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

قسم الحقوق

الضمانات القانونية للمعاملات التجارية الالكترونية في الجزائر

مذكرة ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إعداد الطالب :
- مسعودة خليفة
-

إشراف الأستاذ:
-د. لعروسي سليمان

لجنة المناقشة

-د/أ. ثامري عمر	رئيسا
-د/أ. لعروسي سليمان	مقررا
-د/أ. بن العايب بلقاسم	ممتحنا

الموسم الجامعي 2021/2020

الإهداء

أهدي هذا البحث

إلى روح والدي رحمه الله وجعل مثواه الجنة

إلى أمي الحبيبة قرة عيني

إلى أخوتي وأخواتي وجمع الأهل والأقارب

على جميع أساتذتي في جميع الأطوار

إلى جميع الأصدقاء

إلى جميع طلبة العلم والمعرفة في هذا القطر الشاسع من الوطن

كـلـمـة شكـر و عـرفـــا ن

الحمد لله كله والكشر على ما أعطانا وما يسرنا

قال تعالى(لئن شكرتم لأزيدنكم)

الحمد لله به نستعين ونستغفره، وأعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا

أقدم أسمى معاني الشكر والتقدير على مشرفي الأستاذ "لعروسي سليمان" الذي لم يبخل علي بتوجيهاته ونصائحه وإرشاداته القيمة حول الموضوع، وآرائه الصائبة والشديدة والصارمة والتي كانت عونا لي في إتمام هذا البحث

فجزاه الله عني كل خير وأعطاه من الخير ما نرجو وزيادة

كما يشرفني أن ارفع شكري وامتناني وتقديري على أعضاء لجنة المناقشة وعلى رأسهم رئيس اللجنة وكذا الأعضاء المحترمين

خليفة مسعودة

مقدمة

إن الانتشار الواسع للوسائل السمعية البصرية ووسائل الاتصال الحديثة خاصة الانترنت جعلت العالم يعيش كأنه في قرية واحدة وأصبحت الاتصالات بين الأفراد تتم بسرعة فائقة جدا الظهور الواسع للهواتف الذكية سهل على الجميع الاتصال فيما بينهم دون عناء يذكر ابسط و أخف وسيلة،اتصال في أي مكان من الأماكن.

وقد استغل الأفراد وسائل الاتصال الحديثة في نقل انشغالهم للمحيط الخارجي ونشر أفكارهم وإبرام معاملاتهم من خلال نشر عروض البيع في شبكات التواصل الاجتماعي بالصور والأسعار،وكانت تقابلها عروض الشراء وهذا ما أدى إلى ظهور ما يعرف بالتعاملات التجارية الالكترونية ،وعرف انتشار واسع في السنوات الأخيرة أصبحت التجارة الالكترونية من بين القطاعات الأسرع نمو في الاقتصاد العالمي ويتوقع يتعاظم دورها في المستقبل نظرا لتأثيرها الفعال على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية

الانترنيت باعتباره من أهم التقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير أفرز العولمة الإعلامية وهذا مازاد من تنامي حجم التبادل الالكتروني التجارة العالمية من أهداف وبالإضافة إلى دور التجارة في زيادة القدرة التنافسية لتسويق المنتجات وتوفير المعلومات ،والخدمات الفورية للمتعاملين الاقتصاديين ولمواكبة التطورات بدأت معظم دول العالم في تهيئة الظروف ،والبيئة الملائمة للتحول نحو الاقتصاد الرقمي المبني على الانترنت والتجارة الالكترونية.

نظرا لانتشار ظاهرة التسوق غير شبكة الانترنت جهة و ظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الالكترونية من جهة أخرى ،تنبهت العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم على حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني فنجد القانون النموذجي للتجارة الالكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، كذلك جهود الاتحاد الأوروبي من خلال مختلف التوجيهات التي نجد على رأسها التوجيه رقم 97-07 الصادر في 20-05-1997 وكانت من بين هذه الدول الجزائر التي أصدرت أول قانون 18-05 الصادر بتاريخ 24شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو 2018ا.

أهمية الدراسة :

تستند أهمية الدراسة إلى أهمية المعاملات التجارية الالكترونية في فتح المجال أمام الأفراد والمؤسسات كمجال جيد وخصب للاستثمار وان القانون رقم 18-05 له أهمية كبيرة لتشجيع المعاملات التجارية الالكترونية في الجزائر وتسريع للتحول نحو الاقتصاد الرقمي لتحقيق الانفتاح الاقتصادي على العام ومواكبة التطورات على الساحة الدولية .

وانطلاقا مما سبق نطرح الإشكالية الأتية :

ماهي الضمانات المقررة من قبل المشرع الأساسي الجزائري ومدى كفايتها في تحقيق حماية للمتعاملين في مجال التجارة الالكترونية لاسيما الجانب الضعيف المتمثل في المستهلك ؟
تتفرع هذه الإشكالية الى التساؤلات التالية **:**

- كيف نظم المشرع الجزائري المعاملات التجارية الالكترونية في ظل القانون رقم 05/18؟
- ماهي أهم وسائل الدفع المعتمدة في المعاملات التجارية الالكترونية في ظل القانون 05/18.
- ماهي أهم الوسائل الدفع المعتمدة في المعاملات التجارية الالكترونية ؟
- فيما تتمثل الضوابط ،والشروط التي وضعها القانون 18-05 لتنظيم العقود التجارية الالكترونية المبرمة عن طريق الاتصالات الالكترونية ؟
- كيف تتم إجراءات الدفع الالكتروني والإشهار الالكتروني لإبرام العقد الالكتروني في القانون 05/18 .

الفرضيات :يمكن صياغة الفرضيات الآتية

- غياب الاقتصاد الرقمي يحد من تطور التجارة الالكترونية
- القانون رقم 05/18 جاء ليسد الفراغ التشريعي الذي كانت تعاني منه الجزائر في مجال المعاملات التجارية الالكترونية .

أسباب اختيار الموضوع :

من بين الأسباب التي دفعتني لاختيار الموضوع

1- الأهمية الكبيرة التي أصبح يتمتع بها العقد الالكتروني في ظل العولمة الإعلامية الناتجة ،عن التطور السريع لوسائل الاتصال الالكترونية.
2- بالإضافة إلى حداثة القانون 05/18 المنظم للمعاملات التجارية الالكترونية التي جاء بها القانون 05/18.

صعوبات البحث:

أهم الصعوبات التي واجهتني خلال هذه الدراسة هي :

- انعدام دراسة سابقة للقانون رقم 05/18 المنظم للمعاملات التجارية الالكترونية في الجزائر وهذا راجع لحداثة القانون
- إن الدراسات السابقة في مجال المعاملات التجارية الالكترونية تعتمد غالبيتها على القواعد العامة في القانون المدني الجزائري بالإضافة للتشريعات الأجنبية لأنها لم تجد قانون جزائري خاص بالمعاملات التجارية الالكترونية

المنهج المتبع في البحث :

لتحقيق غايات البحث كان المنهج المتبع في هذه التحليلي الوصفي اذ ان الدراسة تعتمد على تحليل النصوص القانونية الخاصة بالموضوع سواء في القانون 18- 05 والقانون المدني الجزائري والتوجه الأوروبي والقانون الفرنسي والأردني والتونسي وقانون حماية المستهلك

الجزائري وأراء الفقهاء بالإضافة إلى المنهج المقارن للمقارنة بين التشريعات العربية والأجنبية والمنهج الوصفي لوصف صور العقد الالكتروني ومشابهه وما تحتاجه الدراسة من وصف ،بالإضافة إلى التطرق إلى أهم المفاهيم والمصطلحات ،المتعلقة بالموضوع من اجل الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر البحث التحليلي ،لنتائج الدراسات وترجمتها

خطة البحث :

ترتيبا على ماتقدم ولكي نتمكن من تحقيق أهداف هذا البحث فقد ارتأينا تقسيمه الى فصلين

يتضمن الفصل الأول الضمانات في مرحلة ماقبل إبرام العقد الالكتروني أما الفصل الثاني تناولنا فيه مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني

الفصـــل الأول

الضمانات في مرحلة ما قبل إبرام العقد الالكتروني

الفصل الأول :الضمانات في مرحلة ما قبل إبرام العقد الالكتروني

من أهم الضمانات التي أقرها المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك الالكتروني هو استحداثه الحماية القانونية لهذا الأخير أثناء مرحلة ما قبل التعاقد الالكتروني[1] و ذلك درأ لوقوع المستهلك ضحية الخداع والممارسات غير المشروعة الصادرة من المورد الالكتروني ، على عكس من ذلك في العقد المدني حيث لم ينظم المشرع الجزائري المرحلة السابقة على التعاقد بنصوص قانونية خاصة، مكتفيا باهتمامه بالمراحل التالية على إبرام العقد

حيث ساهمت التطورات التي شهدتها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التأثير على كافة مجالات الحياة الإنسانية وهذا ما أدى إلى التحول في منهج دراسة ابرام العقد وأصبحت الدراسة تتجه إلى المرحلة السابقة على التعاقد فالمستهلك الذي نبحث عن حمايته نتيجة تعرضه للعديد من الأخطار سواء في المرحلة السابقة لإبرام العقد او عند إبرامه وتنفيذه لهذا العقد يحتاج لحماية واضحة وشاملة تعزز موقفه وخصوصا انه يمثل الطرف الضعيف في مقابل المورد الذي يتمتع بالخبرة و الدراية الاقتصادية فالتعاقد الالكتروني زاد من مخاطر تعرض المستهلك للاحتيال و القرصنة كذلك عدم قدرة المستهلك على معاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية ادى الى زيادة التزام المزود بتبصير المستهلك في التعاقد الالكتروني بالمقارنة بالتعاقد التقليدي

سنتطرق في هذا المبحث الى أهم الضمانات التي استهدفها القانون الجزائري والخاصة بالمستهلك في مجال التجارة الالكترونية وباعتبار أن هذا الأخير هو محور العملية الاستهلاكية الالكترونية ،وذلك من أجل تشجيع ثقة في التعامل الالكتروني حيث تم دراسة الضمانات في مرحلة ماقبل إبرام العقد الالكتروني وهذا ما سنفصله من خلال المطالب التالية :

المبحث الأول: الحق في الإعلام المسبق

يعتبر هذا الحق التزاما فرصه المشرع الجزائري على المورد الالكتروني ، فيعرفه البعض على انه التزام قانوني سابق على إبرام العقد الالكتروني ، يلتزم بموجبه احد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط الكترونية في الوقت المناسب و بكل شفافية

و أمانة للطرف الأخر ، الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة بينما يعرفه أخر ، على انه التزام احد الطرفين بتقديم كافة البيانات و المعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الأخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره و لفت نظره إن استدعى الأمر ذلك

و هنا نطرح مثال واقعي ، فمثلا شركات التسويق الالكتروني للسلع و المنتجات تعلم المستهلك بكافة المواصفات و الخصائص التقنية اللازمة للمنتج المارد تسويقه ، لكنها ملزمة بتذكيره بمدى وجود اثار جانبية سلبية بالنسبة للمنتجات التي تستدعي ذكر أثارها الجانبية

المطلب الاول :ماهية الالتزام بالإعلام السابق لإبرام عقد البيع الالكتروني

في إطار التعاقد الالكتروني، أصبحت الحاجة ماسة إلى فرض التزام على عاتق البائع بإعلام المستهلك قبل التعاقد بكافة البيانات والمعلومات التي تمكنه من حسن الانتفاع بالمبيع وتجنب أضراره ، كما يشترط الفقه شروطا محددة يجب توافرها فيه

حيث كان القضاء الفرنسي أول من قام بإلزام البائع بإعلام المشتري قبل التعاقد، سواء عن طريق النصيحة، التحذير التنبيه، التبصير، الإفضاء حول أفضل استخدام للمبيع للحصول على منافعه وتجنب أضراره ،واليوم قد زادت الحاجة إلى فرض الالتزام بالإعلام قبل التعاقد لصالح المستهلك ونظم المشرع الالتزام بالإعلام بمقتضى المادة 352 ق م ج التي نصت على أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه

كما نظمه بأحكام خاصة من خلال القانون رقم09 / 03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل الخامس منه المعنون :**إلزامية إعلام المستهلك** الذي تضمن مادتين 17 و 18 لكن مع تطور مجال التجارة الالكترونية، أصبح الالتزام بالإعلام الخاص بحماية المستهلك الالكتروني يكتسب أهمية بالغة خاصة وأن تلك الأحكام المنظمة له سواء في القانون المدني أو في قانون حماية المستهلك وقمع الغش تقتصر على العقود التقليدية دون الالكترونية [1]

[1] **عبد العزيز حمود المرسي ، الالتزام في ظل الوسائل الحديثة ،قبل التعاقدي بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية دراسة مقارنة ، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر –107.العدد 18 ، السنة التاسعة، أكتوبر 2000 ص ص 95، 102**

فالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كالتزام للمورد الالكتروني يعتبر كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني على ضوء القانون 81/50المتعلق بالتجارة الإلكترونية،وذلك نظرا لما لهذا الالتزام من أهمية بالغة في تحقيق نوع من العدالة و المساواة بين المتعاقدين،حيث يهدف إلى تبصير وتنوير إرادة المستهلك الإلكتروني و إعلامه بكل تفاصيل العقد وماهية المنتوجات محل الطلب، فكانت الإشكالية المثارة حول مدى إقرار المشرع الجزائري لهذا الالتزام في ظل القانون 81/50المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

:فبظهور التجارة الإلكترونية ظهرت أساليب جديدة لم تكن معروفة من قبل في إبرام العقود، ومن أهم هذه الأساليب التعاقد عبر شبكة الانترنت أو ما يعرف بالعقد الإلكتروني، فقد أتاح هذا النوع المستحدث من العقود للمستهلك إمكانية طلب السلعة أو الخدمة التي يروم الحصول عليها من داخل بيته، وهذا دون الحاجة للولوج في علاقة مباشرة مع الطرف الآخر في العقد، ومما لا شك فيه أن هذا النوع من العقود، جعلت من المستهلك الإلكتروني يقف موقف الحائر في اختيار السلع والخدمات المناسبة مما يحتاج ومما هو معروض من جهة، ومن جهة أخرى فإن طبيعة هذه العقود اللامادية تفرض على المستهلك عدم القدرة على معاينة وملامسة المنتوج محل الطلب بكل تفاصليه وخصائصه الدقيقة أو التحقق من أي عيب قد يشوبه .وأمام ما يعترض المستهلك الإلكتروني من إشكالية عدم العلم بماهية المنتوج الإلكتروني محل التعاقد بكل تفاصيله، إلى جانب عدم معرفة هوية المورد الإلكتروني المتعامل معه على الموقع التجاري الإلكتروني، فإن جل التشريعات المنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني ألقت وفرضت على عاتق المورد الإلكتروني الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، من أجل تنوير وتبصير إرادة المستهلك الإلكتروني عديم الخبرة والغير محترف بكل ظروف التعاقد وخصائص الشيء أو الخدمة محل الطلب قبل إبرام العقد الإلكتروني .والمشرع الجزائري وعلى غرار التشريعات الأخرى أدرك أهمية الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني في تنوير إرادة المستهلك الإلكتروني، فقام بإصدار القانون 81/50المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وضمنه هذا الالتزام كأحد الضمانات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني .وتأسيسا على ما سبق بيانه فإن إشكالية بحثنا تتمحور من خلال الإجابة على إشكال رئيسي مفاده :إلى أي مدى أقر المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني كأحد ضمانات حماية المستهلك الالكتروني في ظل القانون 81/50المتعلق بالتجارة الالكترونية؟ و ما هو الجزاء المترتب حال الإخلال بهذا الالتزام؟ و سنتطرق إلى جميع هذه الأسئلة من خلال العناصر الوالية :

الفرع الأول :مفهوم الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.

من أجل حماية رضا المستهلك المتعاقد إلكترونيا، وتحقيق نوع من المساواة والعدالة بين هذا الأخير والمورد الإلكتروني تم إقرار التزام يسمى بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، ومن خلال هذا الفرع سنحاول معرفة المقصود به ثم مبررات نشوء هذا الالتزام

أولا : تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.

نظرا لما لهذا الالتزام من أهمية بالغة في حماية المستهلك الإلكتروني من جملة التلاعبات التي قد يتعرض لها، فقد حظي بتعريفات سواء على مستوى الفقه القانوني أو على مستوى التشريع الجزائري

1- التعريف الفقهي القانوني للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.

