

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of High Education and Scientific Research

جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بو عريريج

University of Mohamed El Bachir El Ibrahimi-BBA

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Faculty of Law and Political Sciences



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون الاعلام الآلي والانترنت

بعنوان:

## الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني

تحت إشراف الأستاذة:

الدكتورة مكاري نزيهة

من إعداد الطالبين :

- بوالصلصال محمد لمين

- فيتاس أمال

### لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
ماني عبد الحق	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
مكاري نزيهة	أستاذ مساعد - أ -	مشرفا ومقررا
عجيري مراد	أستاذ مساعد - أ -	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 شهر 2020  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد (ة): بوالعلاء محمد أمين الصفة: طالب، أستاذ، باحث دكتوراه ثانية مكتملة  
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم 104430960 والصادرة بتاريخ 2017/05/08  
المسجل (ة) بكلية / معهد حقوق وعلوم سياسية قسم القانون العام  
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،  
عنوانها: المصنفان القانونيين المستعملين الإلكترونيين

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023/06/11

توقيع المعني (ة)

بظمت للمصادقة على امضاء  
السيد: بوالعلاء محمد أمين  
رقم بروت أو رقم 104430960  
الصادرة بتاريخ: 2017/05/08  
من طرف: بوالعلاء محمد أمين



11 جوان 2023

ش رئيس المجلس الشعبي الوطني  
وبتفويض مسنه  
العون: ذباح عبد الكريم



\* ملحق بالقرار رقم 4024/44 (44) المؤرخ في 27 ديسمبر 2023  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

## الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

### نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): فينايس أمال ..... الصفة: طالب، أساتذ، باحث طالبة  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 402444(44) والصادرة بتاريخ 24/07/2023  
المسجل(ة) بكلية / معهد حقوق والمعلومات قسم القانون العام  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماجستير، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،  
عنوانها: المسائل ذات القانون في التراث الإسلامي

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023/06/11

توقيع المعني (ة)

ولاية برج بوعازيز  
عن رئيس المجلس الشعبي البلدي  
وبتفويض منه  
رئيس مصلحة التثمين والشؤون العامة  
فطحي محمد  
07  
بلدية العاصم

# شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات إذ يسر لنا أمرنا ووفقنا لإنجاز هذا العمل وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله عز وجل " نتقدم بجزيل الشكر والإمتنان إلى الدكتورة الأستاذة الفاضلة " مكاري نزيهة " لإشرافها على هذه المذكرة، وتقديمها لنا النصح والتوجيه والملاحظات التي أعانتنا على البحث فلها منا أسمى عبارات الشكر والتقدير والإحترام وجزاها الله عن ذلك كل خير، فكان شرف لنا أن تكون مشرفة علينا.

كما لا يفوتنا شكر أعضاء لجنة المناقشة الذين حملوا على عاتقهم عبء قراءة هذه المذكرة ومناقشتها.

إلى كل أستاذ زرع فينا الأمل وأيقظ فينا روح العمل

إلى كل أساتذة جامعة العلامة الشيخ محمد البشير الإبراهيمي نقول لكم حفظكم الله وجعلكم دخر للعلم وفخرا للوطن.

وإلى كل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو بعيد

# إهداء

أهدي هذا العمل:

إلى أمي وأبي أطال الله عمرهما

إلى من وقفت الى جانبي بعدد حروف هذا العمل زوجتي الغالية

إلى قرّة عيني الكتكوت أنس

إلى روح أختي الطاهرة، جمعنا الله تحت ظله يوم لا ظل الا ظله

إلى أخوتي وأخواتي جميعا كل باسمه وباسم رابطة الحب والدم

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاح هذا العمل سواء

بيده أو بلسانه أو بقلبه

إليك أنت الذي تقرأ هذا الآن

بوالصالح محمد ملين

# إهداء

نشكر الله عزوجل الذي بتوفيق منه وبفضل منه تمكنا من إنجاز هذه  
المذكرة.

إلى أعز الناس وأقربهم إلى قلبي إلى والدتي العزيزة ووالدي العزيز تاج فخر  
طالما حملته على رأسي، فلك كامل الشكر والعرفان.

إلى مصدر البسمة والفرح من قضيت معهم أجمل أيام حياتي وعشت  
معهم أحلى الذكريات فكانوا أسعد الناس بنجاحي إخوتي وأخواتي وأصدقائي.

إلى قرة عيني ونبض قلبي إلى من هون عليا كل الصعاب وكان لي كل شيء  
في هذه الدنيا فلذة كبدي ابني الغالي يونس حفظه الله ورعاه

إلى كل من سهر وبذل ولو مقدار ذرة في سبيل وصولي إلى هنا وتبقى قائمتي  
هاته مفتوحة، لا تسعني هذه الورقة ولا تسعفني حتى الكلمات أن أذكرهم  
جميعا فلهم مني كل الشكر والتقدير.

فيتاس أمال

# مقدمة

## مقدمة

فتح التطور الإلكتروني الحاصل الباب واسعا أمام المستهلك، فلم يعد التعاقد مكلفا للجهد والوقت فالمنتجات يشتى أشكالها على شاشة واحدة، غير أن هذه السهولة في التعاقد قابلتها رغبة ملححة لدى التجار في الظفر بأكبر قدر من الزبائن، مما جعلهم يلجأون إلى طرق قد تكون في بعض الأحيان غير مشروعة، الأمر الذي جعل مختلف الدول تقوم بتحديث ترسانتها القانونية لمواجهة هذا الصخب في عالم التعاقد الإلكتروني، ولأن المستهلك الإلكتروني كان هو الحلقة الأضعف بحكم قلة خبرته كان لابد له من ضمانات طيلة عملية التسوق الإلكتروني من أجل الإقدام على التعاقد، بدءا بالاشهار للإعلام ثم التعاقد والتنفيذ.

ولم تتخلف الجزائر عن الركب العالمي فجاء القانون رقم: 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية ليضع الأطر والآليات التي تنظم هذا المجال، بالإضافة إلى القواعد العامة التي جاء بها الأمر رقم: 75-58 المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم الذي سبقه، وكذا القانون رقم: 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي تضمن أحكاما تهدف في مجملها إلى حماية المستهلك الإلكتروني، غير أنه ترك جانبا من الجزاءات مفتوحا أمام القياس القضائي، وغالبا ما يتم اللجوء إلى الأمر رقم: 66-156 المؤرخ في: 08 جوان 1966 المتعلق بقانون العقوبات، المعدل والمتمم. ولتحقيق التوازن العقدي بين أطراف العلاقة الاستهلاكية الإلكترونية تم البحث عن الضمانات القانونية أو الآليات والإجراءات التي من شأنها أن تكفل الحماية للمستهلك في البيئة الرقمية مع تسليط الضوء على تلك التي أقرها المشرع الجزائري.

مما سبق يمكننا طرح الإشكالية الآتية:

فيما تتمثل الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك في البيئة الرقمية؟

## مقدمة

وللإجابة عن هذه الإشالية تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بعقد الإستهلاك الإلكتروني؟ وما هي أطرافه وماهي مبررات حماية الطرف الضعيف فيه؟

- ماهي الضمانات التي أقرها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني؟

### أهمية الموضوع :

تكمن أهمية الموضوع في ارتباطه بكافة أطراف المجتمع، وقد أولاه الباحثون وشرح القانون إهتماما كبيرا لما له من صلة وطيدة بحياتنا اليومية، فكل فرد من أفراد المجتمع قد يكون عرضة لمخاطر التعاقد الإلكتروني، لذلك جاء هذا البحث لتسليط الضوء على الضمانات القانونية والتأكد من أنها كافية وقابلة للتسجيل في البيئة الرقمية التي تعرف تطورا متسارعا.

### أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى رفع الوعي القانوني لدى المستهلك الإلكتروني لتحسين موقفه التفاوضي في العقد الإلكتروني ومنحه الثقة في ظل الحماية التي يكفلها له القانون هذا من جهة واعلام المورد الإلكتروني بأن الطرق القانونية هي السبيل الوحيد للرفع من قيمة مبيعاته على الأنترنت من جهة أخرى.

ولقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى المقاربة بين النصوص التي تحكم العقود العادية وتلك التي تسير العقود الإلكترونية، كما أننا تطرقنا بشكل كبير إلى الجانب التقني في عملية التعاقد الإلكتروني كاستغلال محركات البحث والأدوات الحديثة للإعلان والإشهار الإلكتروني.

وستتم في هذه الدراسة محاولة تبيان النظام القانوني للاستهلاك الإلكتروني، والوقوف على أهم مواطن اختلال التوازن العقدي بين طرفي عقد الاستهلاك الإلكتروني، التي تؤول هذا العقد إضافة إلى سبل حماية المستهلك الإلكتروني من خلال الترسنة القانونية الممنوحة له.

## مقدمة

### الصعوبات والعراقيل :

واجهت هذه الدراسة عدة صعوبات منها مشكلة الإحالات التي يركز عليها القانون الجزائري، بالإضافة إلى كون الموضوع متشعب جدا نظرا للتطور السريع الذي يشهده العالم في هذا المجال.

### أسباب إختيار الموضوع:

من بين المواضيع المقترحة لفت انتباهنا عنوان البحث، ذلك أننا كنا قد اتفقنا في اختيار موضوع قريب من الواقع المعاش، إضافة إلى الرغبة في التوسع فيه خلال المستقبل البحثي، وما زاد من اهتمامنا بهذا الموضوع التقارب الكبير في وجهات النظر بيننا فيما يخص الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني.

### المنهج المتبع :

المنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج الوصفي التحليلي، المنهج الوصفي من خلال التطرق إلى بعض المفاهيم النظرية ذات الصلة بموضوع الدراسة، والمنهج التحليلي من خلال تحليل بعض النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني على غرار قانون التجارة الإلكترونية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وبغية الإلمام بمختلف جوانب البحث تم تقسيمه إلى فصلين كالآتي:

الفصل الأول تحت عنوان المستهلك في العقد الإلكتروني، تناولنا فيه الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني فتحدثنا عن الشروط الشخصية والموضوعية لهذا العقد، كما تطرقنا لأحكام التعاقد الإلكتروني من خلال الطبيعة القانونية لعقد الاستهلاك الإلكتروني والمبررات التقنية والقانونية لتوفير حماية للمستهلك الإلكتروني.

## مقدمة

---

في حين خصص الفصل الثاني لدراسة الآليات القانونية المقرر لحماية المستهلك الإلكتروني حيث تطرقنا إلى الإجراءات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني في جميع مراحل العقد الإلكتروني وكذا الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالضمانات في قانون التجارة الإلكترونية، قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

# الفصل الأول

الإطار القانوني لعقد

الإستهلاك الإلكتروني

## الفصل الأول

## الإطار القانوني لعقد الإستهلاك الإلكتروني

يتطور العالم في الفترة الأخيرة بشكل متسارع، ولعل الاعتماد على التكنولوجيا هو ما يساهم بشكل ملحوظ في هذا التطور والرقي الذي نعيشه اليوم، فالأعمال التي كانت تستغرق ساعات وربما أيام من العمل أصبحت تتم بكبسة زر، وكما هو الحال لمختلف القطاعات فإن التجارة الإلكترونية نالت حظها من الثورة التكنولوجية الحاصلة، فالمستهلك يختار من بين كم هائل من السلع والخدمات وهو جالس في بيته، غير أن هذا التوافر في المنتجات والسرعة في تنفيذ العقود الإلكترونية رافقه تطور في الأخطار التي يتعرض لها، وهو ما يشكل مبرر لمختلف التشريعات التي سعت لحماية المستهلك الإلكتروني من الرغبة الجارحة لدى المورد الإلكتروني في تسويق منتجاته بكل الوسائل الممكنة.

ولم تتخلف الجزائر عن الركب العالمي وسنت تباعا نصوص من شأنها خلق إطار قانوني تتم من خلاله العقود الإلكترونية، وإرتأينا في هذا الفصل أن نضبط بعض المفاهيم المتعلقة بعقد الإستهلاك الإلكتروني قبل التطرق إلى المبررات القانونية لحماية المستهلك فجاء المبحث الأول موسوماً بمهاية عقد الإستهلاك الإلكتروني، وقد تم تقسيمه إلى مطلبين في كل منهما فرعين، أما المبحث الثاني فيتجلى من عنوانه مبررات حماية المستهلك الإلكتروني أنه يثبت كينونة الخطر المتجدد الذي يحدق بالمستهلك الإلكتروني خلال عملية التعاقد، وهو بدوره مقسم إلى مطلبين يتعلق أولها بالجانب التقني من المبررات والثاني إلى الجانب القانوني منها.

## المبحث الأول

### ماهية عقد الإستهلاك الإلكتروني

إذا استثنينا الوسيلة التي تتم بها عملية التعاقد فإنه لا فرق يذكر بينه وبين عقد الاستهلاك العادي، فهو مبني على توافق إرادتين لقيامه تتمثل الأولى في إرادة المستهلك في إشباع رغباته والثانية في سعي المورد لتحقيق ربح، ويأتي القانون لينظم هذه العلاقة بتوفير الإطار الذي يجب أن تتم فيه، وعلى هذا الأساس سنتناول مفهوم عقد الإستهلاك الإلكتروني في المطلب الأول وشروطه في المطلب الثاني.

## المطلب الأول

### مفهوم عقد الإستهلاك الإلكتروني

لم يتفق الفقهاء على مفهوم موحد لعقد الإستهلاك الإلكتروني، غير أنهم يشتركون في كونه يتم بواسطة وسيلة إلكترونية تتيح صيغة الإيجاب والقبول، وإشترطوا إكمال كافة مراحلها بواسطة ذات الوسيلة، لذلك سنتطرق إلى تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني وخصائصه (الفرع الأول) وطبيعته القانونية (الفرع الثاني).

## الفرع الأول

### تعريف عقد الإستهلاك الإلكتروني وخصائصه

نظرا لتعدد تعاريف عقد الإستهلاك الإلكتروني، إرتأينا أن نتحدث عن خصائصه التي استند عليها الفقهاء وشرح القانون في تعريفه.

### أولا: تعريف عقد الإستهلاك الإلكتروني:

بغض النظر عن كونه إلكترونيا يعرف عقد الاستهلاك على أنه: "عقد يبرم بين طرفين

يسمى الأول المستهلك ويسمى الثاني المهني بموجبه يتلقى الأول من الثاني منتوجا أو خدمة لغرض غير مهني مقابل ثمن معلوم".<sup>1</sup>

ولا يمكن حصر عقد الاستهلاك الإلكتروني في تعريف واحد، وهذا لما جاء في آراء الفقهاء وشرح القانون، وما جاءت به التشريعات في حد ذاتها، حيث تم تعريفه فقها على أنه: " كل عقد يتم عن بعد باستعمال وسيلة إلكترونية، وذلك حتى إتمام العقد".<sup>2</sup> مما سبق نستنتج بأن عقد الإستهلاك الإلكتروني هو ذلك العقد الذي يتم بواسطة الأنترنت التي تتيح التعاقد عن بعد.

كما عرفت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 عقد الإستهلاك الإلكتروني بأنه: " عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم بين مورد ومستهلك من خلال الاطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الالكترونية حتى اتمام التعاقد".<sup>3</sup> ولقد عرفه المشرع الجزائري من خلال قانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المؤرخ في: 10 ماي 2018 في مادته 06 بأنه: "العقد بمفهوم القانون رقم: 04-02 المؤرخ في: 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد؛ دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الإتصال الإلكتروني".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبير مزغيش ومحمد عدنان بن ضيف، الضوابط الحمائية المصوبة لاختلال التوازن العقدي في عقود الإستهلاك التعسفية، مجلة الحقوق والحريات، العدد: 04، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2017، ص ص: 93-94.

<sup>2</sup> عشير جيلالي وقاشي علال، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد: 06، العدد: 02 جامعة عمار ثلجي، الأغواط، الجزائر، 2022، ص: 708.

<sup>3</sup> عبير مزغيش ومحمد عدنان بن ضيف، المرجع السابق، ص: 94.

<sup>4</sup> أنظر المادة 06 من القانون رقم: 18-05 المؤرخ في: 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية العدد: 28، الصادرة بتاريخ: 16 ماي 2018، ص: 05.

وبالرجوع إلى المادة 03 فقرة 04 من قانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجدها تعرف العقد على أنه: "كل إتفاق أو إتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة حُرر مسبقا من أحد أطراف الإتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه".<sup>1</sup>

في محاولته لتعريف العقد الإلكتروني، فإن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى الطبيعة الإلكترونية للعقد، ولم يذكر الوسائل وجاء تركيزه على علاقة أطراف العقد (البائع والمستهلك)، إلا أنه وفق إلى حد ما في تعريفه للعقد، ويمكن أن تقتصر المعاملة الإلكترونية على آخر مراحل العقد إذا كان محله منتجا إلكترونيا كالبرامج الإلكترونية.<sup>2</sup>

استنادا إلى التعريفات السابقة يمكن تعريف عقد الإستهلاك الإلكتروني بأنه ذلك العقد الذي يبرم بين المهني والمستهلك من بدايته إلى غاية إتمامه، سواء تعلق هذا العقد بسلع أو خدمات بغرض الاستهلاك شريطة أن يتم بواسطة وسيلة إلكترونية ودون الحضور الفعلي لطرفي.

### ثانيا: خصائص عقد الإستهلاك الإلكتروني

يتميز عقد الإستهلاك الإلكتروني عن العقود التقليدية بجملة من الخصائص نذكر أهمها:<sup>3</sup>

#### 1- إبرامه بوسيلة إلكترونية:

اكتسب عقد الإستهلاك الإلكتروني تسميته من طبيعة الوسيلة التي يتم إبرامه عن طريقها فالبرغم من أنه يشترك مع العقد التقليدي في كافة أركانه إلا أجهزة إلكترونية.

1 أنظر المادة 03 فقرة 04 من القانون رقم: 04-02 المؤرخ في: 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 41، الصادرة بتاريخ: 27 جوان 2004، ص: 04.

2 سليمان مصطفى، وسائل الإثبات وحجتها في عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، رسالة دكتوراه في الحقوق، تخصص القانون الخاص العمق، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2020/2019، ص: 19.

3 عشير جيلالي وقاشي علال، المرجع السابق، ص: 709-710.

### 2- إبرامه عن بعد:

لو كانت السلعة أو الخدمة متوفرة في محل إقامة المستهلك لما لجأ في الغالب إلى التسوق عبر الأنترنت، وبهذا فإن عقد الإستهلاك الإلكتروني هو عقد مبرم عبر الأنترنت دون الحضور المادي لطرفي العقد بواسطة وسائل إلكترونية.

### 3- يغلب عليه الطابع التجاري:

ارتبط العقد الإلكتروني بمصطلح التجارة الإلكترونية حتى أصبح هذا الأخير هو المصطلح الأكثر استخداما ولم يتوقف الأمر عند الأفراد العاديين بل تعداه إلى المتخصصين، فكثيرا ما نجد فقهاء القانون يستخدمون مصطلح التجارة الإلكترونية للتعبير عن العقد الإلكتروني.

### 4- يغلب عليه الطابع الدولي:

لما كانت الأنترنت هي وسيلة التواصل الأكثر استخداما بين الأفراد والمؤسسات في مختلف الدول فإنها أصبحت المنصة التي يتم عليها التعاقد الإلكتروني، وبحكم أن هذه الشبكة تسهل عملية التواصل بين التجار والمستهلكين من مختلف الدول فإن العقد الإلكتروني اكتسب الطابع الدولي.<sup>1</sup>

### 5- إثباته والوفاء بالتزاماته تتم بوسائل إلكترونية:

تتيح تكنولوجيات الإعلام الحديثة إجراء العقود الإلكترونية باستخدام وسائل تعفي طرفي العقد من الإجراءات الورقية، وحتى في مرحلة التسليم فإنه يمكن استخدام نفس الوسائل إذا تعلق الأمر بالمنتجات التي تكون ذات طابع تقني مثل برامج الحاسوب والتدريس عن بعد، أما فيما يخص وسائل الدفع فهي الأخرى يمكن أن تكون ذات طابع إلكتروني مثل النقود الإلكترونية والبطاقات البنكية الذكية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص: 710.

<sup>2</sup> ابتيوان ولد طالب مليكة، خصوصية العقد الإلكتروني في نظام التكنولوجيا والاتصال ومدى حمايته للمستهلك الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية، المجلد: 09، العدد: 02، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2023، ص: 599.

### الفرع الثاني

#### الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني

بالنظر إلى صفة المتعاقدين يمكن تمييز نوعين من عقد الإستهلاك الإلكتروني، عقد مساومة وعقد إذعان، ومن أجل ذلك تم التطرق من خلال هذا الفرع إلى عقد الإستهلاك الإلكتروني بصفته عقد مساومة (أولا) وعقد الإستهلاك الإلكتروني كعقد إذعان (ثانيا).

#### أولا: عقد الإستهلاك الإلكتروني (عقد مساومة)

اعتبر هذا الفريق عقد الاستهلاك الإلكتروني هو عقد من عقود المساومة، والذي تتساوى فيه إرادة طرفي العقد دون أن يكون لأحدهما سلطة على الآخر، وذلك لأن هذا العقد يتنافى مع خصائص عقد الإذعان، وللمستهلك الإلكتروني الحرية المطلقة في إختيار أي منتج للتعاقد عليه ويمكنه الانتقال إلى موقع آخر.

ولقد بنوا رأيهم هذا بالاستناد إلى الحجج التالية:<sup>1</sup>

- العقد الإلكتروني عقد مساومة لأنه لا يمكن للمورد الإلكتروني إحتكار السلع في فضاء الأنترنت، ولهذا لا يمكن القول أن عقد الإستهلاك الإلكتروني تكون المنافسة فيها محدودة النطاق.

- إمكانية الإيجاب والقبول والتحاور السمع البصري بين طرفي العقد من خلال الوسيلة الإلكترونية

- وجود خيار وحيد للمستهلك الإلكتروني بالضغط على زر الموافقة الموجود في موقع المورد الإلكتروني من عدمه لا يجعل عقد الإستهلاك الإلكتروني عقد إذعان، وإن بدا كذلك من الوهلة الأولى.

