



جامعة زيان عاشور - الجلفة -  
Zian Achour University of Djelfa  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
Faculty of Law and Political Sciences



قسم الحقوق

## حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

مذكرة ضمن متطلبات  
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:  
-د. داود منصور

إعداد الطالب :  
- ياسين جاب الله  
- عويسي عبد الحميد

لجنة المناقشة

رئيسا  
مقررا  
ممتحنا

-د/أ. بورزق أحمد  
-د/أ. داود منصور  
-د/أ. شلالى رضا

الموسم الجامعي 2021/2020

## إهداء

نهدي ثمرة جهودنا ونتاج سعينا إلى السند الأول والدائم إلى

والدينا

إلى كل من علمنا وربانا من معلمين و أساتذة على اختلاف

أطوارهم وتخصصاتهم

إلى كل أخ وصديق شد على أيدينا إلى أن بلغنا هذه المرحلة

إلى كل من له فضل علينا .

## شكر و تقدير

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان للأستاذ الدكتور: داود منصور،

لإشرافه على هذه المذكرة وتوجيهه لنا خلال مراحل البحث

كما لا ننسى أن نتقدم بخالص الشكر والتقدير لجميع أساتذة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

## المقدمة:

يعتبر موضوع حماية المستهلك تحدياً قانونياً منذ القديم، واستمر ذلك التحدي ليبلغ ما بلغه في عصرنا اليوم، ولعل اصطلاح تسمية "شرعية حقوق المستهلك" لحقوق المستهلك الأساسية التي تضمنها خطاب الرئيس جون كينيدي للكونغرس الأمريكي في 15 مارس 1962 (وهي أربعة حقوق: الحق في السلامة، الحق في الحصول على المعلومات، الحق في الاختيار، حق الاستماع إلى آرائه) كان بسبب ما نتج عنه من تأثير على المستوى العالمي؛ إذ ما لبثت منظمة الأمم المتحدة أن غيرت رؤيتها فأصبحت تعتبر حماية حقوق المستهلك جزءاً من حماية حقوق الإنسان، مضيفة أربعة حقوق إلى تلك التي وضعها جون كينيدي (هي: الحق في إشباع الحاجيات الأساسية، الحق في التعويض، الحق في توعية المستهلك، الحق في بيئة صحية).

ومع ما شهده العالم في القرن الماضي من ثراء علمي ومعرفي، كان من أبرز مخرجاته ثورة تكنولوجيا المعلومات التي صاحبها ظهور الانترنت وتطور برامج وآليات عمل الحاسوب، بالإضافة لظهور الهواتف الذكية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة، فقد أصبح المستهلك يحمل وصفاً جديداً لم يكن معروفاً عنه من قبل، وهو "المستهلك الإلكتروني" متسماً في ذلك بسمة الوسيلة التي يستخدمها.

هذا المستهلك الذي زاده وصفه الجديد — أي الإلكتروني — طلباً لحماية قانونية أكبر تتماشى والمستجدات التي فرضها الواقع الإلكتروني، والتي مع إبقائها على اعتبار المستهلك الطرف الأضعف في علاقة تعاقدية يمكن وصفها بالغير متكافئة الأطراف، أضافت إشكاليات جديدة كخطر التعاقد مع مواقع وهمية، أو التعاقد على منتجات وسلع هي في حقيقتها ليست كذلك المعروضة على مواقع الانترنت وغيرها من الإشكاليات...

أمور كثيرة من بينها المخاطر أدت بالدول على المستوى العالمي لسن تشريعات من شأنها حماية المستهلك الإلكتروني، وهو سبب المنحى الذي سلكه المشرع الجزائري باستصدار القانون

09-03 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وقانون التجارة الإلكترونية رقم 18 - 05، رغم أنه يعتبر قد تأخر كثيراً مقارنة ببعض التشريعات العربية، وأول ما يلحظ على القانون الجديد أن المستهلك الإلكتروني قد عرف في المادة 6 من الفقرة الثالثة.

## أهمية موضوع البحث:

يكتسي موضوع حماية المستهلك الإلكتروني مما يتعرض له من مخاطر أهمية كبيرة عموماً، وقد ازدادت هذه الأهمية بالنظر للوسيلة التي أصبح يستخدمها اليوم في اقتناء حاجياته ولوازمه، إذ أصبح يستخدم الوسائل الإلكترونية، وهو ما رافقته مخاطر ذات نوع مختلف، الأمر الذي يدعونا لضرورة البحث عن مدى كفاية النصوص القانونية لضمان حماية أكبر للمستهلك الإلكتروني، خصوصاً لما نلمحه من خوف من الفرد الجزائري من الخوض في غمار التجارة الإلكترونية واقتناء السلع والخدمات عبر صفحات الانترنت، ولعل هذا ما زاد من أهمية موضوع البحث.

## أسباب اختيار موضوع البحث:

تعددت أسباب اختيار موضوع "حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري" للدراسة، ومنها نذكر:

### 1- الأسباب الموضوعية: وتمثلت في:

- كون البحث في حماية المستهلك الإلكتروني بوصفه أحد أهم موضوعات التجارة الإلكترونية، يسلط الضوء على إشكالات عديدة تجعلنا نفتح باب البحث والتقصي للوصول إلى نتائج مرضية.

- كون تناول موضوع المستهلك الإلكتروني من خلال التشريع الجزائري ومقارنة بعض أحكامه مع ما جاء من أحكام في قوانين المستهلك التقليدي يسمح برصد منظومة الأحكام القانونية التي تمكن من تشكيل رؤية شاملة وواضحة حول الموقف الجزائري التشريعي إزاء واحد من أهم الموضوعات على المستوى العالمي.

### 2- الأسباب الذاتية: تمثلت فيما يلي:

- من بدهة المعرفة إدراك أن كل فرد منا هو مستهلك قبل أن يكون طالباً، أو باحثاً، أو أستاذاً مهتماً بموضوعات المستهلك وحمايته القانونية، ما يعني أن البحث عن أحكام حماية المستهلك قد تكون أولوية معرفية لكل فرد مستهلك، قبل أن تكون أولوية معرفية عند الباحث في المجال القانوني.

- شغف جيلنا الحالي بالوسائل التكنولوجية الحديثة و انتشار التعامل بها على نطاق واسع بين الأفراد لما لها من مميزات، وهو شغف يصحبه عند القانوني دافع قوي للتعرف على أحكام قانونية جديدة تتفرد بها هذه المعاملات الإلكترونية الحديثة التي تحظى بإقبال كبير من طرف جميع فئات المجتمع.

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف هي:

- النظر في مدى ضمان النصوص القانونية التي أوردها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني في شقيها المدني والجزائي.

- بيان العقوبات الجديدة التي تضمنها قانون التجارة الإلكترونية للموردين الإلكترونيين المعتدين على المستهلك الإلكتروني وفقا لبعض الجرائم كالغش والاحتيال، مع مقارنتها بالعقوبات السابقة.

## إشكالية موضوع البحث:

على ضوء ما سبق رصده من تصور للموضوع، وبغية التعمق أكثر في تفاصيله قمنا بطرح الإشكالية التالية: ما مدى كفاية وفعالية الأحكام القانونية المكرسة من طرف المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني؟

وهي الإشكالية التي برزت مع طرحها الإشكاليات الفرعية التالية:

- مامدى ضمان النصوص القانونية التي أوردها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني في شقيها المدني والجزائي؟

- ما هي التزامات أو الضمانات التعاقدية التي عالجها أو أضافها المشرع الجزائري في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟

## المنهج المعتمد في البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي في هذه الدراسة، إذ تم التعامل بشكل أساسي مع القانون 09-03 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري - وهو قانون مستحدث في ماي من سنة 2018 .

## تقسيم خطة البحث:

تمت دراسة الموضوع وفقا لتقسيم ثنائي، وذلك من خلال فصلين:  
تطرقنا في الفصل الأول منهما للحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، بعد أن قسمناه لمبحثين تناول أولهما الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد (المبحث الأول)، وثانيهما الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني بعد التعاقد (المبحث الثاني).  
- أما الفصل الثاني فقد خصصناه لدراسة حماية المستهلك الإلكتروني جزائيا، وقد قسم كذلك لمبحثين تطرق أولهما للحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني ضد (الغش التجاري، الخداع والإحتيال المعلوماتي) (المبحث الأول)، وثانيهما الحماية الجزائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني (القانون 18-05) (المبحث الثاني).

## الفصل الأول:

# الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

## الفصل الأول:

### الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

إن حماية المستهلك الإلكتروني اليوم ورعايته أصبحت تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدولة الجزائرية بمختلف أجهزتها ذلك أن هذا العصر هو عصر الإنتاج الكبير مع كل مغرباته ولا سيما و نحن في ظل الاقتصاد الحر المواكب للتجارة الإلكترونية التي أصبحت مظهرا من مظاهر العولمة، حيث تعتبر شبكة الانترنت وسيلة تمكن من تلاقي الإيجاب والقبول وذلك من خلال التفاعل الذي يقارب المتعاقدين بصفة افتراضية ويجعلهما على اتصال مباشر، فقد أصبحت هنالك متاجر ومؤسسات خدماتية ذات وجود افتراضي على الانترنت مع وجود دعاية وإعلانات مغرية و مبهرة نوعا ما وأحيانا مخادعة تجعل المستهلك الإلكتروني الجزائري يكون ضحية للغش والتدليس و رهينة لشروط البائع عند التعاقد الإلكتروني من أجل شراء سلعة أو خدمة معينة و يظهر بذلك جليا أن الطرف الضعيف في هذه المعاملة الإلكترونية هو المستهلك الذي في كثير من الأحيان يكون ضحية لخداع وتدليس لهذه المعاملة الإلكترونية ومن هنا بدأت تظهر الحاجة الماسة للحماية القانونية للمستهلك في السوق الإلكترونية ولاسيما أن المشرع الجزائري اعترف بالتعاقد الإلكتروني في المادة 324 مكرر 1 من القانون المدني وجعل الكتابة على الدعامة الإلكترونية كالكتابة على الدعامة الورقية كما اعترف بالتوقيع الإلكتروني في المادة 327 من نفس القانون، وقد وفر المشرع الجزائري الحماية للمستهلك العادي في القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09 - 03 متناسيا حماية المستهلك الإلكتروني مما يحيلنا للقواعد العامة الموجودة في القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 وكل القوانين ذات الصلة، مما يدفعنا إلى البحث عن سبل الحماية المدنية في القانون الجزائري لهذا المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف و سنقتصر في دراستنا هذه على مرحلتي ما قبل و بعد التعاقد.

## المبحث الأول:

### الحماية المدنية قبل التعاقد (الالتزام بالإعلام. الإعلانات التجارية الإلكترونية)

المستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية ويتسلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية<sup>1</sup>، فهو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية ولكنه فقط يتعامل عبر وسيلة الكترونية من خلال شبكات اتصال عالمية وهذا يعني أن للمستهلك الإلكتروني نفس الحقوق ويتمتع بنفس الحماية المقررة للمستهلك العادي مع الأخذ فقط بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد<sup>2</sup>، و يتأثر في كثير من الأحيان هذا المستهلك الذي يعتبر الطرف الأضعف في هذه العملية لكثير من المبالغة في الدعاية التي تجعله أحيانا ضحية لغلط أو تدليس يضر بمصالحه مما يجعلنا نبحث عن الضمان المنصوص عليها في القانون الجزائري التي تساعد المستهلك الإلكتروني حتى يكون على بينة من أمره قبل إبرام العقد، ولأن المشرع الجزائري لم يخص المستهلك الإلكتروني بالحماية بنصوص خاصة يتوجب علينا الرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09 - 03<sup>3</sup> والقواعد العامة لنظرية الالتزامات في القانون المدني الجزائري

1 خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى 2008 دار الفكر الجامعي الأزاريطة بالإسكندرية، صفحة 33

2 المرجع نفسه، صفحة 23

3 قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09 - 03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فيفري 2009، الجريدة الرسمية عدد 15 المؤرخة في 08-03-2009.

## المطلب الأول: الالتزام بالإعلام الإلكتروني

حق المستهلك في الإعلام يعني حقه في معرفة المنتج على نحو جامع، خاصة في مواجهة تاجر محترف، ذي دراية واسعة، تراكمت له خبرة طويلة في مجال المعاملات، الأمر الذي يستتبع معه وجود اختلال فادح في ميزان العلم بين هذين الطرفين المقبلين على التعاقد<sup>1</sup>. ويعتبر الحق في الإعلام من أبرز الآليات القانونية في حماية المستهلك، ويكون مطلوباً أكثر في مجال العقد الإلكتروني، ذلك أن هذا النوع من التعاقد يتم باستخدام وسائط الكترونية دون التقاء مادي بين أطرافه، وفي هذه الطريقة الكثير من المخاطر التي تؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك.

