



قسم الحقوق

حماية المستهلك من مظاهر المنافسة غير المشروعة

مذكرة ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:
د. بن داود ابراهيم

إعداد الطالب :
- بن قيدة أحمد
- العيداني خالد

لجنة المناقشة

رئيسا
مقررا
ممتحنا

د/أ. عمراوي مارية
د/أ. بن داود ابراهيم
د/أ. درماش بن عزوز

الموسم الجامعي 2020/2019



قسم الحقوق

حماية المستهلك من مظاهر المنافسة غير المشروعة

مذكرة ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:
-د. بن داود ابراهيم

إعداد الطالب :
- بن قيدة أحمد
- العيداني خالد

لجنة المناقشة

رئيسا
مقررا
ممتحنا

-د/أ. عمراوي مارية
-د/أ. بن داود ابراهيم
-د/أ. درماش بن عزوز

الموسم الجامعي 2019/2020



كلمة شكر

انطلاقاً من قوله تعالى:

(و من شكر فإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ) سورة النمل ، الآية 40

و ما جاء عن النبي ص فيما رواه عنه أبو هريرة -عليه السلام- حيث قال :

(من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

أخرجه الترمذي في سننه : كتاب البر و الصلة ، باب ما جاء في الشكر لمن أحسن إليك ، 339/4، ح 1954

أتقدم بخالص الشكر و عظيم الامتنان و بالغ التقدير و الاحترام إلى أستاذي الفاضل : الدكتور **براهيم بن داود** ، و ذلك اعترافا مني بفضلته و كرمه و رعايته لي ، و لم يبخل علي بالنصح أو التوجيه أو إرشاد إلى الصواب و الرشاد ، فأسأل الله أن يحفظه و يبارك له و فيه ، ليكون دوما منارة للعلم يستنير بها طلبة القانون .

كما و أتقدم بعظيم الشكر و التقدير إلى:

عضوي لجنة المناقشة الأستاذين الكريمين، لتكرمهما بقبول مناقشة هذه المذكرة، و إثرائها بالملاحظات القيمة.

كما و أتقدم إلى كل من قدم لي يد المساعدة في عملي هذا

كما لا يفوتني أن أتقدم بعظيم الشكر إلى كل أساتذتي الذين كان لي الشرف بقيامهم و تدريسهم لي ؛ أساتذة كلية الحقوق و أسأل الله أن يجزيهم عني خير الجزاء.

إهداء

إلى قائدي و قدوتي رسول الله ص إيمانا و تصديقا. إلى الذي رباني ، و أدبني ، و علمني ، و دائم دعائي أن ربي ارحمه كما رباني صغيرا ...والذي العزيز رحمه الله . إلى رمز المحبة و الحنان ، إلى التي عن شكرها يعجز اللسان إلى التي رفع الله من شأنها ، و جعل الجنة تحت أقدامها أمي الغالية حفظها الله و أطال في عمرها إلى كل إخوتي إلى كل أصدقائي؛ و أخص بالذكر الأستاذ مسلمي جموعي إلى كل من نسيه قلبي و علمني حرفا في هذه الدنيا، وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع.

إلى كل أساتذتي في قسم الحقوق.

إلى قارئ هذا الإهداء.

بن قيدة أحمد

إهداء

إلى الذي رباني ، و أدبني ، و علمني ، و دائم دعائي أن ربي ارحمه كما رباني
صغيرا ...والذي العزيز رحمه الله .
إلى رمز المحبة و الحنان ، إلى التي عن شكرها يعجز اللسان إلى التي رفع الله من
شأنها ، و جعل الجنة تحت أقدامها أمي الغالية رحمها الله
و إلى كل إخوتي و إلى كل أصدقائي.
إلى كل من نسيه قلبي و علمني حرفا في هذه الدنيا، و إلى كل من ساعدني في إنجاز
هذا العمل المتواضع.
إلى كل أساتذتي في قسم الحقوق.
إلى قارئ هذا الإهداء.

العيداني خالد

ملخص الدراسة:

عنوان الدراسة: حماية المستهلك من مظاهر المنافسة غير المشروعة.
نستنتج مما سبق أن فكرة اكتساب المزود لوصف المستهلك غير دقيقة، بسبب أن الشخص المبحوث عن حمايته هو الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، وبالتالي هو الأولى في تطبيق نصوص قانون الاستهلاك عليه، أما المزود الذي يتمتع بالخبرة والقوة في المعاملات الاقتصادية، فإن الحماية التي يمكن أن تتوفر له هي التي نصت عليها قواعد القانون المدني.
كما ان حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني تتبع أيضًا من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية.
و ما نستخلصه من خلال ما سبق عرضه أن العقود التي تبرم في سبيل الإستهلاك و التي تتم عن بعد هي فئة جديدة من العقود تتميز عن غيرها في طريقة إبرامها و طرق تنفيذها و التي توجت إلى التوازن بين الأطراف المتعاقدة نحو ضمان سلامة المستهلكين بعيدا عن احتراافية البائع أو المنتج.

Study summary:

Study title: Consumer Protection from the Appearances of Unfair Competition.

We conclude from the foregoing that the idea of the supplier's acquisition of the description of the consumer is imprecise, because the person sought to protect him is the weak party in the contractual process, and therefore he is the first to apply the provisions of the consumption law to him, and as for the supplier who has experience and power in economic transactions, the protection that can Available to him are stipulated by the rules of civil law.

The consumer's need for protection in electronic contracting also stems from the fact that the consumer is the least experienced and knowledgeable party in electronic commercial transactions, and the least powerful in the economic equation.

And what we conclude from what has been presented above is that contracts concluded for the sake of consumption and that are done remotely are a new category of contracts that are distinguished from others in the way they are concluded and methods of implementation, which culminated in a balance between the contracting parties towards ensuring the safety of consumers away from the professionalism of the seller. Or the product.

الكلمات المفتاحية:

حماية المستهلك - المنافسة - المنافسة غير المشروعة

key words:

Consumer protection - competition - unfair competition

مقدمة

مقدمة:

إن قصور النظرية التقليدية للالتزامات في حماية المستهلك، والتطور التقني الحديث أديا إلى صدور العديد من القوانين والتشريعات الخاصة بحماية المستهلك، فالتطور التكنولوجي الحديث في مجال الاتصالات والمعلومات، وخصوصاً في السنوات القليلة الماضية أسهم في دخول الأجهزة الإلكترونية في مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، وهو ما أثر أيضاً على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية، سواء من حيث الاتفاق المنشئ لها، أو من حيث طريقة الوفاء للالتزامات القانونية المترتبة عليها.

نتيجة للثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين ظهرت مشكلة حماية المستهلك كون هذا الأخير الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مع المهني الذي هو في مركز قوة في مواجهة المستهلك، أيضاً لأن التعاقد في المعاملات الإلكترونية يكون عن بعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك.

كما تضمن قانون التجارة الإلكترونية لدوقية لوكسمبورج نصوص لحماية المستهلك وأهمها إعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة بالمورد وبمواصفات السلع والخدمات والعملية التي يتم بمقتضاها السداد ومدة العرض والسعر وشروط القرض وحق المستهلك في العدول عن التعاقد والمطالبة بإبطال الشروط التعسفية في العقد¹.

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

1. أسباب اختيار الموضوع :

تعود أسباب اختياري لهذا الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية :
الأسباب الذاتية :

- الرغبة في إماطة اللثام عن الإجراءات القانونية لي هكذا مواضيع .
- محاولة إبراز دور قانون في تحقيق الأهداف و حماية المستهلك .
- الميول الشخصي والاهتمام الكبير بالقضايا المتعلقة بهذا الموضوع.

الأسباب الموضوعية :

- الرغبة في معالجة المواضيع المتعلقة بحماية المستهلك.
- قلة الدراسات القياسية التي تخص موضوع.
- إثراء المكتبة بهذا المواضيع.

¹ - زروق يوسف: حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني، جامعة زيان عاشور الجلفة - الجزائر، 2013، ص55.

2. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى بيان حاجة المستهلك للحماية من المنظور التقليدي والتقني، والكشف عن مدى الحاجة لحماية المستهلك قبل إبرام العقد الإلكتروني، كما وتهدف أيضًا إلى توضيح وضع التشريعات السارية في الجزائر والمتعلقة بحماية المستهلك، والتعرف على حقوق المستهلك في كافة مراحل العقد الإلكتروني، بالإضافة إلى الكشف عن مدى حاجة المستهلك للإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني.

3. أهمية الدراسة:

1. ظهور حاجة ملحة لدراسة هذا الموضوع، نظرًا للتطور الحاصل في مجال التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات، بحيث أصبح المستهلك رهينة شروط المزود عند تعاقدته إلكترونيًا من أجل شراء سلعة، أو خدمه معينة هو بحاجة ماسه إليها.
2. بالرغم من التطور العلمي والتقني، إلا أن المستهلك لا يزال يعاني من الغش والتحايل عند تعاقدته إلكترونيًا، بالإضافة إلى ضعف نوعية السلع والخدمات وارتفاع أسعارها، وهذا ما دفعني إلى البحث ومحاولة الوصول إلى حلول وطرق قانونية سواء أكانت حماية مدنية أو جزائية، تساعد المستهلك وتحميه عند تعاقدته إلكترونيًا، فالثقة والأمان من أهم ما يحتاج إليه المستهلك عند تعاقدته إلكترونيًا.
3. إن حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني تنبع أيضًا من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية

4. الإشكالية :

تناولنا موضوع حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث و التفصيل بسبب حدائته و ما يواكب التعاقد الإلكتروني من تطور علمي، حيث أصبح العالم سوق كبيرة إضافة إلى ظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية التي أدت إلى دفع العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم عمى حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني.