من الإنتقادات التي واجهها القائلون بأن عقد الإستهلاك الإلكتروني هو عقد مساومة أنهم طبقوا معايير العقد التقليدي على العقد الإلكتروني الذي يتسم بالحدثية وباختلاف الشروط والأداة

<sup>1</sup> رباحي أحمد، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد: 10، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2013، ص: 100.

المستخدمة في إجراءاته، فالمستهلك يجد نفسه أمام نفس الشروط حتى وإن بحث عن المنتج أو الخدمة التي يريدتها في أكثر من موقع.<sup>1</sup>

### ثانيا: عقد الإستهلاك الإلكتروني (عقد إذعان)

يرى جانب من الفقه الإنجليزي والفرنسي الحديث أن عقد الإستهلاك الإلكتروني هو أحد أنواع عقود الإذعان<sup>2</sup>، وهو ما ذهب إليه المشرع المصري في المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية والتي نصها: " تعتبر العقود النمطية أو النموذجية المبرجة إلكترونيا من عقود الإذعان في مفهوم القانون من حيث تفسيرها لمصلحة طرف المدعن وجواز إبطال ما يرد فيها من شروط تعسفية، ويعد شرطا تعسفيا كل شرط يتضمن حكما لم يجر به العرف".<sup>3</sup>

ويبرر أنصار هذا الرأي طرحهم بأن العقود التي تتم عبر شبكة الأنترنت تكون شروطها مبرجة مسبقا على شكل استمارة نموذجية، وما على المستهلك إلا أن يقبلها جملة وتفصيلا أو يرفضها دون أن يكون له الحق في إلغاء أو تعديل أي بند من بنودها.

كما ذهبوا إلى أن العديد من المنتجات تسيطر عليها شركات عالمية عملاقة ليس للمستهلك بديل عنها، وهو ما يجعل عقد الإستهلاك الإلكتروني شبيها بعقود الإذعان التقليدية<sup>4</sup>، وفي كل الحالات يبقى المستهلك الإلكتروني هو الحلقة الأضعف في سلسلة التعاقد الإلكتروني، نظرا لعدم تمكنه من التفاوض حول الشروط، وهو ما يجعله بحاجة ماسة إلى حماية قانونية.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> بوخاري سمرة، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، الجزائر، 2020/2019، ص: 30-31.

<sup>2</sup> رباحي أحمد، المرجع السابق، ص: 100.

<sup>3</sup> لرعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2011/2010، ص: 19.

<sup>4</sup> عبد الفتاح حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2006، ص: 48.

<sup>5</sup> أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر: 2005، ص: 30.

## المطلب الثاني

### شروط عقد الإستهلاك الإلكتروني

ولمعرفة العلاقة الإستهلاكية في العقد الإلكتروني كان لزاما علينا التطرق إلى الشروط الشخصية لعقد الإستهلاك الإلكتروني (الفرع الأول)، فالشروط الموضوعية للعقد الإستهلاكي الإلكتروني (الفرع الثاني).

### الفرع الأول

#### الشروط الشخصية للعقد الإلكتروني:<sup>1</sup>

سيتم التطرق في هذا الفرع إلى المورد الإلكتروني كعارض للمنتجات والخدمات للإستهلاك عبر شبكة الإنترنت (أولا) والمستهلك الإلكتروني كطرف طالب في العلاقة الإستهلاكية (ثانيا)

#### أولا: المورد الإلكتروني

بصفته صاحب المبادرة الأولى فإن المورد الإلكتروني (العارض) هو ذلك الشخص المعنوي أو الطبيعي الذي يستثمر تكنولوجيات الإعلام والاتصال لعرض منتجاته، بحكم أنها منصة مفتوحة على عدد لا متناهي من المستهلكين، وتجدر الإشارة إلى أنه في نظر القانون لا يمكن إعتبار كل شخص يعرض منتج أو خدمة للبيع على الأنترنت موردا إلكترونيا، إذ لا بد أن يقترن هذا الأمر بصفة الإحتراف.<sup>2</sup>

وستتطرق بالترتيب إلى التعريف الفقهي للمورد الإلكتروني يليه التعريف التشريعي.

<sup>1</sup> يعرف العقد الإلكتروني على أنه: " تفاعل بين الموجب والقابل من خلال اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة ومرئية"، أنظر: محمد محمود قدرى، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار النهضة العربية، مصر، 2014، ص:14.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص:29.

### 1- التعريف الفقهي للمورد الإلكتروني:

لا يوجد تعريف موحد للمورد الإلكتروني فهناك من يرى أنه: " هو كل شخص طبيعي أو معنوي والذي يظهر في العقد الإلكتروني كمحترف فهو يمارس بإسمه أو لحساب الغير نشاطا تجاريا أو صناعيا أو زراعيا فيمتلك موقعا إلكترونيا أو محلا تجاريا بقصد ممارسة نشاطه أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها أو يقوم بتأجير السلع وتقديم خدمات ".<sup>1</sup>

فيما يرى الفقه الفرنسي بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي سواء كان عاما أو خاصا يتصرف لأغراض تدخل في إطار نشاطه المهني سواء كان هذا النشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو حر أو غيره ".<sup>2</sup>

ويشترك الفقهاء في كونه شخص طبيعي أو معنوي، يمارس نشاطا لحسابه بغض النظر عن طبيعة النشاط سواء كان تجاريا أو صناعيا أو زراعيا بغرض تحقيق ربح.

### 2- التعريف التشريعي للمورد الإلكتروني:

نعالج في مايلي تعريفات مختلف التشريعات المقارنة وكذا المشرع الجزائري للمورد الإلكتروني.

#### أ- في التشريع الفرنسي:

قبل صدور الأمر رقم: 301/2016 لا نجد في التشريع الفرنسي تعريفا للمورد الإلكتروني والذي تولى مهمة تعريفه على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي عام أو خاص الذي يتصرف لأغراض تدخل ضمن نشاطه التجاري والصناعي الحرفي الحر أو الزراعي بما في ذلك عندما يتصرفون باسم أو لحساب مهني آخر ".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عمرون ليدية وماديو بيلال، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2019، ص: 16.

<sup>2</sup> محمد جريفيلي، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2017/2018، ص: 39.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص: 40.

يبدو جليا أن المشرع الفرنسي وسع المفهوم ليشمل كل المهن والحرف بما في ذلك المزارعين.

### ب- التشريع المصري :

بالرجوع الى نص المادة 1 فقرة 5 من القانون رقم: 67 - 06 نجد المشرع المصري عرف المورد الإلكتروني على أنه: "كل شخص يقوم بتقديم خدمة، أو إنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في أحد المنتجات، أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها للمستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأي طريقة من الطرق".<sup>1</sup>

من خلال هذا التعريف نجد أن المشرع المصري قد ركز على الجانب المادي دون التطرق إلى الجانب الإلكتروني الذي هو الأساس.

### ج - التشريع الجزائري :

وجاء تعريف المشرع الجزائري أكثر دقة وتفصيلا للتعبير عن المورد الإلكتروني بمصطلح جديد هو المتدخل أو المحترف، وهو ما نستشفه من المادة 02 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، والتي ينص فيها على أنه: "المحترف هو ناتج أو صانع أو وسيط أو حرثي أو تاجر أو مستورد أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض منتج أو خدمة للإستهلاك".<sup>2</sup>

لم يكتفي المشرع الجزائري بما جاء في المادة السالفة الذكر ووسع المفهوم أكثر ليصفه بالعون الاقتصادي في نص المادة 03 فقرة 01 من القانون رقم 04 - 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>3</sup>، مع أنه استبعد كل من الصانع والمستورد والموزع.

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص ص: 33-34.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 90 - 266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادر بتاريخ: 19 سبتمبر 1990، العدد: 40 (ملغى).

<sup>3</sup> العون الاقتصادي هو: " كل منتج أو تاجر أو حرثي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المحترف العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها "، أنظر: المادة 03 الفقرة 01 من القانون رقم: 04-02، المرجع السابق، ص: 04.

لم يأتي قانون:09 - 03 المؤرخ في: 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بجديد واكتفى فقط بتعريف المورد في المادة 03 فقرة 07 على أنه: "المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للإستهلاك"<sup>1</sup>، دون ذكر مختلف الأنشطة التي يمكن أن تصنف بها خلال هذه العملية.<sup>2</sup>

ظل مفهوم المورد الإلكتروني في تطور، ولعل أحدث تعريف جاء به المشرع الجزائري هو ما جاء في المادة 06 فقرة 04 من قانون رقم:18-05 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية التي نصها أن المورد الإلكتروني هو: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح أو توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".<sup>3</sup>

استخدم المشرع عبارات مختلفة لتعريف المورد الإلكتروني فتارة يستخدم لفظ المحترف ثم المتدخل ليرسو على مصطلح المورد، وبغض النظر عن تعدد المصطلحات فقد حصر المورد صفة المورد على الشخص الذي يقوم بتسويق أو اقتراح أو توفير السلع أو الخدمات.<sup>4</sup>

على غرار المشرع الفرنسي وخلافا للمشرع المصري جاء تعريف المشرع الجزائري في أكثر شمولية واتساعا، حيث ضم مختلف المهن كالمنتج والصانع والحرفي والمستورد والتاجر في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 لكنه عاد لاستخدام مصطلحات متعددة ومفهوم ضيق فيما تلاه من نصوص، وبعيدا عن تعدد التعاريف والمصطلحات فإن المورد الإلكتروني لابد أن يخضع لجملة من الشروط كالقيود في السجل التجاري لما جاء في قانون التجارة الإلكترونية 18-05 في نص المادة

<sup>1</sup> أنظر: المادة 03 فقرة 08 من القانون رقم 09 - 03 المؤرخ في: 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 15 ، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009 ، العدد:15، ص:13

<sup>2</sup> أنظر المادة 03 فقرة 08 من القانون 09 - 03، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> أنظر: المادة:06 الفقرة:04 من القانون:18-05، المرجع السابق، ص:05.

<sup>4</sup> أكسوم رشيدة عيلام، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص:25.

08 التي تنص على أنه: " يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية " .

### ثانيا: المستهلك الإلكتروني

سنتناول فيما يلي المستهلك الإلكتروني بمفهومه الضيق والواسع مستنديين إلى ما يراه الفقهاء وما جاء به التشريع.

#### 1- التعريف الفقهي:

بين من حصره في مفهوم ضيق ومن جعل المفهوم واسعا انقسم الفقهاء في تعريفهم للمستهلك الإلكتروني، حيث نجد التعاريف التالية:

#### 1- التعريف الضيق:

- المستهلك هو: " كل من يرم تصرفا قانونيا يهدف إلى إشباع احتياجاته الشخصية و العائلية من السلع والخدمات " .<sup>1</sup>

- المستهلك هو: " كل شخص يقتني أو يستعمل مالا أو خدمة لتحقيق هدف شخصي أو عائلي، سواء تعلق الأمر باقتناء منقولات أو عقارات دون أن يكون لهذا الإقتناء أي هدف مهني " .<sup>2</sup>

بقراءة في هذه التعاريف وإن اختلفت في اللفظ نجد أن مدلولها واحد، وهو أن المستهلك هو ذلك الشخص الذي يسعى إلى سلعة أو خدمة بغرض استعمالها هو أو الهيئة التي ينتمي إليها دون أن يكون له غرض تجاري يتمثل في إعادة بيعها<sup>3</sup>، أو بعبارة أخرى هو الشخص يسعى

<sup>1</sup> عزوز سعدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد:02، العدد:02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البلدة، الجزائر، 2018، ص: 258.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 258 .

<sup>3</sup> أسامة أحمد بدر، المرجع السابق، ص: 76، 78.

لاشباع رغباته ورغبات أسرته،<sup>1</sup> حيث يستبعد هذا المفهوم الأشخاص الذين يتصرفون لأغراض مهنية، ولو كان ذلك بصفة جزئية لاضفاء طابع المحترف على المورد لا على المستهلك.<sup>2</sup>

### 2 - المفهوم الواسع:

يعد المفهوم الضيق للمستهلك هو الأكثر انتشاراً، ومع ذلك فإنه لا يمكن إهمال التعريف الموسع للمستهلك الذي يوسع دائرة المستهلكين فتشمل المهنيين عندما يتعاملون في أنشطة خارج اختصاصهم المهني أو التجاري، وبهذا فإن المستهلك هو ذلك الشخص الطبيعي الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد على منتج للاستعمال النهائي هو أو شخص يمثله حتى وإن كان مهنياً بشرط أن يكون محل العقد خارج اختصاصه، لذلك يمكن القول أنه يعد مستهلكاً كل من تنتهي عنده دورة المنتج، وبهذا يستبعد من هذا المفهوم الشخص الذي يتعاقد على منتج بغرض إعادة بيعه.

هذا المفهوم ليس بجديد فمنذ العام 1962 قال الرئيس الأمريكي جون كينيدي: "كلنا مستهلكون"، وهو ما يحيلنا على أن كل شخص طبيعي وإن ثبتت ممارسته لنشاط مهني فإنه من جهة أخرى يمكن أن يتصف بصفة المستهلك.<sup>3</sup>

### ثانياً: التعريف التشريعي :

إن الخوض في التعريف التشريعي للمستهلك، يفرض علينا التعرض لأهم التشريعات التي بينت المقصود منه، وسعت لفك اللبس عنه.

<sup>1</sup> خالد طيهار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2018/2019، ص:10.

<sup>2</sup> ليندة عبدالله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، الملتقى الوطني، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، الجزائر، معهد العلوم القانونية والإدارية، بالمركز الجامعي الوادي، 14 - 13 أبريل، 2008، ص:21.

<sup>3</sup> كوثر سعيد عدنان خالد وسميحة القبيلوي، حماية المستهلك الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016، ص:48.

### 1- مفهوم المستهلك الرقمي في التشريعات المقارنة :

لم يرد في التشريعات المقارنة ما يعرف المستهلك الإلكتروني بذاته لأنه لا فرق بينه وبين المستهلك التقليدي، إلا في طبيعة الوسيلة المستخدمة وسنورد فيما يلي أهم ما تطرق إليه المشرع حول المستهلك بصفة عامة.

### 1- في التشريع الفرنسي :

كان المشرع الفرنسي في طليعة الذين أصدروا قوانين لحماية المستهلك، ومع ذلك لم يرد أي تعريف له في مختلف القوانين، وبقي الباب مفتوحا أمام الفقه والقضاء لتعريفه مما جعل التعاريف والمواقف متعددة فيما يخص المستهلك.

### في التشريع المصري:

منذ 2006 تنبه المشرع المصري لضبط مفهوم المستهلك حيث نصت المادة 01 من القانون 67 لذات السنة أن: "المستهلك: كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه لهذا الخصوص.<sup>1</sup> بعد الإطلاع على المادة المذكورة أعلاه نجد أن المشرع المصري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك ولم يشمل تعريفه الشخص الذي يتعاقد لأغراض مهنية.

### في التشريع اللبناني:

نصت الفقرة الأولى من المادة الثانية من قانون 2005، بأن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها وذلك لأغراض غير مرتبطة بنشاطه المهني.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أنظر: المادة 01 من القانون رقم 67 المتعلق بحماية المستهلك المصري، الجريدة الرسمية، العدد: 20، الصادرة بتاريخ: 20 ماي 2006.

<sup>2</sup> زاوي رفيق وآخرون، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مجلة البيان

للدراستات القانونية والسياسية، المجلد: 03، العدد: 01، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوغرييج، الجزائر، 2018، ص: 57.

### في التشريع التونسي:

عرف المشرع التونسي المستهلك، بأنه كل من يشتري منتوجا لاستعماله لغرض الإستهلاك.

### في التوجيه الأوروبي :

عندما يتعلق الأمر بالدول الأوروبية فإننا نجد تعاريف متباينة ومع ذلك فإنها بخلاف التشريع المصري أخذت بالمفهوم الموسع للمستهلك، ونأتي فيما يلي على أبرز التعاريف الواردة من مختلف المنظمات والهيئات الأوروبية:

- في التوجيه الصادر عن البرلمان والمجلس الأوروبي الخاص بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين 93 - 13 في لوكسمبورغ في 05 أفريل 1993 على أنه: " كل شخص طبيعي يتصرف في العقود الداخلة في التوجيه الحالي، لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه المهني".

- في توجيه حماية المستهلكين في التعاقد عن بعد رقم 97 - 07 الصادر في بروكسل في 20 ماي 1997 على أنه: " كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه المهني أو التجاري".<sup>1</sup>

- في اتفاقية روما لسنة 1980 في المادة 5 منها فقرة 1 للمستهلك بأنه: " الشخص الذي يتعاقد على استعمالٍ يعتبر غريبا عن نشاطه المهني".<sup>2</sup>

### في التشريع الجزائري :

عرف المشرع الجزائري المستهلك على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"<sup>3</sup>، وعرفه أيضا بأنه:

<sup>1</sup> كوثر سعيد عدنان وسميحة مصطفى القليوبي، المرجع السابق، ص: 40.

<sup>2</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2012، ص: 34.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 03 الفقرة 02 من قانون رقم: 04 - 02، مرجع سابق، ص: 04.

" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به ".<sup>1</sup>

أما فيما يخص المستهلك الإلكتروني فقد عرفه بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".<sup>2</sup>

يكاد يكون التعريف الثالث مطابقاً للتعريف الأول والثاني إذا استثنينا عبارة " عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني"، والتي تميز المستهلك الإلكتروني عن المستهلك العادية بطبيعة الوسيلة المستخدمة.

### الفرع الثاني

#### الشروط الموضوعية للعقد الإلكتروني

يحتاج العقد الإلكتروني إلى تنظيم خاص يميزه عن العقد التقليدي، ومع ذلك فإنه يتطلب إيجاباً وقبولاً ومحل، وتبقى الوسيلة المستخدمة هي التي تحدث فارقاً، ونظراً لكونه من العقود المركبة فإنه يمر بمرحلة التفاوض قبل إبرام العقد، أما إذا كان العقد مألوفاً فليس بالضرورة أن تسبقه هذه المرحلة التي تهدف في الأساس لإقامة التوازن العقدي، وللخوض في الشروط الموضوعية للعقد الإلكتروني سواء تلك المشتركة مع العقد العادي أو الخاصة به دعانا الأمر إلى التطرق للتراضي (أولاً) ثم المحل والسبب في عقد الإستهلاك الإلكتروني (ثانياً).

#### أولاً: التراضي في عقد الإستهلاك الإلكتروني

إن رضا طرفي العقد شرط لا بد منه بغض النظر عن وسيلة التعاقد ولا يتم تلاقي إرادة الطرفين إلا بالإيجاب الإلكتروني الصادر عن المورد والقبول الإلكتروني الصادر عن المستهلك وهو ما يحدث الأثر القانون المطلوب، وسيتم التطرق لهما كالاتي:

<sup>1</sup> أنظر: المادة 03 الفقرة 01 من القانون رقم: 09 – 03، المرجع نفسه.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 06 الفقرة 03 من القانون رقم: 18 – 05، المرجع السابق.

### 1- الإيجاب الإلكتروني :

إلى جانب القبول يعد الإيجاب محور عملية التعاقد الإلكتروني كونه المنطلق الفعلي لها، لهذا سنتناول بشيء من التفصيل بداية بتعريفه فخصائصه ثم صورته.

#### أ- تعريف الإيجاب الإلكتروني:

لا يخلو أي عقد من عنصر الإيجاب فهو حجر الأساس الذي يبنى عليه العقد الإلكتروني فإنه من الضرورة بمكان أن يقدم أحد طرفي العقد (المورد) عرضاً إلى الطرف الثاني (المستهلك) وهو: "التعبير عن الإرادة موجهها إلى الطرف الآخر يعرض عليه التعاقد على أسس وشروط معينة<sup>1</sup> وتعود وسيلة التعاقد لتطرح نفسها بقوة لتمييز مختلف عناصر عقد الإستهلاك الإلكتروني عن العقد العادي، فلقد ورد في كتاب العقد الإلكتروني لماجد محمد سليمان أبا الخيل، الإيجاب الإلكتروني هو: "كل اتصال عن بعد يتضمن كافة العناصر اللازمة لتمكين المرسل إليه الإيجاب من أن يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان"<sup>2</sup>.

ورد في هذا التعريف إشارة ضمنية للوسيلة الإلكترونية المستخدمة في الإيجاب، غير أنها لم تحدد تحديداً كافياً أي أن التركيز كان على الإيجاب كفعل في حد ذاته دون التطرق إلى الخصائص والمميزات التي تميزه عن الإيجاب العادي.

#### ب- التعريف الفقهي للإيجاب الإلكتروني :

إن وسيلة الإتصال عن بعد سواء كانت مسموعة أم مرئية أو هما معا هي ما تحدد الاختلاف بين الإيجاب الإلكتروني والإيجاب العادي، وهذا باتفاق الفقهاء، ومن أشهر التعاريف الذي تضمنها الفقه مايلي:

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2014/2015، ص:66.

<sup>2</sup> محمد بن يحيى بن سلمان العزي، الإطار القانوني للتعاقد عبر الأنترنت، مجلة الدراسات العربية، كلية دار العلوم، جامعة المنيا، المجلد:36 العدد:08، 2017، ص:4154.

- \* " تعبير يصدر من المهني يكون موجه إلى شخص محدد أو إلى جمهور بغرض إبرام العقد".<sup>1</sup>
- \* " تعبير جازم عن الإرادة تتم عن بعد، عبر تقنيات الاتصال سواء كانت مسموعة أم مرئية أم كليهما ويتضمن كافة الشروط و العناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه، حيث ينعقد به العقد إذا ما تلاقى معه القبول"، وهو التعبير عن الإرادة بمعطيات رقمية تخضع معاملته لقواعد تقنية المعلومات من الناحية الميكانيكية".<sup>2</sup>
- \* " عرض يتقدم به الموجب لشخص آخر أو عدة أشخاص، بغرض إبرام عقد بينهم مقابل حصوله على قبول لهذا العرض ما ينتج عنه إنشاء العقد".<sup>3</sup>
- \* " تعبير جازم عن الإرادة، يتم عن بعد عبر تقنيات الاتصال، ويتضمن كافة الشروط والعناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه، بحيث ينعقد به العقد إذا ما تلاقى معه القبول".<sup>4</sup>
- نجد أن التعاريف السابقة ركزت على كون الإيجاب الإلكتروني مصدره المورد وأنه يتم بواسطة إلكترونية، كما ان العقد يبرم إذا لاقى هذا الإيجاب قبولا.

