

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: الحقوق والعلوم السياسية
فرع: الحقوق
تخصص: قانون اعمال



كلية: الحقوق والعلوم السياسية
قسم: الحقوق
رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبين (ة): - مخلوف ياسين
- لخضر حمينة وحيد

تحت عنوان

النظام القانوني للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون 05-18

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	- الاستاذ(ة)
مشرفا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	-الاستاذ(ة) بن حميدوش نورالدين
مناقشا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	- الاستاذ (ة)

السنة الجامعية: 2020/2019 م.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: الحقوق والعلوم السياسية
فرع: الحقوق
تخصص: قانون اعمال



كلية: الحقوق والعلوم السياسية
قسم: الحقوق
رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبين (ة): - مخلوف ياسين
- لخضر حمينة وحيد

تحت عنوان

النظام القانوني للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون 05-18

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	- الاستاذ(ة)
مشرفا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	-الاستاذ(ة) بن حميدوش نورالدين
مناقشا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	- الاستاذ (ة)

السنة الجامعية: 2020/2019 م.

كلمة شكر وعرفان

الحمد و الشكر لله سبحانه وتعالى على نعمته وفضله و دوام
الصحة والعافية.

نتقدم بجزيل الشكر وخالص العرفان الى الاستاذ المشرف "بن
حميدوش نور الدين "

لحسن توجيهه وصبره وعلى كل المساعدات والنصائح القيمة
التي قدمها لنا لإنجاز هذه المذكرة .

كما نتقدم بالشكر الجزيل والثناء الجميل الى اعضاء لجنة
المناقشة الذين قبلوا مناقشة هذا العمل.

كما نتقدم بجزيل الشكر لكل من اماننا من قريب او

بعيد...

مخلف / ياسين

لخضر حمينة / وحيد

إهداء

إلى كل

أفراد العائلة، الأصدقاء و الزملاء

، وكل من

ساهم في انجاز هذا العمل...

✍️ مخلوف / ياسين

✍️ لخضر حمينة / وحيد

- المختصرات

* الجريدة الرسمية الجزائرية : ج ج ج

* الصفحة : ص.

مقدمة

مقدمة

إن المحرك الأساسي لأي تحول يشهده عالمنا المعاصر يقوم أساسا على المعرفة والتراكم العلمي، باعتبارهما الأساس المتين للتقدم الاجتماعي والاقتصادي اللذين يشكلان حجر الزاوية لعملية التقدم لأي مجتمع ، بحيث انطلقت في أواخر القرن الماضي ثورة جامحة وجديدة في مسماها ، وهي ما أصبحت تعرف بثورة تكنولوجيا المعلومات .فقد أفرزت تلك الثورة تطورات لم يسبق لها مثيل في مختلف مجالات الحياة المعاصرة ، حيث أحدثت تغييرا في أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة التي يشهدها العالم ، وتفاعلت مع كافة القطاعات و المؤسسات ، فقد أدخلتنا إلى عصر العولمة ، و يعود الفضل في إحداث هذه الثورة إلى التزاوج الشهير الذي تم بين أنظمة الحوسبة وأنظمة الاتصالات ، وما نتج عنه ، ما أصبح يعرف بشبكة الانترنت . ونظرا للخصائص التي تتمتع بها الانترنت، جعلها قادرة على تقديم خدماتها إلى قسم كبير من فئات المجتمع المختلفة من حكومات ومؤسسات على اختلاف أنواعها انتهاء بالأفراد العاديين، وهذا ما جعلها تشكل ظاهرة تقنية واجتماعية وثقافية و تجارية.

وقد سمح التطور العلمي والتكنولوجي الحاصل والحديث بإبرام العديد من العقود بسرعة وبسهولة تامة بين جميع الأشخاص عبر العالم والتي كان يصعب سابقا إنجازها مما أدى بتحول المستهلكين من المنتجات الطبيعية البسيطة إلى أشكال جديدة من المنتجات. ويعد من أخطر المواضيع في ميدان العقود، إبرام العقود بغير الطرق المعروفة بين الحاضرين أو الغائبين، وهي التي تتم بواسطة وسائل الاتصال الحديثة.

ونظرا لأن المعاملات الالكترونية سالفة الذكر طرفها الضعيف هو المستهلك، مما يجعله عرضة للتلاعب و المخاطر ونظرا لما يملكه المحترفين من قوة و هيمنة اقتصادية مما

يستوجب تدخل المشرع الجزائري لإصدار القوانين الخاصة أو تحيين القوانين القائمة من أجل إعادة التوازن إلى العلاقات التعاقدية بين المستهلكين و المحترفين .

و رغم 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.

- 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 أن 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 إلى محاولة المساهمة ولو بالشيء القليل في هذا الموضوع ، و السعي لإثراء هذا المجال .

كذلك هو موضوع غير تقليدي ومجال البحث فيه خصب و مشوق يبعثك عن التكرار والتقليد للدراسات السابقة ومشاكل السرقات العلمية، و يجعلك تبذل فيه مجهودات في البحث.

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

و هذا المجال لم يحظ كذلك باهتمام الفقه بالشكل المطلوب ماعدا بعض البحوث الجامعية والدراسات التي تتطرق لهذا الموضوع كنقطة من موضوع اخر عام وهي دراسات قديمة ، لهذا وجب محاولة البحث في هذا المجال ولو كمساهمة بسيطة فيه ، و محاولة وضع دراسة مقارنة للقوانين التي تحكم التعاملات الالكترونية وحماية المستهلك فيها و معرفة 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 18-05 المؤرخ في 10 يونيو 2018 و الذي يعد الأساس لبناء منظومة تجارية الكترونية داخلية لمواكبة المنظومة العالمية ، و عدم صدور النصوص التطبيقية و الشروحات اللازمة له باعتباره جديدا فحاولت تحليل و التعليق على بعض من مواده التي تهمني في دراستي.

- أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من كونها تلقي الضوء على المفاهيم المتعلقة بهذا الموضوع الحديث، خاصة و أنها 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 واحتياهم 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 الإلكتروني لم تأخذ حظها من العناية في النظم القانونية التي بقيت و مازالت غير مواكبة لمثل هذا النوع من المعاملات و الحماية 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.

- صعوبات البحث:

- تتمثل صعوبة البحث العلمي في أنه يتعلق بالتجارة في ظل الأمر 05/18 ، و الذي هو موضوع حديث العهد في الجزائر.
- عدم وجود أحكام قضائية يمكن الاستئناس به ا في الاهتداء إلى الحل المناسب للمشكلات القانونية التي تطرحها الدراسة.
- قلة المرجع المتخصصة إن لم نقل انعدام في هذا الموضوع، سواء كتب أو دراسات أكاديمية، والتي تحتوي على معطيات حديثة ، وبالتالي اضطررنا إلى الاعتماد بشكل كبير على دراسة التجارة الإلكترونية ، ومقارنته مع ما جاء في الأمر 18-05 مما تطلب الكثير من الدراسة والجهد والوقت .
- ارتباط التجارة الإلكترونية بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، أعطاهما طابعا تقنيا أثر على مسار البحث وخلق صعوبات في ربط المفاهيم، و المصطلحات بوحدة البحث القانونية.

- الإشكالية:

تتمثل الإشكالية 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:

- ما مدى قدرة احكام القانون 05/18 على حماية المستهلك في العقد الالكتروني ،وبتعبير اخر هل هذه الاحكام كافية وكفيلة لضمان حماية المستهلك الالكتروني بالنظر الى حداثتها في القانون الجزائري .؟

وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا منهج المقارنة و التحليل من خلال وضع مقارنة بين مختلف التشريعات التي تتناول هذا الموضوع و تحليلها، مع الاشارة الى موقف المشرع الجزائري في هذا الموضوع ومحاولة اسقاط أحكام الحماية التقليدية المقررة على البيئة الالكترونية، و سنحاول و ضع تعليقات و مقترحات وحلول ان و جدت سواء كانت شخصية او ممن لهم راي في هذا الموضوع.

- الدراسات السابقة:

- ✓ شوقي بناسي أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد ، اطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 ، كلية الحقوق ، 2015 / 2016
- ✓ كريمة كريم، سبل حماية المستهلك أثناء إبرامه لعقد إلكتروني ، مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة جيلالي لياس بسيدي بالعباس ، 2012 .
- ✓ إسماعيل قطاف العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، مذكرة ماجستير جامعة الجزائر ، 2005/2006،

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

✓ امادالو سيام ولحسن سيام، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة ماستر، جامعة بجاية،
2013/2012.

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

✓ محمد امين نان، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة ماستر جامعة
ورقلة، 2017/2016.

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

✓ محمد خليفة كرفة، التوازن العقدي في قانون الاستهلاك، دكتوراه، جامعة الجزائر 1
، كلية الحقوق، 2019/2018.

- خطة المقترحة :

و لمعالجة هذا الموضوع المراد دراسته قسمنا البحث مقدمة ثم الموضوع إلى فصلين ،
وكل منهما إلى مباحث ومطالب ، حيث يتمثل الفصل الأول في ماهية المستهلك الالكتروني و
الذي بدوره جزئناه من مبحثين، الأول مفهوم المستهلك الالكتروني و مبررات حمايته و الثاني
نطاق الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني و بدوره أدرج عن المبحث الأول مطلبين الأول
مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني و الثاني أطراف و مبررات حماية المستهلك الالكتروني أما

المبحث الثاني قسما أيضا إلى مطلبين الأول الحماية الدولية للمستهلك الإلكتروني والثاني يتمثل في الحماية الداخلية للمستهلك الإلكتروني.

أما الفصل الثاني تحت عنوان آليات حماية المستهلك الإلكتروني بدوره أيضا قسمناه إلى مبحثين الأول الوسيط الإلكتروني وهيئات حماية المستهلك الإلكتروني و المبحث الثاني الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني و كل من مبحثين قسما إلى مطلبين و بخصوص المبحث الأول فان عنوان المطلب الأول هو الوسيط الإلكتروني (التصديق الإلكتروني)، أما المطلب الثاني هو الهيئات و المواقع الإلكترونية للدفاع عن حق المستهلك، و بدور المبحث الثاني يحتوي على مطلب الاول بعنوان الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني و الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في المطلب الثاني وفي الاخير خاتمة .

الفصل الاول :

ماهية المستهلك الالكتروني

الفصل الأول :

ماهية المستهلك الإلكتروني.

نتيجة لظهور الثورة التكنولوجية التي عرفها العالم في منتصف القرن العشرين و التي أدت إلى ظهور نفائص كثيرة ناتجة عن تبعات العولمة و منها مشكل يتعلق بتجارة الالكترونية و الذي يتمثل في كيفية حماية المستهلك كون هذا الأخير هو الحلقة الضعيفة في العلاقة التعاقدية مع المهني صاحب مركز القوة ، و كذلك كون التعاقد الإلكتروني يكون عن بعد و لا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك.

و لحماية المستهلك من المخاطر الكبيرة التي تتطوي عليها العملية الاستهلاكية الالكترونية في جميع مراحلها و من أجل وقاية المستهلك أيضا ، من مخاطر ما يقتنيه من سلع و خدمات و وقوعه ضحيتا لنزعتة الاستهلاكية و جب على التشريعات أن تتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لإيجاد واستنباط الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية ما يرفع الضرر عن المستهلك ، و ليس على المستوى الوطني فقط بل وأنا لمعاملات الإلكترونية في الغالب معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية للإنترنت و من ثم فهي تمتد لتشمل كل أرجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي للتنسيق بين المراكز القانونية للمتعهدين و اتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك¹.

¹- شوقي بناسي : أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد ، دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 ، كلية الحقوق ، 2016/2015 ، ص 390 .

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

المبحث الأول :

المقصود بالمستهلك الإلكتروني و اسباب حمايته.

