسائل الإلكترونية أظهرت عدة إشكالات في إطار العقود الاستهلاكية ، ابتداء من ضغط الدعاية الإلكترونية الحديثة التي تؤثر على حريته في الإقبال على التعاقد إلى الكم الهائل من السلع والخدمات الجديدة التي تفقد المستهلك تركيزه من أجل الاختيار الأنسب في حدود خبرته الفنية ، ثم رضوخه الإلزامي لبنود العقد النموذجي ملزما بتنفيذها أي كانت الظروف ليجد المستهلك نفسه في الأخير أبرم عقدا دون حاجته الفعلية لذلك .<sup>2</sup>

كما تناولت معظم قوانين حماية المستهلك ضرورة إعلام المستهلك ، فالقانون الأوروبي المنظم للبيع عن بعد وقانون الاستهلاك الفرنسي رقم 949 لسنة 1993م يتعلقان بضرورة التزام المزود أو التاجر بالإدلاء بالمعلومات التي تبصر المستهلك من خلال التعاقد ، وبالتالي فإن هذه

<sup>1</sup> كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق ، ص 292 .

<sup>2</sup> عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص ص 128 - 129 .

النصوص القانونية محل تطبيق حتمي في نطاق عقود التجارة الإلكترونية ، هذا وأضاف المشرع الفرنسي المرسوم رقم 741 سنة 2001 والمتعلق بإعلام المستهلك بالمعلومات الضرورية قبل التعاقد الإلكتروني<sup>1</sup> .

كذلك ترك التوجيه الأوروبي رقم 31/2000 الصادر في 08/06/2000م الخاص ببعض الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية في السوق الداخلي للدول الأعضاء مهمة صياغة قوانين وطنية تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني ، وتضمن أحكام تعزز تنمية العقود المبرمة عبر الشبكة .

نص القانون الفرنسي من خلال فحوى المادة 111 فقرة 01 من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993م ، على مبدأ وجود الالتزام بالإعلام في العقود المبرمة بين المهني والمستهلك وهو ما تم تأكيده في إطار القانون رقم 575/2004 الصادر في 21/06/2004م بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي الذي فرض وعزز واجب الالتزام بالإعلام على عاتق المهني.

نفس الالتزام نجده أيضا في نصوص المرسوم الفرنسي رقم 648/2005 الصادر في 06/06/2005م المتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بعد ، الذي ألقى على عاتق المهني واجب إعلام المستهلك ، كما تضمن العقد النموذجي للتجارة الإلكترونية والذي أعدته غرفة التجارة والصناعة بباريس حق المستهلك في الإعلام من باب تأكيد المواقع التجارية الخاصة بفرنسا وفرض التزاما مشددا بإعلام المستهلك في الوقت المناسب الذي يقع على عاتق المورد يتضمنه العرض المقدم عبر صفحات الويب .

يمكن القول أن حرص مختلف التشريعات على وجود الالتزام بإعلام المستهلك وتبصيره من أهم التزامات التي تقع على عاتق المهني (البائع) لحماية المستهلك بصفة عامة ، وباعتبار أن التعاقد عن بعد يتم بين غائبين من خلال استخدام وسائل الاتصال الحديثة ، فإن ذلك يتطلب تزويد المستهلك بجميع المعلومات الضرورية للتعبير عن إرادته بقبول العرض ، وتمكنه من الموافقة على شروط التعاقد برضا تام<sup>2</sup> .

<sup>1</sup>مرجع نفسه ، ص 93 - ص 94 .

<sup>2</sup> عبد العالي فارس ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ، شعبة الحقوق تخصص قانون الأعمال ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، 2013/2014 ، ص 13 .

## ثالثا : محل الحق في الإعلام.

### أ/ تحديد شخصية البائع.

إن الغاية من تحديد شخصية البائع الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا هي أن يكون المستهلك على بينة من أمره قبل التعاقد ، حيث تتحقق عناصر الثقة والأمان والشفافية عندما يكون هذا الأخير عالما بشخصية البائع أو المهني ، إلا أنه في عقود الاستهلاك الإلكترونية فإن من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك والتي قد تحد من إبرامه العقد هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه <sup>1</sup> ، فهناك أسماء تجارية لأشخاص وشركات لها سمعة محلية ودولية تجعل من المستهلك يثق في التعامل معها ، ولهذا يجب ذكر اسم المنتج بالتفصيل وبدقة مع تحديد المقر الاجتماعي أو الشركة ورقم هاتفه ، وبريده الإلكتروني... الخ <sup>2</sup> .

### ب/ إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة.

يقضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفشاء إلى المستهلك بالمعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه ، هذه البيانات أو المعلومات عموما تمثل : الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة ، ثمن السلعة و ثمنها يكون شامل كل الضرائب ، شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد ، المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع والضمانات التجارية ، البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبوع أو الانتفاع بالخدمة ، فالبائع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعه لمن ليس له دراية بها ، حتى يقدم المستهلك على شرائها فهو يعلم عن الحالة القانونية للمبيع والحالة المادية له وكيفية استخدامه ، فالحالة القانونية للمبيع تتضمن كل البيانات القانونية التي قد تثار بعد التعاقد ، بحيث لو علم بها المستهلك قبل إبرام العقد لمل أقدم على الشراء ، فينبغي إعلامه بكل ما على المبيع من أعباء أو تكاليف أو أية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالسلعة محل التعاقد على النحو المأمول ، أما الحالة المادية للشيء فتتضمن كافة

<sup>1</sup> خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 102 .

<sup>2</sup> عبدلي أمينة ، مرجع سابق ، ص 72 .

المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص والأوصاف المادية للمبيع محل التعاقد عملاً على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية<sup>1</sup>.

أما عن اللغة المستعملة فالمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد نص بدوره على ذلك صراحة في نص المادة 71 منه التي جاء فيها على وجوب الكتابة باللغة العربية عند : تحرير البيانات ، و شرح طريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج ، وكل معلومة أخرى ، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية ومقروءة ويتعذر محوها<sup>2</sup> .

إذا فالالتزام بإعلام المستهلك بالأوصاف الأساسية والجوهرية للمبيع يجب أن ينشأ ويتحقق قبل إبرام الاستهلاك أو في وقت معاصر له حتى يتمكن المستهلك من تكوين رضائه بناءً على إرادة واعية ومستنيرة تمكنه من معرفة المبيع ومقدار نفعه المادي بالنسبة له<sup>3</sup> .

### المطلب الثاني : حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد.

بعد انتهاء مرحلة التفاوض بين المحترف والمستهلك ، وبعد تطابق إيجاب وقبول كلا هاذين الأخيرين ، تأتي مرحلة أخرى وهي مرحلة إبرام العقد ، تعطي للمستهلك جانب من الضمان والحماية لمركزه الضعيف أمام متعاقدته ، فيتولد عن هذا القبول مجموعة من الحقوق في مواجهة البائع ، والتي تتمثل في حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية (الفرع الأول) ، حق المستهلك في العدول عن العقد (الفرع الثاني) ، وحق المستهلك في حماية بياناته الشخصية (الفرع الثالث) .

<sup>1</sup> خالد طيهار ، مرجع سابق ، ص ص 35 - 36 .

<sup>2</sup> المادة 71 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق ، ص 80 .

## الفرع الأول : حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

### أولاً : تعريف الشرط التعسفي

لقد عرفه جانب من الفقه بأنه يعتبر تعسفياً الشرط المحرر مسبقاً من جانب الطرف الأكثر قوة ، ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة عن الطرف الآخر<sup>1</sup>، وعرفته بعض التشريعات بأنه ذلك الشرط الذي يفرض على غير المهني ، أو المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير لسلطة اقتصادية ، بغرض الحصول على ميزة مجحفة<sup>2</sup> .

كما نص القانون الفرنسي الصادر سنة 1995م بشأن حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية على أنه " تعتبر شروطاً تعسفية في العقود المبرمة بين المزودين وغير المزودين تلك التي يكون موضوعها أو من آثارها إحداث اختلال واضح بين حقوق والتزامات الأطراف في العقد ، ووفقاً لهذه المادة يجب لكي يستفيد المستهلك من النصوص الحمائية التي وضعت لمواجهة الشروط التعسفية أن يكون العقد مبرماً بين طرفين غير متكافئين في القوى هما المهني والمستهلك حتى يستفيد الأخير من الحماية المقررة بمقتضى هذا القانون ، أما في العقود المتكافئة بين المستهلكين فقط فلا يوجد مبرر لهذه الحماية ، إذ أن أحد أشكال عقود التجارة الإلكترونية أن تبرم بين مستهلك ومستهلك آخر .

أما التوجيه الأوروبي رقم 93/13 الصادر في 05 أبريل 1993م بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين ، فقد عرف بالمادة 1/3 الشرط التعسفي بأنه " الشرط الذي يرد في العقد ، وينطوي على تفاوت جلي خلافاً لما يقضي به مبدأ حسن النية وضد مصلحة المستهلك ، بين حقوق والتزامات الأطراف فيه على حساب المستهلك " ، ويهدف هذا التوجيه إلى حماية المستهلك في مواجهة الشروط التي تعفي البائع من ضمان العيوب الخفية في عقد البيع<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 195 .

<sup>2</sup> محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، 2003 ، ص 49 .

<sup>3</sup> خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 194 .

أما المشرع الجزائري قام بتعريف هذا الشرط هو الآخر بموجب المادة 3 من قانون 02/04 و التي تنص : " كل بند أو شرط بمفرده أو مشترك مع بند آخر أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد " <sup>1</sup>.

ويجدر الإشارة إلى أن أغلبية الفقه اعتبروا العقد الإلكتروني عقد إذعان بالنسبة للمستهلك ، نظرا للظروف الاقتصادية بوصفه الطرف الضعيف والذي يكون غالبا شركات قوية عملاقة من الناحية الاقتصادية ، وبذلك تقتضي العدالة النظر إلى المستهلك بوصفه طرفا مذعن في العقود الإلكترونية ، والمشرع الجزائري أشار إلى عقد الإذعان في المادة 3 من القانون السابق على الممارسات التجارية فتعرفه " كل اتفاق يهدف إلى بيع سلعة أو خدمة ، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع ان كان الطرف الآخر " <sup>2</sup>.

### ثانيا : عناصر الشرط التعسفي.

يذهب جانب من الفقه الى القول بأنه لكي يعتبر الشرط تعسفيا يجب أن يتوفر عنصران هاما ، الأول اقتصادي وهو التعسف في استعمال القوة الاقتصادية للمهني ، والثاني قانوني وهو الميزة المفرطة المتجاوزة التي يحصل عليها المهني أو المحترف بمناسبة التعاقد يؤدي عدم توازن تعاقدى لصالح المهني في مواجهة المستهلك <sup>3</sup>.

### أ/ التعسف في استعمال السلطة الاقتصادية.

يعتبر الشرط تعسفيا عندما تكون الميزة المجحفة التي منحت للمزود نتيجة لتعسفه في استعمال السلطة الاقتصادية ، والسلطة الاقتصادية هنا ليست مرادفا للقوة ، وهذا ما جعلها مصطلحا غير واضح ، وعليه لا يكون هذا التفوق اقتصاديا فقط بل يمكن القول أنه تفوق فني وتقني ، فالمزود يفرض شروطه التعسفية لأنه معتاد على إبرام العقود ، ويمتلك من الوسائل ما يمكنه من تحديد الالتزامات التي يستطيع تنفيذها ، بالإضافة إلى الشروط التي يستطيع فرضها على المستهلك.

<sup>1</sup> المادة 03 من القانون 02-04 ، مرجع سابق .

<sup>2</sup> حاني حميدة ، مزماط سامية ، مرجع سابق ، ص 21 .

<sup>3</sup> خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك فب المعاملات الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 196 .

## ب/ وجود الميزة المجحفة.

إن استخدام المزود في تعاقد مع المستهلك لنفوضه الاقتصادي من أجل فرض شروطه بطريقة تؤدي إلى حصوله على ميزة مجحفة ، يعني أن الميزة هي نتيجة لهذا الاستخدام التعسفي ، وقد انتقد تعبير الميزة المجحفة واعتبر غامضا لكنه يبقى قريبا من النصوص العامة التي تعاقب على الغبن ، فكلاهما يعبر عن الفكرة نفسها وهي الضرر اللاحق بالعدالة العقدية ، غير أن الشروط التعسفية تنصب على شروط تبعية تتعلق بتنفيذ العقد<sup>1</sup> .

### ثالثا : دور القانون والقضاء في مواجهة الشروط التعسفية.

قضت المادة 149 من القانون المصري والمادة 204 من القانون المدني الأردني تطابق تام في التعبير " أنه إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية ، جاز للمحكمة أن تعدل هذه الشروط أو تعفي الطرف المذعن منها . ذلك وفقا لما تقضى به العدالة ، ويقع باطلا كل اتفاق " ، على خلاف ذلك يتضح من هذين النصين أن المشرعين أرادوا أن يحميا الطرف المذعن حماية فعالة من تعسف الطرف الأقوى<sup>2</sup> .

