

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

تخصص: قانون أعمال



رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالب : خالد طيهار

تحت عنوان

حماية المستهلك الإلكتروني

لجنة المناقشة:

- د/ بن حمیدوش زکریاء

- د / مقدم یاسین

- د/ قارة مولود

جامعة المسيلة

جامعة المسيلة

جامعة المسيلة

رئيسا

مشرفا و مقرر ا

مناقشا

السنة الجامعية

2019-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا
لَمْ يَعْلَمْ }

سُورَةُ الْعَلَقِ 5

شكر

الشكر لله العلي القدير الذي لا إله سواه

بشكره..... فوز الشاكرين

وفي ذكره..... شرف الذاكرين

ولطلبه مجيب السائلين

والذي بفضلته وفقت لإتمام هذا العمل المتواضع

و جزيل الشكر

إلى أستاذي الفاضل: الدكتور/ مقدم ياسين الذي لم يبخل

علي شيئاً

الى السادة الاساتذة اعضاء لجنة المناقشة الكرام

إلى كل من ساهم فى إتمام هذا العمل

إهداء

إلى العزيزين على قلبي
والدي.....شفاه الله وأطال في عمره
والدتي.....حفظها الله وأطال في عمرها

إلى أخي وزوجته وأخواتي ... أسعدهم وحفظهم الله
إلى بنات اختي العزيزتين تقوى وألاء الرحمان

إلى زوجتي ... محبة .. وعرفاناً..... وتقديراً
حفظها الله

إلى بؤبؤتي عيني أولادي الاعزاء أية ومحمد علي
إلى زملائي في العمل كل باسمه

إلى كل من له في قلبي مكان

أهدي إليهم جميعاً هذا العمل المتواضع

مقدمة

مقدمة:

لقد كانت مقاييس النمو والتطور الحضاري بين الدول، ومنذ العصور الغابرة تقاس من خلال قوتها العسكرية بما لديها من أسلحة وجيوش بشكل يترك للهيمنة والغطرسة احترامها بين الدول .

وفي مرحلة لاحقة بدأ تأثير القوة العسكرية ينحصر لتحل محلها القوة الاقتصادية، من خلال ممارسة أعمال الاستعمار والهيمنة الاقتصادية للدول صاحبة الاقتصاد الأقوى وإنهارت أمامه التيارات العسكرية الضعيفة اقتصاديا.

وفي عصرنا الحاضر بدأت الحضارة المعرفية والقائمة على التكنولوجيا تلقي بقواها وبشكل يحقق قوة اقتصادية، بحيث أصبحت الدولة المشرقة هي الدولة القادرة على إدخال سبل التكنولوجيا لجميع المجالات لديها، وحوسبة أعمالها الإدارية والتجارية والمالية والتعليمية وغيرها.

فبعد أن كانت الاتصالات تعتمد على الهاتف والفاكس والتلكس ظهرت الإنترنت وأصبحت الوسيلة المثلى في الاتصال ونقل المعلومات وتقديمها، ويرجع ذلك للتقدم العلمي الهائل في شبكات الاتصال الرقمية، وبفضل هذه الشبكات زالت الحدود الجغرافية، وتغير الزمان باتجاه الاختصار والاقتراب بدرجة كبيرة، حتى أصبح العالم مجرد قرية صغيرة، أو كما يطلق عليها قرية واحدة إلكترونية والتقنيات المتطورة في هذا المجال هي التي جعلت العالم كله من الناحية المعلوماتية قرية واحدة صغيرة Electronic Global Village .

فهذا التطور التكنولوجي السريع والمذهل الذي يعيشه العالم في الوقت الحاضر خاصة في ظل العولمة أدى الى ظهور اساليب ووسائل جديدة لإبرام العقود لم تكن معروفة من قبل ، وهذه الوسائل تطورت و تتطور بمرور الزمن ومن اهمها على الاطلاق موضوع "التعاقد الالكتروني" ، الذي ظهر وتطور بميلاد التجارة الالكترونية .

فقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها على الواقع باعتبارها أحد أدوار العولمة الاقتصادية وصارت اليوم حقيقة يعيشها المستهلك و المجتمع ككل وهي تحصيل حاصل لما يشهده العالم المعاصر من عولمة في كل المجالات ، فأتاح ذلك العديد من المزايا بالنسبة لجمهور المستهلكين بصفة عامة و لرجال الأعمال و الشركات التجارية بصفة خاصة في

عملية عرض السلع والخدمات بين العديد من الجهات دون لقاء مباشر فيما بينهم ، و هذا ما يستدعي توسيع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك عموما والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة لأن هذا الموضوع له مساس مباشر بواقع الناس و حياتهم و يتعرض لمسائل يعيشونها و يتفاعلون معها و يبقى المستهلك هو أساس العلاقات الاجتماعية و الاقتصادية و اصبح الاهتمام به على جميع المستويات سواء قبل التعاقد أو بعد التعاقد أمرا ضروريا و حتميا نظرا لكونه يفقد لخاصية معاينة السلعة أو تذوقها .

ورغم كل ما توفره التجارة الالكترونية والتعاقد الالكتروني من مزايا وسهولة التعامل بها الا انها تخلق عديد المشاكل خاصة القانونية منها ، تأتي في مقدمتها صعوبة التحقق من شخصية المتعاقد الاخر وجديته أو بالأحرى نقص الثقة فيه وفي كيفية تسليم السلع و دفع المستحقات وطرق حل النزاعات المحتملة خاصة في ظل بروز العديد من الأشكال الجديدة من الجرائم و الاحتيال و الغش و هذا ما يدفع إلى السعي لإيجاد الآليات و الأساليب الكفيلة للحد منها ، فالمستهلك يحتاج إلى وسائل حماية فنية و قانونية تعزز من وجود بيئة آمنة في التعاقد الإلكتروني بوضع آليات تسعى لتحقيق أمنه و الإتيان بوسائل جديدة لم تكن معهودة في القواعد العامة.

01-أسباب اختيار الموضوع:

بالنظر الى اهمية الموضوع المتعلقة بحماية المستهلك الالكتروني فان هذه الحماية تعد تطبيقا فعليا لحماية حقوق الانسان لاسيما حقه في البقاء وفي السلامة الجسدية والعقلية والمالية والمساهمة في تطويره لا يقع على عاتق التشريع او القضاء فقط بل يجب ان يسهم الباحثين في ذلك من أجل خلق بيئة ملائمة لتأمين هذه الحماية وهذه الحقوق.

ومن اسباب اختياري لهذا الموضوع هو انه من المواضيع الحديثة حداثة البيئة التي ينصب عليها مما أدى بي الى محاولة المساهمة ولو بالشيء القليل في هذا الموضوع ، و السعي لإثراء هذا المجال .

كذلك هو موضوع غير تقليدي ومجال البحث فيه خصب ومشوق يبعثك عن التكرار والتقليد للدراسات السابقة ومشاكل السرقات العلمية، ويجعلك تبذل فيه مجهودات في البحث

وتستمتع في ذلك وتشعر أنك كنت من الاوائل الذي بحثوا فيه واثروها بحلول قد تجدها في قوانين او احكام قضائية في المستقبل.

وهذا المجال لم يحظ كذلك باهتمام الفقه بالشكل المطلوب ماعدا بعض البحوث الجامعية والدراسات التي تنطرق لهذا الموضوع كنقطة من موضوع اخر عام وهي دراسات قديمة، لهذا وجب محاولة البحث في هذا المجال ولو كمساهمة بسيطة فيه، ومحاولة وضع دراسة مقارنة للقوانين التي تحكم التعاملات الالكترونية وحماية المستهلك فيها ومعرفة موقع المشرع الجزائري من كل هذا ومدى امكانية تطبيق التشريعات الوطنية الخاصة بحماية المستهلك في هذه البيئة للخروج بنتائج وتقديم اقتراحات.

كذلك صدور قانون التجارة الالكترونية رقم 05-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 والذي يعد الاساس لبناء منظومة تجارية الكترونية داخلية لمواكبة المنظومة العالمية، وعدم صدور النصوص التطبيقية والشروحات اللازمة له باعتباره جديدا فحاولت تحليل والتعليق على بعض من مواده التي تهمني في دراستي.

اضافة الى ذلك، اتصال هذا الموضوع باهتماماتي الشخصية باعتباري الامين العام لجمعية حماية المستهلك لولاية المسيلة واخيرا اود فعلا جعل هذا الموضوع كبداية للولوج في دراسات أعمق في مجال التجارة الالكترونية في المستقبل.

02-أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من كونها تلقي الضوء على المفاهيم المتعلقة بهذا الموضوع الحديث، خاصة وأنها تتعلق بحماية المستهلك في بيئة جديدة مختلفة عن بيئة المعاملات التجارية التقليدية والعقود التقليدية، كما تبحث في السبل الامثل لتوفير أقصى حماية ممكن أن تكفل للمستهلك سلامة رضاه وحرية ارادته، من تلاعب المزودين واحتيالهم مستغلين الظروف الجديدة التي انتجها التعاقد الالكتروني، وما يمكن أن ينتج عنها من أخطار محتملة كانتحال صفة والغش في السلع والخدمات، والنصب وغيرها

كذلك نرى أن حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني لم تأخذ حظها من العناية في النظم القانونية التي بقيت ومازالت غير مواكبة لمثل هذا النوع من المعاملات والحماية الا البعض منها، بالرغم من اقرارها بحق المستهلك في الحماية و صدور القانون الجديد للتجارة

الإلكترونية وكذا تعديل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 بموجب القانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018.

03-الإشكالية

تكمن إشكالية هذه الدراسة في حداثة البيئة التي لا بد من توفير الحماية فيها للمستهلك واختلافها عن البيئة التقليدية التي تعالجها معظم التشريعات الوطنية على غرار التشريع الجزائري وطريقة معالجة المشاكل التي قد يواجهها المستهلك في التعاقد الإلكتروني، لهذا فإن إشكالية البحث التي سنجيب عنها في هذه الدراسة هي:

هل النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك سواء في القانون الجزائري أو التشريعات المقارنة تضمن حماية كافية وفعالة للمستهلك الإلكتروني؟

وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا منهج المقارنة والتحليل من خلال وضع مقارنة بين مختلف التشريعات التي تتناول هذا الموضوع وتحليلها، مع الإشارة الى موقف المشرع الجزائري في هذا الموضوع ومحاولة إسقاط أحكام الحماية التقليدية المقررة على البيئة الإلكترونية، وسنحاول وضع تعليقات ومقترحات وحلول ان وجدت سواء كانت شخصية او ممن لهم رأي في هذا الموضوع.

04-الدراسات السابقة

✓ إسماعيل قطاف العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، مذكرة ماجستير جامعة الجزائر 2006/2005،

✓ بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير جامعة سطيف، 2013/2012،

✓ امدالو سهام و لحسن سهام ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة ماستر ، جامعة بجاية ، 2013/2012 .

✓ خلوي (عنان) نصيرة ،الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت ، مذكرة ماجستير جامعة تيزي وزو ، 2013.

✓ لعمرى فضيلي ، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت ، مذكرة ماستر ، جامعة المسيلة ، 2018/2017 ،

وستتناول موضوعنا هذا مقسما وفقا للخطة التالية :

مقدمة

الفصل الأول: ماهية المستهلك الالكتروني.

المبحث الاول: مفهوم المستهلك الالكتروني ومبررات حمايته.

المطلب الاول: مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني وأطرافه .

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الالكتروني.

المبحث الثاني: نطاق الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني.

المطلب الاول: الحماية الدولية للمستهلك الالكتروني.

المطلب الثاني: الحماية الداخلية للمستهلك الالكتروني.

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الالكتروني.

المبحث الاول : الوسيط الالكتروني وهيئات حماية المستهلك الالكتروني.

المطلب الاول : الوسيط الالكتروني (التصديق الالكتروني).

المطلب الثاني : الهيئات والمواقع الالكترونية للدفاع عن حقوق المستهلك.

المبحث الثاني : الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني.

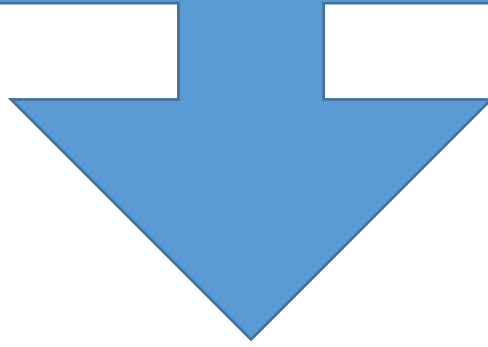
المطلب الاول : الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني .

المطلب الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني .

خاتمة

الفصل الأول: ماهية

المستهلك الإلكتروني



المبحث الأول: مفهوم المستهلك
الإلكتروني ومبررات حمايته

المبحث الثاني: نطاق الحماية
القانونية للمستهلك الإلكتروني

الفصل الأول: ماهية المستهلك الإلكتروني

نتيجة للثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين ظهرت مشكلة حماية المستهلك كون هذا الأخير هو الحلقة الضعيفة في العلاقة التعاقدية مع المهني صاحب مركز القوة، وكذلك كون التعاقد الإلكتروني يكون عن بعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك.

و نظرا للمخاطر الكبيرة التي تتطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها و من أجل وقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع و خدمات و وقوعه ضحية لنزعه الاستهلاكية ، وجب على التشريعات أن تتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لإيجاد واستنباط الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية ما يرفع الضرر عن المستهلك ، وليس على المستوى الوطني فقط بل وأن المعاملات الإلكترونية في الغالب معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية للإنترنت ومن ثم فهي تمتد لتشمل كل أرجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي للتنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك.

في البداية سنتطرق إلى المقصود بالمستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته (مبحث أول) ، ثم إلى نطاق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني (مبحث ثاني).

المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته

إذا كانت المعاملات الإلكترونية التي تنشأ بين المهني والمستهلك في صورها المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية ما هي إلا انعكاس لآليات الإنتاج والتوزيع الاقتصادي فهي تعتبر برهاناً لمقتضيات الحياة الاقتصادية والاجتماعية القائمة ومدى تأثرها بالتقنيات السائدة في محيطها، فلا شك أن تتبع حركة القانون وتطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بهذه المستجدات. لذا كان ولا بد من أن يستجيب القانون لكل مقتضى أو تطور اقتصادي أو تكنولوجي باعتباره أداة للتقدم والرقى، فحماية المستهلك أمر ضروري كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية وفي مواجهة المهني الطرف المحترف.

لذلك سوف نتطرق في البداية الى مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني وأطرافه
(مطلب أول) ، ثم مبررات حاجة المستهلك للحماية (مطلب ثالث).

المطلب الأول: مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني وأطرافه

قبل التطرق الى أطراف العقد الالكتروني سنتطرق لعقد الاستهلاك الالكتروني باعتبار
اهميته البالغة.

الفرع الأول: تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني:

يكاد يجمع الفقه على تعريف العقد بأنه "اتفاق ارادتين على احداث أثر قانوني معين"¹، والعقد الالكتروني هو عقد عادي إلا انه يكتسب الطابع الالكتروني من الطريقة التي ينعقد بها أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها² وهي شبكة الإنترنت ،التي يمكن تعريفها أنها شبكة هائلة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم³، وعقد الاستهلاك من أهم المعاملات المتداولة عبر شبكة الإنترنت وهي بمفهوم قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري "ذلك الذي يبرم بين المستهلك والمتدخل ويكون موضوعه اقتناء بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة المستهلك الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"⁴، و عقد الاستهلاك الالكتروني 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 مايو 1997 ،وقد جاء في المادة الثانية من هذا التوجيه⁵ 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

¹ - 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 في 13 و14 أبريل 2008، ص 109.

² - ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، الرياض المملكة العربية السعودية، 2009، ص 16.

³ - إبراهيم خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية مصر، 2011، ص 71.