تكمن إشكالية الدراسة في بيان المشكلات التي تواجه المستهلك إلكترونيًا، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، فهذه الدراسة ستقوم بالإجابة على التساؤلات التالية:

- هل أن النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك سواء في القانون الجزائري أو التشريعات المقارنة تضمن حماية كافية و فعالة للمستهلك الإلكتروني؟
- ما هي مبررات حماية المستهلك من المنظور التقليدي والتقني؟

5. المنهج المتبع:

اعتمدنا في دراستنا موضوع حماية المستهلك الإلكتروني بإتباع منهج تحليلي مقارنة.

6. خطة الدراسة:

قسمنا خطة الدراسة إلى فصلين الأول تناولنا ماهية المستهلك الإلكتروني و في الفصل الثاني تناولنا آليات حمايته.

الفصل الأول: ماهية المستهلك الإلكتروني

المبحث الأول: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

المبحث الثاني: الحماية القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني
المبحث الأول: آليات حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني
المبحث الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني

تمهيد:

إذا كانت 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 برهانا لمقتضيات الحياة الاقتصادية و الاجتماعية القائمة ومدى تأثيرها بالتقنيات السائدة في محيطها، فلا شك أن تتبع حركة القانون و تطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بالمستجدات الاقتصادية والاجتماعية و التكنولوجية في المجتمع.

لذا كان لا بد 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 المهني الطرف المحترف.

سوف نتطرق في هذا الفصل إلى هكذا مباحث:

المبحث الأول: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

المبحث الثاني: الحماية القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني

المبحث الأول: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

بعد أتساع مستخدمي الانترنت في العالم بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك و حمايته من الغش و الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الانترنت 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 الانترنت و حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية مع افتقاره إلى التنوير المعلوماتي التقني.

- التطور الحديث في شبكة الانترنت.
- حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية.
- افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني.

المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني

تعدد الخلاف حول تعريف المستهلك الذي يعتبر موضوع حماية مختلف القوانين سواء في التشريع الجزائري أو التشريعات المقارنة، بحيث تباينت التفسيرات بصدد ضبط فكرة المستهلك كونها من المفاهيم المهمة التي ينبغي تحديدها من خلال التشريع و الفقه و هذا ما سنعمل على الإحاطة به و ذلك بتحديد تعريف المستهلك في الفقه (أولا)، وتعريفه في بعض التشريعات (ثانيا).¹

أولا: التعريف الفقهي للمستهلك.

المستهلك في عقد الاستهلاك كثيرا ما يكون عرضة للمخاطر و الإضرار بمصالحه نظرا لوضعه الضعيف، و هذا ما أثار جدلا فقها كبيرا حول فكرة المستهلك، فظهر اتجاهين الاتجاه الأول هو الذي يضيق من تعريف المستهلك و الاتجاه الثاني يوسع من تعريفه، و سنتطرق للاتجاهين فيما يلي:

¹ - إبراهيم خالد ممدوح، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص91

أ: التعريف الضيق للمستهلك.

يعتبر المستهلك وفقاً للاتجاه الضيق كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة وحاجات من يعولهم من الأشخاص و ليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته أو مشروعه فالمستهلك هو الذي يسعى لتحقيق احتياجاته الشخصية أو احتياجات أفراد أسرته،¹ وقد وصل التشدد في تضيق مفهوم المستهلك حسب هذا الاتجاه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي و عن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى و لو كان خارج مجال اختصاصاته المهنية على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلاً.

من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيًا محترفًا أثناء تعاقدتهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه.²

ووفقاً لهذا الاتجاه المستهلك هو الشخص الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض غير مهني ، كما يمكن أن يشمل بعض الأشخاص الاعتبارية الخاصة، كالجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية و لا تهدف إلى تحقيق الربح.³ فيلزم توفر ثلاث عناصر لاكتساب صفة المستهلك.

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

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

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

2007 ، ص 92

2 - عبد الله ليندة، 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. ص 21

3 - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، 8002 ، ص. ص.

76-78.

• أن يكون محل الاستهلاك هو السلع و الخدمات:

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

• أن يكون الغرض غير مهني:

تبقى ضرورة القصد من استعمال الخدمة أو السلعة لغرض غير مهني، فهو يعتبر معيار جوهري لاعتبار الشخص مستهلكا¹.

ب: التعريف الواسع للمستهلك.

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

يشمل المستهلك الشخص الذي يستخدم السلع و الخدمات لاستخدامه الشخصي إضافة إلى المهني أو المحترف الذي قد يكون شخصاً طبيعياً أو شركة أو منتجاً، فيعتبر مستهلكاً عندما يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر ضعيفاً مثله مثل المستهلك العادي، فقد يجد المهني نفسه في مواجهة المتعاقد المحترف كالتاجر حينما يشتري أثاثاً لمحلته و المحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لحاجات مهنته يعتبران غير مهنيين بالنسبة للمحترف في مجال الأثاث و الآلات، فلا يدخل هذا في اختصاص صاحب المحل أو المحامي.

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

كما نلاحظ أن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك، و العبرة من إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذا الأخير يمكن أن يكون في مركز ضعف سواء اقتصاديا أم فنيا قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده المالية، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية، و يكون الضعف من الناحية الفنية حين لا يتمتع بالقدرة الفنية لإقتناؤه للمنتجات تماما مثل المستهلك العادي.¹

تعريف المستهلك:

وجدت فكرة حماية المستهلك منذ فترة بعيدة، إلا أنه ومن ناحية قانونية ليس هناك إتفاق أو إجماع حول تعريف المستهلك، فتحديد المقصود بفكرة المستهلك² يتراوح بين معيارين، الأول ينظر إلى المستهلك على أنه شخص يتصرف خارج نشاطه التجاري أو المزود دون اعتبار للغاية من هذا التصرف³، بعكس المعيار الثاني الذي يعتد بالغرض أو الهدف أو الغاية من التصرف، فالمعيار الأول هو معيار واسع، أما المعيار الثاني فهو معيار ضيق.

ويمكن أن يستخلص مما سبق أن المستهلك في المعيار الضيق هو الذي يكتسب السلع، أو يستعمل الخدمات، بحيث يكون هذا الاكتساب أو الاستعمال للسلع والخدمات الاستهلاكية لغرض غير الغرض المزود، حيث يشمل مفهوم المستهلك الشخص الطبيعي والشخص المعنوي بشرط أن

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

² - يعرف المستهلك من الناحية اللغوية بأنه المنفق، فالمتبع للفظ (إستهلك) يجد أنه مأخوذ من الفعل هلك، ومن ثم فإن لفظ (إستهلك) يأتي بمعنى الإنفاق والنفاذ. آبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزي: القاموس المحيط. الطبعة الأولى. بيروت: مؤسسة الرسالة. 1987. ص 1237. القيسي، عامر قاسم أحمد: الحماية القانونية للمستهلك. الطبعة الأولى. الأردن: الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع. 2002. ص 09.

³ - حسن، طرح البحوث على: عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطني. الطبعة الأولى. مصر: دار الفكر الجامعي، 2007، ص 102.

يكون نشاطه غير مزود كالجمعيات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح، كما يجب أن يتعلق محل العقد بالسلع أو الخدمات¹، بحيث أن كل الأموال تصلح لأن تكون محل عقد الاستهلاك إذا تم استعمالها و اكتسابها لغرض غير مزود، بغض النظر عما إذا كانت هذه المواد الاستهلاكية تنتهي من أول استعمال لها، أو يدوم استهلاكها لفترة طويلة، أما الخدمات على مختلف أنواعها سواء كانت خدمات يدوية، أو خدمات ذهنية، أو خدمات مالية تصلح لأن تكون محلا لعقد الاستهلاك شريطة أن لا تكتسب أو تستعمل لغرض مزود، فالغرض غير المزود يعد المعيار الجوهرى للفرقة بين المستهلك والمزود، بمعنى يعد مستهلكاً كل من يكتسب، أو يستعمل سلعة أو خدمة لغرض غير مزود أي لأغراض شخصية أو عائلية.

ويلاحظ أن معظم القوانين أخذت بالاتجاه المقيد²، ومنها³ قوانين حماية المستهلك في كل من فلسطين ومصر وفرنسا.

المطلب الثاني: 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 الإلكتروني في التشريع الجزائري.

لم يرد أي تعريف للمستهلك في أول قانون يخص حماية المستهلك الذي صدر سنة 1989 لكن تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش في المادة 2 فقرة 9 حيث عرف المستهلك أنه " كل شخص يفتني بثن أو مجانا منتوجا⁴.

1 - دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان حماية المستهلك من الشروط التعسفية، منير البصري - احمد المنصوري الجمعة 1/ 20:20 الساعة 2020 <http://droitcivil.over-blog.com/article-5144927.html>

2 - معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس): مراجعة نقدية لمشروع قانون حماية المستهلك الفلسطيني . فلسطين 2004 . ص2

3 - هناك العديد من التشريعات العربية التي أخذت بالمفهوم المقيد للمستهلك منها قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم 24 لسنة 2006، والقانون اللبناني لحماية المستهلك رقم 13068 لسنة 2004 ، وقانون سلطنة عمان رقم 81 لسنة 2002 ، كما أنه يلاحظ

من نصوص مشروع قانون حماية المستهلك الأردن لسنة 2006 أنه أخذ بالمعيار المقيد (أنظر المادة 2 من المشروع الأردني)

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

أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي، لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به¹ .

و كذلك جاء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 3 منه على أن المستهلك هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني"²، و يلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية و المعنوية شريطة أن يكون مجردة من الغرض المهني لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك.

أما القانون الجديد رقم 09-03 تحديدا في المادة 3 فقرة 1 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش عرف المستهلك كالتالي المستهلك " هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجّهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" ، و عليه فهذه المادة جاءت لتأكيد موقف المشرع من التعارف السابقة و كذلك لبيان موقفه اتجاه التشريعات المقارنة، وبهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن تعريف ملائم³.

وأخيرا يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة،⁴ إذن المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد

1 - أنظر المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، جريدة رسمية عدد 5 الصادرة في 31/01/1990.