### - التعريف التشريعي للإيجاب الإلكتروني

تعد الأمم المتحدة أعلى هيئة دولية وازنة لذلك سنبداً بما جاء في قانونها النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية المؤرخ في 16 ديسمبر 1996 في الفقرة الأولى من المادة 11 والتي جاء فيها:

" في سياق تكوين العقود وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض، وعند استخدام رسالة البيانات لا يفقد ذلك العقد صحته أو قابليته لمجرد استخدام رسالة البيانات لذلك العرض".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> العربي شحط أمينة، التراضي في العقد الإلكتروني في ظل التغيرات المستجدة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد:14، العدد:03، جامعة زيان عاشور، فارس، الجزائر، 2021، ص:158.

<sup>2</sup> كوثر سعيد عدنان خالد وسميحة مصطفى القليوبي، مرجع سابق، ص : 408.

<sup>3</sup> محمد صبري السعدي، الواضح في الشرح القانوني المدني، منشورات دار الهدى، الجزائر، 2019، ص: 103.

<sup>4</sup> أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص: 179.

<sup>5</sup> بخاري سمرة، المرجع السابق، ص ص: 16، 17.

وقد تضمنت الفقرة 03 من البند 02 من مشروع العقد النموذجي، المتعلق بالمعاملات الإلكترونية الملحق بقانون النموذجي للأمم المتحدة وصفا أدق للإيجاب، حيث جاء في هذه الفقرة: " تمثل الرسالة إيجابا إذا تضمنت إيجابا لإبرام عقد مرسل إلى شخص واحد أو أشخاص محددين ما داموا معروفين على نحو كافٍ، وكانت تشير إلى نية مرسل الإيجاب أن يلتزم في حالة القبول، ولا يعتبر إيجابا تلك الرسالة المتاحة إلكترونيا بوجه عام ما لم يشير إلى غير ذلك " .

نجد أن هذا التعريف استثنى تلك الرسائل الإلكترونية الموجهة إلى عموم الجمهور وأكد على ضرورة توجيه الرسالة إلى شخص بذاته أو جملة من الأشخاص.

لم يتأخر التوجيه الأوروبي عن ضبط المفهوم التشريعي لإيجاب فمذ 20 ماي 1997 حيث جاء في التوجيه الأوروبي رقم: 97-07 المتعلق بحماية المستهلكين في مجال العقود المبرمة عن بعد وعرفه على أنه: " كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه الإيجاب من أن يقبل التعاقد مباشرة، وأن يستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان " .

من هذا التعريف نجد أن التوجيه الأوروبي أكد على ضرورة التفريق بين الإعلان والإيجاب فهذا الأخير يحتوي على عناصر محددة يجب أن تتوفر عليها، وعلى خطى التوجيه الأوروبي جاء تعريف غرفة التجارة والصناعة بباريس حيث عرفته على أنه: " كل اتصال عن بعد يحتوي على كل العناصر اللازمة التي تمكن المرسل إليه من الموافقة المباشرة على الدخول في العقد " <sup>1</sup>.

تصب التعريفات السابقة في معنى واحد وهو أن الإيجاب في التعاقد الإلكتروني هو تعبير عن بعد بوسيلة مسموعة أو مرئية أو كلاهما، ويجب أن تتوفر على كل العناصر الضرورية التي تتيح للمرسل إليه أن يقبل التعاقد.

بعد الوقوف على التعاريف المقارنة نعود إلى المشرع الجزائري لنجد المادة 64 من القانون المدني الجزائري " إذا صدر الإيجاب في مجلس العقد لشخص حاضر دون تحديد أجل القبول فإن

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص: 17.

الموجب يتحلل من إيجابه إذا لم يصدر القبول فوراً، وكذلك إذا صدر الإيجاب من شخص إلى آخر بطريق الهاتف أو بأي طريق مماثل<sup>1</sup>.

في هذه المادة إشارة ضمنية للإيجاب الإلكتروني وإن لم تكن مباشرة فإن الهاتف يعد وسيلة مسموعة، كما أن المشرع ترك المجال مفتوحاً أمام الوسيلة المستخدمة حين قال: " بطريق مماثل". وتعد تونس من بين الدول السبّاقة لسن التشريعات تنظم العقد الإلكتروني ولقد نص قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية على أن العقود الإلكترونية مثلها مثل العقود الكتابية في التعبير عن الإرادة وإبرائها القانوني وصحتها وقابليتها للتطبيق ما لم تتعارض مع أحكام هذا القانون.<sup>2</sup>

### ب - خصائص الإيجاب الإلكتروني:

لا فرق بين الإيجاب الإلكتروني والإيجاب العادي غير تلك الوسيلة المستخدمة، غير أن هذا لا ينفي أن الإيجاب الإلكتروني له مجموعة من الخصائص نذكر منها:

#### - الإيجاب الإلكتروني يتم عبر وسيط إلكتروني :

تعد هذه الخصوصية من أهم خصائص التي تميزه عن رديفه الإيجاب العادي، فمن الضروري وجود وسيط إلكتروني يتيح للمحترف عرض إيجابه ليتلقاه المستهلك.

#### - الإيجاب الإلكتروني في الغالب إيجاباً دولياً:

ما دام العقد الإلكتروني يتم عبر شبكة الأنترنت فإن دائرة متلقي العرض تتسع لتشمل مختلف الدول وكذا دائرة العارضين، ونظراً للميزة النسبية للدول فإن الإيجاب يكون موجهاً لشريحة أوسع، كما يمكن للمحترف أن يستهدف مستهلكين في نطاق جغرافي معين يمكنه تغطيته من حيث كمية المنتجات وإمكانية النقل.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المادة 64 ، من الأمر رقم 75 - 58 ، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 78، الصادرة في: 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم: 05-10 المؤرخ في: 20 جوان 2005، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 44، الصادرة في: ص: 18.

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2003، ص: 189.

<sup>3</sup> برادي أحمد وبن عمر توهامي، التراضي الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 10، العدد: 03، جامعة تامنغست، الجزائر، 2021، ص ص: 162، 163.

- الإيجاب الإلكتروني يتم عن بعد:

تتيح شبكة الأنترنت تواصل الأفراد عن بعد وهي بذلك تفتح الفرص أمام الموجب من عرض إيجابه في مناطق أوسع من تلك التي يدركها الموجب العادي، ومن جهة أخرى فإن الغياب المادي للمحترف والمستهلك الإلكتروني يجعل العقد الإلكتروني عقدا مبرما عن بعد وهو الأمر الذي يستدعي حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني.<sup>1</sup>

ج- صور الايجاب الإلكتروني:

يتجسد الإيجاب الإلكتروني في ثلاث صور بحسب طبيعة الوسيلة المستخدمة فيه فقد يتم عن طريق البريد الإلكتروني أو المحادثة أو عن طريق مواقع متخصصة، ومن أهم صورته نذكر:

1- الإيجاب من خلال البريد الإلكتروني **Email**:

من أكثر خدمات الأنترنت انتشارا هي خدمة البريد الإلكتروني، والتي تتيح تبادل الرسائل مع مختلف الوسائط من صور وفيديوهات ووثائق<sup>2</sup> عبر بروتوكول SMTP على المنفذ العادي 25 أو على المنفذ الآمن 443.

2- الإيجاب عبر شبكة المواقع **Web**:

تعد المواقع الإلكترونية بيئة خصبة للإيجاب كما هو الحال بالنسبة للصحف والقنوات التلفزيونية سابقا، وما يميزها هو استمرارية الإيجاب على مدار الساعة، كما أنه في هذه الحالة يكون موجه لجمهور عريض من المستخدمين عبر العالم<sup>3</sup>، ولا يكون مقتصر على أشخاص محددين إذ أنه إيجاب مفتوح دون قيد أو شرط من حيث الزمان والمكان لكن يستطيع الموجب أن يحدده من حيث الزمان فيقوم بتحديد مدة صلاحية إيجابه.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي المرجع السابق، ص:69.

<sup>2</sup> العربي شحط أمينة، المرجع السابق، ص:161.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص:161.

<sup>4</sup> ليندة بومحراث ومهناوي سارة، خصوصية التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني، مجلة أفاق علمية، المجلد:14، العدد:03، 2022 ص:623.

### 3- الإيجاب بواسطة الأنترنت عبر المحادثة والمشاهدة Chatting :

في هذه الحالة يدخل عامل مهم وهو الفيديو صوت وصورة، حيث يتم التفاوض بين طرفي العقد كما لو أنهما غير بعيدين، وهما تتيحة كاميرا الكمبيوتر Webcam أو كاميرا الهاتف المحمول<sup>1</sup>، ويتحقق هذا التواصل باستخدام برامج معينة معدة لهذا الغرض مثل Skype أو منصات التواصل الاجتماعي Facebook، كما يمكن تبادل الرسائل الفورية كتابيا فبمجرد الضغط على مفتاح الإرسال تظهر الرسالة التي حررها طرف لدى الطرف الثاني.<sup>2</sup>

### 2- القبول الإلكتروني:

لا عقد بلا قبول، لا يكفي الإيجاب الإلكتروني لإتمام العقد وإنما يستلزم الأمر قبولا ومن هنا جاءت أهميته الكبيرة في عقود الإستهلاك الإلكتروني.

### أ- تعريف القبول الإلكتروني:

نظرا لأهميته فإننا نجد له عدة تعاريف نذكر منها:

يعرف القبول بأنه: " موافقة الموجب له على الإيجاب الموجه إليه بالشروط التي تضمنها ودون تعديل، بحيث يترتب عليه إنعقاد العقد إذا ما اتصل بعلم الموجب والإيجاب مازال قائما ".<sup>3</sup>  
 ويعرف كذلك: " التعبير عن رضا الموجب له بإبرام العقد بالشروط التي عينها الموجب ".  
 ويعرف بأنه: " تعبير عن إرادة من وجه إليه الإيجاب يقيد موافقته على الإيجاب، وهذا القبول ".  
 يؤدي إلى إنعقاد العقد متى وصل إلى علم الموجب وكان الإيجاب لا يزال قائما ".

وقبل عصر الأنترنت تم تعريفه في اتفاقية فيينا لسنة 1980 بشأن البيع الدولي للبضائع في الفقرة 01 من المادة 18 على أنه: " يعتبر قبولا أي تصرف آخر صادر من المخاطب يفيد الموافقة على الإيجاب ".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> العربي شحط أمينة، المرجع السابق، ص: 161، 162.

<sup>2</sup> ليندة بومحراث ومهنوي سارة، المرجع السابق، ص: 624.

<sup>3</sup> عبد الوجود يحيى الودود، الموجز في النظرية العامة للالتزامات- القسم الأول مصادر الإلتزام-، دار النهضة العربية، مصر، 1985 ص: 37.

أما القانون المدني الأردني فجاءت المادة 91 منه في فقرتها 01 لتربط مفهوم الإيجاب والقبول في نصها: " الإيجاب والقبول كل لفظين مستعملين عرفا لإنشاء العقد وأي لفظ صدر أولا فهو الإيجاب والثاني قبول ".<sup>2</sup>

كما جاء في العقد النموذجي للمعاملات الإلكترونية الصادرة عن اليونسسترال " يعتبر القبول مقبولا إذا تسلم مرسل هذا الإيجاب قبولا غير مشروط للإيجاب خلال التوقيت المحدد".<sup>3</sup> بالنسبة للمشرع الأردني فإن المادة 13 من قانون المعاملات الإلكترونية، قد اعتبر رسالة المعلومات أداة من أدوات التعبير عن الإرادة المقبولة قانونا لبدء الإيجاب أو القبول بغرض إبرام العقد، وعليه فإن المشرع الأردني يتيح أن يتم القبول عبر شبكة الانترنت باستخدام رسالة المعلومات، والتي يتم إنشاؤها، إرسالها، تسليمها وحفظها باستخدام وسيلة إلكترونية بإختلاف أنواعها من مواقع إلكترونية ورسائل البريد الإلكتروني، وكل أداة من شأنها تبادل البيانات الإلكترونية.<sup>4</sup>

كما ذكرنا سابقا فإن تونس كانت في طليعة الدول العربية التي تطرقت تشريعاتها للمعاملات التجارية الإلكترونية، والجدير بالذكر أن المشرع التونسي خصص بابا كاملا للوثيقة والإمضاء الإلكتروني، كما خول لجهات معينة عملية التحقق والتأكد من صحة القبول والأشخاص القابلين لتأكيد فعاليته، وبالعودة إلى لجنة الأمم المتحدة للتجارة الإلكترونية (اليونسسترال)، نجد أنه لم يرد فيه أي تعريف للقبول في المعاملات الإلكترونية، وهو بذلك سكت عن هذه المسألة وتركها للقوانين الوطنية مع ضرورة الإشارة إلى أنه نص على جواز استخدام رسائل المعلومات للتعبير عن الإيجاب والقبول.

<sup>1</sup> بوخاري سمرة، المرجع السابق، ص: 21.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 91 الفقرة 01 من القانون المدني الأردني.

<sup>3</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، ص: 431.

<sup>4</sup> بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص: 79.

فالقبول إذا هو: " التعبير باستخدام الوسائط الإلكترونية عن الإرادة إزاء الموجب الذي وجه للقابل تعبيراً معيناً عن إرادته في إحداث أثر قانوني معين، فإذا قبل من وجه إليه هذا التعبير توافر القبول"<sup>1</sup>، وهو إذا تعبير من وجه إليه الإيجاب عن رضاه بالشروط الواردة في العقد الإلكتروني وموافقته بكل الصيغ والأدوات الممكنة على إبرام العقد وفق هذه الشروط"<sup>2</sup>.

بمراجعة التعاريف السابقة نلاحظ ما يلي:

- لا يختلف القبول الإلكتروني عن القبول التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة، والتي تكون في هذه الحالة وسيلة إلكترونية
- أغلب التشريعات لم تعرف القبول تعريفاً جامعاً مانعاً واكتفت بإجازته
- لا يوجد شكل محدد للقبول ولا وسيلة محددة
- القبول يكون من جنس الإيجاب لأنه إن اختلف فلا يتم تحقيق الغرض منه ولا ينعقد العقد
- قوانين المعاملات الإلكترونية العربية قد تعرضت للقبول بنسب متفاوتة، وهي الأخرى لم تجعل له شكلاً معيناً.

### ب- خصائص القبول الإلكتروني:

إن اشتراك القبول الإلكتروني مع القبول العادي في كثير من الأمور لا يمنع أن تكون له خصائص تميزه وهي تتقاطع مع خصائص الإيجاب في كثير من الأحيان، فطريقة التعبير مشتركة وتتم بوسيلة إلكترونية، كما أن كلاهما عادة ما يتم عن بعد دون إهمال الصفة الدولية.

### - التعبير عن القبول يتم من خلال الوسائط الإلكترونية:

هذه هي الميزة الأساسية التي تكسبه صبغة إلكترونية، والتي تمنحه خصوصية بحكم أن العقد الإلكتروني يتم عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية ويتم التعبير من كل طرف على شبكة الأنترنت سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو الدردشة أو المواقع المتخصصة، فالمحترف يعرض إيجاباً

<sup>1</sup> رامي علوان، التعبير عن طريق الأنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد: 04، 2002، ص: 250.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 250.

عن طريق الوسائط المتعددة، والمستهلك يتحقق قبوله عن طريق ذات الوسيلة أو وسيلة تشبهها بشرط أن تتيح له تحقيق الغرض، وبالتالي يتم التعاقد الإلكتروني.<sup>1</sup>

### - القبول الإلكتروني في عقد الإستهلاك الإلكتروني يتم عن بعد:

مع أنه يمكن للمتعاقدين أن يكونا قريبين من بعضهما لكن الغالب أن يكون أطراف العقد متباعدين، لأنه ليس من المنطقي أن يبحث المستهلك في الأنترنت عن شيء موجود في محيطه لأنه لو كان كذلك لتعاقد بصفة تقليدية، هذه الخاصة تجعل القبول الإلكتروني محاط بالمخاطر وهو ما دعى أغلب التشريعات للبحث عن إيجاد ضمانات حقيقية لحماية المستهلك الإلكتروني.

### - القبول الإلكتروني يقترب من عقود الإذعان:

عادة ما تكون العقود الإلكترونية نمطية (نموذجية) على شكل نماذج ويب (Forms) بما لا يدع مجالاً للمستهلك للنقاش والتفاوض فيما أن يقبل الشروط كما هي أو يرفضها، وبما أن هذه الشروط أعدها الموجب فإنه يضيف صيغة الإذعان، غير أن ذلك الإيجاب الذي يتم عبر غرف الدردشة يسمح للمستهلك بمناقشة الشروط مع المورد والتفاوض معه عليها وانقاص أو زيادة بنود فيها مما يخرجها من دائرة الإذعان.<sup>2</sup>

### القبول الإلكتروني ذو صفة دولية :

يكتسي القبول الصفة الدولية وهذا راجع للطبيعة العالمية للوسيلة المستخدمة، ألا وهي شبكة الأنترنت التي لا ترتبط بالحدود بين الدول وترتبط بين المتعاقدين من شتى الأقطار فالمنتجات ذات السعر المنخفض في دولة ما قد يكون عليها الطلب كبيرا في دولة أخرى، مما يجعل المورد الإلكتروني يستهدف المستهلكين من جنسيات أخرى فتتوسع العلاقة التعاقدية من أشخاص ينتمون إلى جنسية واحدة إلى أشخاص من جنسيات مختلفة، هذا الأمر يضيف صفة الدولية على التصرفات القانونية التي تبرم من خلالها.

<sup>1</sup> لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص: 373.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 373.

ج- صور القبول الإلكتروني:

- القبول من خلال غرفة المحادثة:

تسمح غرفة المحادثة بإلتقاء المستهلك مع التاجر أو ممثله ويتبادلون المفاوضات حول التعاقد إلى أن يتم تقديم عرض يكون هو الإيجاب، ويلقى قبولا من الطرف الآخر فهنا يصدر القبول موافقا للإيجاب في كل ما جاء به من شروط وهذا النوع من التعاقد عبر المحادثة والمشاهدة يعطي الطرفين فرصة رؤية كل منهما للآخر على الشبكة والتحدث عن طريق نوع معين من الكاميرات المتصلة بجهاز الكمبيوتر.<sup>1</sup>

- القبول من خلال البريد الإلكتروني:

إن التعبير عن إرادة القبول قد يكون كتابة بإستخدام البريد الإلكتروني وقت أن يعد المستهلك قبوله في شكل رسالة بريدية من خلال أحد برامج البريد الإلكتروني، ثم كتابة مضمون القبول في سطر الموضوع، وبمجرد الضغط على زر الإرسال لتوجيه الرسالة إلى القائمة البريدية الإلكترونية الخاصة بالمحترف المهني هذا من جانب، ومن جانب آخر قد تكون وسيلة إرسال القبول مباشرة بمجرد النقر عبر الايقونة الخاصة بذلك، ويكون التعبير عن القبول في هذا الصدد عن طريق الإظهار الإلكتروني الذي يظهر بوضوح شكل التعبير عن إرادة المستهلك.<sup>2</sup>

- القبول من خلال الويب:

يتجسد القبول هنا في طرق مختلفة، كأن يأخذ شكل رسالة الكترونية، أو بمجرد الضغط على زر الموافقة، أو بتأشير خيار الموافقة والضغط على زر التأكيد، لينتقل الى صفحة ادخال البيانات على الشاشة، وتختلف البيانات المطلوبة حسب طبيعة العقد، فمن العقود ما يتطلب بيانات قليلة، ومنها ما يتطلب بيانات كثيرة، كرقم ونوع البطاقة الائتمانية وعنوان التوصيل

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص:375.

<sup>2</sup> بادي عبد الحميد، الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2011/2012، ص:37.

وبعدها يأتي تأكيد القبول فاذا ما تمت الإجراءات بالشكل الصحيح كان ذلك تعبيرا من المستهلك عن ارادته الجازمة والباتة في القبول.<sup>1</sup>

### ثانيا- المحل والسبب في عقد الإستهلاك الإلكتروني:

تغير مفهوم التسوق كليا نظرا للتطور الحاصل في مجال الرقمي، فبعد أن كان على المستهلك التنقل على محل المورد من أجل إقتناء منتج أصبحت المنتجات والخدمات مصنفة ومرتبة أمام المستهلك على شاشة واحدة، حيث يمكن لموقع واحد متخصص أن يضم أكثر من محل (منتج) لأكثر من عارض، وهو ما دعانا للتحدث عن المحل في عقد الإستهلاك الإلكتروني، ثم التطرق إلى السبب في هذا العقد.

### 1- محل عقد الإستهلاك الإلكتروني:

يطرح مشكل المحل نفسه بقوة عندما يتعلق الأمر بعقد الإستهلاك الإلكتروني، ما جعل المشرع الجزائري يتطرق إليه على مستوى القانون المدني، وكذلك من خلال قانون حماية المستهلك.

أ- محل عقد الإستهلاك الإلكتروني وفقا للقواعد العامة:

في نظر القانون المدني فإن المحل هو العنصر الذي ترد عليه الحقوق، ويمكن تقسيمه على هذا الأساس إلى قسمين حقوق عينية وحقوق شخصية، ويمكن القول أن الحقوق العينية هي: " قدرات أو إمكانيات أو مزايا أو سلطات مباشرة يقرها القانون لشخص معين على شيء محدد بذاته أو أشياء محددة بذواتها، فيستطيع صاحب الحق بما له من قدره مباشرة على الشيء أن يستعمل حقه القانوني على ذلك الشيء دون وساطة شخص آخر لأن سلطته مباشرة".<sup>2</sup>

وتنقسم الحقوق العينية بدورها إلى قسمين أصلية وتبعية، فأما الأصلية فتتجسد في حق الملكية، وهو الذي يشكل أهم الحقوق العينية الأصلية، ففي المادة 674 من القانون المدني الجزائري نجد أن: " الملكية هي حق التمتع والتصرف في الأشياء بشرط أن لا يستعمل استعمالا

<sup>1</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص: 443.