⁴ - قانون رقم 03/09 مؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج عدد 15، سنة 2009

⁵ - قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع، 1996، منشورات الأمم المتحدة، 2000

العقد أو تنفيذه"¹، وعليه يمكن تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني بأنه " ذلك العقد الذي يبرم بين المستهلك والمتدخل عن طريق شبكة الإنترنت، ويكون موضوعه اقتناء بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة المستهلك الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل 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 الفورية التنفيذ كالسلع القابلة للاستهلاك بل أيضا على العقود الطويلة الأجل والمؤجلة التنفيذ كعقد التأمين² بما أن الاستهلاك عملية تأتي لإشباع حاجات الأفراد، فتحدد تعريف الأطراف المتعاقدة ذو أهمية إضافة إلى حاجته للحماية، فالقوانين الخاصة بحماية المستهلكين تستهدف طرفي العقد المبرم عن بعد.

الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني

تعدد الخلاف حول تعريف المستهلك الذي يعتبر موضوع حماية مختلف القوانين سواء في التشريع الجزائري أو التشريعات المقارنة، بحيث تباينت التفسيرات بصدد ضبط فكرة المستهلك كونها من المفاهيم المهمة التي ينبغي تحديدها من خلال التشريع والفقه وهذا ما سنعمل على الإحاطة به وذلك بتحديد تعريف المستهلك في الفقه (أولا) ، وتعريفه في بعض التشريعات (ثانيا).

أولا: التعريف الفقهي للمستهلك.

المستهلك في عقد الاستهلاك كثيرا ما يكون عرضة للمخاطر والإضرار بمصالحه نظرا لوضعه الضعيف، وهذا ما أثار جدلا فقها كبيرا حول فكرة المستهلك، فظهر اتجاهين الاتجاه

¹ - ماجد محمد سليمان أبا الخيل، المرجع السابق، ص16

² - ابراهيم خالد ممدوح، امن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 19

الأول هو الذي يضيق من تعريف المستهلك والاتجاه الثاني يوسع من تعريفه، وسنتطرق للاتجاهين فيما يلي:

أ: التعريف الضيق للمستهلك.

يعتبر المستهلك وفقاً للاتجاه الضيق كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة وحاجات من يعولهم من الأشخاص وليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته أو مشروعه فالمستهلك هو الذي يسعى لتحقيق احتياجاته الشخصية أو احتياجات أفراد أسرته،¹

وقد وصل التشدد في تضيق مفهوم المستهلك حسب هذا الاتجاه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى ولو كان خارج مجال اختصاصاته المهنية على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلاً من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيًا محترفا أثناء تعاقدتهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه².

ووفقاً لهذا الاتجاه المستهلك هو الشخص الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض غير مهني، كما يمكن أن يشمل بعض الأشخاص الاعتبارية الخاصة، كالجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف إلى تحقيق الربح³. فيلزم توفر ثلاث عناصر لاكتساب صفة المستهلك.

✓ أن يكون من الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع أو الخدمات، فالمستهلك هو كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعاً لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين.

فهنا نلاحظ فئتين، الأولى هم من يحصلون على السلع والخدمات بهدف غير مهني كعقد التأمين، والفئة الثانية هم من يستعملون السلع والخدمات كأفراد العائلة.

1- نبيل محمد احمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007، ص 174.

2- عبد الله ليندة، المستهلك والمهني، مفهومان متباينان، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و 14 افريل 2008، ص 21.

3- اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتاب القانونية، مصر، 2008، ص 76-78.

✓ أن يكون محل الاستهلاك هو السلع والخدمات فمحل الاستهلاك هو كل الأموال التي تشتري أو تستعمل لغرض غير مهني، ولكن لا تقتصر عملية الاستهلاك على الأشياء التي تستهلك من أول استعمال لها كالمواد الغذائية، بل أيضا على أشياء تدوم كالمباني، السيارات.

✓ أن يكون الغرض غير مهني فتبقى ضرورة القصد من استعمال الخدمة أو السلعة لغرض غير مهني، فهو يعتبر معيار جوهري لاعتبار الشخص مستهلكا¹.

ب: التعريف الواسع للمستهلك.

ذهب بعض الفقه إلى ضرورة الأخذ بمفهوم أوسع للمستهلك ليشمل أشخاص آخرين فيعرفه البعض بصفة أكثر شمولاً بأنه " كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة"، كما يعرفه البعض الآخر بأنه " الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه"، أي أنه يعتبر مستهلكا ويدخل تحت الحماية القانونية للمستهلك كل من يبرم تصرف لإشباع حاجاته الشخصية أو المهنية.

يشمل المستهلك الشخص الذي يستخدم السلع والخدمات لاستخدامه الشخصي إضافة إلى المهني أو المحترف الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو شركة أو منتجا، فيعتبر مستهلكا عندما يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر ضعيفا مثله مثل المستهلك العادي، فقد يجد المهني نفسه في مواجهة المتعاقد المحترف كالتاجر حينما يشتري أثاث لمحلته والمحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لحاجات مهنته يعتبران غير مهنيين بالنسبة للمحترف في مجال الأثاث والآلات، فلا يدخل هذا في اختصاص صاحب المحل أو المحامي.

كما نلاحظ أن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك، فالعبرة من إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذا الأخير يمكن أن يكون في مركز ضعف سواء اقتصاديا أم فنيا قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده

¹ - زوجال يوسف، مفهوم المستهلك في التشريع و الفقه و القضاء المغربي المقارن WWW.majalah.News.ma اطلع عليه في

2019/03/28.

المالية، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية، ويكون الضعف من الناحية الفنية حين لا يتمتع بالقدرة الفنية لاقتنائه للمنتجات تماما مثل المستهلك العادي¹.

ثانيا: 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.

أ: تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي.

عرفه القانون الفرنسي في المادة الثانية من القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الانتماء على أنه "يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي لا تكون مخصصة لتموين نشاط مهني"². فنلاحظ 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"³، 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"⁴.

¹ - شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012، ص 25، 26.

² - القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الانتماء. www.legifrance.gouv.fr اطلع عليه في 2019/03/28.

³ - قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-94 الصادر في 26 جويلية سنة 1993. www.justic.gouv.fr اطلع عليه في 2019/03/28.

⁴ - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997 www.juriscom.net اطلع عليه في 2019/03/28.

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 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 قرض أو انتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية¹.

ب: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري.

عرف القانون المصري رقم 67 سنة 2006 بشأن حماية المستهلك في المادة الأولى بأن المستهلك هو " كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد في هذا الخصوص"، ويقصد بالشخص حسب هذه المادة " الأشخاص الطبيعيين والأشخاص المعنويين ومنها الشركات بجميع أشكالها و الكيانات الاقتصادية و الجمعيات و الاتحادات و المؤسسات و المنشآت و الروابط و التجمعات المالية و تجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها."

كما عرفت المادة المذكورة سابقا المنتجات على أنها " السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم عليها من خلال مورد".² ونلاحظ في هذه المادة إغفال المشرع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك (الغرض المهني)، و من خلال استقراءنا لهذه المادة نلاحظ من أول وهلة أن المشرع المصري أخذ بالمفهوم الواسع من خلال لفظ (كل شخص) إلا أنه يتبين لنا من عبارة إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية على أنه استقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.

أما بالنسبة للفقهاء المصري يتنازع بين الاتجاه الضيق والواسع لمفهوم المستهلك ومن أنصار الاتجاه الضيق نجد " السيد محمد السيد عمران "الذي يعرف المستهلك بأنه " كل شخص

¹ - أو شن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص القانون الإداري، كلية الحقوق عناية، 2012، ص 05.

² - قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية والعائلية"، وبالتالي لا يكتسب صفة مستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه"، ويعارض هذا الاتجاه الفقيه "حمد الله محمد حمد الله" الذي يؤيد الاتجاه الواسع هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك¹.

كما لم يرد أي تعريف للمستهلك الإلكتروني وبناءا على ذلك يمكن أن نعرفه بأنه " ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع والخدمات لغير الأغراض التجارية ويتسلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية"².

ج: 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 وقمع الغش في المادة 02 الفقرة 09 حيث عرف المستهلك أنه " كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا³ أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي، لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"⁴.

و كذلك نص القانون رقم 04-02 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 و مجردة من كل طابع مهني"⁵، و يلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية و المعنوية شريطة أن تكون مجردة من الغرض المهني لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك.

أما القانون 09-03 وتحديدا في المادة 03 فقرة 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

¹ - زوجال يوسف، المرجع السابق، ص 28.

² - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 21.

³ - المنتج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية.

⁴ - أنظر 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.

⁵ - أنظر المادة 3 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004، المرجع السابق.

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 ملائم¹.

وقد تطرق الى 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 بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"² 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 نشاطه المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة³، إذن المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية و الاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة إلكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية، و هذا 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 إلكترونية⁴.

الفرع الثالث: تعريف المهني أو المتدخل

يعتبر الطرف الثاني أو المقابل للمستهلك في عقد الاستهلاك، وتسمية المتدخل اعتمدها المشرع الجزائري في القانون 03/09، واعتمد مصطلح العون الاقتصادي في القانون 02/04

¹ - أنظر المادة 03 من القانون رقم 03/09 ، المرجع السابق.

² - أنظر المادة 06 من القانون رقم 15/18 المؤرخ في 2018/05/10، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج ج عدد 28 ، الصادرة في 2018/05/16.

³ - علي أحمد صالح المهداوي، " أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني " (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الإتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن المعاملات و التجارة الإلكترونية و القانون الإتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك)، مجلة الشريعة و القانون عدد 42 ، ص 129.

⁴ - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 89 .

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 إلكترونيا يدعو من خلاله لإبرام العقود ليدخل في علاقة خصيصا مع المستهلكين في دولة أو عدة دول إذن المهني هو الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه لقب التاجر والشخص المعنوي كالشركات¹.

إن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف المهني في القانون 89-02 الصادر في 1989/02/07 المتعلق بحماية المستهلك، أما في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك قمع الغش فتتص المادة 03 فقرة 08 منه على أن " المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"²

كذلك تنص المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 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"³.

أما المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 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"⁴.

كما تناوله في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات الصادر في 15/09/1990 حيث تنص على ما يلي: " المحترف هو

¹ -HOUTAIT Mazen, Protection du consommateur dans les contrats conclus sur internet (étude comparative :droit français- droit libanais), thèse de doctorat en droit privé, 2008, p 270.

² - أنظر المادة 03 من قانون رقم 09-03 ، المرجع السابق.

³ - أنظر المادة 03 من قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008 ، يعدل و يتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق

بالمنافسة معدل ومتمم .

⁴ - انظر المادة 03 من القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق .

المنتج و الوسيط حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للمستهلك¹.

وقد جاء القانون 05/18 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"²

من خلال سردنا 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 للمستهلك 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 للمستهلك.

يعتبر المهني (المحترف) في أي مجال 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"³

سنتطرق فيما يلي إلى معيار الاحتراف والربح كمعيارين أساسيين لتحديد مفهوم المهني.

أولا: معيار الاحتراف لتحديد مفهوم المهني.

بعد وصف المهني الوصف المقابل للمستهلك، فالمهني هو ذلك الذي يتعاقد عند مباشرته لمهنته نشاطا تجاريا أو مدنيا بصورة معتادة⁴. الاحتراف هو ممارسة الأعمال التجارية بصفة متكررة ودائمة واتخاذ المهنة كمورد رزق له حيث يتكرر القيام بالنشاط من وقت لآخر،

¹ - أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المؤرخ في 15/09/1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر ج عدد 40، الصادرة بتاريخ 19/09/1990.

² - أنظر المادة 06 من القانون رقم 15/18، المرجع السابق.

³ - دينا محمود حبال، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، بحث علمي قانوني مقدم لنيل لقب أستاذة محاضرة، فرع دمشق 2007. www.arablawninfo

⁴ - أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، مصر،

2008، ص 30، 31.

فالاحتراف يعتبر معيار أساسي لاكتساب صفة التاجر في القانون التجاري، فيكفي لاعتبار الشخص مهنيًا أن يعتاد على العمل المرتبط بمهنته.

يرى البعض من الفقه أن المهني هو من يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة سواء كانت تجارية أم مهنية فنية أو صناعية أو زراعية أو حرة أي يباشر نشاطًا تجاريًا أو مدنيًا على وجه الاعتقاد فالمهني يمتلك المعلومات والبيانات تسمح له بالتعاقد على دراية تامة¹

ثانياً: معيار الربح لتحديد مفهوم المهني.

يعتبر معيار الربح معيار هام لتحديد مفهوم المهني في علاقته مع المستهلك فالمهني يمارس نشاطه بقصد الحصول على الربح.

المهني هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يباشر حرفة تجارية أو صناعية أو فنية مهنية أو حرة أو زراعية أو مدنية على وجه الاحتراف، ويتمكن من خلال هذه الحرفة الحصول على السلع والخدمات وتقديمها للجمهور بمقابل مادي بهدف الحصول على ربح، وقد يكون هذا الشخص منتجاً أو موزعاً أو تاجراً بالجملة أو بالتجزئة أو يتخذ مشروع فردي أو شركة أو مؤسسة التي تدخل في إطار القطاع الخاص أو العام.²

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

بعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش والاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان وتمارس تأثيراً يتجاوز أحيانا الأدوات التقليدية في الواقع.

وتتلخص مبررات ضرورة حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني في التطور الحديث في شبكة الإنترنت وحاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية مع افتقاره إلى التتوير المعلوماتي التقني.

¹ - حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي، مصر، 1997، ص

13.

² - جرعود ياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر،

2002، ص 29.

الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الإنترنت

ظهرت العديد من التقنيات و الأدوات التي ساهمت في تطوير عالم الإنترنت مما جعلها من أحدث الخدمات التقنية¹ التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع و الخدمات بطريقة سهلة، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي بتطورات مستمرة، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود و المستهلك، بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية²، غير أن للتطور التقني جانب سلبي يمكن أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت معاينة المبيع بطريقة حقيقية أو الالتقاء مع المزود في العقد التقليدي³.

الفرع الثاني: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية

إن التطور الحاصل في شبكة الإنترنت أدى إلى الاهتمام بالمواقع التجارية التي تحتوي على خدمات متعددة كالخدمات العقارية السياحية والمصرفية وغيرها من الخدمات الأخرى المهمة.

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية وزيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين فهي محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن الحماية للمستهلك بشكل ملح وواضح⁴.

¹ - أوشن حنان، المرجع السابق، ص 04

² - شاهين بهاء، الأنترنت و العولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999، ص 46.

³ - أسامة أحمد بدر، المرجع السابق، ص 25.

⁴ - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 31.

الفرع الثالث: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني

تعتبر شبكة الإنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فالبريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها.

فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب و شبكة الإنترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات و الخدمات التي يريدها، و هنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام للمستهلك و الذي هو حق من حقوق المستهلك و هو ما سنتناوله في الفصل القادم و بين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الأنترنت، و التي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات أو لمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسوب و شبكة الإنترنت فافتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية يعني عدم توفر الحد الأدنى من القدرة على التعامل

خلال هذه الشبكة، بالإضافة إلى المشاكل التي تواجهه عند التعمق في هذه الشبكة قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قراصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي

المبحث الثاني: نطاق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

على الرغم من المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية وأهميتها الاقتصادية التي تجعل الإقبال عليها يتزايد يوما بعد يوم، إلا أنها تنتج عنها مخاطر يواجهها مستخدمي شبكة الإنترنت منها إفشاء الأسرار وانتهاك حقوق الملكية الفكرية ومشكلات الاحتيال والقرصنة، فضلا عن فقدان المستهلك الإلكتروني الثقة في التعامل عبر الإنترنت وهذه الثقة هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها التجارة ويحرص عليها المتعاملون فيها.

لذا كان من الطبيعي بروز الحاجة لتوحيد النظام القانوني للمعاملات الإلكترونية والتنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعدين واتساع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني والتنظيم القانوني لهذه المعاملات أخذ بعدين، بعد التنظيم الدولي الذي يظهر في مختلف الهيئات الدولية التي تسعى لتحقيق حماية المستهلك، وهذا ما سنبينه (المطلب الأول) ، وبعد التنظيم الداخلي من خلال وضع الدول تشريعات وطنية لتكريس حماية المستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الحماية الدولية للمستهلك الإلكتروني

بما ان المعاملات الإلكترونية تتم عبر شبكة دولية للأنترنت فهي تتعدى حدود دولة معينة لذا فقد تعددت مظاهر وأشكال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي كونه الطرف الضعيف والمهني المحترف الطرف القوي، فمن الهيئات الدولية التي تعمل على حمايته منها المنظمة الدولية للمستهلك (الفرع الأول) ، وحماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي (الفرع الثاني) وأخيرا في منظمة التعاون الاقتصادي (الفرع الثالث).

الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني على مستوى المنظمة الدولية للمستهلك

تعاضمت 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، بريطانيا، هولندا وأستراليا، وقد بلغ عدد الدول الأعضاء فيها في حدود سنة

1995 أكثر من مائة دولة، و أكثر من مئتي عضو علما أنه يشترط في الدول و المنظمات المنخرطة فيها المقاييس التالية¹:

- ✓ 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 ونياية 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 الدورية التي تهم حماية المستهلك².

الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي

بما أن التعاقدات الإلكترونية تتم في الغالب على المستوى الدولي مما يستدعي العمل على وضع وسائل قانونية مناسبة من أجل الحماية الدولية للمستهلك الإلكتروني، فالمجلس الأوروبي أصدر بهذا الشأن عدة توجيهات منها التوجيه الذي نص على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك يجب عمل مؤتمر ا رت دولية للمعاملات التجارية الإلكترونية وخاصة تلك التي تتم خارج أوروبا، إضافة إلى التوجيه المتعلق بالقواعد التي تحدد المحكمة الأفضل للمستهلك وبصفة خاصة في معاهدة روما الصادرة في 19 مايو 1980.³

¹ - أرزقي زويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 24.

² - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص38، ص 39.

³ - أوثن حنان، المرجع السابق، ص 06.

ويعد التوجيه الأوروبي الأوروبي 07/97 الصادر في 20 ماي 1997 أهم توجيه علي المستوى الأوروبي إذ أنه ينظم قواعد لحماية المستهلكين في العقود عن بعد بإلزام الموردين و المهنيين بواجب إعلام المستهلك بالبيانات و المعلومات الأساسية للسلعة أو الخدمة، و كذلك عن طرق الدفع و التسليم والتنفيذ كما أعطى له الحق في الرجوع عن التعاقد في المادة 06 منه "أنه وفي العقود المبرمة عن بعد بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل اعتبارا من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، و من تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات و دون جزاء و غرامة و دون الحاجة لبيان الأسباب".¹

كما تضمن الإرشاد الأوروبي حول التجارة الإلكترونية الصادر في حزيران 2000 النص على وجوب أن توفر المواقع الموردة للخدمات و السلع ضمن نطاق مجتمع المعلومات، كافة المعلومات الأساسية حولها كالاسم الكامل و العنوان و عنوان البريد الإلكتروني ورقم تسجيلها في السجل التجاري و رقمها الضريبي، و كما تضمن هذا الإرشاد أحكاما توجب على المواقع الموردة عبر الإنترنت أن تقدم للمستهلكين و قبل التعاقد معهم سلسلة من المعلومات التوضيحية أبرزها حول المراحل التقنية الواجب إتباعها من أجل إبرام العقد وحول وسائل و آلية تدارك الأخطاء في تزويد البيانات و تصحيحها وحول لغة التعاقد و أية قواعد سلوكية واجبة الإلتباع لضمان حسن سير العلاقات التعاقدية.

كما تبنى الاتحاد الأوروبي في 26 يونيو 2002 توجيهها يتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بعد وهو يهدف إلى توفير نوع من الأمان للتجارة والاتصالات الإلكترونية الذي يتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني، وحماية حياته الخاصة في مجال الاتصالات الإلكترونية².

الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

كان لمنظمة التعاون و التنمية الاقتصادية دور في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الإنترنت في 09 ديسمبر 1999 ، حيث أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات و

¹ - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 مايو 1997 ، المرجع السابق.

² - محمد سعيد أحمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، منشورات الحلبي، سوريا، 2009 ، ص 376.

المشروعات و المستهلكين على الصعيد الوطني و الدولي¹. من التوجيهات التي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادية والتنمية على سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ما يلي:

- ✓ 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 يقدمها.
- ✓ تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن وطريقة الدفع والضمانات المقدمة وطريقة تسليم المنتج.
- الحصول على موافقة صريحة من المستهلك الإلكتروني .
- ✓ إعطاء المستهلك الإلكتروني 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 المستهلك².

المطلب الثاني: الحماية الداخلية للمستهلك الإلكتروني

تسعى التشريعات الوطنية لوضع قوانين فعالة وخاصة تكون أكثر صلاحية لحماية مصالح المستهلك الإلكتروني غير تلك القواعد العامة نظرا لخصوصية التعامل³، فمن التشريعات التي بادرت بإصدار قانون خاص بالمعاملات التجارية الإلكترونية وضمن نصوص خاصة بحماية المستهلك الإلكتروني من أجل توعيته وتنوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود في مواجهة المهني، نذكر على سبيل المثال التشريع الفرنسي نتناوله في (الفرع الأول) ، ثم في التشريع المصري في (الفرع الثاني) وأخيرا في التشريع الجزائري في (الفرع الثالث).

¹ - نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 168 ص 169.

² - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 40 ص 41.

³ - HOUTAIT Mazen, Protection du consommateur dans les contrats conclus par internet, op.cit. p 267.

الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الفرنسي

وضع المشرع الفرنسي ترسانة هائلة من التشريعات و النظم الخاصة بحماية المستهلك و من أهم هذه القوانين، القانون الصادر في 02 جويلية 1963 الخاص بالدعاية و الإعلانات المظلة و القانون الصادر في 22 ديسمبر 1972 الخاص بتنظيم البيع التي تتم في المنازل، و القانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المسمى بقانون روبير و الخاص 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 يشير 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 المستهلك¹.

وقد تناول المشرع الفرنسي في نص المادة 111 من القانون رقم 93-949 "على أن المزود الذي يعرض منتجاته عبر الإنترنت 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 أنه "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"².

¹ - القانون الفرنسي بشأن تطويع قانون الإثبات لتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الإلكتروني رقم 230 لسنة 2000. المنشور في الجريدة الرسمية عدد 62 سنة

www.justic.gouv.fr.2000

² - ordonnance n°2001_741 du 23 aout 2001 portant transposition de directive communautaires et adaptation au droit communautaires en matière de la consommation, J.O 25 aout 2001.voir :

www.legifrance.gouv.fr.

الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في القانون المصري

لم يكن 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 الإنترنت والتي تسيطر على أدوات المعلوماتية¹.

فقد صدر قانون حماية المستهلك المصري رقم 72 لسنة 8007 وهو يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام، وصون حقوق المستهلك الأساسية وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون

المستهلك طرف فيها، وحمايته كذلك من الغش أو الإعلان المخادع في المادة السادسة 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 الرابعة من هذا القانون أيضا تنص على أنه " يجب على المورد التاجر أن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقدته مع المستهلك بما في ذلك المحركات والمستندات الإلكترونية البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته وخاصة بيانات قيده في السجل التجاري الخاص بنشاطه وعلامته التجارية أن 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 الثامنة من قانون رقم 67 لسنة 2006، كما حرص هذا القانون على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك فلأول مرة في مصر يكون هناك قانون مستقل و قائم بذاته في مجال حماية المستهلك ينظم

¹ - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 47.

الأداة التشريعية و التنظيمية و الإجرائية للمستهلك بما يؤدي إلى تحديد الجهات و الهيئات المسؤولة عن هذه الحماية¹.

الفرع الثالث: 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 1989/02/07² 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 إجرائية، أما الباب الثالث فيتضمن أحكاما 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 والتقاضي في إطار جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.
- ✓ وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ إجراءات لازمة لرقابة جودة المنتجات والخدمات.
- ومن بين خصائص قانون حماية المستهلك:
- ✓ انه يفرض نظاما للرقابة.
- ✓ انه يفرض جزاءات (إجراءات جزائية).
- ✓ -انه يفرض نوع من الحماية من المخاطر.

¹ - أنظر المواد 08،06،04 ، من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ، المرجع السابق.

² - القانون رقم 89-02، المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر ج ج عدد 06، الصادرة بتاريخ 1989/02/03 (ملغى)

- ✓ فيه حق الضمان إذا لم يلبي المنتج (سلعة كان أو خدمة) الغرض منه من حق المستهلك طلب حقه في الضمان والتعويض¹.
- ثم ألحق المشرع بالقانون 89-02 عدة قوانين وتنظيمات أخرى من شأنها تنظيم العلاقة بين عمليتي الإنتاج والاستهلاك ومن أهمها:
- ✓ القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23/06/2004 يتعلق بالتقييس.
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق بالجودة وقمع الغش.²
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات.³
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها.⁴
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.⁵
- كما أن المشرع الجزائري نظم لأول مرة الإنترنت كنشاط اقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي 98-257 المؤرخ في 25/08/1998 المتضمن ضبط شروط و كفايات إقامة خدمات الإنترنت و استغلالها، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 307/2000 المؤرخ في 2000/10/14 .

¹ - أرزقي زوبر، المرجع السابق، ص 272.

² - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق بالجودة وقمع الغش، المرجع السابق (ملغى)

³ - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، المرجع السابق.

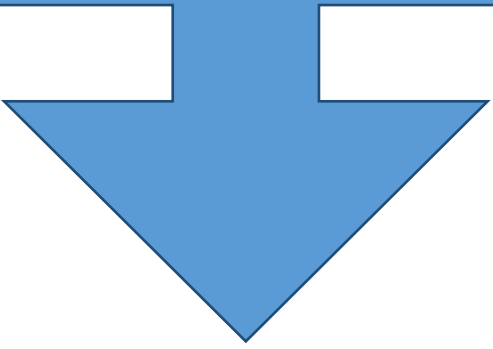
⁴ - المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها. معدل ومتمم بالمرسوم رقم 97-459، ج ر ج ج عدد 80، الصادرة في 1997/12/07.

⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ج ج عدد 76، الصادرة في 2001/10/21 (ملغى).

ملخص الفصل:

خلصنا في هذا الفصل الذي تطرقنا فيه الى ماهية المستهلك الإلكتروني بصفة عامة فعرّفنا فيه العقد الاستهلاكي الإلكتروني و اطرافه بداية بالمستهلك وصولا الى المهني او المتدخل وهذا في مختلف التشريعات وبالخصوص التشريعات الاقرب الى التشريع الجزائري كالتشريع الفرنسي والتشريع المصري ووضّعنا مقارنة بينهم مع محاولة اعطاء تحليل لها ، ووجدنا ان المستهلك الإلكتروني يحتاج للحماية مثل حاجة المستهلك العادي للحماية في السوق التقليدية، بل أكثر نظرا لخصوصية البيئة المتعاقد فيها وما تتضمنه من مخاطر للمستهلك ، فعند ولوجه شبكة الانترنت للبحث عن المنتجات التي تلبي رغباته ، يواجه عدة مخاطر يجب حمايته منها وإلا فانه يكون عرضة للنصب والاحتيال ، كما رأينا بان التعاقد الإلكتروني مجاله غير محدود وهو نتاج للعولمة الاقتصادية والتكنولوجية وبالتالي فلا بد ان تكون الحماية على مستوى كل الاصعدة دوليا ومحليا مع ضرورة تضافر الجهود بين الدول من جهة والمنظمات الدولية من جهة اخرى لضمان حماية ناجعة ومثالية .

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني



المبحث الأول: آليات حماية المستهلك
الإلكتروني قبل التعاقد

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك
الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني

نظرا للتطورات الهائلة التي يشهدها العالم المعاصر في شتى المجالات وما ينجر عنها من نتائج وأثار فإن الأمر يستدعي وضع آليات قانونية لحماية المستهلك حين يلجأ إلى التعاقد الإلكتروني، وذلك من أجل إبراز عقد البيع المبرم عبر الأنترنت كعقد بيع موثوق فيه، فعادة عرض السلع والخدمات كثيرا ما تصاحبه المبالغة في الدعاية والإعلان وهذا الأمر يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك وقد يوقعه مما لا شك في مغالطة تضر بمصالحه.

وهذا ما دفعنا لتناول الحماية التي قررتها التشريعات المقارنة في سبيل توفير ضمانات أكثر للمستهلك الإلكتروني كي يكون على بينة من أمره قبل إبرام العقد، بل وحتى بعد إبرام العقد باعتبار أن هذا الأخير يتم عبر الأنترنت.

سنتطرق في هذا الفصل إلى آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد (المبحث الأول)، و إلى حمايته في مرحلة تنفيذ العقد (المبحث الثاني).

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد

إن المستهلك الإلكتروني لا تتوفر له الإمكانية الفعلية أو الحقيقية لمعاينة السلع والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مما استوجب وضع آليات تؤدي إلى توفير حد أدنى من الحماية للمستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الأنترنت، الأولى هي إعلام المستهلك بتزويده بالمعلومات عند التعاقد معه (المطلب الأول)، وحقه في الرجوع والعدول عن التعاقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام السابق عن التعاقد

يعتبر الحق في الإعلام السابق عن التعاقد من أهم و أبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة ويكون مطلوبا أكثر في مجال العقد الإلكتروني، ذلك أن هذا النوع من التعاقد يتم من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية دون التقاء مادي بين أطرافه، وأن هذه الطريقة فيها من المخاطر ما يؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك دون علم حقيقي بالمنتج، لذا حرصت التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني، ونحاول من خلال

هذا المطلب أن نوضح المقصود من الحق في الإعلام الإلكتروني مع تبيان مبرراته، ثم دراسة محل الحق في الإعلام إضافة إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

الفرع الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني

إن عدم التساوي في المعرفة بالمعلومات بين المتعاقدين بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحمل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية لأن الطرف الضعيف يتعرض لاستغلال الطرف الأقوى صاحب الخبرة (المحترف)¹، من هذا المنطلق و نتيجة لهذا الاختلال في المعرفة بين المهني و المستهلك يتعين على التاجر الالتزام بإعلام المستهلك و الإفضاء بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستتير إرادة المتعاقد فيجب الإدلاء بكل المعلومات طالما لها أهميتها في التعاقد².

أولا :تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

بين المشرع الجزائري بوضوح في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة"³ ، ولكن هذا في العقود العادية دون العقود الإلكترونية التي تجاهلها المشرع. ويعرفه البعض بأنه " التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا كافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي تعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضائه في العقد"⁴ . أما ما يتعلق بالالتزام بالإعلام الإلكتروني فيعرفه البعض بأنه " التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص

¹ - عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) ، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2007 ، ص 366.

² - عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية (عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007 ، ص 339 ص 340.

³ - أنظر المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق.

⁴ - حسن عبد الباسط الجمعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر، 1992 ، ص 35.

العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائل إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة.¹

كما عرفه جانب آخر بأنه "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسباً في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد"² ويتضح لنا من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، فهو التزام قانوني نجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل التعاقد و أثناء التعاقد طالما أنه يتم بكل شفافية و أمانة، بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائل إلكترونية يسهل استعمالها و التطرق إلى محتواها في شكل واضح و مقروء².

ثانياً: مبررات الحق في الإعلام.

إن البيانات والمعلومات التي يلتزم المنتج والموزع لسلعة أو خدمة بتقديمها تؤدي إلى تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد ويأخذ الالتزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظراً للتفاوت في مستوى العلم والخبرة بين المستهلك والمحترف الذي يتعاقد معه، مما يؤدي إلى الاختلال في التوازن العقدي، لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام المستهلك هو الوسيلة لإعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين وإعادة التوازن إلى العقد.

أ- إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين: إن التفاوت في المعرفة الفنية يتزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي مما يستحيل أن يتعرف الشخص العادي على التفاصيل الفنية ودقائق السلع المعروضة، فعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز

1- سهر منتصر ، الالتزام بالتبصير ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 41.

2- خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الإلكتروني مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول " المنافسة و حماية المستهلك " بجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 17 و 18 مارس 2009.

القانونية، نظرا لأن المستهلك معرض للاستغلال من طرف المحترف الذي هو صاحب الخبرة والمعرفة في هذه الحالة¹.