بداية نشير إلى أنه قد تعددت الألفاظ التي استخدمها فقهاء القانون للدلالة على الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي وتباينت آراؤهم في ذلك، فمن هذه الألفاظ الإدلاء بالبيانات، الإخبار، الإفضاء، التبصير، الإفصاح و الإعلام، [1] ونحن في دراستنا هذه نرجح المصطلح الأخير وهو الإعلام، لأن الإعلام في اللغة هو تحصيل حقيقة الشيء أي معرفته.

يعرف بعض فقهاء القانون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي في العقود التقليدية بأنه " :التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بالتفصيلات كافة لهذا العقد، 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 أخدهم أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات[2]

أما الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني فقد عرفه بعض فقهاء القانون بأنه ":منح المستهلك كل المعلومات اللازمة

لمساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه، و هو التزام يقع على عاتق المهني الذي يمد المستهلك بالمعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ قراره بالتعاقد سلبا أو إيجابا [3]و عرف أيضا بأنه ":التزام قانوني سابق على إبرام العقد الالكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية

---

[1] **موفق حماد عبد :الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، مكتبة السنهوري، بغداد، ط 1 .2001 ، ص91**

[2] **المهدي الصادق محمد نزيه :الالتزام قبل التعاقدي للإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، مصر، ط 2، ص 189**

[3] **سمير عبد السميع الأودن :العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، د ط، 2011 ، ص 119**

فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمان للطرف الآخر، الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة [1]

إذن نقول أن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في العقود التقليدية لا يختلف عن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.

الفرع الثاني تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري.

لقد اهتم المشرع الجزائري بحق المستهلك في الإعلام سواء كان هذا المستهلك عادي أو إلكتروني، وهذا لكونه الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية التي تربطه بمنتجي ومزودي ومسوقي الخدمات السلع، إذ ألقى على عاتقهم الالتزام بالإعلام.

وإذا ما رجعنا إلى أحكام القانون المدني، نجد أن المشرع الجزائري قد ن على هذا الالتزام، بتأكيده على ضرورة أن يكون كل متعاقد على علم كاف ودراية تامة بما هو مقدم عليه[2]، أما إذا رجعنا إلى التشريعات الخاصة بحماية المستهلك فنجد أن المشرع الجزائري كذلك قد أولى حق المستهلك في الإعلام اهتماما، فكانت البداية من خلال القانون 98/ 02 (الملغى بالقانون 03/09) المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في نص المادة 04 منه [3]، لتأتي النصوص القانونية بعده لتأكد هذا الحق وتلقي به على عاتق المنتج وذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها ، و المرسوم التنفيذي 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 ليأتي بعدها القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية / 52 50 ثم جاء بعده القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ضمن الفصل الخامس منه والموسوم بإلزامية إعلام المستهلك، وذلك بمقتضى المادتين 17+18 منه حيث تنص المادة 01/17 يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بآية وسيلة أخرى مناسبة ".و تنص المادة 18 ": يجب أن تحرر بيانات الوسم و طريقة

---

[1] عبد الرحمان خلفي :حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري – دراسة مقارنة-، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) ، فلسطين، مج 27، 2013 ، ص 07

[2] تنص المادة 20 من ق م ج ":يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه في الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 م، الجريدة الرسمية الصادرة في 30 سبتمبر 1975 ، العدد 78 .

[3] تنص المادة 04 ": تكيف العناصر المنصوص عليها في المادة 2 من هذا القانون حسب طبيعة و صنف المنتج أو الخدمة بالنظر للخصوصيات التي تميزه و التي يجب أن يعلم بها المستهلك حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية.

الاستخدام و دليل الاستعمال و شروط ضمان المنتوج و كل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا، و على سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، و بطريقة مرئية و مقروءة و متعذر محوها".

وجاء المرسوم التنفيذي رقم 13/ 378[1]: ليعرف الإعلام في أن المادة 15/3 منه * الإعلام حول المنتجات منه بقولها هو كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقه به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الهاتفي*.

وبإصدار **المشرع الجزائري لقانون التجارة الإلكترونية 05/18** [2]نجد أنه قد ن على الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني، إذ ألقى على عاتق المورد الإلكتروني مسؤولية إعلام المستهلك الإلكتروني بكل الشروط التعاقدية وبكل المعلومات والمواصفات الخاصة بالمنتج محل الطلب، وذلك بموجب نصوص المواد 11+12+13

حيث تنص المادة 11 من القانون السالف الذكر يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة، و يجب أن يتضمن على الأقل، و لكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية :طبيعة و خصائص السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، حالة توفر السلعة أو الخدمة، كيفيات و مصاريف و آجال التسليم، الشروط العامة للبيع، و لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، شروط الضمان التجاري و خدمة ما بعد البيع، طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا، كيفيات و إجراء الدفع، شروط فسخ العقد عند الاقتضاء، وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية، مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء، شروط و آجال العدول عند الاقتضاء، طريقة تأكيد الطلبية، موعد التسليم و سعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة و كيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه

كما تنص المادة 12 من القانون السالف الذكر تمر طلبية منتج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية ":وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم و دراية تامة، التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الالكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية

---

[1]المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 ، الجريدة الرسمية الصادرة في 18 نوفمبر 2013 م، العدد 58

[2]القانون05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 م، الجريدة الرسمية المؤرخة في 2018/05/16، العدد28

المنتجات أو الخدمات المطلوبة و السعر الإجمالي و الوحدوي، و الكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، و إلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة، تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد، يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الالكتروني معبرا عنه بصراحة، يجب ألا الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الالكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه تتضمن اختياره بالإضافة إلى أن المادة 13 من القانون 05/18 تطرق إلى هذا الالتزام من خلال وجوب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:

- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات، شروط و كيفيات التسليم،
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، شروط فسخ العقد الالكتروني، شروط و كيفيات الدفع، شروط و كيفيات إعادة المنتوج، كيفيات معالجة الشكاوى،
- شروط و كيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، الشروط و الكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء

بعد عرض التعاريف الفقهية وما جاء به المشرع الجزائري فإنه يمكننا تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني بأنه ذلك الالتزام الذي يقع على عاتق المورد الإلكتروني تجاه المستهلك الإلكتروني بإمداده بكل المعلومات التفصيلية والدقيقة حول العقد المراد إبرامه، حتى يتسنى للمستهلك الالكتروني اتخاذ قراره إما بالإقدام على التعاقد أو بالإحجام عنه.

الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني و جزاء الإخلال به على ضوء القانون 05/18

حرص المشرع الجزائري في ظل القانون 08/15 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من البيانات في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني، إذ من شأن هذه البيانات أن تحصنه من الوقوع في عيب من عيوب الرضا، وبالتالي التعاقد برضا سليم ودراية كاملة وتامة مع من يتعاقد، وحول حقيقة الشيء المتعاقد عليه وبنود وشروط العقد، وهذا ما يسمى بمضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي، كما رتب جزاء على الإخلال بهذا المضمون وهو ما سنراه في النقاط المقبلة

المطلب الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني

يتمثل محل أو مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني في معرفة المستهلك الالكتروني لهوية المورد الالك تروني بالدرجة الأولى إلى جانب جملة من البيانات التفصيلية لماهية المنتوج محل الطلب بالدرجة الثانية بالإضافة إلى

بيان شروط وبنود العقد بالدرجة الثالثة

الفرع الأول: تحديد هوية المورد الإلكتروني.

من أهم المشكلات التي تثير قلق المستهلك، بل و قد تحد من اقباله على ابرام عقود التجارة الإلكتر ونية هء عدم معرفة هوية المورد الإلكتروني، لكن تحديد هوية هذا الأخير يحمل المستهلك على الأمان والثقة وتدفعه إلى التعاقد1 .

إذ قد حسم المشرع الجزائري إشكالية عدم معرفة هوية المورد بموجب القانون 05/18المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الإلكتروني حيث تنص المادة 8 منه على ":يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية كما يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على **وسائل تسمح بالتأكد من صحته** ".كما تنص المادة 09 منه على انه تنشأ بطاقية وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، لا يمكن ممارسة التجارة الإلكترونية إلا بعد ايداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، تنشر البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني.

كذلك المادة 2/11 ، 3 من ذات القانون على "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، و يجب أن يتضمن على الأقل، و ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني .رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي".

فالمشرع الجزائري بموجب هذه النصوص وفي سبيل تحديد هوية التاجر الإلكتروني فرض على كل تاجر سواء كان طبيعي أو معنوي ويريد مزاولة التجارة الالكترونية أن يقوم بتسجيل نفسه في السجل التجاري أو في سجل الصناعات الحرفية أو التقليدية، وألزمه بوضع اسم موقعه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري قبل ممارسة العمل التجاري الالكتروني، كما أنشأ بطاقية وطنية لدى مصالح

المركز الوطني تضم أسماء الموردين الالكترونيين، على أن تنشر هذه البطاقية عن طريق الوسائل الإلكترونية لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني للتأكد من هوية المورد الإلكتروني.

كما ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني أثناء تقديمه للعرض التجاري الإلكتروني أن يذكر رقم التعريف الجبائي، العنوان المادي والإلكتروني، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

ولقد حسن فعل المشرع الجزائري بإنشاء البطاقية الوطنية للموردين الإلكترونيين، ووضعها في متناول المستهلك الإلكتروني، ليتسنى له قبل أن يتعاقد مع المورد الإلكتروني التأكد ما إذا كان مورد حقيقي أو مورد وهمي.

الفرع الثاني: التصريح بالصفات الأساسية لماهية المنتج محل الطلب.

تفرض القوانين المنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني على البائع العارض على شبكة الانترنت أن يبين و بوضوح على الشاشة الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعروضة، وبصفة خاصة الصفات التي تتعلق بالكم والكيف، 1 أو بعبارة أخرى وصف المنتج أو الخدمة محل العقد من جانب المهني وصفا دقيقا حتى يتحقق بموجبه علم المستهلك بمحل العقد علما كافيا نافيا للجهالة

وعلى غرار التشريعات المنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني وبموجب القانون 05/18 فرض المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني التصريح بالصفات الأساسية والتفصيلية للمنتج قبل إبرام العقد الإلكتروني

وفي هذا الصدد تنص المادة 3/11 من ذات القانون على ": يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، وليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية :طبيعة و خصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب الرسوم".

1كمان المادة 2/12 ، 3 تنص على وجوب وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة ".و كما تنص المادة 1/13 على انه يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية :الخصائص التفصيلية للسلع و الخدمات".

الفرع الثالث : الالتزام ببيان بنود وشروط العقد.

ويتمثل مضمون هذا الالتزام في إعلام المستهلك الإلكتروني بجملة من البيانات التي تخص العقد وشروطه، سواء تعلقت هذه الشروط بمرحلة التعاقد أم بالمرحلة التالية المتمثلة في تنفيذ بنود العقد وقد أكد المشرع الجزائري بموجب القانون 18/ 05 على وجوب إعلام المستهلك الإلكتروني بشروط العقد والمتمثلة في :شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الالكترونية، شروط فسخ العقد عند الاقتضاء، شروط وآجال العدول عند الاقتضاء، طريقة تأكيد الطلبية،موعد التسليم، الشروط العامة للبيع، طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه[1]

أولا جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد الإلكتروني.

إن الهدف من تقرير الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني هو تنوير إرادة المستهلك الإلكتروني المقبل على التعاقد، أي أن محل الحماية في هذا الالتزام هو رضا المستهلك الالكتروني المقدم على التعاقد، وعليه فإذا أخل المورد الإلكتروني بهذا الالتزام ولم يقم بتقديم ما ينبغي تقديمه من بيانات للمستهلك الإلكتروني، فإن لهذا الأخير كما أقر المشرع الجزائري في ن المادة 14 من القانون 05/18 السالف الذكر و المتعلق بالتجارة الالكترونية

أ إبطال العقد الإلكتروني.

في عقود التجارة الإلكترونية ذات الخاصية اللامكانية، فإن المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع في عيب من عيوب الإرادة،[2] نتيجة إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه المتمثل في تنوير وتبصير إرادته، 3ولقد خول المشرع الجزائري وبموجب نص المادة 14 من لقانون 18/ للمستهلك الالكتروني والذي وقع في عيب من عيوب الإرادة، المطالبة بإبطال العقد الالكتروني،

حيث تنص المادة 14 من القانون 05/18 انه في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الالكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".

[1]المادة 11 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .

[2]و ما تجب الإشارة أن المشرع الجزائري على عيوب الإرادة في المواد من 81- من القانون المدني، و هذه العيوب هي الغلط، التدليس، الإكراه، الاستغلال، و ما تجب الإشارة إليه هنا أنه من المستبعد وقوع المستهلك الالكتروني ضحية لعيب الإكراه و الاستغلال نتيجة عدم التواجد المكاني لأطراف العقد

ب-<u>التعويض</u>:

إن أساس الحكم بالتعويض يرجع إلى تحقق الضرر، إذ لا تعويض دون ضرر، و ترجع مبررات طلب التعويض إلى الأمور التالية4 :

-قد يكون جزاء البطلان غير متناسب مع ما اقترفه التاجر من خطأ، الأمر الذي ينبغء مواجهته بجزاء أشد أو تقرير جزاء

يعد مكملا له أي إبطال العقد مع التعويض.

قد تتوفر شروط الإبطال ومع هذالا يطلبه المستهلك ويؤثر الإبقاء على العقد، رغم حدوث أضرار له.

-عدم كفاية جزاء البطلان في تعويض المتعاقد عما أصابه من أضرار[1].

وما لا شك فيه أن إخلال المورد الإلكتروني بتنفيذ التزامه المسبق بالإعلام من شأنه تضليل المستهلك الإلكتروني ودفعه إلى إبرام عقد عن غير إرادة حقيقية، الأمر الذي من شأنه أن يلحق أضرارا بالمستهلك، وفي سبيل جبر هذا الضرر الذي يتعرض له المستهلك الالكتروني رتب المشرع الجزائري التعويض، حسب ما جاء بن المادة 14 السالفة الذكر.

المبحث الثاني:الضمان من الإعلانات الالكترونية

يعتبر الإعلان التجاري الالكتروني نتيجة عقد أبرم بين طرفين هما المعلن و وكالة الإعلان كما يعد من طائفة العقود التي تبرم و تنفذ عبر وسائل الاتصال الحديثة، ومما سبق يتوجب علينا بيان تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني مع تحديد طبيعته القانونيـة **(الفرع الأ ول)** ونظرا لخصوصية الإعلان التجاري الالكتروني، فلا بد من أن يأخذ أشكال تختلف حسب اختلاف الوسيلة الإعلانية الإلكترونية(**الفرع الثاني)**

المطلب الأول: مفهوم الإعلان التجاري الإلكتروني

الفرع الأول :تعريفه : يعرفهجانب من الفقه بأنه " **:كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيًا على الجمهور تحقيقًا لغايات تجارية[2]**

و يعرف كذلك بأنه عبارة عن" :مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى توجيه انتباه أفراد المجتمع إلى سلعة أو خدمة محددة لحثهم على شرائها، أو طلبها،أوهي عبارة عن أنواع

---

[1] **موفق حماد عيد :الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية -دراسة مقارنة-، مرجع سابق، ص 138-139**

[2] **حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر و المستهلك، د.د.ن ، د ب ن ، 1991 ، ص14**

الأنشطة المختلفة التي يتم من خلالها نشر، أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة، أو الخدمة المعلن عنها[1]"

عرف المشرع الجزائري الإعلان في المرسوم التنفيذي رقم90 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش بأنـه" **:جميع الاقتراحات أو الدعايـات أو البيانـات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية**[2]."