<sup>2</sup> لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص: 375.

تحرمه القوانين والأنظمة "1، وأما الحقوق العينية التبعية فتتمثل في الاستعمال والإستغلال والتصرف.

من جهة أخرى هناك الحق الشخصي فيظهر في علاقة المديونية يجد محله في عمل معين أو الإمتناع عن عمل، فلا يقتصر الحق على الأشياء المادية، بل يتعداه إلى الحقوق المعنوية وكمثال على ذلك نجد حقوق المؤلف من الحقوق المعنوية، ولقد عرفه الدكتور محمد صبر السعدي " رابطة قانونية بين شخصين يلتزم بمقتضاها أحدهما وهو المدين في مواجهة الآخر وهو الدائن بأن يقوم بعمل أو بان يمتنع عن عمل معين "2.

### ب- المحل وفقا لقانون حماية المستهلك:

بالنسبة لقانون حماية المستهلك فإن المعايير تختلف في تقسيم المحل، لذلك نجده مقسما إلى قسمين خدمة وسلعة.

#### - الخدمة:

في نظر المادة 03 الفقرة 16 من القانون رقم:09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فإن الخدمة هي: " كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة "3، وهو ما يدعم ما جاء في الفقرة 04 من المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم:90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش والتي نصت: " كل مجهود يقدم ماعدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم بالمجهود المقدم دعما له "4.

<sup>1</sup> أنظر: المادة 674 من الأمر:75-58، المرجع السابق.

<sup>2</sup> أحمد عبد لرزاك السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، حق الملكية مع شرح مفصل للأشياء والأموال، الطبعة 03، الجزء:08 منشورات الحلبي، لبنان، 2009، ص:277.

<sup>3</sup> أنظر المادة 03 من القانون 09-03، المرجع السابق، ص:14.

<sup>4</sup> انظر المادة 02 الفقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في:30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ:30 جانفي 1990، العدد:05، ص:203.

لاغموض في المواد سالفة الذكر فهي تنص صراحة على أن الخدمة ليست شيء عيني ملموس وتفصلها عن السلعة فمرة تم استخدام لفظ " عمل " ومرة لفظ " مجهود " ، وكلاهما يعبر عن بذل جهد فكري أو عضلي أو غير ذلك من أجل توفير خدمة من المورد الإلكتروني للمستهلك الإلكتروني، وهي بذلك تعتبر من قبيل المحل الذي يرد عليه الحق الشخصي، ولقد تفتن المشرع الجزائري إلى أن المحل موضوعه متشعب ومتعدد، لذلك أضاف إلى القانون العام الذي يحكمه قانون خاص ينظمه ويشرح المفاهيم المرتبطة به.

### - السلعة:

هي كل شيء عيني ملموس يمكن شراؤه أو بيعه وفي القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جاء تعريفها بنص المادة 03 الفقرة 17 كما يلي: " السلعة كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاني " <sup>1</sup>.

وهناك تعريف آخر ورد في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، من خلال الفقرة 02 من المادة 02 مفاده أن: " البضاعة كل منقول يمكن وزنه أو كياله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية " <sup>2</sup>.

من خلال التعريفين السابقين نجد أن المشرع الجزائري أهمل العقارات والحقوق المعنوية وركز على المفهوم الضيق للسلعة عندما حصرها في المنقولات.

### ج- الشروط الواجب توفرها في محل عقد الإستهلاك الإلكتروني:

يخضع العقد الإلكتروني لذات الشروط التي تخضع لها العقود الأخرى ومحل لنفس الشروط العامة للمحل، على غرار الوجود أو قابلية الوجود والتعيين أو قابلية التعيين <sup>3</sup>، وطبعا لا بد أن

<sup>1</sup> انظر: المادة: 03 الفقرة: 17 من القانون 09-03، المرجع السابق.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 02 الفقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المرجع السابق، ص: 203.

<sup>3</sup> نصت المادة 93 من القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم على أنه: " إذا كان محل الالتزام مستحيلا في ذاته أو مخالفا لنظام العام أو الآداب العامة كان باطلا بطلانا مطلقا ".

يكون مشروعاً بحسب التنظيم الساري العمل به، وإضافة لما سبق من شروط، لابد من توافر الشروط الواردة في قانون المستهلك والمتمثلة في :

### - مطابقة المنتج محل الإستهلاك :

"يجب أن يلبي كل منتج معروض للإستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته و صنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهوياته وكمياته وقابليته للإستعمال والأخطار الناجمة عن إستعماله كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لإستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه".<sup>1</sup>

كان هذا نص المادة 11 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي أكد المشرع الجزائري من خلالها على ضرورة مطابقة المنتج مع رغبات المستهلك المشروعة، أي تكون ضامنة لمصالح المستهلك متى استعملت للغرض الذي عرضت من أجله وألح على ضرورة تجنب الغش والخداع، كما دعم ذلك بالتأكيد على دور الرقابة لحماية المستهلك من الغش والخداع فيما يعرض من منتوجات، وقبل أي رقابة خارجية لابد للمورد أن يراقب منتجاته بأمر من المشرع في نص المادة 12 من القانون 03-09 التي نصها: "يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للإستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول، تتناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل حسب حجم وتنوع المنتوجات التي يضعها للإستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لإختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أنظر المادة 11 من القانون رقم: 03-09، المرجع السابق، ص: 15.

<sup>2</sup> أنظر المادة 12 من القانون 03-09، المرجع نفسه، ص: 15.

وإضافة للرقابة الذاتية هناك ما يعرف بالرقابة الإدارية والتي تجرئها المصالح المتخصصة، كما نصت عليها المادة 12 فقرة 03 من القانون سالف الذكر: "لا تعفي الرقابة التي يجريها الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون المتدخل من إلزامية التحري حول مطابقة المنتج قبل عرضه للإستهلاك طبقاً للأحكام التنظيمية السارية المفعول".<sup>1</sup>

كما جاء تفصيل إجراءات الرقابة في المواد من 29 إلى 34 من ذات القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### - سلامة وأمن المنتج للإستهلاك:

من خلال المواد من 04 إلى 10 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حدد المشرع الجزائري القواعد التي من شأنها الحفاظ على المنتج، فنجد المادة 04 منه تنص على أنه: "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للإستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على أمن لا تضر صحة المستهلك".<sup>2</sup>

أما المادة 05 فجاء فيها: "يمنع وضع مواد غذائية للإستهلاك تحتوي على ملوث بكمية غير مقبولة، بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية وخاصة فيما يتعلق بالجانب السام له.

تحدد الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية عن طريق التنظيم"<sup>3</sup>.

كما نصت المادة 06 "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للإستهلاك أن يسهر على احترام شروط النظافة والنظافة للصحة للمستخدمين ولأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وكذا وسائل نقل هذه المواد وضمان عدم تعرضها للاتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> أنظر المادة 12 الفقرة 03 من القانون 09-03، المرجع نفسه، ص:15.

<sup>2</sup> أنظر المادة 04 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص:14.

<sup>3</sup> أنظر المادة 05 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص:14.

<sup>4</sup> أنظر المادة 06 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص:14.

في حين أن المادة 07 جاءت فيما يلي: " يجب أن لا تحتوي التجهيزات واللوازم والعتاد والتغليف وغيرها من الآلات المخصصة لملامسة المواد الغذائية وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوam عن طريق التنظيم".<sup>1</sup>

وفي المادة 08 نجد: " يمكن إدماج المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للإستهلاك البشري أو الحيواني تحدد شروط وكيفيات إستعمالها وكذا الحدود القصوى المرخص بها عن طريق التنظيم".<sup>2</sup> كما تنص المادة 09 منه على مايلي: " يجب أن تكون المنتوجات الموضوعه للإستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الإستعمال المشروع المنتظر منها وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".<sup>3</sup>

إضافة إلى نص المادة 10 التي جاء فيها: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية امن المنتج الذي يضعه للإستهلاك فيما يخص:

- مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانه
  - تأثير المنتج على المنتوجات الأخرى عند توقع إستعماله مع هذه المنتوجات
  - عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله واتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج
  - فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة إستعمال المنتج خاصة الأطفال
- تحدد القواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات عن طريق التنظيم".<sup>4</sup>

ما يمكن قوله عن مجموعة هذه النصوص أن تطبيق شرط سلامة وأمن المنتج تتم وفقا لمراقبة مدى مطابقة المنتج للمعايير والمقاييس المحددة للتنظيمات القائمة بشأنه، بالإضافة إلى قدرة

<sup>1</sup> أنظر المادة 07 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص:14.

<sup>2</sup> أنظر المادة 08 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص:14.

<sup>3</sup> أنظر المادة:09 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص ص: 14، 15.

<sup>4</sup> أنظر المادة 10 من قانون 09-03، المرجع نفسه، ص:15.

الأعوان المؤهلين على مراقبة الجودة وقمع الغش، إتخاذ جملة من التدابير الخاصة بالمنتج الذي يتنافى مع قواعد أمن وسلامة المستهلك، وذلك من خلال منعها في السوق أو طلب الأسعار إذا تعلقت بسلع وخدمات ذات طابع استراتيجي أو إذا حدث خلل في ارتفاع الأسعار.

### - المنتجات الرقمية كمحل لتعاقد المستهلك الإلكتروني:

تختلف المنتجات الرقمية بطبيعتها عن المنتجات الأخرى، وعرفت على أنها: " كل منتج يتم إستهلاك محتواه عبر الوسيط الرقمي"، بما معناه أنه عند إقتناء منتج رقمي لا يتم استلام شيء مادي، ولكن يتم إرسال البيانات أو البرنامج إلى البريد الإلكتروني أو حرقها على قرص مضغوط أو إرسالها في مفتاح USB تختلف المنتجات الرقمية من منتج إلى آخر، فمنها ما يكون رقميا في أصله ومنها ما يكون مرتبطا بشيء مادي كبرنامج تشغيل آلة في مصنع مثلا، وتتميز بسهولة نقلها عبر الأنترنت<sup>1</sup>.

### - تحديد أسعار المنتج محل الإستهلاك:

هذا الشرط من إختصاص الدول إذا رأت انه من الضروري تسقيف بعض المنتجات لحماية المستهلك من المضاربة بالسلع والتلاعب بالاسعار لاسيما إذا تعلق الامر بالسلع الضرورية او تلك التي تدخل في تركيب سلع ضرورية، وهنا جاء دور المشرع ليفصل في الامر من خلال المواد 04 و 05 من الأمر رقم: 03-03 المتعلق بالمنافسة، حيث نصت المادة 04 على أنه: " تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات إعتمادا على قواعد المنافسة، غير أنه يمكن أن تقيد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 05 أدناه"<sup>2</sup>.

أما المادة 05 فجاء فيها " يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، كما يمكن أخذ تدابير إستثنائية للحد من

<sup>1</sup> أكسوم رشيدة علام، المرجع السابق، ص: 185.

<sup>2</sup> أنظر المادة 04 من الأمر: 03-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، العدد: 43، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادر في: 20 جويلية 2003، ص: 26.

إرتفاع الأسعار بسبب إضطراب خطير للسوق او كارثة او صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة او في حالات الإحتكارات الطبيعية<sup>1</sup>.

كان المشرع الجزائري متسلسلا فبدأ بحرية الأسعار في المادة 04، غير انه ترك الباب مفتوحا لتقنين الأسعار في المادة 05 إذا تبين ان مصلحة المستهلك في خطر فإن الدولة تلجأ إلى ضبط السوق خلال فترات معينة من اجل إعادة التوازن ومنع الإحتكار أو خلال الظروف الصعبة كتلك المتعلقة بالوضع الصحي العام مثلا او في حال السلع الضرورية كالخبز والحليب.

### 1- السبب في عقد الإستهلاك الإلكتروني:

إن وجود السبب وصحته ومشروعيته أمور ثلاثة لا بد منها، ورغم الإرتباط الوثيق بين السبب والإرادة، إلا أنه يختلف عنها في كونه يبين الغرض المقصود من العقد، وهو أمر مشترك بين العقود الإلكترونية والعقود التقليدية، وتجدر الإشارة إلى أن المشروعية تختلف من مجتمع إلى آخر وتتحدد بعوامل أخرى كالعرف، الدين والأخلاق العامة، الأمر الذي يستلزم التنسيق بين الدول على مختلف الأصعدة لتفادي الخلافات وتفعيل دور العقد الإلكتروني.<sup>2</sup>

ويقصد بالسبب الغرض المباشر الذي يقصد الملتزم الوصول إليه من وراء إلتزامه، والفرق بينه وبين المحل هو أن هذا الأخير يعد جواب لمن يسأل عن: لماذا التزم المدين؟ أما السبب فجواب لمن يسأل عن: بماذا إلتزم المدين؟

والسبب في العقد الإلكتروني يخضع لنفس الأحكام الخاصة للسبب في العقد التقليدي، إذ يفترض في كل عقد وجود السبب، فعدم وجوده يترتب عنه بطلان العقد، كما يجب ان يكون مشروعاً، وذلك بأن لا يكون مخالفا للنظام العام والآداب العامة، غير أن الإشكال الذي يعيق مشروعية السبب هو إذا كان هذا الأخير مشروعاً لدى طرف وغير مشروع لدى الطرف الآخر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أنظر المادة 05 من الأمر 03-03، المرجع نفسه، ص:26.

<sup>2</sup> ابتيوان ولد طالب مليكة، المرجع السابق، ص:604.

<sup>3</sup> أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني " دراسة مقارنة"، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018/2017، ص:103.

- الشروط الواجب توفرها في السبب:

يعد السبب محمدا أساسيا من محددات العقد، ولا بد من توفر مجموعة من الشروط فيه كما أقرها فقهاء القانون وسنوجزها فيما يلي:

\* أن يكون السبب موجودا:

إن عدم ذكر السبب لا يلغي وجوده ولكنه شرط لا بد منه وإن احتفظ به المتعاقد في نفسه ومادام السبب موجودا فإن العقد صحيح فإن بني التعاقد على سبب غير موجود فإن ذلك يتسبب في بطلان العقد بطلانا مطلقا ويبقى تحديد وجود السبب من عدم مادام لم يتم التصريح به من صلاحيات القاضي وله السلطة التقديرية في اثبات وجوده من عدمه.<sup>1</sup>

\* أن يكون السبب صحيحا:

يكون السبب صحيحا عندما لا يكونه مغلوطا او صوريا وعند القول بأن السبب صوريا او مغلوط يتبادر إلى الذهن مباشرة ان السبب في هذه الحالة قد تم التصريح به فإن صرح أحد المتعاقدين بسبب للتعاقد وتبين فيما بعد أن هذا السبب غير صحيح لكونه مغلوط فإن المتعاقد يمكنه التمسك بالغلط كعيب من عيوب الإرادة وبالتالي البطلان النسبي للعقد اما إن كان السبب صوريا أي لا وجود له حقيقة فإن هذا يؤدي إلى بطلان العقد لإنعدام السبب فيه لا محالة أي البطلان المطلق.

\* أن يكون السبب مشروعا:

أي ألا يكون السبب الحقيقي وراء التعاقد مخالفا للنظام العام والآداب العامة، فإن كان ذلك فإنه سيؤدي إلى البطلان المطلق للعقد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نورة جحايشية، العقد الإستهلاكي في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2021/2020، ص:80.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص:80.

واستنادا لما سبق فان مفهوم السبب في العقد الالكتروني هو نفسه في العقد التقليدي وبالتالي يترتب عنه بطلان العقد الالكتروني مع الاشارة الى أن مفهوم الاداب العامة يتطور باستمرار ويختلف بين زمن واخر ومن دولة الى اخرى وذلك بتطور المجتمع وتحرره.

### المبحث الثاني

#### مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

أدى اتساع استخدام الأنترنت للأغراض التجارية إلى زيادة كبيرة في عدد العقود الإستهلاكية الإلكترونية، وأصبح الوسط الرقمي هو المفضل لدى كل من العارض والمستهلك لايرام العقود، وبما أن هذا الأخير هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية فقد وجب حمايته قانونيا بما يتماشى وطبيعة البيئة الرقمية التي ترم فيها هذه العقود، لذلك جاء هذا المبحث مقسما إلى مطلبين نتطرق في أولهما إلى المبررات التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني، أما الثاني فتطرقنا فيه إلى المبررات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني.

### المطلب الأول

#### المبررات التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني

يمكن حصر مقتضيات أو مبررات حماية المستهلك التقنية فيما يلي :

### الفرع الأول

#### حاجة المستهلك الإلكتروني إلى الخدمات الإلكترونية

إن حاجة المستهلك الإلكتروني إلى السلع ومختلف الخدمات الإلكترونية كالخدمات المصرفية والسياحية دفعت به إلى الإقبال عليها والسعي لإبرام العقود بأقل جهد ووقت، وهو ما توفره الشبكة العنكبوتية التي تعرض علينا كما كبيرا من السلع والخدمات حتى وإن لم نطلبها إذ أنه بمجرد فتح المتصفح أو أي تطبيق مرتبط بشبكة الويب، فإن أول ما ييدر إلينا هو اعلانات بشتى أشكالها من إعلانات شريطية وأخرى بكامل الشاشة تتضمن عديد السلع التي كنا قد أجرينا بحثا

على كلمات مفتاحية مرتبطة بها، وبمجرد الضغط على هذه الإعلانات تحيلنا إلى مواقع تجارية تعرض عليها الشركات العالمية وحتى الأفراد العاديون سلعهم وخدماتهم بأسعار تنافسية مع إمكانية توصيل المنتجات ذات الطابع المادي في فترات زمنية وجيزة.

### الفرع الثاني

#### النزعة الإستهلاكية و ضعف الخبرة المهنية لدى المستهلك الإلكتروني

بما أنه في عقود التجارة الإلكترونية لا تكون السلعة أو الخدمة محل التعاقد في متناول يد المستهلك، فإن ذلك يجعله عرضة لمخاطر الوقوع ضحية التأثير الإعلاني السلبي الصادر عن المورد كما أن المنافسة بين المواقع الإلكترونية على تقديم الأفضل للمستهلكين زادت من إقبالهم على هذه الخدمات، وهو الأمر الذي استوجب توفير أكبر قدر من الحماية بسبب غياب الخبرة المهنية ونقص التنوير للمستهلك الرقمي مقارنة مع المورد الإلكتروني.<sup>1</sup>

#### أولاً- النزعة الإستهلاكية:

في عقود التجارة الإلكترونية لا يكون محل التعاقد في متناول يد المستهلك، مما يعرضه لمخاطر الوقوع ضحية التأثير الإعلاني السلبي ، ضف الى ذلك أن زيادة المنافسة بين المواقع الإلكترونية التجارية على تقديم الأفضل للمستهلكين تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، ونجد أن الإعلان عن السلعة وترويجها وترغيب الجماهير فيها بغض النظر عن جودتها أو الحاجة إليها هو العامل الحاسم في الحث على التعاقد.<sup>2</sup>

إن النزعة الإستهلاكية هي نفسها التي يتحلى بها المستهلك في التجارة التقليدية والمبرر الوحيد لحماية المستهلك الإلكتروني في ذات النزعة الإستهلاكية التي تقوم على رضا المستهلك تكمن في تأطير جودة وثن الخدمات أو السلع المعروضة ولو بوفرة في السوق التجارية الإلكترونية

<sup>1</sup> عزوز سعدي ، المرجع السابق ، ص 262.

<sup>2</sup> خيمة شهرزاد ولوناسي ليدية، حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون رقم: 18- 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2018/2019، ص ص: 29، 30.

ولحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر ما يقتنيه من السلع والخدمات وكذا حمايته من الوقوع ضحية النزعة الإستهلاكية وجب على القانون أن يتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لاستخراج الآليات اللازمة لاعادة التوازن في العلاقات الإستهلاكية بما يرفع الضرر والخطر على المستهلك.

**ثانيا- ضعف الخبرة المهنية لدى المستهلك الإلكتروني:**

نظرا للخبرة التي يتمتع بها المورد الإلكتروني كطرف بالعقد قبل المستهلك الإلكتروني بوجه عام فإن أهمية حماية المستهلك الإلكتروني كطرف في التعاقد تصبح أكثر ضرورة في المعاملات الإلكترونية لخصوصية التعاقد فيها وافتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني يمثل معرفة كبيرة بشبكة الأنترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة هذا ما يؤدي إلى وقوعه بحيل وقراصنة الأنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الإلكتروني الوهمي، كما أن غياب الخبرة المهنية في مواجهة المورد الإلكتروني صاحب الخبرة في نشاط حافز ابتعاد المستهلكين من إبرام التعاقد الإلكتروني، هذا ما يدعو الى تسهيل وتمكين المستهلك الإلكتروني من معرفة المعلومات الكافية والضرورية حول السلعة المقدمة عبر شبكة الأنترنت ومنه كان لابد من تشعب القواعد القانونية التي تعمل على حماية مصالح المستهلك من كل خداع وغش أو ما يمكن أن يعيب رضاه.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني

#### المبررات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني

وجدت النصوص القانونية التقليدية نفسها عاجزة أمام التطور الحاصل في عالم التجارة الرقمية لأنها تمت صياغتها لما كان هناك توازن بين طرفي عقد الإستهلاك أما وقد أصبح طرف أكثر قوة من طرف فوجب تحديثها بما يتماشى والتكنولوجيات وحاجة الطرف الضعيف للحماية،

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص:30، 31.

وللوقوف على قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير حماية للمستهلك الإلكتروني تم تخصيص الفرع الأول لذلك، أما الفرع الثاني فقد جاء فيه ما يتعلق بعدم إلمام القاضي بالقوانين المنظمة لعلاقة المستهلك بالموارد الإلكتروني.