لذا كان حرص التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني على نحو معين يختلف عن الحق في الإعلام في الحالات العادية، ونحاول من خلال هذا الفرع أن نوضح المقصود من الحق في الإعلام الإلكتروني مع بيان مبرراته، ثم دراسة محل الحق في للإعلام.

### الفرع الأول: المقصود بالإعلام الإلكتروني

يتعين على التاجر الإفضاء إلى المستهلك بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستتير إرادته، ويجب الإدلاء بكل المعلومات طالما كانت لها أهميتها في التعاقد، والمشرع الجزائري بين بوضوح في المادة 17 من قانون حماية المستهلك إلزامية إعلامه، ولكن هذا في العقود العادية دون الإشارة إلى العقود الإلكترونية، على عكس المشرع الفرنسي الذي ضمن في قانون المستهلك ما يعرف بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، وتعد المعاملات الإلكترونية من ضمنها، إلا أنه كان أكثر وضوحاً حين عدل هذا القانون بالأمر رقم 648-2005 بتاريخ 2005/06/06، وقرر أن أحكام التعاقد عن بعد والمتعلقة بالحق في الإعلام الواردة بنص المادة 121-18 تنطبق على العقود الإلكترونية سواء تضمنت منتج أو خدمة.

1 - عمر محمد عبد الباقي. الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني وتحديد مبرراته على النحو التالي:

### أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام هو التزام عام يشمل المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ، ويعرفه بعض الفقه بأنه "التزام سابق على التعاقد، يتعلق بتعهد أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم ومنتور، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد، أو صفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يسلم بيانات معينة، أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات 4التزام بالإدلاء بالبيانات"1.

أما الالتزام بالإعلام الإلكتروني فيعرفه البعض أنه: "التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية، وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة".

وأهم ما يميز الالتزام بالإعلام الإلكتروني كونه التزام سابق على نشوء العقد، وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، مما يفيد أنه ليس التزاماً عقدياً إذ أنه لا يتصور نشوء التزام في مرحلة سابقة على وجود مصدره، كما أنه التزام قانوني يجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل وأثناء التعاقد، طالما أنه يتم بكل شفافية وأمانة ، بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائط إلكترونية يسهل استعمالها والتطرق إلى محتواها في شكل واضح ومقروء ولافت.

### ثانياً: مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني

إن الحق في الإعلام الإلكتروني أضحي ضرورة عملية تقتضيها طبيعة الحياة المعاصرة، بالنظر للتطور الهائل في وسائل الاتصال الحديثة وانتشارها السريع والمذهل في مختلف مناحي الحياة، والهدف منه تنوير إرادة المستهلك قبل إقدامه على إبرام العقد، وهذا ما يجعل هذا الحق

1 - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 189.

يحقق المساواة بين طرفي العقد من حيث المعرفة، وبالتبعية لذلك يحقق التوازن العقدي، وهما الهدفان اللذان سنسعى إلى توضيحهما:

### 1- تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين:

إن عدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد، هو السبب الذي يؤدي إلى عدم التوازن في العقد لاختلاف المراكز القانونية، فالطرف الضعيف معرض للاستغلال دائما من الطرف القوي الذي يعد صاحب الخبرة والمعرفة<sup>1</sup>. وتزداد الحاجة إلى بلوغ هذا الهدف في إبرام العقود الإلكترونية نظرا للخصوصية التي تتمتع بها في استعمال التاجر لأدوات الويب التي تستطيع الوصول إلى كل مكان، وتمارس تأثيرا يتجاوز التأثير الممارس بالأدوات التقليدية لذا نجد أن عدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد تبرر تقرير الحق في الإعلام الإلكتروني الذي يقع على عاتق الطرف القوي صاحب الخبرة من المهنيين. وإن تقرير الحق في الإعلام بالمعلومات الضرورية لتتوير إرادة المستهلك المتجهة إلى إبرام العقد الإلكتروني يرتبط بجهل هذا المستهلك وعدم خبرته، فجهل المستهلك هو أحد أهم مبررات هذا الالتزام، وهو جهل مشروع<sup>2</sup>.

### 2- إعادة التوازن العقدي:

إن الحق في الإعلام له دور هام في حماية رضا المستهلك الذي لا يمكنه بسبب مركزه الضعيف في العقد من الوصول إلى تحديد موضوع التعاقد بوضوح، ويكون هذا الحق أكثر إلحاحا بالنسبة للعقد الإلكتروني نظرا للغياب المادي لأطرافه. ومن الفقه من يرى أن الأساس القانوني لهذا الحق يجد مصدره في الحماية التقليدية للطرف المذعن في القانون المدني<sup>3</sup>، إلا أن الرأي الذي سار عليه غالبية الفقه يرى بأن الأساس

1 - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2007، ص 372.

2 - عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 373.

3 - إلا أن البعض من الفقه لا يرى بذلك رغم وقوع التشابه بين الحماية المقررة في عقود لإذعان والحماية المقررة وفقا لقانون حماية المستهلك، لأن الحماية الأولى مقررة بعد نشوء العقد، بينما الحماية الثانية مقررة قبل نشوء العقود، مرجع نفسه، ص 374.

موجود في قانون حماية المستهلك الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائما الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائع المحترف، مما توجب على هذا الأخير إعلامه مسبقا بكل المعلومات الضرورية حتى تتوازن الإرادتين وتتكافأ.

### ثالثا/جزء الإخلال بالحق في إعلام لإلكتروني

إن المصدر الأساسي للدول الأوروبية في حماية المستهلك الإلكتروني هو التوجيه الأوروبي رقم 97-07 سالف الذكر، خاصة ما تعلق بجزء مخالفة الحق في الإعلام، ونرجع في ذلك إلى نص المادة 1-11 منه التي تحت الدول على إيجاد الوسائل الفعالة لكفالة احترام نصوص هذا التوجيه.

وبالرجوع إلى قانون المستهلك الفرنسي الذي نظم التعاقد عن بعد والتعاقد عبر الانترنت بالخصوص، وجعل لهما أحكاما متطابقة تقريبا، ومنها جعل هذا النوع من التعاقد من النظام العام، مما يجعل مخالفة أي التزام من طرف التاجر الإلكتروني مصيره البطلان. ولكن لا نجد نصوصا مفصلة تحكم مخالفة الإخلال بالحق في الإعلام، وهذا ما جعل الفقه يغلب أعمال القواعد العامة في هذا الشأن<sup>1</sup>.

فالإخلال بهذا الحق قبل التعاقد يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك عديم الخبرة، مما يسمح له بالمطالبة بفسخ العقد أو المطالبة بإبطاله إذا وقع في غلط أو تدليس. و يمكن الرجوع على التاجر الإلكتروني بمقتضى قواعد المسؤولية العقدية استنادا على وجود عقد سابق على هذا العقد الأصلي، وأن العقد السابق هو عقد ضمان مفترض قبل التعاقد ، كما يمكن الرجوع عليه بقواعد المسؤولية التقصيرية والمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر بسبب عدم إعلامه على نحو سليم.

و يمكن الإشارة أن المشرع الجزائري الذي نظم الحق في الإعلام في نص المادتين 17 و18 من قانون حماية المستهلك قد جعل جزاء جنائيا لمخالفته، وارد في نص المادة 78 منه، تجعل التاجر يعاقب بغرامة من مئة ألف دينار إلى مليون دينار على مخالفته لذلك.

1 - أمانة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، تحت عنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومي 13 و14 أبريل 2008. ص 115.

## الفرع الثاني: محل الحق في الإعلام الإلكتروني

لا يختلف التاجر عبر الانترنت عن أي تاجر آخر، فهو ملزم بتمكين المستهلك بكل البيانات الضرورية لإتمام عقد البيع، فيجب أن يكون العرض المقدم على شاشة الويب محددًا بدقة، وواضحًا، ولا بد من ظهور كل البيانات الإلزامية الخاصة بالتعاقد مع العرض المقدم، وهو ما استقر عليه التوجيه الأوروبي وقانون المستهلك الفرنسي<sup>1</sup> أين تم التأكيد على ضرورة تحديد شخصية البائع وتوضيح البيانات الأساسية للسلعة أو الخدمة، وهما العنصران اللذان سنحاول توضيحهما ضمن هذه الفقرة.

### أولاً: تحديد شخصية البائع

إن تحديد شخصية البائع أمر يحمل المستهلك على الإطمئنان قبل التعاقد، خاصة إذا كان هذا الاسم محل اعتبار، فتوجد أسماء تجارية لأشخاص ولشركات لها سمعة محلية ودولية، تجعل من المستهلك يثق في تعاملاتها ومحتوى المعلومات الواردة على موقعها، لذا كان لا بد من تحديد اسم التاجر بدقة وبصفة كاملة مع بيان المقر الاجتماعي للشركة، أو الشخص التاجر، ورقم هاتفه، وبريده الإلكتروني، ورقم تعريف المؤسسة.

و يميز قانون المستهلك الفرنسي بين المواقع الموجودة في فرنسا والمواقع الموجودة في دولة أجنبية. فبالنسبة للمواقع الموجودة في فرنسا؛ فيجب أن يتضمن العرض الموجود على الشاشة اسم المشروع ورقم الهاتف وعنوان المقر أو مقر المؤسسة المسؤولة عن العرض والعنوان الإلكتروني وبيان مراسلته وإيصالته المتصلة بأنشطته.

أما المواقع الموجودة في دولة عضو في الإتحاد الأوروبي؛ فيجب تزويد المستهلك باسم شخص المورد وعنوانه، خاصة إذا كان العقد يقتضي الدفع مقدماً، وبيان العنوان الجغرافي للمؤسسة الذي يمكن للمستهلك التوجه بطلباته إليه، وهي نفس المعلومات التي أقرها التوجيه الأوروبي.

1 محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، د ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية. 2003 ، ص 39

أما بالنسبة للمواقع الموجودة في دولة أجنبية، فيجب الرجوع في ذلك إلى القانون الوطني لتلك الدولة لاحتمال تطبيقه في مثل هذه الفروض، وما قد يترتب على ذلك من مشاكل تنازع القوانين<sup>1</sup>.

وبغرض تسهيل معرفة هذه البيانات للمستهلك الإلكتروني، فقد قام المجلس الوطني للمستهلك الفرنسي بإصدار قرار يقضي بضرورة وضع تحت تصرف المستهلك قائمة اسمية بالتجار والوسطاء المعروضين على الشبكة، وذلك بغرض تسهيل المهمة في هذا الصدد، بحيث يتيسر على المستهلك الرجوع إلى ذلك السجل قبل الدخول في العلاقة التعاقدية.

### ثانياً: إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة

على التاجر الإلكتروني أن يقوم بتبصير المستهلك بالمعلومات المتصلة بالعقد، وذلك وفقاً لمبدأ حسن النية الذي يلتزم بمقتضاه التاجر أن يأخذ بيد المستهلك من مرحلة الجهل إلى مرحلة العلم بالعناصر الأساسية المتصلة بموضوع التعاقد، حتى يتسنى له التعامل معه وهو على مستوى متكافئ من حيث الدراية بموضوع التعاقد<sup>2</sup>. ويقع بذلك على التاجر الالتزام بإعلام المستهلك عن الحالة القانونية والحالة المادية للشيء.

أما الحالة القانونية للشيء فتتضمن 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 الشيء من أعباء أو تكاليف أو أية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالشيء محل التعاقد على النحو المأمول.

أما الحالة المادية للشيء، فتتضمن كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص وبالأوصاف المادية للشيء محل التعاقد، عملاً على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية<sup>3</sup>، وهو ما ورد في نص المادة 121-18 من قانون المستهلك الفرنسي التي لم تكتف بما تضمنته المادة 111-1 من ذات القانون بل

1 - محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص 140-141.

2 - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 232.

3 - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 232.

أضافت قدرا آخر من المعلومات التي يجب الإدلاء بها، ويأتي في مقدمتها تمكين المستهلك من التعرف على الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة، ومنها ثمن السلعة أو الخدمة شاملا كافة الضرائب، والرسوم، والشروط الخاصة بتحديد المسؤولية العقدية، كذلك ما قد يتضمنه البيع من شروط خاصة بأداء الخدمة، بالإضافة إلى مصاريف التسليم إن وجدت، وطرق الوفاء، والمعلومات الخاصة بحق المستهلك في العدول، ومدة صلاحية العرض، والتمن، وتكلفة استخدام وسيلة الاتصال<sup>1</sup>.

إلا أن هذا الالتزام لا يقع على كل السلع والخدمات؛ فقد استثنى منها المشرع الفرنسي في قانون المستهلك بالمادة 121-4/20 العقود التي يكون محلها توريد مواد استهلاكية عادية، والتي تتم في محل سكن المستهلك أو في مكان عمله، من خلال موزعين يقومون بدورات متكررة ومنتظمة، وكذلك أداء خدمات التسكين، والنقل، وخدمات المطاعم، والترفيه، التي يجب أداؤها في تاريخ معين أو خلال فترات دورية محدودة.