وتزداد الحاجة إلى بلوغ هذا الهدف في إبرام العقود الإلكترونية نظرا للخصوصية التي تتمتع بها في استعمال التاجر لأدوات الويب التي تستطيع الوصول إلى كل مكان ويمارس تأثيرا يتجاوز الأدوات التقليدية في الواقع، لذا نجد عدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد يبرر تقرير الحق في الإعلام الإلكتروني الذي يقع على عاتق صاحب الخبرة من المهنيين، والإعلام بالبيانات والمعلومات الضرورية يساعد على تنوير إرادة المستهلك المتجهة إلى إبرام العقد الإلكتروني².

ب-إعادة التوازن العقدي: من أبرز الضروريات العملية التي أدت إلى تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد انعدام التكافؤ بين المزود والمستهلك من حيث العلم بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك ولذلك فإن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين، فلهذا الحق دور هام في حماية رضا المستهلك الذي لا يتمكن بسبب مركزه الضعيف في العقد من الوصول إلى تحديده بكل وضوح، ويكون هذا الحق أكثر إلحاحا بالنسبة للعقد الإلكتروني نظرا للغيب المادي لأطرافه³.

ومن الفقه من يرى بأن الأساس القانوني لهذا الحق نجد يصدره في الحماية التقليدية للطرف المدعي في القانون المدني، إلا أن الرأي الذي استقر عليه غالبية الفقه يرى بأن الأساس موجود في قانون حماية المستهلك الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائما الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائع المحترف، مما يستوجب على هذا الأخير إعلامه مسبقا بكل المعلومات الضرورية حتى تتكافى الإرادتين وتتوازن أمام إعطاء كل طرف المساحة الكافية لبنائها عن قناعة وتبصر⁴.

1- عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 376.

2- حسن عبد الباسط الجميعي، المرجع السابق، ص 22.

3- عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 55.

4- خلفي عبد الرحمان، المرجع السابق، ص 86.

الفرع الثاني: محل الحق في الإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هدفه توفير و تبصير المتلقي و ذلك عن طريق إدلاء المنتج أو المهني بكافة المعلومات التي على أساسها يستطيع أن يتدبر المتلقي أمره بالقبول أو الرفض فيما يخص العقد المزمع إبرامه سلميا.

أولا: تحديد شخصية البائع.

من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك و قد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل مع ، فبيان شخصية المزود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته ، اسم محله التجاري، بريده الإلكتروني ووضعه تحت تصرف المستهلك للاطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة و قد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي و التوجيه الأوروبي الصادر في 1997 شخصية المزود¹ و في سبيل تسهيل معرفة كل هذه البيانات أمام المستهلك الإلكتروني، فقد قام المجلس الوطني للمستهلك الفرنسي بإصدار قرار يقتضي ضرورة وضع تحت تصرف المستهلك كافة المعلومات المتعلقة بالتجار و الوسطاء المعروضين على الشبكة و ذلك بغية تسهيل المهمة في هذا الصدد بحيث يتيسر على المستهلك الرجوع إلى ذلك السجل قبل الدخول في العلاقة التعاقدية².

ثانيا: إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة.

يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفضاء إلى المستهلك بالمعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه³ ، هذه البيانات او المعلومات عموما تمثل الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة ثمن السلعة أو الخدمة شاملة كل الضرائب، شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد، المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع و الضمانات التجارية، البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبيع

¹ - MUNOZ Sandrine , « La proposition de la directive relative à certains aspects juridiques du commerce électronique », revue du droit n°157, 1999, p 10.

² - SCHUHT Cristiane feral , « Les relation juridique entre les acteurs du marché virtuel, les contrats du commerce électronique », revue du droit des contrats, n°14,1999, p21.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002 ، ص 102.

أو الانتفاع بالخدمة، فالبائع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعها لمن ليس له دراية بها حتى يقدم المستهلك على شرائها فهو يعلم عن الحالة القانونية للمبيع و الحالة المادية له و كيفية استخدامه فالحالة القانونية للمبيع تتضمن كل البيانات القانونية التي قد تثار بعد التعاقد، بحيث لو علم بها المستهلك قبل إبرام العقد لما 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 المعلومات و البيانات المتعلقة بالخصائص وبالأوصاف المادية للمبيع محل التعاقد عملا على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد و خصائصه الذاتية.

أما عن اللغة المستعملة بغية التعامل مع المستهلك فيجب أن تكون لغة وطنه وهي اللغة الفرنسية، وهذا ما جاء بنص القانون رقم 94-665 الصادر في 1994 الذي نصت المادة الثانية منه على وجوب استخدام اللغة الفرنسية في كل وصف للشيء أو المنتج أو الخدمة وطريقة التشغيل والاستعمال وتعيين نطاق وشروط الضمان، وكذا الفواتير والمخالصات، إلا أن استعمال اللغة الوطنية لا يمنع أن تصحبها ترجمة بأي لغة كانت¹.

والمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد نص بدوره على ذلك صراحة في نص المادة 71 منه التي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات، وطريقة الاستخدام ودليل استعماله وشروط ضمان المنتج، وكل معلومة أخرى باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعماله لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية ومقروءة ويتعذر محوها².

إذن فالتزام البائع بإعلام المستهلك بالأوصاف الأساسية و الجوهرية للمبيع يجب أن ينشأ و يتحقق قبل إبرام عقد الاستهلاك أو في وقت معاصر له حتى يتمكن المستهلك من تكوين رضائه بناء على إرادة واعية و مستتيرة تمكنه من معرفة المبيع و مقدار نفعه المادي بالنسبة له³.

1- سليم سعادوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص 32.

2- أنظر المادة 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق.

3- إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 80.

المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد

يعتبر حق العدول أحد الضمانات الهامة والمكرسة قانونيا و هو أكثر وسائل حماية المستهلك ملائمة لخصوصيات العقد الإلكتروني¹، نظرا لأن المستهلك لا تتوفر له إمكانية الفعلية أو الحقيقية بمعاينة السلع أو التحقق من الأداء المناسب للخدمات، فحق العدول من الوسائل التي لجأت لها التشريعات الحديثة لحماية رضاء المستهلك الإلكتروني حيث يتضمن هذا الحق إعطاء فرصة للتروي و التفكير²، و في سبيل التعرف على مضمون الحق في العدول من منظور حماية المستهلك الإلكتروني لابد من معرفة المقصود بحق العدول ومبرراته (الفرع الأول) و إجراءات ممارسة هذا الحق (الفرع الثاني) ، و الآثار المترتبة على ممارسته (الفرع الثالث) وحماية المستهلك من الشروط التعسفية و حماية بياناته الشخصية (الفرع الرابع).

الفرع الأول: المقصود بحق العدول ومبرراته

يعد حق العدول في العقد الإلكتروني حق إرادي محض يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقا للضوابط القانونية فهو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الإلكتروني، فحق العدول حق شخصي يمارسه المستهلك وفقا لما يراه محققا لمصالحه، فهو ليس ملزما بإبداء أسباب معينة لهذا العدول فاستعمال هذا الحق لا يؤدي إلى قيام مسؤوليته.

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 يسبقا، بحيث يستفيد من مهلة للتفكير في خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وان ارتبط به³.

كما يعرفه جانب آخر من الفقه بأنه "إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع محل التعاقد إذا لم يكن راه عند العقد أو قبله، و المستهلك الإلكتروني الذي يشتري

1- نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 59.

2- طاهر شوقي مؤمن، عقد البيع الإلكتروني (بحث في التجارة الإلكترونية)، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص114.

3- عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 126.

السلعة عن طريق الأنترنت لم يكن قد رأى البضاعة وانما 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 المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها، و اعتبارها كأنها لم تكن، وذلك بهدف تجريدتهما من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل¹.

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"²

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 به لتسريعه في التعاقد، نظرا لما تتميز به المعاملات من دعاية وإغراء في المجال الإلكتروني.

فمن خصائص حق العدول أن مصادره محددة بالقانون والاتفاق ويتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك، ودون الحاجة للجوء إلى القضاء ودون اشتراط موافقة الطرف الآخر³.
اما المشرع الجزائري في نص المادة 19 فقرة 02 فانه اكد على ان حق العدول يمارسه المستهلك دون سبب وبالتالي يمكنه العدول في أي وقت كان دون حاجة لتبرير عدوله .

1- محمد سعيد أحمد اسماعيل، المرجع السابق، ص 393.

2- انظر المادة 19 من القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المعدل والمتمم للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ج ر

ج ج رقم 06 الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.

3-طاهر شوقي مؤمن ، المرجع السابق، ص 113.

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:

✓ عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول خلالها.

✓ عقود توريد السلع والخدمات التي تحدد أثمانها وفق ظروف السوق.

✓ عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها 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 بها¹.

اما المشرع الجزائري فقد ترك امر تحديد المنتجات المعنية بالعدول الى التنظيم وهو الامر الذي لم يحدث بعد بما ان النصوص التطبيقية لقانون حماية المستهلك الجديد 09-18 لم تصدر بعد فنص على ما يلي "تحدد شروط وقائمة المنتجات المعنية ، عن طريق التنظيم"²

الفرع الثاني : ممارسة الحق في العدول

لا توجد إجراءات خاصة لممارسة الحق في العدول فالشرط الوحيد المتعارف عليه هو احترام المدة الواردة في القانون، ولهذا سوف ندرس كيفية ممارسة الحق في العدول ثم المهلة المحددة لذلك.

أولا : كيفية ممارسة الحق في العدول.

إذا أراد المستهلك الرجوع في التعاقد فإنه يلتزم بإخطار المهني (البائع أو مقدم الخدمة) و أن 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،

1- نضال اسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 141.

2- انظر المادة 19 من القانون رقم 09-18، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

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 بالعدول¹.

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 19 الفقرتين 03 و 04 في 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"²

ثانيا :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 عمل اعتبارا من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء أو غرامة ودون حاجة لبيان الأسباب³ وهذا ما صرحت به أيضا المادة 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي التي تنص " بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطى المشتري 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 تضمنت آخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد إلى أول يوم عمل، أما في حالة إخلال التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك قبل العقد فإن 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 فإن مدة سبعة أيام هي الأصل، وتحسب من تاريخ تنفيذ التزامه في الإعلام⁴.

¹ - نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 226.

² - انظر المادة 19 من القانون رقم 09-18، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

³ - التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ياي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد، المرجع السابق.

⁴ - محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية الإلكترونية و الدولية و حماية المستهلك (تمييز البيع عن غيره من العقود، تفاوض إبرام البيع و صوره، البيع الدولية و الالكترونية و المعلوماتية، حماية المستهلك، نقل الملكية، الضمان، الوفاء الإلكتروني، فسخ البيع)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 104.

وأخيرا فإنّ هذا الحق في مثل هذا النوع من البيوع يعتبر من النظام العام بحيث لا يجوز التنازل أو الاتفاق على الإعفاء منه، لأن الهدف منه حماية المشتري بأن لا يلزم بأية سلعة قد لا يراها مناسبة.

الفرع الثالث: آثار ممارسة الحق في العدول

يترتب على اختيار المستهلك طريق الرجوع عن التعاقد زوال العقد وانقضائه ويلتزم الأطراف بإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل التعاقد، ولممارسة حق الرجوع آثار بالنسبة للتاجر من ناحية وبالنسبة للمستهلك من ناحية أخرى.

أولا: آثار العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني.

إذا انقضت المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لاستعمال حقه في العدول يصبح العقد ملزما للطرفين ويصبح باتا واجب التنفيذ، لكن إذا استعمل المستهلك حقه خلال المدة المقررة فإنه 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 إلى درجة تجريم فعل عدم إرجاع الدين، حتى يمنع أي مجال للتماطل أو أي رغبة في عدم الوفاء بالتزاماته التعاقدية.

ثانيا: 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 عنها¹.

1- سلطاني آمنة، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، المرجع السابق، ص 122.

المطلب الثالث: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته الشخصية

إن أشكال التعاقد عبر الأنترنت تغطي عليها صور العقود النموذجية التي يتولى إعدادها مسبقا مختصون يتمتعون بالتفوق الاقتصادي والكفاءة الفنية لهذا يستوجب حماية خاصة للمستهلك، إضافة إلى خصوصية الوسائل المستعملة من أجل التعاقد الإلكتروني التي يتضمن البيانات الخاصة للمستهلك يفرض حمايته من أجل كسب ثقة المستهلك.

الفرع الأول: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية.

يعرف الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يفرض على المستهلك من قبل المزود نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير للسلطة الاقتصادية التي يتمتع بها بغرض الحصول على ميزة مجحفة، فالشرط التعسفي يترتب عنه عدم التكافؤ بين الحقوق والالتزامات الناشئة عن العلاقة العقدية وأنه شرط غير خاضع للمفاوضات الفردية بين المزود والمستهلك، كذلك يختص بكونه أنه شرط مكتوب بصفة مسبقة ودون أن يكون للمستهلك أي تأثير في محتوى العقد الإلكتروني¹.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد عرف الشروط التعسفية ضمن المادة 03 فقرة 05 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كما يلي "الشرط التعسفي كل شرط أو بند بمفرده أو يشترك مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد."

والغرض من وضعها هو تحقيق مصلحة لأحد أطراف العقد غالبا ما يكون المحترف، في حين تجعل الطرق الأخرى (المستهلك) يتحمل التزامات أكثر مما تجب عليه أو التقليل من الضمان فحظر مثل هذه الشروط التعسفية تسري على جميع العقود، وهذا ما تؤكدته المادة 30 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث أعطت إمكانية منع العمل ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية في مختلف العقود وذلك عن طريق التنظيم²، وعليه فلحماية رضا المستهلك من كل عيب لا بد على المحترف أن يضع في علم المستهلك كافة شروط البيع حتى يتسنى له معرفة مدى التزاماته لحظة إبرام العقد.

1- عمر خالد رزيقات، المرجع سابق، ص 355.

2- أنظر المواد 03 و 30 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في حماية بياناته الشخصية

إن المعاملات الإلكترونية تتضمن بيانات شخصية يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر الإلكتروني في إطار التحقق و التأكيد على عملية البيع، وقد تكون هذه المعلومات عبارة عن بيانات اسمية، أو عدة صور في شكل إلكتروني، كما قد تشمل مقر إقامة المستهلك و طبيعة العمل الذي يقوم به، فحماية خصوصية المستهلك أمر ضروري يفرض إيجاد الآليات التي تمنع استعمال هذه المعلومات الناتجة عن التعاملات الإلكترونية¹، وهذه البيانات تشكل جزءا من حياة المتعاقد عبر الأنترنت الخاصة فلا يجوز الإفشاء بها للغير بقصد أو بدون قصد ولا يحق للباعة تداولها فيما بينهم في سبيل الترويج لسلع أو خدمات أخرى، كما لا يجوز للبائع نفسه باستخدامها إذا ما انتهت العلاقة العقدية بينهما، ولا يحق له أيضا الاحتفاظ بها فيما وراء المدة المعلنة أو المحددة لغايات العلاقة العقدية الأولى².

لذا تدخلت التشريعات المختلفة لتنظيم الحق في احترام الحياة الخاصة للأفراد وحظر كل اعتداء يقع عليها ووضعت جزاءات وعقوبات لما يسمى بالإجرام المعلوماتي والقرصنة سواء المادية أو الفكرية، كما أكدت التوجيهات الأوروبية مبدأ حماية المعطيات الشخصية للمستهلك عبر الأنترنت كالتوجيه الأوروبي 58/2002 الخاص بحماية المعطيات الخاصة في نطاق الاتصالات الإلكترونية المسمى بتوجيه الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية، وقد تناول هذا التوجيه هذه الأمور:

✓ سرية الاتصالات الإلكترونية.

✓ جمع المعطيات الشخصية والاحتفاظ بها³.

أما المشرع الجزائري فلم ينص بشكل صريح ومباشر في القانون المدني عن حماية الحق في الخصوصية ونجد إشارة إلى ضمان الحقوق الملازمة للشخصية طبقا لنص المادة 47 من القانون المدني⁴، كما نجد أن الدستور الجزائري في المادة 34 منه ينص على أنها تضمن الدولة عدم انتهاك حرية الإنسان وفي المادة 39 منه تنص على "أنه لا يجوز انتهاك

1- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 49.

2- هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص 67.

3- نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 248، ص 249.

4- الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 1975/09/26، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-07، المؤرخ في 2007/05/13، ج 4 ج عدد 31، الصادرة بتاريخ 2007/05/13.