### الفرع الأول

#### قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير حماية للمستهلك الإلكتروني

حيث أن معظم التشريعات لم تخلق نصوصا جديدة وفعالة لحماية المستهلك الرقمي واقتصر دورها في حماية المستهلك التقليدي، كما أن ما أقره المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 03-09 والنصوص التنظيمية الصادرة بشأنه نجده لا يكفي لحماية المستهلك في البيئة الرقمية بالرغم من أنه بحاجة للحصول على ضمانات أكبر وتنوير أعمق بمحل التعاقد حتى يكون على دراية بما هو مقدم عليه.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني

#### عدم إلمام القاضي بالقوانين المنظمة لعلاقة المستهلك بالموارد الإلكتروني

مهما بلغت سرعة تحديث النصوص التشريعية فإن قطار التطور التكنولوجي أسرع، وذلك أنه كلما تدارك المشرع حالة ظهرت حالة جديدة وتقنية أحدث، وبما أن عمليات التعاقد الإلكتروني تتم عن بعد، فإن المستهلك لا تكون له فرصة معاينة المنتج محل العقد، إلا عند الإستلام أي بعد إبرام العقد، فإنه يقع ضحية بسبب قلة خبرته وضعفه وخبرة المهني الذي عادة ما يستغله.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 262.

أولاً - صعوبة تقدير القاضي للقضايا المتعلقة بالعقود الإلكترونية:

عندما يلجأ الضحية إلى القضاء لاستعادة حقه ورفع الغبن عنه، يجد القاضي صعوبة كبيرة في كيفية تقدير القضية كونها تمت عن بعد وبوسائل حديثة لا يمكن تتبع أثرها، ناهيك على عدم التطرق إليها في النصوص التشريعية، بحكم أن أداة الجريمة الإلكترونية أحدثت من النص القانوني. بالنسبة للجزائر فإن القاضي الجزائري شأنه شأن غيره من القضاة أدى به عدم الإلمام بالنصوص القانونية إلى عدم توجيه الاتهام إلى مورد إلكتروني بمجرد أن شخص ما ادعى أنه كان ضحية غش وخداع، كما أن الدولة تسعى إلى تطوير التجارة الإلكترونية من جهة، وحماية أطراف العقد لاسيما المستهلك الإلكتروني من جهة أخرى، وهو ما يوقع المشرع بين مطرقة تحرير التجارة الإلكترونية وسندان الخطر الإلكتروني.

ثانياً - الإحترافية لدى المورد الإلكتروني:

بنت جميع التشريعات العالمية نصوصها على أساس أن المستهلك الإلكتروني هو الضحية المحتملة في جرائم التجارة الإلكترونية بحكم جهله وقلة خبرته وانبهاره أمام الإعلانات والإشهارية المضللة، ما يجعله الطرف الأضعف في حلقة التعاقد الإلكتروني، بينما ظهر إتجاه آخر من الموردين الإلكترونيين ينادون بحمايتهم من المستهلكين بحكم أن المورد شخص معروف له اسم تجاري، أما المستهلك فعادة ما يكون شخص مجهول.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خيمة شهرزاد ولوناسي ليدية، المرجع السابق، ص ص: 31، 32

### خلاصة الفصل الأول :

تطور مفهوم عقد الإستهلاك بتطور البيئة التي يتم فيها، ومع ذلك فقد حافظ على إطاره العام، فلا تهم الوسيلة ما دام الغرض هو توفير خدمة أو سلعة بأقل تكلفة في المال والوقت والجهد، غير أن عقد الإستهلاك الإلكتروني له خصائص تميزه عن العقد العادي إذ يشترط فيه أن يتم إبرامه بواسطة وسيلة إلكترونية، إضافة إلى الطابع التجاري والدولي، كما أن إثباته والوفاء بالتزاماته هي الأخرى تتم بوسيلة إلكترونية.

ونظرا للتشعب والتطور السريع في العالم الرقمي فإن الفقهاء وشرح القانون لم يكتفوا بالإختلاف في تعريفاتهم له بل تعداه إلى الإختلاف في طبيعته القانونية، فمنهم من يرى بأنه عقد مساومة ومنهم من يذهب بكونه عقد إذعان، ولكل مبرراته التي يستند إليها وكغيره من العقود فإن عقد الإستهلاك الإلكتروني تحكمه جملة من الشروط منها ما يتعلق بالمورد الإلكتروني ومنها ما يتعلق بالمستهلك الإلكتروني أو ما يصطلح عليه بالشروط الشخصية.

هذا ناهيك عن الشروط الموضوعية التي لا بد أن تتجلى في كل شرط كالتراضي، المحل والسبب، ولأنه يتميز عن العقد العادي في كون المستهلك هو الطرف الضعيف، فقد وجد المشرع ذلك مبررا لحمايته من الضرر الذي قد يلحق به، فلا يقتصر الأمر على المبررات القانونية وإنما يتعداه إلى المبررات التقنية المرتبطة بالوسيلة أو الأداة التي يتم عن طريقها هذا العقد، غير أن هذه التشريعات تظل عاجزة نسبيا عن حماية المستهلك نظرا لأن سرعة تطور القوانين لا تظاهي سرعة تطور التكنولوجيات التي يعتمد عليها عقد الإستهلاك الإلكتروني.

## الفصل الثاني

### الآليات القانونية المقررة

### لحماية المستهلك الإلكتروني

### الفصل الثاني

#### الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

تزايد الاهتمام العالمي بالشبكة العنكبوتية في السنوات الأخيرة، وقد ساهمت التطورات التكنولوجية للهواتف المحمولة في ذلك بشكل ملحوظ، وبالرغم من التأثيرات السلبية الكبيرة لجائحة كوفيد 19 على الاقتصاد العالمي، إلا أن التجارة الإلكترونية عرفت رواجاً خلال فترة الحجر الصحي كونها تتم في بيئة افتراضية، فلم يعد الأمر مقتصرًا على رجال الأعمال وممتهني التجارة الإلكترونية، بل تعداه إلى إدارة الفرد لحياته اليومية بما في ذلك السلع والخدمات بمختلف أنواعها، غير أن هذه المعاملات الإلكترونية رافقتها خروقات واعتداءات على المستهلك في البيئة الرقمية، بالنظر لكونه الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية، وهذا راجع لعدم خبرته وقلة احترافه في الغالب.

إذ أن المسوقين والمروجين قد يلجئون إلى وسائل غير مشروعة لتضليل المستهلك وخداعه، فيتأثر المستهلك الإلكتروني بشدة بوسائل الإشهار والعروض المغرية التي تؤثر بشكل واسع على توجيهه وجلبه للتعاقد مع المهني صاحب القوة دون النظر في مخاطر هذه العملية الإستهلاكية لذلك وجب وجود تشريع وتنظيم قانوني للتعاقد الإلكتروني بغية ترسيخ الثقة به وتدعيمه.

وقد تجلّى ذلك في اهتمام العديد من الدول بسن تشريعات من شأنها توفير ضمانات قانونية للمستهلك، ولقد عمّد المشرع الجزائري إلى وضع مجموعة من النصوص القانونية والتنظيمية كضمانات للمستهلك الإلكتروني في تعامله مع الموردين عبر المنصات الإلكترونية المختلفة، بغرض خلق توازن بين المتعاقدين وحماية المستهلك بصفته الطرف الضعيف وتكريس مبدأ استقلال المعاملات التجارية، ومن هذا المنطلق تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، حيث تطرقنا في المبحث الأول للإجراءات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني، لنبين الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالضمانات في المبحث الثاني.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### المبحث الأول

#### الإجراءات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني:

طيلة مراحل عملية التسوق الإلكتروني فإن المشرع يرافق المستهلك بتوفير ضمانات قانونية من مرحلة تلقيه الإشهار إلى غاية إبرامه للعقد وإتمام الصفقة، وحتى بعد التنفيذ فإن للمستهلك الحق في إبطال العقد والمطالبة بتعويض إذا ثبت أنه تضرر جراء تضليله من قبل المورد الإلكتروني وعلى هذا الأساس تم التطرق في هذا المبحث إلى إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني قبل، أثناء وعند تنفيذ العقد الإلكتروني.

### المطلب الأول

#### إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني قبل وأثناء إبرام العقد الإلكتروني

تعد مرحلة الإشهار والتسويق أهم مرحلة تتحكم في سلوك المستهلك وتوجه رغباته، لذلك أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لهذه المرحلة باستحداثه إجراءات وقواعد وقائية متعلقة بالعقد الإلكتروني تهدف إلى حماية المستهلك من الممارسات غير المشروعة الصادرة من المورد الإلكتروني ولهذا جاء هذا المطلب مقسما إلى فرعين مرتبين حسب الإطار الزمني لكل مرحلة، فتضمن الفرع الأول حماية المستهلك في مواجهة الإشهار الإلكتروني، في حين تحدثنا عن الالتزام بالإعلام للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد في الفرع الثاني.

### الفرع الأول

#### إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد الإلكتروني

إن أول ما يشد انتباه مُستخدم الويب هي تلك الإشهارات التي تظهر من تلقاء نفسها والتي تكون بشكل مغري يدعو إلى إتباعها، وقد يتحول في لحظة إلى مستهلك دون أن يتلقى الإعلام الكافي من المورد، الأمر الذي دعا المشرع إلى الإحاطة بهذه المرحلة كونها اللبنة الأولى

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

للتعاقد الإلكتروني، وللتفصيل أكثر سنتطرق إلى حماية المستهلك في مواجهة الإشهار الإلكتروني (أولا) وبعدها إلى الإعلام الإلكتروني كإجراء وقائي لحماية المستهلك الإلكتروني (ثانيا).

### أولا: حماية المستهلك في مواجهة الإشهار الإلكتروني

تعتبر مرحلة الإشهار من أكثر المراحل إثارة لمشاكل الاستغلال وعدم التوازن بين طرفي العقد قبل الدخول فيه، وهذا ما حتم النظر إليها بشكل خاص وإفراد الأحكام والضوابط التي تضمن تلافي الآثار السلبية على الطرف الضعيف، والتي ترمي أساسا إلى التأكد من سلامة إرادة المستهلك<sup>1</sup>، لذلك فقبل أن نتطرق إلى القواعد القانونية لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني كان ولا بد من تحديد ماهية الإشهار التجاري الإلكتروني.

#### 1- ماهية الإشهار التجاري الإلكتروني:

إن الحديث عن ماهية الإشهار الإلكتروني وحده يحتاج إلى تفاصيل كثيرة، ومع ذلك سنتحدث بإيجاز عن مفهوم وأشكال الإشهار التجاري الإلكتروني كالآتي:

#### أ- مفهوم الإشهار التجاري الإلكتروني:

لا يختلف الإشهار الإلكتروني عن الإشهار العادي إلا من حيث الوسيلة المستخدمة والتي تعرف تطورا مطردا، مما يجعل مفهومه يتوسع مع التطور في الأجهزة الإلكترونية، وسنتطرق إلى تعريفه من الناحية القانونية.

#### - تعريف الإشهار التجاري الإلكتروني

من الناحية القانونية هناك عدة تعريفات منها ما هو فقهي ومنها ما هو تشريعي كالآتي:

#### \* التعريف الفقهي للإشهار التجاري:

تعددت آراء الفقهاء في إيجاد تعريف شامل للإشهار الإلكتروني، نظرا لتعدد استخداماته ومن بين هذه التعريفات نجد طارق طه الذي عرف الإشهار الإلكتروني بقوله: "يشير الإعلان

<sup>1</sup> شيهاني سمير وعباس ريمة، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد: 08، العدد: 02، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2023، ص: 540

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

بالانترنت إلى جميع أشكال العرض الترويجي المقدم من المعلن من خلال شبكة الانترنت<sup>1</sup>، فيما يرى آخرون أنه: " كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية "<sup>2</sup>. يبدو جليا من خلال التعريفات السابقة أن الإشهار الإلكتروني هو عملية تتمحور حول جذب أكبر قدر ممكن من المستهلكين عن طريق تبيان مزايا السلع والخدمات المعروضة عبر مختلف الوسائط الإلكترونية.

### \* التعريف التشريعي للإشهار الإلكتروني:

عرف التوجيه الأوروبي رقم: 450/84 الصادر بتاريخ: 10/09/1984 الخاص بالتقارب بين النصوص التشريعية واللائحية والإدارية للدول الأعضاء الإعلان على أنه: " كل شكل من أشكال الاتصال الذي يتم في مجال الأنشطة التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو المهنية، وتهدف إلى تشجيع الإقبال على السلع والخدمات بما في ذلك العقارات والحقوق والالتزامات المرتبطة بها "<sup>3</sup>. وبالرغم من أن المشرع الجزائري لم ينظم الإشهار الإلكتروني بقانون خاص، إلا أنه تناوله في مجموعة من المراسيم المتعلقة بحماية المستهلك والقانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث عرفه في المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة الثانية منه فقرة 08 على أن الإشهار: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج وتسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية "<sup>4</sup> كما عرف المشرع الجزائري الإشهار بموجب القانون رقم: 04-02 المحدد للقواعد المطبقة للممارسات التجارية بمقتضى المادة 03 فقرة 03 بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة "<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> فاتح بن خالد وقيرة سعاد، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني غير المرحب به - إشهارات البريد الإلكتروني نموذجاً -، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 05، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، الجزائر، 2019، ص: 46.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص: 135.

<sup>3</sup> فاتح بن خالد وقيرة سعاد، المرجع السابق، ص: 46.

<sup>4</sup> أنظر المادة: 02 الفقرة: 08 من المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 المؤرخ في: 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 30 جانفي 1990، العدد: 05، ص: 203.

<sup>5</sup> أنظر المادة: 03 الفقرة: 03 من القانون رقم: 04-02، المرجع السابق، ص: 4.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

وجاء في القانون رقم: 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري الإشهار في المادة 07 فقرة 26: " هو أي شكل مصمم أو رسالة محررة أو صوتية أو سمعية بصرية تبث مقابل أجر أو تعويض سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو مهنة حرة أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة"<sup>1</sup>، أما بالنسبة للقانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشرع الجزائري لم يتناول تعريفا للإشهار التجاري، وقد عرف المشرع الجزائري الإشهار التجاري الإلكتروني في المادة 06 فقرة 06 من قانون 05-18 متعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"<sup>2</sup>.

نجد أن التعريف المذكور آنفا لم يأت بالجديد ولم يتطرق إلى الوسائل التي تتم بها عملية الإشهار، واكتفى بإعادة التعريف المذكور في القانون رقم: 02-04 المحدد للقواعد المطبقة للممارسات التجارية، وركز على طبيعة عملية الإشهار كوسيلة لجذب الزبائن بدل التركيز على الطرق والأدوات التي تميز الإشهار الإلكتروني عن الإشهار العادي، ومن الجدير بالذكر أن المشرع قد أورد تعريفا دقيقا للإشهار الإلكتروني من خلال القانون رقم: 04-14 المؤرخ في: 24 فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

مما سبق يتضح لنا أن مختلف التعريفات التشريعية السابقة ركزت على وسائل الإشهار وأدواته متناسية بذلك الهدف الرئيسي منه، والمتمثل في البعد النفسي للمستهلك الإلكتروني ومدى تأثيرها على قرار المستهلك في التعاقد من عدمه بواسطة مختلف الوسائل الإلكترونية من قبل المورد الإلكتروني.

<sup>1</sup> أنظر المادة: 07 الفقرة: 26 من قانون رقم: 04-14 المؤرخ في: 24 فيفري 2014 ، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ : 23 مارس 2014، العدد: 16، ص ص: 08-09.

<sup>2</sup> أنظر المادة: 06 الفقرة: 06 من قانون رقم: 05-18، المرجع السابق، ص: 05.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### - خصائص الإشهار الإلكتروني:

يتميز الإشهار الإلكتروني بعدة خصائص، تميزه عن الإشهار العادي حيث أن:<sup>1</sup>

- الإشهار الإلكتروني يوجه إلى جمهور المستهلكين
- موضوع الإشهار الإلكتروني إخبار المستهلكين بمزايا السلع والخدمات
- هدف الإشهار الإلكتروني تحفيز المستهلكين على التعاقد
- الإشهار الإلكتروني ذو طبيعة تجارية
- الإشهار الإلكتروني يتم باستخدام وسيلة إلكترونية

### 3 - الطبيعة القانونية للإشهار التجاري الإلكتروني:

تباينت آراء الفقهاء حول طبيعة الإشهارات التجارية الإلكترونية فمنهم من اعتبرها إيجاباً، غير أن آخرين رأوا بأنها دعوة إلى التعاقد، وهو ما ذهب إليه جانب من شراح القانون على اعتبار الإشهار التجاري الإلكتروني دعوة للتفاوض أو للتعاقد، بناءً على أن الإشهار عبر الوسائل الإلكترونية لا يتضمن الشروط الجوهرية للتعاقد كشرط الثمن مثلاً، وبما أن الدعوة للتعاقد هي تلك التي يوجهها الشخص لآخر أو إلى الجمهور يدعوهم فيها إلى التعاقد معه دون ذكر المعلومات الجوهرية للعقد، والإشهار الإلكتروني يأتي خالياً من تبيان الثمن والعناصر الجوهرية الأخرى للعقد فإنه لا يعتبر إيجاباً، بل هو مجرد دعوة للتعاقد قد يتبعها إيجاب ثم قبول، وهذا الاتجاه الذي استقر عليه القضاء الفرنسي.<sup>2</sup>

وقد بنى آخرون رأيهم بكون الإشهار الإلكتروني يعد إيجاباً يكفي لإبرام التعاقد فور اقترانه بالقبول، وعلى ذلك فإنه لكي يعتبر العرض الموجه إلى الجمهور إيجاباً يجب أن يكون محددًا للسلعة تحديداً نافياً للجهالة، وأن يحدد الثمن والعناصر الأساسية للتعاقد، وإلا فإن الأمر لا يعدو أن

<sup>1</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص: 110-112.

<sup>2</sup> بوزكري انتصار وبوضيف عبد الرزاق، ضوابط الإشهار الإلكتروني في ظل القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد: 13، العدد: 02، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2022، ص: 108.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

يكون مجرد دعوة للتعاقد، ويجب أن يكون الإيجاب خاليا من أي لبس أو غموض وأن يكون محمدا بشكل كاف.<sup>1</sup>

### - أشكال الإشهارات التجارية الإلكترونية:

يتخذ الإشهار التجاري أشكالا مختلفة عبر شبكة الانترنت تتمثل فيمايلي:

\* **المواقع (les sites):** أدى امتلاك التجار لمواقع إلكترونية إلى تحويل عالم الويب إلى سوق مفتوح للعرض والطلب، حيث يستغل التجار مواقعهم لعرض مزايا السلع والخدمات التي يسوقونها بأسلوب إشهاري مغري يقوم على جذب المستهلك الإلكتروني والتأثير فيه بشكل يجعله يتتبع الروابط، ولقد عرف توسعا كبيرا حتى ظهرت العديد من المواقع والمنصات المتخصصة في الإشهار الإلكتروني.

### \* الشرائط الإشهارية (Bandeaux Publicitaires) :

هي أشرطة مستطيلة الشكل يكون طولها بحجم عرض الشاشة أو المتصفح وعرضها صغيرا من شأنه أن يحجب بعض البيانات التي يطلبها المستخدم<sup>2</sup>، وعادة ما تكون الشرائط الإشهارية غير قابلة للإغلاق، وتتميز الإشهارات المعروضة على هذه الشرائط بكونها مركزة ودقيقة وتستهدف مستخدمين بذاتهم.<sup>3</sup>

### \* الرسائل المتخللة (Les messages interstitiels) :

يختلف هذا النوع من الإشهار عن سابقه كونه يأخذ حيزا أكبر من مساحة الصفحة ووقت أقل، إذ أنه يغطي كامل شاشة العرض أو على الأقل كامل نافذة المتصفح ويتسم بكونه يظهر عند معالجة طلب المستخدم من خادم الويب، كما أنه يغلق ذاتيا إذا لم يتم إغلاقه يدويا بعد لحظات قصيرة (5-10 ثوان).

<sup>1</sup> خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص: 143، 144.

<sup>2</sup> شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2011، ص: 36.

<sup>3</sup> بوخاري سمرة، المرجع السابق، ص: 73.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### \* البريد الإلكتروني (E-mail):

يمثل البريد الإلكتروني العنوان الشخصي لمستعمل الانترنت، ويمكنه من إرسال واستقبال الرسائل من وإلى أي شخص له عنوان بريد إلكتروني،<sup>1</sup> لذلك فإن المسوقين يستغلون هذا الأمر من خلال تضمين اشهارات في الرسائل الإلكترونية الإخبارية والإعلامية وإرسال بريد الكتروني إشهاري متخصص إلى مستخدمين تم انتقاؤهم بحسب عمليات البحث التي قاموا بها مسبقا على الشبكة، ونظرا لأهميته فإن بعض المؤسسات والشركات تعرض قوائم البريد الإلكتروني للبيع.<sup>2</sup>

### \* الإحالة بأدوات البحث (Le référencement par des outils):

ويتم ذلك من خلال استعمال أدوات البحث أو محركات البحث، وهو برنامج معلومات للاستكشاف يسمى Robot، وهو يزور باستمرار المواقع الإلكترونية والفهارس بطريقة آلية على أساس المعلومات طبقا لكلمات المفاتيح التي يتضمنها،<sup>3</sup> وباستغلال الكلمات المفتاحية فإن عناكب البحث تعرض صفحات معينة للمستخدم تتضمن إعلانات وإشهارات تم دمج تلك الكلمات المفتاحية فيها.

### \* الارتباط التشعبي (Les hyperliens):

يلجأ التاجر الإلكتروني إلى استخدام الروابط التشعبية، والتي تتضمن كلمة واحدة أو عبارة مختصرة يؤدي النقر عليها إلى إظهار كافة التفاصيل في المتصفح كما يمكن الاستفادة من هذه الروابط بنشرها على أكثر من موقع أو إرسالها عبر مختلف وسائل التواصل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> وقد عرفه قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي الصادر في: 21 جوان 2004 في مادته الأولى بأنه: "كل رسالة أيا كان شكلها نصية أو صوتية أو مصحوبة بصور وأصوات يتم إرسالها عبر شبكة عامة للاتصالات، ويتم تخزينها على أحد خوادم هذه الشبكة أو في المعدات الطرفية للمرسل إليه حتى يتمكن هذا الأخير من استعادتها. أنظر: كوثر سعيد عدنان، المرجع السابق، ص: 116.