إن المعاملات الإلكترونية التي تنشأ بين المهني و المستهلك في صورها المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية ما هي إلا انعكاس لآليات الإنتاج و التوزيع الاقتصادي فهي تعتبر برهاناً لمقتضيات الحياة الاقتصادية و الاجتماعية القائمة ومدى تأثرها بالتقنيات السائدة في محيطها فلا شك أن تتبع حركة القانون و تطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بهذه المستجدات¹.

لذا كان و لابد من أن يستجيب القانون لكل مقتضى أو تطور اقتصادي أو تكنولوجي باعتباره أداة للتقدم والرقي، فحماية المستهلك أمر ضروري كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية و في مواجهة مهني الطرف المحترف ، لذلك سوف نتطرق في البداية إلى مفهوم عقد الاستهلاك الإلكتروني و أطرافه (مبحث أول) ثم اسباب حاجة المستهلك للحماية (مبحث الثاني).

المطلب الأول:

مفهوم عقد الاستهلاك الإلكتروني و أطرافه.

(1) - خلد طيهار ، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، كلية الحقوق جامعة المسيلة ، سنة

قبل التطرق إلى أطراف العقد الإلكتروني سنتطرق لعقد الاستهلاك الإلكتروني باعتباره ذا أهميته بالغة. ومنه سنتناول في هذا المطلب ،تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني(الفرع الاول)، ثم تعريف المستهلك الإلكتروني (الفرع الثاني)، واخيرا تعريف المهني (الفرع الثالث).

الفرع الأول:

تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني:

يجتمع اغلب الفقه على تعريف العقد بصفة عامة بأنه " اتفاق إرادتين على أحداث أثر قانوني معين"¹، و العقد الإلكتروني هو عقد عادي إلا أنه يكتسب الطابع الإلكتروني من الطريقة التي ينعقد بها أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها² و هي شبكة الإنترنت ، التي يمكن تعريفها أنها شبكة هائلة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم ، و عقد الاستهلاك من أهم المعاملات المتداولة عبر شبكة الإنترنت و هي بمفهوم قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري " ذلك³ الذي يبرم بين المستهلك و المتدخل و يكون 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 "⁴ ، و

(¹) - آمنة سلطاني ، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي الدولي نظم من قبل معهد العلوم القانونية و الإدارية ، المركز الجامعي بالوادي في 13 و 14 أبريل 2008 ، ص 9 10.

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

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

عقد الاستهلاك الإلكتروني هو تعاقداً عن بعد حسب تعريف لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأونيسترال في 16 ديسمبر 1996 ، و كذلك البرلمان و المجلس الأوروبي في الاتحاد الأوروبي رقم 97 / 27 و الصادر في 20 مايو 1997 ، و قد جاء في المادة الثانية من هذا التوجيه بأن¹ العقد عن بعد هو " كل عقد يتعلق بالبضائع و الخدمات ، أبرم بين مورد و مستهلك في نطاق نظام لبيع أو تقديم خدمات عن بعد ، نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد فقط ، تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد و تنفيذه² " ، و عليه يمكن تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني بأنه " ذلك العقد الذي يبرم بين المستهلك و المتدخل عن طريق شبكة الإنترنت ، و يكون 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 " ، و حسب تعريف 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 و الخدمات التي تشبع احتياجاته الشخصية أو العائلية "

فالاستهلاك في مجال التعامل الإلكتروني لا يقتصر فقط على العقود الفورية التنفيذ كالسلع القابلة للاستهلاك بل أيضاً على العقود الطويلة الأجل و المؤجلة التنفيذ كعقد التأمين³ بما أن الاستهلاك عملية تأتي لإشباع حاجات الأفراد ، فتحديد تعريف الأطراف المتعاقدة ذو أهمية

(1)- القانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع، 1996 ، منشورات الأمم المتحدة، 2000 .

(2)- ماجد محمد سليمان أبا الخيل، مرجع سابق ص16.

(3)- إبراهيم خالد ممدوح ، امن المستهلك الإلكتروني ، الدار الجامعية ، مصر ، 2008 ، ص 19.

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 كونه امن المفاهيم المهمة التي ينبغي تحديدها من خلال التشريع و الفقه و هذا ما سنعمل على الإحاطة به و ذلك بتحديد تعريف المستهلك في الفقه (أولا) ، و تعريفه في بعض التشريعات (ثانيا).

أولا : التعريف الفقهي للمستهلك

أما عن الفقه القانوني فعرف مصطلح المستهلك خلافا فقهما في تعريفه ، فتولد عن هذا الاختلاف اتجاهين، اتجاه نادى بالأخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك (أ) ، وجانب آخر نادى بالمفهوم الضيق للمستهلك (ب) ، وسنتطرق للاتجاهين في ما يلي:

أ: التعريف الضيق للمستهلك: ان المفهوم الضيق للمستهلك يراد به كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية و العائلية ، و هو كذلك الشخص الذي يتعاقد من أجل سد حاجاته الشخصية الغير المهنية أو هو كل شخص طبيعي الذي يتحصل أو يحتمل أن يتحصل على مال استهلاكي أو خدمة من نفس الطبيعة لحاجات شخصية أو عائلية¹ ، أو هو كل شخص

(¹) - شوقي بناسي : أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد ، دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 ، كلية الحقوق ، 2016/2015 ، ص 391 .

طبيعي الذي يقنتي أو يستعمل مالا أو خدمة لغرض غير مهني ، فوفق هذا التعريف يستفيد من الحماية المكرسة في التشريع الاستهلاك كل شخص يتعاقد لتحقيق حاجاته الشخصية العائلية ، فيفهم بذلك من المفهوم الضيق للمستهلك أن المهني مستبعد من الحماية المقررة في تشريع الاستهلاك .

ب : التعريف الواسع للمستهلك: يقر الفقه بضرورة التوسع في مفهوم المستهلك ولا يحصر في مدلول المستهلك الذي يتعاقد من أجل استعمال السلعة أو الخدمة لأغراض شخصية إنما يمد هذا الوصف - مستهلك - ليشمل المهني الذي يتعاقد لأغراض مهنية إلا أنه يتصرف خارج درايته و مؤهلات تخصصه المهني¹ . ووفق هذا المفهوم لا بد من تمديد الحماية إلى المحترفين الذين يوجدون في نفس وضعية الضعف الاقتصادي المعادلة لوضعية المستهلك ، من ثم وجب حمايتهم عن طريق تشريعات الاستهلاك مثل المستهلك² .

أنتقد هذا الاتجاه في أنه يؤدي التوسع في مفهوم المستهلك إلى الخروج عن الحكمة المرجوة من التشريعات الخاصة خاصة في مسألة تحقيق التوازن العقدي ، علما أن هذه التشريعات الحماية غرضها حماية الطرف الضعيف في العلاقة العقدية ، في حين هذا الاتجاه يمدد الحماية للمحترف و ذلك نظر لإضفاء صفة المستهلك له في حين يعتبر طرفا قويا في العلاقة العقدية .

(1) - محمد خليفة كرفة ، التوازن العقدي في قانون الاستهلاك ، دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 ، كلية الحقوق ، 2019/2018 ، ص 33 .

(2) - شوقي بناسي ، أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد ، دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 ، كلية الحقوق ، 2016/2015 ، ص 390 .

ثانيا : تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض التشريعات:

إن تحديد تعريف المستهلك يكتسي أهمية كبيرة فهو كميّار 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 الائتمان على أنه " يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين و المعنويين و التي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني¹."

فلاحظ أن المشرع الفرنسي تناول تعريف المستهلك بصفة عرضية و اعتمد في تحديد ذلك على معيار الغاية و هو 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 المهني² "، و رغم 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

(1) - القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان w.legifrance.gouv.fr، اطلع عليه في 08-06-2020.

(2) - القانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 جويلية سنة 1993. www.justic.gouv.fr، اطلع عليه في 08-06-2020.

يتصرف خارج نشاطاته المهنية ، و يعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معني من الحماية المقررة للمستهلك ولو كان الشخص الذي تصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا¹ .

أما التوجيه الصادر في 05 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين فقد نصت المادة الثانية منه " أنا لمستهلك كل شخص طبيعي و في إطار العقود المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية " ، فعد ما لتصرفي كفيل إضفاء 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 و خدمات الإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية².

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 " ، و يقصد بالشخص حسب هذه المادة " الأشخاص الطبيعيين و الأشخاص المعنويين و منها الشركات بجميع أشكاله او الكيانات الاقتصادية و الجمعيات و الاتحادات و المؤسسات و المنشآت و الروابط و التجمعات المالية و تجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها " .

(1) - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997،

www.juriscom.net، اطلع عليه في 08-06-2020.

(2) - أو شن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجيستر في القانون، تخصص

القانون. الإداري، كلية الحقوق عنابة ، 2012، ص05.

كما عرفت المادة المذكورة سابقا المنتجات على أنها " السلع و الخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص و تشمل السلع المستعملة التي يتم عليها من خلال مورد¹." و نلاحظ في هذه المادة إغفال المشرع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك (الغرض المهني) ، و من خلال استقرائنا لهذه المادة نلاحظ من أول وهلة أن المشرع المصري أخذ المفهوم 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 بينا لاتجاه الضيق و الواسع لمفهوم المستهلك ومن أنصار الاتجاه الضيق نجد" السيد محمد السيد عمران الذي يعرف المستهلك بأنه " كل شخص يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية والعائلية " ، و بالتالي لا يكتسب صفة مستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعته " ، و يعارض هذا الاتجاه الفقيه " حمدا لله محمد حمد الله الذي يؤيد الاتجاه الواسع هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك².

كما لم يرد أي تعريف للمستهلك الإلكتروني و بناء على ذلك يمكن أن نعرفه بأنه " ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع و الخدمات لغير الأغراض التجارية و يتسلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية"³.

(¹) - قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بالمؤرخ بتاريخ 2006/10/22.

(²) - زوجال يوسف ، مفهوم المستهلك في التشريع و الفقه والقضاء المغربي المقارن ، ص 28.

(³) - إبراهيم خالد ممدوح ، امن المستهلك الإلكتروني ، الدار الجامعية ، مصر ، 2008 ، ص 21.

ج - تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري :

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في أو القانون لحماية المستهلك الذي صدر سنة 1989 لكن تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش في المادة 02 الفقرة 09 حيث عرف المستهلك أنه " كل شخص يفتني بثمن أو مجانا منتوجا¹ أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي ، لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"².

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 يفتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني"³ ، ويلاحظ 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 و تحديدا في المادة 03 فقرة 01 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش عرف المستهلك كالتالي المستهلك " هو كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " وعليه فهذه المادة جاءت لتأكيد موقف المشرع من

(1) - المنتج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية.

(2) - أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ 1990/01/30، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج ر ج ج عدد 05 ، الصادرة 1990/01/31.

(3) - أنظر المادة 03 من القانون رقم 04-02 المؤرخ 2004/06/23، المرجع السابق.

التعاريف السابقة و كذلك لبيان موقفه اتجاه التشريعات المقارنة ، و بهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه و القضاء عناء البحث عن تعريف ملائم.¹

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

و نلاحظ هنا أنه حافظ على التعريف السابق في القوانين السابقة الذكر و أضاف إليها فقط الطريقة أو الوسيلة الاستهلاكية الإلكترونية فقط.

و أخيرا يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات الإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم و لا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني ، و أن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة ، 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 إلكترونية.

(1) - المادة 03 من القانون رقم 09 - 03، مرجع سابق .

(2) - المادة 06 من قانون 05-18 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ج ر ج ج عدد 18 الصادرة بتاريخ 2018/10/16.

الفرع الثالث:

تعريف المهني .