حرية حياة المواطن الخاصة وحرية شرفه ويحميها القانونسرية المراسلات و الاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة"¹، وفي المقابل جرّم المشرع الجزائري في قانون العقوبات صراحة الاعتداء على حرية الحياة الخاصة وذلك عبر نصوص المواد 303 مكرر و 303 مكرر 1².

المبحث الثاني:

آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

لا يكفي أن تنص التشريعات القانونية وطنية كانت أو دولية على إقرار حقوق للمستهلك عبر شبكة الانترنت ،سواء ما قبل التعاقد أو عند ابرام العقد أو تنفيذه، سواء كانت حقوق تكفلها القواعد العامة للعقود أو حقوق مستحدثة تبعا لخصوصية عقد الاستهلاك الإلكتروني ، فيجب أن تكون هناك آليات تضمن هذه الحقوق على أرض الواقع ،ومن شأنها أن تبعث الثقة في المستهلك وتجعله يتعاقد عبر شبكة الانترنت دون خوف من ضياع حقوق ،وهذه الآليات تتمثل في الوسيط الإلكتروني الذي يلعب دور الموثق، وكذلك الهيئات التي يستعين بها المستهلك للدفاع عن حقوقه (المطلب الأول)، وأخيرا القضاء كآخر سبيل للدفاع عنه(المطلب الثاني).

المطلب الأول: الوسيط الإلكتروني وهيئات حماية المستهلك

هاتين الآليتين من شأنهما أن تبثا الثقة في المستهلك عند ولوجه شبكة الانترنت من أجل اقتناء حاجياته من سلع وخدمات دون خوف من تعرضه للنصب والاحتيال وقرصنة بياناته وأمواله، ويضمن سلامة صحته البدنية والعقلية، وكذا ضمان مساندة فعلية أمام الهيئات القضائية.

1- دستور 28 نوفمبر 1996 ، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 ، مؤرخ في 09 ديسمبر 1996 ، ج ر ج ج عدد 67 لسنة 1996 ، معدل و متمم بموجب القانون رقم 08-19 ، مؤرخ في 2008/07/15 يتضمن التعديل الدستوري ، ج ر ج ج عدد رقم 63 ، الصادرة في 16 نوفمبر 2008.

2- الأمر رقم 66-15 ، المؤرخ في 08 يونيو 1996 ، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج عدد 49 ، صادر بتاريخ 21 يونيو 1996 المعدل والمتمم.

فرع أول: الوسيط الإلكتروني (التصديق الإلكتروني)

يعتبر وجود طرف محايد بين أطراف العقد عامل مهم لزرع الثقة بينهم، فهو يعمل على تأكيد بيانات كل طرف للآخر، والتصديق على توقيعاتهم، وإثبات ما جرى بينهم من اتفاق، حتى يعود إليه الأطراف في حال نشوء نزاع، ومن السمات الخاصة بعقود الاستهلاك الإلكترونية هو طبيعة البيئة المبرم فيها و سمة التعاقد عن بعد، مما يطرح إشكالية الطرف المحايد الذي يربط بيانات الأطراف ويؤكد صحة التوقيعات ويمنحها مصادقته، وهذا ما استدعى ابتكار تقنية الوسيط الإلكتروني المتمثلة في التوثيق أو التصديق الإلكترونيين.

أولاً- مفهوم التصديق الإلكتروني: هناك من يسميه توثيق الكتروني ويرى أنه نفس المصطلح وهناك من يفرق بين التوثيق والتصديق على أساس أن الأول منظومة خاصة مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط لتوثيق المعاملات بين طرفين متعاملين وذلك بإصدار شهادة إلكترونية، أما التصديق الإلكتروني فيتم بعد استخراج الشهادة فيفحص مصداقيتها¹، ولقد تبني المشرع الجزائري مصطلح التصديق الإلكتروني على أساس أن هوية الأطراف تحدد من خلال الربط بينهم وبين بيانات التحقق من توقيعاتهم الإلكترونية بواسطة شهادة تصديق الكترونية صادرة عن شخص يسمى مؤدي أو مقدم خدمات التصديق الإلكتروني وذلك حسب المادة 02 الفقرة 07 و الفقرة 12 من القانون 04/15 المتعلق بالتوقيع الإلكتروني، وحسب المادة 02 من قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية، فالتصديق الإلكتروني هو (عملية التأكد من صحة الكتابة والتوقيع الإلكترونيين، عن طريق ربط بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع بواسطة شهادة الكترونية يصدرها طرف ثالث محايد، يسمى مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني)، وهذه الشهادة يقصد من الحصول عليها تأكيد نسبة رسالة البيانات أو العقد الإلكتروني إلى مصدره، وإن التوقيع الإلكتروني هو توقيع صحيح وصادر ممن نسب إليه².

ثانياً- دور التصديق الإلكتروني في حماية المستهلك : تعتبر شهادة التصديق الإلكتروني بمثابة الوسيط بين أطراف العقد وتصدر عن هيئة معتمدة ومرخص لها من طرف

1 بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه تخصص: قانون الاعمال، جامعة الحاج لخضر بباتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2014-2015، ص 242.

2 د/خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص 251

السلطات العمومية المختصة وفق إجراءات قانونية وشروط خاصة ،ولا تقتصر الشهادات التي يصدرها مؤدي خدمة التصديق الإلكتروني على توثيق التوقيع بل يمكن أن تصدر شهادات تصديق الكترونية أخرى تثبت كل ما يتعلق بالعقد، وهو ما يعني إضفاء حماية أكبر لعقد الاستهلاك الإلكتروني، وإعطاء ثقة للمستهلك للتعاقد وفق هذا الشكل .

01-التحقق من هوية الشخص الموقع: يتمثل الالتزام الرئيسي لمؤدي خدمة التصديق الإلكتروني في القيام بالتحقق من هوية الشخص الموقع ،حيث تقوم بإصدار شهادة توثيقية تفيد التصديق على المحرر الإلكتروني في تعاقد معين تُشهد بموجبها بصحته ونسبته إلى من صدر عنه¹،وهي تؤدي نفس الدور الذي تؤديه البطاقة الشخصية أو جواز السفر من التأكيد على الصلة بين صورة المواطن وشخص صاحب التوقيع الموضوع عليهما².

02-إثبات مضمون التبادل الإلكتروني: تتولى سلطة التوثيق كذلك التحقق من مضمون التبادل الإلكتروني بين الأطراف، وسلامته وبعده عن الغش والاحتيال، فضلا عن إثبات وجوده، ومضمونه وتجنباً لحدوث أي غش اتجاه المتعاملين بالإنترنت، حيث أن جهات التوثيق تقوم بتعقب المواقع التجارية للتحري عن وجودها الفعلي ومصادقيتها فإذا اتضح لها أن تلك المواقع غير حقيقية، أو غير جدية فإنها تقوم بتحذير المتعاملين .ويجوز اللجوء إلى هذه الجهات قبل إبرام العقد للتحقق من أمر الشركة التي سيتم التعاقد معها³.

03-إصدار المفاتيح الإلكترونية: وهذه المفاتيح تهدف إلى حماية العقد المبرم بين المستهلك والمتدخل بتقنية التشفير ، فيمنع عنه أي تعديل قد يمس بياناته مما يؤدي إلى هدر حقوق أحد الأطراف ،كما يحميه من السند الإلكتروني الذي يتضمن المعاملة من التلف والالغاء ،ويتولى مؤدي خدمة التصديق الإلكتروني إصدار المفاتيح الإلكترونية، سواء المفتاح الخاص الذي من خلاله يتم تشفير المعاملة الإلكترونية، أو المفتاح العام الذي يتم بواسطته فك هذا

1- بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص 247 ، نقلا عن سعيد السيد قنديل، التوقيع الإلكتروني، ماهيته، صورته، حججه في الإثبات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 90

2 - وسيمة مصطفى هنشور، المرجع السابق، ص 286

3 - وسيمة مصطفى هنشور ، المرجع نفسه، ص 247 ، نقلا عن إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003، ص 1869

التشهير، بالتالي تضمن هذه الجهات ان المفتاح العام هو المناظر حيث تتحقق من تطابقه وصلاحيته¹.

فرع ثاني: الهيئات والمواقع الإلكترونية للدفاع عن حقوق المستهلك

على غرار باقي الدول حرصت الجزائر على في إطار اهتمامها بالمستهلك على انشاء هيئات إدارية تهدف إلى حماية المستهلك من خلال القيام برقابة المنتجات المعروضة للاستهلاك من حيث الأسعار والجودة والنظافة عن طريق أعوانها ،كما شجعت على إنشاء جمعيات تهتم بالمستهلك وتقوم كذلك بالرقابة القانونية بطرقها الخاصة و توعية المستهلك بكل ما يتعلق بالاستهلاك ،سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، خاصة وان عقد الاستهلاك الالكتروني قد يحمل الطابع الدولي .

أولاً-الهيئات الإدارية المختصة في حماية المستهلك: إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به، ولأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة ومن قدرتها على دقة وسلامة التنفيذ حيث تنقل التجريم والعقاب من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية على أرض الواقع². ولئن كان لوزارة التجارة الدور الكبير في مجال حماية المستهلك ،إلا أن ذلك لا يقتصر عليها وحدها ،حيث تشاركها كل الجهات الإدارية ذات العلاقة بحماية المستهلك³، في جميع المجالات وعلى جميع المستويات من الوزارة إلى البلدية، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي و العملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية⁴.

01- دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك: لا يمكن حصر دور هذه الهيئات في هذا المجال لكونه متعدد بتعدد هذه الهيئات، فكل هيئة وكل إدارة منوطة بالدور الذي حدده لها

1 - وسيمة مصطفى هنشور ، المرجع السابق، ص 248 ، نقلا عن إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003، ص 1869.

2 - سماح سفير، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة د. الطاهر مولاي-سعيدة-، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016-2017، ص 11.

3 - ساسي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر بيانة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2010-2011، ص 54.

4 - سماح سفير، المرجع السابق ، ص 11.

القانون، بحسب اختصاصها ومستواها الإداري، وعليه سنحاول تحديد هذا الدور بصفة عامة ونرى مدى فعاليته في حماية المستهلك الإلكتروني.

أ- حماية المنافسة وقمع الغش : لقد اهتم المشرع الجزائري بمجال حماية المنافسة التجارية وكذا مكافحة كل أنواع الغش التي قد ترد فيها ،من مخالفة التزامات الاعلام والاسعار وغيرها من النشاطات المرتبطة بالتعاملات التجارية ،من خلال استصدار مجموعة من التشريعات التي تُعنى بهذا الدور وتدعيمها بإنشاء هيئات إدارية خاصة لتنفيذه ،ومن أمثلة هذه التشريعات القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ،والقانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،والتي تكفل وزارة التجارة وإداراتها الفرعية بتطبيقه عن طريق أعوان المراقبة ،والامر 03/03 المتعلق بالمنافسة وما يلعبه مجلس المنافسة من دور المراقبة في هذا المجال ، وكل هذا يصب بطريقة غير مباشرة في صالح المستهلك ،و في البيئة الإلكترونية تتم مراقبة المواقع الإلكترونية المختصة في التجارة للتأكد من مصداقيتها من خلال حيازتها لشهادة تصديق الكترونية صادرة طبقا للقانون¹ ،وتراقبها هيئات إدارية مخصصة لهذا الغرض.

ب- رقابة المنتجات المعروضة للاستهلاك: لا يكفي أن تتم مراقبة الممارسات التجارية والمواقع الإلكترونية ،بل يجب مراقبة المنتجات التي تكون محلا لهذه الممارسات ،وهذا الدور تقوم به هيئات إدارية خاصة من خلال مراقبة جودة هذه المنتجات ومدى مطابقتها للمقاييس القانونية الوطنية والدولية ،وأیضا مراقبة نظافة وأمن هذه المنتجات لحماية وسلامة المستهلك ،ومن بين هذه الهيئات :الضبطية القضائية ،إدارة مراقبة الجودة وقمع الغش² ، والهيئات المكلفة بمراقبة المواصفات القياسية، وغيرها من الإدارات.

ثانيا- جمعيات ومواقع الكترونية لحماية المستهلك: إن الحركة الجمعوية بدأت تفرض نفسها كواقع اجتماعي في جل الميادين بهدف الترقية الثقافية ،الرياضية، الدينية ، التربوية أو الدفاع عن المحيط ،وبالتطور الاقتصادي واتساع مجال الاستهلاك، أصبح المستهلك عرضة

1 - القانون 04/15 المتعلق بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين.

2 - تم إنشاء هذه الإدارة بموجب المرسوم رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المؤرخ في 1990/10/30

لخطورة المنتج والخدمة المفتقرة لأبسط المواصفات لعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة¹، ومن هنا ظهر دور الجمعيات الوطنية أو الدولية في حمايته ضد هذا المخاطر وكذلك بعض المواقع المهمة بشؤونهم.

01- جمعيات حماية المستهلك : إن جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها إلى القانون رقم 206/12 المتعلق بالجمعيات الذي بموجبه اعترف المشرع الجزائري بالحق في تأسيس الجمعيات، أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك فقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل السابع تحت عنوان "جمعيات حماية المستهلكين" "جمعيات حماية المستهلكين" في المواد: 21، 22، 23، 24² وقد تأسست عدة جمعيات لهذا الغرض سواء كانت وطنية أو جهوية الجمعية الجزائرية لحماية المستهلك (AAPC) المؤسسة سنة 1988، وكذا جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك (LDEC) المؤسسة 1989، أما على المستوى الدولي ففي عام 1960 تم عقد المؤتمر التأسيسي للاتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك (IOCU)، وتم تعديل هذا الاسم في عام 1993 ليصبح المنظمة الدولية للمستهلك (CI)³، وتهتم هذه المنظمة بكل ما يتعلق بالمستهلك وتدعيم حمايته على المستوى الدولي.

أ- دور الجمعيات في حماية المستهلك: تقوم هذه الجمعيات بعدة مهام سواء كانت وقائية أو ردعية لحماية المستهلك.

✓ **رقابة الجودة والأسعار:** من حق الجمعيات متابعة كل ما يتعلق بجودة وأسعار المنتجات، سواء بالزيارات الميدانية أو فور تلقي إخطارات بوجود مخالفات في هذا المجال.

✓ **الإعلام والتحسيس والتوجيه:** تعتبر هذه الوظيفة المهمة الأكثر كلاسيكية والتي تتولاها الجمعيات في الوقت الحاضر⁴، وهو دور وقائي يهدف إلى توعية المستهلك بالمخاطر

1 - /سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة ضمن مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح

الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي في 13 و 14 أبريل 2008، ص 281

2 - القانون رقم 06/12 المتعلق بتنظيم الجمعيات، المؤرخ في 2012/02/12، ج ر عدد 02، 2015/02/15

3 - /سامية لموشية، المرجع السابق 281

4 - ساسي مبروك، المرجع السابق، ص 58

التي يمكن أن يواجهها عند اقتناء المنتجات ،وكذا ترشيد استهلاكه بخصوص بعض المنتجات ،وإعلامه بالأسعار الحقيقية لبعض المنتجات .

✓ **الدفاع عن المستهلك أمام القضاء:** منح القانون 03/09 في المادة 23 جمعيات حماية المستهلك بالتأسيس كطرف مدني للدفاع عن حقوق المستهلكين الذين تصيبهم أضرارا فردية ذات أصل مشترك من نفس المتدخل، والمطالبة بالتعويض لجبر هذا الضرر.

ثانيا-مواقع خاصة بحماية المستهلك: على غرار الجمعيات التي تهتم بشؤون المستهلك وحمايته ظهرت عدة مواقع الكترونية تقوم بنفس الدور ،خاصة أمام التطور التكنولوجي وإقبال المستهلك على شبكة الانترنت لاقتناء حاجياته ،وتقوم هذه المواقع تقريبا بنفس الدور الذي تقوم به الجمعيات، من إعلام وتوعية توجيه ،كما قد تلعب دور الوسيط بين المستهلك والمتدخل، ومن خلال بحثي على شبكة الانترنت وجدت بعض المواقع المتخصصة في مساعدة المستهلك والدفاع عنه¹:

❖ موقع (www.thesqueakywheel.com) الذي يساعد في رد البضائع المعيبة للمنتجين.