أما في فرنسا فإن الحماية القانونية للمستهلك لم تتحقق من خلال القواعد العامة في القانون المدني ، ولكن نجدها قد حققت في القواعد الخاصة بقوانين حماية المستهلك ، وذلك بمحاولة الحد من الشروط غير العادلة ، وبالتالي تعكس إساءة لاستعمال قدراته الاقتصادية ، فنجد أن هذه القوانين أعطت للقاضي دون غيره سلطة تقدير ما إذا كان الشرط تعسفيا أم لا ، شرط أن تحمل عبارات العقد الذي توصلت إليه ، وتمتد سلطة القاضي إلى إزالة اثر التعسف والى إلغاء الشرط وفقا لما تقتضيه اعتبارات العدالة.<sup>3</sup>

وهذا ما نصت عليه القوانين المغربية المتعلقة بحماية المستهلك من الشروط التعسفية ، فلقد وفرت له حماية قانونية تخضع لقانون الالتزامات والعقود ، وذلك رغم صدور قانون حرية الأسعار والمنافسة بمقتضى القانون 31-08. هذا رغم وصفه بأنه لم يوفر حماية فعلية لمواجهة هذه

<sup>1</sup> حاني حميدة ، مزماط سامية ، مرجع سابق ، ص 21 ص 22 .

<sup>2</sup> عمر خالد زريقات ، مرجع سابق ، ص 336 .

<sup>3</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، ، التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية ، الطبعة الأولى ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2007 ،

الشروط وهي تخص بالأساس عيوب الرضا ، ذلك أن الشروط التعسفية تأخذ عدة أشكال لا يمكن التصدي لها ، كما أنه أعطى بدوره سلطة للقاضي في تفسير هذه الشروط ويعني أنه يجوز للقاضي تفسير الشرط التعسفي الواضح ضد المشتري أو تعديله أو استبعاده حماية للطرف الضعيف.

أما المشرع الجزائري فقد استقهمت حمايته للشروط التعسفية من خلال تعريفه لها ، ذلك من خلال تحديده لدائرة الشروط التعسفية بعقود الإذعان التي تعني وجود تفوق ما ، فهذه النقطة أو الخطوة تكشف عن نيته في مكافحتها ولا ندعي أن المشرع قد وصل إلى أكبر حماية ولكنها مرحلة أولية لبناء نظام متكامل يضع العدالة أساسه... كما أن المادة 149 من القانون المدني المصري السالفة الذكر اعتبرت من طرف الفقه أداة قوية في يد القاضي ، يستطيع من خلالها منح حماية فعالة للمستهلك ، لأنه هو الوحيد الذي يملك حق تقديرها إذا كان الشرط تعسفيا ، مادامت عبارات العقد تحتل المعنى الذي أخذ به . ولا رقابة لمحكمة النقض على تقديره فله عند اكتشافه لشرط غير عادل سواء تعديله بما يزيل التعسف أو إلغائه تماما ، كما انه لا يجوز للمتعاقد أن يتفقا على نزع هذه السلطة من يد القاضي باتفاق خاص ، فمثل هذا الاتفاق يعد مخالفا لنظام العام ، فتطبيق هذه القواعد في العقود الإلكترونية تحقق حماية واسعة للمستهلك الإلكتروني بوصفه الطرف الضعيف ، كما أن المشرع قام بإعداد قائمة الشروط التي تعتبر تعسفية والتي يمنع إدراجها في العقود ، ويكون مصيرها البطلان إذا عمد أحد طرفي العقد إلى فرضها على الطرف الآخر ومن ذلك شرط الإعفاء من المسؤولية رغم انتقاد ذلك من بعض فقهاء القانون ، فقالوا على انه تقيد من سلطة القاضي في تقدير الشروط التعسفية .

إلا أن كلا الطريقتين تعتبر أسلوبا للحد من هذه الشروط ، كما أن الجمع بين الأسلوبين معا فيه ضمان أكثر للحماية فيما لو اعتمد أسلوب واحد <sup>1</sup> .

شدد المشرع الجزائري من نطاق الحماية قي هذا الخصوص ، بحيث انه عاقبت المادة 38 من قانون الممارسة التجارية كل محترف يدرج شرط تعسفيا من عقد بغرامة تقدر بـ 50 ألف إلى 5

<sup>1</sup> حاني حميدة ، مزماط سامية ، مرجع سابق ، ص ص 23 - 24 .

ملايين دينار جزائري ، وهذه المحاولة فيها ردع للمحترف المهني على فرض سلطته على المستهلك بشروط تثقل كاهله <sup>1</sup> .

### رابعاً : أنواع الشروط التعسفية.

إن الشروط التعسفية متنوعة ومتعددة فمنها ما هو متعلق بتكوين العقد ومنها ما يتعلق بتنفيذه أو تعديله .

#### أ/ الشروط التعسفية المتعلقة بتكوين العقد.

إن أهم عناصر تكوين العقد هي محل العقد وتحديد ثمن السلعة أو الخدمة لذلك يمكن أن يضع المهني أو المحترف شروطاً تعسفية تتعلق ب:

- حقيقة الشيء المبيع وهو ما يسمح للمهني بأن يعدل بإرادته المنفردة في بعض خصائص الشيء المطلوب من أجل تسليم محل غير مطابق للمواصفات المعروضة .
- الشرط المتعلق بتحديد الثمن مثل الشرط الذي يضعه المحترف ليرفع بمقتضاه السعر خلال الفترة ما بين انعقاد العقد والتسليم ، فمثلاً نلاحظ أن منتجو السيارات يقومون ببيع السيارة بالسعر الذي يصير إليه لحظة التسليم وليس لحظة التعاقد .

#### ب/ الشروط التعسفية المتعلقة بتنفيذ العقد.

إن التزام المحترف (المهني) باحترام الوعود والضمانات والتزاماته بتحمل المسؤولية عادة ما يدفعه إلى وضع شروط تعسفية بشأنها من أجل تخفيف أعباءه والتزاماته ومن هذه الشروط: الشروط المتعلقة بالتسليم ، فالتسليم يدفع المحترف إلى اشتراط سلطته المنفردة والمطلقة في تحديد موعد تسليم المبيع بدون التزامه بتقديم أعذار عن التأخير أو أسباب اختيار موعد معين دون غيره .

#### ج/ الشروط التعسفية المتعلقة بإنهاء العقد وتعديله.

بالإضافة إلى ما تم ذكره من شروط تعسفية هناك شروط أخرى تسمح بالتمييز بين أطراف العقد في سلطة الفسخ وإنهاء العقد ، فقد يرد شرط يفرض على الخاضع له الاستمرار

<sup>1</sup> المادة 38 من القانون 04-02 ، مرجع سابق .

بعقد لا يرغب الاستمرار فيه ، إذا لم يتم هذا الأخير بإخطار الطرف الآخر برغبته في الاستمرار خلال مدة محددة وفي الغالب يكون هذا الإخطار صعبا.

كما أن هناك شروطا تمكن الطرف الأقوى في العقد من تعديل العقد أو إنهائه بإرادة منفردة، وهناك من الشروط ما يمنع متلقي السلعة أو الخدمة من المطالبة بفسخ العقد حتى وإن قصر المحترف في تسليم المبيع أو القيام بالخدمة محل العقد خلال المهلة المقبولة أو أثناء المهلة المتفق عليها .

وعلى هذا الأساس فقد استقر الاتجاه المعاصر على بطلان كل الشروط التعسفية التي يتم فرضها على المستهلكين من قبل المنتجين أو الموزعين ، لأن من شأنها خلق نوع من عدم التوازن بين حقوق والتزامات الطرفين ، وينطبق ذلك على كافة العقود النموذجية أو تلك التي تبرم بين المحترف وغير المحترف ، ولا شك أن ذلك ينطبق على جانب كبير من المعاملات الإلكترونية .<sup>1</sup>

## الفرع الثاني : حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد.

### أولا : تعريف الحق في العدول.

تباينت التعريفات عند الفقه حول حق العدول أو خيار الرجوع ، فيعرفه البعض بأنه وسيلة بمقتضاها يسمح للمستهلك الإلكتروني بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقا ، بحيث يستفيد من مهلة للتفكير في خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وإن ارتبط به .<sup>2</sup>

كما يعرفه جانب آخر من الفقه بأنه " إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع محل التعاقد إذا لم يكن رآه عند العقد أو قبله ، والمستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الانترنت لم يكن قد رأى البضاعة وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أمامه ، فإذا ما استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه " ، كما يرى بعض الفقه الفرنسي بأنه بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة يلتزم من خلالها

<sup>1</sup> عبد العالي فارس ، مرجع سابق ، ص ص 24 - 25 .

<sup>2</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود ، مرجع سابق ، ص 126 .

المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها ، واعتبرها كأنها لم تكن وذلك بهدف تجريدتهما من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل <sup>1</sup> .

وقد عرفه المشرع الجزائري في تعديل المادة 19 الفقرة 02 في القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقوله " العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب " <sup>2</sup> .

### ثانيا : مبررات الحق في العدول.

تتبلور مبررات الحق في العدول في كون عقود التجارة الإلكترونية تتم عن بعد بوسائل اتصال لا تسمح للمستهلك الإلكتروني بالحكم الدقيق على المنتج مهما بلغ وصف البائع لها من دقة وأمانة ، فالحق في العدول يهدف بصفة أصلية إلى حماية رضا المستهلك ويكون ذلك من خلال إعطائه مهلة إضافية للشروع والتدبير في أمر العقد الذي أبرمه تقاديا للأخطار التي قد تلحق لتسره في التعاقد ، نظرا لما تتميز به المعاملات من دعاية وإغراء في المجال الإلكتروني.

فمن خصائص حق العدول أم مصادره محددة بالقانون والاتفاق ويتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك ، دون الحاجة للجوء إلى القضاء ، ودون اشتراط موافقة الطرف الآخر <sup>3</sup> .

أما المشرع الجزائري في نص المادة 19 فقرة 02 فإنه أكد على أن حق العدول يمارسه المستهلك دون سبب وبالتالي يمكنه العدول في أي وقت كان دون حاجة لتبرير عدوله ."

### ثالثا : مجال تطبيق الحق في العدول.

يمتد تطبيق الحق في العدول في البيع عن بعد وبالضبط بالنسبة للبيع الإلكتروني في مجال توريد السلع والخدمات ، لكن المشرع الفرنسي في نص المادة 121 فقرة 20 من قانون المستهلك استبعد بعض العقود من التطبيق وهي :

<sup>1</sup> خالد طيهار ، مرجع سابق ، ص ص 37 - 38 .

<sup>2</sup> المادة 19 من القانون 09-18 ، المؤرخ في 10 يونيو 2018 ، المعدل والمتمم للقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ج ر ج ج رقم 6 ، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018 .

<sup>3</sup> الطاهر شوقي مومن ، عقد البيع الإلكتروني ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2007 ، ص 113 .

- عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول من خلالها .
  - عقود توريد السلع والخدمات التي تحدد أثمانها وفق ظروف السوق .
  - عقود توريد السلع التي يتم تصنيفها وفقا لخصوصية المستهلك ، أو بالمطالبة لشخصه ، والتي بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها للبائع ، أو التي يسرع إليها الهلاك والتلف.
  - عقود توريد الصحف والدوريات والمجلات.
  - عقود خدمات الرهان وأوراق اليانصيب المصرح بها.
- أما المشرع الجزائري فقد ترك أمر تحديد المنتجات المعنية بالعدول الى التنظيم .

#### رابعا : ممارسة الحق في العدول.

#### أ/ كيفية ممارسة الحق في العدول.

إذا أراد المستهلك الرجوع في التعاقد فإنه يلتزم بإخطار المهني (البائع أو مقدم الخدمة) وأن يرد لهذا الأخير المنتج أو البضاعة التي تسلمها بمقتضى العقد ، ولم يشترط تقنين الاستهلاك الفرنسي إتباع شكل خاص لهذا الإخطار فيجوز أن يتم بفاكس أو البريد الإلكتروني ، أو في موقع التاجر أو برسالة موصى عليها ، أو حتى عن طريق محضر إثبات حالة ، وذلك خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة مع التاجر إذا أنكر تبليغه بالعدول <sup>1</sup> .

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 19 الفقرتين 03 و 04 من القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على كيفية ممارسة الحق في العدول كما يلي " للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفعه مصاريف إضافية تحدد شروط وكيفيات ممارسة حق العدول ... عن طريق التنظيم" <sup>2</sup> .

<sup>1</sup> خالد طيهار ، مرجع سابق ، ص 39 .

<sup>2</sup> المادة 19 من القانون 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق .

## ب/ مدة ممارسة الحق في العدول.

لعل الشرط الوحيد لممارسة الحق في العدول هو أن يتم ضمن مهلة محددة حيث ، تنص المادة السادسة من التوجيه الأوروبي الصادر عام 1997 أنه في العقود المبرمة بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد ، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام اعتباراً من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع ، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء أو غرامة ودون حاجة لبيان الأسباب ، وهذا ما صرحت به أيضا المادة 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي التي تنص "بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطى للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم طلبه لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع".

والمدة المحددة بالقانون سبعة أيام هي مدة مبدئية وإذا صادفت آخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد إلى أول يوم عمل ، أما في حالة إخلال التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك قبل العقد ، فان هذه المدة تمتد إلى غاية ثلاثة أشهر كاملة بدلا من سبعة أيام ، ولكن إذا تدارك التاجر هذا الخطأ وقام بإعلام المستهلك خلال مدة ثلاثة أشهر فان سبعة أيام هي الأصل ، وتحسب من تاريخ تنفيذ التزامه في الإعلام <sup>1</sup> .