2 - أنظر المادة 1 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41 ، الصادرة بتاريخ 27/06/2004 معدل و متمم

3 - أنظر المادة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة رسمية، عدد 15 الصادرة في 08/03/2009.

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

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

ب: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري.

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

كما عرفت المادة المذكورة سابقا المنتجات على أنها " السلع و الخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص و تشمل السلع المستعملة التي يتم عليها من خلال مورد² ". و نلاحظ في هذه المادة إغفال المشرع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك (الغرض المهني)، و من خلال استقراءنا لهذه المادة نلاحظ من أول وهلة أن المشرع المصري أخذ بالمفهوم الواسع من خلال لفظ (كل شخص) إلا أنه يتعين لنا من عبارة إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية على أنه استقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.

أما بالنسبة للفقهاء المصري يتنازع بين الاتجاه 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 و العائلية"، و بالتالي لا يكتسب صفة مستهلك من يتعاقد

1 - إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص. 21.

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

لأغراض مهنته أو مشروعته" ، و يعارض هذا الاتجاه الفقيه " حمد الله محمد حمد الله " الذي يؤيد الاتجاه الواسع هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك¹.

كما لم يرد أي تعريف للمستهلك الإلكتروني وبناءا على ذلك يمكن أن نعرفه بأنه " ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع و الخدمات لغير الأغراض التجارية و يتسلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية²".

ج: تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي.

عرف 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 مهني³".

فلاحظ أن المشرع الفرنسي تناول تعريف المستهلك بصفة عرضية و أعتمد 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 مهني⁴"، ورغم ذلك صدر هذا القانون في صياغته خاليا من أي تعريف للمستهلك الإلكتروني.

كما تطرق لتعريف المستهلك التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، حيث اعتبر المستهلك "كل شخص طبيعي يتصرف خارج نشاطاته المهنية، ويعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معفي من الحماية المقررة للمستهلك ولو كان الشخص الذي تصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا⁵".

¹ -زوجال يوسف، مرجع سابق.

² -إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص.21.

³ - القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان www.legifrance.gouv.fr

⁴ - قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 جويلية سنة 1993 . www.justic.gouv.fr

⁵ - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997 www.juriscom.net.

أما التوجيه الصادر في 5 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين فقد نصت المادة الثانية منه "أن المستهلك كل شخص طبيعي و في إطار العقود المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية" ، فعدم التصرف يكفي لإضفاء صفة المستهلك على الشخص المراد حمايته بقواعد حماية المستهلك.

وفي أحدث أحكام محكمة النقض الفرنسية في هذا الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، فقد رفضت محكمة النقض اعتبار التاجر مستهلكاً بالنسبة لعقد توريد المياه الخاصة بمحله التجاري، ورفضت تطبيق المادة 132-1 من قانون الاستهلاك والخاصة بالشروط التعسفية على هذا العقد لوجود صلة مباشرة بين العقد ونشاط التاجر.¹

فالمستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء أو إيجار أو قرض أو انتفاع و غيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع و خدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.²

ويستنتج من قرارات المحاكم الفرنسية السابقة الذكر أنها رفضت إضفاء صفة المستهلك على المزود عندما يقوم بإجراء تصرف قانوني له علاقة مباشرة مع نشاطه المزود الذي يباشره، وحتى ينطبق وصف المستهلك على المزود، يجب أن يكون التعاقد خارج نشاطه المزود، أي يتعلق بإشباع حاجاته الشخصية والعائلية.

¹- Les dispositions de l'article L.132 - 1 du code de la consommation , relatif aux clauses abusives , ne s'appliquent pas aux contrats de fournitures de biens ou de services qui ont un rapport direct avec l'activité professionnelle exercée par le cocontractant " Cass.civ , 1^{ère} ch , 5 mars 2002 , bull.I , n° 78 , p 60 , disponible sur. www. legifrance.gouv. fr.

أنظر: التهامي، سامح عبدالواحد: التعاقد عبر الإنترنت. مرجع سابق. ص 255.

² - أو شن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص القانون الإداري، كلية الحقوق، عنابة، 2012 ، ص 05

المبحث الثاني: الحماية القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني

نتيجة الثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين، وما أدت إليه من ضخامة الإنتاج والتوزيع، ظهرت مشكلة حماية المستهلك، وفرضت نفسها على المشرعين في معظم دول العالم، حيث كشفت عن قصور التشريعات القائمة عن بيان مفهوم المستهلك، ودفعت المشرعين إلى سد هذا الفراغ التشريعي، فالبحت في وسائل حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني يحتاج إلى بيان مفهومي المستهلك والمزود في التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول : حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي

تتم المعاملات الإلكترونية عبر شبكة دولية للانترنت فهي تتعدى حدود دولة معينة فقد تعددت مظاهر و أشكال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي كونه الطرف الضعيف والمهني المحترف الطرف القوي، فمن الهيئات الدولية التي تعمل على حمايته منها المنظمة الدولية للمستهلك ، و حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي وأخيرا في منظمة التعاون الاقتصادي .

1.حماية المستهلك الإلكتروني في المنظمة الدولية للمستهلك:

تعاضمت الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة مشكلات التي تواجه المستهلك و هذا ما ساعد بشكل كبير في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك التي تأسست سنة 1960 من قبل خمسة منظمات للمستهلكين، جمعت كل من الولايات المتحدة الأمريكية، بلجيكا، بريطانيا، هولندا أستراليا، وقد بلغ عدد دول الأعضاء فيها في حدود سنة 1995 أكثر من مائة دولة، و أكثر من مائتي عضو علما أنه يشترط في الدول و المنظمات المنخرطة فيها المقاييس التالية:¹

- ألا يكون لها أهداف تجارية.
- أن تكون متمتعة باستقلالية تامة.

¹ - أرزقي زويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011 ، ص.44

- ألا تلجأ إلى الإشهار في منشوراتها أو في مجالاتها.
- ومن الأهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك:
- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية، الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحايل المقارنة للمواد و الخدمات وتبادل 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 النشرات الدورية التي تهتم حماية المستهلك.¹

2. حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي:

بما أن التعاقدات الإلكترونية تتم في الغالب على المستوى الدولي مما يستدعي العمل على وضع وسائل قانونية مناسبة من أجل الحماية الدولية للمستهلك الإلكتروني، فالمجلس الأوروبي أصدر بهذا الشأن عدة توجيهات منها التوجيه الذي نص على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك يجب عمل مؤتمرات دولية للمعاملات التجارية الإلكترونية و خاصة تلك التي تتم خارج أوروبا، إضافة إلى التوجيه المتعلق بالقواعد التي تحدد المحكمة الأفضل للمستهلك وبصفة خاصة في معاهدة روما الصادرة في 19 مايو 1980.²

ويعد التوجيه الأوروبي 07/97 الصادر في 20 ماي 1997 أهم توجيه علي المستوى الأوروبي إذ أنه ينظم ق واعد لحماية المستهلكين في العقود عن بعد بإلزام الموردين و المهنيين بواجب إعلام المستهلك بالبيانات و المعلومات الأساسية للسلعة أو الخدمة، و كذلك عن طرق الدفع و التسليم والتنفيذ كما أعطى له الحق في الرجوع عن التعاقد في المادة 6 منه " أنه وفي

1 - خالد إبراهيم ممدوح، مرجع سابق، ص 38-39.

2 - أوغن حنان، مرجع سابق، ص 06.

العقود المبرمة عن بعد بواسطة إحدى تقنيات الإتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل إعتباراً من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، و من تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات و دون جزاء و غرامة و دون الحاجة لبيان الأسباب¹.

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

كما تبني الإتحاد الأوروبي في 26 يونيو 2002 توجيهها يتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بعد وهو 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 الإلكترونية².

3. حماية المستهلك الإلكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية:

كان لمنظمة التعاون و التنمية الاقتصادية دور في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الانترنت في 09 ديسمبر 1999، حيث أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات و المشروعات و المستهلكين على الصعيد الوطني و الدولي³.

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

2 - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي، سوريا،

2009 ، ص 127

3 - نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص ص 165-166.

من التوجيهات التي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادية و التنمية على سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ما يلي:

- يجب أن يكون هناك مستوى معين من الحماية للمستهلك الذي يقوم بعمليات تجارة إلكترونية أو عمليات بيع عن بعد.
- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك وبلغة مفهومة له و أن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية و كذلك نوع السلع والخدمات التي يقدمها.
- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن و طريقة الدفع و الضمانات المقدمة و طريقة 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: حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الداخلي

1. حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري:

إن المشرع الجزائري لم يعالج حماية المستهلك الإلكتروني اكتفى بوضع القواعد العامة بحماية المستهلك فالقانون الصادر في 1989/02/07² ينظم المبادئ الأولية و العامة للمستهلك تم إصداره في 30 مادة موزعة على ثلاثة أبواب الباب الأول يتضمن أحكام عامة في 13 مادة ولباب الثاني يتضمن أحكام إجرائية، أما الباب الثالث فيتضمن أحكاما جزائية وهذه المواد تنص على حماية المستهلك و الاعتراف بحقوقه المشروعة و أهمها:

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

² - القانون رقم 89-02 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد6. الصادرة بتاريخ 1989/02/08. ملغى

- ❖ الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحته و أمنه و مصالحه المادية.
 - ❖ الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس و المواصفات القانونية.
 - ❖ الحق في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة و حقه 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 و ذلك باتخاذ إجراءات لازمة لرقابة جودة المنتجات و الخدمات.
- و من بين خصائص قانون حماية المستهلك:
- ❖ يفرض نظاما للرقابة.
 - ❖ جزاءات (إجراءات جزائية).
 - ❖ يفرض فيه 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 التعويض.
- ثم ألحق المشرع بالقانون 89-02 عدّة قوانين و تنظيمات أخرى من شأنها تنظيم العلاقة بين عمليتي الإنتاج و الاستهلاك و من أهمها:
- ❖ القانون رقم 04-04 مؤرخ في 23/06/2004 يتعلق بالتقييس.¹
 - ❖ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق بالجودة و قمع الغش.²
 - ❖ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات و الخدمات.³

¹ - القانون رقم 04-40 مؤرخ في 23-06-2004 المتعلق بالتقييس، جريدة رسمية عدد 41، الصادرة بتاريخ 27-06-2004.

² - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بالجودة و قمع الغش، مرجع سابق (ملغى.)

³ - المرسوم التنفيذي رقم 90/266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات و الخدمات، مرجع سابق

❖ المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1991 يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية و تنظيمها.¹

❖ المرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16-10-2001 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.²

❖ كما أن المشرع الجزائري نظم لأول مرة الانترنت كنشاط اقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي 257/98 المؤرخ في 25/08/1998 المتضمن ضبط شروط و كفاءات إقامة خدمات الانترنت و استغلالها، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 200/307 المؤرخ في 14/10/2001.

2. حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الفلسطيني:

عرف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 في المادة الأولى منه المزود بأنه "الشخص الذي يمارس باسمه، أو لحساب الغير نشاطاً يتمثل في توزيع، أو تداول، أو تصنيع، أو تأجير السلع، أو تقديم الخدمات"، ولفظ شخص هنا ينصرف إلى كل من الشخص الطبيعي والمعنوي، بينما عرف القانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 في المادة الأولى منه المورد بأنه "كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو بإنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الإتجار في إحدى المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك، أو التعاقد، أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق"، ونجد أن هناك اختلاف طفيف بين كل من تعريف المزود في كل من القانونيين الفلسطيني والمصري، فالفلسطيني أطلق على المزود لفظ المزود، أما قانون حماية المستهلك المصري فقد أطلق عليه لفظ المورد، كذلك فإن قانون حماية المستهلك الفلسطيني جاء على ذكر أن الشخص المزود يمكن أن يمارس النشاط باسمه، أو باسم الغير، بينما أغفل المشرع المصري هذا الجانب.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية، معدل و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-495. جريدة رسمية عدد 80 الصادرة في 07-12-1997.

² - المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، جريدة رسمية عدد 61 الصادرة بتاريخ 21-10-2001 ملغى.

فالطرف الثاني في التعاقد الإلكتروني، والذي يتمثل بالمزود يسعى إلى التعاقد مع المستهلك، وبالتالي يقع على عاتقه العديد من الالتزامات منها: تزويد المستهلك بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلع والمنتجات قبل إبرام العقد الإلكتروني، و التزامه بضمان سلامة المستهلك، وضمان العيوب الخفية.

3. حماية المستهلك الإلكتروني في القانون المصري

لم يكن في مصر قانون ينظم عقود الاستهلاك عدا بعض القوانين الخاصة بقمع الغش التجاري و التدليس و حماية المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية و مكافحة الإغراق، و حماية الاقتصاد القومي على الرغم من حتمية وجود تشريع لحماية المستهلك في المعاملات التجارية التجارية الإلكترونية كون المستهلك يعجز عن الصمود اتجاه الشركات و المنشآت التجارية التي تملك مواقع الويب المنتشرة على شبكة الانترنت و التي تسيطر على أدوات المعلوماتية¹.

فقد صدر قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 و هو يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام، و صون حقوق المستهلك الأساسية و تأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرف فيها، و حمايته كذلك من الغش و الإعلان المخادع في المادة السادسة تنص على أنه " يجب على كل مورد و معلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج و خصائصه، و تجنب ما قد يؤدي إلى خلق إنطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط" ، فالمشرع 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 الأربعة 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 تعاقد مع المستهلك بما في ذلك المحررات و المستندات الإلكترونية البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته وخاصة بيانات قيده في السجل التجاري الخاص بنشاطه و علامته التجارية أن وجدت"، إضافة

¹ - ابر هيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص12

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 و قائم بذاته في مجال حماية المستهلك ينظم الأداة التشريعية و التنظيمية و الإجرائية للمستهلك بما يؤدي إلى تحديد الجهات و الهيئات المسؤولة عن هذه الحماية.¹

4. حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الفرنسي:

وضع المشرع الفرنسي ترسانة هائلة من التشريعات و النظم الخاصة بحماية المستهلك و من أهم هذه القوانين، القانون الصادر في 02 جويلية 1963 الخاص بالدعاية و الإعلانات المضللة و القانون الصادر في 22 ديسمبر 1972 الخاص بتنظيم البيوع التي تتم في المنازل، و القانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المسمى بقانون روبير و الخاص بتنظيم وسائل الدعاية والإعلان المشروعة، ثم أصدر قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد رقم 949 الصادر في 02 يوليو 1993 وهو يتكون من خمس أجزاء يتعلق بضرورة التزام المزود أو التاجر بالإدلاء بالمعلومات التي تبصر المستهلك من خلال التعاقد و الذي يكون بين غائبين.²

كما أنه تماشياً مع السياسات التشريعية الفرنسية التي تهدف إلى حماية المستهلك نجد أن قانون التوقيع الإلكتروني رقم 810 لسنة 8000 ولائحته التنفيذية لم يشيراً صراحة إلى مبدأ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، إلا أن الشروط التي وضعها المشرع الفرنسي للقيام بعملية التصديق على شهادات مقدمي هذه الخدمة يبدو واضحاً منها أن هدفها هو حماية المستهلك.³

¹ - أنظر المواد 4، 6، 8، من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ، مرجع سابق

² - HOUTAIT Mazen, Protection du consommateur dans les contrats conclus par internet, op.cit. p 267

³ - القانون الفرنسي بشأن تطويع قانون الإثبات لتكنولوجيا المعلومات و التوقيع الإلكتروني رقم 320 لسنة 2000 المنشور في

الجريدة الرسمية عدد 62 سنة 2000 www.justic.gouv.fr

تناول المشرع الفرنسي في نص المادة 111 من القانون رقم 949-93 على أن المزود الذي يعرض منتجاته عبر الانترنت يجب أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة وعلى 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 بمقتضى المرسوم 741 لسنة 2001 أنه .." بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطي للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم طلبه لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع.¹

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 25aout 2001.voir : www.legifrance.gouv.fr

خلاصة:

نستنتج مما سبق أن فكرة اكتساب المزود لوصف المستهلك غير دقيقة، بسبب أن الشخص المبحوث عن حمايته هو الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، وبالتالي هو الأولى في تطبيق نصوص قانون الاستهلاك عليه، أما المزود الذي يتمتع بالخبرة والقوة في المعاملات الاقتصادية، فإن الحماية التي يمكن أن تتوفر له هي التي نصت عليها قواعد القانون المدني.

و التجارة الإلكترونية لا تختلف عن التجارة التقليدية من حيث العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات ويختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر إذ أنها في التجارة التقليدية مكلفة ومتعبة ومرهقة ومصاريفها كثيرة المشرع الجزائري وسع من نطاق ومفهوم التجارة الإلكترونية واعتبرها كل معاملة تتم بالوسائل الإلكترونية والانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الإلكترونية .

القانون رقم 18 05 يطبق على المعاملات التجارية الإلكترونية المحل إبرام وتنفيذ في الجزائر وألزم الموردين الإلكترونيين بفتح موقع الكتروني بالجزائر وإنشاء بطاقة المورد الإلكتروني مع الالتزام بعرض تجاري الكتروني يحتوي على بيانات المورد الإلكتروني و بيانات السلعة والخدمة ويجب أن يكون هذا العرض بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة مع تحديد عناصر العقد الإلكتروني وتنفيذ الالتزامات المتبادلة بين طرفي العقد الإلكتروني كتوقيع المستهلك الإلكتروني لوصول التسليم الفعلي وحفظ البيانات وسجلات التعامل الإلكتروني وملفات الزبائن من طرف المورد الإلكتروني . يخضع الموردين الإلكترونيين لرقابة ضباط وأعاون الشرطة القضائية وأسلاك الرقابة التابعة لإدارة التجارة وتحرر ضدهم و محاضر في حال ثبوت المخالفات المثبتة بمحاضر تسرد وقائع المخالفة ونقترح العقوبة لتسلط عليهم العقوبات بالإضافة إلى عقوبات جرائم الأعمال التجارية الأخرى

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني

تمهيد:

شهد العالم اليوم تطورات عالية الأهمية و دقيقة النتائج و الآثار مما يستدعي وضع آليات قانونية لحماية المستهلك حين يلجأ إلى التعاقد الإلكتروني، وذلك ين إبراز عقد البيع المبرم عبر الانترنت عقد بيع أمين وموثوق، فعادة عرض السلع و الخدمات كثيرا يا تصاحبه المبالغة في الدعاية والإعلان وهذا الأمر يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك وقد يوقعه مما لاشك في مغالطة تضر بمصالحه.

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

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

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني

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 بتزويده بالمعلومات عند التعاقد يعه (المطلب الأول)، وحقه في الرجوع و العدول عن التعاقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول : الإعلام الإلكتروني و حق المستهلك

يعتبر الحق في الإعلام من أهم وأبرز 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 يا يؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك دون علم حقيقي بالمنتج، لذا حرصت التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني، ونحاول في خلال هذا المطلب أن نوضح المقصود من الحق في الإعلام الإلكتروني يع تبيان مبرراته، ثم دراسة يحل الحق في الإعلام إضافة إلى حماية المستهلك ين الشروط التعسفية.

1. المقصود بالإعلام الإلكتروني:

إن عدم التساوي في المعرفة بالمعلومات بين المتعاقدين بشأن يحل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف إلي مراكز القانونية لأن الطرف الضعيف يتعرض لاستغلال الطرف الأقوى صاحب الخبرة (المحترف)،¹ إن هذا المنطلق و نتيجة لهذا الاختلال في المعرفة بين المهني و المستهلك يتعين على التاجر

¹ - عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك (دأرسة يقارنه)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2007، ص 63

الإفشاء إلى المستهلك بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستنير إرادة المتعاقد فيجب الإدلاء بكل المعلومات طالبا لها أهميتها في التعاقد.¹

أولا: تعريف الإعلام الإلكتروني.