❖ موقع (www.angelfire.lycos.com/)، الذي يساعد في حل بعض المشاكل

الخاصة بالدفع الالكتروني، والتقليل من مخاطر الاحتيال وقرصنة بيانات بطاقات الدفع.

❖ موقع (www.consumerworld.org)، هو مركز معلومات للمستهلكين يحتوي على أكثر من 2000 موقع معلوماتي ونصائح للمستهلكين².

❖ موقع (<http://www.consumersinternational.org>)، وهو صوت المستهلك

العالمي ولديه عضويات من هيئات ومنظمات تسعى لحماية المستهلك على مستوى العالم³.

1 - تم الاطلاع على هذه المواقع بتاريخ: 2019/03/27

2 - عبيد بن سعد العبدلي، مواقع الكترونية مفيدة لحماية المستهلك، <http://dralabdali.com/web-on-consumer-protection/>، نشر بتاريخ 2011/12/25، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/03/27.

3 - عبيد بن سعد العبدلي، المرجع نفسه.

❖ الموقع العربي السعودي -جمعية حماية المستهلك- (<https://cpa.org.sa/>)، الذي يهدف إلى توعية المستهلك وتلقي الشكاوى الخاصة به، ونشر الانظمة واللوائح الخاصة بالمستهلك.... الخ.

المطلب الثاني: 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 (فرع أول)، كما ان التعدي على حقوقه يشكل جريمة بكل اركانها ترتب المسؤولية الجزائية على مرتكبها (فرع ثاني).

الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

بعد تنفيذ العقد فإنه يترتب لكل طرف حقوق وتقابلها التزامات وعليه يتحمل المتدخل مسؤوليته سواء على أساس تعاقدى أو تقصيري، ومن حق المستهلك رفع دعوى مدنية جبرا للضرر اللاحق به .

أولاً: التزام البائع بنقل الملكية

يعرف الفقه عقد البيع أنه " عقد يلتزم البائع بمقتضاه أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر يقابل ثمن نقدي، أي أن عقد البيع ينشئ التزاما بنقل الملكية في ذمة البائع الذي يلتزم بنقل هذا الحق للغير".

لكن كثيرا ما يكون البائع ملتزما بنقل ملكية الشيء المبيع للمشتري لكن يمكن للبائع أن يحتفظ لنفسه بالملكية بمقتضى شرط في العقد حتى يوفي المشتري بكامل الثمن، وكثيرا ما يأتي النص على هذه الشروط في عقود البيع عبر شبكة الأنترنت، و بمجرد انتقال ملكية الشيء المبيع للمشتري يصبح لديه حق التصرف فيه و يجوز له أن يبيعه أو أن يرهنه، أو أن يترتب عليه أي حق عيني آخر لأي شخص من الأشخاص¹ .

1- محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت) دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص108 .

ثانيا: التزام البائع بتسليم المبيع

إن التزام البائع بتسليم المبيع من أهم الالتزامات لدرجة أنه 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 تسليما ماديا، مادام البائع قد أخبره بأنه يستعد لتسليمه بذلك ويحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع"¹

يتضح لنا من خلال هذا النص أن التسليم عبارة عن وضع الشيء المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يستطيع حيازته أو الانتفاع به دون أن يعرقل ذلك أي عائق ولو لم يتسلمه ماديا.

يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كانت عليها وقت البيع، فإن موضوع التسليم هو الشيء المبيع والذي قد يكون سلعة أو خدمة².

01: التزام البائع بتقديم خدمة.

هناك العديد من الخدمات التي تقدم عبر شبكة الانترنت كتعاقد المستهلك مع إحدى الشركات لشراء أحد البرامج عالية التقنية، فبإمكان Microsoft المتخصصة في إنتاج البرامج الحديثة كشركة الشركة أن تنفذ التزامها بالتسليم عبر شبكة الأنترنت 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، ويلاحظ 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 خدمة³.

1- أنظر المادة 367 من الأمر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

2- خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 121.

3- محمد حسن رفاعي العطار، المرجع السابق، ص 110.

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

02: 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 بالتسليم وإنما يقع على عاتقه الالتزام بتسليم شيء مطابق لأن المتعاقد عبر الأنترنت يقوم بالشراء استنادا إلى عرض أوصاف المبيع، فيترتب للمستهلك حق على البائع أن يسلم المبيع بالحالة والأوصاف التي تم الاتفاق عليها¹.

والمطابقة المطلوبة في هذه الحالة هي مطابقة المنتج المبيع لما سبق للتاجر أن عرضه على شبكة الأنترنت وتتحقق هذه المطابقة بمماثلة السلعة المعروض عنها على شاشة الأنترنت للسلعة المباعة في النوعية، والخصائص، والصفات والجودة، وكل ما تضمنه الإيجاب السابق صدوره من التاجر وبذلك يكون البائع ضامن مطابقة السلعة للشروط والمواصفات المحددة في العقد.

وتكون نفقات تسليم المبيع على البائع في الأصل إلا إذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك، فإذا أخلّ البائع بالتزامه بتسليم المبيع وفقا لما اتفق عليه يجوز للمشتري أن يطلب فسخ 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 بعيدة².

ثالثا: التزام البائع بضمان التعرض والاستحقاق

يستفيد المشتري الذي يتعاقد عبر الأنترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموما حيث يلتزم البائع بالسماح للمشتري من الانتفاع بالمبيع فلا يتعرض له شخصا ولا يسمح للغير بالتعرض له أيضا.

1- محمد حسن رفاعي العطار، المرجع السابق، ص 110.

2- برني نذير، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة 14، 2003/2004، ص 39.

تطرق المشرع الجزائري إلى ضمان التعرض و الاستحقاق في المادة 371 من القانون المدني و تنص على أنه " يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه، سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، ويكون البائع مطالبا بالضمان و لو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه"¹.

يلتزم البائع بضمان كل فعل صادر منه أو من غيره ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو جزء منه، ويجب أن نميز بين ضمان التعرض الشخصي وضمان التعرض الصادر من الغير.

01: ضمان التعرض الشخصي:

ضمان التعرض الشخصي هو كل تصرف قانوني يشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري ويمكن أن يكون التعرض مادي في حالة قيام البائع بأي فعل يؤدي إلى الحيلولة دون انتفاع المشتري بالمبيع ويحق للمشتري في هذه الحالة رفع دعوى على أساس الإخلال بالالتزام العقدي المتمثل في الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق، أما بالنسبة للتعرض القانوني فهو يتمثل في ادعاء البائع أن له حق مواجهة المشتري².

وإذا كان ضمان التعرض يجد مجالا لتطبيقه في مجال المعاملات الإلكترونية الحديثة إلا أن بعض الفقه يرى أنه من الصعب تصور التعرض الصادر من البائع نفسه في التعامل عبر شبكة الأنترنت لأن التاجر يحرص على سمعته وكسب ثقة العملاء، وللتعرض الصادر من البائع عن الشبكة عدّة صور منها:

قيام مصمم برنامج الكمبيوتر المتعاقد على شرائه بإتلافه بعد تمام عملية البيع من خلال فيروس معين قام المصمم بزرعه داخل البرنامج المبيع، أو كقيام المهني المتعهد بتوريد خدمات معينة كخدمة الإشراك في النت على سبيل المثال لأحد العملاء بسعر معين ثم يقوم بالتعاقد مع عميل آخر ينافس الأول على إمداده بنفس الشيء بسعر منخفض وبجودة أعلى مما يضر الأول.

1- أنظر المادة 371 من الأمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، المرجع السابق.

2- حسنين مجّد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص.126، ص 127.

والتعرض الصادر من البائع يستوي أن يكون مبنيًا على سبب قانوني أو أن يكون التعرض ماديًا¹.

02: ضمان عدم التعرض الصادر من الغير:

يلتزم البائع أن يدفع عن المشتري التعرض الصادر من الغير متى كان هذا التعرض مستندا إلى حق ثابت للغير وقت البيع أو آل إلى الغير بعد البيع من البائع نفسه، ولا يلتزم البائع بأن يدفع التعرض إلا إذا كان قانونيا، ويشمل ضمان التعرض الصادر من الغير التزامين على عاتق البائع الأول هو التزامه بدفع تعرض الغير، الثاني هو التزامه بتعويض المشتري إذا ما أثبت الغير ما يدعيه من حق وهذا ما يسمى بضمان الاستحقاق².

ومن أمثلة التعرض الصادر من الغير الذي يدعي أنه وكيل إحدى الشركات المعروفة ويعلن عبر الشبكة استعداداه لبيع منتجات تلك الشركة للعملاء ثم يتضح عدم أحقيته في ذلك. وفي حالة حصول التعرض الصادر من الغير يلتزم البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملتزما بدفع ذلك التعرض، وفي هذه الحالة يصبح البائع منفذا لالتزامه بتنفيذ عينا³.

رابعاً: ضمان العيوب الخفية

يعد الالتزام بضمان العيوب الخفية من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع فالمستهلك الذي يتعاقد إلكترونياً مع المزود من أجل شراء المنتج يفترض أنه خال من العيوب وصالح للغرض الذي اشتراه من أجله، على نحو يمكنه من الانتفاع به على الوجه الذي يحقق الغاية المقصودة منه حيث لو كان يعلم أن المبيع به عيوب تنقص من الانتفاع به لما أقدم على شرائه، فضمن العيوب الخفية يعد وسيلة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم مبيع مطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها والتي تستلزمها الأعراف وطبيعة التعامل، وهذا ما يدعونا إلى تعريف العيب الخفي وتحديد شروطه.

1- محمد حسن رفاعي العطار، الرجوع السابق، ص 125.

2- مرقس سليمان، شرح القانون المدني (العقود المسماة: عقد البيع)، الطبعة الرابعة، عالم الكتب، مصر، 1980، ص 372.

3- عمر خالد رزيقات، المرجع السابق، ص 334.

01: تعريف العيب الخفي.

العيب الخفي هو العيب الذي يلحق بالمبيع حيث يصيب المنتج أو الخدمة سواء في الأوصاف أو في الضمانات بحيث يجعلهم غير صالحين للهدف المعد من أجله أو يؤدي وجودها إلى إتلاف في المبيع¹.

وحسب المادة 379 من القانون المدني الجزائري "يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل 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 حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعة استعماله، فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالماً بوجودها.

غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشاً عنه"².

كما يعرف القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك في المادة الأولى العيب هو " كل نقص في قيمة أي من المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة يؤدي إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك تسبب في وقوعه"³.

ويمكن تعريفه أيضاً من عدة نواحي سواء من الناحية المادية أو الوظيفية أو العقدية فمن الناحية المادية العيب في المنتج هو " العيب الذي يتلف الشيء أو يلحق به الهلاك ويؤدي إلى الانتقاص من قيمته أو منفعة.

أما من الناحية الوظيفية بأنه " العيب الذي يصيب الشيء في أوصافه أو في خصائصه بحيث يجعله غير صالح للغرض المعد من أجله"، ويعرف من الناحية العقدية بأنه " تخلف صفة في المبيع التزام البائع للمشتري وجودها فيه."

1- عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 109.

2- أنظر المادة 379 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق.

3- أنظر المادة 07 من القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك، المرجع السابق.

كما يمكن تصنيف العيوب في المنتجات التي تنشأ عنها الأضرار على ثلاثة أنواع ، النوع الأول هي عيوب في التصميم و النوع الثاني عيوب في التصنيع ، أما النوع الثالث فهو التعليمات والتحذيرات المعيبة ، ويلاحظ أن عيبي التصميم والتصنيع يرتبطان بالخواص الذاتية للمنتج، بينما عيوب المنتج التي تتعلق بالتعليمات والتحذيرات فهي تتصل بعوامل خارجية لا تدخل في تركيب المنتج كعدم الإدلاء بالبيانات التي يفترض أن تكون مصاحبة للمنتج¹.

02: شروط العيب الخفي.

الالتزام بضمان العيوب الخفية في المبيع لا يترتب في جميع الأحوال إلا إذا توافرت عدّة شروط وهي تكفل قدر أكبر من الحماية للمستهلك، وتحافظ في نفس الوقت على استقرار المعاملات و لغرض التمسك بالضمان يجب أن نكون بصدد عيب خفي يمثل قدرا من الجسامة، موجودا وقت التسليم كما أن تقديم خفاء العيب يتوقف على مدى تفحص وخبرة العميل الذي يمكنه من اكتشاف العيب في فحص عادي أو دقيق.

إلا أن الأمر يزداد صعوبة ودقة بصدد المنتجات والخدمات الفنية الحديثة المعقدة التي يغلب التعامل عليها إلكترونيا مثل برامج الحاسب الآلي والمعلوماتية²، وسنعرض كل من هذه الشروط بالتفصيل.

أ: أن يكون العيب مؤثرا:

يكون العيب مؤثرا إذا كان على درجة من الجسامة التي ينظر فيها إلى مدى إحداثه نقص في قيمة المبيع أو على صلاحيته للاستعمال ومدى نفعه بحسب الغاية المقصودة منه كما هو يبين في العقد أو كما هو ظاهر من طبيعة الشيء.

أما في القانون المدني الفرنسي فقد نصت المادة 1641 على أن العيب يكون مؤثرا إذا بلغ حدا من الجسامة، بحيث لو علم المشتري وقت التعاقد لامتنع عن الشراء أو اشتراه بثمن يقل عن ثمنه.

1- ابراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 157، ص 158.

2- امدالو سهام ، حسن ليلي ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق فرع القانون الاقتصادي للأعمال -تخصص القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2012/2013 ، ص 42.

ولا يضمن البائع العيب غير المؤثر أي العيب التافه الذي جرى العرف على التسامح فيه فالعيب يكون تافها إذا كان يمس سوى بعض الأمور الكمالية أو كان لا يلحق ضرر بالمشتري، وعبء إثبات الضرر الذي يمس بالمشتري يقع عليه وله كافة الطرق في ذلك¹. حسب تعريف المادة 623 من القانون المدني الجزائري العيب المؤثر هو الذي ينقص من قيمة المبيع أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله².

ب: أن يكون العيب خفيا.

يقصد بخفاء العيب ألا يكون ظاهرا وقت التعاقد فلا وجه لضمان البائع إذا كان العيب ظاهرا أو علم به المشتري، فالبائع لا يضمن العيوب التي كان المشتري يعلم بها وقت البيع فأوجب على البائع ضمان العيب الخفي دون العيب الظاهر و عبئ إثبات خفاء العيب واقع على عاتق المشتري³.

ج: أن يكون العيب قديما.

يضمن البائع العيب الموجود في المبيع وقت التسليم أي أن مجرد وجود العيب وقت التسليم يوجب الضمان ولو لم يكن موجودا وقت العقد، فالبائع يضمن العيب الموجود وقت العقد وذلك الذي ينشأ بعد العقد وقبل التسليم، أما العيب الذي طرأ على المبيع بعد التسليم فلا يضمنه البائع.

ويقع على المشتري عبء إثبات قدم العيب، فالأصل هو سلامة وخلو المبيع من العيوب، والعيب واقعة مادية يجوز إثباتها بكل الطرق⁴.

د: ألا يكون العيب معلوما للمشتري.

يجب أن يكون المشتري غير عالم عند التعاقد بالعيب لأن العلم بالعيب يسقط حق المشتري في الضمان طبقا للمادة 379 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري، فالبائع لا يضمن

1- محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 216.

2- أنظر المادة 379 من الأمر 58-75 المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، المرجع السابق.

3- مرقس سليمان، المرجع السابق، ص 401.

4- امادالو سهام، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص 43.

العيوب التي كان المشتري يعرفها وقت البيع إذ يعد ذلك دلالة على تنازل المشتري عن حقه في الضمان.

ولا يشترط أن يكون العلم ناتج عن إخبار البائع للمشتري بالعيوب فقد يعلم به المشتري إذا كانت له خبرة أو يستعين بخبير ويقع عبء الإثبات على البائع أن المشتري كان يعلم بالعيوب وقت تسلم المبيع، وهي واقعة مادية يجوز إثباتها بكافة الطرق¹.

الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

أصبح العديد من المستهلكين والمؤسسات التجارية عرضة للمخاطر خاصة في نطاق المعاملات الإلكترونية بسبب انعدام معاينة السلعة، و هذا ما أدى إلى حرص التشريعات على حماية المستهلك بتجريم بعض الأفعال التي تشكل اعتداءا عليه، من بينها الغش التجاري و الصناعي و جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية.