وسواء تعلق الأمر بإعلام التاجر بالحالة القانونية أو المادية للشيء فإن القواعد المطبقة على العقد الاستهلاكي التقليدي لا تختلف عنه بالنسبة لعقد الاستهلاك الإلكتروني، إلا ما تعلق بخصوصيات المعاملة الإلكترونية التي تقتضي التزام إضافي على عاتق التاجر تسمح للمستهلك بعلم جامع مانع بالشيء .

أما عن اللغة المستعملة مع المستهلك، فيجب أن تكون لغة وطنه وهي اللغة الفرنسية، وهذا ما جاء بالقانون رقم 94-665 الصادر بتاريخ 04-08-1994 المعدل والمتمم لقانون المستهلك والذي جاء في نص المادة الثانية منه على وجوب استخدام اللغة الفرنسية في كل وصف للشيء أو المنتج، أو الخدمة، وطريقة التشغيل، والاستعمال، وتعيين نطاق وشروط الضمان، وكذا الفواتير والمخالصات، إلا أن استعمال اللغة الوطنية لا يمنع أن تصحبها ترجمة بأي لغة كانت.

والمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك نص بدوره على ذلك صراحة في المادة 18 منه التي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات، وطريقة الاستخدام، ودليل استعماله وشروط ضمان

1 - أمانة سلطاني، المداخلة السابقة، ص 118.

المنتج، وكل معلومة أخرى باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية ومقروءة ومتعددة محوها.

أما عن الدعامة التي تثبت عليها المعلومات، فقد أوجبت المادة 121-19 من قانون المستهلك الفرنسي أن يتم تلقي المستهلك الإلكتروني هذه المعلومات على أي دعامة لهما صفة الاستمرارية موجودة تحت تصرفه، وتكون في شكل مكتوب، والكتابة المطلوبة مشترطة للإثبات وليس للانقضاء<sup>1</sup> تمكيناً للتاجر من إثبات قيامه بالإعلام الواقع على عاتقه.

و الكتابة التي تتخذ الشكل الإلكتروني تكون مقبولة في الإثبات شأنها شأن الكتابة على دعامة ورقية، على شرط التحقق من هوية الشخص الذي صدرت عنه، وأن يكون تدوينها وحفظها قد تم في ظروف تسمح بضمان سلامتها.

أما عن التزام التاجر بإعطاء معلومات حول كيفية استعمال الشيء المبيع خاصة مع التطور العلمي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات، فتتضمن طرق تشغيل الشيء المبيع على نحو سهل، وواضح، ودون تعقيد، ومن شأن هذا التوضيح أن يكون له أثر في رضا المقبل على التعاقد، وبالخصوص ما تعلق بالصفة الخطرة للشيء التي تعد من البيانات الجوهرية الواجب الإعلام عنها قبل التعاقد، لذلك يقع على عاتق التاجر كذلك إحاطة المستهلك الإلكتروني بمصادر خطورة الشيء المبيع، وأبعاده، وطرق تلافيه عملاً على حمايته من أضرار التي قد تنشأ عنها، وخاصة في مجال المنتجات الحديثة<sup>2</sup>.

وتطرح العقود المبرمة عن بعد عدة مشاكل تنتج عن عدم الحضور المادي لأطراف العقد، بحيث لا يمكن لأي متعاقد التحقق من أهلية الطرف الآخر وصفته في التعاقد، كما أنه يصعب التحقق من تلاقي الإيجاب مع القبول، بالإضافة إلى صعوبة تحديد مكان إبرام العقد، كما لا يستطيع المستهلك الحكم على المحل وجودته وملاءمته للغرض الذي يبتغيه.

1 - آمنة سلطاني، المداخلة السابقة، ص 117.

2 - عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 234.

## المطلب الثاني: حق المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية

تسبق الأعمال التجارية الإلكترونية عند مزاولتها، كل أشكال الدعاية والإعلان عبر الشبكة الانترنيت، فيعتبر الإعلان من أهم وسائل جذب المستهلكين وحملهم على شراء السلع وطلب الخدمات. فأصبح بذلك الإعلان من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة، وفي التحقيق الربح عبر الشبكة الانترنيت فباتت الإعلانات التجارية الإلكترونية أحد أهم المعالم البارزة لعصر التكنولوجيا. وبحكم انتشار وتتنوع أساليبها وتطورها التقني، أصبح يؤثر على سلوك المستهلك ويبني عليه قراره في الإقبال على التعاقد<sup>1</sup>.

### الفرع الأول: المقصود بالإعلان التجاري الموجه إلى المستهلك

إن الإعلان الموجه للمستهلك عبر الانترنيت ما هو إلا نتاج عقد أبرم بين طرفين، هما المعلن ووكالة الإعلان، وبعد عقد الاستهلاك الإلكتروني من طائفة العقود التي تبرم وتنفذ عبر الشبكة، وهو من العقود المسماة، فالمستهلك يتعرض في اليوم الواحد لمئات الرسائل وقليل ما يهتم بها<sup>2</sup>.

### أولاً: تعريف الإعلان التجاري

لم يتضمن القانون الفرنسي تعريفاً صريحاً للإعلان حيث عرفه بأن كل وسيلة إعلام موجهة تسمح للجمهور باتخاذ قرارات تجاه السلعة أو الخدمة المقدمة له. فقرر القانون المدني الفرنسي أن الإعلان التجاري تختلف معاييرها حسب الوسيلة المستخدمة، فالقانون رقم 50-79 الصادر في 1979/12/29 بشأن الحماية من اللافتات الإعلانية نص في المادة الثالثة منه على أنه "يعتبر إعلاناً نقش يهدف إلى إعلان الجمهور وجذب انتباهه سواء كان نقش نموذجياً أو صورة".

كما عرفه التوجيه الأوروبي الصادر عام 1984 بأنه " أي شكل الاتصالات تتم في مجال الأنشطة التجارية أو الصناعة أو الحرفية أو المهنية، وتهدف إلى تشجيع الإقبال على سلع والخدمات بما في ذلك العقارات والحقوق والالتزامات المرتبطة بها".

1 - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 341.

2 - خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنيت، (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص 10.

أما عن المشرع الجزائري فقد جاء بتعريفه في المادة 2-8 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90 في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات والعروض أو الإعلانات أو الخدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية" من كل هذه التعاريف يفهم أن الإعلان هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور بهدف جذبهم وإقناعهم بالسلعة أو الخدمة<sup>1</sup>.

لا يختلف الإعلان الإلكتروني عن الإعلان التقليدي إلا من حيث الوسيلة المستخدمة فعند التعاقد بالطريق التقليدي، يتم تبادل الوثائق بين طرفي العقد والتي تتضمن عروضاً بالسلع والخدمات على حين أنه فيما يتعلق بالتعاقد الإلكتروني تكون الدعاية عن الخدمة عبر وسائط الإلكترونية على شبكة أو عن طريق أقراص مدمجة أو شرائط ممغنطة يقضي بضرورة الحفاظ عليها. وهي وثائق مكملة للعقود المتعلقة بالمنتجات التي يرغب بشرائها<sup>2</sup>.

### ثانياً: تمييز الإعلان

قد يتشابه الإعلان، على النحو السابق تحديده، مع بعض النظم والمفاهيم القريبة منه، منها الدعاية والإعلام، وهو ما يدفعنا إلى بيان أوجه التفرقة بينهم على النحو التالي:

#### 1- الإعلان والدعاية

الدعاية هي نشاط الذي يؤدي إلى تأثير في عقيدة الجمهور سواء لجعله يؤمن بفكرة أو مبدأ أو عقيدة معينة، فهي نشاط يستهدف نشر أفكار وآراء معينة وتجميع أنصار لهذه الأفكار، وإن كانت الإعلانات الإلكترونية تعتبر من وسائل الدعاية عبر الشبكة الانترنيت، إلا أنها غالباً ما تحتوي على مجرد بيانات ومعلومات الهدف منها بيان طبيعية السلعة وثمنها ونسبة الخصم ومصاريف الشحن، ولعل أهم فارق بين الدعاية والإعلان التجاري عبر الشبكة الانترنيت، فالإعلان مدفوع الأجر على حين يغلب أن تكون الدعاية مجانية والدعاية لا تهدف إلى تحقيق

1 - المرسوم التنفيذي رقم 39-90، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، عدد 05، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج ر، عدد 61، الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2001، (ملغى).

2 - عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008، ص

كسب مادي كالدعاية إلى الانضمام إلى جمعية خيرية على عكس الإعلان التجاري الذي يهدف إلى تأثير في عقيدة المستهلك<sup>1</sup>.

## 2- الإعلان والإعلام

الإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الناس، بقصد نشر الثقافة وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي وليس بقصد الربح، وعلى ذلك فالإعلام يلتزم بتوفير المعرفة الكاملة والدقيقة في حين أن الإعلان يقدم المعلومات التي تخدم المعلن، كذلك هنا الفارق الأساسي أن الإعلان يهدف إلى العمل على رواج المنتجات والخدمات بين الجمهور للشراء بينهما الإعلام يعمل على تكوين فكرة معينة أو دعم الثقة في نظام معين<sup>2</sup>.

## الفرع الثاني: قواعد حماية حق المستهلك في مواجهة الإعلانات

مجتمعنا اليوم مجتمع استهلاكي وهو في نفس الوقت مجتمع دعاية. فلا نتصور مشاهد برامج تلفزيونية، دون أن نرى و نسمع إعلانا، و نجد ذلك وبشكل مفرط في الشبكة الانترنيت، ولكن ما يلفت الانتباه أن الإعلان لا يترجم حقيقة ما يقدم إلى العملاء. لأنها لا تمتلك في أحيان كثيرة إلا الجوانب السيئة. وإن كان النشر والإعلان يقدم للمستهلك المعرفة بالمنتجات والخدمات، ولكنه يصبح مكروها عندما يتصف بالكذب<sup>3</sup>. لذا ارتئ القانون إلى وضع حماية لهذا المستهلك من خلال وضع قواعد تنظم هذه الإعلانات.

## أولاً: اشتراط وضوح الإعلان

نظم القانون الفرنسي الحق في الإعلان وفق قاعدة شفافية ووضوح الإعلان وذلك في المادة 10/2 من قانون 1 أوت 1986 المتعلق بحماية المستهلك، فأشار إلى أنه يجب أن تكون العمليات التجارية الإلكترونية، والدعاية المصاحبة لها واضحة وغير غامضة، ويجب الالتزام باستخدام اللغة الوطنية (الفرنسية) وتزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة بما يسمح لهذا الأخير إعطاء الموافقة على التعاقد. إن شرط وضوح الإعلان

1 - خالد محمود إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة، مصر، 2008، ص 110.

2 - المرجع نفسه، ص 112.

3 - السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، (دراسة مقارنة)، دار الجامعة للطباعة والنشر، بيروت، 2003، ص

الإلكتروني يعني ما تضمنه البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية لدى المستهلك وتبين غرفة التجارة الدولية في المادة 11 من القانون الدولي الالتزامات الواجبة توفرها في الإعلان وهي كما يلي:

" إن الإعلان يجب أن يكون مميزاً بصورة واضحة مهما كان الشكل أو الوسط المستخدم، وعندما يتم إذاعة الإعلان أو نشره في وسائل الإعلام، يجب أن يقدم بصورة يظهر فيها فوراً أنه إعلان".

ومما تقدم نلاحظ أن تشريعات الدول مثل التشريع الفرنسي قد سعت إلى حماية المستهلك من خلال نظام وضوح الإعلان المقدم له، وأن يكون محددًا خالياً من أي لبس أو غموض<sup>1</sup>.

### ثانياً: الإعلان الإلكتروني المضلل

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

إن هذه المخاطر هي التي حملت المشرع إلى التدخل للحد من الإعلان الخادع وذلك بسن قوانين تتضمن أحكام إلزامية معززة بجزاءات رادعة على المستوى الوطني والدولي، ولتفادي أضرار الإعلان الخادع واجتتاب تزعزع ثقة المستهلك بالمحترف والسلع التي تعرض. حيث نجد أن المحترفين في بعض الدول قد وضعوا تنظيمًا ذاتياً ألزموا أنفسهم به، ضمينين بذلك طمأنة المستهلك، وهو أمر كرسته أيضاً غرفة التجارة الدولية، حيث وضعت تنظيمًا للسلوك المحلي بمادة الإعلان، وأوضحت فيه المبادئ الأخلاقية لمهنة الإعلان، كما ذهب المحترفين إلي إيجاد مكتب للتحقق الإعلاني، لكن هذا لم يحل محل تدخل المشرع والمحاكم في فرنسا والدول الغربية لضبط الإعلان، عن طريق وضع أحكام قانونية إلزامية مرفقة بجزاءات<sup>3</sup>.

1 - خالد محمود إبراهيم، امن المستهلك، المرجع السابق، ص 89 90.

2 - خالد محمود إبراهيم، امن المستهلك، المرجع السابق، ص 342.