إن المشرع الجزائري بين بوضوح في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك " يجب على كل يتدخل 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.

ويعرفه البعض بأنه " التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه اليدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا كافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد إلي راد أباريه، والتي تعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه في العقد."³

أيًا ما يتعلق بالالتزام بالإعلام الإلكتروني فيع رفه البعض بأنه " إلتزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيها يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائل إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة."

ويتضح لنا من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، فهو التزام قانوني نجد مجاله في يبدأ حسن النية قبل التعاقد و أثناء التعاقد طالبا أنه يتم بكل شفافية و أمانة، بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم

1 - غير خالد رزمقات، عقد التجارة الإلكترونية(عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن 2007-ص339-340.

2 -أنظر المادة17 من القانون رقم09-03اليتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، يرجع سابق.

3 - حسن عبد الباسط الجميبي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر، 1992،ص35.

تقديمه في شكل وسائط إلكترونية يسهل استعمالها و التطرق إلى محتواها في شكل واضح و مقروء¹.

ثانيا: مبررات الحق 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 و يأخذ الالتزام بالإدلاء بالبيانات و المعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظرا للتفاوت في مستوى العلم و الخبرة بين المستهلك والمحترف الذي يتعاقد معه، مما يؤدي إلى الاختلال في التوازن العقدي، لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام المستهلك هو الوسيلة لإعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين و إعادة التوازن إلى العقد.

2. محل الحق في الإعلام الإلكتروني:

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هدفه التنوير و التبصير 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 المزيج و إبرامه سليما.
أولا: تحديد شخصية البائع.

ين أهمم المشاكل التي تثير قلق المستهلك و قد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه، فبيان شخصية المزود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته أسمه محله التجاري، بريده الإلكتروني ووضعها تحت تصرف المستهلك للإطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة و قد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي و التوجيه الأوروبي الصادر في 1997 شخصية المزود² و في سبيل تسهيل معرفة كل هذه البيانات أيام المستهلك

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

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

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 التعاقدية.¹

ثانيا :إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة.

يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفشاء إلى المستهلك بالمعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد ين عديه، هذه البيانات والمعلومات عموما تمثل الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة ثمن السلعة أو الخدمة شاملة كل الضرائب، شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد، المعلومات المتعلقة بخدمات يا بعد البيع و الضمانات التجارية، البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبيع أو الانتفاع بالخدمة، فالبائع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعهها لين ليس له دارية 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 ليا أقدم على الشراء، فينبغي إعلامه بكل ما على المبيع من أعباء أو تكاليف أو أية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالسلعة يحل التعاقد على النحو المأمول، أيا الحالة المادية للشيء فتتضمن كافة المعلومات و البيانات المتعلقة بالخصائص وبالأوصاف المادية للمبيع يحل التعاقد عملا على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد و خصائصه الذاتية.

المطلب الثاني : حق العدول ومبرراته

يعد حق العدول في العقد الإلكتروني حق إرادي يحض يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقا للضوابط القانونية فهو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الإلكتروني، فحق العدول حق

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 102.

شخصي يمارسه المستهلك وفقا ليا يراه يحققا ليصالحه، 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 بمقتضاه يسمح للمستهلك الإلكتروني بأن يعيد النظر في جديد وين جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به يسبقا، بحيث يستفيد من مهلة للتفكير في خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق و إن ارتبط به¹.

كما يعرفه جانب آخر من الفقه بأنه "إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع يحل التعاقد إذا لم يكن رآه عند العقد أو قبله، و المستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الانترنت لم يكن قد رأى البضاعة وانما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أيامه، فإذا استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه"، كما يرى بعض الفقه الفرنسي بأنه بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة يلتزم ين خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها، و اعتبارهما كأنها لم تكن، وذلك بهدف تجريدتهما ين أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل².

ثانيا: مبررات الحق في العدول:

تتبلور مبررات الحق في العدول في كون عقود التجارة الإلكترونية تتم عن بعد بوسائل اتصال لا تسمح للمستهلك الإلكتروني بالحكم الدقيق على المنتج يهما بلغ وصف البائع لها ين دقة و أمانة، فالحق في العدول يهدف بصفة أصلية إلى حماية رضا المستهلك ويكون ذلك ين خلال إعطائه مهلة إضافية للشروع والتدبير في أمر العقد الذي أبريه تفاديا للأخطار التي قد

1- عبد الله ذيب عبد الله محمود، يرجع سابق، ص 77

2- يحيى سعيد أحمد اسماعيل، يرجع سابق، ص 63

تلتحق به لتسريعه في التعاقد، نظرا ليا تتميز به المعاملات بين دعاية و إغراء في المجال الإلكتروني.

فين خصائص حق العدول أن يصادده محددة بالقانون و الاتفاق و يتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك، و دون الحاجة اللجوء إلى القضاء ودون اشتراط موافقة الطرف الأخر¹.
ثالثا: مجال تطبيق الحق في العدول.

يمتد تطبيق الحق في العدول في البيع عن بعد وبالضبط بالنسبة للبيع الإلكتروني في مجال توريد السلع والخدمات.

لكن المشرع الفرنسي في نص المادة 121-20-2 من قانون المستهلك استبعد بعض العقود من التطبيق وهي:

- عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول خلالها.
- عقود توريد السلع والخدمات التي تحدد أثمانها وفق ظروف السوق.
- عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها وفقا لخصوصية المستهلك، أو بالمطالبة لشخصه، والتي بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها للبائع، أو التي يسرع إليها الهلاك والتلف.
- عقود توريد الصحف والدوريات و المجلات.
- عقود خدمات الرهان وأوراق المناصب المصرح بها.²

ممارسة الحق في العدول:

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

¹ -ظاهر يؤمن شوقي، يرجع سابق، ص 77

² -نضال اسماعيل إبراهيم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 47.

إذا أراد المستهلك الرجوع في التعاقد فإنه يلتزم بإخطار المهني (البائع أو يقدم الخدمة) و أن يرد لهذا الأخير المنتج أو البضاعة التي تسليها بمقتضى العقد، ولم يشترط تقنين الاستهلاك الفرنسي إتباع شكل خاص لهذا الإخطار فيجوز أن يتم بفاكس أو البريد الإلكتروني، أو في يوقع التاجر أو برسالة يوصى عليه، أو حتى عن طريق يحضر إثبات حالة، وذلك خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة يع التاجر إذا أنكر تبليغه بالعدول.¹

ثانيا :مدة ممارسة الحق في العدول.

لعل الشرط الوحيد لممارسة الحق في العدول هو أن يتم ضمن مهلة محددة حيث تنص المادة السادسة ين التوجيه الأوروبي الصادر عام 1997 أنه في العقود المبرية بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن مترجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل اعتبارا ين تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، وين تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء أو غرامة ودون حاجة لبيان الأسباب² وهذا يا صرحت به أيضا المادة 221-20-2 من قانون الاستهلاك الفرنسي التي تنص بشأن جميع عمليات بيع عن بعد يعطى المشتري مهلة سبعة أيام ين تاريخ تسليم طلبيه لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غاريات ماعدا مصاريف الإرجاع."

و المدة المحددة بالقانون سبعة أيام همي مدة مبدئية و إذا تضمنت آخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد إلى أول يوم عمل، أيا في حالة إخلال التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك قبل العقد فإن هذه المدة تمتد إلى غاية ثلاثة أشهر كاملة بدلا ين سبعة أيام، ولكن إذا تدارك التاجر هذا الخطأ و قام بإعلام المستهلك خلال مدة ثلاثة أشهر فإن مدة سبعة أيام همي الأصل، وتحسب ين تاريخ تنفيذ التزامه في الإعلام.³

1 - نبيل محمد أحمد صبيح، مرجع سابق، ص 222

2 - التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد، يرجع سابق.

3 -يحيى حسين منصور، أحكام البيع التقليدية الإلكترونية و الدولية و حماية المستهلك (تمييز البيع عن غيره ين العقود، التفاوض إبرام البيع و صورته، البيوع الدولية و الالكترونية و المعلوماتية، حماية المستهلك، نقل الملكية، الضمان، الوفاء الإلكتروني، فسخ البيع)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص 104

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

آثار ممارسة الحق في العدول

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

أولا: آثار العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني.

إذا انقضت المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لاستعمال حقه في العدول يصبح العقد ملزما للطرفين ويصبح باتا واجب التنفيذ، لكن إذا استعمل المستهلك حقه خلال المدة المقررة فإنّه يترتب على ذلك التزام التاجر برد الثمن، وذلك خلال مدة أقصاها 30 يوم طبقا لقانون المستهلك الفرنسي والملاحظ أن المشرع الفرنسي تشدد يع التاجر لصالح المستهلك إلى درجة تجريم فعل عدم إرجاع الثمن، حتى يبيع أي يجال للتماطل أو أي رغبة في عدم الوفاء بالتزاماته التعاقدية.

ثانيا: آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني.

يعتبر حق العدول بالنسبة للمستهلك حق مجاني فإذا من خلال المدة المحددة قانونا فلا متحمل أي تبعات و لا يترتب على ذلك أي جزء يا عدا يا تعلق بالمصروفات المحتملة لإرجاع المنتج أو السلعة، فهي أمر يتوقع نظرا بخصوصية العقد المبرم عن بعد.

وين حيث آثار العدول على العقد، فإنه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه وعلى المستهلك إرجاع البضاعة كما تسليها و إذا كانت خدمة فعلية أن يتنازل عنها¹.
حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته الشخصية:

إن أشكال التعاقد عبر الإنترنت تغطي عليها صور العقود النموذجية التي يتولى إعدادها مسبقا يختصون متمتعون بالتفوق الاقتصادي و الكفاءة الفنية لهذا يستوجب حماية خاصة للمستهلك، إضافة إلى خصوصية الوسائل المستعملة بين أجل التعاقد الإلكتروني التي يتضمن بيانات الخاصة للمستهلك يفرض حمايته بين أجل كسب ثقة المستهلك.
أولا: مواجهة الشروط التعسفية.