بعد تعريف الطرف الأول في عقد الاستهلاك المتمثل في المستهلك نتطرق إلى تعريف المهني أو المتدخل الطرف الثاني في العملية التعاقدية ، و تسمية المتدخل اعتمدها المشرع الجزائري في القانون 03/09 ، و اعتمد مصطلح العون الاقتصادي في القانون 02 /04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وكان يسمى قبل صدور هذه القوانين اسم المهني و المحترف.

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 و الشخص المعنوي كالشركات.¹

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 المنتوجات للاستهلاك"²

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

(2) - المادة 03 من قانون رقم 09 - 03، مرجع سابق.

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 و التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد ".¹

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".² "

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

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

من خلال سردنا لمختلف التعاريف التي جاء بها المشرع الجزائري فإنها تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني أو المورد محترف افي المجال الذي يباشر فيه نشاطه ،كما أن المشرع لم

(1) - أنظر المادة 03 من قانون رقم 08 - 12 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، يعدل ويتم الأمر رقم 03-

03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ا لمتعلق بالمنافسة معدل ومتمم.

(2) - المادة 03 من القانون رقم 04-02 مرجع سابق.

(3) -المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ، المؤرخ في 15/09/1990 ،المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، جريدة رسمية عدد 40 ، الصادر بتاريخ 19/09/1990.

يفرق بينا لمنتج و الموزع و الوسيط و المورد و اعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك الأمر الذي يجعل مصطلح " المتدخل " الوارد في قانون حماية المستهلك و قمع الغش مصطلحا عاما يدخل في إطاره كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للاستهلاك.

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 ."

سنتطرق في مايلي إلى معيار الاحتراف و الربح 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 معتادة ¹.

الاحتراف هو ممارسة الأعمال التجارية بصفة متكررة و دائمة واتخاذ المهنة كمورد رزق له حيث يتكرر القيام بالنشاط من وقت لآخر ، فالاحتراف يعتبر معيار أساسي لاكتساب صفة التاجر في القانون التجاري ، فيكفي لاعتبار الشخص مهنيا أن يعتاد على العمل المرتبط بمهنته.

(1) - أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار ، دار الجامعة الجديدة ، مصر 2008، ص31،30.

يرى البعض من الفقه أن المهني هو من يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة سواء كانت تجارية أم مهنية فنية أو صناعية أو زراعية أو حرفة أي يباشر نشاطا تجاريا أو مدنيا على وجه الاعتياد فالمهني يمتلك المعلومات و البيانات تسمح له بالتعاقد على دراية تامة.¹

ثانيا : معيار الربح لتحديد مفهوم المهني.

يعتبر معيار الربح معيارا هاما 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 ، و يتمكن من خلال هذه الحرفة الحصول على السلع و الخدمات و تقديمها للجمهور بمقابل مادي بهدف الحصول على ربح ، وقد يكون هذا الشخص منتجا أو موزعا أو تاجر بالجملة أو بالتجزئة أو يتخذ مشروع فردي أو شركة أو مؤسسة التي تدخل في إطار القطاع الخاص أو العام.²

المطلب الثاني:

اسباب حماية المستهلك الإلكتروني.

ان اتساع رقعة مستخدمي الإنترنت في العالم بدأ يتبلور ويعطي مفهوم للحماية الإلكترونية للمستهلك ، و الذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك و حمايته من الغش و

(1) - حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في العقود 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 و المسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر، 2002، ص29.

الاحتيايل أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان و تمارس تأثيرا يتجاوز أحيانا الأدوات التقليدية في الواقع.

و تتلخص مبررات ضرورة حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني في التطور الحديث في شبكة الإنترنت (فرع الأول)، و ضرورة الخدمات الإلكترونية للمستهلك (فرع الثاني) ، مع افتقاره إلى التنوير المعلوماتي التقني (فرع الثالث).

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 ، و يمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي بتطورات مستمرة ، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك ، 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 التقليدية³.

(1) - أوثن حنان ، مرجع سابق، ص04.

(2) - شاهين بهاء، الإنترنت والعولمة ، عالم الكتاب ، مصر، 1999 ، ص46.

(3) - أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص25 .

الفرع الثاني:

ضرورة الخدمات الإلكترونية للمستهلك.

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

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تتبع من كونها توفر منتجات و خدمات 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 ، و من هنا كانت الحاجة للبحث عن الحماية للمستهلك بشكل ملح و واضح¹.

الفرع الثالث:

افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني

تعتبر شبكة الإنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس ، فالبريد الإلكتروني و مواقع الإنترنت و التفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد و هو عرض أنواع متباينة من المنتجات و الخدمات للمستهلك و التعاقد معه من خلالها ، ففقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب و شبكة الإنترنت تسهل عليه الوصول إلى

(¹) - 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، ص31.

المنتجات و الخدمات التي يريدها ، و هنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام للمستهلك والذي هو حق من حقوق المستهلك وهو 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 المنتجات ، 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 و خداع قرصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

المبحث الثاني

النطاق القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني.

على الرغم من المزايا التي تحقها التجارة الإلكترونية و أهميتها الاقتصادية التي تجعل الإقبال عليها يتزايد يوما بعد يوم ، إلا أنها تنتج عنها مخاطر تواجه مستخدمي شبكة الإنترنت منها إفشاء الأسرار و انتهاك حقوق الملكية الفكرية و مشكلات الاحتيال و القرصنة ، فضلا عن فقدان المستهلك الإلكتروني الثقة في التعامل عبر الإنترنت و هذه الثقة هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها التجارة و يحرص عليها المتعاملون فيها.

لذا كان من الطبيعي بروز الحاجة لتوحيد النظام القانوني للمعاملات الإلكترونية و التنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعدين و اتساع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني و التنظيم القانوني لهذه المعاملات أخذ بعدين، بعد التنظيم الدولي الذي يظهر في مختلف الهيئات الدولية التي تسعى لتحقيق حماية المستهلك ، و هذا ما سنبينه (المطلب الأول) ، و

بعد التنظيم الداخلي من خلال وضع الدول تشريعات وطنية لتكريس حماية المستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني) .

المطلب الأول:

الحماية الدولية للمستهلك الإلكتروني.

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

الفرع الأول:

حماية المستهلك الإلكتروني على مستوى المنظمة الدولية للمستهلك.

تعاظمت الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة المشكلات التي تواجه المستهلك و هذا ما ساعد بشكل كبير في ظهورا لمنظمة الدولية للمستهلك التي تأسست سنة 1960 من قبل خمسة (05) منظمات للمستهلكين ، جمعت كل من الولايات المتحدة الأمريكية ، بلجيكا ، بريطانيا ، هولندا و أستراليا ، و قد 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:

(¹) - أرزقي زويبر ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع

المسؤولية المهنية ، جامعة مولود معمري ، تيزيوزو ، 2011 ، ص 24.

- ✓ 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 و نيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية ، الشرب و الخدمات اللازمة.
- ✓ تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحليل المقارنة للمواد و الخدمات و تبادل نتائج التحليل و الخبرات.
- ✓ تحسين المواصفات و الخدمات و برامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم.
- ✓ اعتماد المنظمة الدولية للمستهلك كهيكل لتبادل المعلومات و المجالات و النشرت الدورية التي تهتم حماية المستهلك¹.

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

(1) - إبراهيم خالد ممدوح ، مرجع ، ص 38 ، ص 39.

الدولية للمستهلك يجب عمل مؤتمرات الدولية للمعاملات التجارية الإلكترونية وخاصة تلك التي تتم خارج أوروبا ، إضافة إلى التوجيه المتعلق بالقواعد التي تحدد المحكمة الأفضل للمستهلك و بصفة خاصة في معاهدة روما الصادرة في 19 مايو 1980¹.

يعد التوجيه الأوروبي الأوروبي 97/ 07 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 و التنفيذ 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"².

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 و رقم تسجيلها في السجل التجاري و رقمه 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 و حول وسائل

(1) - أو شن حنان ، مرجع سابق، ص06.

(2) - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 مايو 1997 ، مرجع سابق.

وآلية تدارك الأخطاء في تزويد البيانات و تصحيحها و حول لغة التعاقد و أية قواعد سلوكية واجبة الإلتباع لضمان حسن سير العلاقات التعاقدية.

كما تبني الاتحاد الأوروبي في 26 يونيو 2002 توجيهها يتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بعد و هو يهدف إلى توفير نوع من الأمان للتجارة و الاتصالات الإلكترونية الذي يتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني ، و حماية حياته الخاصة في مجال الاتصالات الإلكترونية¹.

الفرع الثالث:

حماية المستهلك الإلكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

كان لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية دور في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الإنترنت في 09 ديسمبر 1999 ، حيث أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات و المشروعات و المستهلكين على الصعيد الوطني و الدولي². من التوجيهات التي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادية و التنمية على سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ما يلي:

- لا يجب أن يكون هناك مستوى معين من الحماية للمستهلك الذي يقوم بعمليات تجارة الإلكترونية أو عمليات بيع عن بعد.
- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك و بلغة مفهومة له و أن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية و كذلك نوع السلع و الخدمات التي يقدمها.

(¹) - محمد سعيد احمد إسماعيل ، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)،

منشورات الحلبي ، سوريا ، 2009 ، ص 376.

(²) - نبيل محمد احمد صبيح ، مرجع سابق ، ص 168.169

- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن و طريقة الدفع و الضمانات 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 و المحاكم المختصة .
- إنشاء وسائل لتوثيق المعاملات الإلكترونية فيما بين التاجر و المستهلك.
- تطوير التعاون الدولي بين الدول و المنظمات الدولية المعنية لحماية المستهلك¹.

المطلب الثاني:

الحماية الداخلية للمستهلك الإلكتروني

تسهر التشريعات الوطنية لوضع قوانين فعالة و خاصة تكون أكثر صلاحية لحماية مصالح المستهلك الإلكتروني غير تلك القواعد العامة نظرا لخصوصية التعامل²، فمن التشريعات التي بادرت بإصدار قانون خاص بالمعاملات التجارية الإلكترونية و ضمن نصوص خاصة بحماية المستهلك الإلكتروني من أجل توعيته و تنوير 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) و أخيرا في التشريع الجزائري في (الفرع الثالث).

⁽¹⁾ - إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق ، ص 40 ص 41.

⁽²⁾ - 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 والإعلانات المظلمة و القانون الصادر في 22 ديسمبر 1972 الخاص بتنظيم البيوع التي تتم في المنازل ، و القانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المسمى بقانون روبير والخاص بتنظيم وسائل الدعاية و الإعلان 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 و الذي يكون بين غائبين.

كما أنه تماشيا معا لسياسات التشريعية الفرنسية التي تهدف إلى حماية المستهلك نجد أن قانون التوقيع الإلكتروني رقم 230 لسنة 2000 ولائحته التنفيذية لم يشيرا صراحة إلى مبدأ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، إلا أن الشروط التي وضعها المشرع الفرنسي للقيام بعملية التصديق على شهادات مقدمي هذه الخدمة يبدو واضحا منها أن هدفها هو حماية المستهلك¹.

و قد 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 و على وجه الخصوص الخصائص الكيفية و الكمية و المدة التي ستعرض فيها " ، كما نص هذا القانون أيضا على حق المستهلك في العدول حسب المادة 20/121 مقتضى

(1) - القانون الفرنسي بشأن تطوير قانون الإثبات التكنولوجي للمعلومات والتوقيع الإلكتروني رقم 230

لسنة 2000. المنشور في الجريدة الرسمية العدد 62 سنة 2000 www.justic.gouv.fr

المرسوم 741 لسنة 2001 أنه " بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطى للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم الطلبية لإعادتها أو استبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ماعدا مصاريف الإرجاع¹.

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 و مكافحة الإغراق ، و حماية 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 و التي تسيطر على أدوات المعلوماتية².