3 - فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية (دراسة مقارنة)، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010 ص 10.

إن المشرع الجزائري لم يضع تعريفاً محدداً للإشهار التضليلي إلا أنه يمكن تعريفه من خلال التحليل المقصود: " التضليل هو كل ما يخالف الحقيقة ويمس بمبادئ وشرف التعامل والنزاهة في نطاق المنافسة بقصد تضليل العملاء"<sup>1</sup>.

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

أما الحماية الجزائية، فلعدم كفاية الجزاءات المدنية وضعفت فعاليتها. أدى ذلك إلى تدخل المشرع لوضع نص ردي كفيل بتوفير الحماية الجزائية، وقد نصت في هذا الإطار المادة 38 من القانون 04\_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على معاقبة كل عون اقتصادي يمارس إشهاراً تضليلياً وهو ما أشارت إليه المادة 28 حيث حددت غرامة تتراوح 500.00 إلى 5 ملايين دينار جزائري، باعتباره ممارسة تجارية غير نزيهة<sup>3</sup>.

وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 السالف الذكر، فأنا نجد المشرع الجزائري أدرج هذا النوع من الممارسات التجارية ضمن الأعمال غير المشروعة (منافسة غير مشروعة)، وبالتالي يفهم من ذلك إمكانية رفع دعوى المنافسة الغير المشروعة ضد القائم بذلك<sup>4</sup>.

1 - مسعودي نادية، واعراب تليلي، فعالية أحكام حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، شعبة قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2011-2012، ص 32-33.

2 - قانون 04-02، المؤرخ 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، الصادر في 06/27/2004.

3 - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 91.

4 - قانون 04-02، المرجع السابق.

## المبحث الثاني:

### الحماية المدنية بعد التعاقد (مخاطر الوفاء الإلكتروني والحق في العدول. الشروط التعسفية )

بعد ما تكلمنا على الحماية المدنية قبل التعاقد الإلكتروني بين المحترف والمستهلك، تليها مرحلة أخرى وهي مرحلة إبرام العقد، وإخراجه إلى الوجود، بعد تطابق إيجاب وقبول كلا طرفي العقد، فيتولد عن هذا القبول مجموعة من الحقوق في مواجهة البائع، تعطي للمستهلك جانب من الضمان والحماية لمركزه الضعيف أمام متعاقدته فقمنا بتقسيم المبحث إلى حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء وحقه في العدول كمطلب أول وحق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء وحقه في العدول.

كما للمورد الإلكتروني التزامات، تقابلها التزامات للمستهلك الإلكتروني، أوردها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري الذي تدور حوله ثانيا بحثنا هذا، لكن مشكل الحماية يطرح في كل تصرف يقوم به وأخطرها دفع الثمن أو ما يعرف الوفاء وكذا تقرير العدول لحماية للمستهلك الإلكتروني وتحريره من العقد.

### الفرع الأول: طرق الدفع الحديثة وحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء.

يعد التزام المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن الالتزام الأساس الذي به يتسلم المبيع، يتم احتسابه إما بتحديد مسبقا من طرف المورد الإلكتروني بمجرد ولوج المستهلك الإلكتروني للإعلان الإلكتروني يجده مطروحا، أو يحدد باقتراح من المستهلك الإلكتروني أو من طرف الغير كأن يكون خبيرا، أو القضاء.

وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام أن الدفع في العقد الإلكتروني، لا يكون بالضرورة إلكترونيا وإنما قد يكون تقليديا عن طريق النقود بصنفيها الورقية والمعدنية، أو عن طريق الشيك الورقي، لكننا ننوه، الدفع إلكترونيا سهل بكثير على المستهلك الإلكتروني التزامه بدفع الثمن بأسهل الطرق وفي أي وقت، نظرا لتوفر خدماتها 24/24 ساعة<sup>1</sup>.

### أولا: طرق الدفع الحديثة في التجارة الإلكترونية.

ارتأينا الحديث عن طرق الوفاء المستحدثة نظرا لما توفره من حماية للمستهلك الإلكتروني ومن سهولة في الوفاء ونلخصها في ما يلي:

#### 1- الدفع ببطاقات الدفع الإلكتروني (الائتمانية أو المصرفية):

وهي ما يعرف بالنقود البلاستيكية، والتي هي عبارة عن بطاقات مغناطيسية وبلاستيكية تصدر عن المصرف لحساب مستخدميه، والتي تعد بديلا عن النقود التقليدية، ظهرت لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، قبل الحرب العالمية الأولى، لتصل في أواخر عشرينيات القرن الماضي إلى فرنسا، وأطلقت عليها تسمية البلاستيكية نظرا لمادة البلاستيك التي تصنع منها، يكون لها رقم سري ورقم خاص بالبطاقة، كما نجد عليها في بعض الأحيان رقم الحساب وبها تاريخ صلاحية واسم صاحبها<sup>2</sup>، وهي نوعان متجددة وغير متجددة وقد سهلت هذه البطاقات عملية شراء واقتناء السلع والخدمات دون الحاجة للوفاء النقدي أو بالشيك، يتم الوفاء بواسطتها عن طريق إرسال المستهلك الإلكتروني لنسخة من مقتنياته إلى الجهة التي أصدرت البطاقة، هذه الأخيرة تقوم بالوفاء بدينه إلى قيمة محددة، ثم تخصم الثمن من حسابه الجاري لديها في نهاية كل شهر<sup>3</sup>.

وتتعد أشكال النقود البلاستيكية أهمها باختصار:

1 - بن غيدة إيناس، , الحماية المدنية للمستهلك في العقود الالكترونية , مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق بجامعة تلمسان, 2015, ص:77-78.

2 - إلياس ناصيف، العقود الدولية، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، الطبعة الأولى، دار توزيع المنشورات الحقوقية، بيروت، لبنان، 2009، ص 176.

3 - خولة فرحات، أثر التجارة الإلكترونية تحسين نوعية الخدمة المصرفية - دراسة حالة البنك الإلكتروني - monabank - رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008، ص71.

**بطاقات الدفع:** يستطيع حاملها تسديد ثمن مقتنياته بواسطتها، تعتمد تحويل رصيد من العميل أو المستهلك الإلكتروني إلى التاجر أو المورد الإلكتروني، شرط ألا يكون الحساب فارغا أي لا رصيد فيه ومن أثلتها CARTE BLUE VISA الفرنسية.

**- بطاقة الصرف البنكي:**

هي عبارة عن بطاقة شهرية حسب فترة استعمالها الشهرية، فبواسطتها يستطيع المستهلك الإلكتروني تسديد ثمن مقتنياته مرة في الشهر.

**- بطاقة الشيكات:**

يصدر البنك البطاقة لمستخدميه (المستهلكين الإلكترونيين)، تخولهم عن شراء مقتنياتهم أن يدونوا رقم البطاقة للمورد الإلكتروني على ظهر الشيك، ويتعهد البنك من خلال ذلك الوفاء بالثمن في حدود قيمة الشيك المعينة التي يحددها صاحبها، ثم يسترد البنك الثمن من حساب المستهلك الإلكترونيين.

**- بطاقة السحب الآلي:**

تخول من يصدرها البنك لصالحه السحب عبر الشباك الآلي، حتى في الوقت الذي يكون فيه المصرف أو البنك مغلقا، عبر إدخال البطاقة في الصراف الآلي وإدخال الرقم السري ويسحب المبلغ الذي يريده للوفاء بدينه، والتي تتواجد أيضا عبر وكالات بريد الجزائر.

**- بطاقة الائتمان أو الاعتماد:**

يستطيع المستهلك الإلكتروني اقتناء أي سلعة أو خدمة، ثم يأخذ المورد الإلكتروني الثمن من البنك صاحب البطاقة، الذي يرجع على المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن ولا يمنح البنك هذا النوع من البطاقات إلا لمستهلك إلكتروني عنده ودائع ضامنة مع شرطين أساسيين هما:

❖ فتح حساب تجاري في أحد المصارف.

❖ أن يكون لدى المستهلك الإلكتروني صاحب البطاقة داخل ثابت وآمن<sup>1</sup>.

تعد هذه أمثلة عن بطاقات الدفع الإلكتروني إضافة إلى العديد منها، من أمثلة بطاقات الانترنت والبطاقات الذكية التي لا يسعنا ذكرها جميعا.

1 - إلياس ناصيف، مرجع سابق ص 174-175.

## 2- التحويلات المصرفية:

هي عملية يقيد البنك عبرها مبلغا معيناً من الجانب المدين من حساب الأمر بالنقل بناءً على أمر مكتوب من طرفه وفي الجانب الدائن من حساب آخر<sup>1</sup>، يقصد بها نقل مبلغ مالي من طرف البنك من حساب المستهلك الإلكتروني، إلى حساب المورد الإلكتروني، وذلك لإبراء ذمته ووفائه بالتزامه بدفع الثمن، وما يميزها هو عدم خروج المبلغ مطلقاً خارج الحسابات أي مجرد انتقال أرقام عبر الحاسوب من حساب لحساب، ويتم ذلك بتوجيه المستهلك الإلكتروني أمراً إلى بنكه عن طرق جهاز الحاسوب، يأمره بتحويل مبلغ من حسابه الخاص لحساب المورد الإلكتروني.

## 3- الشيك الإلكتروني:

وهو وثيقة تحوي مجموعة معلومات، كرقم الشيك، اسم المستهلك الإلكتروني، رقم حسابه، اسم البنك المصدر، والعملة المستخدمة، يرسله المستهلك الإلكتروني إلى المورد الإلكتروني في رسالة مؤمنة يقدمها للبنك العامل عبر النت فيدفع للمورد الإلكتروني ويستلم الشيك فيلغيه ويعيده إلى المستهلك الإلكتروني كدليل وفا<sup>2</sup>.

## 4- الدفع عبر الهاتف المحمول:

وهو ما يعرف بـ CELLULAR PHONE، وتتم المعاملة به بثلاث طرق إما بالاتصال بالبنك لتحويل مبلغ السلعة أو الخدمة المقتناة للمورد الإلكتروني، بعد أن يتأكد من هوية المتصل عبر بياناته الشخصية أو الأرقام السرية، وقد يتم الوفاء بواسطة رسالة SMS إلى المصرف، كما قد تتم المعاملة عبر الانترنت كون الهواتف الحديثة بسطت وسهلت الولوج لمختلف مواقع الانترنت، كما سهلت التعامل مع البنوك ومختلف المؤسسات المالية.

أما المشرع الجزائري ففي ما نص عليه في المادة 69\* من القانون 03-15 المتضمن الموافقة على الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقروض، أن وسائل الدفع هي كل ما يسمح بالوفاء، أما

1 - قدة حبيبية، مفهوم عملية التحويل المصرفي وطبيعتها القانونية، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد العاشر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 33.

2 - إلياس ناصيف، المرجع نفسه، ص 178، 179.

\* المادة 69 " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال، مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المعتمد"

القانون 05-02 أضاف أنه أيضا يمكن الوفاء بأي وسيلة تبادل إلكترونية في نص المادة 1414.

أما قانون التجارة الإلكترونية 18-05 نص فيه المشرع الجزائري في فصله الرابع تحت عنوان التزامات المستهلك الإلكتروني، في نص المادة 16 على ما يلي " ما لم ينص العقد الإلكتروني على خلاف ذلك، يلتزم المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه"، وبالتالي فالملاحظ من قانون التجارة الإلكترونية أن الباب ترك مفتوحا للمستهلك الإلكتروني للوفاء بأي طريقة يراها مناسبة للطرفين.

### ثانيا: مخاطر الوفاء على المستهلك الإلكتروني.

مما لا يدعو للشك أن الوفاء وبتوسع وسائل الدفع لتشمل السبل الإلكترونية، اتسعت معها دائرة خطر تعرض المستهلك الإلكتروني الذي قد يأتيه من أي طرف، ولعل أهم طرف يشكل خطرا عليه هو المورد الإلكتروني كونه صاحب الالتزامات المقابلة للدفع، هذا لا يحصر دائرة أخطر الذي قد يأتيه أيضا من موظفي البنك والمؤسسات المالية المختلفة التي تدخل كوسيط في الوفاء.

### 1- الضرر المتوقع على المستهلك الإلكتروني من المورد الإلكتروني عند الوفاء:

كما سبق ذكره فالمورد الإلكتروني هو المعني بتسلم المبلغ المدفوع مقابل السلعة أو الخدمة، وبالتالي فهو في أغلب الأحيان يطلع على المعلومات السرية للمستهلك الإلكتروني من شاكلة، رقم الحساب أو الرقم السري لبطاقات الدفع أو التوقيع أو التوقيع الإلكتروني وحتى مبلغ الرصيد، فاجبه أن يحافظ عليها، إلا أن العديد من التجار والموردين الإلكترونيين يقومون بالتحايل للحصول على مال المستهلك الإلكتروني، كأن يلج إلى حسابه بالرقم السري لبطاقة الدفع الذي حصل عليه من تعامل سابق، أو أن يقوم بتقليد التوقيع أو التوقيع الإلكتروني لإنجاز تعاقدات باسم المستهلك الإلكتروني الذي لا يعلم ولحسابه الخاص.<sup>2</sup>

1 - جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة تلمسان، 2015، ص 114-115.