يعرف الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يفرض على المستهلك ين قبل المزود نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير للسلطة الاقتصادية التي تتمتع 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 و المستهلك، كذلك يختص بكونه أنه شرط مكتوبا بصفة مسبقة و دون أن يكون للمستهلك أي تأثير في محتوى العقد الإلكتروني².

و تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد عرف الشروط التعسفية ضمن المادة 3 فقرة 5 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 ين شأنه إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد."

و الغرض ين وضعها هو تحقيق مصلحة لأحد أطراف العقد غالبا يا يكون المحترف، في حين تجعل الطرق الأخرى (المستهلك) متحمل التزامات أكثر مما تجب عليه أو التقليل بين

¹ -سلطاني آمنة، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادى، حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و 14 أبريل 2008 ، ص

² -عير خالد رزيقات، يرجع سابق، ص355.

الضمان فحظر مثل هذه الشروط التعسفية تسرى على جميع العقود، و هذا ما تؤكد المادة 30 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث أعطت إمكانية منع العمل ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية في يختلف العقود وذلك عن طريق التنظيم،¹ و عليه فلحماية رضا المستهلك ين كل عيب لا بد على المحترف أن يضع في علم المستهلك كافة شروط البيع حتى يتسنى له معرفة مدى التزاماته لحظة إبرام العقد.

ثانيا :حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

إن المعاملات الإلكترونية تتضمن بيانات شخصية يتم إرسالها إلى 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 تشيل يقر إقامة المستهلك و طبيعة العمل الذي يقوم به، فحماية خصوصية المستهلك أمر ضروري يفرض إيجاد الآليات التي تينع استعمال هذه المعلومات الناتجة عن التعاملات الإلكترونية،² وهذه البيانات تشكل جزءا من حياة المتعاقد عبر الإنترنت الخاصة فلا يجوز الإفشاء بها للغير بقصد أو بدون قصد ولا يحق للباعة تداولها فيما بينهم في سبيل الترويج لسلع أو خدمات أخرى، كما لا يجوز للبائع نفسه باستخدامها إذا يا انتهت العلاقة لعقدية بينهما، ولا يحق له أيضا الاحتفاظ بها وراة المدة المعلنة أو المحددة لغايات العلاقة العقدية الأولى.³

لذا تدخلت التشريعات المختلفة لتنظيم الحق في احترام الحياة الخاصة للأفراد وحظر كل اعتداء يقع عليها و وضعت جزاءات وعقوبات لما يسمى بالإجرام المعلوماتي والقرصنة سواء المادية أو الفكرية، كما أكدت التوجيهات الأوروبية يبدأ حماية المعطيات الشخصية للمستهلك عبر الانترنت كالتوجيه الأوروبي 58/2002 الخاص بحماية المعطيات الخاصة في نطاق

¹ -أنظر المواد 03 و30 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، يرجع سابق.

² -إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005، ص49.

³ - هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت، دار النهضة العربية، مصر 2000 . ص67

الاتصالات الإلكترونية المسمى بتوجيه الحياة الخاصة و الاتصالات الإلكترونية، وقد تناول هذا التوجيه هذه الأمور:

• سرية الاتصالات الإلكترونية.

• جاع المعطيات الشخصية والاحتفاظ بها.¹

أما المشرع الجزائري فلم ينص بشكل صريح وبيّان في القانون المدني عن حماية الحق في الخصوصية ونجد إشارة إلى ضمان الحقوق الملازمة للشخصية طبقا لنص المادة 47 من القانون المدني²، كما نجد أن الدستور الجزائري في المادة 34 منه ينص على أنها تضمن الدولة عدم إنتهاك حرية الإنسان وفي المادة 39 منه تنص على "أنه لا يجوز إنتهاك حرية حياة المواطن الخاصة وحرية شرفه و يحييها القانونسرية المراسلات و الاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة"³، وفي المقابل جرّم المشرع الجزائري في قانون العقوبات صراحة الاعتداء على حرية الحياة الخاصة وذلك عبر نصوص المواد 303 مكرر و 303 مكرر⁴.

1 - نبيل محمد أحمد صبيح، مرجع سابق، ص ص 248-249.

2 - الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26/09/1975. متضمن القانون المدني، المعدل واليتم بالقانون رقم 07/05 المؤرخ

في 13/05/2007 جريدة رسمية عدد 31 ، الصادرة بتاريخ 13/05/2007

3 - دستور 28 نوفمبر 1996 ، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996 ج ر عدد 76 لسنة 1996 معدل يقيم بموجب القانون رقم 08-19 مؤرخ في 15/08/2008 متضمن التعديل الدستوري ج ر عدد 63 في 16 نوفمبر 2008.

4 - الأمر رقم 66-15 المؤرخ في 08 يونيو 1996 ، متضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج عدد 49، صادر بتاريخ 11 يونيو 1996 المعدل و المتمم.

المبحث الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني
بعد انتهاء مرحلة إبرام العقد الإلكتروني وتطابق الإيجاب و القبول ينتقل الطرفين إلى مرحلة تنفيذ العقد حيث يلتزم كل طرف بالوفاء بالالتزامات الناتجة عنه وتنفيذهما، فحماية المستهلك الإلكتروني في هذه المرحلة تتمثل في الحماية المدنية.
المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
تعتبر الحماية المدنية بين الضمانات الأساسية بين أجل انتفاع المستهلك بالمنتج أو الخدمة يحل التعاقد وممثل في التزام البائع بنقل وتسليم المبيع، إضافة إلى ضمان التعرض والاستحقاق و ضمان العيوب الخفية.
أ.التزام البائع بنقل الملكية:

يعرف فقه القانون عقد البيع أنه " عقد يلتزم البائع ببيقتضاه أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ما لما 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 ممكن 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 الإنترنت، و بمجرد انتقال ملكية الشيء البيع للمشتري يصبح لديه حق التصرف فيه و يجوز له أن يبيعه أو أن يرهنه، أو أن يرتب عليه أي حق عيني آخر لأي شخص ين الأشخاص.¹

ب.التزام البائع بتسليم المبيع:

إن التزام البائع بتسليم المبيع ين أهمم الالتزامات لدرجة أنه يعتبر محور عقد البيع الذي تدور حوله كافة الالتزامات.

لقد نص المشرع الجزائري على الالتزام بالتسليم في المادة 367 ين القانون المدني على أنه "يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري، بحيث يتمكن ين حيازته و الانتفاع به دون عائق و لو لم يتسلمه تسليما ماديا، مادام البائع قد أخبره بأنه يستعد لتسليمه بذلك و يحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع."

يتضح لنا ين 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 و الذي قد يكون سلعة أو خدمة.²

¹ -يحييد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت(دراصة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15لسنة2004دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007،ص108.

² -خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2000 ، ص67

أولاً: التزام البائع بتقديم خدمة.

هناك العديد من الخدمات التي تقدم عبر شبكة الانترنت كتعاقد المستهلك مع إحدى الشركات لشراء أحد البرامج عالية التقنية، فبإمكان Microsoft المتخصصة في إنتاج البرامج الحديثة كشركة الشركة أن تنفذ التزامها بالتسليم عبر شبكة الإنترنت ذاتها ويحصل عليها المشتري مباشرة على الخط ثم ينقله على القرص الصلب الخاص به، إضافة إلى تقديم الاستشارات القانونية من قبل المحامي أو الاشتراك في بنوك المعلومات، ويلاحظ أن هذا الالتزام غالباً ما يكون مسيراً لفترة من الزمن، فعقد الاشتراك مثلاً في قواعد المعلومات عبر الإنترنت لا يمكن تنفيذه في لحظة واحدة بل يكون تنفيذه متتابع على فترات زمنية مستمرة قصد الاستعلام لتلقي النصائح الفنية للحصول على أفضل خدمة.¹

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

ثانياً: التزام البائع بتسليم سلعة.

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

لا يكفي أن ينفذ التاجر التزامه بالتسليم وإنما يقع على عاتقه الالتزام بتسليم شيء يطابق لأن المتعاقد عبر الإنترنت يقوم بالشراء استناداً إلى عرض أوصاف البيع، فيترتب للمستهلك حق على البائع أن يسلم المبيع بالحالة و الأوصاف التي تم الاتفاق عليها.²

و المطابقة المطلوبة في هذه الحالة هي مطابقة المنتج للبيع ليا سبق للتاجر أن عرضه على شبكة الانترنت وتحقق هذه المطابقة بمماثلة السلعة المعروض عنها على شاشة الإنترنت

1 - محمد حسن رفاعي العطار ، مرجع سابق، ص110.

2 - محمد حسن رفاعي العطار، مرجع سابق، ص110.

للسلعة المباعة في النوعية، والخصائص، والصفات و الجودة، و كل يا تضمنه الإيجاب السابق صدوره ين التاجر و بذلك يكون البائع ضامن مطابقة السلعة للشروط و المواصفات المحددة في العقد.

و تكون نفقات تسليم المبيع على البائع في الأصل إلا إذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك، فإذا أخلّ البائع بالتزامه بتسليم المبيع وفقا ليا اتفق عليه يجوز للمشتري أن يطلب فسخ البيع مع التعويض عن الضرر الذي لحقه جراء ذلك، كما يستطيع أن يطالب البائع بالتنفيذ العيني والذي يثير بدوره صعوبات كبيرة كون المتعاقدين عادة يا تفصل بمنهيا مسافات بعيدة.¹

إلتزام البائع بضمان التعرض والاستحقاق:

يستفيد المشتري الذي يتعاقد عبر الانترنت مما هو يقرر بشأن البيع عموما حيث يلتزم البائع بالسياح للمشتري ين الانتفاع بالبيع فلا يتعرض له شخصيا و لا يسمح للغير بالتعرض له أيضا.