فقد صدر قانون حماية المستهلك المصري رقم 72 لسنة 8007 و هو يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام ، وصون حقوق المستهلك الأساسية وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرف فيها ، و حمايته 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 ، و تجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط " ، فالمشرع

(¹) –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.

(²) – ابراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق ، ص 47 .

المصري أوجد التزام على المعلن و المورد بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة السلعة و خصائصها ، بما يحمي المستهلك من تكوين اعتقاد غير صحيح و مضلل.

كما نجد المادة الرابعة من هذا القانون أيضا تنص على أنه " يجب على المورد التاجر أن يضع على جميع المراسلات و المستندات و المحررات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقدته مع المستهلك بما في ذلك المحررات و المستندات الإلكترونية البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته و خاصة بيانات قيده في السجل التجاري الخاص بنشاطه و علامته التجارية أن وجدت " إضافة إلى ضمان سلامة المنتجات و الخدمات و تأكيد حق المستهلك في توافر معلومات تساعده على التمييز بين السلع و الخدمات 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 وقائم بذاته في مجال حماية المستهلك ينظم 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 و اكتفى بوضع القواعد العامة بحماية المستهلك فالقانون الصادر في 1989/02/07² نظم المبادئ الأولية و

(¹) - المواد 08 ، 06 ، 04 ، من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ، مرجع سابق.

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

العامة 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 و هذه المواد تنص على حماية المستهلك و الاعتراف بحقوقه المشروعة و أهمها:

- الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحته وأمنه و مصالحه 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 و التقاضي في إطار جمعيات المستهلكين و بالتالي 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.
- فيه حق الضمان إذا لم يلبي المنتج (سلعة كان أو خدمة الغرض منه من حق) ، المستهلك طلب حقه في الضمان و التعويض¹.

⁽¹⁾ - أرزقي زويبير، مرجع سابق، ص 27 .

ثم ألحق المشرع بالقانون 89-02 عدة قوانين و تنظيمات أخرى من شأنها تنظيم العلاقة بين عمليتي الإنتاج و الاستهلاك و من أهمها :

- القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بالتقييس.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق بالجودة وقمع

الغش.¹

- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات

والخدمات.²

- المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن انشاء شبكة مخابر

التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها.³

- المرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001 المتعلق برقابة الجودة وقمع

الغش.⁴

(1) - المرسوم التنفيذي رقم 90/19 المؤرخ في 19 جانفي 1990، يتعلق بالجودة وقمع الغش ، مرجع سابق

(ملغى).

(2) - المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ،

مرجع سابق.

(3) - المرسوم التنفيذي رقم 96/355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب

وتحاليل النوعية و تنظيمها معدل و متمم بالمرسوم رقم 97-459 ، ج ر ج ج عدد 80 ، الصادرة

في 07/12/1997.

(4) - المرسوم التنفيذي رقم 01/315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر

ج ج عدد 67 ، الصادرة في 21/10/2001. (ملغى).

- لقد نظم المشرع الجزائري لأول مرة الإنترنت كنشاط اقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي 98-257 المؤرخ في 1998/08/25 المتضمن ضبط شروط و كفاءات إقامة خدمات الإنترنت و استغلالها ، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 307 /2000 المؤرخ في 2000/10/14 .
- كما اصدر قانون رقم 05/18 ،المتعلق بالتجارة الالكترونية وكيفية والذي تطرق فيه الى حماية المستهلك الإلكتروني مما يلحقه من ابرام العقد الإلكتروني مع المهني.

ملخص الفصل:

و في الاخير خلصنا فيهذا الفصل و الذي تطرقنا فيه الى ماهية المستهلك الإلكتروني بصفة عامة فعرفنا في بداية الامر العقد الاستهلاك الإلكتروني و أطرافه المستهلك ، وصولا إلى المهني او المتدخل و هذا في مختلف التشريعات و بالخصوص التشريعات الاقرب الى التشريع الجزائري كالتشريع الفرنسي و التشريع المصري و وضعنا مقارنة بينهم مع محاولة اعطاء تحليل لها ، و وجدنا أن المستهلك الإلكتروني يحتاج للحماية بشكل مساوي او اكثر من حاجة المستهلك العادي للحماية في السوق التقليدية ، وهذا راجع للخصوصية البيئية المتعاقد فيها وما تتضمنه من مخاطر للمستهلك في كل مراحلها من مرحلة التفاوض في العقد إلى مرحلة استلام السلعة أو تلقي خدمة ، ويكون المستهلك الإلكتروني عند ولوجه لشبكة الانترنت للبحث عن المنتجات التي تلبي رغباته ، يواجه عدة مخاطر والتي يجب حمايته منها و إلا فانه يكون عرضة لكثير من المخاطر مثل للنصب و الاحتيال وغيرها من اضرار الناتجة عن عدم حماية المستهلك ، كما رأينا بان التعاقد الإلكتروني مجاله غير محدود و هو نتاج للعولمة الاقتصادية و التكنولوجية و بالتالي فلا بد أن تكون الحماية على مستوى الصعيدين المحلي و الدولي مع ضرورة تضافر الجهود بين الدول من جهة و المنظمات الدولية من جهة أخرى لضمان حق المستهلك الإلكتروني بشكل ناجع و افضل.

الفصل الثاني:

الآليات القانونية لحماية المستهلك

الإلكتروني

الفصل الثاني :

الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني

ونظرا للتطورات الهائلة التي يشهدها العالم المعاصر في شتى المجالات و ما ينجر عنها من نتائج و آثار فإن الأمر يستدعي وضع آليات قانونية لحماية المستهلك حين يلجأ إلى التعاقد الإلكتروني ، وذلك من أجل إبراز عقد البيع المبرم عبر الانترنت كعقد بيع موثوق فيه، فعادة عرض السلع والخدمات كثيرا ما تصاحبه المبالغة في الدعاية و الإعلان 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 الانترنت.

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:

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 الانترنت، الأولى هي إعلام المستهلك و تزويده بالمعلومات عند التعاقد معه (المطلب الأول) ، و حقه في الرجوع و العدول 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 مطلوباً 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 مفهوم في الحق بالإعلام الإلكتروني مع تبيان مبرراته ، ثم دراسة اهداف احق في الإعلام إضافة إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

الفرع الأول:

مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

إن عدم التساوي في المعرفة بالمعلومات بين المتعاقدين بشأن محل التعاقد و الشروط 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

⁽¹⁾ - عبد المنعم موسى إبراهيم ،حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية ، سوريا، 2007،ص366.

بإعلام المستهلك و الإفشاء بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستتير إرادة المتعاقد فيجب الإدلاء بكل المعلومات طالما لها أهميتها في التعاقد¹.

أولا

تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

بين المشرع الجزائري بوضوح في المادة 17 من قانون حماية المستهلك و قمع 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"² ، ولكن هذا في العقود العادية دون العقود الإلكترونية التي تجاهلها المشرع ، و يعرفه 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 ، و التي تعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه في العقد"³.

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

⁽¹⁾ - عمر خالد رزيقات ،عقد التجارة الإلكترونية(عقد البيع عبر الانترنت ، دراسة تحليلية) ،دارا لحامد للنشر و التوزيع،الأردن، 2007 ،ص 339 ص340.

⁽²⁾ - انظر المادة 17 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،المرجع السابق.

⁽³⁾ - حسن عبد الباسط الجميبي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية،مصر، 1992، ص.35.

كما عرفه جانب اخر بأنه "تنبيه او 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"¹.

و يتضح لنا من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام سابق على نشوء العقد و هي 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 وسائط إلكترونية يسهل استعمالها و التطرق إلى محتواها في شكل واضح و مقروء².

ثانياً :

الاساس القانوني للحق في الإعلام.

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

أ- إعادة المساواة في العالم بين المتعاقدين: إن التفاوت في المعرفة الفنية يتزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي و التكنولوجي مما يستحيل أن يتعرف الشخص العادي على

(1) - سهير منتصر،الالتزام بالتبصير،دارالنهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 41 .

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

التفصيلات الفنية و دقائق السلع المعروضة ، فعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد و الشروط المتعلقة به تحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية، نظرا لأن المستهلك معرض للاستغلال من طرف المحترف الذي هو صاحب الخبرة و المعرفة في هذه الحالة¹، و تزداد 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- بإعادة التوازن العقدي : من أبرز الضروريات العملية التي أدت إلى تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد انعدام التكافؤ بين المزود و المستهلك 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.

ج- مبدأ حسن النية في العقود : اتجه الفقه و القضاء إلى القول بأن أساس الالتزام بالإعلام هو مبدأ حسن النية بما يوجبه هذا المبدأ من التزامات على عاتق كلا المتعاقدين بهدف توفير الأمانة و الثقة بينهما.

(1) - عبد المنعم موسى ابراهيم ، مرجع سابق،ص376 .

(2) - حسن عبدالباسط الجميعي، مرجع سابق،ص22 .

(3) - عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق ،ص55 .

يوجب مبدأ حسن النية مراعاة الأمانة بين المتعاقدين بما يحقق الثقة بينهما ، فعلى البائع عند إبرام العقد الإدلاء بكافة المواصفات و المعلومات الضرورية عن البيع ، و أي كتمان لهذه المعلومات يتنافى مع حسن النية ، الأمر الذي أكده المشرع الجزائري في المادة 107 من القانون المدني¹.

رغم اختلاف الفقهاء حول مصدر الالتزام بالإعلام ، فان الفقه الراجح يجسد مبدأ حسن النية في العقد الذي يمتد من مرحلة تكوين العقد إلى مرحلة تنفيذه ، كأساس لتجسيد حق.

الفرع الثاني:

اهداف حق 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:

لاشك أن الغاية الأساسية من تقرير عدول المستهلك عن بعض العقود هو حماية رضائه الحقيقي و ضمان إرادة واعية و مستنيرة ، ويتحقق ذلك بواسطة إعطاء المستهلك فرصة كافية للتروي و التأمل في العقد يقدم على إبرامه متسرعا بدون فكرة واعية وكافية عن المبيع .

وفي ضل تطور طرق الاتصال الحديثة و التعقيد الذي شهده استخدام الوسائل التكنولوجية في إبرام العقود وبشكل يجعل من الصعب على المستهلك العادي الإلمام بكل جوانب العملية

(1) - تنص: المادة 107 من القانون المدني الجزائري " يجب تنفيذ العقد طبقا لما أشتمل عليه و بحسن نية ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب ، بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماته و فقا للقانون ، و العرف ، و العدالة ، و بحسب طبيعة الالتزام "

التعاقدية التي يقدم عليها، أصبح ملحا توفير وسائل أكثر فعالية لحماية المستهلك. الحاجة إلى هذه الحماية فاقمت في ضوء الرغبة بتمكين المستهلك من تكوين رضا حر و مستتير بالنسبة للعقد الذي يبرمه.

من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وقد 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 ووضعا تحت تصرف المستهلك للاطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة وقد 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:

(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 Cristianeferal , « Les relation juridique entre les acteurs du marché virtuel, les contrats du commerce électronique », revue du droit des contrats, n°14,1999, p21.

يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفشاء إلى المستهلك بالمعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه¹ ، هذه البيانات أو المعلومات عموماً 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 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 عملاً 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

(1) - عبد الفتاح بيرومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر،

وطريقة التشغيل والاستعمال وتعيين نطاق وشروط الضمان، وكذا الفواتير والمخالصات ، إلا أن استعمال اللغة الوطنية لا يمنع أن تصحبها ترجمة بأي لغة كانت¹.

و المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجديد نص بدوره على ذلك صراحة في نص المادة 71 منه التي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات ، و طريقة الاستخدام ودليل استعماله و شروط ضمان المنتج ، و كل معلومة أخرى باللغة العربية أساسا ، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعماله لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية و مقروءة و يتعذر محوها².