## خامسا : آثار ممارسة الحق في العدول.

### أ/ آثار العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني.

إذا انقضت المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لاستعمال حقه في العدول ، يصبح العقد ملزما للطرفين ويصبح باثا واجب التنفيذ ، لكن إذا استعمل المستهلك حقه خلال المدة المقررة فانه يترتب على ذلك التزام التاجر برد الدين ، وذلك خلال مدة أقصاها 60 يوم طبقا لقانون المستهلك الفرنسي ، والملاحظ أن المشرع الفرنسي تشدد مع التاجر لصالح المستهلك الى درجة تجريم فعل عدم إرجاع الدين ، حتى يمنع أي مجال للتماطل أو أي رغبة في عدم الوفاء بالتزاماته التعاقدية.

<sup>1</sup> محمد حسين منصور ، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك ( تمييز البيع عن غيره من العقود ، تفاوض ابرام البيع وصوره ، البيوع الدولية والإلكترونية والمعلوماتية ، حماية المستهلك ، نقل الملكية ، الضمان ، الوفاء الإلكتروني ، فسخ العقد ) ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2006 ، ص 104 .

## ب/ آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني.

يعتبر حق العدول بالنسبة للمستهلك حق مجاني فإذا مارسه خلال المدة المحددة قانونا مع احترام شروط العقد فلا يتحمل أي تبعات ولا يترتب على ذلك أي جزاء ولا دفع مصاريف إضافية. ومن حيث آثار العدول على العقد ، فإنه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه ، وعلى المستهلك إرجاع البضاعة كما تسلمها ، وإذا كانت خدمة فعلية أن يتنازل عنها <sup>1</sup> .

## الفرع الثالث : حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية.

### أولا : المقصود بالبيانات الشخصية في العقد الإلكتروني.

إن البيانات الشخصية أو الاسمية التي تتعلق بالمعاملات الإلكترونية هي البيانات المتعلقة بالأشخاص ، أطراف التعاقد ومنهم العملاء وذلك عندما يتعلق الأمر بطلب السلع والخدمات ، فهناك بيانات تتعلق بالعاملين في ذات المشروع التجاري ، كذلك المعلومات المتعلقة برغبات المستهلك أو ميوله ، والتي يمكن تتبعها على شبكة الانترنت ، فلاحقا يتم إغراق المستهلكين بالدعاية . من هنا يتحتم حماية البيانات الشخصية للمستهلك محل اعتبار وحماية في التشريعات المقارنة <sup>2</sup> .

### ثانيا : شروط التعامل في البيانات الشخصية.

#### أ/ الاحتفاظ بالبيانات الاسمية لمدة محددة.

القاعدة أن البيانات الشخصية بما فيها البيانات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية ، يجب حفظها لمدة محدودة ، ويترك تحديد المدة لظروف واعتبارات مختلفة . فحسب نص المادة 28 من قانون المعلوماتية الفرنسي فإنه لا يجوز الاحتفاظ بالمعلومات الاسمية إلا للمدة المحددة في طلب إقامة نظم المعلومات ، أو لمدة تزيد على المدة اللازمة لتحقيق الغرض من تجميع البيانات ، والسبب في هذا التوقيت مراعاة أحكام التقادم المدني والجنائي . وعلى ذلك فيجوز عند الانتهاء

<sup>1</sup> سلطاني آمنة ، مرجع سابق ، ص 122 .

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، مرجع سابق ، ص 230 .

من تنفيذ أي عقد الكتروني محو البيانات الاسمية المتعلقة بهذه الصفة حفاظا على سرية البيانات وحق المستهلك في الخصوصية .

وعلى ذلك تقوم الجريمة إذا تم حفظ هذه البيانات لمدة تتجاوز المدة المقررة للحفظ ، ويقصد بذلك التأكيد على أن البيانات الاسمية لا يمكن أن تحفظ إلا في حالات محددة قانونا ، خصوصا وأن حفظ بيانات الكترونية صار سهلا إذ يمكن أن تحفظ في ذاكرة النظم للأبد<sup>1</sup>.

### ب/ حظر التعامل في البيانات المتعلقة بالمستهلك الا برضاه.

إن تخزين المعلومات الاسمية لا يعني أن هذه المعلومات قد انتقلت من الخصوصية إلى العلانية . كما أن رضا المستهلك بتجميع وتخزين هذه البيانات لا يعني حرية تداولها ونقلها إلى كافة . فهناك جهات ملتزمة قانونا بالمحافظة على سرية المعلومات فتمنع المساس بالبيانات الشخصية ، كالمشرع الفرنسي الذي حدد بعض العقوبات طبقا للمادة (21-222). فيعاقب بالحبس مدة 5 سنوات ودفن غرامة مالية تقدر ب 200.000 فرنك كل من يحوز أو يفشي بيانات غيره بما فيها المتعاملون في التجارة الالكترونية ، بمناسبة تسجيلها أو نقلها تحت أي شكل من أشكال المعالجة ، والهدف من تجريمها تكمن في رغبة المشرع في أي تزوير أو احتيال حماية للمستهلك الإلكتروني<sup>2</sup> .

### ثالثا : الحماية القانونية للحق في الخصوصية.

تدخلت مختلف التشريعات لتنظيم الحق في احترام الحياة الخاصة للأفراد ، وحضر كل اعتداء يقع عليها ووضعت جزاءات وعقوبات للإجرام المعلوماتي والقرصنة سواء المادية أو الفكرية ، فالمشرع في القانون المقارن تدخل ليعاقب كل من دخل بطريق غير مشروع على أنظمة الاتصالات وكفل حماية خاصة للمرسلات الخاصة التي يتم تداولها عبر وسائل الاتصال ، وشدد العقوبة ما ان وقعت من جانب احد المتعاملين بالاتصالات<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، مرجع سابق ، ص ص 232 - 233 .

<sup>2</sup> محمد حسين منصور ، مرجع سابق ، ص 177 .

<sup>3</sup> امدالو سهام ، مرجع سابق ، ص 39 .

أما المشرع الجزائري فلم ينص بشكل صريح في القانون المدني على حماية الحق في الخصوصية ، لكن نجد إشارة عن ضمان الحقوق اللازمة لشخصيته طبقا لنص المادة 47 من القانون المدني<sup>1</sup> ، كما تشير في المادة 34 من الدستور على حرص الدولة على انتهاك حرمة الإنسان<sup>2</sup> ، إضافة إلى المادة 39 التي تنص على احترام حياة المواطن الخاص<sup>3</sup> .

كذا سرية المراسلات والاتصالات بكل أشكالها ، إضافة إلى تجريم كل اعتداء على الحياة الخاصة في المواد 33 مكرر و 303 مكرر<sup>4</sup> .

### المبحث الثاني : حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد.

لم تقتصر الحماية الممنوحة والمقررة للمستهلك في العقود الإلكترونية على طريقة ما قبل إبرام العقد ، بل امتدت هذه الحماية حتى المرحلة التي يتم فيها تنفيذ العقد ، والتي سنتناولها في هذا المبحث من خلال : الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني (المطلب الأول) ، ودور الجمعيات في حماية المستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني) .

### المطلب الأول : الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

تعتبر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الضمانات الأساسية من أجل انتفاع المستهلك بالمنتج أو الخدمة والإخلال بهذه الالتزامات يرتب وفقا للقواعد العامة المسؤولية المدنية وبالتالي التعويض (الفرع الأول) ، كما أن التعدي على حقوقه يشكل جريمة بكل أركانها ترتب المسؤولية الجزائية على مرتكبها (الفرع الثاني) .

<sup>1</sup> المادة 47 من الأمر 75-58 المؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 07/05 المؤرخ في 13/05/2007 ، ج ر ع 31 ، الصادر بتاريخ 13/05/2007 .

<sup>2</sup> المادة 34 من دستور 1996/11/28 ، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 المؤرخ في 07/12/1996 ، ج ر ع 76 ، 1996 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 09-19 ، المؤرخ في 15/07/2008 ، يتضمن التعديل الدستوري ج ر ع 63 ، الصادر في 16/11/2008 .

<sup>3</sup> المادة 39 ، المرجع نفسه .

<sup>4</sup> الأمر رقم 66-15 ، المؤرخ في 8 يونيو 1996 ، يتضمن قانون العقوبات ، ج ر ع 49 ، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1996 المعدل و التتمم .

## الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.

### أولاً: التزام البائع بنقل الملكية.

يرتب عقد البيع التزام البائع بنقل ملكية المبيع إلى المشتري ، حيث يلتزم البائع أن يقوم بما هو ضروري لنقل حق المبيع إلى المشتري ، وأن يكف عن أي عمل من شأنه أن يجعل نقل الحق مستحيلاً أو عسيراً (المادة 428 قانون مدني مصري ) .

و تختلف طريقة تنفيذ البائع لالتزامه بنقل الملكية بحسب ما إذا كان المبيع عقاراً أم منقولاً ، بالنسبة للعقار فان الملكية لا تنتقل إلا بتسجيل التصرف الناقل للملكية ، أما عن المنقول فتختلف طريقة تنفيذ البائع لالتزامه بنقل الملكية فيما إذا كان معيناً بالذات فتنتقل الملكية بمجرد العقد ، وإذا كان المبيع معيناً بالنوع فان الملكية لا تنتقل إلا بالإفراز .  
و يشترط لانتقال الملكية فعلاً إلى المشتري ثلاثة شروط:

- أن يكون المبيع معيناً بالذات .
- أن يكون مملوكاً للبائع .
- أن لا يعلق القانون أو الاتفاق انتقال الملكية على القيام بعمل معين<sup>1</sup> .

### ثانياً: التزام البائع بتسليم المبيع.

إن التزام البائع بتسليم المبيع من أهم الالتزامات لدرجة انه يعتبر محور عقد البيع الذي تدور حوله كافة الالتزامات .

لقد نص المشرع الجزائري على الالتزام بالتسليم في المادة 367 من القانون المدني على أنه " يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري ، بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق ولو لم يتسلمه تسليماً مادياً ، مادام البائع قد اخبره بأنه يستعد لتسليمه بذلك ويحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع " <sup>2</sup>.

ومن خلال هذا النص فان التسليم عبارة عن وضع الشيء المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يستطيع حيازته أو الانتفاع به دون أي عائق وحتى ولم يتسلمه مادياً .

<sup>1</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة ) ، مرجع سابق ، ص 219 .

<sup>2</sup> المادة 367 من القانون المدني، مرجع سابق .

يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كانت عليها وقت البيع ، فان موضوع التسليم هو الشيء المبيع والذي قد يكون سلعة أو خدمة <sup>1</sup> .

### أ/ التزام البائع بتقديم خدمة.

هناك العديد من الخدمات التي تقدم عبر شبكة الانترنت كتعاقد المستهلك مع إحدى الشركات لشراء أحد البرامج عالية التقنية ، فإمكان Microsoft المتخصصة في إنتاج البرامج الحديثة كشركة أن تنفذ التزامها بالتسليم عبر شبكة الانترنت ذاتها ويحصل عليها المشتري مباشرة على الخط ثم ينقله على القرص الصلب الخاص به ، إضافة إلى تقديم الاستشارات القانونية من قبل المحامي أو الاشتراك في بنوك المعلومات ، يلاحظ أن هذا الالتزام غالبا ما يكون يسيرا لفترة من الزمن فعقد الاشتراك مثلا في قواعد المعلومات عبر الانترنت لا يمكن تنفيذه في لحظة واحدة بل يكون تنفيذه متتابع على فترات زمنية مستمرة قصد الاستعلام لتلقي النصائح الفنية للحصول على أفضل خدمة <sup>2</sup>.

كما يجب على مورد الخدمة تقديم المعلومات صحيحة شاملة مع الحفاظ على سرية مطالب الزبون بشأن الخدمات الموردة له .

### ب/ التزام البائع بتسليم سلعة.

عندما يتعلق الأمر بتسليم سلعة ، فالتاجر يلتزم بإرسال السلعة على العنوان الخاص بالمستهلك بواسطة البريد ، أو باستخدام أي وسيلة نقل أخرى سواء داخل حدود الدولة أو خارجها.

لا يكفي أن ينفذ التاجر التزامه للتسليم وإنما يقع على عاتقه الالتزام بتسليم شيء مطابق ، لأن المتعاقد عبر الانترنت يقوم بالشراء استنادا إلى عرض أوصاف المبيع ، فيترتب للمستهلك حق على البائع أن يسلم المبيع بالحالة و الأوصاف التي تم الاتفاق عليها <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> خليل احمد حسن قداد ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، عقد البيع ، الجزء 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2000 ، ص 121 .

<sup>2</sup> محمد حسن رفاعي العطار ، البيع عبر شبكة الانترنت دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004 ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2007 ، ص 109 .

<sup>3</sup> مرجع نفسه ، ص 110 .

و المطابقة المطلوبة في هذه الحالة هي مطابقة المنتج المبوع لما سبق للتاجر أن عرضه على شبكة الانترنت ، و تتحقق هذه المطابقة بمماثلة السلعة المعروض عنها على شاشة الانترنت للسلعة المبوعة في النوعية ، الخصائص، الصفات ، والجودة ، و كل ما تضمنه الإيجاب السابق صدوره من التاجر وبذلك يكون البائع ضامن مطابقة السلعة للشروط و المواصفات المحددة في العقد .