2 - جلول دواجي بلحول، مرجع سابق، ص 117.

## 2- الضرر المتوقع على المستهلك الإلكتروني من موظفي المؤسسات البنكية والمالية:

يُمر المستهلك الإلكتروني على المؤسسة البنكية أثناء قيامه بالوفاء بدفع الثمن لسلعة أو خدمة قام باقتنائها، فموظفي البنك بطبيعة الحال ممن يطلعون على الوثائق، والتوقيعات والأرقام السرية وغيرها من المعلومات التي تمكنهم السطو على حساب المستهلك الإلكتروني، أو قد يسرب الموظف معلومات المستهلك الإلكتروني للغير الذي قد يكون ممن تكون بينه وبين المستهلك الإلكتروني الذي تم التحايل عليه منافسة، فيضر ذلك به، وما لا يفوتنا أيضا في هذا المقام أن المستهلك الإلكتروني أيضا معرض للقرصنة من الغير، الذين أصبحوا يخترقون المنظومة البنكية وقواعد البيانات وحتى مواقع الإعلانات<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني: طرق حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء وتقريره لحق العدول.

مما سبق تبيانه، فإن الخطورة التي قد تمس المستهلك الإلكتروني أثناء الدفع كبيرة، قد يفرض على الدفع مع عدم توفر المنتج أو دون تجربته، أو يدفع ثمن مبيع لا يعلم ماهيته ثم عندما يستلمه يجده غير مطابق فيقع الخطر على الثمن الذي دفعه، مما استدعى تدخل المشرع في قانون التجارة الإلكترونية لحمايته وهو ما نستعرضه في هذا الفرع إضافة إلى حقه في العدول.

### أولاً: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء.

مما لا يدعونا لأي شك أن المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية سعى لحماية المستهلك الإلكتروني، خصوصا في مرحلة الوفاء حيث جاء فيه ما يلي:

#### 1- زمان ومكان الوفاء وحماية المستهلك الإلكتروني:

كما سبق ذكره في نص المادة 16 من قانون التجارة الإلكترونية، فإن المستهلك الإلكتروني ملزم بدفع الثمن بمجرد انعقاد العقد ما لم ينص العقد على خلاف ذلك، مراعاة لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين، والدفع يحدد وفقا للمادة 11 في فقرتها 10 حيث رد المشرع بقوله "كيفية وإجراءات الدفع" تحديد السعر في العرض التجاري الإلكتروني كالتزام من التزامات المورد

1 - جلول دواجي بلحول، مرجع سابق، ص 118.

الإلكتروني، لنرجع بعدها لنجد المشرع أيضا يؤكد على الدفع في الفقرة 06 من المادة 13 المتضمنة المعلومات الواردة في العقد الإلكتروني بقوله " شروط وكيفيات الدفع " لكن المشرع لم يلزم المورد ا لإلكتروني بتحديدتها في نص المادة 27 في قوله يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج" و تركها للاتفاق بين المستهلك والمورد الإلكترونيين، لكنه اشترط فقط في حال التجارة العابرة للحدود أن يتم الدفع عن بعد عبر الاتصالات الإلكترونية في الفقرة الثالثة من ذات المادة، وحصر من باب الحماية الدفع عن بعد في الفقرة 2 من نفس المادة "عندما يكون الدفع إلكترونيا، فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض...حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر...".

ما يلاحظ بخصوص "الطلبية المسبقة" فإن المشرع الجزائري، في نص المادة 15\* نص على أنه لا يمكن إذا كان المنتج غير متوفر في الخزن أن يدفع ثمنه المستهلك ا لإلكتروني، وإنما يدفع الثمن في حال توفر المنتج إذ تتحول الطلبية المسبقة لطلبية مؤكدة طبقا للفقرة 02 من ذات المادة.

## 2-الحماية التي أقرها قانون التجارة الإلكترونية بخصوص مخاطر الوفاء.

عندما يدفع المستهلك الإلكتروني الثمن لا يضمن بأن المبيع فيما بعد سيكون خاليا من العيوب لذا فإن الثمن الذي كان قد دفعه يلزم المورد الإلكتروني بإعادته طبقا لما جاء في الفقرتين 06 و07 من المادة 23\*\* وذلك في أجل لا يتعدى خمسة عشر يوما من استلامه للمنتج المعاد.

فيما نجد المشرع الجزائري بخصوص الطلبية المؤكدة حمى المستهلك الإلكتروني في المادة 15 السالفة الذكر، فالمشرع راعى أن يتم خداع المستهلك الإلكتروني بأن يدفع ثمن شيء غير

\* المادة 15 " لا يمكن أن تكون الطلبية المسبقة محل دفع إلا في حالة توفر المنتج في المخزون.

- بمجرد توفر المنتج في المخزون تتحول الطلبية المسبقة بصفة ضمنية إلى طلبية مؤكدة. المشرع قصد في قوله بصفة ضمنية أي بصورة آلية.

\*\* المادة 23 فقرة 6 " إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة... "

- الفقرة 7 " يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوما من تاريخ استلامه للمنتج "

متوفر أصلا، وأقره بألا يدفع الثمن، وإن تم دفعه يرجعه المورد الإلكتروني في أجل خمسة عشر (15) يوما.

وحمى أيضا المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني من خلال حرصه على رقابة منصات الدفع في نص المادة 29 التي تنص " تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة والمستغلة طبقا للمادة 27 أعلاه، لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها "

**ثانيا: الحق في العدول لحماية المستهلك الإلكتروني.**

تختلف تسمية الحق في العدول بين هذه التسمية وبين من يطلق عليه اسم الرجوع كالمشرع الفرنسي وقد تطرق التوجيه الأوروبي 97-07 -المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد- إلى الحق في العدول في المادة 06 كالاتي " يملك المستهلك في كل عقد عن بعد مدة سبعة أيام عمل على الأقل للرجوع أو العدول دون جزاءات ودون بيان السبب والمصاريف الوحيدة التي يمكن أن يتحملها المستهلك لممارسة حق العدول، هي مصاريف المباشرة لرد البضائع.

أما المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية فقد تناول الحق في العدول في مرحلة تقديم العرض التجاري الإلكتروني، حيث تضمنت الفقرة 14 من نص المادة 11 " شروط وآجال العدول، عند الاقتضاء" كما أن المشرع الجزائري لم يغلق المجال للمعلومات التي يجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني في نص المادة 13<sup>1</sup> وإنما ذكر البعض منها على سبيل المثال وليس الحصر وترك الباب مفتوحا لإضافة شروط أخرى في العقد الإلكتروني بما في ذلك الحق في العدول.

---

1 - نصت المادة 13 في فقرتها الأولى على " يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية " فنلاحظ أن المشرع استعمل عبارة على الخصوص التي لا تفيد الحصر والتقييد بل تفيد المثال والاستثناس.

## المطلب الثاني : حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

يعتبر المستهلك في العقود الإلكترونية الطرف الضعيف دائماً لذلك فإن اعتبارات العدالة تقتضي اعتبار هذه العقود بمثابة عقد إذعان حتى يكون للمستهلك الحق في إبطاله أو رد الشروط التعسفية فيها، العلة في ذلك ترجع إلى أن هذه العقود يصعب التفاوض في شأنها، وبالتالي فإن أي شرط تعسفي يستطيع المستهلك المطالبة بإبطاله لأنه يمثل اعتداء على مصلحته، لكن ما مفهوم الشرط التعسفي وما معايير في العقد الإلكتروني؟ وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

### الفرع الأول : تعريف الشرط التعسفي

لقد عرفه جانب من الفقه بأنه يعتبر تعسفياً الشرط المحرر مسبقاً من جانب الطرف الأكثر قوة، ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة عن الطرف الآخر<sup>1</sup>.

وعرفته بعض التشريعات بأنه ذلك الشرط الذي يفرض على غير المهني، أو المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير لسلطة الاقتصادية، بغرض الحصول على ميزة مجحفة فالشرط يكون تعسفياً عندما تكون الميزة المجحفة الممنوحة للمهني نتيجة التعسف في استعمال السلطة لهذا الأخير.

وقد نص القانون الفرنسي الصادر سنة 1995 بشأن حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية على أنه: "تعتبر شروط تعسفية في العقود المبرمة بين المزودين وغير المزودين تلك التي يكون موضوعها، أو من آثارها إحداث اختلال واضح بين حقوق والتزامات الأطراف في العقد.

أما التوجيه الأوروبي رقم 13 الصادر في 5 أبريل 1993 بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين. فقد عرف بالمادة 1/3 الشرط بأنه: الشرط الذي يرد في العقد، وينطوي على تفاوت جلي خلافاً لما يقضي به مبدأ حسن النية. وضد مصلحة المستهلك.

1 - سي الطيب محمد أمين، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2008، ص 96.

المشرع الجزائري قام بتعريف هذا الشرط هو الآخر بموجب المادة 3 الحالة 5 من قانون 04/02 والتي تنص: كل بند أو شرط بمفرده أو مشترك مع بند آخر أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها الإخلال بالظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد<sup>1</sup>. ويجدر الإشارة إلى أن أغلبية الفقه اعتبروا العقد الإلكتروني عقد إذعان بالنسبة للمستهلك، نظراً للظروف الاقتصادية بوصفه الطرف الضعيف والذي يكون غالباً شركات قوية عملاقة من الناحية الاقتصادية وبذلك تقتضي العدالة النظر إلى المستهلك بوصفه طرفاً مذعن في العقود الإلكترونية، والمشرع الجزائري أشار إلى عقد الإذعان في المادة 3 الحالة 4 من القانون السابق المطبق على الممارسات التجارية فتعرفه: كل اتفاق يهدف إلى بيع سلعة أو خدمة، حرر مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق مع إن كان الطرف الآخر<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: معايير اعتبار الشرط تعسفياً

يجب أن يتوفر فيما يمكن اعتباره شرطاً تعسفياً مفروضاً من قبل المزود أمران متلازمان هما:

#### أولاً: التعسف في استعمال السلطة الاقتصادية

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

#### ثانياً: وجود الميزة المجحفة

إن استخدام المزود في تعاقدته مع المستهلك لنفوقه الاقتصادي من أجل فرض شروطه بطريقة تؤدي إلى حصوله على ميزة مجحفة، يعني أن الميزة هي نتيجة لهذا الاستخدام

1 - المادة 3 من القانون 02/04، المرجع السابق.

2 - سي الطيب محمد أمين، المرجع السابق، ص 96.

التعسفي، وقد انتقد تعبير الميزة المجحفة، واعتبر غامضاً، لكنه يبقى قريباً من النصوص العامة التي تعاقب على الغبن<sup>1</sup>، فكلاهما يعبر عن الفكرة نفسها وهي الضرر اللاحق بالعدالة العقدية. غير أن الشروط التعسفية تنصب على شروط تبعية تتعلق بتنفيذ العقد<sup>2</sup>.

### الفرع الثالث: دور القانون و القضاء في مواجهة الشروط التعسفية

قضت المواد 149 من القانون المدني المصري و المادة 204 من القانون المدني الأردني تطابق تام في التعبير "انه إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية، جاز للمحكمة أن تعدل، هذه الشروط أو تعفى الطرف المذعن منها. ذلك وفقاً لما تقضى به العدالة، ويقع باطلاً كل اتفاق". على خلاف ذلك يتضح من هذين النصين أن المشرعين أراد أن يحميا الطرف المذعن حماية فعالة من تعسف الطرف الأقوى<sup>3</sup>.

أما في فرنسا فإن الحماية القانونية للمستهلك لم تتحقق من خلال القواعد العامة في القانون المدني، و لكن نجدها قد تحققت في القواعد الخاصة بقوانين حماية المستهلك، وذلك بمحاولة الحد من الشروط الغير العادلة، و بالتالي تعكس إساءة لاستعمال قدراته الاقتصادية<sup>4</sup>، فنجد أن هذه القوانين أعطت للقاضي دون غيره سلطة تقدير ما إذا كان الشرط تعسفياً أم لا. شرط أن تحتل عبارات العقد المعنى الذي توصلت إليه. و تمتد سلطة القاضي إلى إزالة اثر التعسف والى إلغاء الشرط وفقاً لما تقتضيه اعتبارات العدالة<sup>5</sup>.

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

1 - المرجع السابق، ص 84-85.

2 - المرجع نفسه، ص 85.

3 - عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الانترنت (دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن 2007، ص 336.

4 - عبد الفتاح بيومي، حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 97.

5 - المرجع نفسه، ص 97.