كما تضمنت المادة 13 من القانون 05/18 على مجموعة من الأحكام يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني والتي من بينها الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات و شروط ضمانها وإمكانية تجربتها أو إعادتها إضافة إلى إمكانية الفسخ وغيرها من المعطيات ، وهذه المعطيات تعتبر من الالتزامات التي تكون على عاتق المورد وهي حق من حقوق المستهلك الإلكتروني ، وقد جاءت المادة 14 لتشير إلى أن عدم احترام أحكام المادة 13 من طرف المورد الإلكتروني يعطي الحق للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد و التعويض عن الضرر الذي لحق به ، و هنا يكون هذا الأمر ناتج عن عدم الالتزام بحقوق رتبها القانون لمصلحة المشتري و التي منها أن يكون عالما بالخصائص التفصيلية للسلع و الخدمات ، إلا أن المشرع ربط البطلان هنا بإرادة المشتري و ليس بنص القانون ، فان سكت المشتري كان العقد قائما و منجزا و يترتب عنه كل آثاره.

إذن فالالتزام 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

(1) - سليم سداوي ، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2008 ، ص32 .

(2) - المادة 18 من القانون رقم 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، مرجع سابق.

تكوين رضائه بناء على إرادة واعية و مستنيرة تمكنه من معرفة المبيع و مقدار نفعه المادي بالنسبة له¹.

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 الإلكتروني²، نظرا لأن المستهلك لا تتوفر له الإمكانية 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 التفكير³، و في سبيل التعرف على مضمون الحق في العدول من منظور حماية المستهلك الإلكتروني لا بد من معرفة المقصود بحق العدول و اسابه (الفرع الأول) و إجراءات ممارسة هذا الحق (الفرع الثاني) ، و الآثار المترتبة على ممارسته (الفرع الثالث) و حماية المستهلك من الشروط التعسفية و حماية بياناته الشخصية (الفرع الرابع).

الفرع الأول:

المقصود بحق العدول واسبابه.

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

(¹) - إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 80 .

(²) - نبيل محمد أحمد صبيح، مرجع سابق، ص 59 .

(³) - طاهر شوقي مؤمن، (عقد البيع الإلكتروني بحث في التجارة الإلكترونية)، دار النهضة العربية، مصر،

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 به¹.

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 السلعة عن طريق الأنترنت لم يكن قد رأى البضاعة وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أمامه ، فإذا ما استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه" ، كما يرى بعض الفقه الفرنسي بأنه بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة يلتزم من خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها، و اعتبارها كأنها لم تكن ، و ذلك بهدف تجريدتهما من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل².

وقد عرفه المشرع الجزائري في تعديل المادة 19 الفقرة 02 في القانون رقم 18-05 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش بقوله "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب³ "

(1) - عبد الله ذيب عبد الله محمود ، مرجع سابق ، ص126 .

(2) - محمد سعيد أحمد اسماعيل، مرجع سابق ، ص393 .

(3) - المادة 19 من القانون رقم 09/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم للقانون 09-03

المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر ج رقم 06 الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018

ثانيا :اسباب الحق في العدول:

لاشك أن الغاية الأساسية من تقرير عدول المستهلك عن بعض العقود هو حماية رضائه الحقيقي و ضمان إرادة واعية و مستنيرة ، ويتحقق ذلك بواسطة إعطاء المستهلك فرصة كافية للتروي و التأمل في العقد يقدم على إبرامه متسرعا بدون فكرة واعية و كافية عن المبيع .

و في ظل تطور طرق الاتصال الحديثة و التعقيد الذي شهده استخدام الوسائل التكنولوجية في إبرام العقود وبشكل يجعل من الصعب على المستهلك العادي الإلمام بكل جوانب العملية التعاقدية التي يقدم عليها ، أصبح ملحا توفير وسائل أكثر فعالية لحماية المستهلك ، الحاجة إلى هذه الحماية تفاقمت في ضوء الرغبة بتمكين المستهلك من تكوين رضا حر و مستنير بالنسبة للعقد الذي يبرمه.

و لهذا يعد حق العدول من النظام العام لا يجوز الاتفاق على مخالفته و بالتالي لا يحق للمستهلك التنازل مسبقا عنه و لا يجوز بأي شكل من الأشكال تقييده¹.

اما المشرع الجزائري في نص المادة 19 فقرة 02 فإنه اكد على أن حق العدول يمارسه المستهلك دون سبب و بالتالي يمكنه العدول في أي وقت كان دون حاجة لتبرير عدوله.

الفرع الثاني:

إجراءات ممارسة الحق في العدول و آثاره الحقيقية.

(1) - عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة

النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس، المجلد 27، 2013، ص 14.

ان إجراءات خاصة لممارسة الحق في العدول تتمثل ، في الشرط الوحيد هو احترام المدة الواردة في القانون و لكن هذا لا يمنع المستهلك من اتخاذ إجراءات احتياطية خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة .

و لهذا سوف نتناول كيفية ممارسة الحق في العدول و المدة المحددة لذلك (اولا) و آثار العدول على كل من المهني و المستهلك (ثانيا).

اولا :كيفية ممارسة الحق في العدول.

الغاية من ثبوت الحق في العدول ، هي التأكد من رضا المستهلك فيما يتعلق بالتمهل في إبرام العقد وهو ما يجب معه إطلاق إرادة التعبير في الرجوع عن التعاقد من أي قيود اتفاقا مع هذه الغاية فالأصل ألا يخضع هذا الحق لأية إجراءات خاصة .

كما لم يحدد المشرع الفرنسي و كذا التوجيه الأوروبي طريقة أو شكل معين يتم فيه تعبير المستهلك عن عدوله في العقد ، غير أنه وضمانا لحقوق المستهلك ، ذلك يبقى كوسيلة إثبات كأن يكون ذلك مثلا عن طريق البريد الالكتروني ، أو بطريق بريد موصي عليه ليستخدمها إذا ما أنكر التاجر تبليغه بالعدول.

الشرط الوحيد لممارسة الحق في العدول هو أن يتم ضمن مهلة محددة مدة 07 أيام وفقا للقانون الفرنسي والتشريع الأوروبي ، كما أنه توجد تشريعات أخرى أطالت المدة ، ويختلف حساب هذه المدد باختلاف محل العقد فان كان عبارة عن سلعة فمن يوم التسليم أما إذا كان خدمة فمن يوم أبرام العقد، والمدة المحددة قانونا تحسب بالأيام الكاملة ، وإذا تضمنت آخر يوم

عطلة فإنها تمتد إلى اليوم الموالي الأول يوم عمل ، أما إذا أخل التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل العقد فإن هذه المدة تمتد إلى غاية ثلاثة أشهر¹.

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 : آثار ممارسة الحق في العدول:

يترتب على اختيار المستهلك طريق الرجوع عن التعاقد زوال العقد و انقضائه ، و يلتزم الأطراف بإعادة الحالة التي كان عليها قبل التعاقد ، فان تسلم المبيع التزم بإعادته إلى الحالة التي تسلمها فيها ، وهذا ينطبق على العقود الاستهلاكية العامة ، و ينطبق كذلك على العقود الإلكترونية ، ولهذا سوف ندرس آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمهني ، ثم بالنسبة للمستهلك الإلكتروني .

أ: آثار العدول بالنسبة للمهني اوالتاجر: إذا انقضت المدة التي حددها المشرع للمستهلك الإلكتروني لاستعماله حقه في العدول ، يصبح العقد لازما للطرفين ، لكن إذا استعمل المستهلك حقه خلال هذه المدة فيترتب على ذلك التزام المهني برد الثمن- إذا دفع المستهلك الثمن مسبقا- وذلك خلال مدة أقصاها ثلاثون يوما طبقا للمادة 20/ 121 _1 من قانون الاستهلاك الفرنسي . وفي حالة ما إذا انقضت هذه المدة ولم يقم البائع بإرجاع الثمن، فان كل

⁽¹⁾ - كريمة كريمة، سبل حماية المستهلك أثناء إبرامه لعقد إلكتروني ، مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة

جبلالي لياس بسيدي بالعباس، العدد 09، 2012، ص 204-205 .

⁽²⁾ - المادة 19 من القانون رقم 09-18، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

يوم تأخير يصاحبه فوائد لصالح المستهلك ناهيك على أن فعل عدم الإرجاع يشكل جريمة في مواجهة البائع¹.

ب: آثار العدول بالنسبة للمستهلك الالكتروني: يعتبر حق العدول بالنسبة للمستهلك حق مجاني ، فان مارسه خلال المدة المحددة قانونا فلا يتحمل أي تبعات ولا يترتب على ذلك أي جزء ما عدى ما تعلق بالمصروفات المحتملة لإرجاع المنتج أو السلعة ، و من حيث آثار العدول عن العقد، فإنه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه، و على المستهلك إرجاع البضاعة كما تسلمها، وإذا كانت خدمة فعليه أن يتنازل عنها².

المطلب الثالث:

حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته الشخصية.

إن أشكال التعاقد عبر الأنترنت تطغى عليها صور العقود النموذجية التي يتولى إعدادها مسبقا مختصون يتمتعون بالتفوق الاقتصادي و الكفاءة 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.

(1) - كوثر سعيد عدنان خالد ، حماية المستهلك الالكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2012 ، عبد الرحمان خلفي، مرجع سابق، ص 18

(2) - عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس، المجلد 27، 2013 ، ص 14.

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 و الالتزامات الناشئة عن العلاقة العقدية و أنه شرط غير خاضع للمفاوضات الفردية بين المزود والمستهلك ، كذلك يختص بكونه أنه شرط مكتوب بصفة مسبقة و دون أن يكون للمستهلك أي تأثير في محتوى العقد الإلكتروني¹.

و تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد عرف الشروط التعسفية ضمن المادة 03 فقرة 05 من القانون 04-02 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 و واجبات أطراف العقد " .

و الغرض 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 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث أعطت إمكانية منع العمل ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية في مختلف العقود و ذلك 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 ، مرجع سابق، ص355.

(²) - المواد 03 و 30 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

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 المعاملات الإلكترونية¹، و هذه البيانات تشكل جزءا من حياة المتعاقد عبر الأنترنت الخاصة فلا يجوز الإنشاء بها للغير بقصد أو بدون قصد و لا يحق للباعة تداولها فيما بينهم في سبيل الترويج السلع أو خدمات أخرى، كما لا يجوز للبائع نفسه باستخدامها إذا ما انتهت العلاقة العقدية بينهما، و لا 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.

(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 ، دارالنهضة العربية، مصر،

- جمع المعطيات الشخصية والاحتفاظ بها¹.

أما المشرع الجزائري فلم ينص بشكل صريح و مباشر في القانون المدني عن حماية الحق في الخصوصية و نجد إشارة إلى ضمان الحقوق الملازمة للخصوصية طبقا لنص المادة 47 من القانون المدني²، كما نجد أن الدستور الجزائري في المادة 34 منه ينص على أنها تضمن الدولة عدم انتهاك حرية الإنسان و في المادة 39 منه تنص على أنه لا يجوز انتهاك حرية حياة المواطن الخاصة و حرية شرفه و يحميها القانون....سرية المراسلات و الاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة"، وفي المقابل جرم المشرع الجزائري في قانون العقوبات صراحة الاعتداء على حرية الحياة الخاصة و ذلك عبر نصوص المواد 303 مكرر و 303 مكرر 01.³

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 إبرام 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 و تجعله يتعاقد عبر شبكة الانترنت دون خوف من ضياع حقوق ، و هذه

(1) - نبيل محمد أحمد صبيح ،مرجع سابق ، ص 248 ،ص249

(2) - الامر رقم 28/75 ، المؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-07 ، المؤرخ في 13/05/2007 ، ج ر ج ، عدد13، الصادر بتاريخ 13/05/2007.