و تكون نفقة تسليم المبيع على البائع في الأصل إلا إذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك، فإذا اخل البائع بالتزامه بتسليم المبيع وفقا لما اتفق عليه يجوز للمشتري أن يطلب فسخ عقد البيع مع التعويض عن الضرر الذي لحقه جراء ذلك ، كما يستطيع أن يطالب البائع بالتنفيذ العيني والذي يثير بدوره صعوبات كبيرة كون المتعاقدين عادة ما تفصل بينهما مسافات بعيدة<sup>1</sup>.

### ثالثا: التزام البائع بضمان التعرض و الاستحقاق.

يرتب عقد البيع بجانب الالتزام بنقل الملكية والتسليم ، التزاما على البائع بضمان ملكية المبيع والإفادة منه بطريقة هادئة و كاملة ، والالتزام بالضمان لا يقتصر على عقد بيع فقط، بل ينشأ عن كل العقود الناقلة للحق بعوض ، كالمقايضة والشركة والصلح والقسمة والإيجار.

و يعرف ضمان التعرض بأنه " ضمان البائع كل فعل صادر منه نفسه أو من غيره ، و يكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه " <sup>2</sup>. و التعرض قد ينشأ من البائع نفسه أو من الغير، ولهذا يجب التمييز بين ضمان التعرض الشخصي وضمان التعرض الصادر من الغير.

### أ/ ضمان التعرض الشخصي.

يلتزم البائع بالامتناع عن أي عمل من شأنه أن يعوق انتفاع المشتري بالمبيع على النحو الذي أعد له ، أو يؤدي إلى سلب المشتري ملكية المبيع كله أو بعضه أو الحقوق المترعة عنه كحق الانتفاع ، أو يجعل المبيع مستحقا كله أو بعضه للغير.

<sup>1</sup> برني نذير ، مرجع سابق ، ص 39 .

<sup>2</sup> إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 230 .

ويشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري كل عمل مادي وكل تصرف قانوني يصدر منه ويؤدي إلى استحقاق كلي أو جزئي .

و يتمثل التعرض المادي في قيام البائع بأي فعل يؤدي بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى الحيلولة دون انتفاع المشتري بالمبيع ، ويحق للمشتري في هذه الحالة رفع دعوى على أساس الإخلال بالالتزام عقدي هو الالتزام بضمان التعرض الشخصي ويعني التعرض القانوني أن يدعي البائع حق على المبيع في مواجهة المشتري .

و بذلك يشترط لقيام ضمان التعرض توافر شرطين :

**الأول :** وقوع التعرض فعلا فلا يكفي مجرد احتمال وقوعه .

**الثاني :** أن يكون التعرض الذي وقع فعلا من شأنه أن يحول كليا أو جزئيا دون انتفاع المشتري بالمبيع ، ويستوي في ذلك أن يكون التعرض مبنيا على سبب مادي أو قانوني .

### **ب/ التزام البائع بضمان التعرض الصادر من الغير.**

يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه ،سواء كان التعرض من فعله هو أو من فعل أجنبي يكون له وقت البيع حق على المبيع يحتج به عن المشتري ، ويكون البائع ملزما بالضمان ولو كان الأجنبي قد ثبت حقه بعد البيع إذا كان هذا الحق قد آل إليه من البائع نفسه (المادة 439 ق مدني) .

يتضح من النص انه يوجد عدة شروط لقيام البائع بضمان تعرض الغير وهي:

1- أن يكون التعرض قانونيا ، فالبائع يضمن التعرض القانوني ولا يضمن التعرض

المادي من الغير .

2- أن يكون سبب الاستحقاق سابقا على البيع أو لاحقا له بشرط أن يكون لسبب

راجع إلى البائع نفسه .

3- أن يكون التعرض حالا .

4- أن لا يكون سبب الضمان ظاهرا أو كان البائع قد أبان عنه للمشتري (م

2/475).

و إذا توافرت الشروط السابقة يلتزم البائع بضمان التعرض الصادر من الغير، فان

البائع يكون ملزما بدفع ذلك التعرض و توفي استحقاق الشيء المبيع في الدعوى المقامة

ضد المشتري ، وفي هذه الحالة يصبح البائع منفذا لالتزامه بتنفيذ عينيا ، أما إذا ثبت استحقاق المبيع للغير ، فالبائع يلتزم بتنفيذ التزامه بالضمان عن طريق التعويض<sup>1</sup>.

### رابعا: ضمان العيوب الخفية.

#### أ/ تعريف العيب الخفي.

العيب الخفي هو العيب الذي يصيب المنتج أو الخدمة سواء في الأوصاف أو في الخصائص ، بحيث يجعلهما غير صالحين للهدف المعد من اجله ، أو يؤدي إلى إتلاف المنتج<sup>2</sup>.

ولقد أشار المشرع الجزائري بدوره للعيب الخفي من خلال نص المادة 379 من قانون مدني جزائري ، والتي تنص على : " يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسب ما هو مذكور بعقد البيع ، أو حسب ما يظهر من طبيعته أو استعماله ، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها " <sup>3</sup>.

أيضا تطرق المشرع المصري لتحديد فكرة العيب الخفي من خلال المادة 07 من قانون حماية المستهلك بقولها : "العيب كل نقص في قيمة أو منفعة أي منتجات بحسب الغاية المقصودة ويؤدي بالضرورة إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله " <sup>4</sup>.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري ومن خلال استقراء المواد المتعلقة بقانون التجارة الإلكترونية 05-18 فإننا نجد انه لم يتطرق إلى أي تعريف أو إشارة لما يتعلق بالعيب الخفي ما يجعلنا نرجع للقواعد العامة في القانون المدني وتطبيقها بهذا الصدد .

<sup>1</sup> مرجع نفسه ، ص ص 231 - 232 .

<sup>2</sup> عبد الله ديب عبد الله محمود ، مرجع سابق ، ص 109.

<sup>3</sup> المادة 379 من القانون المدني ، مرجع سابق.

<sup>4</sup> المادة 07 من القانون 181-18 المتعلق بإصدار قانون حماية المستهلك المصري ، ج ر ع ، 37.

فيمكن تعريف العيب الخفي أيضا بأنه : " الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع " <sup>1</sup> .

### ب/ شروط العيب الخفي.

#### 1- أن يكون العيب مؤثرا.

يكون العيب مؤثرا إذا كان على درجة معينة من الجسامة ، وتقدير جسامة العيب يتم وفق معيار موضوعي يختلف باختلاف ظروف الحال و ينظر فيه إلى الضوابط التي أوردها النص ، وهي إذا كان العيب من شأنه إحداث نقص في قيمة المبيع ، أو على صلاحيته للاستعمال ، ومدى نفعه بحسب الغاية المقصودة منه كما هو مبين في العقد ، أو كما هو ظاهر من طبيعة الشيء <sup>2</sup> .

وبذلك فإن أمر تقدير تأثير العيب يعود للمشتري ، فهو وحده الذي يقدر مدى ملائمة المبيع لمنفعته أو مدى صلاحيته للغرض الذي اعد له ، فالبائع يضمن المبيع ولو كانت المنافع المقصودة أو التي اشترطها المشتري ليست منافع مألوفة والتي يعرفها الناس <sup>3</sup> .

#### 2- أن يكون العيب خفيا.

لا يضمن البائع العيب إذا كان ظاهرا ، والضمان يقتصر على العيوب الخفية فقط ، كما أن العيب لا يكون خفيا إذا كان بإمكان المشتري لو بدل عناية الرجل العادي أن يتبين العيب الخفي الموجود .

وإذا كان الأصل أن البائع لا يضمن العيب إلا إذا كان خفيا فإنه استثناء من هذا الأصل يضمن العيب الخفي و لو كان ظاهرا في حالتين نصت عليهما المادة 379 من القانون المدني الجزائري وهما : الأولى تعمد البائع إخفاء العيب ، والثانية إذا أكد البائع للمشتري خلو المبيع من العيوب <sup>4</sup> .

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 205.

<sup>2</sup> مرجع نفسه ، ص 207.

<sup>3</sup> بن عومر مريم ، قدوري حفصة ، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في الإطار التعاقدية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال ، قسم الحقوق ، جامعة احمد دراية ، أدرار ، 2018-2019 ، ص 65.

<sup>4</sup> المادة 379 من الأمر 56-75 المتضمن القانون المدني ، مرجع سابق .

و متى ظهر العيب الخفي وجب على البائع ضمان ذلك دون التحجج بأنه لا يضمن ذلك العيب لان طبيعة السلعة لا تقتضي ذلك ، فالعبرة بكون العيب خفيا أم لا ، و بمعرفة المشتري ذلك أم لا ، وبإخبار البائع المشتري بذلك العيب أم تعمد إخفاؤه . وفي نص المادة 1642 من القانون المدني الفرنسي يفرق بين العيب الظاهر والعيب الخفي ، ولا يضمن البائع إلا العيب الأخير فقط ، ولعل السبب في تبين المشرع ذلك الحكم هو أن استلام المستهلك للمبيع وعدم اعتراضه يعتبر قرينة على قبوله المبيع بالحالة التي عليها <sup>1</sup> .

### 3- أن يكون العيب قديما .

يضمن البائع العيب الموجود في المبيع وقت التسليم ، أي أن مجرد وجود العيب يوجب الضمان ، ولو لم يكن موجود وقت العقد ، فالبائع يضمن العيب الموجود وقت العقد والذي ينشأ بعد العقد وقبل التسليم .

فلو اشترى شخص ما جهاز نقال من خلال إعلان تجاري ، متوفر عبر الانترنت وبعد استعماله فترة من الوقت ظهر به عيب كفقد الذاكرة مثلا ، فلا يستطيع الرجل العادي وفق المؤلف الكشف عنه بالفحص المعتاد ، فعندئذ يحق للمشتري الرجوع بالضمان على البائع بشرط أن يكون قد اخطر البائع بمجرد ظهور العيب ، وإلا اعتبر المشتري قابلا بالمبيع بما فيه من عيب ، ويقع عبء إثبات العيب على المشتري <sup>2</sup> .

### 4- أن لا يكون العيب معلوما للمشتري .

يجب عدم علم المشتري بالعيب عند التعاقد ، لأن العلم بالعيب يسقط حق المشتري في الضمان ، هذا ما جاء به نص المادة 379 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري: " غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع ، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي " <sup>3</sup> .

أي إذا كان العيب خفيا وكان المشتري على علم به فلا يجب على البائع الضمان، إذ يعد ذلك دلالة على تنازل المشتري على حقه في الضمان ، ويقع على البائع عبء إثبات أن

<sup>1</sup> بن عومر مريم ، قدوري حفصة ، مرجع سابق ، ص 65.

<sup>2</sup> مرجع نفسه ، ص 64.

<sup>3</sup> المادة 379 / 02 من الأمر 65-75 المتضمن القانون المدني ، مرجع سابق.

المشتري كان يعلم بالعيب وقت تسليم المبيع ، وهي واقعة مادية يجوز إثباتها بكافة طرق الإثبات<sup>1</sup> .

### الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني.

تحرص التشريعات المعاصرة على حماية المستهلك بصفة عامة ، وفي المجال الإلكتروني بصفة خاصة، لذا تم تجريم بعض الأفعال التي تشكل اعتداء عليه ، ومن أشكال هذه الأفعال الغش التجاري و الصناعي ، و جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية ، بالإضافة إلى الصور الأخرى من الجرائم التي تمس المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، فهناك العديد من المواد الواردة في قوانين حماية المستهلك والتي تنص على تجريم بعض الأفعال التي قد تقع على المستهلك .

### أولاً: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك.

تتميز الجريمة الإلكترونية عن الجريمة التقليدية في أن الجريمة الإلكترونية تكون الأداة فيها ذات تقنية عالية ، وأيضا مكان الجريمة لا يتطلب انتقال الجاني إليه انتقالا ماديا ، فالجريمة الإلكترونية تتم عن بعد باستخدام شبكات الانترنت بين الجاني والمستهلك ، وتتشابه الجريمتين في أن أطراف الجريمة من مجرم ذي دافع لارتكاب الجريمة ، و ضحية الذي قد يكون شخص طبيعي أو شخص اعتباري<sup>2</sup> .

### أ / الركن المادي في الجريمة الإلكترونية.

إن السلوك الإنساني المحضور الذي يؤدي إلى الضرر أو التهديد بوقوعه يشكل الركن المادي للجريمة الإلكترونية ، فالفعل وهو السلوك الإنساني المحضور، والنتيجة التي ترتب على وقوع هذا الفعل ، وعلاقة السببية بين الفعل والنتيجة هي التي تشكل عناصر الركن المادي للجريمة الإلكترونية<sup>3</sup> .

فالنشاط أو السلوك المادي في جرائم الانترنت يتطلب وجود بيئة اتصال بالإنترنت ، و يتطلب أيضا معرفة بداية هذا النشاط و الشروع فيه ونتيجته ، فمن يقوم بسرقة رقم البطاقة الائتمانية للمستهلك عبر الانترنت يحتاج إلى تجهيز الحاسوب لكي يحقق له حدوث

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم ، أمن المستهلك الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 162.

<sup>2</sup> خالد تلاحمة ، مرجع سابق ، ص 94 .

<sup>3</sup> الحلبي محمد السالم عياد ، شرح قانون العقوبات ، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة ، الأردن ، 1997 ، ص 232 .