أشكال لا يمكن التصدي لها. كما انه أعطى بدوره سلطة للقاضي في تفسير هذه الشروط و يعني انه يجوز للقاضي تفسير الشرط التعسفي الواضح ضد المشتري أو تعديله أو استبعاده حماية للطرف الضعيف<sup>1</sup>.

أما المشرع الجزائري فقد استفهت حمايته للشروط التعسفية من خلال تعريفه لها، ذلك من خلال تحديده لدائرة الشروط التعسفية بعقود الإذعان التي تعني وجود تفوق ما، فهذه النقطة أو الخطوة تكشف عن نيته في مكافحتها ولا ندعي أن المشرع قد وصل إلى أكبر حماية. ولكنها مرحلة أولية لبناء نظام متكامل يضع العدالة أساسه... كما أن المادة 149 من القانون المدني المصري السالفة الذكر اعتبرت من طرف الفقه أداة قوية في يد القاضي، يستطيع من خلالها منح حماية فعالة للمستهلك، لأنه هو الوحيد الذي يملك حق تقديرها إذا كان الشرط تعسفياً، مادامت عبارات العقد تحتل المعنى الذي اخذ به. ولا رقابة لمحكمة النقض على تقديره فله عند اكتشافه لشرط غير عادل سواء تعديله بما يزيل التعسف أو إلغائه تماماً، كما انه لا يجوز للمتعاقدين أن يتفقا على نزع هذه السلطة من يد القاضي باتفاق خاص<sup>2</sup>.

في مثل هذا الاتفاق يعد مخالفا لنظام العام، فتطبيق هذه القواعد في العقود الإلكترونية تحقق حماية واسعة للمستهلك الإلكتروني بوصفه الطرف الضعيف<sup>3</sup>.

كما أن المشرع قام بإعداد قائمة الشروط التي تعتبر تعسفية و التي يمنع إدراجها في العقود، و يكون مصيرها البطلان إذا عمد احد طرفي العقد إلى فرضها على الطرف الآخر ومن ذلك شرط الإغفاء من المسؤولية رغم انتقاد ذلك من بعض فقهاء القانون، فقالوا على انه تقييد من سلطة القاضي في تقدير الشروط التعسفية.

إلا أن كلا الطريقتين تعتبران أسلوباً للحد من هذه الشروط. كما أن الجمع بين أسلوبين معا فيه ضمان أكثر للحماية فيما لو اعتمد أسلوب واحد.

1 - المرجع نفسه، ص4.

2 - غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني مذكرة لنيل شهادة الماجستير، في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012، ص38.

3 - المرجع نفسه، ص185.

من الملاحظ أن المشرع الجزائري في هذا الخصوص شدد من نطاق الحماية، بحيث انه عاقبت المادة 38 من قانون الممارسات التجارية كل محترف يدرج شرط تعسفا من عقد بغرامة تقدر ب 50 ألف إلى 5 ملايين دينار جزائري و هذه المحاولة فيها ردع للمحترف المهني على فرض سلطته على المستهلك بشروط تثقل كاهله<sup>1</sup>.

---

1 - المادة 38 من القانون 04-02 المرجع السابق.

## الفصل الثاني

### الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

## الفصل الثاني:

### الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

لقد وضع المشرع الجزائري قانونا خاصا جديدا رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الخارجية الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات إلى جانب قانون العقوبات والقانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، لعل كل هذا يساهم في تحقيق الحماية الجنائية للمستهلك في هذا المجال. وهدفنا من خلال هذا المحور هو تبيان مدى إمكانية توفير المشرع الجزائري الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني وفقا للقوانين السارية المفعول في هذا الشأن و على هذا سنتناول الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الخدع ، الغش والاحتيال في مبحث أول وبعدها دراسة الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني و الجرائم المستحدثة بموجب القانون 05-18 الجديد المتعلق بمنع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات وكذا الإخلال بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني في مبحث ثاني

## المبحث الأول:

### الحماية الجزائية ضد (الخداع، الغش التجاري والاحتيال)

إن المستهلك الإلكتروني يمكن أن يكون ضحية جرائم تقليدية سواء خداع، غش أو احتيال ولهذا أقر المشرع الجزائري حماية له جراء هذه الجرائم في قانون العقوبات المعدل والمتمم وقانون 103-09<sup>1</sup> المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ولهذا سوف نتناول كل جريمة على حدى.

### المطلب الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع والغش.

إن المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع ضحية للغش والخداع، وبالرجوع للقانون الجزائري نجد أن المشرع لم يولي حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني، وهذا ما دفعنا للبحث في الحماية الجنائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة. وباستقراء قانون العقوبات الجزائري نجد انه فرق بين جريمتي الخداع والغش، بأن وضع لكل منهما الأوصاف الخاصة بها، ولهذا سنتعرض لكل جريمة على حدى.

### الفرع الأول: جريمة الخداع.

لم يعرف المشرع الجزائري الخداع، لكن الفقه عرفه على أنه: إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه.

كما يعرفه البعض الآخر بأنه القيام ببعض الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء موضوع العقد على نحو مخالف للحقيقة.

ومنه ينبغي أن يؤدي الخداع إلى التأثير على المستهلك وإيقاعه في غلط حول المنتج، وهو يختلف عن جريمتي النصب و الغش.

### أولاً: أركان جريمة الخداع: تتحقق جريمة الخداع بتوافر الركنين المادي والمعنوي.

- الركن المادي: نصت المادة 68 منه على جريمة الخداع<sup>2</sup>.

ويتوفر الركن المادي لجريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول:

❖ كمية المنتجات المسلمة

1- القانون 03-09 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ( ج ر ع 15 مؤرخة في 08 فبراير 2009)

2- المرجع نفسه.

- ❖ تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقا
- ❖ قابلية استعمال المنتج
- ❖ النتائج المنتظرة من المنتج
- ❖ طرق الاستعمال و الاحتياطات اللازمة

ونفس المادة أحالتنا إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، ونجد أن الركن المادي في هذه المادة يتوفر في كل فعل يصدر من الجاني، يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

ونجد أن هذه الجريمة تتحقق وبكثرة في التجارة الإلكترونية خاصة وأن التعاقد الإلكتروني يتم عن بعد.

ولكن يطرح الإشكال خاصة مع تعدد الوسائل وصور الخداع في التجارة الإلكترونية، والتي قد تخرج عن الصور المحددة لها على سبيل الحصر في كلا المادتين، وبهذا قد يفلت الجاني من العقاب.

- **الركن المعنوي:** تعتبر جريمة الخداع جريمة عمدية يشترط لتحقيقها القصد الجنائي بعنصريه العلم والإرادة، أي انصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع العلم بأركانها، وأن القانون يعاقب عليها. كما تجدر الإشارة إلى أن المادة 168<sup>1</sup> لم تشترط إلحاق الضرر بالمستهلك، ولهذا صنفها البعض ضمن جرائم الخطر وليست من جرائم الضرر.

### ثانيا: العقوبات المقررة لجريمة الخداع:

أحالت المادة 68 من 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيما يخص العقوبة إلى المادة 429 من قانون العقوبات، فيعاقب بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

<sup>1</sup> القانون 03-09 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ( ج ر ع 15 مؤرخة في 08 فبراير 2009

وتتشدّد العقوبة المقررة حسب المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وكذا المادة 430 من قانون العقوبات إلى 5 سنوات حبس وغرامة إلى 500.000 دج، إذا كنت الجريمة أو الشروع فيها ارتكب بإحدى الوسائل المنصوص عليها بالمادتين السابقتي الذكر. بالإضافة إلى تقرير مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا عن جريمة الخداع وذلك حسب ما جاء في نص المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري. وتطبق عليه عقوبة الغرامة حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر من قانون العقوبات، وعقوبة من العقوبات التكميلية. بالإضافة إلى مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الجريمة

### الفرع الثاني: جريمة الغش.

يعتبر الغش المرتبط بالتجارة الإلكترونية أحد أشكال الجرائم الإلكترونية وفي نفس الوقت أحد أشكال الجرائم الاقتصادية، أي أن الغش التجاري عبر الإنترنت يقع ضمن الغش التجاري التقليدي وأيضا داخل نطاق الجريمة الإلكترونية، وهذا ما يجعلنا نتعرض للجريمة طبقا للقواعد العامة<sup>1</sup>

---

1 خلوي عنان نصيرة ، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت ، رسالة ماجستير ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، 2013 ص92

## أولاً: أركان جريمة الغش.

تقوم جريمة الغش كغيرها من الجرائم على ركنين أساسيين، مادي ومعنوي.

### - الركن المادي:

تنص المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري على مجموعة من الأفعال جاءت على سبيل الحصر. غير أنه نجد المادة 70 استعملت لفظ التزوير بدلا من لفظ الغش الذي ورد في المادة 431 من قانون العقوبات، كما استعملت المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش كذلك لفظ الغش والتي أحالت إلى المادة 432 من قانون العقوبات الجزائري، ويمكن إيجاز الركن المادي لجريمة الغش في 3 صور :

- ❖ إنشاء مواد أو سلع مغشوشة: ويقصد بالغش كل تغيير أو تشويه يقع على جوهر المادة سواء بتغيير عناصر الشيء ذاته أو خلطه بمنتجات أخرى أو إضافة مادة غريبة أو إنقاص شيء من عناصرها النافعة.
- ❖ عرض المواد أو البضائع المغشوشة للبيع<sup>1</sup>، فيكفي لقيام الجريمة أن تكون لبضاعة المغشوشة معروضة أو موضوعة للبيع.
- ❖ التعامل في مواد خاصة تستعمل في الغش: تنص المادة 431/3 من قانون العقوبات الجزائري على تجريم التعامل في مواد وأجهزة خاصة تستعمل في الغش، قصد تكريس مبدأ وقاية الصحة العامة وهو ما منتشر في المواقع الإلكترونية خاصة في غياب الرقابة على السلع المعروضة.

### - الركن المعنوي:

جريمة الغش جريمة عمدية، تتطلب توافر القصد الجنائي العام، ويتحقق ذلك باتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الغش مع علمه به، أي يعلم بأن ما يقوم به من تزيف و تزوير في السلعة. وتعد جريمة الغش من الجرائم الوقتية التي تقع بمجرد وقوع الغش أو استعمال المواد في الغش، وهي تتطلب توافر القصد الجنائي وقت وقوع الفعل، أما بالنسبة لأفعال العرض والوضع

<sup>1</sup>تشتترط المادة 431 فقرة 2 ق ع ج بان تكون البضاعة المغشوشة معروضة او موضوعة للبيع اي في متناول المستهلك

للبيع فهي من الجرائم المستمرة، ولهذا إذا كان الجاني لم يعلم بالغش وقت بدايته ، لكنه علم به بعد ذلك، فإن القصد الجنائي محقق في حقه.

### ثانيا: العقوبات المقررة لجريمة الغش.

تمثل جريمة الغش جنحة معاقب عليها بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 10.000 دج إلى 50.000 دج وذلك حسب ما جاء في المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري.

وترفع عقوبة الحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات والغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج، إذا ألحقت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو قدمت له إلى مرض أو عجز عن العمل.

كما يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج إذا تسببت تلك المادة فيمرض غير قابل للشفاء أو في فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة. ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد، إذا تسببت المادة في موت إنسان.

بالإضافة إلى العقوبات السابقة الذكر فقد نصت المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على عقوبات تكميلية تكمن في مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الغش وفي جميع الحالات يتم مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة استعملت لارتكاب الجريمة<sup>1</sup>.

1 بن سماعيل سلسبيل ، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري ، كلية الحقوق ، جامعة غرداية ، مجلة المعالم للدراسات القانونية والسياسية العدد الثاني ديسمبر 2017 ص 297

## المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الاحتيال.

إن الاحتيال في التجارة الإلكترونية يعتبر من أكثر الجرائم انتشارا وإضرارا بالمستهلك، والتي يقع فيها نتيجة التعاقد عن بعد عبر الانترنت. ونظرا لكون المشرع الجزائري لم يتناول نصوص خاصة تجرم الاحتيال الإلكتروني فإننا نطبق القواعد العامة الخاصة بجريمة النصب. وسنحاول دراستها من خلال فرعين الأول بعنوان أركان جريمة الاحتيال، والثاني العقوبات المقررة للجريمة.

### الفرع الأول: أركان جريمة الاحتيال.

من استقراء المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري نجد أن جريمة النصب تقوم بتوافر مجموعة من العناصر وهي:

- ❖ استعمال وسائل ومناورات احتيالية لإيقاع الغير في الخطأ.
- ❖ تسلم القيم بواسطة تلك الوسائل.
- ❖ أن يسبب التسليم ضررا ماديا للمالك.
- ❖ توفر القصد الجنائي.

### أولاً: الوسائل الاحتيالية المستعملة.

يفترض القيام بالنصب من قبل الفاعل استعمال وسائل احتيالية من شأنها إيقاع الضحية في الغلط.