فعلى الصعيد الأوروبي عرف الإعلان في التوجيه الأوروبي 84 /CCE/450 الصادر بتاريخ 10 سبتمبر 1984 المتضمن تقريب القوانين و اللوائح و العمل الإداري بين دول

الأعضاء بشأن الإعلانات المضللة في مادته الثانية، بأنه " **أي شكل من أشكال الاتصالات تتم في مجال الأنشطة التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو المهنية و تهدف إلى تشجيع الإقبال على السلع و الخدمات بما في ذلك العقارات الحقوق والالتزامات المرتبطة بها**[3]"

يلاحظ من التعريفات السابقة أن الإعلان هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين، بهدف إقناعهم بمزايا السلعة أو الخدمة و ما يمكن أن تحققه

من فوائد، بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة في ذلك، و لا يختلف الإعلان الالكتروني

عن الإعلان التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة سواء كان من خلال شبكة الانترنت، أو

غيرها من الوسائل الالكترونية الأخرى، فهنا يستعمل فيها المعلن وسائل تكنولوجية متطورة

من شأنها التأثير على الجمهور و تحفيزه على الإقبال إلى التعاقد

الفرع الثاني :التكييف القانوني للإعلان التجاري الإلكتروني

يعتبر الإعلان التجاري الالكتروني وسيلة اتصال غير شخصيه لنقل المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة بغرض إقناع الزبون باتخاذ قرار شراء السلعة أو طلب أداء الخدمة.

وهناك من يفرق بين الإعلان التجاري و الدعاية التجارية، إذ يرون أن الدعاية التجارية

---

[1] هدى حامد قشوش، الإعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، مصر، 1998، ص

[2] مرسوم تنفيذي رقم 90 . 39 مؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج ر عدد 05 ، صادر في 31 يناير 1990 معدل ومتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم01.315 مؤرخ في16 أكتوبر 2001

[3] Directive 84/450/CEE relative au rapprochement des dispositions législatives, règlementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité trompeuse, JO L250 du 19/09/1984,p 0017 sur www.legifrance.gouv.fr

هي التي يستعمل فيها المعلن وسائل تكنولوجية متطورة من شأنها أن تؤثر على المشتري الالكتروني وتدفعه إلى التعاقد، أما الإعلان فهو وسيلة من بين الوسائل التقليدية لتعريف الجمهور بالسلع المعروضة في السوق، إلا أن البعض يذهب إلى القول بأنه لا يوجد فرق بين الدعاية التجارية والإعلان التجاري ، فهي وسائل تستعمل من المهني لتحفيز المشتري الإلكتروني الإقبال على السلع والخدمات[1]

فلا يعتبر ذات الإعلان الموجه إلى المستهدفين منه إيجابًا و إنما دعوة للتفاوض أو للتعاقد، بشرط ألا يتضمن ذلك الإعلان الشروط الجوهرية للتعاقد، فعرض المبيعات في واجهات المحلات التجارية دون بيان أسعارها لا يعتبر إيجابًا [2]، فإذا تضمن العرض بيان أثمان تلك المبيعات، فيعد هذا العرض إيجابا.

فبالإسقاط على السلع و الخدمات التي تعرض للبيع بالوسائل الالكترونية، فالإعلان التجاري الالكتروني لها يعد دعوة للتفاوض، بشرط أن لا يتضمن ذلك الإعلان الشروط الجوهرية للتعاقد.

فإذا تضمن الإعلان التجاري الالكتروني الشروط الجوهرية للتعاقد، كتحديد ثمن السلعة تحديدا نافيا للجهالة أو تحديد العناصر الأساسية للتعاقد بشكل كافي، فيعد هذا العرض إيجابًا شأنه في ذلك شأن عرض المبيعات على واجهات المحلات التجارية مع بيان أثمانها.

ففي الحالتين تتحقق رؤية الشيء المبيع سواء أكانت رؤية حقيقية بملئ العين أم افتراضية خلال شاشة مختلف الأجهزة الإلكترونية [3]

يستنتج مما سبق أن الإعلان التجاري الإلكتروني الموجه إلى الأفراد يكون دعوة للتفاوض عند عدم احتوائه على الشروط الأساسية للتعاقد، كبيان أسعار السلع و الخدمات أي عند الشك في وضوح المعلومات الجوهرية عن التعاقد فإن الإعلان الإلكتروني لا يعتبر إيجابًا.

أما الإعلان التجاري الإلكتروني الموجه إلى الأفراد قد يعتبر إيجابًا، إذا تضمن الشروط

---

[1] زاهية حورية سي يوسف،" حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المظلل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية و السياسية، ،كلية الحقوق، جامعة الجزائر ، عدد 04 ، سنة 2010 ، ص ص 188 . 189

[2] سمير برهان، إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007 ، ص64

[3] رامي محمد علوان،" التعبير عن الارادة عن طريق الإنترنت و إثبات التعاقد الإلكتروني"، مجلة الحقوق، العدد الرابع، 2002، ص ص244 .249

الجوهرية و الأساسية للتعاقد، كتضمن عرض السلع و الخدمات بثمنها، فإن هذا العرض يعتبر إيجابًا.

المطلب الثاني :أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني

بالنظر للتطبيقات العملية على الإعلانات الإلكترونية، تنقسم الإعلانات إلى أنواع مختلفة، منها إعلانات بحسب الهدف أو حسب المنطقة الجغرافية التي يغطيها، أو حسب نوعية نشاط المعلن، أو حسب الأداة المستخدمة، أو حسب السلعة و الخدمة محل الإعلان.

ففي مجال التجارة الالكترونية، توظف الاستراتجيات الإعلانية أكثر من شكل لترويج منتجاتها و أهم هذه الأشكال هي:

الفرع الأول :الشريط الإعلاني : يتمثل في عرض رسالة ترويجية في شكل شريط، تحتوي الرسالة صور ورسومات ونصوص تهدف خلق الوعي لدى المتصفح (المشتري المحتمل)ويعد من أكثر الأشكال استخداما لوجود بيئة تفاعلية بين المعلن والمتصفح ، فمن خلال الضغط على الشريط يمكن طرح التساؤلات حول المنتج و الحصول على إجابات فورية.

كمـا تقاس أهميــة الشريط الإعلاني بعدد مرات النقر عليــه الذي يترجم إلى عدد الزائريـن إلى موقع الإعلان التجاري، و هذا إلى جانب التصميم البياني للشريط الإعلاني الذي يعود بالأهمية للرسالة التي يعرضها في جذب المتصفحين.

الفرع الثاني :الإعلان بالبريد الالكتروني

من بين أنجع الوسائل التي تمكن من إيصال الرسالة الترويجية هي الإعلان عن المنتجات باستخدام نشرة البريـد الالكترونيـة المجانية، وهذا لقدرتــه الواسعة و الكبيرة على توصيل الرسالة الإعلانية بأقل جهد و تكلفة إلى الجمهور المستهدف، مما يزيد معدل توقع قيام المشترك برد إيجابي، و من خلال ذلك يتم تنقية الجمهور الذي يهتم بموضوع الإعلان بشكل دوري.

الفرع الثالث :الإعلان ضمن مواقع الانترنت

يتم بمقتضاه الترويج عن المنتجـات بصياغة محتوى الرسالــة الترويجية على موقع تملكــه مؤسسة إعلانية على الانترنت،وذلك بأجر مقابل المساحة التي يحتلها الإعلان على الموقع.

فيمكن أن تظهر الإعلانات عبر الانترنت بصورة مفاجئة، سواء أثناء دخول الموقع أو أثناء تصفحه أو أثناء الخروج منه، و عادة ما يتخذ شكل مربع ،أكبر حجما من الشريط الإعلاني و بالضغط على الطلقة الإعلانية يتم الانتقال إلى موقع المؤسسة[1]

كما يعتبر الإعلان الالكتروني عبر الانترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبيه وانتشار في ظل الاتجاه نحو التسويق الالكتروني، فالإعلانات عبر الانترنت في حال تطور دائم منذ انفتاح الشبكة العنكبوتية على التجارة، و فيما يلي بعض الأشكال المختلفة التي اتخذتها الإعلانات[2]

اولا: **الإعلان الأفقي** :هذا النوع متواجد في كل المواقع الإلكترونية تقريبا، و تندرج ضمنه العديد من الأشكال إلا أن جميعها يتشارك في وظيفة أساسية، فإن تم النقر عليها يفتح الموقع الالكتروني للمعلن عنه، هذا النوع من الإعلانات هو أول نوع ظهر بين الأنواع الموجودة حاليا.

ثانيا: **الإعلان الجانبي** :يمتاز هذا الأخير عن الإعلان الأفقي بعموديته، تأثير هذا النوع أقوى على المتصفح و كذا فاعليته في إيصال رسالة المعلن إلى المتصفح.

ثالثا: **الإعلان الطائر** :عند فتح موقع إلكتروني ما يبدأ هذا الإعلان بالطيران فوق الصفحة لمدة بين 5و 30 ثانية، إلا أنها مزودة بزر يغلقها للعودة إلى الصفحة الأصلية[3].

رابعا :الإعلانات الفاصلة

تتمثل في الإعلانات التي تظهر عند نسخ برنامج أو معلومات من شبكة الانترنت إلى الكمبيوتر، بهدف استحواذ الانتباه، لكن من أهم عيوبها أنها تسبب ضيق للمشتري المحتمل نتيجة تشتت انتباهه عن المهمة الأساسية التي يقوم بها ، لذا فمن الممكن أن تسبب أثر عكسي1 من خلال ما سبق يمكننا استعراض أهم الفروقات القائمة بين الإعلانات التجارية الالكترونية والتقليدية التي تظهر في عدة جوانب أهمها:

. يوفر تغذية عكسية فورية من خلال المعلومات المرتدة من المستهدفين وهي لا تتوافر

---

[1] طارق طه، التسويق والتجارة الالكترونية، دار المعارف للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005 ،ص435

[2] الإعلان الإلكتروني :كيف يعمل؟ على الموقع www.qafilah.com

[3] خويلد عفاف،" فعالية الاعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية" ،كلية الحقوق، جامعة الوادي، مجلة الباحث، عدد 07 ،2009، 2010 ،ص ص 353 . 356

بالإعلانات التقليدية ، كما يساعد على ترسيخ صورة العلامة التجارية ، وزيادة درجة تذكرها من الجمهور ، ليساهم ذلك على رفع إمكانية فرص الشراء

– يتيح إمكانية تفصيل الرسائل الترويجية بمجرد قيام المستهدف بتنشيط موضع الإعلان.

. يسمح بنجاح التغطية الإعلانية و بأقل تكلفة من الإعلانات على صفحات الجرائد المكلفة و المجلات و التلفزيون و القنوات الفضائية و غيرها من الوسائل التقليدية، كما أن بفضل الاستخدام الابتكاري للمؤثرات الصوتية و البصرية في عرض الرسالة الإعلانيـة جعلها مبتكرة و مصممة بصورة تلفت و تجذب إنتباه المشترين و زيادة تحول العميل من مشتري محتمل إلى مشتري فعلي.

* ضوابط حظر الإعلان التجاري الإلكتروني المظلل و الخادع

أصبحت اليوم الصورة الإعلانية الافتراضية تتفنن في إظهار الأشياء على غير حقيقتها بشكـل منقوص، باستعمال العنصر الخادع السمعي أو البصري أو الاثنين معا، ليجد المشتري المحتمل نفسه يتعاقد دون أن يدرك ودون أن يعني ما يفعل، وهذا تحت تأثير اللحظة الإعلانية والإرادة المتسرعة، الوضع الذي يخلق في النهايـة إعلانـات تجاريـة إلكترونية خادعة ومظللة لإرادة المشتري، يستلزم منعها أو الحد منها، ذلك بفرض ضوابط عليها وهذه الضوابط منها ما يتعلق بالمعلن، و منها ما يتعلق بالسلعة أو الخدمة المعلن عنه

وأخيرا تجريم الإعلان التجاري الالكتروني المظلل و الخادع

***الضوابط المتعلقة بالمعلن:**

باعتبار أن الإعلان الالكتروني مقدمة لمعاملة تجارية، فلا بد أن يقوم على أساس الصدق وذلك بأن يتحرى المعلن الصدق والموضوعية في إعلانه، من خلال إخبار الجمهور المستهدف بما يوافق حقيقة السلعة أو الخدمة.

فمن لوازم العمل به تجنب المبالغـة في وصف السلع والخدمات المعلن عنهـا، فالأخذ بضابط الصدق في الإعلان التجاري الالكتروني يساهم في منع تظليل الجمهور بما يقدمه إليه من معلومات خاطئة و مبالغ فيها، مما يحدث بالتالي انطباعا خاطئا لديهم حول هذه السلعة أو الخدمة[1].

[1] **بوزيدي ايمان ،ضمانات المشتري في عقد البيع الاكتروني،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للاعمال،كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، ، تيزي وزو ، 2016 ، ص 108**

فيتوجب أيضا على المعلن تجنب الغش و التدليس في إعلانه قصد إبهام المشتري بأن السلعة ذات مزايا، و ذلك كأن يدعى بميزة في السلعة أو الخدمة مع أنها ليست فيها، أو أن يظهر السلعة بالمظهر الحسن على شاشة اللوحة الإعلانية من خلال الاستعانة بالتقنيات الفنية والإخراجية الحديثة المعدلة للمظهر الخارجي لها، مع أن الأمر ليس كذلك، كما يلجأ بعض المعلنين عندما يستضيفون في إعلاناتهم بعض الزبائن الموهمين ليمدحوا السلعة المعلن عليها، و إنما بعد استخدامها لا يكون الأمر كذاك.

فمن صور الإعلان التجاري الالكتروني الذي ينطوي على الغش و الخداع، عدم ذكر مقدار الرسوم و الضرائب المتوجبة على السلعة المعلن عنها عند ذكر سعرها في الإعلان ثم يتفاجئ المشتري أن هذا السعر لا يشمل الرسوم والضرائب وقريب من هذا كأن يضع بخط كبير سعر المبيعات ويضع بجانبه و بخط صغير لا يكاد يرى مقدار الضريبة المتوجبة على تلك المبيعات، وذلك حتى يتوهم قارئ الإعلان رخص هذه السلع والخدمات المعروضة ومن ثم يقدم على شرائها.

وبناءا على ما تقدم يجب على المعلن باعتباره المسؤول عن اتخاذ قرارت العملية الإعلانية من حيث تحديد هدفها وميزتها و وسيلتها الإعلانية، أن يكون صادقا و معتدلا متجنبا الغش والخداع في نشاطه الإعلاني الالكتروني و ذلك حتى لا يتحول العالم إلى سوق تسوده المنافسة الشرسة بين المعلنين بهدف الحصول على أموال الناس من خلال التأثير على اختياراتهم، الأمر الذي يعود سلبا على إ رادة المشتري الإلكتروني[1].

*** الضوابط المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها**

فيما يخص السلع و الخدمات هناك ضابط واحد و هو الإباحة، بمعنى أن تكون السلعة أو الخدمة المعلن عنها مباحة شرعا و قانونا، لأن ما لا يجوز استعماله لا يجوز بيعه ، وما لا يجوز بيعه لا يجوز الإعلان عنه، لأن الإعلان وسيلة للبيع.