الجريمة، فيقوم بتحميل الحاسوب ببرامج اختراق ، أو أن يقوم بإعداد هذه البرامج بنفسه ، وكذلك قد يحتاج إلى تهيئة صفحات تحمل فيروسات لسرقة معلومات هذه البطاقة ، أو أرقام الحساب أو غير ذلك من المعلومات المهمة بتحميلها عن جهاز المستهلك ، كما يمكن أن يقوم بجريمة إعداد برامج فيروسات تمهيدا لبثها ، مع العلم انه لا يشترط أن تكون هناك أعمال تحضيرية لوقوع الجريمة ، هذا ويعتبر شراء برامج الاختراق ، ومعدات لفك الشفرات و كلمات المرور من الأشياء التي تمثل جريمة في حد ذاتها <sup>1</sup> .

ونشير هنا إلى أنه في جرائم الانترنت مسألة النتيجة الإجرامية يمكن معرفتها ، من خلال معرفة وقت الضرر الذي لحق المستهلك نتيجة وقوع العمل الجرمي عليه .

### ب / الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية.

يعرف الركن المعنوي على انه اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب فعل ضد حق يحميه القانون ويعاقب عليه ، وهو عالم انه يقوم بعمل غير مشروع ينطوي على اقرار جريمة محددة بوعي وإدراك بالظروف والملايسات المكونة للجريمة ، فالأساس الذي يقوم عليه الركن المعنوي للجريمة الإلكترونية هو توفر الإرادة الآتمة لدى الفاعل ، وتوجيه هذه الإرادة إلى القيام بعمل غير مشروع جرمه القانون ، كانتحال شخصية المزود عبر الانترنت ، وسرقة أرقام البطاقات الائتمانية ، كما يجب أن تتوفر النتيجة الجرمية المترتبة على الأفعال السابقة ، فتكتسب إرادة الجاني الصفة الجرمية من العمل غير المشروع الذي له النية على ارتكابه ، وهو عالم بالثار الضارة الناشئة عنه <sup>2</sup> .

هذا و يتوافر الركن المعنوي في جرائم الانترنت في المثال التالي ، كقيام احد المحتالين بانتحال شخصية مزود عبر الانترنت بقصد الأضرار بالمستهلك ، و الحصول على أمواله وبالتالي إيقاع الأذى بالمستهلك <sup>3</sup> .

### ج/ الركن الشرعي في الجريمة الإلكترونية :

<sup>1</sup> فؤاد جمال ، الجريمة الإلكترونية ،مرجع سابق ، ص 20 .

<sup>2</sup> الحلبي محمد السالم عياد ، مرجع سابق ، ص 324 .

<sup>3</sup> خالد التلاحمة ، مرجع سابق ، ص 96 .

## ثانيا : صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني.

### أ/ الحماية الجنائية ضد الغش التجاري و الصناعي.

من صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني ، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي ، فقد يقع الغش بفعل الإنسان -كما في حالة الخلط أو الإضافة، و قد يكون الغش ناتجا عن أسباب خارجية عن إرادة الإنسان ، كما هو الحال في حالة فساد السلعة نتيجة لطبيعتها ، وجعلها غير صالحة للاستخدام ، فجريمة الغش لها ركنان احدهما مادي والأخر معنوي<sup>1</sup> ، ويتحقق الركن المادي في حالة البيع الإلكتروني من خلال العرض، أو الطرح للبيع عن طريق الانترنت للسلع الفاسدة ، أو المغشوشة التي تنص إلى المستهلك لاحقا ، كما يتحقق الركن المعنوي في هذه الجريمة بتوافر نية الغش ، أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية<sup>2</sup> .

ويلاحظ أن جرائم الغش في المواد الغذائية هي من جرائم الخطر، وليس من جرائم الضرر، بالمعنى أن الجريمة متوافرة حتى ولو لم يترتب على هذا الغش ضرر بأحد ، وأن العقوبة المفروضة على هذا النوع من الجرائم ستشدد بدرجة ملحوظة إذا كانت السلع المغشوشة ، أو الفاسدة ضارة بصحة الإنسان ، وتجب الإشارة إلى أن احتفاظ التاجر بسلع ضارة ، أو منتهية الصلاحية ، سواء كانت هذه السلع بكميات كبيرة أو قليلة يعد عمل غير مشروع ، بشرط أن يكون القصد الجرمي متوجها إلى إعادة بيعها ، أما إذا كان الهدف من وراء تخزينها هو إعادتها إلى المصدر ، أو إتلافها فإنه لا مجال للعقاب في تلك الحالة .

أما بالنسبة لجريمة المضاربة غير مشروعة فقد نص القانون على ضرورة إيقاع العقاب، و يضاعف العقاب إذا ما حصل ارتفاع بالأسعار وخصوصا المواد الأساسية من الطحين و الوقود والسكر والزيت .

ومن صور الحماية الجنائية للمستهلك حمايته من جرائم السطو على أرقام البطاقات الائتمانية ، فالاستيلاء على بطاقات الائتمان عبر الانترنت أمرا ليس صعبا ، فلصوص بطاقات الائتمان مثلا يستطيعون الآن سرقة مئات الألوف من أرقام البطاقات في يوم واحد من خلال شبكة الانترنت ، ومن تم بيع هذه المعلومات للآخرين ، وقد لجأت بعض

<sup>1</sup> خالد التلاحمة ، مرجع سابق ، ص 101 .

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، مرجع سابق ، ص 59 .

الشركات والبنوك إلى العمل سويًا لتجاوز هذه المخاطر، كالاتفاق الذي وقع بين مؤسسة هونج كونج وشنغهاي البنكية ، وهي من أكبر المؤسسات المصرفية في خونغ كونج وشركة كومباك للحاسب الآلي ، وذلك لتطوير أول نظام آلي آمن للتجارة الإلكترونية ، والذي يمنح التجار خدمة نظام دفع آمن لتمرير عمليات الشراء عبر الإنترنت.

وجرائم السطو على أرقام البطاقات الائتمانية مجرمة شرعًا وقانونًا ، حيث تصنف ضمن جرائم السرقات ، فاعلم التشريعات أمرت بالمحافظة على أموال الناس ، وصيانتها من كل اعتداء غير مشروع بحيث يهدد الأمن والاستقرار ، و يقترح بعض الخبراء باستخدام بطاقة ائتمان خاصة بالإنترنت يكون حدّها الائتماني معقول ، بحيث يقلل من مخاطر فقدانها و الاستيلاء غير المشروع عليها ، وهو الأمر الذي بدأت بعض البنوك الدولية في تطبيقه أخيرًا ، فتجريم فعل السطو على أرقام بطاقات الائتمان و محاربتة، وكذلك الغش التجاري و الصناعي، يوفر للمستهلك الأمن والاستقرار في تعاملاته عبر الإنترنت <sup>1</sup> .

### ب/ جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني.

تحدث جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية عندما يلجأ المزود عامداً ، ولأجل الترويج لمنتجاته إلى الدعاية المضللة التي قد تتطوي في بعض الأحيان على مغالطات عملية ، على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية ، وجرائم الاحتيال أو النصب يمكن أن تقع عبر الإنترنت ، حيث تتمثل الطرق الاحتيالية فيها في صورة الدعاية المضللة لمزايا السلعة، والفوائد المرجوة من وراءها ، بحيث تؤدي للاستيلاء على نقود المستهلك <sup>2</sup>.

وتعاقب معظم القوانين في العالم على مختلف الجرائم التي تقع على المستهلك بشكل عام ، كما تعاقب على الجرائم التي تقع بحق المستهلك بشكل عام ، كما تعاقب على الجرائم التي تقع بحق المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية من خلال تجريم الدخول غير المشروع على مواقع التجارة الإلكترونية والحصول على بيانات المستهلك ، وحظر التعامل في البيانات الشخصية أو الاسمية للمستهلك دون إذن <sup>3</sup> ، والحماية الجنائية للمستهلك في مواجهة مقدمي خدمة الإنترنت في عقد البيع الإلكتروني ، وحماية وسائل الدفع الإلكتروني

<sup>1</sup> خالد التلاحمة ، مرجع سابق ، ص ص 101 - 103 .

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، مرجع سابق ، ص 219 .

<sup>3</sup> خالد التلاحمة ، مرجع سابق ، ص ص 103 - 104 .

من التعدي عليها في مجال التجارة الإلكترونية ، كذلك تسعى اغلب التشريعات الحديثة إلى معاقبة الجاني عند انتهاكه سرية وخصوصية بيانات المستهلك ، ومعاقبة الجاني عند التصريح عمدا ببيانات خاطئة للمستهلك توقع الأخير في غلط في عقد التجارة الإلكترونية ، ومعاقبة الجاني عند ارتكابه لجريمة التعدي على التوقيع الإلكتروني ، أو البيانات المشفرة للمستهلك ، ومعاقبة الجاني أيضا عند تزويره للمحركات الإلكترونية التي يكون المستهلك طرفا فيها <sup>1</sup> .

### ثالثا : المسؤولية الجنائية للجرائم المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني. أ/ عقوبة جريمة الغش التجاري و الصناعي.

قرر المشرع الجزائري عقوبات جزائية تلحق بالمهني في حالة الغش في المواد الغذائية أو التدليس أو حيازة سلع مغشوشة وذلك بموجب نص المادتين 431 / 435 من قانون العقوبات رقم 156/66 <sup>2</sup> .

حيث نصت المادة 431 من قانون العقوبات (المعدلة) على أنه " يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 10.000 إلى 50.000 دج كل من :

- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبية مخصصة .

- يعرض أو يضع للبيع أو بيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة .

- يعرض أو يضع للبيع أو بيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبية أو يحث على استعمالها بواسطة كتبتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات وهو يعلم أنها محددة " <sup>3</sup> .

والمادة 432 من نفس القانون حددت العقوبة بالحبس من خمسة سنوات (05 سنوات) إلى عشرة سنوات (10 سنوات) وبغرامة من 5000.000 إلى 1000.000 دج .

<sup>1</sup> عبد الفاتح بيومي حجازي ، مرجع سابق ، ص 222 .

<sup>2</sup> سهام أمدالو ليلي لحسن ، مرجع سابق ، ص 53 .

المادة 431 من الأمر 66-156 المؤرخ في 18 عام 1836 الموافق ل 8 يونيو 1966 الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم وعدلت المادة بالقانون 82-04 المؤرخ في 13 فبراير 1982 ، ج ر ج ج .

- و يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من عشر (10) سنوات إلى عشرين (20) سنة و بغرامة من 1.000.000 إلى 2.000.000 دج اذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة ، ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان<sup>1</sup> .

كما قرر المشرع الجزائري عقوبات جزائية في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية و ذلك في نص المادة 37 على انه " دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به ، يعاقب بغرامة من 2000.000 دج إلى 1000.000 دج كل من يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون.

يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (01) إلى ستة (06) أشهر"<sup>2</sup> .

بالإضافة إلى نص المادة 38 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تنص انه " دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 500.000 دج إلى 2000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون .

يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري"<sup>3</sup> .

### ب/ عقوبة جريمة الاحتيال المعلوماتي.

ان معظم قوانين الدول تعاقب على مختلف الجرائم التي تقع على المستهلك بشكل عام ، كما تعاقب على الجرائم التي تلحق بحق المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية وتهدف من وراء تقرير العقاب إلى حماية المتعاملين في نطاق التجارة الإلكترونية الذين يتعاملون في بياناتها ، فالعقاب في هذه الجرائم من شأنه زيادة الثقة لدى المتعاملين في التجارة الإلكترونية و الحفاظ على حقوقهم و ذلك من خلال :

- حظر التعامل في البيانات الشخصية أو الاسمية للمستهلك دون إذن .

<sup>1</sup> المادة 432 من الأمر 66-156 ، مرجع سابق .

<sup>2</sup> المادة 37 من القانون 05-18 ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> المادة 38 ، مرجع نفسه .

- الحماية من انتهاك السرية وخصوصية البيانات الاسمية .
  - تجريم التعدي على بيانات البطاقة الائتمانية التي تخص المستهلك .
  - تجريم التعدي على التوقيع الإلكتروني أو البيانات المتفرقة للمستهلك <sup>1</sup> .
- تنص المادة 47 بأنه " تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الإلكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز سبعة (7) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار الاستلام ، يتضمن هوية المورد الإلكتروني، عنوان بريده الإلكتروني وتاريخ وسبب المخالفة ، ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة بالإضافة إلى مواعيد وكيفية الدفع .
- إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل خمسة و أربعين (45) يوما ، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة <sup>2</sup>.
  - أما الأعوان المكلفون بالرقابة نص عليهم المشرع الجزائري في نص المادة 49 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على انه " في إطار تطبيق هذا القانون يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفة أحكامه الموظفون الآتي ذكرهم :
  - ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية .
  - المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون لإدارة المكافحة بالتجارة .
  - الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية .
  - أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعنيون لهذا الغرض ، يجب أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية اليمين وأن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها .
  - يجب على الموظفون المذكورين أعلاه ، خلال القيام بمهامهم وتطبيقا لإحكام هذا القانون ، أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل .
  - يمكن الموظفين المذكورين أعلاه لإتمام مهامهم طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية " <sup>1</sup>.