و سنتناول في هذا الفرع أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك (أولا) ، ثم صور الحماية الجزائية (ثانيا) ، و أخيرا نتطرق الى المسؤولية الجزائية في الجرائم الماسة بالمستهلك (ثالثا) .

أولا: أركان الجريمة الإلكترونية الماسة بالمستهلك.

الجريمة الإلكترونية هي جريمة تتم بين طرفي العقد أي بين الجاني والمستهلك باستخدام شبكة المعلوماتية وكثيرا ما يكون مصدرها التاجر حيث يتسم سلوكه بالغش والتحايل، وما تتميز به الجرائم الإلكترونية عن الجرائم العادية هو أن في الأولى لا يكون فيها الالتقاء المادي بين الطرفين وتتميز أيضا بتقنيات عالية.

01: الركن المادي في الجريمة الإلكترونية.

قد يكون الإنسان ضحية لبعض الجرائم كالفساد أو بيع مواد مغشوشة فالركن المادي هو أي فعل أو سلوك محظور صادر من الإنسان يمكن أن يسبب ضرر ويجب أن تكون علاقة سببية بين الفعل و النتيجة، هنا يتشكل الركن المادي للجريمة الإلكترونية كالشخص الذي يشتري برامج الاختراق لاستعمالها في سرقة رقم البطاقة الائتمانية عبر الأنترنت و الركن و

1- يحي شريف عز الدين، مجدوب فاروق، إلزام البائع بتسليم المبيع في القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، 2011/2012 ، ص 20.

يمكن أن يتوفر في حالة البيع الإلكتروني كغش التاجر في عرضه لسلع غير صالحة للاستهلاك¹.

02: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية.

الركن المعنوي هو نية الفاعل وإرادته المتجهة إلى تحقيق جريمة يعاقب عليها القانون مع علمه بأنه عمل غير مشروع، كتقليد العلامات التجارية بهدف تضليل المستهلك، فالمهني من الصعب أن يكون جاهلا لعيوب مبيعه فيما يخص البيوع التي تتم عبر الأنترنت. فأساس الركن المعنوي للجريمة الإلكترونية هو إرادة الجاني، فالأصل في جميع الجرائم أنها تقع عمدية².

ثانيا: صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

تلعب شبكة الأنترنت دورا كبيرا من حيث الانتشار والدعاية والتأثير على المستهلك الذي يكون ضحية للعديد من الجرائم المرتكبة ضده والتي تزداد كل مرة كجرائم الغش والاحتيال والخداع.

01: الحماية الجزائية ضد الغش التجاري والصناعي.

يعرف بعض الفقه الغش بأنه " كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فوائدها أو ثمنها بشرط عدم علم المتعاقد الآخر." ويعرفه البعض الآخر بأنه " كل تعبير أو تعديل يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكلا أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد الاستفاضة من الخواص المسلوقة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن"³.

1- عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 95.

2- أوشن حنان، المرجع السابق، ص 15.

3- مامش نادية، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 98.

وقد جرمّ المشرع الجزائري الغش لما ينطوي عليه من خداع وتظليل يهز الثقة و الائتمان للذان هما ركيزة المعاملات التجارية.

و تعرف المادة 924 من قانون العقوبات الغش بأنه " خداع أو محاولة خداع أحد المتعاقدين للمتعاقد الآخر سواء تعلق الأمر بالبضاعة أو طبيعتها أو نوعها..... إلخ مما يتعلق بالسلعة موضوع التعامل " ¹.

كما أورد المشرع الجزائري في المادة 467 من قانون العقوبات على أن الغش هو " كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة أو خواص أو فائدة المواد التي تدخل عليها فعل الفاعل " ².
و تنص أيضا المادة 31 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه " يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع بأية طريقة أو وسيلة كانت حول كمية المنتجات المسلمة أو تسليم منتجات غير تلك المتفق عليها، أو خداع المستهلك حول قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحيته، النتائج المنتظرة منه، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج " ³.

وجريمة الغش لها ركنان، ركن مادي وآخر معنوي يتحقق الركن المادي بأي فعل من الأفعال الآتية:

- ✓ الغش أو الشروع فيه، وكذلك بالفساد الذي يطرأ على المادة.
- ✓ العرض أو الطرح للبيع أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- ✓ الطرح للبيع أو العرض لذات الغرض أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- ✓ التحريض على استعمال هذه المواد في الغش ⁴

كما يتحقق الركن المعنوي بتوافر نية الغش و هي انصراف إرادة الفاعل لتحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع، و يجب توفر نية الغش وقت وقوع الفعل لأن جريمة الغش جريمة عمدية فيجب أن يكون المهني عالما بأن المواد المعروضة للبيع مغشوشة ، أما

1- أنظر المادة 429 من الأمر رقم 156-66 يتضمن قانون العقوبات معدل و متمم، المرجع السابق.

2- أنظر المادة 431 من الأمر رقم 156-66 ، المرجع نفسه.

3- أنظر المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق.

4- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، المرجع السابق، ص 59.

إذا أصابها ضرر بسبب عوامل خارجة عن إرادته فهنا لا يعاقب على الغش بل يسأل على إهماله لحيازة المواد المغشوشة¹.

02: الحماية الجزائية ضد جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني.

جريمة الاحتيال كثيرا ما تحدث في عقود التجارة الإلكترونية عندما تكون نية المزود الترويج لمنتجاته فيلجأ للدعايات المظلمة لخداع المستهلك.

تقع عبر الأنترنت جرائم الاحتيال والنصب ومن بين الطرق الاحتيالية فيها صورة الدعاية المظلمة لمزايا السلعة والفوائد المرجوة من ورائها بحيث تؤدي للاستيلاء على نقود المستهلك وخداعه، كلجوء شركات صناعة الألبان إلى دعاية عبر الأنترنت تفيد أن منتجاتها هي البديل الكامل للبن الأم، رغم أن الثابت لدى منظمة الصحة العالمية أن الملايين من الأطفال خاصة في دول العالم الثالث يموتون سنويا قبل السنة الأولى من أعمارهم من التغذية على الألبان الصناعية².

و أمام التقدم التكنولوجي و وسائل الاتصال الحديثة و انتشار العديد من المواقع في الفترة الأخيرة، و كثرة التقنيات و الأساليب التي يمكن استعمالها في هذه الجرائم ، لا يكفي لاقتحام هذه الجرائم إلا التزوّد بالمعرفة اللازمة لهذا الاستعمال، كاختراق الأجهزة الشخصية أو انتحال الجاني شخصية المواقع و كأنه صاحب الموقع الحقيقي حيث يستطيع مراقبة ما يدور بين الضحية أي يستعمل الموقع نفسه، كما بإمكانه سرقة هذه المعلومات أو تغييرها ، كما أنه بإمكان الفاعل انتحال شخصية شخص آخر كالاسم و العنوان و رقم الهوية مثلا للاستفادة من سمعته أو ماله، و يمكن أن تؤدي هذه الجريمة إلى إفراغ رصيد الضحية³.

و المشرع الجزائري يسعى إلى توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية و أساليب المعالجة الآلية للمعطيات و ذلك لمواجهة بعض أشكال الإجرام الجديد، و قد نصّ في قانون العقوبات في القسم السابع تحت عنوان " المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات " على عدّة جرائم كسرقة البيانات و برامج الحاسب الآلي و هذا سواء بالاطلاع غير المشروع عليها أو

1- أومدو أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012/2011، ص 87.

2- أوثن حنان ، المرجع السابق ، ص 16.

3- محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري و المقارن، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 62.

نقلها و الاستلاء عليها، إضافة إلي الدخول أو البقاء المؤدي إلى تخريب نظام اشتغال المنظومة أو إدخال أو إزالة أو تعديل معطيات بطريق الغش في نظام المعالجة الآلية و ذلك في المواد 394 مكرر و 394 مكرر 1.¹

ثالثا: المسؤولية الجزائية في الجرائم المرتكبة ضد المستهلك

لقد كرس قانون العقوبات الجزائري حماية جزائية خاصة للمستهلك، لأنه بصفة عامة يهدف إلى حماية المصالح الجوهرية التي يقوم عليها بنيان المجتمع وصياغتها في صورة قواعد آمرة يترتب على مخالفتها توقيع الجزاء الرادع، وتزداد أهمية هذه القواعد بانتشار جرائم تمس بأمن المستهلك وصحته.

فيجب حماية المستهلك من الخدمات والمنتجات المضرة به فالمستهلك لا يمكنه الاستغناء عما يعرض أمامه، لكن كثرة الدعاية وازدياد أنواع البضائع تجعله ضحية للمخاطر التي تنتج عنها من فساد وغش.

هذا ما دفع بالمشرع للتدخل بتقرير الحماية الجزائية التي تعتبر أهم حماية يتلقاها المستهلك²، وهذا ما بينه في المادة 432 من قانون العقوبات التي تنص على أنه " يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دينار جزائري كل من:

✓ يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

✓ يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

✓ يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت"³.

1- أنظر المواد 394 مكرر، 394 مكرر 01 من الأمر 66-156 يتضمن قانون العقوبات، معدل و متمم، المرجع السابق.

² -KAHLOULA.M et MEKAMCHA.G، " La protection du consommateur en droit algerien (2ème partie)", revue de l'ecole national de l'administration, Idara, volume 6 n°1, algerie, 1996, p46.

3- أنظر المادة 432 من الامر رقم 66-156 يتضمن قانون العقوبات معدل ومتمم ، المرجع السابق.

وإذا أدى الغش إلى الإضرار بالصحة كإحداث مرض أو عجز في العمل، يعاقب الفاعل سواء عارض السلعة أو بائعها وهو عالم بحال السلعة بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة من 500.000 دينار جزائري إلى 1.000.000 دينار جزائري. أما إذا تسببت المادة المغشوشة أو الفاسدة في مرض غير قابل للشفاء أو أدت إلى عاهة مستديمة للمستهلك، فيعاقب المنتج بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وغرامة تتراوح بين 01 مليون و 02 مليون دينار جزائري، و يمكن أن تصل العقوبة إلى السجن المؤبد في حالة وفاة مستهلك السلعة الفاسدة¹.

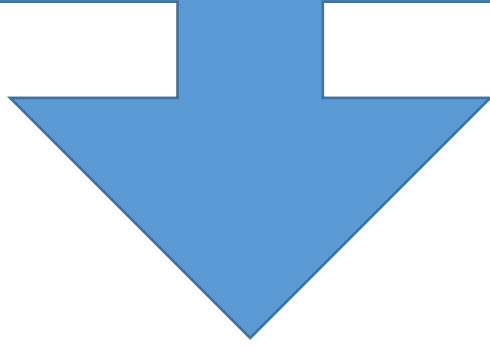
والمشرع الجزائري في القانون 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تحديدا في المادة 71 نص على إلزامية سلامة المواد الغذائية المنصوص عليها في المادتين 04 و 05 من القانون ذاته حيث تنص على غرامة مالية تتراوح ما بين 200.000 دينار جزائري و 500.000 دينار جزائري، في حالة عدم سلامة المنتجات الغذائية لأن ذلك خطر على صحة و أمن المستهلك .

1- مامش نادية، المرجع السابق، ص 106.

ملخص الفصل:

توصلنا في هذا الفصل إلى أن أهم الآليات التي تضمن للمستهلك الإلكتروني حماية حقوقه هي حماية بياناته الشخصية من القرصنة بأساليب تقنية كالتشفير ، وكذا ضمان الحقوق المكفولة له وفقا للقواعد العامة للعقود كالحق في ضمان تسليم المنتج خالي من العيوب ، وضمان التعرض، أو الحقوق المستحدثة بنصوص خاصة بحماية المستهلك سواء وطنية أو دولية ، كالحق في ضمان سلامة المستهلك وحقه في المطابقة والضمان ما بعد البيع ، وحقه في العدول وضمان تحويل آمن لثمن المنتج، وهذه الحقوق في جميع المراحل يجب أن تدعمها آليات قوية لتفعيلها وتطبيقها ، وزيادة ثقة المستهلك الإلكتروني ، كالتوثيق الإلكتروني ، والهيئات والجمعيات والمواقع المهمة بشؤون المستهلك ، كما ان له الحق في اللجوء الى القضاء كآخر مرحلة سواء من تلقاء نفسه او بتوكيل يمنحه لجمعية حماية المستهلك التي يمنحها القانون الحق في تمثيله كطرف مدني او رفع دعاوى مدنية لجبر الضرر وردع المخادعين وفقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 وكذا القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

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 الإلكترونية في تغيير طريقة إنتاج وبيع وتوزيع السلع والخدمات التي أصبحت أساس من أسس عالم اليوم.

وقد توصلنا من خلال دراستنا لموضوع الحماية الخاصة بالمستهلك في هذه البيئة الجديدة إلى عدة نتائج أهمها:

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

لأن المستهلك يمكن ان يواجه المخاطر عبر شبكة الانترنت في أي مرحلة من مراحل التعاقد لاقتناء المنتجات، ابتداء من مرحلة التسوق والبحث عن المنتج، ثم ابرام العقد، وانتهاء بتنفيذ التزامات كل متعاقد.

لأن حقوق المستهلك عبر شبكة الانترنت وخلال جميع مراحل التعاقد تحكمها القواعد العامة للعقود والقوانين الخاصة بحماية المستهلك سواء كانت وطنية أو دولية.

لأن هناك توسيع في إقرار مسؤولية المتدخل فلم تقتصر على المسؤولية العقدية، بل تتعدى إلى مسؤولية تقصيرية، مسؤولية جزائية، وهذه آلية قانونية مهمة لحماية المستهلك وردع المتدخل.

لأن الحماية المنصوص عنها في التشريع الجزائري سواء كانت حماية عقدية أو مستحدثة ورغم أنها لا تتناول شبكة الانترنت كسوق استهلاك مفترضة، إلا أننا يمكن ان نسقطها و نطبق أحكامها على هذه البيئة.

لرغم إمكانية تطبيق أحكام الحماية التقليدية على المستهلك، إلا أنه يبقى هناك قصورا تشريعيا من طرف المشرع الجزائري، وتأخر غير مفهوم في مواكبة التطورات الحاصلة في التجارة العالمية.

لأن هناك بعض الحقوق المستحدثة للمستهلك كحقه في العدول غير مكفولة بالشكل الكافي رغم اقرارها مؤخرا في القانون 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجديد.

لأن هناك آليات حماية جديدة مرتبطة تماما بالعقد الإلكتروني ، كالحماية بالتشفير والبرامج المضادة للاختراق، تقنية التصديق الإلكتروني ،والدفع الإلكتروني، و المواقع الالكترونية المهتمة بحماية المستهلك وشؤونه من خلال ما سبق يتضح انه يجب حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت وفق خصوصية هذه الأخيرة ،لأن الأحكام التقليدية للحماية قاصرة وقد لا تتوافق في بعض أو كثير من الأحيان معها .

ومن أهم التوصيات التي خرجنا بها:

لضرورة وضع قانون واضح و خاص بحماية المستهلك الإلكتروني.

لضرورة الاسراع في اصدار النصوص التطبيقية الخاصة بقانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم 05-18.

لحجب على الشركات معرفة كيفية إدارة معلوماتها الخارجية و الداخلية و الحفاظ عليها، او للتعرف بشكل أفضل على المخاطر المرافقة لخصوصية المعلومات الواردة عبر شبكة الإنترنت.

لتطوير سياسات تعزز ثقة المستهلك بها و عدم الاكتفاء بالمعايير العادية، و يجب الإفصاح عن هذه السياسات بطرق علمية و التي يمكن من خلالها إقناع المشرع بفعاليتها العلمية.

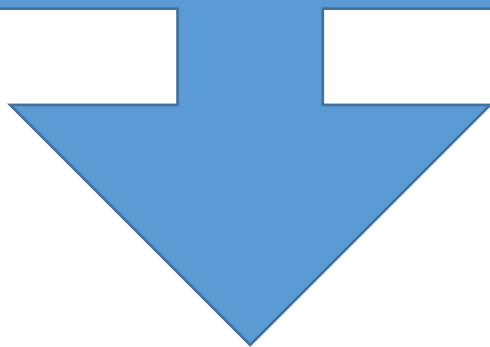
لضرورة مواكبة المشرع الجزائري للتطورات الحاصلة على مستوى آليات الاستهلاك و ترويج المزودين للسلع الاستهلاكية في الفضاء الرقمي.