فيعد الإعلان عن المحرمات ترويجا للمنكر و إشاعة للفساد، ومن صور الإعلان عن المحرمات ما يلي:

---

[1] **خلوي (عنان) نصيرة ، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المدنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، ، تيزي وزو ، 2013 ، ص 13 . 14**

-الإعلانات المخلة بالآداب العامة كالتي تؤدي إلى الإخلال بالدين والعقيدة كالإعلان عن السلع التي يزعم أصحابها بأنها تجلب الحظ السعيد لمن يستعمله
أو الإعلان عن السلع و الخدمات التي بها تبرج، أو الإعلان عن كتب السحر والشعوذة بهدف تعلم ممارستها، الإعلان عن كتب العقائد الذي يقصد به ترويج اعتناق عقائد باطلة.
- الإعلانات المخلة بالآداب العامة كالتي تؤدي إلى الإضرار بالصحة، كالإعلان عن اللحوم المحرمة شرعا، أو الإعلان عن المواد المهروسة للعقل كالسجائر ومختلف أنواع المخدرات والخمور، وكذا الإعلان عن بعض الأدوية والمواد الصيدلانية التي يمنع استعمالها بدون استشارة طبية.
-الإعلانات الغير المشروعة التي تؤدي إلى الإضرار بالنسل، كالإعلان عن الملاهي الليلية والإعلان عن المسابح و النوادي الرياضية المختلطة، و مثال ذلك أيضا الإعلان عن الأدوية التي تؤدي إلى العقم، و كذا الإعلان عن الأفلام و المجلات الخليعة والإباحية.
-الإعلانات التي تضر بالمال، كالإعلان عن نوادي القمار ، ومما هو جدير بالذكر في هذا المقام أن هناك سلعا وخدمات تعد مباحة في الأصل إلا أنها تصبح محرمة لطارئ ما، مما يجعل الإعلان عنها في هذه الحالة محرما[1].
- فمن الضوابط الهادفة إلى ضمان مصلحة المشتري الالكتروني، ما يتعلق بحظر بيع الأدوية أو المنتجات الصيدلانية إلكترونيا، لأن الأمر يتعلق بصحة الإنسان، و خاصة لما يقبل الأفراد على شراء المنتجات الصيدلانية إلكترونيا كالتي تنقص الوزن أو تعالج الصلع أو تقوي الصحة البدنية أو النفسية، فهنا المشتري يراهن حياته، فلا بد من ضوابط للشراء الإلكتروني للأدوية عن بعد وفق ما تنص عليه قواعد و أدبيات الأطباء والصيادلة في خصوص العلاج. [2]

*** تجريم الإعلان التجاري الالكتروني المظلل و الخادع**

حتى أن لا يبقى الإعلان الإلكتروني الكاذب أو المضلل حرا، دون قيد كان يجب

---

[1] **ضوابط الإعلانات التجارية على الموقع www.al-forqan.net**

[2] **تحذير المستهلكين بخطر شراء الأدوية عبر الانترنت ، مقال صادر عن الهيئة العامة للغذاء و الدواء لكندا Saudi Food and Drug Authority على الموقع: www.sfda.gov.sa**

البحث عن وسائل قانونية للحد من آثاره السلبية و وقف تجاوزات المعلنين وهذا بهدف حماية الجمهور الموجه إليهم ذلك الإعلان من جهة وخلق جو ملائم للمنافسة المشروعة ونزيهة بين المعلنين من جهة أخرى، كما إن توقيع جزاءات مدنية وجزائية على صاحب الإعلان المظلل والخادع يساهم في إجراء نوع من الرقابة على نشاطاته الإعلانية الالكترونية.

إن جريمة الإعلان الكاذب و المضلل ليست كغيرها من الجرائم بالنسبة لأركان المكونة لها فقد يأخذ فيها بالركن المادي و المعنوي ، و قد يكتفي فيها بالركن المادي فقط دون اشتراط الركن المعنوي لأنها ذات طبيعة خاصة تأخذ بالنتيجة التي يحققها الإعلان و تأثر على المتلقي ، و لا يهم بعد ذلك إذا كانت بقصد ، وهذا ما اتجه إليه القضاء الفرنسي مؤخرا لصعوبة إثبات الركن المعنوي.

يعرف بعض الفقهاء جريمة الإعلان الكاذب و المظلل بأنها " : كل إدعاء أو زعم أو تأكيد أو إشارة أو عرض كاذب مضلل ذي طبيعة من شأنها إيقاع المستهلك في غلط حول حقيقة أو طبيعة أو جودة أو استعمال أو مصدر أو سعر السلعة أو الخدمة التي هي هدف الإعلان[1] ونظرا لغياب نصوص خاصة تجرم الإعلان الإلكتروني الخادع و المظلل، فقد جرمه المشرع الجزائري من خلال القانون رقم09 /03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[2]

ذلك في المادة 68 التي تقضي على أنه " : يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات ، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول : كمية المنتوجات المسلمة ، تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا، قابلية استعمال المنتوج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج ، النتائج المنتظرة من المنتوج ، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج " ، كما ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 إلى خمس سنوات حبسا وغرامة قدرها 500.000 دج و هذا في الحالات التي نصت عليها المادة 69 من نفس القانون.

---

[1] دناقير ايمان ، الحماية الجزائية للمستهلكمن الإعلان التجاري الكاذب و المظلل ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر الاكاديمي ، فرع الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ،. 2012 .2013 ص9 .

[2] 2 قانون 03.09 مؤرخ 27 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر عدد 15 صادر في 08 /2009/03

و أضافت المادة 78 من القانون السالف الذكر، أنه تعاقب بغرامة تتراوح من 100.000دج إلى 1.000.000دج كل من يخالف الزامية وسم المنتوج.

– كما جاء نص المادة 38 من القانون04 /02 التي تعتبر كل مخالفـة لأحكام المـــادة 27و 28 تعتبر بمثابة ممارسة تجارية غير نزيهة أي أن القانون يعتبر كل إشهار خادع بأنه غير شرعي و هذا النوع من الإشهار ممنوع و يعاقب عليه بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج.

فان المشرع الجزائري لم يشترط في الصور الإعلانية التظليلية القصد الجزائي بل اكتفى بالركن المادي في كل صورة من صور الإعلان المظلل و الخادع مما يجعله يدخل ضمن طائفة الجرائم المادية لذا يعتبر التظليل من الجرائم السلوكية1

فلا يحتاج المشتري إلى حماية معاملاته الإلكترونية سواء على المستوى الوطني بل يشترط حمايته أيضا على المستوى الدولي، ذلك لأنه يمثل الطرف الضعيف في العملية، التعاقدية فرغبة البائع في الربح السريع تدفعه لإتباع أساليب غير مشروعة، باستخدام مختلف وسائل الغش و الخداع لشراء بضائع مغشوشة.

و في هذا السياق ظهرت مواقع عديدة خاصة في الدول الغربية ترفع صوت المشتري الالكتروني في مواجهة الغش التجاري بجميع أشكاله، كما بدأ تدشين بعض المواقع العربية على الإنترنت لحماية المشتري العربي وتعريفه بحقوقه التي من أبرزها سلامة المبيع و الحق في الاختيار، و أن يستمع إليه البائع، و كذلك أن يعلم بأي عيب في السلعة، بالإضافة إلى الحق في التوعية، والتعويض عن الأضرار التي يتعرض لها

و لقد أصبحت هذه المواقع، التي بعضها مجاني و أخرى تقدم خدمة بمقابل، منبرا مهماً للمشتري عن بعد لتسجيل الشكاوي ولإبداء رأيه و إعطاء فرصة للآخرين للمشاركة في خبراتهم عن المنشآت التجارية التي يتسوقون منها، وإعطاء النصيحة للمشتري فيما يخص مع من يتعامل، و كذلك إمكانية الاطلاع على أرشيف الموقع الالكتروني الذي يضم الشكاوى السابقة و المرسلة من قبل مختلف المتعاملين.

تلعب هذه المواقع الالكترونية عبر شبكة الانترنت دور الوسيط بين المنتج والمشتري وذلك من خلال تأسيس منتديات لتبادل الخبرات أون لاين، والقيام بعرض قصص واقعية

لتجارب المشترين مع السلع الرديئة، و تحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري الالكتروني و تفاصيل القضايا مدعمة بآراء الخبراء و المتخصصين.

كما توفر هذه المواقع أيضا خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تحتوي بعض الصفحات على المعلومات التي تساعد المشتري تجنب الوقوع في حالة احتيال أو سلع و خدمات مغشوشة، ومن ناحية أخرى فقد أتاح انتشار خدمة الإنترنت وزيادة عدد مستخدميها على أن تصبح إحدى آليات الضغط لحماية المشتري الالكتروني و زيادة وعيه[1]

فلو كانت جريمة للإعلان الالكتروني الكاذب أو المظلل ذو طبيعة خاصة فلا بد أن يضع لها المشرع الجزائري نصوص قانونية خاصة تعاقب على مخالفتها، وهي أكيد ليست نصوص القانون المدني أو الجزائي لأنها ليست كغيرها من الجرائم فقد يكتفي فيها الركن المادي فقط دون اشتراط توافر الركن المعنوي، فنأخذ بالنتيجة التي يحققها الإعلان وتأثيره على المتلقي و لا يهم بعد ذلك إذا كانت بقصد أو دون قصد، وهذا ما اتجه إليه القضاء الفرنسي مؤخرا لصعوبة إثبات الركن المعنوي[2]، إضافة إلى أن الإعلان له جانب إعلامي وإبداعي و ذو هدف تجاري القصد من ورائه الربح فيتوجب قانون خاص يقيد حرية الإبداع في الإعلانات التجارية[3]

---

[1] **دناقير ايمان ، مرجع سابق ، ص 30-32**

[2] **- حماية المستهلك الالكتروني، على الموقع www.tomohna.net**

[3] **يمينة بليمان، " الإشهار الكاذب والمضلل "، مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، كلية الحقوق ، جامعة منتوري قسنطينة، عدد 23 ، مجلد ب ، 2009 ، ص ص307 - 308**

الفصـــل الثانـي

الضمانات في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني

الفصل الثاني:الضمانات في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني

المبحث الأول:مخاطر الوفاء الالكتروني

المطلب الأول : ماهية الوفاء الالكتروني

يعرف الوفاء أو الأداء هو إعطاء الثمن وأخذ السلعة في عقد البيع، ويعد اتفاق بين الدائن والمدين على قضاء الدين، ويقصد به قيام المدين بتنفيذ ما رتب على نفسه من التزام، وذلك عن طريق أداء محل هذا الالتزام ، كالتزام المؤجر نحو المستأجر من حيث تمكينه من الانتفاع بالشيء المأجور أو التزام المقترض إزاء المقرض من حيث رد مبلغ القرض إليه، فإن المؤجر أو المستقرض يعتبر قد وفى بالتزامه إذا قام الأول بتسليم المأجور إلى المستأجر، وقام الثاني بدفع القرض إلى المقرض، أما إذا كان محل الالتزام هو الامتناع عن عمل، كالتزام ممثل بعدم قبول التمثيل لدى شركة منافسة للشركة التي تعاقد معها، فإن الممثل يعتبر قائما بالوفاء بالتزامه مادام يرفض العمل مع هذه الشركة المنافسة[1]

أما الوفاء الالكتروني فإن المراد به هو استخدام أجهزة الحاسوب لإرسال أمر الأداء والربط بين المتعاقدين عبر خط تلفوني أو عبر الشبكات، وانطلاقا مما سبق يمكن استخراج معنيين للوفاء

الالكتروني أحدهما شامل والآخر ضيق، ويقصد بالمعنى الشامل للوفاء كل عملية أداء لمبلغ من النقود، تتم بطرق غير مادية، إذ هي تستند على دعامات إلكترونية[2] .

ويعتبر الوفاء انطلاقا من هذا المعنى السابق ذا انتشار واسع و ذلك بسبب الأداءات التي تتم بواسطة البطاقات البنكية أما الوفاء بمعناه الضيق، فيعنى به العمليات التي تتم من دون وجود اتصال مباشر بين الأشخاص الطبيعيين ويعتبر الأداء من هذا القبيل أقل انتشارا، حالة أننا أمام شبكة دولية، لا يزال التعامل بواسطتها يمثل عقبة أمام الأفراد والمؤسسات، بسبب المخاطر التي تصاحب عملية الأداء، كأهم مراحل المعاملات الرقمية وأخطرها[3]

---

[1] **عبد الرزاق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، المجلد الثالث، دار النهضة العربية – القاهرة، 1984، ص: 556.**

[2] **Thierry Piette Coudoul, Bertrand André, Internet et la loi, edition Dalloz 1996, P 193**

[3] **صليحة حاجي، " الوفاء الرقمي عبر الانترنيت : المظاهر القانونية" ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، وجدة، السنة الجامعية 2006-2007 – ، ص: 14.**

الفرع الأول : وسائل الوفاء الالكتروني : هناك عدة أنواع من هذه الوسائل لكن أهمها النقود الإلكترونية والشيك المعالج إلكترونيا.

أولا: النقود الإلكترونية

وهي عبارة عن بطاقة إلكترونية تحتوي على مخزون نقدي تصلح كوسيلة للوفاء وأداة للابراء ووسيط للتبادل، كما يمكن تعريفها بأنها وحدات رقمية إلكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى شخص آخر، وهي على نوعين الأولى محفظة النقود الإلكترونية اطرافها ثلاثة البنك المصدر لها والمستهلك الذي يدفع قيمة السلع بالوحدات الإلكترونية ثم التاجر، وهناك محفظة النقود الافتراضية والتي تم وضع أول نموذج لها من قبل شركة دجي كاش الهولندية حيث يقوم الزبناء والتجار بتسجيل انفسهم لدى هذه الشركة وتسمح للمستهلك بسحب وحدات نقدية لاستخدامها ماليا ويتم تخزين هذه الوحدات في القرص الصلب لجهاز الحاسب الالي [1]

أما فيما يتعلق بالنقود الإلكترونية بالمغرب فبالرجوع للمادة 329 من مدونة التجارة يفهم من خلالها أنها تستوعب النقود الإلكترونية باعتبارها وسيلة دفع جديدة حيث تمكن هذه الأخيرة الاشخاص من

تحويل الأموال إلا أن السند أو الأسلوب المستعمل في التحويل يعتمد على التقنية والتكنولوجيا الحديثة، لكن نحن نعلم أنه لا يمكن أن تصدر النقود إلا من طرف مؤسسات أو هيئات خاضعة للقانون.

وفي نفس الشأن نص قانون المالية لسنة 2018 وفي المادة 117 منه على أنه:" يمنع شراء العملة الافتراضية وبيعها واستعمالها وحيازتها

العملة الافتراضية هي تلك التي يستعملها مستخدمو الإنترنت عبر شبكة الإنترنت، وهي تتميز بغياب الدعامة المادية كالقطع والأوراق النقدية وعمليات الدفع بالصك أو بالبطاقة البنكية.يعاقب على كل مخالفة لهذا الحكم، طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها".

وفي عرض الأسباب والمبررات لهذه المنع يتبين أن هذه العملات لا تخضع لأي سلطة معترف بها،

[1] **ضياء علي أحمد نعمان: النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية ،المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية العدد 2011 ص 18**

وغير خاضعة لأي رقابة تفرضها الدولة، وعليه فإن المغرب سيفرض رقابة صارمة ومشددة على هذا النوع من العملات الافتراضية لأنها تسمح بالمساهمة في المتاجرة بالمخدرات وغسيل الأموال والتهرب الضريبي، ومن بين العملات الإلكترونية المنتشرة عالميا وتعترف بها العديد من الدول منها ألمانيا واليابان ...، ووصلت قيمتها إلى أعلى المستويات حيث فاقت قيمة الدولار هي عملة البيتكوين [1]، لا أن العديد من الدول عملت على حظرها مثل الولايات المتحدة الأمريكية نظرا للمخاطر الكبيرة.

ثانيا: الشيك المعالج إلكترونيا.

يعرف الشيك المعالج إلكترونيا بإنه محرر ثلاثي الإطراف معالج إلكترونيا كليا أو جزئيا يتضمن أمرا صادرا عن شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد.

وتتلخص عمل هذه الآلية بأن يتخذ الشيك شكل كتابة مشفرة في جهاز الحاسب الآلي ثم يقوم الزبون بملئ البيانات الخاصة به ورقم حسابه لدى البنك التابع له ثم يقوم هذا البنك بارسال البيانات إلى

وحدة خدمته على الخط وارسالها إلى البنك المسحوب عليه، ثم تجري المقاصة تلقائيا خلال يومين على الاكثر ويتم خصم المبلغ من حساب الزبون ويقيد في حساب التاجر[2]

والملاحظ أن إجراءات الآمان في هذا النظام ترتكز على نقطة أساسية مفادها عدم اظهار المعلومات البنكية التي تنتقل عبر شبكة الانترنت، غير أن احتمالات اعتراض هذه المعلومات واستغلالها بشكل غير مشروع يبقى امرا واردا.

---

[1] يبتكوين (BTC) هي العملة الرقمية المستخدمة في جميع أنحاء العالم أو ما يعرف باسم "العملة الإفتراضية" تم إنشاءها وتبادلها من حاسب لحاسب خلال شبكة لامركزية وهذا يعني أن العملة لا تخضع لسيطرة أي سلطة مركزية أو حكومية، ويمكن الوصول إليها من قبل أي شخص لديه اتصال بالإنترنت

[2] عيسى العامري: الشيك الذكي، أبحاث مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون ،جامعة الامارات العربية المتحدة،كلية الشريعة والقانون ،المجلد الأول2003 ص117

الفرع الثاني: تقنيات حماية الوفاء الإلكتروني

تعترض وسائل الدفع الحديثة على غرار باقي وسائل الدفع الكلاسيكية جملة من المخاطر يمكن إجمالها في مخاطر أمنية، والمتمثلة في الاحتيال واختراق أنظمة المعلومات و كتشاف الأرقام السرية وفك الشفرة من طرف القراصنة عبر الانترنيت

ناهيك عن مخاطر قانونية تكمن بالأساس في انعدام وجود تنظيم قانوني شامل ينظم بوضوح كيفية استخدام هذه الوسائل وما يترتب عن ذلك من تنازع قوانين واختصاص قضائي
وفي هذا الإطار تحتاج المعاملات ذات الطابع الإلكتروني بشكل عام، والوفاء الإلكتروني بشكل خاص إلى بيئة قانونية ملائمة مشمولة بحماية ناجعة إضافة إلى بذل جهد أكبر من خلال توفير حماية تقنية من أجل تحقيق الكفاءة الاقتصادية على اعتبار أن هذه المعاملات تتم بشكل دولي

مع تزايد العمليات التجارية الإلكترونية على المستوى العالمي والمستوى المحلي والتطور الكبير في الوسائل المستعملة لحماية التجارة الإلكترونية كان من الإلزامي توفير الحماية التشريعية والقانونية لهذا النوع من هذه الوسائل.