وقد حدد القانون الوسائل وهي استعمال أسماء كاذبة، أو صفات كاذبة أو استخدام سلطة خيالية، أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء، أو في وقوع حادثة أو واقعة وهمية أخرى أو الخشية من وقوع شيء.

وتكون هذه الوسائل وخاصة بالنسبة لاستعمال أسماء أو صفات كاذبة الأسهل والأكثر انتشارا في مجال التجارة الإلكترونية والتي يكون ضحيتها المستهلك.

### ثانيا: تسلم القيم.

لا يكفي استعمال أسماء أو ألقاب كاذبة أو صفات كاذبة، أو الوسائل الأخرى الواردة في المادة 372 من قانون العقوبات لقيام جريمة النصب، وإنما يجب أن يتحصل الفاعل جراء استعمال هذه الوسائل على قيم أو أموال غير شرعية إضراراً بالغير. وعليه فلا نكون أمام نصب إذا تم استخدام أسماء أو صفات كاذبة أو وسائل احتيالية أخرى دون أن يكون الهدف منها تسلم القيم<sup>1</sup>.

### ثالثا: سلب كل ثروة الغير أو البعض منها أو الشروع في ذلك.

بالإضافة إلى العناصر السابقة يجب أن يتم سلب كل أو بعض ثروة الغير أو الشروع في ذلك، أي أن يلحق ضرر بالضحية حتى نكون أمام جنحة النصب.

### رابعا: القصد الجنائي.

جريمة الاحتيال أو النصب من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر القصد الجنائي العام بالإضافة إلى القصد الخاص.

ويتمثل القصد العام في علم الجاني بأن الأفعال التي يأتيها من الوسائل الاحتيالية والتي من شأنها خداع المستهلك وحمله على التسليم يعاقب عليها القانون. أما القصد الخاص فيتمثل في نية الاستيلاء على مال المستهلك.

وفي الأخير وقبل التطرق إلى العقوبات المقررة لجريمة النصب سنتناول بعض صور الاحتيال، التي يمكن أن يقع فيها المستهلك الإلكتروني ومن بينها:

❖ عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها بالرغم من سداد ثمنها.

❖ انتحال اسم أحد مواقع التسويق الشهيرة.

وهو ما يقابل انتحال صفات وأسماء كاذبة، بحيث ينتم خداع المستهلك ويوهمه بأنه الموقر الشهير تمهيدا لسلبه أمواله بدون مقابل.

كذلك قد يعتبر من صور الاحتيال على المستهلك الإلكتروني الترويج لسلع مقلدة شبيهة بمنتج أصلي عالي الثمن والجودة.

1-لحسين بن شيخ ، مذكرات في القانون الجزائي الخاص ، دار هومة الجزائر ط 5 ، 2006 ص ، 189

كما قد يتم الترويج لسلع غير معروفة باستخدام الإعلانات الكاذبة والمضللة، إذ يلجأ بعض المنتجين إلى الترويج لسلعهم غير المعروفة باستعمال إعلانات وهمية وكاذبة من شأنها غش المستهلك.

### الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال.

عقوبة جريمة النصب هي الحبس من سنة إلى 5 سنوات على الأكثر وغرامة من 5.000 دج إلى 20.000 دج (المادة 372 من قانون العقوبات)، وتشدد العقوبة إذا لجأ الشخص إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية، وتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 200.000 دج.

بالإضافة إلى العقوبات الأصلية يمكن تطبيق عقوبات تكميلية تتمثل في الحرمان من الحقوق الواردة في المادة 14 أو من البعض منها والمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل إلى 5 سنوات على الأكثر.

## المبحث الثاني:

### الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني و الجرائم

#### المستحدثة بموجب القانون (18-05).

إن المساس بالبيانات الخاصة للمستهلك الإلكتروني أو بالمعطيات المخزونة أصبحت جرائم العصر مع التقدم التكنولوجي واستعمال أجهزة الآلية ووسائط الاتصال والانترنت في مجال التجارة وأصبح ما يعرف بالتجارة الإلكترونية ، وأصبح هناك ضحايا لهذه الأفعال عن بعد ، هذا ما دفع بأغلب التشريعات إلى سن قوانين خاصة من شأنها حماية هذه المعطيات والبيانات الآلية وكذا قمع جميع الأعمال التجارية الإلكترونية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية وقد تجعل من المستهلك الإلكتروني ضحية لها .

وهذا سلكه المشرع الجزائري بسنه في بداية الأمر القسم السابع مكرر تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات 394 مكرر وما يليها بقانون العقوبات الجزائري وتماشيا والتطور الحاصل وأصبح العالمي التجارة عبارة عن قرية رقمية تم ميلاد قانون خاص جديد 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات يوقع عقوبات مالية غرامات فقط عند الإخلال بهذه القواعد ولعل الهدف منه هو إعادة التوازن في اختلال مراكز التجارة الإلكترونية بين طرف ضعيف هو المستهلك الإلكتروني والثاني قوي يفرض بنوده كيف ما شاء أمام الحاجة الملحة لإشباع حاجيات المستهلك.

وعليه سوف نتناول من خلال هذا المبحث التلاعب بالمعطيات الآلية المخزونة ومنع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات في المطلب الأول ، ونتناول الإخلال بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني في المطلب الثاني.

**المطلب الأول: التلاعب بالمعطيات الآلية الشخصية ومنع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات.**

**الفرع الأول : التلاعب بالمعطيات الآلية الشخصية**

لقد نص المشرع الجزائري على هذه الجريمة في المادة 394 مكررا ق ع ج والتي سنتناولها كصورة من صور المساس بالبيانات الآلية الشخصية للمستهلك الإلكتروني أثناء قيامه بمعاملات تجارية عبر الوسائط الإلكترونية.

**أولاً: أركان جريمة التلاعب بالمعطيات الآلية**

لقيام هذه الجريمة يتطلب توفر الركن المادي والمعنوي لها.

**أ- الركن المادي:**

يتحقق الركن المادي بإحدى الأفعال الواردة على سبيل الحصر في نص المادة السالفة الذكر وهي: الإدخال غير مصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو أي إزالة أو تعديل بغير تصريح ، بمعنى أن هذه الأفعال من شأنها أن تغير البيانات الآلية الشخصية للمستهلك فتخلف ضرر<sup>1</sup>.

**ب- الركن المعنوي:**

هي جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي العام والخاص ، بحيث يتمثل القصد العام في علم الجاني بأن إدخال أو إزالة أو تعديل غير مصرح به على بيانات المستهلك ومعطياته دون رضاه يعاقب عليها قانونا ، أما القصد الخاص هو نية الإضرار بالمستهلك الإلكتروني.

**ثانيا : العقوبات المقررة لهذه الجريمة**

بالرجوع لنص المادة 394 مكرر 1 قع ج نجد أن عقوبة النصب هي الحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات وغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج.

1 - محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 179.

بالإضافة إلى ما نصت عليه المادة 394 مكررة قع ج بأنه كعقوبة تكميلية تتمثل في مصادرة الوسائل و الأجهزة والبرامج المستخدمة مع إغلاق الموقع والمحله أو مكان ارتكاب الجريمة إذا كان مالكة على علم بذلك<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني: منع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات

لقد نص المشرع الجزائري على هذه الجريمة وحدد صورها في المواد 03-05-20 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تمنع عرض للبيع أو البيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 03 من نفس القانون

### أولاً: أركان الجريمة

لقيام هذه الجريمة يتطلب توفر الركن المادي والمعنوي لها.

أ- الركن المادي: يتحقق الركن المادي سواء بعرض للبيع أو البيع عبر الوسائط الإلكترونية ما يلي :

- المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 03 من القانون 05-18 وهي:

- ❖ لعب القمار والرهان واليانصيب.
- ❖ المشروبات الكحولية والتبغ .
- ❖ المنتجات الصيدلانية.
- ❖ المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية .
- ❖ كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به مثل الألعاب النارية و المفرقات المحظور بيعها داخل التراب الوطني.
- ❖ كل سلعة أو خدمة تستوجب قانوناً أعداد عقد رسمي وتتطلب شكليات قانونية معينة مثل بيع و شراء السيارات.

- المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 05 من القانون 05-18 وهي:

- ❖ العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة قانوناً بموجب نص خاص.

1 - بن إسماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص 302.

❖ الخدمات التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي .

- كما يمنع كذلك بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا كانت موجهة للتحويل وهذا ما نصت عليه المادة 20 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

ب- الركن المعنوي:

هي جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي العام ، بحيث يتمثل القصد العام في علم المخالف بأن القانون يمنع عرض للبيع أو بيع هذه الخدمات و السلع والتي جاءت على سبيل الحصر إلا أن المخالف يقوم بذلك .

### ثانيا : العقوبات المقررة لهذه الجريمة

بالرجوع للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع اقر جرائم وعقوبات حسب طبيعة السلع والخدمات والعقوبات وجاءت كلها غرامات فقط وهي كما يلي:

❖ تقرر المادة 37 من القانون أعلاه العقوبة بالنسبة لبيع أو عرض للبيع السلع والخدمات المنصوص عليها في المادة 03 عبر الوسائط الإلكترونية بغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.00 دج.

❖ ويمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من 1 شهر إلى 06 أشهر.

❖ تقرر المادة 38 من نفس القانون العقوبة بالنسبة لبيع أو عرض للبيع السلع والخدمات المنصوص عليها في المادة 05 عبر الوسائط الإلكترونية بغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج .

❖ ويمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري.

❖ بالرجوع للمادة 35 من القانون 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم يعاقب على مخالفة المادة 20 من القانون 05-18 بغرامة من 100.000 دج إلى 3.000.000 دج.

❖ يمكن تسليط عقوبات أخرى وذلك بحجز البضائع موضوع المخالفات والعتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها وهذا ما نصت عليه 39 من القانون 02-04 أعلاه .

## المطلب الثاني: الإخلال بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني

لقد نص المشرع الجزائري على هذه الجرائم وحدد صورها في المواد 11-12-25-30-1-3-32-34 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وهي كما يلي:

### أولاً: أركان الجريمة

لقيام هذه الجريمة يتطلب توفر الركن المادي والمعنوي لكل جريمة. وصور الركن المادي لهذه الجريمة يمكن حصرها فيما يلي:

أ- بالنسبة للركن المادي لمخالفة المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني عندما يخالف كل مورد إلكتروني أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11-12 من القانون 05-18 وهي:

- ❖ أن يكون العرض التجاري الإلكتروني مرئي ومقروء ومفهوم ويتضمن معلومات تتعلق بالمورد الإلكتروني ولكن ليس على سبيل الحصر والمعلومات الآتية:
- ❖ رقم تعريفه الجبائي .
- ❖ عنوانه المادي و الرقم الإلكتروني له.
- ❖ طبيعة وخصائص أسعار السلع والخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم .
- ❖ حالة توفر السلعة والخدمات مدة وصلاحيّة العرض الإلكتروني .
- ❖ الشروط العام للبيع ككيفية المصاريف وآجال التسليم ..... الخ .

-احترام مراحل الثلاثة لمروور طلبية منتج أو خدمة والمتمثلة في:

- ❖ وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني أي علم ودراية تامة لمستهلك إلكتروني
- ❖ التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني من حيث ماهية المنتجات والخدمات (السعر الكمية ، الإلغاء والتصحيح)
- ❖ تأكيد الطلبية من قبل المستهلك الإلكتروني بناء على المعلومات الموجودة في العرض وتكوين العقد.

إلزام كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري وهذا ما نصت عليه المادة 25 من هذا القانون 05-18.

ت- الركن المادي بالنسبة لمخالفة المتطلبات الإشهار الإلكتروني عندما يكون كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية لا تلبى المقترضيات المنصوص عليها في المواد 30-31-32-34 من القانون 05-18 وهي:

- ❖ أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية وتحدد طبيعته ( تخفيض ، مكافأة ، هدية ، ترويج..... الخ).
- ❖ عدم نشر أي إشهار أو ترويج لكل خدمة أو سلع ممنوعة من التسويق السالفة الذكر.
- ❖ أن تكون منظومة المورد الإلكتروني يسمح من خلالها لكل شخص التعبير عن رغبته مجاناً.
- ❖ أن تسمح بتحديد الشخص صاحب الرسالة .

#### ب- الركن المعنوي:

هي جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي العام ، بحيث يتمثل القصد العام في علم المورد الإلكتروني بأن القانون يشترط ويلزم عليه بعض المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية وكذا عند إشهاره الإلكتروني عبر الوسائط الإلكترونية أو بخصوص حفظ المعاملات بسجلات إلا أنه لا يلتزم بذلك المورد الإلكتروني وبالتالي هذا ما يجعل المستهلك الإلكتروني ضحية له.

#### ثانياً : العقوبات المقررة لهذه الجريمة

بالرجوع للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع اقر جرائم وعقوبات حسب طبيعة الالتزام وجاءت كما يلي:

- تقرر المادة 39 من القانون أعلاه العقوبة لكل مورد يخالف الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 12-11 بغرامة من 50.000 دج إلى 500.00 دج .