<sup>1</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، مرجع سابق ، ص 104 .

<sup>2</sup> المادة 47 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مرجع سابق .

هذا و نصت المادة 36 من القانون 18-05 بأنه " زيادة على ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية ، يؤهل لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون ، الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة .

- تتم كفييات الرقابة ومعاينة المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون حسب نفس الأشكال المحددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما ، لاسيما تلك المطبقة على الممارسة التجارية وعلى شروط ممارسة الأنشطة التجارية وعلى حماية المستهلك وقمع الغش .  
- يجب على المورد الإلكتروني السماح لأعوان المؤهلين لمعاينة المخالفات بالولوج بحرية إلى تواريخ المعاملات التجارية " <sup>2</sup> .

أعطى المشرع الجزائري في نص المادة 26 من القانون 09-03 المتعلق بقمع الغش مجموعة من الصلاحيات لأعوان قمع الغش حتى يتمكن من تأدية الخدمة الموكلة لهم :

- حرية الدخول نهارا أو ليلا بما في ذلك أيام العطل إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ومحلات الشحن وبصفة عامة إلى أي مكان ، باستثناء ذات الاستعمال السكني التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام القانون الإجراءات الجزائية .
- إجراء المراقبة أثناء نقل المنتجات على مستوى الطرقات .
- فحص الوثائق أو سماع المتدخلين المعنيين ، أو عن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس ، وتتم عند الاقتضاء ، باقتطاع العينات ، إجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب .
- تحرير المحاضر تدون فيها تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة وتبين فيها وقائع المعاينة والمخالفات المسجلة والعقوبات المتعلقة بها.

كما يمكن للأعوان في إطار ممارسة مهامهم ، طلب تدخل أعوان القوة العمومية ، واللجوء إلى السلطة القضائية المختصة إقليميا عند الضرورة <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> المادة 49 ، من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مرجع سابق .

<sup>2</sup> المادة 36 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> المادة 26 من القانون 09-03 المتعلق بقمع الغش ، المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 15 ، الصادر في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ ، بتاريخ 8 مارس سنة 2009 .

كما أنهم يتمتعون بواجبات عديدة تستوجب عليهم الالتزام بها عند ممارسة مهامهم والتي تتمثل أساساً في:

- احترام السر المهني طبقاً للأحكام التشريعية و التنظيمية السارية المفعول وأن يؤذوا اليمين بقولهم: " اقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بأعمال وظيفتي بأمانة وصدق وأحافظ على السر المهني وأراعي في كل الأحوال الواجبات المفروضة عليه " .

- تبيان الوظيفة وإظهار التفويض للعمل .
- الالتزام الصارم بالإجراءات القانونية للرقابة وتحرير محضر بكل إجراء يتم اتخاذه .
- احترام حقوق الدفاع للخاضعين للمراقبة .
- العمل أيام العطل وخارج أوقات العمل الرسمية عند الحاجة <sup>1</sup> .

بالإضافة إلى نص المادة 86 من قانون 09-03 المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص بأنه " يمكن للأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون فرض غرامة الصلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقاً لأحكام هذا القانون " .

وإذا لم تسدد غرامة الصلح في الآجال المحددة في المادة 92 أدناه يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة، وفي هذه الحالة ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى <sup>2</sup> .

ولا يمكن فرض غرامة الصلح إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها، إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية وإما تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك، في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح ، وفي حالة العود <sup>3</sup> .

### المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك.

للجمعيات دور فعال يتمثل في بث الثقة في نفوس المستهلكين ، فبفضلها أصبح بإمكان المستهلك اللجوء إلى المواقع ليقنتي حاجياته دون خوف من تعرضه للنصب والغش و قرصنة أمواله ، ولبيان دور جمعيات حماية المستهلك ، نتعرض في هذا المطلب إلى : تعريف جمعيات حماية المستهلكين (الفرع الأول) ، خصائص جمعيات حماية المستهلكين

<sup>1</sup> فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، مرجع سابق ، ص ص 106 - 107 .

<sup>2</sup> المادة 86 من القانون 09-03 ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> فيروز بوزيان ، جمال بلعيد ، مرجع سابق ، ص 107 .

(الفرع الثاني) ، مهام الجمعيات لحماية المستهلك (الفرع الثالث) ، واعتماد الجمعيات على القضاء لحماية المستهلكين (الفرع الرابع) .

### الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلكين.

تخضع جمعيات حماية المستهلكين لأحكام القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات<sup>1</sup>، ذلك أن المشرع وضع نصا قانونيا واحدا تخضع لأحكامه كل الجمعيات مهما كان موضوع نشاطها علميا اجتماعيا ، تربويا ، ثقافيا ... الخ ، ومهما كان النطاق الإقليمي لهذا النشاط، سواء كان شاملا لمجموع التراب الوطني (جمعية وطنية) ، أو قاصرا على جهة من جهات الوطن ( جمعية جهوية أو ما بين الولايات ) ، أو متواجدا على المستوى المحلي ( جمعية بلدية أو ولاية) ، فكل هذه الجمعيات تجد أساسها القانوني في النص سالف الذكر<sup>2</sup> .

وقد عرف المشرع قبله " الجمعية " من خلال المادة 02 من القانون رقم 31/90 المتعلق بالجمعيات بقوله : " تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ، ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيين أو معنويون على أساس تعاقدية ولغرض غير مريح"<sup>3</sup> ، وليس بعيدا عن ذلك عرفها بموجب المادة 02 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات على أنها : " عبارة عن تجمع أشخاص طبيعيين و/ أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح " .<sup>4</sup>

### الفرع الثاني : خصائص جمعيات حماية المستهلكين.

#### أولا : الجمعية عبارة عن عقد.

عبر المشرع الجزائري من خلال القانون 06/12 على أن الجمعية تجمع أشخاصا تربطهم علاقة تعاقدية ، ولما كانت كذلك فإن إنشائها يخضع لمبدأ حرية التعاقد الذي تنشأ عنه القوة الملزمة للعقد وأساسها مبدأ سلطان الإرادة ، وهو ما يتأكد من خلال نص المادة

<sup>1</sup> القانون 06-12 المتعلق بالجمعيات ، المؤرخ في 12 يناير 2012 ، ج ر ، عدد 2 ، الصادرة بتاريخ 15 يناير 2012 .

<sup>2</sup> حلومي عبد الحكيم ، دور جمعيات المستهلكين في توعية المستهلك ، مذكرة استكمال للحصول على درجة ماستر في قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة سعيدة د الطاهر مولاي ، 2018-2019 ، ص23.

<sup>3</sup> المادة 02 من القانون 90-31 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 .

<sup>4</sup> المادة 06 من القانون 06-12 ، مرجع سابق .

06 من القانون رقم 06/12 التي تنص على انه: " تؤسس الجمعية بحرية من قبل أعضاءها المؤسسين ... " .

وعقد الجمعية كغيره من العقود ، لا يجوز تعديله أو نقده أو إلغاؤه إلا باتفاق الأطراف، أو لأسباب التي يقرها القانون <sup>1</sup> .

### ثانيا : تتكون الجمعية من أشخاص طبيعيين و / أو معنويين .

تكون الجمعية من أشخاص طبيعيين و/ أو معنويين على حد سواء ، وهو ما نصت عليه المادة 02 من القانون رقم 06/12 <sup>2</sup> ، حتى وان أغفلت تحديد طبيعة الشخص المعنوي ، الذي تكفلت بتحديدته المادة 05 من ذات النص بمناسبة حديثها عن الشروط الواجب توافرها في الشخص المعنوي الخاضع للقانون الخاص ، وهو ما يعني أن الشخص المعنوي المقصود أي الذي يمكن أن تتكون منه الجمعية ، هو الشخص المعنوي الخاضع للقانون الخاص دون العام <sup>3</sup> .

### ثالثا : الغرض الغير مربح .

تعتبر الجمعية مؤسسة اجتماعية خارج السوق الاقتصادية و التنافس ، فهي لا تسعى إلى الربح المادي كغرض أساسي لوجودها ، والأشخاص الراغبين في الحصول على أرباح أو تنمية ممتلكاتهم الخاصة لديهم الحق في اقتحام ميادين أخرى غير الجمعيات . للإشارة فان المشرع ومن خلال تعريفه للجمعية سواء بموجب القانون الملغى ، أو القانون الساري رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات ، استعمل عبارة " لغرض غير مربح " ، لكن ذلك لا يعني بضرورة عدم إمكان استهداف الجمعية للربح ، لأنها في الواقع لا تمنع من مباشرة نشاطات تهدف من خلالها إلى توفير بعض الأرباح لاستخدامها في تحقيق الأهداف المسطرة ، حيث منحها المشرع ذلك الحق بموجب المادة 29 من القانون سالف الذكر ، المحددة لموارد الجمعية ، غير أن الممنوع والمحضور على الجمعية ، هو اقتسام الأرباح

<sup>1</sup> حلبي عبد الحكيم ، مرجع سابق ، ص ص 23 - 24 .

<sup>2</sup> المادة 02 من القانون 06-12 ، مرجع سابق .

<sup>3</sup> المادة 05 ، مرجع نفسه .

المترتبة عن هذه النشاطات بين أعضائها ، أو استخدامها لأغراض أخرى غير تلك المحددة قانونا ، وهذا ما نصت عليه المادة 31 من القانون المذكور أعلاه <sup>1</sup> .

### الفرع الثالث : مهام الجمعيات لحماية المستهلك.

#### أولا : التحسيس والإعلام.

من الواجبات الأساسية للجمعيات تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه ، صحته و ماله ، ولم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلكين .

و تعتمد الجمعية في قيامها بعملية التحسيس على وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة ، تعليق الملصقات والمنشورات ، حيث تعتمد مساهمة الجمعيات على جمع المعلومات ومعالجتها ثم نشرها في الوقت المناسب على أوسع نطاق ممكن <sup>2</sup> .

#### ثانيا : الدفاع عن حقوق و مصالح المستهلكين.

لقد سمح القانون الجزائري لجمعيات المستهلكين بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق بها ، وذلك طبقا للمادة 23 من قانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك <sup>3</sup> ، وقد توسع في دور الجمعيات قانون 03/03 المتعلق بالمنافسة والأسعار الذي أعطى لها حق رفع الدعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة والأسعار ، كما يمكنها التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم ، كما تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها <sup>4</sup> .

• وقد نصت المادة 23 من قانون حماية المستهلك المصري على أهداف جمعيات

حماية المستهلك فيما يلي :

-مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها .

<sup>1</sup> حلبي عبد الحكيم ، مرجع سابق ، ص 24 .

<sup>2</sup> فيروز بوزيان ، جمال بلعيد ، مرجع سابق ، ص 108 .

<sup>3</sup> المادة 23 من القانون 89-02 ، مرجع سابق .

<sup>4</sup> فيروز بوزيان ، جمال بلعيد ، ص ص 108 - 109 .

- عمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المنتجات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتي تحدد محتواها وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن .
- تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلكين وتقديم مقترحات علاجها .
- تلقي شكاوي المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها .
- معاونة المستهلكين الذي وقع عليهم الضرر من جراء استخدام أو شراء سلعة أو تلقي خدمة في تقديم الشكاوي للجهات المختصة ومنها جهاز حماية المستهلك واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم<sup>1</sup> .

### الفرع الرابع : اعتماد الجمعيات على القضاء لحماية المستهلكين.

تلجأ جمعيات حماية المستهلك إلى القضاء للدفاع عن حقوق هذا الأخير الذي قد تصيبه أضرار، تحوله إلى المطالبة بالتعويض .

### أولاً : شروط رفع الدعوى من طرف الجمعيات لحماية المستهلك.

شروط رفع الدعوى محددة قانوناً بموجب القانون 08-09 المتعلق بقانون الإجراءات المدنية والإدارية وهو منصوص عليها في المادة 13<sup>2</sup> ، وصفة التقاضي تثبت لجمعيات حماية المستهلك بمجرد الاعتماد والاعتراف بالشخصية المعنوية ، وهذا وفقاً لما نصت عليه المادة 17 من القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات<sup>3</sup> ، وإن المادة 23 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش أقرت بهذا الحق على أنه " عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها المتدخل وذات أصل مشترك يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني " <sup>4</sup> ، والمادة 24 نصت أنه " ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين ، يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك وتحدد تشكيلة المجلس واختصاصاته عن طريق التنظيم " <sup>5</sup> .

<sup>1</sup> مرجع نفسه ، ص 110 ص 110 .

المادة 13 من القانون 08-09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق ل 25 فبراير سنة 2008 ، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

<sup>3</sup> المادة 17 من القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات ، مرجع سابق .

<sup>4</sup> المادة 23 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، مرجع سابق .

<sup>5</sup> المادة 24 ، مرجع نفسه .

### ثانيا : الجهة القضائية المختصة بنظر بدعاوى جمعيات حماية المستهلك .

نصت المادة 96 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة على أنه يجوز لجمعيات حماية المستهلكين والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون ، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر ، كما يمكنهم تأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بهم ، ونصت المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنه من حق جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني عند تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك<sup>1</sup> .

ويؤكد هذه الفرضية نص المادة 65 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إذ تنص المادة على انه " دون المساس بأحكام المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية يمكن جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون " <sup>2</sup> .