أولا: البطاقة البنكية.

يثير موضوع الحماية القانونية للبطاقة البنكية العديد من الإشكالات على مستوى تكييف الأعمال اللامشروعة إلى جانب تحديد المسؤولية الجنائية، بالإضافة إلى إشكالات قانونية على مستوى القانون المدني خاصة فيما يتعلق بالمسؤولية المدنية ومن تقع عليه.

يعتبر حامل البطاقة طرفا من أطرافها تربطه بكل التاجر و الجهة المصدرة علاقة عقدية مستقلة على اعتبار أن هناك التزامات يفرضها كل من العقدين على الحامل، مثاله عندما تتم مسائلة حامل البطاقة بالتوقيع، الذي هو أحد الالتزامات التعاقدية التي تفرضه دواعي الاحتياط و الأمان [1]

[1] **محمد البختي، " استعمال الوسائل الإلكترونية في المعاملات التجارية "، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، جامعة السويسي، الرباط، ص59.**

كما تتم مسائلة حامل البطاقة في حالة ضياع أو سرقة هذه الأخيرة، على أساس مسؤولية تقصيرية، لأن الإهمال والتقصير وقع من جانبه، ولا يتم إعفاؤه إلى بعد إخطار المؤسسة البنكية بواقعة ضياع البطاقة أو سرقتها.

وقد يثار إشكال بخصوص تحديد الطرف الذي يتحمل النتائج المترتبة على استعمال البطاقة خلال الفترة الفاصلة بين الضياع والتصريح لدى المؤسسة البنكية ريثما يتم تأكيده كتابة.

جوابا على هذا التساؤل، وبالرجوع إلى القرار الصادر عن محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 08– 10 – 1991، حيث قضت بأن كل السحوب التي تم القيام بها بواسطة بطاقة بنكية تم التصريح بفقدانها أو سرقتها يلزم أن يتحمله البنك الذي لم يستعمل كل وسائله فور إخطاره للحيلولة دون وقوع السحوب المعنية

كما تلتزم المؤسسة البنكية بمجموعة من الالتزامات من بينها التحقق من هوية المترشح للحصول على البطاقة وأهليته وموطنه، كما يكون البنك مسؤولا عن الأخطاء والتي من بينها الخطأ في تنفيذ الأمر والخطأ في المبلغ أو رفض البنك تنفيذ أمر الوفاء دون سبب مشروع[1].

ثانيا: النقود الإلكترونية:

قد يحدث أن يفقد المستهلك وحدات النقد الإلكتروني إما نتيجة استيلاء الغير عليها و ذلك بسرقتها من حساب المستهلك لدى مؤسسة الإصدار، أو سرقة وحدات النقد الإلكتروني بعد تحميلها على أداة الدفع الإلكترونية، أو فقدان وحدات النقد الإلكتروني نتيجة الاحتيال

لهذا تم الاتجاه نحو تأمين الوفاء عن طريق جهات التوثيق، مما لا شك فيه أن الثقة والأمان لدى المتعاملين عبر شبكة الانترنيت يأتيان في مقدمة الضمانات التي يتعين توافرها لازدهار المعاملات الإلكترونية، الأمر الذي يستوجب توفير الآليات الخاصة بتحديد هوية المتعاملين و الوقوف على

[1] مليكة بومخلد: " النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني في القانون المغربي والمقارن "، رسالة لنيل دبلوم الماستر، وحدة قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، جامعة القاضي عياض، مراكش، الموسم الجامعي2009 – 2010.ص: 35

حقيقة التعامل المبرم بينهما و مضمونه. ومن هذه الآليات اللجوء إلى وسيط محايد ومستقل يتمثل في أفراد أو شركات وهيئات مستقلة تسمى جهات أو سلطات التوثيق [1]

المطلب الثاني: الدفع الالكتروني كالية للوفاء الالكتروني

الفرع الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني

الحقيقة أن أنظمة الدفع بصفة عامة لا يفرضها القانون، بل تنتج عن ميزات ثقافية واجتماعية و تكنولوجية وكذا الخصائص التي تؤهلها لقبولها اجتماعيا كلما توافرت على:

أ-البساطة والوضوح: للمتعاملين بها وذلك من حيث الإجراءات المعمول بها

ب-المرونة: من حيث التكيف والاستجابة للتغيرات سواء بالنسبة لسلوكيات الأفراد والتنظيمات والقوانين

.ج-السرعة: من حيث تمام عملية الوفاء في زمن وجيز.

د-الأمان: حيث انه كلما ساد الأمان في الوسائل المعتمدة في الدفع كلما سادت الثقة بين المتعاملين[2]

والواقع أن الدفع الإلكتروني e-payment عبارة عن جيل جديد من طرق الدفع والوفاء والتي تقوم أساساً على عنصري ":تكنولوجيا الأنترنيت والاتصالات "التابعة للبنوك وشركات الأموال المتخصصة. و"الأنظمة الذكية" المرتبطة معا ومن خلالها يمكن لكل من يرغب في تحويل أموال أو إجراء عملية شراء واقتناء لمنتوج ما في أي مكان دون مغادرة إقامت ها بل وفي وقت وجيز بالقياس على إتمام نفس العملية باستخدام وسائل الوفاء التقليدية

ويعد الدفع الإلكتروني "نظام ذكي يربط تكنولوجيا الاتصالات والأنترنيت مع البنوك التقليدية أو شركات الأموال، بما يسمح لعملاء البنوك أو مشتركي شركات الأموال هذه من استغلال أرصدت هم

---

[1] **ماء العينين السعداني: " الإطار القانوني للمصادقة على التعاملات الإلكترونية "، مجلة قانون و أعمال، العدد الثاني 2015، ص : 101.**

[2] **زواش زهير، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2011-2010ص ،06**

في عمليات الشراء وسداد الفواتير، وتحويل الأموال بشكل إلكتروني، دون الحاجة للسداد النقدي التقليدي المباشر[1]

_الفرع الثاني :تبني المشرع الجزائري للدفع الإلكتروني

كان من الضروري على المشرع الجزائري أن يستعين بوسائل الدفع الإلكترونية بعدما تبين محدودية وسائل الدفع التقليدية في إتمام المعاملات المالية والتجارية خاصة مع ظ هور التجارة الإلكترونية وما طرأ على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما بالإضافة إلى أن وسائل الدفع الإلكتروني تعد أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات المصارف الإلكترونية لتسوية المعاملات التجارية والمالية بين المتعاملين سواء كانوا أشخاصا طبيعية أو معنوية، عبر شبكة الانترنيت سواء كانت محلية أو عابرة للحدود.

وقد كانت البداية بتبني المشرع وسائل الدفع الإلكترونية مع نص المادة 69من الأمر رقم 03- 11المتعلق بالنقد والقرض والتي جاء فى ها: "تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال م هما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل."

ن خلال هذا النص يتضح أن وسائل الدفع الإلكترونية مشمولة بتعريف المشرع لكل وسائل الدفع سواء كانت التقليدية من ها أو الحديثة وذلك انطلاقا من عبارة "م هما يكن الأسلوب التقني المعتمد"، و هنا يكمن القول بأنه "أسلوب التقنية الإلكترونية" طالما أن ها تقوم بدور الوفاء لتس هيل المعاملات الخاصة بمستن هلكي خدمات "التجارة الإلكترونية."وعلى ذلك هناك نية واضحة من المشرع الجزائري في الانتقال من وسائل الدفع الكلاسيكي نحو وسائل دفع حديثة إلكترونية، ومن هذا المنطلق الإيجابي تناول وسائل الدفع الإلكتروني من خلال القانون رقم 02-05المعدل والمتمم للقانون التجاري الجزائري .)7(حيث عرف بطاقات الدفع من خلال نص المادة 543مكرر 23منه وتسمح على أن ها: "كل بطاقة صادرة عن البنوك وال هيئات المالية المؤ هلة قانونا لصاحب ها بسحب أو تحويل الأموال" وأصدر حكمين بخصوصها

1 :ـالأمر بالدفع لا رجوع فيه من قبل المستهلك صاحب البطاقة

2ـ كما لا يمكن الاحتجاج من قبله على في حالة الضياع أو السرقة المصرح بها قانونا. [2]

---

[1] **كل ما تود معرفته عن الدفع الإلكتروني :** www.alrabo7on.com

[2] **. بموجب نص المادة543مكرر 24من القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم**

هذا كما أضاف المشرع في الفقرة 03من المادة 414من القانون التجاري في وفاء السفتجة بما يلي: "...يمكن أن يتم التقديم أيضا بأيّة وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بـهما" كما تم إضافة نفس الفقرة إلى المادة 502 من ذات النص ، بمناسبة تقديم الشيك إلى الوفاء ومفاد هتين الإضافتين تبني المشرع لما يسمى بالسفتجة الإلكترونية والشيك الإلكتروني عبر شبكة الأنترنيت في التعاملات الإلكترونية[1]

وبصدور القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تناول المشرع من خلال ه تعريف وسائل الدفع الإلكترونية بمقتضى الفقرة 05من المادة 06منه : "وسيلة الدفع الإلكتروني: كل وسيلة دفع مرخص بـها طبقا للتشريع المعمول بـه تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية". وفي هذا تأكيد على الوسائل السابق التطرق ل ها والتي أقر ها المشرع بموجب نص قانون النقد والقرض، والقانون التجاري وقانون مكافحة التهريب

هذا كما خصص المشرع الفصل السادس من القانون رقم 05-18المتعلق بالتجارة الإلكترونية "للدفع في المعاملات الإلكترونية "يتضمن شروط استخدام الدفع الالكتروني، وخضوع الدفع عن طريق هذا النظام لرقابة بنك الجزائر في إطار الرقابة على العمليات المصرفية، كما وضع شروط لضمان أمان العمليات المصرفية الإلكترونية

3- **<u>المتطلبات التقنية لاستخدام الدفع الالكتروني</u>**.

يتطلب استخدام الدفع الالكتروني حسب نص المادة 27الفقرة 202- القانون رقم 05-18السابق الذكر، شروط تقنية تستوجب أن يكون الدفع إلكترونيا لتسوية المعاملات التجارية الإلكترونية ، كما يجب أن يتم من خلال منصات دفع مخصصة لذلك أو عبر الاتصالات الإلكترونية

أولا -**<u>أن يكون الدفع الكترونيا لتسوية المعاملات التجارية الإلكترونية</u>**:نص المشرع من خلال الفقرة 02من المادة 27من القانون رقم 05-18السابق ذكره على أن تتم تسوية المعاملات التجارية الإلكترونية عن طريق الدفع الإلكتروني إلى جانب الدفع غير الالكتروني إما عن بعد أو عند تسليم المنتج وذلك باستعمال كل وسائل الدفع المرخص ب ها في ظل التشريع الوطني وعليه يمكن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية للوفاء في المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم داخل حدود

[1] **بوادي مصطفى، الدفع الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ومظاهر تطبيقه في التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14أفريل 2017ص 54.**

التراب الوطني، كما يكمن استخدام ها في تسوية المعاملات التجارية الإلكترونية العابرة لحدود التراب الوطني حسب الفقرة 03من المادة 27السابقة الذكر

ثانيا –أن يكون الدفع الإلكتروني عبر منصات دفع مخصصة :اشترط المشرع الجزائري من خلال نص المادة 27/2انه لتسوية معاملات التجارة الإلكترونية عن بعد أن يكون الدفع إلكترونيا والذي يستلزم تنفيذه من خلال منصات دفع مخصصة ل هذا الغرض، كما اشترط أن تكون تلك المنصات مستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر في إطار الرقابة على الدفع الإلكتروني.

وعلى ذلك فإن انتشار الانترنيت في كل أنحاء العالم وكثرة المتاجر الإلكترونية وما تقدمه من خدمات للمستهلك الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية المختلفة، جعلت الدفع الإلكتروني متاح بكثرة من خلال منصات مخصصة يجب أن تتوافر فيها مجموعة من الشروط

1– تعريف منصات الدفع الإلكتروني:منصات الدفع الإلكتروني عبارة عن منصات مخصصة تدير عمليات الدفع بين أطراف ثلاثة وهم: العملاء، والتجار والبنوك، مع توفير كافة الضمانات وعوامل الأمان لسلامة العمليات بين الأطراف الثلاثة، ويتم تطبيقها في مواقع التجارة الإلكترونية وشبكات البطاقات الإلكترونية للبنوك.كما تعتبر وسيط آمن بين التاجر *المورد الإلكتروني صاحب الموقع الإلكتروني * و المستهلك الإلكتروني [1] كما تسمى أيضا ببوابة الدفع الإلكتروني والتي هي قطع برمجية مخصصة تمكن وتدير عمليات الدفع للعملاء، والتجار والبنوك، مع ضمان سلامة هذه العمليات لكل الأطراف، تضمن نقل أموال المستهلكين نقلا آمنا الى حساباتهم إلى حساب المورد الإلكتروني [2]و في الجزائر توجد منصة الدفع الالكتروني البيبنكي (TPE)التي أنشأتها شركة ساتيم و هي محطات مقفلة بما يجعلها لا تقبل إلا قراءة الشريحة و تقدم تسهيلات للزبون بما يمكنه من إدخال الرمز السري بكل آمان. [3]

2– الشروط الواجب توفرها في منصات الدفع الإلكتروني:هنالك شروط يجب توافرها في منصات الدفع الإلكتروني حتى تتم عملية الدفع الإلكتروني على أكمل وجه، وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:
وجوب سهولة الربط بينها وبين المتاجر والمواقع الإلكترونية

[1] **www.vapulus.com**

[2] **www.payfort.com**

[3] **www.giemonétique.dz.**

وجوب توفر الأمان اللازم لانتقال المال عبر منصات الدفع الإلكتروني .