<sup>2</sup> كريمة عساسي، استخدامات الإعلانات الإلكترونية في تحفيز سلوك المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015/2014، ص: 52.

<sup>3</sup> كوثر سعيد، المرجع السابق، ص: 117.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص: 118.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### 2- القواعد القانونية لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني

تقوم مسألة حماية المستهلك في مواجهة الإشهارات الإلكترونية على قواعد أساسية تتمثل في اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني ومنع الإشهار التضليلي.

#### أ- اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني:

إن وضوح الإشهار الإلكتروني له أهمية خاصة، ما جعل المشرع الجزائري يفصل فيه في قانون التجارة الإلكترونية حماية للمستهلك الإلكتروني من التضليل وإجباره على التعاقد دون رغبة منه، فقد يؤدي توقع المستهلك الإلكتروني أن الضغط على الإشهار يؤدي إلى عرض تفاصيل أكثر عن المنتج ليجد نفسه ضحية فخ التعاقد.

#### ب- معنى شرط وضوح الإشهار الإلكتروني:

معنى هذا الشرط أن يتضمن الإشهار البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك، وهو بصدد الإقبال على التعاقد،<sup>1</sup> ولا توجد صيغة ثابتة للإشهار فقد يتخذ أشكالا مختلفة بشرط وضوح الصيغة.<sup>2</sup>

#### ج- مضمون شرط وضوح الإشهار الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري:

لقد أولى المشرع الجزائري أهمية وعناية بالغة لمسألة وضوح الإشهار، وأكد عليها بموجب المادة 11 من القانون رقم: 05-18 المتعلق بالتجارية الإلكترونية، والتي نصت على أنه: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية..."<sup>3</sup>، وعليه فإن المورد الإلكتروني ملزم بتوفير

<sup>1</sup> صديقي منال وبقنيش عثمان، حماية المستهلك الإلكتروني من التضليل الإعلاني، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد: 09، العدد: 01، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، 2021، ص: 306.

<sup>2</sup> شيهاني سمير وعباس ريمة، المرجع السابق، ص: 541.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 11 من القانون رقم: 05-18، المرجع السابق، ص: 06.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

كافة المعلومات التي قد يرغب المستهلك في معرفتها مع التأكد من صدقها وخلوها من الغموض والتعقيد ليتسنى للمستهلك التعاقد بمحض إرادته دون أي تخطيط.

### ب- منع الإشهار التضليلي:

منع المشرع الجزائري الإشهار الكاذب عندما أدرج هذا النوع من الممارسات التجارية ضمن الممارسات التجارية غير النزيفة التي يعتبرها غير مشروعة وممنوعة<sup>1</sup>، وقد نص على نفس المبدأ في المرسوم التنفيذي رقم: 13-378 بموجب ما ورد في المادة: 56 التي جاء فيها: " تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك"<sup>2</sup>.

ولم يغفل المشرع الجزائري على منع الإشهار الكاذب عند تنظيمه لقانون التجارة الالكترونية في المادة: 30 بقوله: " التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة"<sup>3</sup>.

في هذه المواد أخذ المشرع الجزائري بما سماه بالإشهار التضليلي الذي يوقع لبس أو خلط في ذهن المستهلك أو خداعه، كما ذهب المشرع الفرنسي بدوره إلى منع أي إشهار من شأنه تضليل المستهلك ودفعه إلى التعاقد، وذلك في المادة: 1-121 من قانون الإستهلاك الفرنسي رقم: 93-49 التي جاء فيها: " يكون ممنوعا أي إشهار يتضمن بأي شكل من الأشكال إدعاءات أو بيانات أو عروضاً زائفة أو من شأنها التضليل "، وفي توصية له نص قانون حماية المستهلك المصري لسنة 2006 بموجب المادة 06 منه على ضرورة حماية المستهلك من الوقوع في الخطأ<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> تنص المادة 28 من القانون: 04-02 على: " يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان: يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف منتج أو خدمة"، المرجع السابق، ص: 06.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم: 13-378، ص 16 العدد 58 المؤرخ في: 09.11.2013 يحدد الشروط في الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 41، ص: 06.

<sup>3</sup> أنظر : المادة: 30 من القانون: 18-05، المرجع السابق، ص: 09.

<sup>4</sup> بقوله: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل، وأقر المشرع المصري عقوبة جنائية على المعلن في حالة قيامه بتضليل المستهلك أو ارتكاب أفعال تؤدي إلى الوقوع في خلط أو غلط." أنظر: خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص: 154.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

ومما سبق فإن أغلب التشريعات تمنع الإشهارات الكاذبة التي من شأنها إظهار بيانات غير حقيقية عن المنتج والخدمة أو إخفاء المعلومات الجوهرية التي تؤدي تحديد توجه المستهلك نحو التعاقد.

### ثانيا: الإعلام الإلكتروني كإجراء وقائي لحماية المستهلك الإلكتروني

يجب على المورد تزويد المستهلك بكافة المعلومات الضرورية التي من شأنها تحديد قرار المستهلك من إبرام العقد من عدمه، وبعد إعلام المستهلك الإلكتروني من الوسائل القانونية الفعالة لحمايته في التعاقد عبر الانترنت باعتباره الطرف الضعيف في هذا العقد، وهو ما جعل مختلف التشريعات تقرر على عاتق المورد الإلكتروني التزاما مهم وهو واجب إعلام المستهلك بكافة المعلومات الجوهرية عن السلعة أو الخدمة التي تدفعه للتعاقد، وسنعالج فيما يلي مفهوم الإعلام قبل التعاقد، ثم شروطه .

#### 1- ماهية الإعلام قبل التعاقد :

يعد الاعلام قبل التعاقد حقا للمستهلك وواجبا على المورد الإلكتروني، وستتطرق إلى مفهوم الالتزام بالاعلام الإلكتروني ثم إلى مضمونه.

#### أ- مفهوم الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد :

الالتزام باعلام المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد هو حق يكفله القانون للمستهلك لضمان حقه في الاطلاع على كافة المعلومات، والتي من شأنها تمكينه من اتخاذ القرار بعيد عن الضغوطات الممارسة عليه من طرف المورد الإلكتروني، وستتطرق الى تعريفه، خصائصه وطبيعته القانونية.

#### - تعريف الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد:

من حق المستهلك الإلكتروني أن يمده المورد بجميع المعلومات الكافية لتمكينه من اتخاذ القرار بشكل سليم،<sup>1</sup> ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد هو: " التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند

<sup>1</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص:38.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد".

وبصيغة أخرى هو: "الترام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبي عليها رضاه بالعقد"<sup>1</sup>.

نجد أن المشرع الجزائري لم يعطي تعريفا للالتزام بالإعلام بشكل مباشر واكتفى بتحديد عناصره فقط، وتجلى ذلك من خلال المادة: 17 من القانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.<sup>2</sup>

وقد أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم: 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، والذي عرف فيه الإعلام بأنه: " كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشخصي"<sup>3</sup>.

لم يتم تخصيص بند معين ينص على واجب الإعلام قبل التعاقد في قانون التجارة الجزائري غير أن المادة 12 من قانون التجارة الإلكترونية تضمنت إشارة صريحة لواجب الإعلام، كما أن المادة 11 ألزمت المورد بإعلام المستهلك، وذلك عن طريق تقديم العرض الإلكتروني بكل الطرق الممكنة حيث جاء في نص المادة "بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة"<sup>4</sup> مع وجوب تضمن المعلومات الواردة في المادة 11 من نفس القانون.

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص: 94-95.

<sup>2</sup> تنص المادة 17 فقرة 10 من القانون: 03-09 على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تحدد شروط وكيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم"، المرجع السابق، ص: 15.

<sup>3</sup> أنظر: المادة: 03 فقرة: 15 من المرسوم التنفيذي رقم: 13-378، المرجع السابق، ص: 09.

<sup>4</sup> أنظر: المادة: 11 من قانون رقم: 05-18، المرجع السابق، ص: 06.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

كما يجب وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك بحيث يمكنه التعاقد بعلم ودراية وقد نصت المادة 09 منه أيضا على وجوب أن يسجل المورد الإلكتروني في السجل التجاري وذلك لمنح المستهلك ثقة وأمانا أكثر في هوية المورد، أما فيما يخص اللغة فإن المشرع في القانون رقم: 05-18 لم يفرض لغة معينة لتنفيذ الالتزام بالإعلام على عكس القانون 09-03 الذي اشترط في المادة 18 منه أن يتم تحرير البيانات باللغة العربية ولا حرج من زيادة لغة أخرى.

### - خصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقد:

من التعاريف السابقة يمكن استخلاص الخصائص التالية للالتزام بالإعلام:

\* الالتزام بالإعلام من النظام العام.

\* آلية وقائية لضمان سلامة المستهلك.<sup>1</sup>

\* الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام قانوني سابق على إبرام جميع أنواع العقود الإلكترونية.

\* الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام تعاقد عن بعد.

\* أنه يقع على عاتق المورد الإلكتروني.

### - الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام:

يرى بعض الفقهاء أن: "الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية؛ أي أنه يكفي للمتدخل أن يدلي بجميع المعلومات المتعلقة بالمنتج التي تضمن سلامته"<sup>2</sup>، أي أن المورد تخلى مسؤوليته مادام وفر للمستهلك كل المعلومات التي من شأنها أن تجعله يستفيد من المنتج بالطريقة المثلى وقد لاقى هذا الرأي انتقادات واسعة لأنه يقلل من الضمانات المقدمة للمستهلك.

<sup>1</sup> زقاوي أحمد وبن عمور عائشة، الالتزام بالإعلام كآلية وقائية لضمان سلامة المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد: 07، العدد: 01، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر، 2022، ص: 373.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 376.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

بينما يرى جانب آخر من الفقهاء أن: "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني هو التزام بتحقيق نتيجة، خاصة عندما يرد على الأشياء الخطيرة، فالعبرة في تنفيذ المتدخل للالتزام هو تمكن المستهلك من جملة من المعلومات المنصوص عليها قانوناً".<sup>1</sup>

بالنسبة للتشريع في الجزائر فقد تم توضيح الصورة وحسم الخلاف بموجب القانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث يترتب جزاء في حالة مخالفة هذا الالتزام وعدم تحقيقه لنتيجة الذي رتبته على عاتق المتدخل ولو لم ينجم عنه ضرر في حق المستهلك، أما إذا ترتب ضرر فإضافة إلى المسؤولية المدنية تترتب عنه مسؤولية جزائية.

### 2- شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد:

يمكن إجمال شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في شرطين هما:

- جهل المستهلك بالمعلومات.

- علم المخترف بالمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني

#### إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد الإلكتروني

على الرغم من أنه لا يمكن التغاضي عن أي مرحلة من مراحل العقد الإلكتروني إلا أن مرحلة إبرام العقد تعد المرحلة الأهم، لأن المورد الإلكتروني قد يلجأ إلى فرض أمر واقع على المستهلك وحثه على إبرام العقد برغم رغبته في التراجع أو رفض التعاقد، وحماية للمستهلك جاء المشرع الجزائري بضمانات قانونية وهي: حماية رضا المستهلك في العقد الإلكتروني وحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.

<sup>1</sup> زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد: 10 العدد: 02، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، ص: 430.

<sup>2</sup> شيهاني سمير وعباس ريمة، المرجع السابق، ص: 547.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### أولاً: حماية رضا المستهلك في العقد الإلكتروني

سن المشرع الجزائري قانون خاص بالتجارة الالكترونية ليشكل حماية للمستهلك من عيوب الإرادة في التعاقد الإلكتروني، وألزم المورد الإلكتروني بضرورة تقديم عرض واضح لا يتسبب في تغليب المستهلك، كما أنه وردت في مضمون النص ما يتعلق بالإشهارات المضللة والتي قد تعيب إرادة المستهلك الإلكتروني، ومع ذلك فإنه لم يفصل تفصيلاً كافياً في عيوب الإرادة كما هو الحال بالنسبة للقانون المدني، ما يحيلنا على ضرورة العودة إلى القواعد العامة لنظرية الالتزام لتعريف عيوب الإرادة لحماية المستهلك الإلكتروني.

#### 1- عيب الغلط :

عيب الغلط يقصد به وهم يقوم في ذهن الشخص ويجعله يتصور الواقع على خلاف حقيقته،<sup>1</sup> حيث أنه يؤدي إلى بطلان العقد إذا انصب على جوهره وهذا ما نصت عليه المادة 81 من القانون المدني الجزائري على أنه: " يجوز لمتعاقدي الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أو يطالب بإبطاله ".<sup>2</sup>

ويعتبر الغلط جوهرياً إذا بلغ حداً من الجسامه بحيث لولم يقع فيه لامتنع عن إبرام العقد، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 82 من القانون المدني.<sup>3</sup>

كثيراً ما يحدث عيب الغلط في التعاقد الإلكتروني ما يحيلنا على المادة 82 المذكورة أعلاه وبإسقاط الشروط الواردة فيها على العقد الإلكتروني يتبين أن للمستهلك الحق في المطالبة ببطلان العقد ونظراً لتباعد أطراف العقد فإنه من الصعب الحكم بدقة على المبيع، لاسيما وأن الوصف عن طريق الإشهار عادة ما يكون مبالغاً فيه لدرجة التضليل والخداع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> خالد إبراهيم ممدوح، مرجع سابق، ص: 68

<sup>2</sup> أنظر: المادة 81 من الأمر: 58-75، المرجع السابق.

<sup>3</sup> أنظر: المادة: 82 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

<sup>4</sup> آسيا بوطون والكاهنة زواوي، إشكالية عيوب الإرادة وآثارها على عقد الإستهلاك الإلكتروني وفقاً للقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، المجلد: 25، العدد: 62، جامعة عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2021، ص: 987.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

من هذا المنطلق وجب على المهني إعلام المستهلك بكافة البيانات التي من شأنها توضيح الرؤيا قبل المباشرة في عملية التعاقد، فالالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المورد الإلكتروني يجعل المطالبة بإبطال العقد بناء على عيب الغلط سهلا لأن الإخلال بالتزام الإعلام يعتبر قرينة قطعية في اتصال الغلط بالمتعاقد المحترف.

### 2- عيب التدليس:

يعرف التدليس بأنه حيلة يلجأ إليها المتعاقد لإيقاع المتعاقد معه في غلط يدفعه للتعاقد فهو إذا عبارة عن غلط مدبر، وهذا ما يجعل العقد قابل للإبطال،<sup>1</sup> حيث نصت المادة 86 من القانون المدني على أنه يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد، ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة.<sup>2</sup>

يتم اثبات التدليس باثبات ركنيه المادي والمعنوي فالأول يتمثل في استعمال أي طريقة من طرق الاحتيال والثاني في نية التضليل بغرض إيقاع المتعاقد في الغلط واقتياده الى ابرام العقد ومع ذلك فان المشرع الجزائري أكد على ضرورة توفر شروط التدليس طبقا للقواعد العامة وهي:

- استعمال طرق احتيالية؛

- أن يكون التدليس دافعا للتعاقد؛

- صدور التدليس من المتعاقد الآخر وعلمه أو إمكان العلم به.

أي أن المستهلك الإلكتروني حتى يستطيع التمسك بالتدليس لا بد أن يثبت أنه ما كان ليبرم العقد لولا الحيل التدليسية التي لجأ إليها المتعاقد الآخر معه، أي أن التدليس لا يعتد به اتجاه المتعاقد إلا إذا كان عالما به.

<sup>1</sup> براهيم منير، حماية رضا المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، العدد: 05، 2017، ص: 79.

<sup>2</sup> المادة: 86 من الأمر: 75-58، المرجع السابق.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

إذا أثبت المستهلك الإلكتروني أنه أبرم العقد نتيجة تأثره بالحيل التدليسية كان له الحق في المطالبة بإبطال العقد، بالإضافة إلى ثبوت حقه في التعويض على أساس المسؤولية التقصيرية.<sup>1</sup>

### 3- عيب الغبن والاستغلال في عقد الاستهلاك الإلكتروني :

الاستغلال هو أن يستغل شخص طيشا بينا أو هوى جامع في آخر لكي يبرم تصرفا يؤدي إلى غبن فادح، والغبن هو العنصر المادي للاستغلال وهو عدم التعادل بين ما حصل عليه المتعاقد من فائدة وما تحمله من التزامات، ويجب أن يكون الاختلال أو عدم التعادل فادحا، وإن فضاء الانترنت أصبح متاحا لكل الفئات الذين لا يملكون الخبرة الكافية للتعامل مع هذا النوع من العقود والمعاملات الرقمية.<sup>2</sup>

المشروع الجزائري نص على عيب الغبن من خلال نص المادة 90 من القانون المدني بقولها: " إذا كانت التزامات أحد المتعاقدين متفاوتة كثيرا في النسبة مع ما حصل عليه هذا المتعاقد من فائدة بموجب العقد إلا لأن المتعاقد الآخر قد استغل فيه طيشا بينا أو هوى جامع، جاز للقاضي بناء على طلب المتعاقد المغبون أن يبطل العقد أو أن ينقص التزامات هذا المتعاقد ويجب أن ترفع الدعوى بذلك خلال سنة من تاريخ العقد وإلا كانت غير مقبولة ".<sup>3</sup>

من خلال نص هذه المادة يتبين لنا أن الغبن عيب في العقد عكس الاستغلال الذي يكون في الشخص، فمعيار الغبن مادي موضوعي والمتمثل في عدم تكافؤ بين التزامات كل من المتعاقدين في العقد الملزم لجانبين والمقدر بنسبة أربعة أخماس ثمن المثل، أما الاستغلال فمعياره شخصي والمتمثل في استغلال الطيش البين والهوى الجامح في المتعاقد الآخر.

أما بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية رقم: 18-05 فالمشروع الجزائري لم يتطرق لكل من عيب الغبن والاستغلال، وعليه تطبق القواعد العامة في القانون المدني.

<sup>1</sup> برايج منير، المرجع السابق، ص: 80، 79.

<sup>2</sup> سليمان مصطفى وبجماوي الشريف، حماية رضا المستهلك الإلكتروني، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، المجلد: 01 العدد: 01 جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2017، ص: 35، 36.

<sup>3</sup> أنظر: المادة: 90 من الأمر: 75-58، المرجع السابق.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### 4- الإكراه في عقد الاستهلاك الإلكتروني:

إن الإكراه هو إجبار شخص بغير حق أن يعمل عملا دون رضاه، والإكراه قد يكون ضغط مادي أو معنوي يستعمله المهني ضد المستهلك ليؤثر على نفسيته ويبعث فيه الرهبة والخوف حتى يدفعه إلى التعاقد دون رضاه، والمشرع الجزائري نص على عيب الإكراه في المادة 88 من القانون المدني والتي جاء فيها: " يجوز إبطال العقد للإكراه إذا تعاقد شخص تحت سلطان رهبة بينة بعثها المتعاقد الآخر في نفسه دون حق وتعتبر الرهبة قائمة على بينة إذا كانت الظروف الحال تصور للطرف الذي يدعيها أن خطرا جسيما محققا يهدده هو أو أحد أقاربه في النفس أو الجسم أو الشرف أو المال ".<sup>1</sup>

إن عيب الإكراه مستبعد في العقود الإلكترونية أو على الأقل بعيد التصور لأن التعاقد يتم عن بعد ويجمع المتعاقدين مجلس حكمي فقط وليس حقيقي.

### ثانيا: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية:

سنتطرق إلى التعريفات الفقهية وأيضا التشريعية للشروط التعسفية

#### 1- تعريف الشروط التعسفية:

تعددت التعاريف الفقهية بشأن الشرط التعسفي فعرف على أنه: " الشرط الذي يترتب عليه عدم توازن تعاقدية لصالح ذلك الذي يفرضه على المتعاقد الآخر الذي لا خبرة له أو ذلك الذي وجد في مركز عدم المساواة الفنية أو القانونية أو الاقتصادية في مواجهة الطرف الآخر"<sup>2</sup> وهناك من يعرف البند التعسفي بأنه: " الشرط الذي يفرض على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال الأخير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة محقة"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المادة 88 من القانون نفسه.

<sup>2</sup> عيادي فريدة، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد:06، العدد:02، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية الجزائر، 2022، ص ص:486، 487.

<sup>3</sup> الحاج مبطوش والعيد جباري، البنود التعسفية في عقود الإستهلاك الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد:10، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2018، ص:553.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

وقد عرف المشرع الفرنسي الشرط التعسفي في المادة 132-1 من القانون رقم: 196-95 المتعلق بحماية المستهلك من الشروط التعسفية " تعتبر شروط تعسفية في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين التي تكون موضوعها أو من آثارها إحداث اختلال واضح بين حقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة"، وفقا لهذه المادة لا يمكن للمستهلك أن يستفيد من النصوص الحماية التي وضعت لمواجهة الشروط التعسفية إلا إذا كان العقد مبرما بين طرفين غير متكافئين في القوة.<sup>1</sup>

أما بالنسبة للمشرع الجزائري لم يدرج تعريف الشرط التعسفي في القانون المدني بل ذكر حماية الطرف المدعى وذلك في المادتين 90 و 110 من هذا القانون، لكن بالرجوع إلى القانون رقم: 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ذكر تعريف الشرط التعسفي في المادة 03 فقرة 05 على أنه: " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال بالظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".<sup>2</sup>

يتبين لنا من هذا التعريف أن المشرع الجزائري لم يحدد صفة أطراف الرابطة العقدية، بل عرفه بشكل شامل وعام، بمعنى آخر لم يبين إذا كان يشمل العقود المتكافئة الأطراف أم العقود غير متكافئة الأطراف.

أما بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية رقم: 18-05 فالمشرع الجزائري لم يقيم بإعطاء تعريف صريح للشرط التعسفي، وإنما أشار إليه ضمنا من خلال نص المادة 12 فقرة 01 منه بقولها: " وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة ".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بولقواس سارة، الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية العدد: 02، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2017، ص: 55.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 03 فقرة 05 من القانون رقم: 04-02، المرجع السابق، ص: 04.