خيرة بن سالم ، محمد جغام ، دور الجمعيات في حماية المستهلك ، مجلة الاجتهاد القضائي ، العدد 14 ، أبريل 2017

<sup>1</sup>، جامعة خميس مليانة ، الجزائر ، ص 169 . ص 110 فيروز .

<sup>2</sup> المادة 65 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مرجع سابق .



# خاتمة



## خاتمة

من خلال دراستنا ، يتبين لنا أن حماية المستهلك المتعاقد عن بعد هي هدف أساسي ، يتطلبه التطور العلمي والتقني الذي يمس جميع المجالات ، فلا بد من تفعيل آليات تتلاءم مع طبيعة الحياة الاجتماعية ورغبات المستهلك ، نظرا لأثر التجارة الالكترونية في تغيير طريقة إنتاج وبيع وتوزيع السلع والخدمات ، التي أصبحت أساس من أسس عالم اليوم ، فالتعامل عبر الانترنت ألغى كل الحدود الجغرافية والحواجز السياسية التي تفصل بين الدول ، وساهم في تحقيق علاقة وطيدة بين الشعوب المتباعدة .

ولقد اهتمت التشريعات بالعقود الالكترونية ، وأفردت عدة نصوص تنظيمية لتنظيمها بغية تقادي أي أخطاء أو مخاطر ، يكون ضحيتها الأول هو المستخدم لهذه التقنية المستحدثة وهو المستهلك الالكتروني ، لهذا كان الهدف من دراستنا في المبحث الأول من الفصل الأول هو تسليط الضوء على المراحل التاريخية لحماية المستهلك ، وتحديد أطراف عقد الاستهلاك الالكتروني ، عبورا بتبيان المقصود بالمستهلك العادي ووصولاً إلى تعريف المستهلك الالكتروني ، وبما أن العقد الالكتروني من أهم الوسائل المستخدمة في التجارة الالكترونية خصصنا مبحث ثاني تناولنا فيه مفهوم كل منهما .

ولحماية المستهلك فإن الأمر يستدعي وضع آليات قانونية ، تطرقنا إليها في الفصل الثاني، حيث توصلنا إلى أنها تنقسم إلى قسمين منها ما يتعلق بمرحلة ما قبل تنفيذ العقد ، ومنها ما يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد.

ففي مرحلة ما قبل تنفيذ العقد ، تحدثنا عن صور حماية المستهلك وحقوقه في مرحلة التفاوض ، التي تتضمن وضوح الإعلان الالكتروني الذي يجعل المستهلك على بينة من أمره عند التعاقد ، فلا يتعرض للإيهام أو الادعاء ، إضافة إلى حقه في الإعلام ، أما في النقطة الموالية فقد تمت مناقشة حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد ، وذلك من خلال الإشارة إلى حقوق المستهلك أثناء هذه المرحلة ، كحقه في العدول ، وحقه في حماية بياناته الشخصية ، إضافة إلى وسائل حمايته في مواجهة الشروط التعسفية .

أما في مرحلة تنفيذ العقد ، فقد تحدثنا عن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني ، التي تنقسم إلى حماية مدنية كالتزام البائع بنقل الملكية ، وضمان التعرض والاستحقاق ، وحماية جزائية الهدف منها ردع الغش ، حيث جرمت بعض الأفعال مثل جريمة الغش التجاري والصناعي ، وجريمة الاحتيال وأقر لها المشرع عقوبات ، وعلى هذا الأساس ومن خلال دراستنا للموضوع المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني ، ارتأينا أن البيئة الرقمية تحتاج لمراقبة ومعاينة من طرف هيئات متخصصة ، منها جمعية حماية المستهلك التي يلجأ إليها المستهلك الإلكتروني في حالة تعرضه لمخاطر وأضرار .

وبعد أن أكملنا دراستنا فإنه يمكننا القول في نهايتها أننا توصلنا إلى النتائج التالية :

- أن عقد الاستهلاك المبرم عبر شبكة الانترنت ، هو نفسه عقد الاستهلاك التقليدي من ناحية الأطراف والمحل ، فقط يختلفان في البيئة التي يبرم فيها كل عقد .

- أن التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة في العالم ، لكن بالرغم من هذا أصبحت ممارستها أمر طبيعي في الدول المتقدمة ، وهي تعرف تقدما تلوى الآخر في مدى استعمالها .

- تغطي حماية المستهلك أثناء التعاقد كل مراحل العقد ، منها ما يكون في مرحلة ما قبل تنفيذ العقد أو مرحلة تنفيذه .

- حاجة المستهلك الإلكتروني للحماية هي واجب يقع على عاتق كل الدول ، بسبب ما غزى العالم من مخاطر تلابس نشوء التجارة الإلكترونية .

- بالرغم من محاولتنا إسقاط الحلول القانونية الموجودة في إطار النظرية العامة للعقد على وضع المستهلك الإلكتروني من أجل حمايته ، إلا أنها تبقى ناقصة وذلك لعدم كفايتها أو لصعوبة أعمالها ، خاصة في ظل غياب تشريع خاص يحمي المستهلك الإلكتروني ، وينظم تعاقدته عن بعد كما هو الحال في الجزائر .

- إن توعية المستهلكين الإلكترونيين بحقوقهم وواجباتهم من الناحية القانونية ، يعمل على زرع الثقة والاطمئنان في المعاملات التجارية التي تتم في البيئة الرقمية .

ومن أهم التوصيات التي وصلنا إليها :

- ضرورة الكتابة بعدة لغات ، فاللغة هي وسيلة مهمة في فهم المستهلك لمحتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم عليه .

- تكوين قضاة متخصصين في المجال الالكتروني أو إنشاء محاكم تختص بالنظر في المنازعات الالكترونية ومن ضمن تشكيلتها خبير متخصص في مجال تقنيات الاتصال ، مع عقد ندوات ودورات تدريبية لرجال القضاء بهدف إعداد إطارات قضائية تسير المستجدات الحديثة .

- العمل على زيادة المواقع الالكترونية التي تهدف لتوعية المستهلك ، وتقديم الدعم القانوني له .

- دعم وتفعيل دور جمعيات حماية المستهلك والعمل على إنشاء المزيد من الجمعيات .



# قائمة المراجع



قائمة المصادر والمراجع

أولاً : قائمة المصادر

أ/ القرآن الكريم

سورة الأعراف

ب/ النصوص القانونية

- الدستور :

1- دستور 1996/11/28 ، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 المؤرخ في 1996/12/07 ، ج ر ع 76 ، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 09-19 ، المؤرخ في 2008/07/15 ، يتضمن التعديل الدستوري ج ر ع 63 ، الصادر في 2008/11/16 .

- القوانين والأوامر :

- 1- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 عام 1836 الموافق ل 8 يونيو 1966 الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم وعدلت المادة بالقانون 82-04 المؤرخ في 13 فبراير 1982 ، ج ر .
- 2- الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم بقانون 10/05 مؤرخ في 20 أوت 2005 وكذلك القانون رقم 05/07 مؤرخ في 13 ماي 2007 .
- 3- القانون رقم 02/89 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق ل 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، الجريدة الرسمية للجمهورية ، الصادرة يوم الأربعاء 2 رجب عام 1409 هـ .
- 4- القانون 90-31 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 .
- 5- القانون 08-09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق ل 25 فبراير سنة 2008 ، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.<sup>1</sup>

## قائمة المراجع

- 6- القانون رقم 08-12 ، المؤرخ في 25 يونيو سنة 2008 ، يعدل ويتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة معدل ومتم.
- 7- القانون 09-03 المتعلق بقمع الغش ، المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 15 ، الصادر في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ ، بتاريخ 8 مارس سنة 2009 .
- 8- القانون 12-06 المتعلق بالجمعيات ، المؤرخ في 12 يناير 2012 ، ج ر ، عدد 2 ، الصادرة بتاريخ 15 يناير 2012 .
- 9- القانون رقم 18-15 المؤرخ في 10/05/2018 ، المتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر ج ، عدد 28 ، الصادرة في 16/05/2018.
- 10- القانون 181-18 المتعلق بإصدار قانون حماية المستهلك المصري ، ج ر ع ، 37.

### المراسيم :

- 1-المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، المؤرخ في 30/01/1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر ج ج ، عدد 05 ، الصادرة في 31/01/1990 .
- 2-المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ، المؤرخ في 15/09/1990 ، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، ج ر ج ج عدد 44 ، الصادرة بتاريخ 19/09/1990 .

### ثانيا : قائمة المراجع

#### أ/ الكتب

- 1-إبراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية ، ط 1 ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، مصر ، 2003 .
- 2-إبراهيم بختي ، التجارة الالكترونية -مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة- ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 1 ، الجزائر ، 2005 .
- 3-إبراهيم خالد ممدوح ، إبرام العقد الالكتروني ، الطبعة الثانية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2011 .

## قائمة المراجع

- 4- إبراهيم خالد ممدوح ، أمن المستهلك الالكتروني ، الدار الجامعية ، مصر ، 2008 .
- 5- إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الالكتروني ، دار الفكر الجامعي ، 2008 .
- 6- إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية ( دراسة مقارنة ) ، مرجع سابق .
- 7- إبراهيم خالد ممدوح ، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة) ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر .
- 8- إبراهيم خالد ممدوح ، لوجيستيات التجارة الالكترونية ، ط 1 ، دار الفكر الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، سنة 2008 .
- 9- أحمد خليفة الملط ، الجرائم المعلوماتية ، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع ، مصر ، 2006 .
- 10- أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، سنة 2005 ، ص 23.
- 11- الحلبي محمد السالم عياد ، شرح قانون العقوبات ، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة ، الأردن ، 1997 .
- 12- الطاهر شوقي مومن ، عقد البيع الالكتروني ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2007 .
- 13- الياس ناصيف ، العقد الالكتروني في القانون المقارن ، ط 1 ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2009 .
- 14- أمير فرج يوسف ، التجارة الالكترونية ( E. commerce ) ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2008 .
- 15- إيمان مأمون أحمد سليمان ، إبرام العقد الالكتروني وإثباته ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2008 .
- 16- بتول صراوة عبادي ، التظليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى ، 2011 ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان .

## قائمة المراجع

- 17-بشار محمود دودين ، الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الانترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2006 .
- 18-جامعة القدس المفتوحة ، التجارة الالكترونية ، الطبعة الأولى ، فلسطين ، 2006 .
- 19-خليل احمد حسن قداة ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، عقد البيع ، الجزء 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2000 .
- 20-سيد حمد عبد الخالق ، البنوك والتجارة الالكترونية الجديد في الأعمال المصرفية من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، الجزء 2 ، الجديد في التموين المصرفي ، لبنان 2002 .
- شاهين ، بهاء ، الانترنت والعولمة ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، 1999 ، ص 46 .
- 21-شحاتة غريب محمد شلقامي ، التعاقد الالكتروني في التشريعات العربية (دراسة مقارنة) ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2008 .
- 22-عبد الفتاح بيومي حجازي ، ، التجارة الالكترونية و حمايتها القانونية ، الطبعة الأولى ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2007 .
- 23-عبد الله ذيب محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012 .
- 24-عبدالعال طارق ، التجارة الالكترونية ، -المفاهيم-التجارب-التحديات-الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية، مصر ، 2003.
- 25-علي فيلاي ، التزامات النظرية العامة للعقد ، موفم للنشر ، الطبعة 03 ، الجزائر .
- 26-فريد منعم جبور ، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الالكترونية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2010 .
- 27-كوثر سعيد عدنان خالد ، حماية المستهلك الالكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، مصر ، 2012 .
- 28-ماجد محمد سليمان أبا الخيل ، العقد الالكتروني ، الطبعة الأولى ، مكتبة الرشد ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 2009 .
- 29-محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، 2003 .

## قائمة المراجع

- 30- محمد حسن رفاعي العطار ، البيع عبر شبكة الانترنت دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 لسنة 2004 ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2007 .
- 31- محمد حسين منصور ، أحكام البيع التقليدية الالكترونية والدولية وحماية المستهلك ( تمييز البيع عن غيره من العقود ، تقاوض ابرام البيع وصوره ، البيوع الدولية والالكترونية والمعلوماتية ، حماية المستهلك ، نقل الملكية ، الضمان ، الوفاء الالكتروني ، فسخ العقد ) ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2006 .
- 32- محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، مصر ، 2003 .
- 33- محمد صالح حناوي وآخرون ، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، 2004 .
- 34- محمد صبري السعدي ، الواضح في شرح القانون المدني (النظرية العامة للالتزامات ) ، دار الهدى للطبع والنشر والتوزيع ، طبعة 2012 ، عين مليلة الجزائر .
- 35- مومني بشار طلال ، مشكلات التعاقد عبر الانترنت ، الطبعة الاولى ، عالم الكتاب الحديث ، الاردن ، 2004 .
- ب/ الرسائل والمذكرات :**
- الدكتوراه والماجستير :**
- 1- جرعود ياقوت ، عقد البيع وحماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر ، 2002 .
- 2- الصادق صياد ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، السنة الجامعية 2013/2014 .
- 3- صراع كريمة ، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص استراتيجية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، جامعة وهران ، في 2014/05/07 .