وجوب تميزه بعدم اشتماله على أية رسوم إضافية على مستهلك الخدمات لإلكترونية * عكس المورد الإلكتروني الذي لا بد من رسوم إضافية نتيجة ما تقدمه له المنصات من خدمات و سهولة نقل لأمواله إلى رصيده بشكل آمن*

– وجود ميزة الدفع بالعملة الصعبة وذلك بالنسبة للتجارة الإلكترونية العابرة للحدود[1]

3 – **<u>الشروط الواجب توفرها في البنك المشغل لمنصات الدفع الإلكتروني</u>** : نصت المادة 27الفقرة الثانية من القانون 18 / 05المتعلق بالتجارة الإلكترونية على وجوب الاستغلال الحصري لمنصات الدفع الإلكتروني من قبل البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر بالإضافة إلى بريد الجزائر و هي مجموعة ما بين البنوك المنتجة لبطاقة Carte Bancaire Inter(CIB) و تواجد المجموعة ما بين البنوك فعلي في الواقع إذ تقوم بإنشاء موقع إلكتروني يقدم خدمات إلكترونية وليست بنوك مستقلة وبالتالي لا تحتاج إلى ترخيص للقيام بالعمليات المصرفية الإلكترونية وعلى رأسها خدمات الدفع الإلكتروني وذلك بالاعتماد على الترخيص الممنوح للبنوك الأصلية المكونة للمجموعة من الانصياع للضوابط التي يضعها بنك الجزائر لممارسة الأعمال المصرفية الإلكترونية

وعلى ذلك فإن الانخراط في أرضية الدفع الإلكتروني يحتاج إلى الاعتماد من قبل بنك الجزائر وذلك لسبق الحصول على ترخيص من قبل البنوك الراغبة في الانخراط حسب نص المادة 92من الأمر رقم 04–10المتعلق بالنقد والقرض، و هذا ما يسمح لبنك الجزائر من مراقبة مدى احترام البنك أو المؤسسة المالية الحاصلة على الترخيص للضوابط القانونية والتقنية وفقا للقواعد المعمول بها المتمثلة أساسا –:البنية التحتية لقطاع الاتصالات والقطاع المصرفي وتقنية المعلومات الحديثة –. عنصر الأمان في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية للمتعاملين) أنظمة التشفير والترميز الإلكتروني (بروتوكولات الحماية [2])

[1] **www.payfort.com**

[2] **شقارة عبد النور، حماية المستهلك في الخدمات المصرفية، مذكرة ماجيستير في القانون الخاص، جامعة الجزائر1 يوسف بن خدة، 2014–2015ص ص 36–38**

4- **<u>المتطلبات القانونية لاستخدام الدفع الإلكتروني</u>** : يتطلب استخدام الدفع الإلكتروني حسب نص المادتين 28و 29من القانون رقم 05-18السابق الذكر شروطا قانونية تستوجب أن يكون الدفع الإلكتروني مؤمننا بواسطة نظام التصديق الإلكتروني و أن يكون الدفع عبر منصات الدفع الإلكتروني خاضعًا لرقابة بنك الجزائر

أولا -**<u>تأمين عملية الدفع الإلكتروني بواسطة نظام تصديق إلكتروني</u>:** أكد نص المادة 28من القانون رقم 05-18على وجوب وصل الموقع التجاري للمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكترونية بنظام التصديق الإلكتروني، وذلك قصد تأمين عملية الربط ومن ثمة تأمين عملية الدفع الإلكتروني و إتمامها،غير أن عملية التصديق تسبقها إتمام عملية التوقيع الإلكتروني

<u>1</u>- <u>عملية التوقيع الإلكتروني كآلية لحماية الدفع الإلكتروني</u>:باعتبار الدفع الإلكتروني عملية بالغة الأهمية في إتمام المعاملات التجارية الإلكترونية، فإن حمايتها من المخاطر الناتجة عن التطور التكنولوجي والأنظمة الجديدة المعتمد عليها في إتمام عمليات الدفع، يعد جوهر الثقة في نظام الدفع، وعلى ذلك يعد التوقيع الإلكتروني وسيلة أمان لمستخدمي النظام

أ -**<u>اعتراف المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني</u>:**اهتم المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني واستخدمه كمصطلح لأول مرة من خلال القانون المدني الجزائري بموجب المادة 327/02 [1]و التي جاء فيها: "....ويعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323مكرر1أعلاه". ثم ومن خلال نص المادة 03الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم [2] 162-07، لم يعرف التوقيع الإلكتروني وإنما ميز وفرق بينها وبين التوقيع العادي وذلك كالآتي...." :التوقيع الإلكتروني هو معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323مكرر و 323مكرر1من الأمر رقم 58-75المؤرخ في 26سبتمبر [3]1975 إلا أنه بموجب المادة 02الفقرة 01من القانون رقم 04-15الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، والتي جاء فيه: * التوقيع الإلكتروني بيانات في شكل إلكتروني، مرفقة ومرتبطة منطقيا ببيانات إلكترونية

---

[1] المادة 327/02من القانون رقم10-05المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري

[2] المرسوم التنفيذي رقم162-07المؤرخ في30/05/2007، ينظم شهادة التصديق الإلكتروني، ج ر37 لسنة2007.

[3] اعتمد المشرع مجددا على الشروط المنصوص عليها في المادة323مكرر1و هي : إ مكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدر التوقيع . أن يكون هذا التوقيع معدا و محفوظا في ظروف تضمن سلامته

أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق[1] والحقيقة أنه برغم تأخر المشرع في إصدار هذا النص وبيان تعريفه إلى أنه ألم بدقة بالجوانب المتعلقة به وبالمخاطر التي تحف به

وللتوقيع الإلكتروني صور عديدة تتمثل في التوقيع الرقمي، التوقيع البيومتري، التوقيع عن طريق استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني، التوقيع بالقلم الإلكتروني، التوقيع باستخدام الخواص الذاتية [2]

هذه الصور معرضة لمخاطر متعددة تقدم الثقة في عمليات الدفع الإلكتروني منها المخاطر العامة التي تشترك فيها جميع الصور كخطر القرصنة، خطر الخطأ في برنامج التوقيع الإلكتروني، وخطر خطأ صاحب التوقيع، كما يوجد هناك مخاطر خاصة بكل نوع من التوقيع على حدة [3]

و عرف التوقيع الالكتروني فقها على أنه " أصوات أو اشارات أو رموز، أو أي إجراء آخر، يتصل منطقيا بنظام معالجة المعلومات الكترونيا و يقترن بتعاقد أو مستند أو محررو يستخدمه الشخص قاصدا التوقيع على المحرر* المستند*. [4]

ب –**<u>استجابة التوقيع الالكتروني لمتطلبات الاستخدام الآمن للدفع الإلكتروني</u>** : يتميز التوقيع الإلكتروني بالأمن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين ويساعد الموردين الإلكترونيين على حماية أنفسهم عند الوصل "بالمنصات الإلكترونية " قصد نقل أموال هم نقلا يتميز "بالسلامة" و"الأمن" في إتمام تلك العملية، ويتأتى هذا كله من خلال قدرة التوقيع الإلكتروني على التحديد الدقيق ل هوية الشخص الموقع وكذا التعبير عن إرادته بالالتزام بما تضمنه السند موضوع التوقيع والحماية [5].

حيث انه يعتبر تحديد ال هوية بالنسبة للموقع وقوع كل توقيع من شخص آخر باسم المورد الإلكتروني يقع باطلا ولو كان برضا صاحب التوقيع وذلك لأن التوقيع هنا هو علامة شخصية يتولى من خلال ها المورد بوضع التوقيع بنفسه [6] ،و هذا ما يمكن القول عنه بأن التوقيع الإلكتروني

---

[1] القانون رقم 04-15المؤرخ في 01/02/2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين ج60لسنة 2015.

[2] ثروت عبد الحميد، التوقيع الالكتروني، ماهيته، مخاطره، و كيفية مواجهتها، مدى حجيته في الاثبات، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2007 ص ،109

[3] زكرياء مسعودي، جقريف الزهرة، التوقيع الإلكتروني وحمايته لعملية الدفع الإلكتروني، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية المجلد 01العدد 03ص ،165

[4]. ثروت عبد الحميد، المرجع السابق، ص60

[5]سعيد السيد قنديل، التوقيع الالكتروني، ماهيته-صوره-حجيته في الإثبات بين التداول و الاقتباس، دار الجامعة الجديد2006ص ،55

[6]زكرياء مسعودي، جقريف الزهرة، المرجع السابق، ص165

يرتبط بالموقع وحده ودون غيره ومن ثمة سيطرته وحده على الوسيط الإلكتروني *الرسالة، السند....* لأنه الحائز على بيانات إنشاء التوقيع [1] ، كما أن التوقيع الإلكتروني أو الرقمي المبني على مفتاحين العام والخاص قد تم استحداثه لتوثيق مضمون الإرادة عبر شبكات الانترنيت وما تتعرض لـه الأخيرة من قرصنة وبالتالي التغيير من مضمون الرسالة الإلكترونية وحماية التصرفات القانونية من قبل أصحابها .

وعلى ذلك إذا استعمل المورد الإلكتروني توقيعه الإلكتروني عند منصات الدفع فـهذا يعد تعبيرا عن إرادته في إنشاء تصرف قانوني يلتزم بموجبه بنقل أمواله إلى حسابه عبر منصات الدفع الموصولة مع البنك صاحب الحساب، و هذا ما يفيد أن التوقيع هنا أداة صحبة تعطي عملية الدفع الإلكترونية قيمة قانونية تعكس وجها من أوجه الحماية القانونية لأموال المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني معا [2]

2 – **<u>عملية التصديق الإلكتروني كآلية لحماية الدفع الإلكتروني</u>** : تظهر عملية التصديق الإلكتروني في حماية الدفع الإلكتروني في مرحلة ما بعد التوقيع الإلكتروني المحمي بتقنية التشفير، التي لم يتطرق المشرع إلى تعريفها من خلال قانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18، واكتفى بتعريف كل من مفتاح التشفير الخاص والتشفير العام، بموجب نص المادة2الفقرة 8و المادة 9 من القانون 04-15المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.غير أن تقنية التشفير بالمفتاح العمومي تتطلب تدخل طرف ثالث محايد ومستقل يسمى مؤدي خدمات التصديق، الذي له الدور الكبير في حماية التوقيع الإلكتروني، ومن ثمة عملية الدفع الإلكتروني عبر المنصات الإلكترونية، يقوم بإصدار شهادة التصديق الإلكتروني بعد التحقق من هوية الأطراف ومضمون التعرف وسلامته يتطلب وجود رقابة

.أ –**<u>مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني</u>**:التصديق الإلكتروني وسيلة تقنية آمنة للتحقق من صحة التوقيع أو المحرر الإلكتروني إلى شخص معني أو جهة معنية أو طرف محايد يطلق عليه مقدم خدمات التصديق وهو حسب نص المادة 2/12)من القانون رقم 04-15السابق الذكر *هو

---

[1] **الوش راضية، أمن التوقيع الإلكتروني، رسالة ماجيستير في القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري - تيزي وزو2012 ص ص 72-73،**

[2] **حيث أن تمتع التوقيع الإلكتروني بالحجية في الإثبات يرتبط ارتباطا وثيقا بدرجة الأمان والثقة التي يحققها لدى المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية بمجموع عمليات الدفع الإلكترونية التي تتم على إثرها. الوش راضية، المرجع السابق ص ص78-75 .**

شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق إلكتروني موصوفة، وقد يقدم خدمات أخرى في مجال التصديق الإلكتروني*

ويكمن الهدف من إنشاء جهات مختصة في إصدار شهادات التصديق في كل ما تقوم به الأخيرة من خلال :

* التحقق من هوية الشخص الموقع – المرسل– وكذا صلاحية توقيعه ، تحديد الأ هلية القانونية للتعامل والتعاقد لصاحب التوقيع.

* كما تقوم هذه الجهات بالتحقق من مضمون التعامل أو التبادل الإلكتروني وسلامته

* كما تقوم هذه الجهات بإصدار التوقيع الرقمي وإصدار المفاتيح الإلكترونية سواء المفتاح الخاص الذي يتم بواسطته تشفير البيانات والمعاملات الإلكترونية، أو المفتاح العام الذي يتم بمقتضاه فك التشفير[1]

و على ذلك يقوم التصديق الالكتروني بوظيفتين أساسيتين:

*الثقة و الأمان في العقود الالكترونية و في نظام الدفع الالكتروني لتمام هذه العقود، و ذلك عن طريق إثبات هوية الأطراف و تحديد حقيقة الاتفاق و مضمونه

السرية على اعتبار أن التصديق يرتبط بتقنية الكتابة المشفرة و بهذه الطريقة يتحقق الارتباط بين السرية و التصديق[2] .

ب –إصدار شهادات التصديق الإلكتروني: إنّ ما تقوم به الجهات المختصة بإصدار شهادات التصديق الإلكترونية هو دور الوسيط المؤتمن بين المتعاملين الإلكترونيين المحملين على الوسائط الإلكترونية في تصرفاتهم القانونية، وما يستتبعها من عمليات الدفع الإلكتروني قصد إتمام تلك التصرفات. ولقد عرفها المشرع من خلال الفقرة 07من القانون رقم 04-15السابق الذكر على أنها: "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع."حيث انه سبق وأن تطرق المشرع إلى تعريف شهادة التصديق الإلكتروني من خلال نص المادة 3مكرر في المرسوم التنفيذي رقم –07 162 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات اللاسلكية ، أين فرق بين الشهادة الإلكترونية العادية والشهادة الإلكترونية الموصوفة من خلال الفقرتين 8و 9من نفس المادة.

---

[1] **لالوش راضية، المرجع السابق، ص ص 116-112**

[2] **دريس كمال فتحي، آلية التصديق الالكتروني كضمانة للتعاملات التجارية بالوسائل الحديثة في التشريع الجزائري، مجلة البحوث و الدراسات، العدد 24، 2017 ص 163**

و عليه فإن شهادة التصديق "تصدر من جهة معتمدة ومرخصة من قبل الدولة لإثبات نسبة التوقيع الإلكتروني إلى شخص معين استنادا إلى إجراءات توثيق معتمدة، وهذه الشهادة يقصد من الحصول عليها تأكيد "نسبة" رسالة البيانات أو العقد الإلكتروني "إلى مصدره" وأن التوقيع "صحيح" وصادر ممن نسب إليه ،[1] و بهذه الطريقة يتولى مؤدي خدمات التصديق فضلا عن شهادة التصديق الموصوفة خدمات أخرى لصالح مستعملي الدفع الإلكتروني، وذلك بتعقب المواقع التجارية للتحري عن وجودها الفعلي و مصداقيتها، وإرسال رسائل تحذيرية حسب ما جاء في نص المادة 02الفقرة 11من القانون رقم 04-15السابق الذكر، و هذا حفاظا على أموالهم ودعم الثقة في نظام الدفع الإلكتروني في معاملات التجارة الإلكترونية. وزيادة في الحماية من قبل المشرع الجزائري للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية بصفة عامة، ومستخدمي الدفع الإلكتروني بصفة خاصة في تعاملات خارج حدود التراب الوطني، أعطى لشهادات التصديق الأجنبية نفس القيمة بالنسبة لشهادات التصديق المحلية، في توفير الأمان لأطراف التعاقد الإلكتروني والحفاظ على سرية البيانات التي تبعث الثقة في التعاملات الإلكترونية [2]

ج -**<u>الحماية القانونية التي ينطوي عليها التصديق الإلكتروني</u>**:إن اعتماد مستخدمي التجارة الإلكترونية بصفة عامة ومستخدمي الدفع الإلكتروني بصفة خاصة على الشهادة الصادرة من مقدم خدمات التصديق الإلكتروني بما تعطيه من ثقة وأمان، و ذلك لما تتضمنها من بيانات تحدد الهوية والموقع ومدة صلاحية محددة لا يكفي وحده نظرا لما قد تتعرض له البيانات للتلاعب والاحتيال، وعلى ذلك لابد أن تكمل الحماية التقنية بالحماية القانونية، التي تنبع من الدور الذي تقوم به السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني من رقابة قبلية؛ تتمثل في منح الترخيص لمؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، و كذا ما تقوم به من رقابة بعدية، و أثناء تأدية الخدمات و القيام بنشاطات التصديق و منح الشهادات ، ذلك لأن ممارسة أي عمل مهني بشكل غير منظم من قبل السلطات المختصة في الدولة قد يترتب عليه في بعض الحالات الفوضى و عدم استقرار المعاملات و ضياع حقوق الأطراف المعنية بالتصرف، من ثمة لابد من أن يمارس العمل بناء على الترخيص من الجهات المعهود إليها، و خضوع هذا الترخيص لضوابط و قيود وجب الأخذ بها

[1] **نذير فورية، دور مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني في حماية المستهلك على ضوء القانون رقم04-15، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد10جوان 2018ص.188**

[2] **المادة 61 من القانون رقم04-15 السابق الذكر.**

هذا من جهة و من جهة أخرى وجوب خضوع التصرفات القانونية التي ترتب حقوقا و التزامات متبادلة لهيمنة الدولة و رقابتها [1]

والحقيقة أن سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية التي استحدثها المشرع الجزائري بموجب المادة 29من القانون رقم 04-15أوكلت لها مهمة تعينها، وتطرق المشرع من خلال نص المادة 30من النص السابق الذكر إلى المهمة الرئيسية لها المتمثلة أساسا في متابعة ومراقبة مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني للجمهور، وهي سلطة إدارية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تخضع في تحديد سياستها للتصديق الإلكتروني للسلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني [2]، كما تقوم بمنح تراخيص خدمات التصديق الإلكتروني، وتحتفظ بشهادات التصديق المرتهية الصلاحية والبيانات المرتبطة بمنحها ، قصد تقديمها للسلطات القضائية المختصة عند اللزوم، كما تقوم بإبلاغ النيابة العامة بكل فعل ذي طابع جزائي يتم اكتشافه بمناسبة آداء مهامها ، كل هذا في إطار الدور الرقابي للدولة على مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني، والتي تتعلق بمدى اتباع هؤلاء الأشخاص (الطبيعية أو المعنوية)للضوابط الموضوعية بموجب التشريع الوطني.