تطرق المشرع الجزائري إلى ضمان التعرض و الاستحقاق في المادة 371 ين القانون المدني و تنص على أنه " يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالبيع كله أو بعضه، سواء كان التعرض ين فعله أو ين فعل الغير يكون له وقت البيع حق على البيع يعارض به المشتري، ويكون البائع يطالبا بالضمان و لو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق ين البائع نفسه".²

يلتزم البائع بضمان كل فعل صادر ينه أو ين غيره ويكون ين شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية البيع كله أو جزء ينه، و يجب أن نميز بين ضمان التعرض الشخصي وضمان التعرض الصادر ين الغير.

أولا: ضمان التعرض الشخصي:

¹ -برني نذير، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة 2004، 14/2003، ص39.

² -أنظر المادة 371 ين الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني، المعدل و اليتيم، يرجع سابق.

ضمان التعرض الشخصي هو كل تصرف قانوني يشيل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري وممكن 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 الإلزام بضمان التعرض و الاستحقاق، أما بالنسبة للتعرض القانوني فهو يتمثل في إدعاء البائع أن له حق مواجهة المشتري¹.

و إذا كان ضمان التعرض يجد مجالاً لتطبيقه في مجال المعاملات الإلكترونية الحديثة إلا أن بعض الفقه يرى أنه ين الصعب تصور التعرض الصادر بين البائع نفسه في التعامل عبر شبكة الإنترنت لأن التاجر يحرص على سيعته وكسب ثقة العملاء، وللتعرض الصادر بين البائع عن الشبكة عدة صور منها:

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

و التعرض الصادر بين البائع يستوي أن يكون يبنيا على سبب قانوني أو أن يكون التعرض ماديا.²

ثانيا: ضمان التعرض الصادر من الغير:

يلتزم البائع أن يدفع للمشتري التعرض الصادر بين الغير متى كان هذا التعرض يستند إلى حق ثابت للغير وقت البيع أو آل إلى الغير بعد البيع ين البائع نفسه، و لا يلتزم البائع بأن يدفع التعرض إلا إذا كان قانونيا، و يشيل ضمان التعرض الصادر بين الغير التزامين على عاتق

¹ -حسين يحيى، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001. ص ص

126-127.

² -محمد حسن رفاعي العطار، مرجع سابق، ص 125.

البائع الأول هو التزامه بدفع تعرض الغير، الثاني هو التزامه بتعويض المشتري إذا يا أثبت الغير يا يدعيه ين حق وهذا ما مسمى بضمان الاستحقاق¹.

وين أمثلة التعرض الصادر ين الغير الذي يدعي أنه وكيل إحدى الشركات المعروفة ويعلن عبر الشبكة استعداداه لببيع منتجات تلك الشركة للعملاء ثم يتضح عدم أحقيته في ذلك.

وفي حالة حصول التعرض الصادر ين الغير يلتزم البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملتزماً بدفع ذلك التعرض، وفي هذه الحالة يصبح البائع ينفذا لالتزامه تنفيذاً عينياً².

أ.ضمان العيوب الخفية:

يعد الإلزام بضمان العيوب الخفية ين أهمم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع فالمستهلك الذي يتعاقد إلكترونياً مع المزود ين أجل شراء المنتج يفترض أنه خال ين العيوب وصالح للغرض الذي اشتراه ين أجله، على نحو ممكنه ين الانتفاع به على الوجه الذي يحقق الغاية المقصودة ينه حيث لو كان يعلم أن المبيع به عيوب تنقص ين الانتفاع به لياً أقدم على شرائه، فضيان العيوب الخفية يعد وسيلة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم يبيع يطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها والتي تستلزمها الأعراف وطبيعة التعامل، وهذا يا يدعونا إلى تعريف العيب الخفي وتحديد شروطه.

ب.الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني:

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

1.أركان الجريمة الإلكترونية المرتكبة ضد المستهلك:

¹ -مرقس سليمان، شرح القانون المدني(العقود المسماة:عقد البيع)، الطبعة الأربعة، عالم الكتب، مصر 1980.ص372

² -عير خالد رزيقات، يرجع سابق، ص.334

تم الجريمة الإلكترونية بين طرفي العقد أي بين الجاني و المستهلك باستخدام شبكة المعلوماتية و كثيرا ما يكون مصدرهما التاجر حيث يتسم سلوكه بالغش و التحايل، و يا تتميز به الجرائم الإلكترونية عن الجرائم العادية هو أن في الأولى لا يكون فيها الالتقاء المادي بين الطرفين و تتميز أيضا بتقنيات عالية.

أولا: الركن المادي في الجريمة الإلكترونية.

قد يكون الإنسان ضحية لبعض الجرائم كالفساد أو بيع مواد مغشوشة فالركن المادي هو أي فعل أو سلوك محظور صادر من الإنسان يمكن أن يسبب ضرر و يجب أن تكون علاقة سببية بين الفعل و النتيجة ، ههنا يتشكل الركن المادي للجريمة الإلكترونية كالشخص الذي يشتري برامج الاختراق لاستعمالها في سرقة رقم البطاقة الائتمانية عبر الإنترنت و الركن و يمكن أن يتوفر في حالة البيع الإلكتروني كغش التاجر في عرضه لسلع غير صالحة للاستهلاك¹ .

ثانيا: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية.

الركن المعنوي هو نية الفاعل و إرادته المتجهة إلى تحقيق جريمة يعاقب عليها القانون مع عليه بأنه عمل غير مشروع، كتقليد العلامات التجارية بهدف تضليل المستهلك، فالمهني ين الصعب أن يكون جاهلا لعيوب يبيعه فيما يخص البيوع التي تتم عبر الإنترنت. فأساس الركن المعنوي للجريمة الإلكترونية هو إرادة الجاني، فالأصل في جميع الجرائم أنها تقع عمديه² .

المطلب الثاني: صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

1 - أوثن حنان، يرجع سابق، ص15.

2 - مامش نادية، مسؤولية المنتج (داسة مقارنة بع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو. 2012. ص98.

تلعب شبكة الإنترنت دوار كبيرا في حيث الانتشار و الدعاية و التأثير على المستهلك الذي يكون ضحية للعديد من الجرائم المرتكبة ضده و التي تزداد كل مرة كجرائم الغش و الاحتمال و الخداع.

أولا: الحماية الجنائية ضد الغش التجاري و الصناعي.

يعرف بعض الفقه الغش بأنه " كل فعل عيدي إيجابي ينصب على سلعة، و يكون يخالفا للقواعد المقررة في التشريع متى كان 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 لمادة أو سلعة معدة للبيع و يكون ين شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكلا أو يظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة ، و ذلك بقصد الاستفادة من الخواص المسلوقة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة و الحصول على فارق الثمن¹ ".
جرّم المشرع الجزائري الغش ليا ينطوي عليه ين خداع و تضليل يهز الثقة و الائتمان اللذان هما ركيزة المعاملات التجارية.

و تعرف المادة 429 ين 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 كما أورد المشرع الجزائري في نص 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 الفاعل² ".

و تنص أيضا المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه " يعاقب كلّ ين يخدع أو يحاول أن يخدع بأية طريقة أو وسيلة كانت حول كمية المنتجات المسلية أو تسليم منتوجات غير تلك المتفق عليها ، أو خداع المستهلك حول قابلية استعمال

1 - أنظر المادة 429 ين الأمر رقم 156-66 يتضمن قانون العقوبات معدل و متمم، مرجع سابق.

2 - أنظر المادتين 431 من الأمر رقم 156/66 يتضمن قانون العقوبات معدل و يتيم، يرجع سابق.

المنتج تاريخ أو مدة صلاحيته، النتائج المنتظرة منه، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج¹.

و جريمة الغش لها ركنان، ركن مادي و آخر معنوي.

يتحقق الركن المادي بأي فعل ين الأفعال الآتية:

- الغش أو الشروع فيه، و كذلك بالفساد الذي يطرأ على المادة.
- العرض أو الطرح للبيع أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- الطرح للبيع أو العرض لذات الغرض أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- التحريض على استعمال هذه المواد في الغش.²

كما يتحقق الركن المعنوي بتوافر نية الغش و هي انصراف إرادة الفاعل لتحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع، و يجب توفر نية الغش وقت وقوع الفعل لأن جريمة الغش جريمة عمديه فيجب أن يكون المهني عالياً 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 المغشوشة³.

ثانياً: الحماية الجنائية ضد جريمة الاحتمال في التعاقد الإلكتروني.

جريمة الاحتمال كثيراً ما تحدث في عقود التجارة الإلكترونية عندما تكون نية المزود الترويج لمنتجاته فيلجأ للدعايات المضللة لخداع المستهلك.

تقع عبر الإنترنت جرائم الاحتمال و النصب و ين بين الطرق الاحتمالية فيها صورة الدعاية المضللة لمزايا السلعة و الفوائد المرجوة من وراءها بحيث تؤدي للاستيلاء على نقود المستهلك و خداعه، كلجوء شركات صناعة الألبان إلى دعاية عبر الإنترنت تفيد أن منتجاتها همي البديل الكامل للبن الأم، رغم أن الثابت لدى منظمة الصحة العالمية أن الملايين ين

1 - أنظر المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، يرجع سابق.

2 - عبد الفتاح بمومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، يرجع سابق، ص

3 - أويديو أشياء، مندبل 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، ص 87

الأطفال خاصة في دول العالم الثالث يموتون في سن قبل السنة الأولى من أعمارهم في التغذية على الألبان الصناعية¹.