<sup>3</sup> أنظر المادة: 12 فقرة: 01 من القانون رقم: 18-05، المرجع السابق، ص: 07.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### 2- معايير تحديد الشرط التعسفي :

لتحديد صفة التعسف في الشرط توجد ثلاث معايير

#### أ- معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية:

يكون الشرط تعسفيا عندما تكون الامتيازات الممنوحة للمزود على حساب المستهلك ناتجة عن استعمال سلطته الاقتصادية والمقصود هنا بالسلطة الاقتصادية التفوق الفني والتقني والخبرة الكافية في مجال إبرام العقود الالكترونية وامتلاكه الوسائل والقدرات التي تمكنه من تحديد الحقوق والالتزامات التي يستطيع تنفيذها.<sup>1</sup>

المشرع الجزائري بعد استحداث نص المادة 124 مكرر وإلغاءه للمادة 141 من القانون المدني اعتنق رأي آخر وألحق نظرية التعسف في استعمال الحق بباب المسؤولية عن الأعمال التعسفية.

ب- معيار الميزة الفاحشة أو المجحفة: معيار الميزة الفاحشة يستند على عدم التوازن بين الالتزامات الناشئة عن العقد لوجود تفاوت بين طرفي العقد، فاستخدام المزود لسلطته الاقتصادية لفرض شروطه يؤدي إلى عدم توازن الالتزامات بينه وبين المتعاقد المستهلك.<sup>2</sup>

ج- معيار الإخلال الظاهر بتوازن الالتزامات: لاعتبار الشرط تعسفي يكفي أن يؤدي إلى عدم التوازن بين حقوق والتزامات الأطراف ولصعوبة تحديد المقصود باختلال التوازن العقدي كمعيار لتحديد الشروط التعسفية العقدية حاول الفقه إلى جانب التشريع بإحاطته بالدراسة من اجل إزالة الغموض.<sup>3</sup>

وبالرجوع الى المادة 03 فقرة 05 من القانون رقم: 04-02 سالفه الذكر يتبين لنا أن

المشرع الجزائري لم يأخذ بالمعيارين السابقين وأخذ بالمقابل بهذا المعيار لتحديد الشروط التعسفية العقدية.

<sup>1</sup> سلماني مصطفى وجماموي الشريف، المرجع السابق، ص: 40، 41.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 41.

<sup>3</sup> عبادي فريدة، المرجع السابق، ص: 487.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### 3- طرق مواجهة الشرط التعسفي :

حماية للطرف الضعيف (المستهلك) فقد قررت أغلب التشريعات وضع حماية له تتمثل في مظهرين أساسيين:

- الحماية من الشروط التعسفية من خلال تحويل القاضي سلطة تعديل أو إلغاء الشروط التعسفية
- سلطة القاضي في تفسير الشيء لمصلحة الطرف المدعن

**أ- سلطة القاضي في تعديل أو إلغاء الشروط التعسفية:** إن العقود التي تبرم بين المستهلك والمورد عبر شبكة الانترنت قد تتضمن شروط يفرضها الطرف القوي في العقد بحيث لا يملك الطرف المدعن إلا القبول بها وقد نص المشرع الجزائري في المادة 110 من القانون المدني على أنه: "إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو يعفي الطرف المدعن منها وذلك لما تقتضي به العدالة ويقع باطل كل اتفاق على خلاف ذلك".<sup>1</sup>

يتضح من خلال هذا النص أن المشرع الجزائري أقر بان عقد الإذعان قد يقتضي شروط تعسفية، كما حدد الحلول الممكنة اتخاذها من قبل القاضي وإحالة وجود هذه الشروط ألا وفي إمكانية تعديل العقد أو إعفاء الطرف المدعن منها دون صلاحية إلغائها تلقائيا من طرف القاضي وإنما بناء على طلب الطرف المدعن بالعقد.

**ب- سلطة القاضي في تفسير الشك لمصلحة الطرف المدعن:** في عقود الإذعان ينفرد المعني بوضع بنود العقد فيضيفها بشكل غامض، وهو على علم أن المستهلك يقبل بهذه الشروط في أي صورة كانت، فلا يتجنب الصياغة الغامضة إلا بإهدار حقوق المستهلك فحول للقاضي في حالة النزاع سلطة تقدير الشروط الغامضة من خلال نص المادة 111 و112 من القانون المدني.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أنظر: المادة:110 من الأمر رقم:58-75، المرجع السابق.

<sup>2</sup> عيادي فريدة، المرجع السابق، ص:502.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

حيث نصت المادة 111 من القانون المدني على ما يلي: "إذا كانت عبارة العقد واضحة فلا يجوز الانحراف عنها من طريق تأويلها للتعرف على إرادة المتعاقدين".<sup>1</sup>

كما جاء في نص المادة 112 ما يلي: "يؤول الشك في مصلحة المدين غير أنه لا يجوز أن يكون تأويل العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضارا بمصلحة الطرف المدعى".<sup>2</sup>

وما يلاحظ من خلال المادة 112 من القانون المدني الأصل أن الشك وغموض عبارات العقد تغير لصالح الطرف الضعيف الذي هو المدين إلا أنه في فقد الإذعان يغير لصالح الطرف المدعى سواء كان دائنا أو مدين.

### المطلب الثاني

#### إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني

حول المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني الحماية القانونية في مرحلة تنفيذ عقد الاستهلاك الإلكتروني، وذلك لتحقيق غايتين الأولى تتمثل في العمل على حسن سيرورة العقود الإلكترونية، أما الغاية الثانية تتمثل في حماية المستهلك الإلكتروني ( التزام المورد الإلكتروني بالضمان ويشمل ضمان التعويض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية، التزام المورد الإلكتروني بالضمان بالتسليم المطابق للمنتج وحق المستهلك الإلكتروني في العدول).

### الفرع الأول

#### التزام المورد الإلكتروني بالضمان وبالتسليم المطابق للمنتج

بعد التعاقد الإلكتروني على المورد الإلكتروني أن يفي بالتزاماته التي نص عليها العقد وذلك بتسليم المنتج في الوقت المحدد وبنفس المواصفات التي تم اعلام المستهلك بها، كما أن عليه أن يضمن عدم ادعاء غيره ملكيته للمنتج أو جزء منه، ومن هنا تم تقسيم هذا الفرع الى نقطتين هما: التزام المورد الإلكتروني بالضمان (أولا) والتزامه بالتسليم المطابق للمنتج (ثانيا).

<sup>1</sup> أنظر: المادة: 111 من الأمر رقم: 75-58، المرجع السابق.

<sup>2</sup> أنظر: المادة: 112 من القانون نفسه.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### أولاً: التزام المورد الإلكتروني بالضمان

المشرع الجزائري ألزم المورد الإلكتروني بضمان حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد الإلكتروني وفق المادة 18 من القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث يشمل هذا الضمان نوعين هما: ضمان التعرف والاستحقاق وضمان العيوب الخفية وفق القواعد العامة.

#### 1- ضمان التعرض والاستحقاق:

يرتب عقد الاستهلاك عبر الانترنت التزام المعني بضمان استفاضة المستهلك بالمنتج بطريقة هادئة وكاملة فقد يتعرض المستهلك إما تعرضاً شخصياً أو تعرضاً صادر من الغير كما يلتزم بضمان الاستحقاق.

#### أ- ضمان التعرض:

يعد ضمان التعرض في القواعد العامة من الالتزامات التي تقع على عاتق البائع بحيث يكون لازماً عليه ضمان كل فعل صادر منه أو من الغير من شأنه أن يمس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع ملكية تامة وهذا ما نصت عليه المادة 371 من القانون المدني الجزائري بقولها: " يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير، يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري".<sup>1</sup>

استناداً لنص المادة 371 من القانون المدني الجزائري يفهم بأنه هناك نوعين من التعرض، التعرض الشخصي والتعرض من الغير.

#### - ضمان التعرض الشخصي الصادر من البائع:

يلتزم المورد الإلكتروني بضمان التعرض الشخصي من خلال الامتناع عن أي عمل من شأنه أن يعيق انتفاع المستهلك الإلكتروني بالمنتج على النحو الذي أعد من أجله، ويشمل هذا الضمان كل عمل مادي وكل تصرف قانوني يصدر منه بعدم التعرض.

<sup>1</sup> أنظر: المادة: 371 من الأمر رقم: 75-58، المرجع نفسه.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

- شروط التعرض الشخصي:

يجب لقيام التعرض الشخصي أنه يصدر من البائع من شأنه أن يحول كلياً أو جزئياً دون انتفاع المشتري بملكية المبيع فيجب إذن توفر شرطين:

- وقوع التعرض فعلاً<sup>1</sup>

- أن يحول دون الانتفاع الكلي أو الجزئي بملكية المبيع<sup>2</sup>

- ضمان التعرض الصادر من الغير: البائع ليس ملزماً بضمان التعرض الذي يصدر من قبله فقط، بل يلتزم بضمان التعرض الصادر حتى من الغير.<sup>3</sup>

وهذا ما أكدته المشرع الجزائري في نص المادة 371 من القانون المدني المذكورة سابقاً، كما يضمن البائع عدم التعرض حتى لو أن حق الغير ظهر بعد البيع.

- شروط تعرض الغير الذي يضمنه البائع :

\* أن يكون التعرض قانونياً فالبايع لا يضمن التعرض المادي الصادر من الغير

\* أن يكون التعرض هو ادعاء الغير على المبيع

\* أن يكون الحق الذي يدعيه الغير سابقاً على البيع أو آل إليه هذا البيع

يمكن تطبيق القواعد العامة في ضمان التعرض والاستحقاق على عقد البيع الإلكتروني، وعليه فإن التعرض قد يكون مادي مثلاً: كقيام البائع المعني بزيادة فيروس داخل برنامج كمبيوتر المبيع مما قد يسبب تدمير كلي أو جزئي للنظام المعلوماتي لجهاز الكمبيوتر الخاص بالمشتري عند تشغيله هذا العمل يحول كلياً أو جزئياً دون انتفاع المتعاقد بملكية البرنامج وهو تعرض سابق على المبيع، ولا

<sup>1</sup> عيسى لخضر، حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد وفق التشريع الجزائري، مجلة البصائر للدراسات القانونية الاقتصادية، المجلد: 01، العدد: 01 جامعة بوشعيب بلحاج، عين تيموشنت، الجزائر، 2021، ص: 154.

<sup>2</sup> إيناس بن غيدة، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2014/2015، ص: 93.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص: 93.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

يوجد في العقد أو القانون ما يبرر ذلك التعرض مع ملاحظة أن التعرض في التعاقد الإلكتروني ليس تعرض مادي ملموس بل هو تعرض معنوي غير ملموس.<sup>1</sup>

### ب- ضمان الاستحقاق:

- **الاستحقاق:** هو حرمان المشتري من بعض أو كل حقوقه على المبيع نتيجة تعرض الغير أو تدخله في منازعته للمشتري أي حق من الحقوق أو الشخصية أو المعنوية

- **دعوى الاستحقاق:** يراد بدعوى الاستحقاق هي الدعوى التي يرفعها الغير لدى المحكمة المختصة من أجل المطالبة بالحق الذي يدعيه على المبيع، وإذا رفعت على المشتري فإن البائع ملزم بالتدخل ومساعدة المشتري بالحلول مكانه، وإلا فهو ملزم بتنفيذ التزامه عن طريق التعويض في حالة إذا أدى تعرض الغير إلى حقوق المبيع،<sup>2</sup> ويمكن للبائع في هذه الحالة التخلص من التزامه بضمان التعرض والاستحقاق، إذا اثبت أن الحكم الصادر نتيجة تدليس أو خطأ جسيم صادر من المشتري<sup>3</sup>، والبائع ملزم بالضمان حتى ولو أن المشتري قد اعترف بحق الغير عن حسن نية حتى قبل صدور حكم قضائي إذا كان قد طلب من البائع الحلول محله إلا إذا أثبت أن الغير لم يكن محقا في دعواه<sup>4</sup>، أما إذا تعرض المشتري للدعوى واستطاع التخلص منها فإنه يتوجب على البائع أن يدفع للمشتري كل المصاريف التي بذلها في سبيل ذلك<sup>5</sup>، وعند نزع المبيع من البائع لأي سبب يحق للمشتري أن يطلب من البائع التعويض الكلي مع ما يلحق بذلك من مصاريف<sup>6</sup> غير أنه يجوز للمتعاقدين الزيادة في الضمان أو إنقاصه أو إسقاطه تماما ويقع باطلا لو تعمد البائع إخفاء حق الغير<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص: 94-96.

<sup>2</sup> عيسى لخضر، المرجع السابق، ص: 154، 155.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 372 من الأمر: 58-75، المرجع السابق.

<sup>4</sup> أنظر: المادة 373 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

<sup>5</sup> أنظر: المادة 374 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

<sup>6</sup> أنظر: المادة 375 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

<sup>7</sup> أنظر: المادة 377 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### 2- ضمان العيوب الخفية:

تفرض القواعد العامة توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية أثناء تنفيذ العقد، والتي تظهر من خلال الحماية من العيوب الخفية بحيث يترتب على المورد الإلكتروني في هذه المرحلة توفير الضمانات الكافية للمستهلك، وعليه سنتطرق لمفهوم ضمان العيب الخفي وشروطه.

#### أ- تعريف العيب الخفي:

يمكن تعريف العيب الخفي من عدة نواحي فمن الناحية المادية هو العيب الذي يتلف الشيء أو يلحق به الهلاك، ويؤدي إلى الانتقال من قيمته أو منفعته أما من الناحية الوظيفية فهو العيب الذي يصيب الشيء في أوصافه أو في خصائصه بحيث يجعله غير صالح للغرض المعد من أجله، في حين يعرف من الناحية العقدية بأنه تخلف الصفة في المبيع إذا التزم البائع للمشتري وجودها فيه.<sup>1</sup>

أما من الناحية القانونية للمشرع الجزائري لم يعرف العيب الخفي الموجب للضمان وعقد البيع، بل اكتفى بذكر شروطه في نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري.<sup>2</sup>

**ب- شروط ضمان العيب الخفي:** حرصا من المشرع على استقرار المعاملات فهذا شرط القيام بضمان البائع لعيوب المبيع توافر شروط معينة في العيب وهي:

- أن يكون العيب مؤثرا
- يجب أن يكون العيب قديما
- يجب أن يكون العيب خفيا

<sup>1</sup> عقي مينة، الضمانات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد في التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي تيندوف، الجزائر، المجلد:04، العدد:01، 2020، ص:307.

<sup>2</sup> بقوله: "يكون البائع ملزم بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تقصد بوجودها وقت التسليم للمشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه، بينما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها، غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع أو كان في استطاعته أن يتطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا عنه".

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

- يجب أن يكون العيب غير معلوم للمشتري وقت المبيع

بتطبيق الشروط السابقة الواجب توفرها لقيام التزام البائع بضمان العيب الخفي في البيع نجد أنها متوفرة أيضا في حالة التجارة الإلكترونية، فمثلا إذا قام المستهلك بشراء برنامج حاسب آلي وعند استعماله تبين أنه معيب ولا يحقق الفائدة المرجوة منه أو إذا تم زرع فيروس به لا يستطيع إلا خبير اكتشافه فهنا نكون بصدد عيب خفي ومؤثر يصعب على المستهلك العادي اكتشافه، مما يتوفر معه في هذه الحالة التزام المهني في عقد الاستهلاك بضمان العيب الخفي في برنامج الكمبيوتر.<sup>1</sup>

### ثانيا: التزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للمنتج

ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بوجوب تسليم منتج صالح للغرض الذي أعد له وأن يكون مطابق قانونيا وقياسيا وأن يكون موافق للطلبية، ويعد الالتزام بالتسليم منتج مطابق من أهم الضمانات القانونية التي تكرس الحماية الحقيقية والفعالية التي ينشدها المستهلك الإلكتروني باعتباره طرفا ضعيفا في العقود الاستهلاكية المبرمة عن بعد في مواجهة الطرف القوي (المورد الإلكتروني).

### 1- تعريف التزام المورد الإلكتروني بتسليم منتج مطابق

لا نجد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم: 18-05 تعريفا للالتزام بالتسليم المطابق، فهذا الالتزام مركب من التزامين هما الالتزام بالتسليم وكذا الالتزام بالمطابقة وهما التزامين متباينين ومنفصلين عن بعضهما.

#### أ- تعريف الالتزام بالتسليم:

إن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف الالتزام بالتسليم في قانون التجارة الإلكترونية لذلك كان من الضروري الرجوع إلى المبادئ المتعارف عليها في التشريع؛ حيث أقر المشرع على

<sup>1</sup> ابن عثمان مشرية، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019 / 2020، ص ص: 38، 39.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

نشوء الالتزام بالتسليم في العديد من العقود نذكر على سبيل المثال نص المادة 367 في فقرتها الأولى من القانون المدني الجزائري والمتعلقة بالالتزام بالتسليم في عقد البيع، ويعرف التسليم حسب هذه المادة على أنه: "يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق ولو لم يتسلمه تسليماً مادياً ما دام البائع قد أخبره بأنه مستعد لتسليمه بذلك، ويحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع".<sup>1</sup>

من خلال هذا النص يمكن القول بأن التسليم هو العملية القانونية التي بموجبها يقوم البائع أو المدين بوضع البضاعة المباعة تحت تصرف الدائن أو المشتري عن طريق حيازته فعلاً للانتفاع بالمبيع وإعلام البائع المشتري بوضع المبيع تحت تصرفه.

### ب- تعريف الالتزام بالمطابقة:

لم يعرف القانون المدني الجزائري الالتزام بالمطابقة ومن كان قد أشار إليه ضمناً من خلال المادة 364 منه، والتي تنص على أنه: "يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع"،<sup>2</sup> أو صراحة عندما تطرق للبيع بالعينة من خلال المادة 353 منه التي تنص على أنه: "إذا انعقد البيع بالعينة يجب أن يكون المبيع مطابقاً لها وإذا تلفت العينة أو هلكت في يد أحد المتعاقدين ولو دون خطأ، كان على المتعاقد بائعاً أو مشترياً أن يثبت أن الشيء مطابق أو غير مطابق للعينة".<sup>3</sup>

وبالرجوع إلى القانون رقم: 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم نجد أن المشرع الجزائري قد عرف المطابقة من خلال نص المادة 03 فقرة 18 على أنها: "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> أنظر: المادة 367 من الأمر: 58-75، المرجع السابق.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 364 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 353 من الأمر: 58-75، المرجع نفسه.

<sup>4</sup> أنظر: المادة 3 من القانون رقم: 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

والمرجع الجزائري في القانون السالف الذكر قد خصص فصلا كاملا يتألف من مادتين فقط بعنوان إلزامية مطابقة المنتوجات.<sup>1</sup>

من خلال هاتين المادتين نخلص بأن المطابقة هي التزام يقع على المتدخل عندما يتم عرض منتج ما للاستهلاك، كما أن هذا الالتزام يحمل في مضمونه معيار الأول يتعلق بإلزامية مطابقة المنتج للوائح الفنية والمواصفات القانونية وهو المعنى الضيق للمطابقة، أما المعنى الثاني فيتمثل في إلزامية مطابقة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنعه، وكما مميزاته الأساسية وهو المعنى الواسع للمطابقة.

أما المادة 12 من القانون 03-09 فقد نصت على أنه: " يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول".<sup>2</sup>

ومما سبق يمكن أن نستخلص تعريف للالتزام بالتسليم المطابق في مجال التجارة الإلكترونية على أنه عملية وضع المورد الإلكتروني لسلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتلاءم مع كل ما يريجه المستهلك الإلكتروني من إبرامه للعقد الإلكتروني سواء من حيث الوصف أو الكمية أو النوعية المشرطة، فضلا عن المواصفات والمقاييس القانونية، وكذا صلاحيتها لأداء الغرض المخصص لها.

### 2- صور الالتزام بالتسليم المطابق للمنتج

يتخذ الالتزام بالتسليم المطابق صورتين هما: الالتزام بتسليم منتج مطابق شكلا والالتزام

بتسليم منتج مطابق موضوعا

<sup>1</sup> نصت المادة 11 على أنه: " يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنعه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله، كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه"، أنظر: المادة 11 من القانون رقم: 03-09، المرجع السابق.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 12 من القانون نفسه.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

أ- الالتزام بتسليم منتج مطابق شكلا:

الوجه الشكلي للالتزام بالتسليم المطابق يشمل الاشتراطات العقدية، وكذا ضرورة أن يكون المنتج مطابق للمقاييس والمواصفات القانونية، ونعني بالاشتراطات العقدية تلك البنود التي يتم تضمينها في العقد قصد تحقيق مصالح طرفيه أو مصلحة أحدهما وقبولها من الطرف الآخر بشرط أن تكون مشروعة وممكنة، وقد نصت المادة 13 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضرورة أن يتضمن العقد الإلكتروني على حد أدنى من المعلومات التي تسهل عملية إبرام العقد الإلكتروني، وعلى الخصوص "الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات، شروط وكيفيات التسليم... إلخ".<sup>1</sup>

كما ألزمت المادة 12 فقرة 01 من نفس القانون خلال المرحلة الأولى التي تمر بها طلبية منتج أو خدمة على ضرورة "وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة".<sup>2</sup>

وعليه أن يكون التسليم مطابق للاشتراطات العقدية يعني أن يكون المنتج المسلم مطابق وصفيا وكميا لما اتفق عليه مسبقا بين المتعاقدين، أما الالتزام بتسليم منتج مطابق للمقاييس والمواصفات القانونية فيعد هذا من بين أهم الضمانات التي تساهم في حماية صحة المستهلك الإلكتروني وضمان سلامته من المخاطر، وهذا ما كرسه المشرع الجزائري في القانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المواد 10 و 11 منه.