ثانيا –خضوع نظام الدفع الإلكتروني لرقابة بنك الجزائر: اشترط المشرع الجزائري من خلال نص المادة 29من القانون رقم 05-18المتعلق بالتجارة الإلكترونية خضوع منصات الدفع الإلكتروني لرقابة بنك الجزائر وذلك من أجل متطلبات الأمن القانوني وسرية المعاملات والبيانات وسلامتها وأمنها

1- **الرقابة كدور فاعل لبنك الجزائر**.بصفته المشرف الأول على الجهاز المصرفي من جهة وكذا كمستشار اقتصادي والمالي للحكومة من جهة أخرى، فإن له الدور الكبير في تأهيل النظام المصرفي بصفة عامة ونظام الدفع الإلكتروني بصفة خاصة وذلك من خلال دوره في منح الاعتماد للبنوك الراغبة في الانخراط في أرضية الدفع الإلكتروني وكذا من خلال دوره الرقابي لمنصات الدفع الإلكترونية

وتعرف الرقابة المصرفية على أنها الرقابة التي تمارسها السلطات النقدية في البلاد للتحقق من سلامة النظم المصرفية والنقدية والائتمانية المطبقة والتأكد من صحة تطبيق القوانين والأنظمة والتعليمات المصرفية الصادرة من جهة، والإشراف والمراقبة سواء كان ذلك ممثلا في البنك المركزي

---

[1] **السعيد السيد قنديل، المرجع السابق، ص83 .**

[2] **نظم المشرع وأحكامها ومهامها من خلال المواد16إلى25من القانون رقم04-15السابق الذكر**

أو مؤسسة النقد أو السلطة المخول لها القانون حق الإشراف والرقابة من جهة أخرى . وتتمثل مهمة بنك الجزائر في مجال النقد والقرض في ثلاثة أنواع من الرقابة:

الرقابة الكمية، الرقابة النوعية، والرقابة القانونية والإدارية، هذهالأخيرة يقوم بها بموجب المديرية العامة للمفتشية العامة التي تم إنشاؤها على مستواه عام 2001 و التي تضطلع بمهمة تدقيق المستندات والبيانات ثم تدعيمها بنيابة مديرية البرمجة والتقييم ومديرية التنسيق و المهمات الميدانية لبنك الجزائر.

وفي إطار الدور الرقابي لبنك الجزائر نص المادة 12من النظام رقم 07-05المتضمن أمن أنظمة الدفع [1]على انه يتوجب على بنك الجزائر:

1- السعي على أمن البنية الأساسية لنظام الدفع الإلكتروني إلى جانب الدفع النقدي، واتخاذ القرار المناسب بوقف وسائل الدفع التي لا يتوفر فيها الضمانات الأمنية المطلوبة [2]

2- التأكد من توفر أمن بطاقات الدفع، كما يتعين عليه متابعة إجراءات توفير شروط الأمن من الجهة المصدرة لها.

3- متابعة مدى توفر شروط الأمن لدى التجار والموردين الإلكترونيين

4- متابعة إحصاءات التدليس المخلة بأمن نظام الدفع الإلكتروني .

5- متابعة كل التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا التي قد تؤثر سلبا على أمن وسلامة بطاقات الدفع

.و في إطار الدور الإشرافي لبنك الجزائر على السير الحسن لنظام الدفع الالكتروني فإن بنك الجزائر يعد عضوا غير منخرط في مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي GIE monétiqueالموكل له دورا استراتيجيا في مراقبة نشاط مركز النقد الآلي البنكي CMI[3] و هذا في إطار تفويضه بمهام الترخيص والتوجيه في تبادل معاملات النقد الآلي ويسهر على التحسين المستمر لآليات الأمن والسلامة وفقا للمعايير الدولية والتي تتجسد في مجموعة من الأدوات :

1- ميثاق الأمن الذي يغطي الجوانب التقنية والتنظيمية والقانونية في إطار النقد البنكي CIB.

---

[1] **أمن البنية الأساسية لأنظمة الدفع وفقا لنص المادة05من النظام رقم07-05السابق الذكر: ـ توفر الأنظمة ـ صحة المعطيات ـ رسم مخطط العمليات المتبادلة ـ السرية ـ قابلية المراجعة**

[2] **السلامة وفقا لنص المادة7من النظام رقم07-05السابق الذكر هي عدم تلف المكونات التقنية لأنظمة الدفع**

[3] **يضطلع مركز النقد الآلي البنكيCMIبتفويض من تجمع النقد الآليGIEبمهام الترخيص والتوجيه في إطار تبادل معاملات النقد الآلي، تشخيص البطاقات البنكية، يضمن قبول وإيواء قواعد المعطيات الخاصة بحاملي البطاقات والتجارهوومسؤول عن سيرورة نظام النقد البنكي والتجهيزات المرتبطة به**

2- تسخير آليات لمكافحة الغش النقدي كوقاية ومعالجة .

3- أمن وسائل الدفع بالاستعلام حول آخر القواعد واعتماد نظام المعيار التقني EMUالمعد من قبل الهيئات الدولية الذي يحدد التفاعل بين وسائل الدفع لضمان سلامة وأمن المعلومات الأمنية في مجال النقد الآلي .

4- أمن مخططات الدفع الإلكتروني TPEبحيث لا يمكن تسويق استغلال محطة الدفع الإلكتروني إلا إذا كان مصادق على ه من طرف تجمع النقد الآلي .وعلى ذلك خدمة الدفع ببطاقة CIBمرخصة فقط على المواقع المصادق على ها من طرف GIEوالتي تستجيب لمتطلبات تشفير المبادلات مع منصة الدفع الإلكتروني البنكي وإثبات هوية الحامل بطريقة 3D- SECUR[1]

المبحث الثاني :الحق في العدول (الحق في الرجوع.)

يعتبر الحق في العدول أحد الضمانات الهامة وأكثر وسائل حماية للمستهلك ملائمة لخصوصيات العقد الالكتروني، نظرا لكون إن المستهلك لا تتوفر لو الإمكانية الفعلية أو الحقيقية بمعاينة السلع أو التحقق من الأداء المناسب للخدمات ، فحق العدول من الوسائل التي لجأت لها التشريعات الحديثة لحماية رضاء المستهلك الإلكتروني، حيث يتضمن هذا الحق إعطاء فرصة للتفكير وفي سبيل التعرف على مضمون الحق في العدول من منظور حماية المستهلك في التجارة الالكترونية لابد من معرفة المقصود من حق العدول ومبرراته ومن ثم التصدي إلى إجراءات ممارسة هذا الحق

المطلب الاول :المقصود بحق العدول ومبرراته:

يعد حق العدول في عقود التجارة الالكترونية حق إرادي محض يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقا لضوابط القانونية فيه حق يمس بالقوة الملزمة للعقود الإلكترونية، فحق العدول حق شخصي يمارسه المستهلك وفقا لما يراه محققا لمصالحه، فهو ليس ملزما بإبداء أسباب معينة لهذا العدول فاستعمال هذا الحق لا يؤدي إلى قيام مسؤوليته [2]

الفرع الأول: تعريف الحق في العدول

تباينت التعريفات عند الفقه حول حق العدول أو خيار الرجوع فيعرفه البعض بأنه وسيلة بمقتضاها يسمح للمستهلك الإلكتروني بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به

[1] **https//:giemonetique.dz**

[2] **طاهر شوقي مؤمن ،عقد البيع الالكتروني ،دار النهضة،2007،114**

مسبقا، بحيث يستفيد من مهلة لتفكير من خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وأن ارتبط به[1] .

كما يعرفه جانب أخر من الفقه بأنه "إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع محل التعاقد إذا لم يكن قد رآه عند العقد أو قبله المستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الانترنت لم يكن قد رأى البضاعة، وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أمامه، فإذا ما استلم السلعة يكون له الحق في خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه[2]

ولقد عرف المشرع الجزائري الحق في الرجوع عن تنفيذ العقد بموجب نص المادة 19-01 من القانون 18-09 المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على انه "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب [3]" وهكذا يكون المشرع قد ساير التوجيه الأوروبي في إعطاء الحق للمستهلك بالرجوع عن العقد

دون تقديم أي مبررات عن سبب الرجوع إلا انه لم يبين أهم الركائز التي يبنى عليها هذا الحق من شروط وكيفية ممارسته من طرف المستهلك الالكتروني وكذا قائمة المنتوجات

التي ضمن نطاقه محيلا ذلك إلى التنظيم الذي يصدر بعد ذلك .

الفرع الثاني: مبررات الحق في العدول

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

---

[1] **سليم سعداوي ،مرجع سابق ص40 -41**

[2] **محمد سعيد أحمد إسماعيل ،أساليب الحماية القانونية، للمعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة) منشورات حلبي الحقوقية ،سنة 2009 ،ص 393**

[3] **القانون 18-09 المعدل والمتمم للقانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،المؤرخ في25 رمضان 1439 هـ الموافق 10 يونيو 2018 ، ج ر عدد 35 ، المؤرخة في28 رمضان 1439 الموافق 13 يونيو سنة2018 م**

المطلب الثاني :ممارسة الحق في العدول

يعتبر الحق في العدول (الحق في الرجوع)عن العقد الذي سبق إبرامه احد الآليات القانونية الحديثة التي لجا إليها المشرع الجزائري بقصد توفير حماية للمستهلك، باعتبار إن المستهلك في التعاقد عن بعد لا يستطيع الحكم الدقيق على السلعة أو الخدمة محل العقد.

الفرع الأول: كيفية ممارسة الحق في العدول

إذا أراد المستهلك الرجوع في التعاقد فإنه يلتزم بإخطار المهني(البائع أو مقدم الخدمة) ، وأن يرد لهذا الأخير المنتج أو البضاعة التي تسلمها بمقتضى العقد ، ولم يشترط القانون إتباع شكل خاص لهذا الإخطار فيجوز أن يتم بفاكس أو بريد إلكتروني أو في موقع التاجر أو برسالة موصى عليه أو حتى عن طريق محضر إثبات حالة ، وذلك خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة مع التاجر إذا أنكر تبليغه بالعدول.

الفرع الثاني: مدة ممارسة الحق في العدول

تنص المادة 22 من القانون رقم 18-05 على أنه" يمكن للمستهلك الالكتروني إعادة إرسال المنتوج على حالته في اجل أقصاه(4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج كما لو حق التعويض.

المورد الالكتروني ملزم بإعادة إرسال المنتوج خلال خمسة عشر يوما (15) ابتداء من تاريخ استلامه للمنتوج "، لهذا نجد أن المشرع الجزائري قد وسع من نطاق حماية المستهلك في إطار العقود الموجهة الكترونيا، بحيث مكن المستهلك الالكتروني في التراجع عن التعاقد المبرم بين المستهلك المورد إذا تبين أن المنتوج لم يظهر بنفس المعلومات والبيانات المتفق عليها، وفي المقابل نجد أن المادة 6 من التوجيه الأوروبي الصادر عام 1997 أنو في العقود المبرمة بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مدة سبعة أيام عمل من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء أو غرامة ودون حاجة لبيان الأسباب . وهذا ما صرحت به المادة 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي التي تنص بشأن جميع عمليات بيع عن بعد يعطي المشتري مهلة سبع أيام من تاريخ تسليم طلبيته لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع .

والمدة المحددة في القانون سبعة أيام هي مدة مبدئية وإذا تضمنت أخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد إلى أول يوم عمل، أما في حالة إخلال التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك قبل العقد فإن هذه

المدة تمتد إلى غاية ثلاثة أشهر كاملة بدلا من سبعة أيام ، ولكن إذا تدارك التاجر هذا الخطأ وقام بإعلام المستهلك خلال مدة ثلاثة أشهر فإن مدة سبعة أيام هي الأصل وتحسب من تاريخ تنفيذ التزامه في الإعلام .

الفرع الثالث: أثار ممارسة الحق في العدول

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

أولا: **أثار العدول بالنسبة للتاجر الالكتروني:** إذا أنقضت المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لاستعمال حقه في العدول يصبح العقد ملزما للطرفين ويصبح باتا واجب التنفيذ، لكن إذا استعمل المستهلك حقه خلال المدة المقررة فإنه يترتب على ذلك التزام التاجر برد الثمن وذلك خلال مدة أقصاها 30 يوما.

ثانيا:أثار العدول بالنسبة للمستهلك الالكتروني: يعتبر حق العدول بالنسبة للمستهلك حق مجاني فإذا مارسه خلال المدة المحددة قانونا فلا يتحمل أي تبعات، ولا يترتب عمى ذلك أي جزاء ما عدا ما تعلق بالمصروفات المحتملة لإرجاع المنتوج أو السلعة في أمر متوقع نظرا بخصوصية العقد المبرم عن بعد، ومن حيث أثار العدول على العقد فإنه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه وعلى المستهلك إرجاع البضاعة كما تسلمها وإذا كانت خدمة فعلية أن يتنازل عنها.

الخاتمة

الخاتمة

إن التجارة الالكترونية لا تختلف عن التجارة التقليدية من حيث العناصر المتعلقة بالشراء، أو بيع السلع والخدمات ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر حيث أن التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة ومصاريفها كثيرة.

في حين أن التجارة الالكترونية تحقق عائدات ضخمة مع انحفاض في التكاليف من خلال ربط الزبائن بالسوق عبر شبكة الأنترنت، كما أن الدفع يكون الكترونيا. وفي عالم طغت فيه المعرفة أبصح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي وأضحى تطور الأمم وازدهارها يقاس بمدى تبنيها لهذه التكنولوجيا. وهو ما جعل العديد من دول العالم الثالث تدرك أهمية هذه التكنولوجيا، وتسعى لتسخيرها لخدمةالاقتصاد باسره لا سيما بالجانب التجاري منه.

المشرع الجزائري حسب قانون رقم 18-05 وسع من نطاق ومفهوم التجارة الالكترونية واعتبر كل معاملة تتم بالوسائل الالكترونية ولم يحدد الوسائل الالكترونية التي تتم بها. وركز على خاصية البعد وأن العقد الالكتروني مشروع وأن أحد طرفيه مورد الكتروني يقدم عرض الكتروني لسلعة أو خدمة، وملزم بتنفيذ كافة الالتزامات القانونية المنصوص عليها في القانون رقم 18-05 وقوانين الممارسات التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش.

رغم تعدد وسائل تكنلوجيا المعلومات والاتصالات إلا أن شبكة الانترنت، برزت كركيزة أساسية للتجارة الالكترونية فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الإقليمي لمختلف القارات لأكبر عدد ممكن من العملاء، وفي قت قصير وأقل تكلفة.

القانون رقم 18-05 لم يحدد وسائل الدفع عن طريق نظام التصديق الالكتروني وتتم مراقبة منصات الدفع الالكتروني من طرف بنك الجزائر لسلامة وأمن البيانات.

القانون رقم 18-05 يطبق على المعاملات التجارية الالكترونية التي يكون أحد طرفيها متمتع بالجنسية الجزائرية، أم مقيم إقامة شرعية في الجزائر، أو محل ابرام وتنفيذ العقد بالجزائر.

القانون رقم 18-05 على المتعاملين بالتجارة الالكترونية وضع شروط جديدة وهي: الزام الموردين الاكترونيين بفتح موقع أو صفحة الكترونية في الجزائر وبتوفير الموقع على البيانات والمعلومة التي تؤكدها.

القانون رقم 18-05 اشترط أن تكون المعاملات الالكترونية مسبوقة بعرض تجاري الكتروني من الموردين بطريق مرئية ومقروءة المتضمنة البيانات الشخصية للمورد مع تحديد أسعار السلع والخدمات ومواصفاتها وشروط الضمان وكيفية الدفع والتسليم والفسخ والارجاع أو الاستبدال أو التعويض.

القانون رقم 18-05 حدد مجموعة من المعلومات يجب أن يتضمنها العقد الالكتروني وهي: تتعلق بخصائص السلعة و الخدمة، وشروط الضمان والفسخ والدفع والتسليم والبيع ومدة العقد وكيفية الفصل في النزاع مع تحديد المحكمة المختصة في ذلك.

تتم مراقبة الموردين الالكترونيين من طرف ضباط أعوان الشرطة القضائية والأسلات الخاصة بالرقابة، التابعة لإدارة التجارة وتتم هذه الرقابة حسب أشكال التشريع والتنظيم المعمول بها في الممارسات التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش.