و أيام التقدم التكنولوجي و وسائل الاتصال الحديثة و انتشار العديد من المواقع في الفترة الأخيرة، و كثرة التقنيات و الأساليب التي يمكن استعمالها في هذه الجرائم ، لا يكفي لاقتحام هذه الجرائم إلا التزوّد بالمعرفة اللازمة لهذا الاستعمال، كاختراق الأجهزة الشخصية أو انتحال الجاني شخصية المواقع و كأنه صاحب الموقع الحقيقي حيث يستطيع مراقبة ما يدور بين الضحية أي يستعمل الموقع و الموقع نفسه، كما بإمكانه سرقة هذه المعلومات أو تغييرها ، كما أنه بإمكان الفاعل انتحال شخصية شخص آخر كالاسم و العنوان و رقم الهوية مثلا للاستفادة من سيّته أو ماله، و يمكن أن تؤدي هذه الجريمة إلى إفراغ رصيد الضحية².

و المشرع الجزائري يسعى إلى توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية و أساليب المعالجة الآلية للمعطيات ذلك لمواجهة بعض أشكال الإجرام الجديد، و قد نصّ في قانون العقوبات في القسم السابع تحت عنوان " المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات " على عدّة جرائم كسرقة البيانات و برامج الحاسب الآلي و هذا سواء بالإطلاع غير المشروع عليها أو نقلها و الإستلاء عليها، إضافة إلى الدخول أو البقاء الذي يؤدي إلى تخريب نظام اشتغال المنظومة أو إدخال أو إزالة أو تعديل معطيات بطريق الغش في نظام المعالجة الآلية و ذلك في المواد 394 يكرر و 394 يكرر³.

المسؤولية الجنائية في الجرائم المرتكبة ضد المستهلك:

يقرر قانون العقوبات حماية جنائية مقررة للمستهلك، فهو بصفة عامة يهدف إلى حماية المصالح الجوهرية التي يقوم عليها بنيان المجتمع و صياغتها في صورة قواعد آمرة يترتب

1 - . أوشن حنان، مرجع سابق، ص16

2 - محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري و المقارن، دار الجامعة الجديدة، مصر 2007. ص62

3 - أنظر المواد 394 يكرر، 394 يكرر 1 من الأمر 156-66 يتضمن قانون العقوبات، معدل و يتيم، مرجع سابق.

على مخالفتها توقيع الجزاء الرادع، و تزداد أهمية هذه القواعد بانتشار جرائم تمس بأمن المستهلك و صحته.

فيجب حماية المستهلك بين الخدمات و المنتجات المضرة به فالمستهلك لا يمكنه الاستغناء عن ما يعرض أمامه، لكن كثرة الدعاية و ازدياد أنواع البضائع تجعله ضحية للمخاطر التي تنتج عنها من فساد و غش.

هذا يا دفع بالمشرع للتدخل بتقرير حماية جزائية التي تعتبر أهم حماية يتلقاها المستهلك¹، وهذا ما بينه في المادة 432 من قانون العقوبات التي تنص على أنه " يعاقب بالحبس بين سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000 دينار جزائري كل
ين:

- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحيه أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحيه 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 منتوجات فلاحة أو طبيعية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت".²

و إذا أدى الغش إلى الإضرار بالصحة كإحداث يرض أو عجز في العمل، يعاقب الفاعل سواء عارض السلعة أو بائعها و هو عالم بحال السلعة بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة بين 500.000 دينار جزائري إلى 1.000.000 دينار جزائري.

1- KAHLOULA.M et MEKAMCHA.G، " La protection du consommateur en droit algerien(2éme partie)", revue de l'école national de l'administration, Idara, volume 6 n°1, algerie, 1996, p 46.

2 - أنظر المادة 332 من الأمر رقم 66/156 يتضمن قانون العقوبات معدّل و متمم، مرجع سابق

أما إذا تسببت المادة المغشوشة أو الفاسدة في مرض غير قابل للشفاء أو أدت إلى عاهة مستدامة للمستهلك، فيعاقب المنتج بالسجن المؤقت بين 10 سنوات إلى 20 سنة و غرامة تتراوح بين مليون و 2 مليون دينار جزائري، و يمكن أن تصل العقوبة إلى السجن المؤبد في حالة وفاة يستهلك 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 ين القانون ذاته حيث تنص على غرامة مالية تتراوح يا بين 200.000 دينار جزائري و 500.000 دينار جزائري، في حالة عدم سلامة المنتجات الغذائية لأن ذلك خطر على صحة المستهلك².

خلاصة:

¹ - مامش نادية، مرجع سابق، ص

² - أنظر المادة 71 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

ويستنتج مما سبق أن فكرة اكتساب المزود لوصف المستهلك غير دقيقة، بسبب أن الشخص المبحوث عن حمايته هو الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، وبالتالي هو الأولى في تطبيق نصوص قانون الاستهلاك عليه، أما المزود الذي يتمتع بالخبرة والقوة في المعاملات الاقتصادية، فإن الحماية التي يمكن أن تتوفر له هي التي نصت عليها قواعد القانون المدني.

قائمة المصادر و المراجع

المصادر:

- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزى: القاموس المحيط. الطبعة الأولى. بيروت: مؤسسة الرسالة . 1987

المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم خالد ممدوح، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008.
2. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، 2008
3. إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية(مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005
4. حسن، طرح البحور على : عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطني. الطبعة الأولى .مصر .: دار الفكر الجامعي، 2007
5. حسن عبد الباسط الجميبي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة ،العربية، مصر، 1992
6. حسنين يحيى، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2001
7. عامر قاسم أحمد :الحماية القانونية للمستهلك . الطبعة الأولى . الأردن :الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع. 2002 .
8. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك(دارسة يقارنه)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2007
9. غير خالد رزمقات، عقد التجارة الإلكترونية(عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن 2007
10. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002
11. نضال اسماعيل إبراهيم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن ، 2004
12. هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت، دار النهضة العربية، مصر 2000 .
13. مرقس سليمان، شرح القانون المدني(العقود المسماة:عقد البيع)، الطبعة الأربعة، عالم الكتب، مصر 1980
14. محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري و المقارن، دار الجامعة الجديدة، مصر 2007

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Les dispositions de l'article L.132 – 1 du code de la consommation , relatif aux clauses abusives , ne s appliquent pas aux contrats de fournitures de biens ou de services qui ont un rapport direct avec l activite professionnelle exercee par le cocontractant " Cass.civ , 1ere ch , 5 mars 2002 , bull.I , n 78 , , disponible sur
2. . www. legifrance.gouv. fr.

3. HOUTAIT Mazen, Protection du consommateur dans les contrats conclus par internet,op.cit.
4. ordonnance n°2001_741 du 23 aout 2001 portant transposition de directive
5. communautaires et adaptation au droit communautaires en matière de la consommation ,J.O 25aout 2001.voir : www.legifrance.gouv.fr
6. 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.
7. MUNOZ Sandrine , « La proposition de la directive relative à certains aspects juridiques du commerce électronique », revue du droit n°157, 1999.

مذكرة تخرج:

1. أوثن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص القانون. الإداري، كلية الحقوق، عنابة، 2012
2. أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011
3. نبيل محمد أحمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية(داسة مقارنة)، مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007.
4. عبد الله ليندة، 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.
5. شعباني نوال، التزام المتدخل بضمن سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2012
6. محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية(داسة مقارنة)، منشورات الحلبي، سوريا، 2009
7. زوجال يوسف، مفهوم المستهلك في التشريع و الفقه و القضاء المغربي المقارن WWW.majalah.News.ma
8. دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان حماية المستهلك من الشروط التعسفية، منير البصري - احمد المنصوري

20:20 /1/ الساعة http://droitcivil.over-blog.com/article-5144927.html 2020
الجمعة

9. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية(ماس) :مراجعة نقدية لمشروع قانون حماية المستهلك الفلسطيني . فلسطين. 2004 .
10. علي أحمد صالح المهداوي، " أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني("دارسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن المعاملات و التجارة الإلكترونية و القانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية . المستهلك)، مجلة الشريعة و القانون عدد 42

القوانين و المواد:

1. المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، جريدة رسمية عدد 5 الصادرة في 31/01/1990.
2. المادة 1 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41 ، الصادرة بتاريخ 27/06/2004 معدل و متمم
3. المادة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة رسمية، عدد 15 الصادرة في 08/03/2009.
4. قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 22/10/2006.
5. القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان .www.legifrance.gouv.fr
6. قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-94 الصادر في 26 جويلية سنة 1993 . www.justic.gouv.fr
7. التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997 www.juriscom.net.
8. القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 6. الصادرة بتاريخ 08/02/1989. ملغى
9. القانون رقم 40-04 مؤرخ في 23-06-2004 المتعلق بالتقييس، جريدة رسمية عدد 41، الصادرة بتاريخ 27-06-2004.
10. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بالجودة و قمع الغش، مرجع سابق(ملغى.)
11. المرسوم التنفيذي رقم 90/266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات.
12. المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية، معدل و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-495. جريدة رسمية عدد 80 الصادرة في 07-12-1997.
13. المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، جريدة رسمية عدد 61 الصادرة بتاريخ 21-10-2001 ملغى.
14. المواد 4، 6، 8، من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ،

15. القانون الفرنسي بشأن تطبيع قانون الإثبات لتكنولوجيا المعلومات و التوقيع الإلكتروني
رقم 320 لسنة 2000 المنشور في الجريدة الرسمية عدد 62 سنة 2000
www.justic.gouv.fr

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

صفحة	العنوان
	كلمة شكر
	اهداء
	ملخص
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني
06	تمهيد
07	المبحث الأول: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني
07	المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني
11	المطلب الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض التشريعات
16	المبحث الثاني: الحماية القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني
16	المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي
19	المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الداخلي
25	خلاصة
	الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني
27	تمهيد
28	المبحث الأول: آليات حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني
28	المطلب الأول: الإعلام الإلكتروني و حق المستهلك
31	المطلب الثاني: حق العدول ومبرراته
39	المبحث الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني
39	المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
45	المطلب الثاني: صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني
50	خلاصة
52	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة المحتويات

قائمة المحتويات