ويمكن للقاضي أن يأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز

06 أشهر .

- تقرر المادة 40 من نفس القانون العقوبة بالنسبة لكل مورد إلكتروني يخالف أحكام المتعلقة بالإشهار الإلكتروني عبر الوسائط الإلكترونية المنصوص عليها في المواد 30-31-32-34 بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج .

- تقرر المادة 41 من نفس القانون كل مورد إلكتروني يخالف أحكام المادة 25 من هذا القانون المتعلقة بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

## الخاتمة:

بعد بحثنا في موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، وجدنا بأن المشرع قد انتبه إلى حاجة هذه الفئة من المستهلكين والتي تتعاقد عبر الوسائل الحديثة للحماية، رغم أنه قد سبقتنا العديد من الدول لفرض هذه الحماية، كما أننا وجدنا بأن قانون التجارة الإلكترونية نظم الكثير من مراحل التعاقد الإلكتروني، كالعرض التجاري الإلكتروني، الإشهار، الطلية المسبقة، التعاقد الإلكتروني الوفاء والتسليم. . إلخ.

وقد خلصنا إلى أن المشرع الجزائري قد وفق في توفير الحماية في الكثير من الأمور، لكن رغم ذلك فقد لمحننا نوعا من التخوف من التعاملات الحديثة لدى الجزائريين، والسبب راجع بشكل رئيسي لعدم تطور قواعد البيانات في الجزائر.

ومن الملاحظات التي سجلناها أثناء بحثنا نذكر ما يلي:

■ لم يعتبر المشرع في قانون التجارة الإلكترونية التضليل الإعلاني جريمة خطيرة يعاقب عليها، كونه قد يبنني عليه التعاقد بأكمله ويكون معيبا أو باطلا، فقد اكتفى باشتراط وضوح الإعلان وألا يكون مضللا لكن يصعب كشف التضليل في المجال الإلكتروني.

■ أهمل المشرع بعض المراحل المهمة في التعاقد الإلكتروني التي قد تحمي المستهلك الإلكتروني أيما حماية، أهمها مرحلة المفاوضات التي تعد أساس فرض الشروط التعسفية أو الإذعان.

■ تركيز المشرع على الإعلام أو ما يعرف بالتتوير المعلوماتي بدءا من مرحلة العرض التجاري وصولا إلى مرحلة التعاقد وحسنا فعل فلإعلام أساس الثقة بين المستهلك والمورد الإلكترونيين.

■ كما لاحظنا عدم ذكر العيوب التقليدية للتعاقد ذكرا مباشرا كالغلط والتدليس والإكراه والغبن والاستغلال عكس القانون المدني المتخصص في العقود، رغم كونها تؤثر بشكل كبير على التعاقد ليصل إلى حد إبطاله إن بلغت حدا كبيرا من الجسامة.

■ كما لاحظنا عدم نص المشرع في قانون التجارة الإلكترونية على حماية خاصة من الإذعان والشروط التعسفية عدا نصه على عدم تضمين العرض خانات توجه الاختيار.

- تركيز نصوص قانون التجارة الإلكترونية على الضرر الذي يحدثه لمورد الإلكتروني دون لغير في أغلب المواد، رغم أن التجارة الإلكترونية تتيح للغير وبسهولة الدخول في ثنايا التعاقد أو المعاملة التجارية والإضرار بالمستهلك الإلكتروني عكس التعاقد التقليدي.
  - المشرع نص على الحق في العدول ضمن المعلومات التي يتضمنها العرض التجاري الإلكتروني والأولى أن يتضمنها العقد التجاري الإلكتروني، لكن المشرع وفر حماية مقبولة للمستهلك الإلكتروني بما يعرض بالضمانات المستحدثة كاحترام آجال التسليم و ضمان تسليم مطابق وتحميل المورد كافة تبعات إخلاله بأحد التزاماته المترتبة عن ذلك.
  - لم يفرد المشرع في تعديل قانون العقوبات الذي أدرج فيه فصل الجرائم الماسة بنظام المعالجة الآلية للمعطيات" أحكاما خاصة بجرائم المعلومات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، فقد نص على الجرائم المتعلقة بمعالجة البيانات بوجه عام وبالتالي لم يوفر حماية كاملة تخول قانون التجارة الإلكترونية الاعتماد عليه.
  - لم يدرج المشرع في قانون التجارة الإلكترونية أي نصوص تعاقب جرائم معروفة تمس التجارة الإلكترونية كالقرصنة أو تمس المستهلك الإلكتروني خصوصا كجرائم الغش والخداع والاحتيال وخيانة الأمانة والتزوير وسرقة بطاقات الدفع ما صعب علينا إيجاد أركان كل جريمة، لأنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص قانون.
  - لم يشر المشرع للمورد أو المصنع الذي يغش عمدا السلع بل اكتفى بذكر تسليم مبيع غير مطابق.
  - بالنسبة للعقوبات المقررة لمختلف الجرائم تجنب المشرع عقوبة الحبس ما قد يفتح المجال أمام الممارسات الغير نزيهة من قبل الموردين الإلكترونيين والغير.
- التوصيات:
- بالرغم من النقائص التي شابت قانون التجارة الإلكترونية إلا أنه وبالنظر لحدائته وعلى اعتباره أول قانون يهتم بحماية المستهلك الإلكتروني فإن الفرد الجزائري كان أحوج ما يكون إليه، وفي هذا السياق بالإمكان الإشارة إلى بعض التدابير التي يمكنها تدعيمه:

- تدعيم التطبيق الفعلي لنصوص قانون التجارة الإلكترونية التي جاءت فيه وعدم الاكتفاء بتركها حبرا على ورق.
- تدعيم الرقابة الميدانية وتدعيم الدور الفعال للجان المراقبة والأعوان المكلفين بذلك خصوصا في الجانب المعلوماتي بوضع منصات رقابة (قاعات إلكترونية بالمركز الوطني للسجل التجاري والغرف الجهوية للتجارة وغيرها).
- تسريع استصدار نصوص تنظيمية تدعم قانون التجارة الإلكترونية، ويبدو أن المشرع بدء في هذه العملية بإصداره للقانون 89/19 المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري الصادر في الجريدة الرسمية عدد رقم 17 الصادرة بتاريخ 10 رجب 1440 هـ الموافق لـ 17 مارس 2019.

## قائمة المراجع:

### الأوامر و القوانين:

- الأمر رقم :75- 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 م ، المتضمن القانون المدني ، ج ر ، العدد 78 ،الصادرة بتاريخ 24 رمضان عام 1395 هـ الموافق 30 سبتمبر 1975،ص990 ، المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1426 هـ الموافق 20 جوان سنة 2005 م ، ج ر ج ج / العدد ، 44 ، الصادرة بتاريخ 19 جمادى الأولى عام 1426 هـ الموافق 26 جوان سنة 2005م.
- الأمر رقم : 75- 59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري ، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 05- 02 المؤرخ في 06 فبراير 2005 ، ج ر ج ج / العدد 11 الصادرة بتاريخ 09 فيفري 2005م
- الأمر رقم : 66 - 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق لـ 08 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات ، ج ر ج ج / العدد 49، الصادر بتاريخ 21 صفر عام 1386 هـ الموافق لـ 11 جوان 1966م ، المعدل و المتمم.
- القانون 04-02، المؤرخ 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004
- القانون 09-03 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر، العدد 15 الصادرة في 08 فبراير 2009
- القانون 18 - 05، المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية ج ر،ال عدد 28 ، الصادرة في 16 ماي 2018.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، عدد 05، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج ر، عدد 61، الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2001،(ملغى).

الكتب:

- محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، د ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية . 2003 .
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008
- فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية (دراسة مقارنة )، ط1 ، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010
- عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الانترنت (دراسة تحليلية) ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الأردن 2007
- عمر محمد عبد الباقي. الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008
- محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية للطباعة و النشر، دون بلد النشر، 2003. عبد المنعم موسى إبراهيم. ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة ) الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2007
- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، (دراسة مقارنة )، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006
- خالد محمود إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة، مصر، 2008
- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، (دراسة مقارنة )، دار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، 2003
- إلياس ناصيف، العقود الدولية، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، الطبعة الأولى، دار توزيع المنشورات الحقوقية، بيروت، لبنان، 2009
- لحسين بن شيخ ، مذكرات في القانون الجزائري الخاص ، دار هومة الجزائر ط 5، 2006
- محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007

الرسائل والمذكرات الأكاديمية:

- بن غيدة إيناس , الحماية المدنية للمستهلك في العقود الالكترونية , مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق, جامعة تلمسان, 2015
- جلول دواجي بلحول, الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية , مذكرة لنيل شهادة الماجستير , جامعة تلمسان , 2015.
- غدوشي نعيمة, حماية المستهلك الإلكتروني مذكرة لنيل شهادة الماجستير, في القانون , فرع المسؤولية المهنية , كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة مولود معمري, تيزي وزو 2012
- خلوي نصيرة, الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت, ( دراسة مقارنة ) , مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون, فرع المسؤولية المهنية, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة مولود معمري, تيزي وزو .
- مسعودي نادية, واعراب ثليلي, فعالية أحكام حماية المستهلك في القانون الجزائري, مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق, شعبة قانون الأعمال, كلية الحقوق والعلوم السياسية, قسم القانون, جامعة عبد الرحمان ميرة, بجاية, 2011- 2012
- زوبير أرزقي, حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة, مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون, فرع المسؤولية المهنية, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة مولود معمري, تيزي وزو, 2011
- خولة فرحات, أثر التجارة الالكترونية تحسين نوعية الخدمة المصرفية - دراسة حالة البنك الالكتروني monabank- رسالة ماجستير في إدارة الأعمال, جامعة الحاج لخضر, باتنة, 2008
- سي الطيب محمد أمين, الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك, مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص, كلية الحقوق, جامعة أبو بكر بلقايد, تلمسان, 2008,
- خلوي عنان نصيرة , الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت , رسالة ماجستير , جامعة مولود معمري تيزي وزو , 2013,

## قائمة المراجع

- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، الطبعة الأولى 2008 دار الفكر الجامعي الازاريطة بالإسكندرية

المجلات :

- قدة حبيبة، مفهوم عملية التحويل المصرفي وطبيعتها القانونية، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد العاشر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014

- بن سماعيل سلسبيل ، الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري ، كلية الحقوق ، جامعة غرداية ، مجلة المعالم للدراسات القانونية والسياسية العدد الثاني، ديسمبر 2017

- كمال بلارو ، الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري ، جامعة الاخوة منتوري - قسنطينة 1 ، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال ، العدد السابع ، ديسمبر 2019

المدخلات:

- آمنة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، تحت عنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومي 13 و14 أبريل 2008.

الصفحة	العنوان
	مقدمة
02	الفصل الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
03	المبحث الأول: الحماية المدنية قبل التعاقد (الإلتزام بالإعلام. الإعلانات التجارية الإلكترونية)
04	المطلب الأول: الإلتزام بالإعلام الإلكتروني
04	الفرع الأول: المقصود بالإعلام الإلكتروني
08	الفرع الثاني: محل الحق في الإعلام الإلكتروني
12	المطلب الثاني: حق المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية
12	الفرع الأول: المقصود بالإعلان التجاري الموجه إلى المستهلك
14	الفرع الثاني: قواعد حماية حق المستهلك في مواجهة الإعلانات
17	المبحث الثاني: الحماية المدنية بعد التعاقد (مخاطر الوفاء الإلكتروني والحق في العدول. الشروط التعسفية )
17	المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء وحقه في العدول.
17	الفرع الأول: طرق الدفع الحديثة وحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء
22	الفرع الثاني: طرق حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء وتقريره لحق العدول
25	المطلب الثاني : حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

25	الفرع الأول: تعريف الشرط التعسفي
26	الفرع الثاني: معايير اعتبار الشرط تعسفيا
27	الفرع الثالث: دور القانون و القضاء في مواجهة الشروط التعسفية
31	الفصل الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني
32	المبحث الأول: الحماية الجزائية ضد (الغش التجاري. الخداع. الاحتيال)
32	المطلب الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع والغش
32	الفرع الأول: جريمة الخداع
34	الفرع الثاني: جريمة الغش.
37	المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الاحتيال.
37	الفرع الأول: أركان جريمة الاحتيال.
39	الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال.
40	المبحث الثاني: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني و الجرائم المستحدثة بموجب القانون 05-18
41	المطلب الأول: التلاعب بالمعطيات الآلية الشخصية ومنع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات.
41	الفرع الأول : التلاعب بالمعطيات الآلية الشخصية
42	الفرع الثاني: منع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات

## الفهرس

44	المطلب الثاني: الإخلال بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني
47	الخاتمة