## قائمة المراجع

- 4- عبد القادر معروف ، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك (دراسة مقارنة) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة عبد الحميد ابن باديس ، مستغانم ، الجزائر ، السنة الجامعية 2017/2016 .
- 5- فاطمة بحري ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص جامعة أبو بكر بالقايد ، تلمسان، الجزائر ، السنة الجامعية 2013/2012 .
- 6- مخلوفي عبد الوهاب ، التجارة الالكترونية عبر الانترنت ، أطروحة دكتوراه في العلوم تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012/2011 .
- الماستر :
- 1- بن عومر مريم ، قدوري حفصة ، الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في الإطار التعاقدى ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال ، قسم الحقوق ، جامعة احمد دراية ، أدرار ، 2018-2019 .
- 2- جميلة جبار ، حماية المستهلك في العقود الالكترونية ، مجلة الاقتصاد الجديد ، المجلد 1 ، العدد 10 ، جامعة خميس مليانة .
- 3- حاني حميدة ، مزماط سامية ، حقوق المستهلك في العقد الالكتروني ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر فرع القانون الخاص ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2013/2014 .
- 4- حلومي عبد الحكيم ، دور جمعيات المستهلكين في توعية المستهلك ، مذكرة استكمال للحصول على درجة ماستر في قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة سعيدة د الطاهر مولاي ، 2018-2019 .
- 5- خالد طيهار ، حماية المستهلك الالكتروني ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، قانون أعمال ، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ، السنة الجامعية 2019/2018 ، ص 8 ص 9.
- 6- سعدي عبد القادر ، آليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون اجتماعي ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر ، سعيدة ، 2016/2015 .
- 7- سهام امدالو ، ليلي لحسن ، حماية المستهلك الالكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، الجزائر ، السنة الجامعية 2013/2012 .

8- عبد العالي فارس ، حماية المستهلك في العقد الالكتروني ، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ، شعبة الحقوق تخصص قانون الأعمال ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، 2014/2013 .

9- فيروز بوزيان ، جمال الدين بلعيد ، الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل القانون 05/18 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال ، جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة ، 2019/06/27 .

10- برني نذير ، العقد الالكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري ، مذكرة تخرج لنيل اجازة المدرسة العليا للقضاء ، الدفعة الرابعة عشر ، 2006.

### ج/ المقالات والمدخلات :

1- آمنة سلطاني ، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول : حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية ، المركز الجامعي بالوادي ، 13 و 14 أفريل 2008 .

2- خيرة بن سالم ، محمد جغام ، دور الجمعيات في حماية المستهلك ، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14 ، أفريل 2017 ، جامعة خميس مليانة ، الجزائر .

3- عبد الرحمان خلفي ، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة) ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، العلوم الإنسانية ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2013 .

4- عبدلي أمينة ، الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في مرحلتي ما قبل وأثناء التعاقد ، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية " مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية " ، العدد 05 ، جوان 2018 .

5- علي أحمد صالح المهداوي ، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الالكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن معاملات والتجارة الالكترونية والقانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك) ، مجلة الشريعة والقانون عدد . 42 .

## قائمة المراجع

---

6-محمد المهدي دين السي حمو ، مهداوي عبد القادر ، الطبعة القانونية للعقد الالكتروني ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المجلد السابع ، العدد السادس ، جامعة العقيد أحمد دراية ، أدرار ، الجزائر .



# الفهرس



الفهرس

| الصفحة | العنوان  |
|--------|--|
| 1      | مقدمة  |
| 5      | المستهلك الالكتروني وعقود التجارة الالكترونية                          |
| 6      | ماهية المستهلك الالكتروني  |
| 6      | التطور التاريخي لحماية المستهلك  |
| 7      | التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة                   |
| 7      | أولا عند الفراعنة  |
| 7      | ثانيا عند الرومان  |
| 8      | ثالثا في الشريعة الإسلامية   |
| 8      | الفرع الثاني التطور التاريخي لحماية المستهلك في التشريعات الحديثة      |
| 8      | أولا حماية المستهلك في القوانين الأنجلوسكسونية                         |
| 10     | ثانيا حماية المستهلك في التشريعات العربية                              |
| 12     | المطلب الثاني مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني وأطرافه                   |
| 12     | الفرع الأول تعريف عقد الاستهلاك الالكتروني                             |
| 14     | الفرع الثاني أطراف عقد الاستهلاك الالكتروني                            |
| 14     | أولا المستهلك الالكتروني   |
| 17     | ثانيا المهني أو المورد   |
| 19     | المطلب الثالث نطاق ومبررات حماية المستهلك الالكتروني                   |
| 20     | الفرع الأول نطاق حماية المستهلك الالكتروني على المستوى الدولي والداخلي |
| 12     | أولا على المستوى الداخلي   |
| 24     | ثانيا على المستوى الدولي   |
| 27     | الفرع الثاني مبررات حماية المستهلك الالكتروني                          |
| 27     | أولا التطور الحديث في شبكة الانترنت                                    |
| 28     | ثانيا حاجة المستهلك إلى الخدمات الالكترونية                            |

|    |  |               |
|----|--|---------------|
| 28 | افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني    | ثالثا         |
| 30 | العقد الالكتروني في ظل التجارة الالكترونية       | المبحث الثاني |
| 30 | مفهوم العقد الالكتروني                           | المطلب الأول  |
| 30 | تعريف العقد الالكتروني                           | الفرع الأول   |
| 30 | التعريف الفقهي للعقد الالكتروني                  | أولا          |
| 31 | التعريف التشريعي للعقد الالكتروني                | ثانيا         |
| 33 | خصائص العقد الالكتروني                           | الفرع الثاني  |
| 33 | العقد الالكتروني أحد العقود التي تبرم عن بعد     | أولا          |
| 34 | العقد الالكتروني من عقود المساومة                | ثانيا         |
| 37 | عقد يغلب عليه الطابع الدولي                      | ثالثا         |
| 37 | عقد يغلب عليه الطابع التجاري                     | رابعا         |
| 38 | تمييز العقد الالكتروني عن غيره من العقود         | الفرع الثالث  |
| 38 | عقد الدخول إلى الشبكة                            | أولا          |
| 39 | عقد خدمة الخط الساخن                             | ثانيا         |
| 39 | عقد إنشاء المتجر الافتراضي                       | ثالثا         |
| 41 | عقد الإيجار المعلوماتي                           | رابعا         |
| 42 | ماهية التجارة الالكترونية                        | المطلب الثاني |
| 42 | تعريف التجارة الالكترونية                        | الفرع الأول   |
| 42 | المقصود بالتجارة الالكترونية                     | أولا          |
| 45 | الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية | ثانيا         |
| 47 | أشكال التجارة الالكترونية                        | ثالثا         |
| 47 | خصائص التجارة الالكترونية                        | الفرع الثاني  |
| 49 | مزايا وعيوب التجارة الالكترونية                  | الفرع الثالث  |
| 49 | مزايا التجارة الالكترونية                        | أولا          |
| 52 | عيوب التجارة الالكترونية                         | ثانيا         |

|    |  |               |
|----|--|---------------|
| 52 | شروط ممارسة التجارة الالكترونية                      | الفرع الثالث  |
| 56 | آليات حماية المستهلك الالكتروني                      | الفصل الثاني  |
| 56 | حقوق المستهلك الالكتروني في مرحلة ما قبل تنفيذ العقد | المبحث الأول  |
| 56 | حقوق المستهلك الالكتروني في مرحلة التفاوض            | المطلب الأول  |
| 56 | الحق في الإعلان الالكتروني                           | الفرع الأول   |
| 56 | تعريف الإعلان الالكتروني الموجه للمستهلك             | أولا          |
| 57 | الطبيعة القانونية للإعلان الالكتروني                 | ثانيا         |
| 58 | حماية المستهلك من الإعلانات الالكترونية المضللة      | ثالثا         |
| 60 | حق المستهلك الالكتروني في الإعلام                    | الفرع الثاني  |
| 60 | تعريف الالتزام بالإعلام الالكتروني                   | أولا          |
| 62 | مبررات الالتزام بالإعلام قبل التعاقد                 | ثانيا         |
| 65 | محل الحق في الإعلام                                  | ثالثا         |
| 66 | حقوق المستهلك الالكتروني في مرحلة إبرام العقد        | المطلب الثاني |
| 67 | حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية                | الفرع الأول   |
| 67 | تعريف الشرط التعسفي                                  | أولا          |
| 68 | عناصر الشرط التعسفي                                  | ثانيا         |
| 69 | دور القانون القضاء في مواجهة الشروط التعسفية         | ثالثا         |
| 71 | أنواع الشروط التعسفية                                | رابعا         |
| 72 | حق المستهلك الالكتروني في العدول عن العقد            | الفرع الثاني  |
| 72 | تعريف الحق في العدول                                 | أولا          |
| 73 | مبررات الحق في العدول                                | ثانيا         |
| 73 | مجال تطبيق الحق في العدول                            | ثالثا         |
| 74 | ممارسة الحق في العدول                                | رابعا         |
| 75 | آثار ممارسة الحق في العدول                           | خامسا         |
| 76 | حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية                 | الفرع الثالث  |

|    |  |               |
|----|--|---------------|
| 76 | المقصود بالبيانات الشخصية في العقد الالكتروني              | أولا          |
| 76 | شروط التعامل في البيانات الشخصية                           | ثانيا         |
| 77 | الحماية القانونية للحق في الخصوصية                         | ثالثا         |
| 79 | حماية المستهلك الالكتروني في مرحلة تنفيذ العقد             | المبحث الثاني |
| 78 | الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني                      | المطلب الأول  |
| 79 | الحماية المدنية للمستهلك                                   | الفرع الأول   |
| 79 | التزام البائع بنقل الملكية                                 | أولا          |
| 80 | التزام البائع بتسليم المبيع                                | ثانيا         |
| 81 | التزام البائع بضمان التعرض والاستحقاق                      | ثالثا         |
| 83 | ضمان العيوب الخفية   | رابعا         |
| 86 | الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني                       | الفرع الثاني  |
| 86 | أركان الجريمة الالكترونية الواقعة على المستهلك             | أولا          |
| 89 | صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الالكتروني        | ثانيا         |
| 91 | المسؤولية الجنائية للجرائم المرتكبة ضد المستهلك الالكتروني | ثالثا         |
| 96 | دور الجمعيات في حماية المستهلك                             | المطلب الثاني |
| 96 | تعريف جمعيات حماية المستهلك                                | الفرع الأول   |
| 97 | خصائص جمعيات حماية المستهلك                                | الفرع الثاني  |
| 97 | الجمعية عبارة عن عقد                                       | أولا          |
| 97 | الجمعية تتكون من أشخاص طبيعيين و/ أو معنويين               | ثانيا         |
| 97 | الغرض الغير مريح   | ثالثا         |
| 98 | مهام الجمعيات لحماية المستهلك                              | الفرع الثالث  |
| 98 | التحسيس والاعلام   | أولا          |
| 98 | الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك                             | ثانيا         |
| 99 | اعتماد الجمعيات على القضاء لحماية المستهلك                 | الفرع الرابع  |
| 99 | شروط رفع الدعوى من طرف الجمعيات                            | أولا          |

## الفهرس

|     |  |               |
|-----|--|---------------|
| 100 | الجهة القضائية المختصة للنظر في دعاوى الجمعيات | ثانيا         |
|     |  | الخاتمة       |
|     |  | قائمة المراجع |
|     |  | الفهرس        |
|     |  | الملخص        |

## ملخص

إن التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم ومع شيوع الإنترنت ظهرت أساليب جديدة للتعاقد ، تكمن في العقود التي تبرم عن بعد و هي العقود الإلكترونية التي هي أساس التجارة الإلكترونية، فظهور هذه الأخيرة وما صاحبها من تطورات نظرا لميزة السرعة التي تتسم بها في إبرام التصرفات ، وتسهيل الولوج إليها من خلال عرض السلع و الخدمات عن طريق ما يسمى بالإشهارات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت أثرت بشكل كبير على النظام القانوني للعقود التقليدية ، حيث أضحت الوسيلة المفضلة لدى المستهلكين في قضاء مآربهم في إطار ما بات يعرف بالعقد الإلكتروني ، ويتم هذا التعاقد بين المورد و المستهلك دون لقاء مباشر فيما بينهما ، فالمستهلك في هذا النوع من العقود يبرم عقده مع تاجر محترف لا يعرفه ولا يعرف مكان وجوده ، كما أنه لا يستطيع رؤية محل العقد و التأكد من مواصفاته ، مما يوقع المستهلك المتعاقد الإلكتروني تحت وطأة الشروط التعسفية و إلى الغش و الخداع، إضافة إلى إمكانية وقوع جرائم إلكترونية ، فالمهني يملك الخبرة الكافية و يستطيع التأثير على المستهلك ، حيث يدفعه للتعاقد بشتى الطرق من خلال عدم الالتزام بالإعلام حول المنتج أو الخدمة، و كذا إخفاء العيوب الموجودة في السلع المغالطة ، ونظرا للمخاطر الكبيرة التي تتطوي على العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ، وعلى اعتبار أن المستهلك طرفا ضعيفا في العقد الإلكتروني ، ومن أجل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر ما يقتنيه من سلع و خدمات أصبح من الواجب وضع آليات تحميه سواء حماية مدنية او جزائية ، إضافة إلى تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك التي تلعب دورا كبيرا في الدفاع عن المستهلك.