لتكوين قضاة متخصصين في المجال الإلكتروني او انشاء محاكم تختص بنظر المنازعات الالكترونية ومن ضمن تشكيلاتها خبير متخصص في مجال تقنيات الاتصال ، مع عقد ندوات ودورات تدريبية لرجال القضاء بهدف اعداد اطارات قضائية تسير المستجدات الحديثة.

لإنشاء مكتب توثيق إلكتروني يتولى توثيق المعاملات الإلكترونية وهو الأمر الذي يضيف مزيدا من الثقة والأمان للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.

للّيجب على المشرع الجزائري أن يكرّس في تشريعاته مبادئ و آليات لحماية المستهلك الذي يسعى للتعاقد عبر الإنترنت سواء تعلق الأمر بحماية حقه في الإعلام، أو حقه في التراجع عن اقتناء السلعة أو الخدمة خلال مدة معينة أو في حقه في حماية بياناته الشخصية ضمن تعاملاته اليومية من خلال بريده الإلكتروني أو بأية وسيلة أخرى.

قائمة المراجع



قائمة المراجع

أولا :باللغة العربية:

1 * الكتب:

- 1 - إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 2- إبراهيم خالد ممدوح، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008.
- 3- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، 2008.
- 4- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2008.
- 5- إسماعيل نضال برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2004.
- 6- بيومي حجازي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002.
- 7- جولي شاهين حصني، الحماية الجزائية للمستهلك (السبل و الحلول المستحدثة في القانون رقم 2003/65، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2003.
- 8 - حامد قشقوش هدى، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000.
- 9- حسن عبد الباسط الجميعي، حماية المستهلك(الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك)، دار النهضة العربية ، مصر، 1992.
- 10- حسنين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001 ، ديوان المطبوعات الجامعية، .الجزائر، 2001
- 11- حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي، مصر، 1997.

- 12- خالد محمود إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الثانية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية مصر ، 2011.
- 13- خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 14- رزيقات عمر خالد، عقد التجارة الإلكترونية (عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية) ، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 15- سعداوي سليم، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 16- سهير منقر، الإلتزام بالتبصير ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990.
- 17- شاهين بهاء، الانترنت و العولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999.
- 18- طاهر شوقي مؤمن ، عقد البيع الإلكتروني، دار النهضة العربية، مصر، 2007.
- 19- عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) ، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2007.
- 20- ماجد محمد سليمان أبا الخليل ، العقد الإلكتروني ، الطبعة الأولى ، مكتبة الرشد ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 2009.
- 21- محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية و الإلكترونية و الدولية و حماية المستهلك (تميز البيع عن غيره من العقود، التفاوض، إبرام البيع و صورته، البيوع الدولية و الإلكترونية و المعلوماتية، حماية .المستهلك، نقل الملكية، الضمان، الوفاء الإلكتروني، فسخ البيع)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
- 22- محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع . الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004) ، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
- 23- محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري و المقارن، دار . الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
- 24- محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2009.

25- مرقس سليمان ، شرح القانون المدني (العقود المسماة : عقد البيع) ، الطبعة الرابعة ، عالم الكتب ، مصر ، 1980.

2 * المقالات والبحوث العلمية :

1- علي أحمد صالح المهداوي، " أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي و القانون الاتحادي رقم 01 سنة 2016 بشأن المعاملات و التجارة، الإلكتروني، والقانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك)، مجلة الشريعة و القانون، عدد 42.

2- نبيل محمد أحمد صبيح، " حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق 02 الكويت ، 2007.

3 * المداخلات العلمية:

1-أمنة سلطاني ، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، مجموعة اعمال الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية ، المركز الجامعي بالوادي في 13 و 14 أبريل 2008.

2- خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الإلكتروني مداخله تم تقديمها في الملتقى الوطني حول "المنافسة و حماية المستهلك "بجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 17 و 18 مارس 2009.

3- سامية لموشية ، دور الجمعيات في حماية المستهلك ، مداخله تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي 13 و 14 أبريل 2008.

4- ليندة عبد الله ، المستهلك و المهني، مفهومان متباينان، مداخله تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي 13 و 14 أبريل 2008.

4- المذكرات و الأطروحات الجامعية:

1- أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع .المسؤولية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، 2011.

- 2- أوشن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون. الإداري، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2012.
- 3- أومدو أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص في القانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012/2011.
- 4- امدالو سهام ، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص في قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013/2012.
- 5- برني النذير ، العقد الإلكتروني في ضوء القانون المدني الجزائري ، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء ، الدفعة 14 ، 2004/2003.
- 6- بلقاسم حامدي ، ابرام العقد الإلكتروني ، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، 2015/2014.
- 7- جرعوت ياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون جامعة الجزائر، 2002.
- 8- ساسي مبروك ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011/2010.
- 9- سماح سفير، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الطاهر مولاي سعيدة ، 2017/2016.
- 10- شعباني نوال، إلزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 11- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل .شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، 2009.

12- مامش نادية، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

13- يحي شريف عز الدين، مجدوب فاروق، إلزام البائع بتسليم المبيع في القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012/2011.

5- النصوص القانونية.

* الدستور:

- (1)- دستور 28 نوفمبر 1996 ، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 ، مؤرخ في 07 ديسمبر 1996 ، ج ر ج ج عدد 76 لسنة 1996.
- (2)- القانون رقم 08-19 مؤرخ في 15/07/2008 المعدل والمتمم لدستور 1996 ، ج ر ج ج عدد رقم 63 ، الصادر بتاريخ 16 نوفمبر 2008.

* النصوص التشريعية:

- (1) قانون الأونسيتال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع، 1996، منشورات الأمم المتحدة، 2000 .
- (2) القانون رقم 89-02 ، المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، ج ر ج ج عدد رقم 06 ، الصادرة بتاريخ 03/02/1989 (ملغى).
- (3) القانون رقم 04-02 ، المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر ج ج عدد رقم 41 ، الصادرة بتاريخ 27/06/2004 ، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15/08/2010 ، ج ر ج ج عدد رقم 46 ، الصادرة بتاريخ 18/02/2010.
- (4) القانون رقم 04-04 ، المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بالتقييس ، ج ر ج ج عدد رقم 41 ، الصادرة بتاريخ 27/06/2004.
- (5) قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 22/10/2006.

- (6) القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 ، المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة .
- (7) القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25/02/2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج عدد رقم 15 ، لسنة 2009.
- (8) القانون رقم 12-06 المتعلق بتنظيم الجمعيات، المؤرخ في 12/02/2012 ، ج ر ج ج ج عدد رقم 02 ، لسنة 2012.
- (9) القانون رقم 15-04 المؤرخ في 01/02/2015 ، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر ج ج ج عدد رقم 06 ، لسنة 2015 .
- (10) القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 ، المتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر ج ج ج عدد رقم 28 ، الصادرة في 16/05/2018 .
- (11) القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 ، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج ج عدد رقم 06 ، الصادرة في 13 يونيو 2018 .
- (12) الامر رقم 66-15 مؤرخ في 2 يونيو 1966 ، المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم بالقانون رقم 06-23 ، المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 ، ج ر ج ج ج عدد رقم 84 الصادرة بتاريخ 24/12/2006.
- (2) الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26/09/1975 ، يتضمن التقنين المدني ، المعدل و المتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13/05/2007 ، ج ر ج ج ج عدد رقم 31 الصادرة بتاريخ 13/05/2007.

*النصوص التنظيمية:

- (1) المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر ج ج ج عدد رقم 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 ج عدد رقم 40 الصادرة في 19/09/1990.

(3) المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19/10/1996 ، يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها ، معدل ومتمم بالمرسوم رقم 97-459 ، ج ر ج ج عدد رقم 80 الصادرة في 07/12/1997.

(4) المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16/10/2001 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر ج ج عدد رقم 76 الصادرة في 21/10/2001 (ملغى).

المصادر الإلكترونية.

1- القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الإنتمان
www.legifrance.gouv.fr

2- قانون الإستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 جويلية سنة 1993 .
www.justic.gouv.fr

3- التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997
www.juriscom.net

4- القانون الفرنسي بشأن تطويع قانون الاثبات لتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الالكتروني رقم 230 ، لسنة 2000 ، المنشور في الجريدة الرسمية عدد رقم 62 لسنة 2000
www.justic.gouv.fr

دينا محمود حبال ، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد ، بحث علمي قانوني مقدم لنيل لقب أستاذ محاماة ، فرع دمشق 2007.
www.arablawinfo

5- زوغال يوسف ، مفهوم المستهلك في التشريع و الفقه والقضاء المغربي المقارن،
WWW.majalah.News.ma

ثانيا :بالغة الفرنسية.

1-HOUTAIT Mazen, Protection du consommateur dans les contrats conclus sur internet (étude comparative :droit français- droit libanais), thèse de doctorat en droit privé, 2008.

Article :

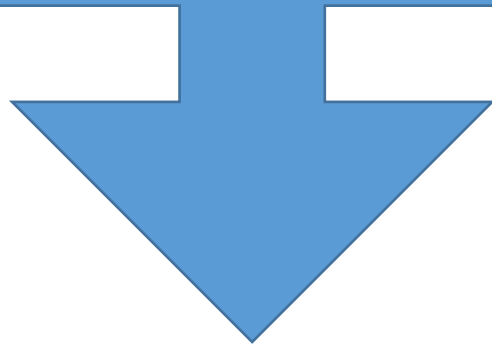
1-_KAHLOULA.M et MEKAMCHA.G، " La protection du consommateur en droit algerien (2 éme partie)", revue de l'ecole national de l'administration, Idara, volume 6 n°1, algerie, 1996.

2-_MUNOZ Sandrine , « La proposition de la directive relative à certain aspects juridiques du commerce électronique », revue du droit n°157, 1999.

3-SCHUHT Cristiane feral , « Les relation juridique entre les acteurs du marché virtuel, les contrats du commerce électronique », revue du droit des contrats, n°14,1999

4- ordonnance n°2001-741 du 23 aout 2001, portant transposition de directive communautaires en matière de la consommation ,J.O 25 aout 2001. Voir : **www.legifrance.gouv.fr**.

فهرس المحتويات



الفهرس

آية قرآنية.....	
إهداء.....	
شكر.....	
مختصرات.....	
1.....	مقدمة
7.....	الفصل الأول : ماهية المستهلك الالكتروني
7.....	المبحث الأول: مفهوم المستهلك الالكتروني ومبررات حمايته
8.....	المطلب الأول: مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني واطرافه
8.....	الفرع الأول: تعريف عقد الاستهلاك الالكتروني
9.....	الفرع الثاني: تعريف المستهلك الالكتروني
16.....	الفرع الثالث: تعريف المهني او المتدخل
19.....	المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الالكتروني
19.....	الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الانترنت
19.....	الفرع الثاني: حاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية
20.....	الفرع الثالث: افتقار المستهلك الى التنوير المعلوماتي التقني
21.....	المبحث الثاني: نطاق الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني
21.....	المطلب الأول: الحماية الدولية للمستهلك الالكتروني
21.....	الفرع الأول: حماية المستهلك الالكتروني على مستوى المنظمة الدولية للمستهلك
22.....	الفرع الثاني: حماية المستهلك الالكتروني في التوجيه الاوروبي
23.....	الفرع الثالث: حماية المستهلك الالكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
25.....	المطلب الثاني: الحماية الداخلية للمستهلك الالكتروني
25.....	الفرع الأول: حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الفرنسي
26.....	الفرع الثاني: حماية المستهلك الالكتروني في التشريع المصري

27.....	الفرع الثالث: حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري.
31.....	الفصل الثاني : آليات حماية المستهلك الالكتروني.
31.....	المبحث الأول: آليات حماية المستهلك الالكتروني قبل التعاقد.
31.....	المطلب الأول: حق المستهلك الالكتروني في الاعلام السابق عن التعاقد.
32.....	الفرع الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام الالكتروني .
35.....	الفرع الثاني: محل الحق في الاعلام الالكتروني.
37.....	المطلب الثاني: حق المستهلك الالكتروني في العدول عن العقد.
37.....	الفرع الأول: المقصود بحق العدول ومبرراته.
40.....	الفرع الثاني: ممارسة الحق في العدول.
41.....	الفرع الثالث: آثار ممارسة الحق في العدول.
42.....	المطلب الثالث: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته الشخصية .
42.....	الفرع الأول: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية.
43.....	الفرع الثاني: حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية.
45.....	المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك الالكتروني في مرحلة تنفيذ العقد .
45.....	المطلب الأول: الوسيط الالكتروني وهيئات حماية المستهلك .
45.....	الفرع الأول: الوسيط الالكتروني (التصديق الالكتروني) .
47.....	الفرع الثاني: الهيئات والمواقع الالكترونية للدفاع عن حقوق المستهلك .
51.....	المطلب الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني.
52.....	الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني.
60.....	الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني.
67.....	خاتمة .
71.....	قائمة المراجع.
80.....	فهرس المحتويات.
.....	الملخص.

الملخص

تعتبر السوق الإلكترونية ملاذا مهما للمستهلك على المستوى الوطني والدولي ، لهذا فهو يحتاج للحماية فيها مثل حاجته للحماية في السوق التقليدية، بل أكثر ،نظرا لخصوصية البيئة المتعاقد فيها وما تتضمنه من مخاطر للمستهلك ،فعد ولوجه شبكة الانترنت للبحث عن المنتجات التي تلبي رغباته ،يواجه عدة مخاطر يجب حمايته منها كالجهد بمضمون العقد وشخصية الطرف الاخر لانعدام المعاينة المادية، وكذا خطر الاعلانات المضللة ،مما يجعله عرضة للنصب والاحتيال، وعند ابرام عقد الاستهلاك يجب حمايته من الشروط التعسفية بسبب طبيعة هذا العقد الإذاعانية، وأيضا حماية المنتج محل العقد من الغش والخداع، وحماية شكلية العقد وإعطائها القوة الإثباتية اللازمة، مع حماية بيانات المستهلك الخصوصية من القرصنة بأساليب تقنية كالتشفير ،أما في مرحلة تنفيذ العقد فيجب ضمان الحقوق المكفولة وفقا للقواعد العامة للعقود كالحق في ضمان تسليم المنتج ،وخلوه من العيوب ،و ضمان التعرض، أو الحقوق المستحدثة بنصوص خاصة بحماية المستهلك سواء وطنية أو دولية ،كالحق في ضمان سلامة المستهلك وحقه في المطابقة والضمان ما بعد البيع ، وحقه في العدول وضمان تحويل آمن لثمن المنتج، وهذه الحقوق في جميع المراحل يجب أن تدعمها آليات قوية لتفعيلها وتطبيقها ، وزيادة ثقة المستهلك الإلكتروني ،كالتوثيق الإلكتروني ،والهيئات والجمعيات والمواقع المهمة بشؤون المستهلك ،والقضاء كآخر ملجأ حماية له.

Abstract

The electronic market has become very important for the consumer at the national and international levels, so it needs protection such as its need for protection in the traditional market, and more because of the privacy of the environment and the risks it poses to the consumer. The most important of which are: ignorance of the content of the contract and the personality of the other party because of the lack of physical inspection, as well as the risk of misleading advertising, which makes it liable to fraud and fraud. When the contract of consumption must be protected from arbitrary conditions because of the nature of this contract, And protect the formality of the contract and give it the necessary force of proof, while protecting consumer privacy data from piracy by technical methods such as encryption. At the stage of execution of the contract, the rights guaranteed in accordance with the general rules of contracts, such as the right to guarantee the delivery of the product, Or the rights created by consumer protection laws, whether national or international, such as the right to ensure consumer safety, the right to conform and after-sales warranty, and the right to redress and ensure safe conversion of the product price. These rights must be supported by strong mechanisms for their activation and application. I trust the consumer for the acquisition of its products through the Internet, electronic Kaltotiq, bodies, associations and websites interested in consumer affairs, and the judiciary as the last refuge to protect him.