(3) - دستور 28 نوفمبر 1996، المؤرخ في 08 يونيو 1999 ، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج عدد49، صادر بتاريخ 21 يونيو 1996 المعدل والمتمم.

الآليات تتمثل في الوسيط الإلكتروني الذي يلعب دور الموثق ، و كذلك الهيئات التي يستعين بها المستهلك للدفاع عن حقوقه (المطلب الأول) ، وأخيرا القضاء كأخر 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 وامواله، ويضمن سلامة صحته البدنية والعقلية، وكذا ضمان مساندة فعلية أمام الهيئات القضائية

الفرع الأول:

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 ، و إثبات 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 اشكالية الطرف المحايد الذي يربط بيانات الاطراف ويؤكد صحة التوقيعات ويمنحها مصادقته ، وهذا ما استدعى ابتكار تقنية الوسيط الإلكتروني المتمثلة في التوثيق أو التصديق الإلكترونيين.

أولاً- مفهوم التصديق الإلكتروني:

ان بعض رجال القانون يسمونه التوثيق الكتروني ويرى أنه نفس المصطلح و هناك من يفرق بين التوثيق و التصديق على أساس أن الأول منظومة خاصة مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط لتوثيق المعاملات بين طرفين متعاملين و ذلك بإصدار شهادة إلكترونية ، أما التصديق الإلكتروني فيتم بعد استخراج الشهادة فيفحص مصداقيتها¹، ولقد تبنى المشرع الجزائري مصطلح التصديق الإلكتروني على أساس أن هوية الأطراف تحدد من خلال الربط بينهم و بين 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 والتصديق الإلكترونيين ، و حسب المادة 02 من قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية ، فالتصديق الإلكتروني هو عملية التأكد من صحة الكتابة و التوقيع الإلكترونيين ، عن طريق ربط بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني و الموقع 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 ، و ان التوقيع الإلكتروني هو توقيع صحيح و صادر ممن نسب إليه².

ثانياً- دور التصديق الإلكتروني في حماية المستهلك :

تعتبر شهادة التصديق الإلكتروني بمثابة الوسيط بين أطراف العقد وتصدر عن هيئة معتمدة و مرخص لها من طرف السلطات العمومية المختصة وفق إجراءات قانونية و شروط خاصة ، و لا تقتصر الشهادات التي يصدرها مؤدي خدمة التصديق الإلكتروني على توثيق

(1)- بلقاسم حامدي ، إبرام العقد الإلكتروني ، أطروحة دكتوراه تخصص : قانون الاعمال ،جامعة الحاج

لخضر بباتنة ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،قسم الحقوق 2014-2015،ص242.

(2) - د/خالد ممدوح ابراهيم ، مرجع سابق،ص251 .

التوقيع بل يمكن أن تصدر شهادات تصديق الكترونية أخرى تثبت كل ما يتعلق بالعقد، وهو ما يعني إضفاء حماية أكبر لعقد الاستهلاك الإلكتروني ، واعطاء 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 تشهد 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 وتجنبنا 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 و المتدخل 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 و الالغاء ، و

(1) - بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص 247 ،نقلا عن سعيد السيد قنديل ، التوقيع الإلكتروني ، ماهته ، صوره ، حجيته في الإثبات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004 ،ص90 .

(2) - وسيمة مصطفى منشور ، مرجع سابق ،ص286 .

(3) - وسيمة مصطفى منشور، مرجع نفسه، ص247 ،نقلا عن إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية ،جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003 ،ص1869.

يتولى 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 التشفير، بالتالي تضمن هذه الجهات أن المفتاح العام هو المناظر حيث تتحقق من تطابقه وصلاحيته¹.

الفرع الثاني:

الهيئات و المواقع 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 و أن عقد الاستهلاك الإلكتروني 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

(¹) - وسيمه مصطفى منشور ،مرجع سابق،ص 248 ،نقلا عن إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية ، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003 ،ص 186 .

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

حماية المستهلك ، إلا أن ذلك لا يقتصر عليها وحدها ، حيث تشاركها كل الجهات الإدارية ذات العلاقة بحماية المستهلك¹ ، في جميع المجالات و على جميع المستويات من الوزارة إلى البلدية، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي و العملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، و بدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى و بدون فعالية².

1 - دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك: يعد حصر دور هذه الهيئات صعبا جدا في هذا المجال لكونه متعدد بتعدد الهيئات ، فكل هيئة و كل إدارة منوطة بالدور الذي حدده لها القانون ، بحسب اختصاصها ومستواها الإداري ، و عليه سنحاول تحديد هذا الدور بصفة عامة و نرى مدى فعاليته في حماية المستهلك الإلكتروني.

أ- حماية المنافسة و قمع الغش : ان المشرع الجزائري اعطى اهتماما كبيرا لحماية المنافسة التجارية و كذا مكافحة كل أنواع الغش التي قد ترد فيها من مخالفة التزامات الاعلام و الاسعار وغيرها من النشاطات المرتبطة بالتعاملات التجارية من خلال استصدار مجموعة من التشريعات التي تعنى بهذا الدور و تدعيمها بإنشاء هيئات إدارية خاصة لتنفيذه ، ومن أمثلة هذه التشريعات القانون رقم 04/08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية و القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، و التي تكفل وزارة التجارة و إداراتها الفرعية بتطبيقه عن طريق أعوان المراقبة ، و الامر رقم 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

⁽¹⁾ - ساسي مبروك ، الحماية الجنائية للمستهلك ، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر بباتنة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية 2010-2011، ص54.

⁽²⁾ - سماح سفير، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة ماجستير، جامعة د. الطاهر مولاي- سعيدة -، كلية الحقوق و العلوم .السياسية ،2016/ 2017، ص11.

في التجارة للتأكد من مصداقيتها من خلال حيازتها لشهادة تصديق الكترونية صادرة طبقاً للقانون¹، وتراقبها هيئات إدارية مخصصة لهذا الغرض.

ب- رقابة المنتجات المعروضة للاستهلاك: لا يعد مراقبة الممارسات التجارية و المواقع الإلكترونية كافياً لحماية المستهلك ، بل يجب علينا مراقبة المنتجات التي تكون محلاً لهذه الممارسات ، و هذا الدور تقوم به هيئات إدارية خاصة من خلال مراقبة جودة هذه المنتجات و مدى مطابقتها للمقاييس القانونية الوطنية و الدولية ، و أيضاً مراقبة نظافة و أمن هذه المنتجات لحماية و سلامة المستهلك ، و من بين هذه الهيئات الضبطية القضائية ، إدارة مراقبة الجودة و قمع الغش²، و الهيئات المكلفة بمراقبة المواصفات القياسية ، و غيرها من الإدارات.

ثانياً- جمعيات ومواقع الكترونية لحماية المستهلك:

يجب على الحركة الجمعوية ان تفرض نفسها كواقع اجتماعي في جل الميادين بهدف الترقية الثقافية ، الرياضية، الدينية ، التربوية أو الدفاع عن المحيط ، وبالتطور الاقتصادي و اتساع مجال الاستهلاك ، أصبح المستهلك عرضة لخطورة المنتج و الخدمة المفتقرة لأبسط المواصفات لعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة³، و من هنا ظهر دور الجمعيات الوطنية أو الدولية في حمايته ضد هذا المخاطر و كذلك بعض المواقع المهمة بشؤونه.

(1) - القانون 15- 04، المتعلق بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين.

(2) -تأسيساً هذه الإدارة بموجب المرسوم رقم : 90/ 39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المؤرخ في 1990/10/30.

(3) - أ/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 و الإدارية ، المركز الجامعي بالوادي في 13 و 14 أبريل 2008 ،ص281

01- جمعيات حماية المستهلك: تخضع جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر من حيث إنشائها وتنظيمها و سيرها إلى القانون رقم 12 / 206 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 : 24، 21 ، 22 ، 24 ، 23¹ و قد 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)²، 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.

(1) - القانون رقم 12 - 06 المتعلق بتنظيم الجمعيات، المؤرخ في 12-02-2012، عدد 02، 2015/02/15.

(2) - أ/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 .

- الإعلام والتحسيس والتوجيه: تعتبر هذه الوظيفة المهمة الأكثر كلاسيكية والتي تتولاها الجمعيات في الوقت الحاضر¹، وهو دور وقائي يهدف إلى توعية المستهلك بالمخاطر 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 و حمايته ظهرت عدة مواقع إلكترونية تقوم بنفس الدور ، خاصة أمام التطور التكنولوجي و إقبال المستهلك على شبكة الانترنت لاقتناء حاجياته ، وتقوم هذه المواقع تقريبا بنفس الدور الذي تقوم به الجمعيات، من إعلام و توعية توجيه ، كما قد تلعب دور الوسيط بين المستهلك و المتدخل، و من خلال بحثي على شبكة الانترنت و جدت بعض المواقع المتخصصة في مساعدة المستهلك و الدفاع عنه².

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

- موقع (www.angelfire.lycos.com)، الذي يساعد في حل بعض المشاكل الخاصة بالدفع الإلكتروني، و التقليل من مخاطر الاحتيال وقرصنة بيانات بطاقات الدفع.

(1) -ساسي ميروك،مرجع سابق، ص58.

(2) - تما لاطلاع عليه في المواقع بتاريخ: 2020/06/07.

- موقع www.consumerworld.org هو مركز معومات للمستهلكين يحتوي على أكثر من 2000 موقع معومات يوصائح للمستهلكين¹.

- موقع <http://www.consumersinternational.org> ، وهو صوت المستهلك العالمي ولديه عضويات من هيئات ومنظمات تسعمل حماية المستهلك على مستوى العالم².

- الموقع العربي السعودي - جمعية حماية المستهلك - (<https://cpa.org.sa/>)، الذي يهدف إلى توعية المستهلك وتلقي الشكاوى الخاصة به ، و نشر الانظمة و اللوائح الخاصة بالمستهلكالخ.

المطلب الثاني:

الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

ان الضمانات القانونية هي الاساس التي تكفل للمستهلك الإلكتروني انتفاع بالمنتج أو الخدمة و الإخلال بهذه الالتزامات يرتب و فقا للقواعد العامة المسؤولية المدنية و بالتالي التعويض (فرع أول) ، كما أن 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 تعاقدية أو تقصيري ، و من حق المستهلك رفع دعوى مدنية جبرا للضرر اللاحق به.

(¹) - عبيدين سعد العبدلي ، مواقع الإلكترونية مفيدة لحماية المستهلك، -<http://dralabdali.com/web-on-consumer-protection>، نشر بتاريخ 25-12-2011، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2020/06/07.

(²) - عبيدين سعد العبدلي ، مرجع نفسه.

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 يرتب عليه أي حق عيني آخر لأي شخص بين الأشخاص¹.

ثانياً: التزام البائع بتسليم المبيع.

ان من اهم الالتزامات هي ان يلتزم البائع بتسليم المبيع لدرجة أنه يعتبر محور عقد البيع الذي تدور حوله كافة الالتزامات التي يتركب عليها العقد الإلكتروني.

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

(1) محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الأنترنت (دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004) ، دارا لجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص108

(2) - خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص121.

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 و لو 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 خدمة¹

1- التزام البائع بتقديم خدمة: توجد 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 و يحصل 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 خدمة.

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

02- التزام البائع بتسليم سلعة: ان تعلق 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.

⁽¹⁾ - محمد حسن رفاعي العطار، مرجع سابق ، ص 110.

ولا يكفي أن ينفذ التاجر التزامه بالتسليم و إنما 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 و الأوصاف 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 ، و تكون نفقات تسليم المبيع على البائع في الأصل إلا إذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك، فإذا أخل البائع بالتزامه بالتسليم 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 و الذي يثير بدوره صعوبات كبيرة كون المتعاقدين عادة ما تفصل بينهما مسافات بعيدة².