إن مخالفات الموردين الاكترونيين تتعلق بعدم احترام إجراءات وضوابط الاشهار الالكتروني وعد حفظ سجلات المعاملات التجارية واعداد فاتورة غير مطابقة للتشريع والتنظيم، وبالإضافة الى مخالفات قانون حماية المستهلك وقانون الممارسات التجارية.

جرائم أعمال المعاملات التجارية الالكترونية تتمثل في لعب القمار والرهان والمشروبات الكحولية والمنتجات المخلة بالنظام العام والأداب والدفاع وعقوباتها تتمثل في غلق الموقع الالكتروني والغرامة المالية والشطب من السجل التجاري بالإضافة الى عقوبات العمال التجارية التقليدية الأخرى.

القانون رقم 18-07 يعالج حماية الجزائية للأشخاص الطبيعيين من مخاطر جمع وتخزين بياناتهم الشخصية بواسطة الحاسب الآلي حيث تعد الحياة الخاصة من بين المصالح والقيم الجوهرية التي يعنى القانون الجنائي بحمايتها من خلال نصوص تجرم الإعتداء عليها، لصلتها الوثيقة بحريات الأفراد وما ينجم عنها من حفظ لكرامتهم وصيانة لآدميتهم.

التوصيات والمقترحات:

- تنمية الاستعداد الفكري الالكتروني لدى فئات المجتمع لتشجيعهم على استغلال وسائل الاتصال الالكتروني في تعاملاتهم التجارية والاستهلاكية.
- دعم وتحسين البنية التحتية لوسائل الاتصال الالكترونية الحديثة وتعميمها في المناطق النائية.
- التوجه نحو اعتماد الإدارة الرقمية في كل مجالات الحياة السياسية والاقتصادية التجارية والاجتماعية لانتاج الأرضية الخصبة الملائمة للمعاملات التجارية الالكترونية.
- تنمية الشعور لدى فئات المجتمع بأهمية المعاملات التجارية الالكترونية في تسريع وتيرة النمو الاقتصادي وتجنبهم التكاليف الباهضة للتنقل الشخصي لمعاينة السلع والاتفاق على العقد بالإضافة على خسارة الوقت والجهد.
- تحديد اختصاصات الهيئات المكلفة برقابة المعاملات التجارية الالكترونية.
- تحديد القطاع المصرفي ورقمنته ليتماشى وتطلعات المعاملات التجارية الالكترونية.

آفاق الدراسة:

1- إجراءات فض النزاع يتعلق بالمعاملات التجارية الالكتروني على مستوى المحاكم.
2- كيفية قيام أعوان الرقابة التابعين لادارة التجارة بالتحقيق في المخالفات الناجمة عن المعاملات التجارية الالكترونية.
3- تحديد الوعاء الضريبي للتاجر الذي يتعامل في مجال التجارة الالكترونية من طرف إدارة الضرائب.
4- وسائل الدفع المناسبة لقيام المعاملات التجارية الالكترونية تنعش الاقتصاد الوطني.

5- رقابة المعاملات التجارية الالكترونية العابرة للحدود من طرف إدارة الجمارك.

قائمة أهم المختصرات

ق م ج :قانون مدني جزائري.
ج ر :جريدة رسمية.
د س ن :دون سنة النشر.
ع :عدد.
م :مجلة.
ط :الطبعة

ق (ح م ش): قانون حماية المعطيات الشخصية

قائمة المصادر و المراجع

أولا : النّصوص القانونية

1- النّصوص الّتشريعية

أ ـ النّصوص الّتشريعية الوطنية

الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 م، الجريدة الرسمية الصادرة في 30 سبتمبر 1975 ، العدد 78 .

المرسوم التشريعي رقم 94- 01 المؤرخ في 15 يناير 1994 المتعلق بالمنظومة الإحصائية، الجريدة الرسمية: عدد 3 ، لسنة 1994.

القانون 09-03 مؤرخ 27 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر عدد 15 صادر في 08 /2009/03

القانون رقم 04-15المؤرخ في 01/02/2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين ج ر 60 لسنة 2015.

القانون رقم 01/16 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري ، الجريدة الرسمية : عدد 14 ، سنة 2016

القانون05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 م، الجريدة الرسمية المؤرخة في 2018/05/16، العدد28

القانون رقم 07/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية : عدد 34 ، سنة 2018

لقانون 18-09 المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،المؤرخ في 25 رمضان 1439 ه الموافق 10 يونيو 2018 ، ج ر عدد 35 ، المؤرخة في 28 رمضان 1439 الموافق 13 يونيو سنة 2018 م

ب ـ النّصوص الّتشريعية الأجنبية

القانون الأساسي رقم 63 المؤرخ في 27 جويلية 2004 ، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية: عدد 61 ، المؤرخ في 30 جويلية 2004

القانون رقم 30 لسنة 2018 بإصدار قانون حماية البيانات الشخصية البحريني، الجريدة الرسمية: عدد 3375 ، بتاريخ 19 يوليو 2018

Directive 84/450/CEE relative au rapprochement des dispositions législatives, règlementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité trompeuse, JO L250 du 19/09/1984 sur www.legifrance.gouv.fr

Conseil de l'Europe, Directive n° 95/46, 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physique et à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, JO 1995 L 281

Règlement (UE) 2016/679 du parlement Européen et du conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/UE. Disponible sur le site, https://eur-lex.europa.eu

Conseil de l'Europe, convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel, Série des Traités Européen n° 108, Strasbourg, 28 janvier 1981

ج ـالنصوص التنظيمية

مرسوم تنفيذي رقم 90 - 39 مؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج ر عدد 05 ، صادر في 31 يناير 1990 معدل ومتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001

المرسوم التنفيذي رقم 07-162المؤرخ في 30/05/2007، ينظم شهادة التصديق الإلكتروني، ج ر 37 لسنة 2007.

المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 ، الجريدة الرسمية الصادرة في 18 نوفمبر 2013 م، العدد 58

قائمة المصادر و المراجع

ثانيا: الكتب:
باللغة العربية

إسماعيل محمد سعيد أحمد، أساليب الحماية القانونية، للمعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)

منشورات حلبي الحقوقية، سوريا2009 1984 الأودن سمير عبد السميع :العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، د ط، 2011

السنهوري عبد الرزاق ، الوجيز في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، المجلد الثالث، دار النهضة العربية – القاهرة، 1984

الشوابكة محمد أمين ، جرائم الحاسوب و الانترنت ، الجريمة الالكترونية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان ، 2011

أنطونيوس بولين ، الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى ، 2009

برهان سمير ، إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007

حماد موفق عبد :الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، مكتبة السنهوري، بغداد، ط 1 .2001

فتحي حسين ، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر و المستهلك، د.د.ن ، د ب ن ، 1991

قايد أسامة عبد الله ، الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثالثة، 1994

قشوش هدى حامد ، الإعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، مصر ، 1998

قنديل سعيد السيد ، التوقيع الالكتروني، ماهيته –صوره - حجيته في الإثبات بين التداول و الاقتباس، دار الجامعة الجديدة، 2006

طه طارق ، التسويق والتجارة الالكترونية، دار المعارف للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005

عبد الحميد ثروت ، التوقيع الالكتروني، ماهيته، مخاطره، و كيفية مواجهتها، مدى حجيته في الإثبات، دار الجامعة الجديدة، القاهرة 2007 ،

مؤمن طاهر شوقي ،عقد البيع الالكتروني ،دار النهضة 2007،

محمد نزيه المهدي الصادق: الالتزام قبل التعاقدي للإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، مصر، ط 2،

منصور محمد حسين ، المسؤولية التكنولوجية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، مصر ، 2009

قائمة المصادر و المراجع

2- باللغة الاجنبية :

-Alain Bensoussen, informatique et libertés, Françis Lefebvre, France, éd 2008, n° 5

-Henri Isaac, Pierre Volle, E-Commerce, de la stratégie à la mise en oeuvre opérationnelle, Pearson éducation, PARIS, FRANCE, 2008

-Thierry Piette Coudoul, Bertrand André, Internet et la loi, edition Dalloz 1996.

ثالثا :الرسائل والمذكرات الجامعية

1-أطروحات الدكتوراه :

صليحة حاجي، " الوفاء الرقمي عبر الانترنيت : المظاهر القانونية" ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص جامعة محمد الأول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، وجدة، السنة الجامعية: 2006/2005

محمد البختي، " استعمال الوسائل الإلكترونية في المعاملات التجارية "، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في القانون الخاص، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، جامعة السويسي، الرباط

2-رسائل الماجستير:

الوش راضية، أمن التوقيع الإلكتروني، رسالة ماجيستير في القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود – معمري – تيزي وزو، 2012

بوزيدي إيمان ،ضمانات المشتري في عقد البيع الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، ، تيزي وزو ، 2016

خلوي (عنان) نصيرة ، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المدنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، ، تيزي وزو ، 2013

شقارة عبد النور، حماية المستهلك في الخدمات المصرفية، مذكرة ماجيستير في القانون الخاص، جامعة الجزائر1– يوسف بن خدة، 2015-2014

ماء العينين السعداني: دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2011-2010" على التعاملات الإلكترونية

قائمة المصادر و المراجع

3-المذكرات :

دناقير إيمان ، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب و المظلل ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، فرع الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2012

مليكة بومخلد: " النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني في القانون المغربي والمقارن "، رسالة لنيل دبلوم الماستر، وحدة قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، جامعة القاضي عياض، مراكش، الموسم الجامعي : 2009 – 2010.

4-المقالات :

أ-باللغة العربية :

بوادي مصطفى، الدفع الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ومظاهر تطبيقها في التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14أفريل 2017

حسام الدين كامل الأهواني، الحماية القانونية للحياة الخاصة في مواجهة الحاسب الآلي، مجلة العلوم القانونية و الاقتصادية، يصدرها أساتذة كلية الحقوق بعين شمس ، السنة الـ 32 ، العددان الأول و الثاني ، يناير و يوليو 1990

خويلد عفاف،" فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية" ،كلية الحقوق، جامعة الوادي، مجلة الباحث، عدد 2009،07- 2010

دريس كمال فتحي، آلية التصديق الالكتروني كضمانة للتعاملات التجارية بالوسائل الحديثة في التشريع الجزائري، مجلة البحوث و الدراسات، العدد 24، 2017

سامح عبد الواحد التهامي، الحماية القانونية للبيانات الشخصية، دراسة في القانون الفرنسي، القسم الثاني، مجلة الحقوق، تصدر عن مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، العدد 4، 2011

رامي محمد علوان،" التعبير عن الارادة عن طريق الإنترنت و إثبات التعاقد الإلكتروني"، مجلة الحقوق، العدد الرابع، 2002

زاهية حورية سي يوسف،" حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المظلل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية و السياسية، ،كلية الحقوق، جامعة الجزائر ، عدد 04 ، سنة 2010

زكرياء مسعودي، جقريف الزهرة، التوقيع الإلكتروني وحمايته لعملية الدفع الإلكتروني، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية المجلد 01العدد 03

زواش زهير، الإطار القانوني للمصادقة، مجلة قانون و أعمال، العدد الثاني 2011

ضياء علي أحمد نعمان: النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية ،المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية العدد 5 2011

عبد الرحمان خلفي :حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري – دراسة مقارنة-، مجلة جامعة النجاح للأبحاث(العلوم الإنسانية) ، فلسطين، مج 27، 2013

قائمة المصادر و المراجع

عبد العزيز حمود المرسي ، الالتزام في ظل الوسائل الحديثة ، قبل التعاقدي بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية دراسة مقارنة ، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر -107.العدد 18 ، السنة التاسعة، أكتوبر2000

غنام محمد غنام، الحماية الإدارية والجنائية للأفراد عند تجميع بياناتهم الشخصية في أجهزة الكمبيوتر، مجلة الأمن و القانون، أكاديمية شرطة دبي، العدد الثاني، يونيو 2003

عيسى العامري: الشيك الذكي، أبحاث مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون ،جامعة الامارات العربية المتحدة،كلية الشريعة والقانون ،المجلد الأول، 2003

مفيدة مباركية، الحماية الجنائية للحق في الخصوصية الرقمية في التشريع الجزائري، **مجلة الشريعة و الاقتصاد، تصدرها كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد السابع، الإصدار الأول، 2018**

نادر عمران، حماية المعطيات الشخصية على ضوء القانون الأساسي عدد 63 لسنة 2004 المؤرخ في 27 جويلية 2004 ، مجلة القضاء و التشريع ، تصدر عن مركز الدراسات القانونية والقضائية، تونس ، العدد 8 ، السنة الـ 46 ، أكتوبر 2004

نذير فورية، دور مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني في حماية المستهلك على ضوء القانون رقم 15-04، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد 10جوان 2018

يمينة بليمان، " الإشهار الكاذب والمضلل "، مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، كلية الحقوق ، جامعة منتوري قسنطينة، عدد 23 ، مجلد ب ، 2009

ب-باللغة الأجنبية:

Anne Debet, mesure de la diversité et protection des données personnelles, Rapport présenté en séance plénière, CNIL, 15 mai 2007, Disponible sur le site, https://www.cnil.fr

Cass.crim., 3 nov. 1987, n° 87 – 83.429, disponible sur le site, https:// www.legifrance.gouv.fr

R.Gassin, informatiques et libertés, Répertoire pénal et procédure pénal, Dalloz, janvier 1987, n° 288

Groupe de travail « article 29 », avis 15/2011 sur la définition du consentement, adopté le 13juillet 2011, wp 187

قائمة المصادر و المراجع

5- المواقع الالكترونية

الإعلان الإلكتروني :كيف يعمل؟ على الموقع www.qafilah.com

حماية المستهلك الالكتروني، على الموقع :www.tomohna.net

ضوابط الإعلانات التجارية على الموقع www.al-forqan.net

تحذير المستهلكين بخطر شراء الأدوية عبر الانترنت ، مقال صادر عن الهيئة العامة للغذاء و الدواء لكندا

Saudi Food and Drug Authority على الموقع www.sfda.gov.sa

كل ما تود معرفته عن الدفع الإلكتروني : www.alrabo7on.com

https//:giemonetique.dz

www.vapulus.com

www.payfort.com

www.giemonétique.dz.

www.payfort.com

https//:giemonetique.dz

فهرس المحتويات

الفصل الأول الضمانات في مرحلة ما قبل إبرام العقد الالكتروني

المبحث الأول	الحق في الإعلام المسبق	
المطلب الأول	ماهيةالالتزام بالإعلام السابق لإبرام عقدالبيع الالكتروني	
الفرع الأول	مفهوم الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني.	
الفرع الثاني	تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري.	
المطلب الثاني	تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري.	
الفرع الأول	تحديد هوية المورد الإلكتروني	
الفرع الثاني	التصريح بالصفات الأساسية لماهية المنتج محل الطلب	
الفرع الثالث	الالتزام ببيان بنود وشروط العقد	
المبحث الثاني	الضمان من الإعلانات الالكترونية	
المطلب الأول	مفهوم الإعلان التجاري الإلكتروني	
الفرع الأول	تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني	
الفرع الثاني	**التكييف القانوني للإعلان التجاري الإلكتروني**	
المطلب الثاني	أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني	
الفرع الأول	**الشريط الإعلاني**	
الفرع الثاني	**الإعلان بالبريد الالكتروني**	
الفرع الثالث	**الإعلان ضمن مواقع الانترنت**	

الفصل الثاني الضمانات في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني

المبحث الأول	مخاطر الوفاء الالكتروني	
المطلب الأول	ماهية الوفاء الالكتروني	
الفرع الأول	وسائل الوفاء الالكتروني	
الفرع الثاني	تقنيات حماية الوفاء الإلكتروني	

فهرس المحتويات

المطلب االثاني	الدفع الالكتروني كالية للوفاء الالكتروني	
الفرع الأول	مفهوم الدفع الإلكتروني	
الفرع الثاني	تبني المشرع الجزائري للدفع الإلكتروني	
المبحث الثاني	الحق في العدول (الحق في الرجوع)	
المطلب الأول	**المقصود بحق العدول ومبرراته**	
الفرع الأول	تعريف الحق في العدول	
الفرع الثاني	مبررات الحق في العدول	
المطلب الثاني	ممارسة الحق في العدول	
الفرع الأول	كيفية ممارسة الحق في العدول	
الفرع الثاني	مدة ممارسة الحق في العدول	
الفرع الثالث	أثار ممارسة الحق في العدول	
	الخاتمة	