كما تنص المادة 11 من القانون 05/18 التي تحدد الشروط التي يجب أن يتضمنها العرض التجاري الإلكتروني على ضرورة الإشارة إلى موعد التسليم ، كون أن هذا الأمر يعتبر علامة فارقة في المعاملات الإلكترونية التي وضعت أساسا لريح الوقت و من ثم فإن مدة التسليم هي في الغالب محل منافسة كبيرة بين المواقع التي تقوم بتوفير نفس الخدمات عبر الفضاء الإلكتروني ، و لأجل ذلك فإن المورد الإلكتروني ملزم باحترام المواعيد المتفق عليها للتسليم في العقد المبرم مع المستهلك تحت طائلة التعرض لمقتضيات المادة 22 التي تعطي الحق للمستهلك لإعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه 04 أيام عمل تحسب من

(1) - محمد حسن رفاعي العطار، مرجع سابق، ص 110.

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

تاريخ التسليم الفعلي للمنتج ، هذا دون المساس بحق هذا الأخير في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي يكون قد لحقه جراء التأخر في التسليم عن الموعد المتفق عليه وهنا سيكون لزاما على المورد أن يرجع للمستهلك الثمن إضافة للنفقات المتعلقة بإعادة الإرسال للمنتج وهذا خلال أجل أقصاه 15 يوم من إعادة استلامه للمنتج

وبالمقابل لهذه الالتزامات فإن أحكام المادة 17 من القانون 05/18 تنص على ضرورة أن يطلب المورد الإلكتروني من المستهلك الإلكتروني أن يوقع على وصل الاستلام عند تسليم المبيع تسليمًا فعليًا أو أداء الخدمة المطلوبة منه في العقد الإلكتروني ، ولا يحق للمستهلك الإلكتروني أن يمتنع عن هذا التوقيع ، كما يكون من حقه بعد ذلك أن يتحصل على نسخة من ذلك الوصل والذي تكون له أهمية فيما بعد في حالة المنازعة حول التسليم أو في حالة عدم المطابقة أو ظهور عيب خفي بعد ذلك.

ثالثا : التزام البائع بضمان التعرض و الاستحقاق

يستفيد المشتري الذي يتعاقد عبر الأنترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموما حيث يلتزم البائع بالسماح للمشتري من الانتفاع بالمبيع فلا يتعرض له شخصيا ولا يسمح للغير بالتعرض له أيضا 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 مطالبًا بالضمان و لو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه.¹"

(¹) -المادة 371 من الامر رقم 75-58،المتضمن القانون المدني،المعدل والمتمم،مرجع سابق.

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: يعد ضمان التعرض الشخصي هو كل تصرف قانوني يشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري و يمكن 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 المشتري¹.

و إذا 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 عدة صور منها:

قيام مصمم برنامج الكمبيوتر المتعاقد على شرائه بإتلافه بعد تمام عملية البيع من خلال فيروس معين قام المصمم بزعره 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⁾ - حسنين محمد ، عقد البيع في القانون المدني الجزائري ، طبعة 2001 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2001، ص 126-127.

والتعرض الصادر من البائع يستوي أن يكون مبنيا على سبب قانوني أو أن يكون التعرض ماديا¹.

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 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 تنفيذيا عينية³.

رابعا : ضمان العيوب الخفية:

يعد الالتزام بضمان العيوب الخفية من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع فالمستهلك الذي يتعاقد إلكترونيا مع المزود من أجل شراء المنتج يفترض أنه خال من العيوب و صالح 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

(1) - محمد حسن رفاعي العطار ، مرجع سابق، ص 225.

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

(3) - عمر خالد رزيقات ، مرجع سابق ، ص. 334 .

أقدم على شرائه ، فضمان 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

- **تعريف العيب الخفي :** يعرف العيب الخفي بأنه ذلك 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.

و حسب 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 وقوعه³." ، و يمكن تعريفه أيضاً من عدة نواحي سواء من الناحية المادية أو الوظيفية أو العقدية

(1) - عبد الله ذيب عبد الله محمود ، مرجع سابق، ص 106.

(2) - المادة 379 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

(3) - المادة 07 من القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك ،

فمن الناحية المادية العيب في المنتج هو " العيب الذي يتلف الشيء أو يلحق به الهلاك ويؤدي إلى الانتقاص من قيمته أو منفعته".

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". 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: ان الالتزام بضمان العيوب الخفية في المبيع لا يترتب في جميع الأحوال إلا إذا توافرت عدة شروط و هي 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 و خبرة العميل الذي يمكنه من اكتشاف العيب في فحص عادي أو دقيق.

⁽¹⁾ -إبراهيم خالد ممدوح ، مرجع سابق ، ص 157 ، ص 158 .

إلا أن الأمر يزداد صعوبة ودقة بصدد المنتجات و الخدمات الفنية الحديثة المعقدة التي يغلب التعامل عليها إلكترونيا مثل برامج الحاسب الآلي والمعلوماتية¹، وسنعرض كل من هذه الشروط بالتفصيل.

أ - **بأن 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 لامتناع عن الشراء أو اشتراه بثمن يقل عن ثمنه 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 ذلك².

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 استعماله³.

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

(1) - امدالو سهام، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق فرع

القانون الاقتصادي للأعمال - تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية

، جامعة عبدالرحمان ميرة، بجاية، 2012/2013، ص42.

(2) - محمد حسين منصور ، مرجع سابق ، ص216 .

(3) - المادة 379 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني ، مرجع سابق.

يعلم بها وقت البيع فأوجب على البائع ضمان العيب الخفي دون العيب الظاهر و عبئ إثبات خفاء العيب واقع على عاتق المشتري¹.

ج: أن يكون العيب قديماً: من الواجبات التي يضمنها البائع ايضاً هو العيب الموجود في المبيع وقت التسليم أي أن مجرد وجود العيب وقت التسليم يوجب الضمان ولو لم يكن موجوداً وقت العقد ، فالبايع 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 الطرق².

د: ألا يكون العيب معلوماً للمشتري: يجب أن يكون المشتري غير عالم عند التعاقد بالعيب لأن العلم بالعيب يسقط حق المشتري في الضمان طبقاً للمادة 379 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري، فالبايع لا يضمن 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 بالعيب فقد يعلم به المشتري إذا كانت له خبرة أو يستعين بخبير ويقع عبء الإثبات على البائع أن المشتري كان يعلم بالعيب وقت تسلم المبيع، وهي واقعة مادية يجوز إثباتها بكافة الطرق³.

(1) - مرقس سليمان ، مرجع سابق ، ص 401 .

(2) - امدالوسهام ، لحسن ليلي، حماية المستهلك الالكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستري الحقوق فرع القانون الاقتصادي للأعمال - تخصص القانون العام للأعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، 2012 / 2013، ص 43.

(3) - يحي شريف عز الدين ،مجدو فاروق، إلتزام البائع بتسليم المبيع في القانون المدني الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ،تخصص القانون الخاص،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة عبدالرحمان ميرة ،بجاية ، 2011/2012، ص 20.

الفرع الثاني:

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني.

لقد أصبح العديد من المستهلكين و المؤسسات 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 اعتداء 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 (أولاً) ، ثم صور الحماية الجزائية (ثانياً) ، و أخيراً نتطرق إلى المسؤولية الجزائية في الجرائم الماسة بالمستهلك (ثالثاً).

أولاً: أركان الجريمة الإلكترونية الماسة بالمستهلك:

الجريمة الإلكترونية هي جريمة تتم بين طرفي العقد أي بين الجاني والمستهلك باستخدام شبكة المعلوماتية وكثيراً 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 أيضاً بتقنيات عالية.

01- الركن المادي في الجريمة الإلكترونية: 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 يمكن أن يتوفر في حالة البيع الإلكتروني كغش التاجر في عرضه لسلع غير صالحة للاستهلاك¹.

02- الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية: يعتبر الركن المعنوي هو نية الفاعل و إرادته 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 و الدعاية والتأثير على المستهلك الذي يكون ضحية للعديد من الجرائم المرتكبة ضده و التي تزداد كل مرة كجرائم الغش و الاحتيال و الخداع.

01- الحماية الجزائية ضد الغش التجاري والصناعي: يعرف بعض الفقه الغش بأنه " كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة، و يكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فوائدها أو ثمنها بشرط عدم علم المتعاقد الآخر".

و يعرفه البعض الآخر بأنه " كل تعبير أو تعديل يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي المادة 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 الثمن³".

(1) - عبدالله ذيب عبدالله محمود ، مرجع سابق ، ص 95.

(2) - أوثن حنان ،مرجع سابق، ص 15 .

(3) - المادة 429 من الامر رقم 156-66 ، يتضمن قانون العقوبات معدل ومتمم،مرجع سابق.

وقد جرم المشرع الجزائري الغش لما ينطوي عليه من خداع وتظليل يهز الثقة و الائتمان اللذان 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". او تنص أيضا المادة 31 من القانون 09 / 03 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."²

وجريمة الغش لها ركنان ، ركن مادي و آخر 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 الغش³

(1) - المادة 431 من الامر رقم 156-66 ، مرجع سابق.

(2) - المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

(3) - عبدالفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، مرجع سابق، ص 59 .

كما يتحقق الركن المعنوي بتوافر نية الغش وهي 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 عالماً بأن المواد المعروضة للبيع مغشوشة ، أما 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: ان جريمة الاحتيال كثيرا ما تحدث في عقود التجارة الإلكترونية عندما تكون نية المزود الترويج لمنتجاته فيلجأ للدعايات المظلمة لخداع المستهلك. تقع عبر الانترنت جرائم الاحتيال و النصب ومن بين الطرق الاحتمالية فيها صورة الدعاية المظلمة المزاي السلعة والفوائد المرجوة من ورائها بحيث تؤدي للاستيلاء على نقود المستهلك وخداعه، كلجوء شركات صناعة الألبان إلى دعاية عبر الانترنت 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 الاقتحام هذه الجرائم إلا التزود 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

(¹) - أومدوأسماء، 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 ، 2011/2012، ص87.

(²) - أوثن حنان، مرجع سابق، ص16

كالاسم و العنوان و رقم الهوية مثلا للاستفادة من سمعته أو ماله، و يمكن أن تؤدي هذه الجريمة إلى إفراغ رصيد الضحية¹.

و المشرع الجزائري يسعى إلى توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية و أساليب المعالجة الآلية للمعطيات و ذلك لمواجهة بعض أشكال الإجرام الجديد، وقد نص في قانون العقوبات في القسم السابع تحت عنوان " المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات " على عدة جرائم كسرقة البيانات و برامج الحاسب الآلي و هذا سواء بالاطلاع غير المشروع عليها أو نقلها و الاستلاء عليها، إضافة إلى 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 1.²

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 و المنتجات المضرة به فالمستهلك لا يمكنه الاستغناء عما يعرض أمامه ، لكن كثرة الدعاية و ازدياد أنواع البضائع تجعله ضحية للمخاطر التي تنتج عنها من فساد و غش.

(1) -محمد خليفة ، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في ا لقانون الجزائري و المقارن، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007 . ص62

(2) - المواد 394 مكرر ،394 مكرر 1،من الامر 66-156 يتضمن قانون العقوبات ، معدل ومتمم، مرجع سابق.

هذا ما دفع بالمشرع للتدخل بتقرير الحماية الجزائية التي تعتبر أهم حماية يتلقاها المستهلك¹، وهذا ما بينه في المادة 432 من قانون العقوبات التي تنص على أنه " يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 دج الى 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 كانت².

و إذا 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 1000.000 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

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

(2)- المواد 432 من الامر رقم 156-66 يتضمن قانون العقوبات، معدل ومتمم ، مرجع سابق.

مليون و 02 مليون دينار جزائري، و يمكن أن تصل العقوبة إلى السجن المؤبد في حالة وفاة مستهلك السلعة الفاسدة¹.

و المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع 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 ، مرجع سابق ،ص106.

ملخص الفصل:

مايمكن استخلاصه في هذا هذا الفصل يتمثل في 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 أمن 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 أن له الحق في اللجوء إلى القضاء كأخر 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

لقد تبين لنا جليا من خلال هذه الدراسة التطور الكبير الذي لعبته التكنولوجيا في مجال التعاقد الالكتروني حيث كان لازما ايجاد و تفعيل آليات تتلاءم مع طبيعة الحياة الاجتماعية ورغبات المستهلك نظرا لأثر التجارة الإلكترونية في تغيير طريقة إنتاج و بيع و توزيع السلع و الخدمات التي أصبحت أساس من أسس عالم اليوم.

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

- أن عقد الاستهلاك المبرم عبر شبكة الانترنت هو نفسه عقد الاستهلاك التقليدي من ناحية الأطراف و المحل ، لكن يختلفان في البيئة و الوسيلة التي يبرم فيها كل عقد .
- تعلم أن المستهلك يمكن أن يواجه المخاطر عبر شبكة الانترنت في أي مرحلة من مراحل التعاقد لاقتناء المنتجات، ابتداءا من مرحلة التسويق والبحث عن المنتج ،ثم ابرام العقد ، وانتهاء بتنفيذ التزامات كل متعاقد.
- أن حقوق المستهلك عبر شبكة الانترنت وخلال جميع مراحل التعاقد تحكمها القواعد العامة للعقود والقوانين الخاصة بحماية المستهلك سواء كانت وطنية أو دولية.

- ان 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.

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

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

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

- على الرغم من وجود آليات حماية جديدة مرتبطة تماما بالعقد الالكتروني ، كالحماية بالتشفير و البرامج المضادة للاختراق ، تقنية التصديق الإلكتروني ، و الدفع الالكتروني، و المواقع الالكترونية المهتمة بحماية المستهلك و شؤونه 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 :

- من اللزوم وضع قانون واضح و خاص بحماية المستهلك الإلكتروني
- ضرورة الإسراع في إصدار النصوص التطبيقية و التنظيمية الخاصة بقانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05 .
- على الجزائر أن تسعى إلى كسب شبكة اتصالات متطورة كتجسيد مفهوم المصارف الإلكترونية.
- توسيع وتعميم التعامل بشبكة الانترنت، وفتح المجال للمنافسة في مجال الاتصالات من أجل التخفيض من حدة الاحتكار، وتخفيض تكاليف الحصول عليها.
- يجب على الشركات معرفة كيفية إدارة معلوماتها الخارجية و الداخلية و الحفاظ عليها، أو للتعرف بشكل أفضل على المخاطر المرافقة لخصوصية المعلومات الواردة عبر شبكة الإنترنت.
- تحديث و تطوير 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.

- وجوب على المشرع الجزائري مواكبة كل التطورات الحاصلة على مستوى آليات الاستهلاك و ترويج المزودين للسلع الاستهلاكية في الفضاء الرقمي.
- تكوين قضاة متخصصين في المجال الالكتروني او انشاء محاكم تختص بنظر المنازعات الالكترونية ومن ضمن تشكيلتها خبير متخصص في مجال تقنيات الاتصال ، مع عقد ندوات ودورات تدريبية لرجال القضاء بهدف اعداد اطارات قضائية تساير المستجدات الحديثة.
- إنشاء قطب توثيقي إلكتروني يتولى توثيق المعاملات الإلكترونية و هو الأمر الذي يضيف مزيدا من الثقة والأمان للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.
- من الجدر على المشرع الجزائري أن يكرس آليات واضحة في تشريعاته 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

0- قائمة المراجع:

❖ النصوص القانونية.

• النصوص القانونية الوطنية

✓ النصوص التشريعية

- 1- القانون رقم 08-19 مؤرخ في 07 / 07 / 2008 المعدل والمتمم لدستور 1996 ، ج ر ج ج عدد رقم 63 ، الصادر بتاريخ 16 نوفمبر 2008.
- 2- قانون رقم 15 / 04 / مؤرخ 01 فيفري 2015 ، يحدد القواعد العامة المتعمقة بالتوقيع وتصديق الالكترونيين ، ج.ر عدد 06 صادر بتاريخ 10 فيفري 2015 .
- 3) 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).
- 4) 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 24 / 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 .
- 5) القانون رقم 04-04 ، المؤرخ في 23 / 06 / 2004 المتعلق بالتقييس ، ج ر ج ج عدد رقم 41 ، الصادرة بتاريخ 27 / 06 / 2004 .
- 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 03-09 مؤرخ في 25 / 02 / 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج عدد رقم 15 ، لسنة 2009.
- (8) القانون رقم 06-12 المتعلق بتنظيم الجمعيات، المؤرخ في 12 / 02 / 2012 ، ج ر ج ج عدد رقم 02 ، لسنة 2012.
- (9) القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 / 02 / 2015 ، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، ج ر ج ج ج عدد رقم 06 ، لسنة 2015 .
- (10) القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 / 05 / 2018 ، المتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر ج ج عدد رقم 28 ، الصادرة في 16 / 05 / 2018 .
- (11) القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 ، المعدل والمتمم للقانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج ج عدد رقم 06 ، الصادرة في 13 يونيو 2018 .
- (12) الأمر 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.
- (13) 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.

- 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 ومنع 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 65 / 2003 ، المؤسسة الحديثة للكتاب ، لبنان ، 2003.
- 8 - حامد قشقوش هدى، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000.
- 9- حسن عبد الباسط الجميحي ، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك) ، 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 الاستهلاك (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 و التوزيع ، الجزائر ، 2008.
- 16- سهير منقر، الالتزام 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 المعطيات 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.
- 26- ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني ، مكتبة الرشد -الناشرون، المملكة العربية السعودية ،الرياض ، الطبعة اولاً. سنة2009 .

• المقالات و المدخلات العلمية :

✓ المقالات

- 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 الإلكترونية، 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.

✓ المدخلات

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

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.

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

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

✓ الاطروحات و المذكرات 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- أوثن 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، 2011 / 2012 .

4- امدالو سهام ، لحسن ليلى، حماية المستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص في قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012 / 2013 .

- 5- برني النذير ، العقد الإلكتروني في ضوء القانون المدني الجزائري ، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء ، الدفعة 14 ، 2003 /2004 .
- 6- بلقاسم حامدي ، ابرام العقد الإلكتروني ، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، 2014 /2015 .
- 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، 2010 /2011 .
- 9- سماح سفير، الاليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الطاهر مولاي سعيدة ، 2016 /2017 .
- 10- شعباني نوال، إلتزام 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 النيل 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، التزام 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 .

14- محمد خليفة كرفة ، التوازن العقدي في قانون الاستهلاك ، دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 ، كلية الحقوق ، 2019/2018.

✓ المصادر الإلكترونية :

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

2- قانون الاستهلاك 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 20ماي 1997 . www.juriscom.net

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

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

6- زوجال يوسف ، مفهوم المستهلك في التشريع و الفقه والقضاء المغربي المقارن ،

WWW.majalah.News.ma

❖ باللغة 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

فهرس المحتويات

آبة قرآنية

إهداء

شكر

مختصرات

- 1.....مقدمة
- 9..... الفصل الأول :ماهية المستهلك الالكتروني
- 10.....المبحث الأول :ما المقصود بالمستهلك الالكتروني واسباب حمايته
- 10.....المطلب الأول : مفهوم العقد الاستهلاك الالكتروني أطرافه
- 11..... فرع الأول : تعريف عقد الاستهلاك الالكتروني
- 13.....الفرع الثاني: تعريف المستهلك الالكتروني
- 20.....الفرع الثالث : تعريف المهني أو المتدخل
- 23.....المطلب الثاني : مبررات حماية المستهلك الالكتروني
- 24..... فرع الأول : التطور الحديث في شبكة الانترنت
- 25.....الفرع الثاني : حاجة المستهلك إلى الخدمات الالكترونية
- 25.....الفرع الثالث: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني
- 26.....المبحث الثاني : نطاق الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني
- 27.....المطلب الأول : الحماية الدولية للمستهلك الالكتروني

- 27..... فرع الأول : حماية المستهلك الالكتروني عمى مستوى المنظمة الدولية للمستهلك
- 28..... الفرع الثاني: حماية المستهلك الالكتروني في التوجيه الأوروبي
- 29..... الفرع الثالث : حماية المستهلك الالكتروني في منظمة التعاون الاقصادي والتنمية
- 31..... المطلب الثاني : الحماية الداخلية للمستهلك الالكتروني
- 32..... فرع الأول : حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الفرنسي
- 33..... الفرع الثاني: حماية المستهلك الالكتروني في التشريع المصري
- 34..... الفرع الثالث : حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري
- 38..... خلاصة الفصل
- 40 الفصل الثاني :الآليات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني
- 40 المبحث الأول :حماية المستهلك الالكتروني قبل التعاقد
- 41..... المطلب الأول : حق المستهلك في الإعلام السابق عن التعاقد
- 45..... فرع الأول : مفهوم لإعلام بالالتزام الالكتروني
- 49..... الفرع الثاني: اهداف حق في الإعلام الالكتروني
49. المطلب الثاني : حق المستهلك الالكتروني في العدول عن العقد
- 51 فرع الأول : المقصود بحق العدول واسبابه
- 51 الفرع الثاني: ممارسة حق في العدول
- 54..... المطلب الثالث : حق المستهلك الالكتروني في مواجهة الشروط التعسفية

وحماية بياناته الشخصية

54.....	فرع الأول : حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية
56.....	الفرع الثاني: حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية
57.....	المبحث الثاني : آليات حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد
58.....	المطلب الأول : الوسيط الالكتروني وهيئات حماية المستهلك
58.....	فرع الأول : الوسيط الالكتروني التصديق الالكتروني
61.....	الفرع الثاني: : الهيئات والمواقع الالكترونية للدفاع عن حقوق المستهلك
66.....	المطلب الثاني : الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني
66.....	فرع الأول : الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني
77.....	الفرع الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني
84.....	خلاصة الفصل
86	خاتمة
91.....	قائمة المراجع
102.....	فهرس المحتويات
105.....	الملخص

المخلص

ان السوق الإلكترونية صارت ملاذا مهما للمستهلك على المستوى الوطني و الدولي، لهذا فهو يحتاج للحماية فيها مثل حاجته للحماية في السوق التقليدية ، بل أكثر ، نظرا لخصوصية البيئة المتعاقد فيها و ما تتضمنه من مخاطر للمستهلك ، فغند ولوجه شبكة الانترنت للبحث عن المنتجات التي تلبى رغباته ، يواجه عدة مخاطر يجب حمايته منها كالجهل بمضمون العقد و شخصية الطرف الاخر لانعدام المعاينة المادية ، و كذا خطر الاعلانات المضللة ، مما يجعله عرضة للنصب و الاحتيال ، و عند ابرام عقد الاستهلاك يجب حمايته من الشروط التعسفية بسبب طبيعة هذا العقد الإذعانية ، و أيضا حماية المنتج محل العقد من الغش و الخداع ، و حماية شكلية العقد و إعطائه 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 ، و خلوه من العيوب، و ضمان التعرض، أو الحقوق المستحدثة بنصوص خاصة بحماية المستهلك سواء وطنية او دولية ، كالحق في ضمان سلامة المستهلك وحقه في المطابقة و الضمان ما بعد البيع ، و حقه في العدول و ضمان تحويل آمن لثمن المنتج، و هذه الحقوق في جميع المراحل يجب أن تدعمها آليات قوية لتفعيلها و تطبيقها ، وزيادة ثقة المستهلك الإلكتروني، كالتوثيق الإلكتروني، و الهيئات و الجمعيات و المواقع المهمة بشؤون المستهلك، و القضاء 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

on 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 them