فالمادة 02 فقرة 01 من القانون رقم: 04-16 المؤرخ في 11 يونيو 2016 المعدل والمتمم للقانون رقم: 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس عرفت التقييس على

<sup>1</sup> أنظر: المادة 13 من القانون 05 - 18، المرجع السابق.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 12 من المرجع نفسه.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

أنه: "النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين".<sup>1</sup> كما عرفت نفس المادة 02 في الفقرة 03 المواصفة على أنها: "وثيقة تصادق عليها هيئة التقييس المعترف بها تقدم من أجل استعمال مشترك ومتكرر القواعد والإشارات أو الخصائص لمنتج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة ويكون احترامها غير الزامي، كما يمكن أن تتناول جزئيا أو كليا المصطلحات أو الرموز أو الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة أو اللصقات لمنتج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة".<sup>2</sup>

### ب- الالتزام بالتسليم منتج مطابق موضوعيا:

يقصد بالالتزام بتسليم منتج مطابق موضوعيا أن يكون المنتج المسلم صالح للاستعمال المخصص له، والمشرع الجزائري لم ينص صراحة على الزامية أن يكون المنتج صالح للغرض الذي أعد له في قانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه نص على ذلك في المرسوم التنفيذي رقم: 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ الذي يمكن تطبيقه في هذه الحالة إذ تنص المادة 10 فقرة 01 منه على أنه: "يجب أن يكون المنتج موضوع الضمان صالحا للاستعمال المخصص له".<sup>3</sup>

## الفرع الثاني

### حق المستهلك الإلكتروني في العدول

يعد العدول حقا مشروعاً للمستهلك بضمان التشريعات الحديثة التي تمنحه فرصة للتروي والتفكير خاصة إذا تبين أنه أغفل شرطا مهما من شروط العقد، وسوف نتطرق لحق العدول تعريفاً وكيفية ممارسته.

<sup>1</sup> أنظر: المادة 02 فقرة 01 من القانون 16 - 04 المؤرخ في: 19 جوان 2016 المعدل والمنتم للقانون 04 - 04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 2 فقرة 03 من المرجع نفسه.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 327 المؤرخ في: 26 سبتمبر 2013، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 49، الصادرة في: 02 أكتوبر 2013، ص: 17.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

أولاً- تعريف حق العدول :

أ- **التعريف الفقهي:** لقد عرفه بعض الفقهاء بأنه "ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد أن أبرم العقد صحيحاً دون أن تترتب عن ذلك مسؤولية المستهلك في تعويض المتعاقد الآخر عما يصيبه من أضرار بسبب الرجوع"<sup>1</sup>.

ب- **التعريف القانوني:**

من بين التشريعات التي نصت على حق المستهلك في العدول عن البيع الإلكتروني نجد توجيه المجلس الأوروبي رقم: 07-97 الصادر في: 20 ماي 1997 الخاص بحماية المستهلك في التعاقد عن بعد أقر هذا الحق في المادة 1/16 منه<sup>2</sup>، كما نجد أن المشرع التونسي قد تناول العدول في الفصل 30 من قانون التجارة الإلكترونية التونسي، والتي اشترطت أن يمارس هذا الحق في مدة لا تقل عن سبعة أيام تبدأ بالنسبة للمنتوجات من تاريخ تسلمها.<sup>3</sup>

أما بالنسبة للمشرع الجزائري وبالرجوع إلى قانون التجارة الإلكترونية فلم ينظم العدول وإنما تمت الإشارة إليه في المادة 11 ضمن المعلومات التي يجب الإدلاء بها للمستهلك الإلكتروني ومنها شرط وآجال العدول، فهو بذلك أقر بكونه حقاً للمستهلك، وفي المادتين 22 و 23 من نفس القانون تطرق فقط للحالات التي يلجأ المستهلك الإلكتروني فيها إلى استعمال هذا الحق والمتمثلة في:

- في حالة إذا لم يحترم المورد الإلكتروني آجال التسليم أو شاب السلعة عيب أو كانت غير مطابقة للطلبية، ولكن في المقابل أدرج المشرع الجزائري ضمن قانون رقم: 18-09 المعدل والمتمم للقانون

<sup>1</sup> علال قاشي، خيار العدول عن العقد ضمانه للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية والاقتصادية، المجلد 57، العدد: 04، المركز الجامعي عبد الله مرسللي، تيبازة، الجزائر، 2020، ص: 338.

<sup>2</sup> التي جاء فيها: "كل عقد عن بعد يجب أن يمس على أحقية المستهلك في العدول خلال مدة معينة لا تقل عن سبعة أيام تبدأ من تاريخ الاستلام بالنسبة للمنتوجات والسلع، أما بالنسبة للخدمات فإن مهلة سبعة أيام تبدأ من تاريخ إبرام العقد تصل هذه المدة إلى ثلاثة أشهر إذا تخلف المورد عن القيام بالتزامه بإرسال خطاب مكتوب يتضمن العناصر الرئيسية للعقد".

<sup>3</sup> ربيع زهية، حماية خيار العدول للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد: 6، العدد: 01، 2021، ص: 1427 .

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفقرة 02 من المادة 19 منه تعريفا للعدول بقولها: "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب".<sup>1</sup>

2- كيفية ممارسة حق العدول ومدته:

أ- كيفية ممارسة حق العدول: المشرع الجزائري رغم تكريسه حق العدول في المادة 11 فقرة 14 من نفس القانون إنه لم يلزم المورد الإلكتروني سوى بتقديم المعلومات المتعلقة بشروط وآجال العدول تاركا له المجال في تنظيم حق العدول سواء في اقراره أو مدته أو في شروط ممارسة<sup>2</sup>، إلا أنه تطرق لكيفية ممارسة حق العدول في نص المادة 19 من قانون رقم: 09-18 المعدل والمتمم للقانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بالإضافة إلى الشروط التي تناولتها المادتين 22 و 23 من قانون رقم: 18-05<sup>3</sup>، والمتمثلة في صدور خطأ من المورد الإلكتروني بعدم احترام آجال التسليم أو تسليمه منتج معيب أو غير مطابق للطلبية.

ب- مدة ممارسة حق العدول: المشرع الجزائري حدد مدة حق العدول واسترجاع المبلغ المدفوع للمستهلك الإلكتروني في المادة 23 فقرة 03 من قانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة

<sup>1</sup> أنظر: المادة 19 ف 02 من القانون 18 - 09 مؤرخ في: 10 جوان 2018 المعدل والمتمم للقانون 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 35، الصادرة في: 13 جوان 2018، ص: 05.

<sup>2</sup> كتاب زهية ، حماية المستهلك في البيئة الرقمية على ضوء التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، المجلد: 10، العدد: 02، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2022، ص: 325.

<sup>3</sup> تنص المادة 22 من القانون: 18-05 على: " في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لآجال التسليم يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه (4) أيام عمل إبتداء من تاريخ: التسليم الفعلي للمنتج دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر وفي هذه الحالة يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع للمستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه للمنتج "، كما تنص المادة 23 منه على: " يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا، يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في خلافها الأصلي خلال مدة أقصاها (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني، ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي: تسليم جديد موافق للطلبية أو إصلاح منتج معيب أو أستبدال منتج بأخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر "، أنظر: المادتين 22 و 23 من قانون: 18-05، المرجع السابق، ص: 08.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

الإلكترونية و نصت "يجب أن يتم ارجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوما من تاريخ استلامه المنتوج".<sup>1</sup>

### المبحث الثاني

#### الجزاء المترتبة عن الإخلال بالضمانات المقررة للمستهلك الإلكتروني

لقد أقر المشرع الجزائري مجموعة من العقوبات الجزائية على المورد الإلكتروني في حالة إخلاله بالضمانات التي منحها للمستهلك الإلكتروني في مجال التعاقد في البيئة الرقمية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية لعدم خبرته وقلة احترافه، حيث وضع قانون خاص جديد رقم 05-18 المؤرخ في: 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى جانب قانون العقوبات والقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لعل كل هذا يساهم في تحقيق الحماية الجنائية للمستهلك في هذا المجال، وعلى هذا سنتناول الجزاءات المقررة للمورد الإلكتروني.

#### المطلب الأول

##### الجزاءات المقررة للمورد الإلكتروني في ظل قانون رقم: 05-18

أورد المشرع الجزائري بموجب قانون 05-18 المتعلق بممارسة التجارة الإلكترونية عدة عقوبات مقررة على المورد الإلكتروني في حالة مخالفته أحكام هذا القانون، وتختلف العقوبة باختلاف الجريمة والضروف المحيطة بها، وللوقوف على هذه الجزاءات لا بد أن نتطرق في الفرع الأول إلى جرائم المورد الإلكتروني والعقوبات المقررة لها ثم الصلح في مخالفات التجارة الإلكترونية في الفرع الثاني.

<sup>1</sup> أنظر المادة 23 الفقرة 3 من القانون 18 - 05، المرجع السابق .

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### الفرع الأول

#### جرائم المورد الإلكتروني والعقوبات المقررة لها

سواء تعلق الأمر بالعقوبات الأصلية أو التكميلية فإننا نجد أن المشرع الجزائري ركز على الطبيعة المالية للعقوبات وضاعفها في حالة العود، وسنقف عند العقوبات الأصلية (أولا) ثم العقوبات التكميلية (ثانيا).

#### أولا: العقوبات الأصلية

1- الجرائم المتعلقة بالمنتجات والخدمات المحظورة: وهي تضم صنفين الأول يضم المنتجات الممنوعة في حالة مخالفة المورد الإلكتروني أحكام المادة 03 من نفس القانون؛ وهو قيامه بأحد المعاملات الواردة في هذه المادة على سبيل الحصر، وهي جريمة معاقب عليها بموجب المادة 37 فقرة 01 بقولها: "دون المساس بتطبيقات العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به يعاقب بغرامة من 200000 دج إلى 1000000 دج كل من يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون".<sup>1</sup>

2- الجرائم المتعلقة بالوثائق والسجلات: ويضم أربعة أنواع من الالتزامات، حيث يتمثل الصنف الأول في إخلال المورد الإلكتروني بأحد البيانات والالتزامات المتعلقة بكيفية عرض السلع المشار إليها في المادتين 11 و12 ويعاقب عليها بموجب المادة 39 بقولها: "يعاقب بغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 06 أشهر"<sup>2</sup>، أما الصنف الثاني فيتمثل في إخلال المورد الإلكتروني بالالتزامات المتعلقة بالسجل الإلكتروني، وهي معاقب عليها

<sup>1</sup> أنظر: المادة 37 من القانون 18 - 05، المرجع السابق، ص: 9.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 39 من القانون 18 - 05، المرجع نفسه، ص: 10.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

بموجب المادة 41 بقولها: "يعاقب بغرامة من 20000 دج إلى 200000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحكام المادة 25 من هذا القانون".<sup>1</sup>

3- الجرائم المتعلقة بمخالفة أحكام الإشهار : وهي جريمة معاقب عليها بموجب المادة 40 من قانون رقم: 05-18 بقولها: " دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون".<sup>2</sup>

4- مخالفة عدم الفوترة: أحالنا المشرع في المادة 44 من قانون 05-18 إلى المادة 33 من قانون رقم: 02-04 المتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي نصت على ما يلي: " دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته".<sup>3</sup>

### ثانيا: العقوبات التكميلية

"يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (01) إلى ستة (06) أشهر"<sup>(4)</sup> كما يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري".<sup>5</sup>

هناك إجراء آخر "عندما يرتكب المورد الإلكتروني أثناء ممارسة نشاطه مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة، لا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق ثلاثين (30)

<sup>1</sup> أنظر: المادة 41 من القانون 05 - 18 ، المرجع نفسه، ص:10.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 40 من القانون 05 - 18 ، المرجع نفسه، ص:10.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 33 من القانون 02 - 04 ، المرجع السابق، ص:07.

<sup>4</sup> أنظر: المادة 37 ف 2 من القانون 05 - 18 ، المرجع السابق، ص:09.

<sup>5</sup> أنظر: المادة 38 ف 2 من القانون 05 - 18 ، المرجع نفسه، ص:09.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

يوماً"<sup>1</sup>، وفي حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز اثني عشر (12) شهراً تضاعف الغرامة المالية، حيث نصت المادة 48 من قانون 05-18 بقولها: "يضاعف مبلغ الغرامة في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز اثني عشر (12) شهراً من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة".<sup>2</sup>

### الفرع الثاني

#### غرامة الصلح في مخالفات التجارة الإلكترونية

عرفت غرامة الصلح على أنها: "تسوية ودية بالتراضي بين الإدارة المكلفة بمراقبة الممارسات التجارية وقمع الغش من جهة، والمتعامل الاقتصادي من جهة أخرى فهي وسيلة سريعة وفعالة وعادلة لانتهاء النزاع دون اللجوء للقضاء"<sup>3</sup>، وعلى هذا الأساس فإن من بين الجرائم المشمولة بإجراء الصلح في التشريع الجزائري هي تلك المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية، ويتعلق الأمر بالمخالفات التي يرتكبها المورد الإلكتروني إضراراً بالمستهلك الإلكتروني لأن العقوبة فيها تقتصر فقط على الغرامة.<sup>4</sup>

وهذا ما كرسته المادة 389 من قانون الإجراءات الجزائية بقولها: "تنقضي الدعوى العمومية بقيام المخالف بدفع مقدار غرامة الصلح ضمن الشروط والمهل المنصوص عليها في المادة 384 من نفس القانون"<sup>5</sup>، وفي هذا الإطار فقد منح المشرع الجزائري صلاحيات إجراء الصلح للإدارة المكلفة بحماية المستهلك مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام قانون 05-18<sup>6</sup>، مع الإشارة على أنه لا يمكن فرض هذه الغرامة في الحالات التالية:

<sup>1</sup> أنظر: المادة 43 من القانون 18 - 05، المرجع نفسه، ص:10.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 48 من القانون 18 - 05، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> بن قلة فاطيمة، الحماية الجزائية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2018/2019، ص: 79.

<sup>4</sup> زاوي رفيق وآخرون، المرجع السابق، ص 64.

<sup>5</sup> أنظر: المادة 389 من قانون الأمر رقم: 66-155 المؤرخ في: 08 جوان 1966، الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم.

<sup>6</sup> نصت المادة 45 من قانون: 05-18 على: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض تؤهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات غرامة الصلح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون، يجب على الأعوان المنصوص عليهم في المادة 36 من هذا القانون اقتراح غرامة

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

- إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية وإما تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك
- تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح
- العود أو تكرار المخالفة

كما حدد مبلغ هذه الغرامة بالحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام القانون رقم 18-05<sup>1</sup>، أما عن إجراءات التبليغ فقد جاء في المادة 47 من القانون: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ما يلي "تبليغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الإلكتروني خلال مدة لا تتجاوز سبعة (7) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بأشعار بالاستلام يتضمن هوية المورد الإلكتروني، عنوان بريده الإلكتروني وتاريخ وسبب المخالفة ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة بالإضافة إلى مواعيد وكيفية الدفع، إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل خمسة وأربعين (45) يوما يرسل المحضر للجهة القضائية المختصة.<sup>2</sup>

ويمكن مضاعفة مبلغ الغرامة المالية في حالة تكرار المورد الإلكتروني لنفس الجريمة حيث نصت المادة 48 من القانون 18-05 على أنه "يضاعف مبلغ الغرامة في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز اثني عشر (12) شهرا من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة".<sup>3</sup>

---

صلح على المخالفين، لا يمكن إجراء غرامة الصلح في حالة العود أو المخالفات المنصوص عليها في المادتين 37 و38 من هذا القانون" المادة 45 من القانون 18 - 05 ، المرجع السابق .

<sup>1</sup> جاء في نص المادة 46 منه على ما يلي: " مبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، في حالة قبول المورد الإلكتروني لغرامة الصلح تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10% "، أنظر: المادة 46 من القانون 18 - 05، المرجع نفسه، ص:10.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 47 من القانون 18 - 05، المرجع نفسه، ص: 10.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 48 من القانون 18 - 05، المرجع نفسه، ص:10.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### المطلب الثاني

#### الجزاءات المقررة للمورد الإلكتروني في ظل قانون العقوبات وقانون رقم: 03-09

يستدعي عقد الإستهلاك الإلكتروني بيانات شخصية يتم إرسالها من طرف المستهلك إلى المورد الإلكتروني بغية تأكيد عملية البيع، وهي من قبيل المعلومات السرية التي تستدعي حماية من أجل الردع من جهة أخرى، ولهذا أقر المشرع الجزائري حماية له جراء هذه الجرائم في قانون العقوبات المعدل والمتمم وقانون رقم: 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وسوف نتناول كل جريمة على حدى.

### الفرع الأول

#### الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع والغش والإحتيال:

المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع ضحية الغش والخداع والإحتيال، وبالرجوع للقانون الجزائري نجد أن المشرع لم يولي حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني، وهذا ما دفعنا للبحث في الحماية الجنائية وفقا للقواعد العامة، وباستقراء قانون العقوبات الجزائري نجد أنه فرق بين جرمي الخداع والغش بأن وضع لكل منهما الأوصاف الخاصة بها، أما بالنسبة للإحتيال فإننا نطبق القواعد العامة الخاصة بجريمة النصب ولهذا سنتعرض لكل جريمة على حدا.

#### أولاً: جريمة الخداع

لم يعرف المشرع الجزائري الخداع لكن الفقه عرفه على أنه: "قيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو لباسه مظهرًا يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع".<sup>1</sup>

#### 1- أركان جريمة الخداع:

تتحقق جريمة الخداع بتوافر الركنين المادي والمعنوي

<sup>1</sup> محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التديليس في المواد الغذائية والطبية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2005 ص: 9.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

أ- الركن المادي: نص القانون رقم: 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 68 منه على جريمة الخداع، ويتوفر الركن المادي لجريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتوجات المسلمة
- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا
- قابلية استعمال المنتوج
- تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج
- النتائج المنتظرة من المنتوج
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج.<sup>1</sup>

ونفس المادة أحالتنا إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، ونجد أن الركن المادي في هذه المادة يتوفر في كل فعل يصدر من الجاني "كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع سواء في نوعها أو مصدرها سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها"<sup>2</sup>، ونجد أن هذه الجريمة تتحقق وبكثرة في التجارة الإلكترونية خاصة وأن التعاقد الإلكتروني يتم عن بعد، ولكن يطرح الإشكال خاصة مع تعدد الوسائل وصور الخداع في التجارة الإلكترونية، والتي قد تخرج عن الصور المحددة لها على سبيل الحصر في كلا المادتين، وبهذا قد يفلت الجاني من العقاب.

ب- الركن المعنوي: تعد جريمة الخداع جريمة عمدية بشرط تحققها القصد الجنائي بعنصره العلم والإدارة أي انصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع العلم بأركانها وأن القانون يعاقب عليها، كما تجدر الإشارة إلى أن المادة 68 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم تشترط إلحاق الضرر بالمستهلك، ولهذا صنفها البعض ضمن جرائم الخطر وليست جرائم الضرر.

<sup>1</sup> أنظر المادة 68 من القانون 09 - 03 ، المرجع السابق. ص:20.

<sup>2</sup> أنظر المادة 429 من الأمر: 66-156 المؤرخ في: 08 جوان 1966. المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم بالقانون رقم: 06-23 المؤرخ في: 20 ديسمبر 2006، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد: 84، ص: 12.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

2- العقوبات المقررة لجريمة الخداع: أحالت المادة 68 من القانون رقم: 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيما يخص العقوبة إلى المادة 429 من قانون العقوبات، فيعاقب بالحبس من شهرين إلى 03 سنوات وغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

وتشدد العقوبة المقررة حسب المادة 69 من نفس القانون السالف الذكر، وكذا المادة 430 من قانون العقوبات إلى خمس سنوات حبس وغرامة إلى 500000 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها ارتكب بإحدى الوسائل المنصوص عليها بالمادتين السابقتين الذكر. بالإضافة إلى تقرير مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا عن جريمة الخداع، وذلك حسب ما جاء في نص المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري، وتطبق عليه عقوبة الغرامة حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر من قانون العقوبات وعقوبة من العقوبات التكميلية، " مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الجريمة ".<sup>1</sup>

### ثانيا: جريمة الغش

يعتبر الغش المرتبط بالتجارة الإلكترونية أحد أشكال الجرائم الإلكترونية، وفي نفس الوقت أحد أشكال الجرائم الاقتصادية أي أن الغش التجاري عبر الانترنت يقع ضمن الغش التجاري التقليدي وأيضا داخل نطاق الجريمة الإلكترونية، وهذا ما يجعلنا نتعرض للجريمة طبقا للقواعد العامة.<sup>2</sup>

#### 1- أركان جريمة الغش: تقوم جريمة الغش على ركنين أساسين لقيامها مادي ومعنوي

أ- الركن المادي: تنص المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري على مجموعة من الأفعال جاءت على سبيل الحصر غير أنه نجد المادة 70 استعملت لفظ التزوير بدلا من لفظ الغش الذي ورد في المادة 431 من قانون العقوبات

<sup>1</sup> أنظر: المادة 82 من القانون 09 - 03، المرجع السابق، ص: 21.

<sup>2</sup> خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير في القانون، فرع المؤسسات المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص: 92.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

كما استعملت المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش كذلك لفظ الغش بقولها "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات، كل من يغض أو يعرض أو يضع للبيع..."<sup>1</sup>، ويمكن إيجاز الركن المادي لجريمة الغش في ثلاث صور: إنشاء مواد أو سلع مغشوشة، عرض المواد أو البضائع المغشوشة للبيع والتعامل في مواد خاصة تستعمل في الغش.<sup>2</sup>

ب- **الركن المعنوي:** ما يمكن قوله على الركن المعنوي في جريمة الغش هو أنها تعتبر جريمة عمدية فلا بد من توفر القصد الجنائي العام ويتحقق ذلك باتجاه ارادة الجاني إلى ارتكاب الغش مع علمه به أي علمه بأنه مقدم على ارتكاب جريمة متوفرة على جميع أركانها.

2- **العقوبات المقررة لجريمة الغش:** تكيف جريمة الغش على أنها جنحة يعاقب عليها بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات غرامة من 10000 دج إلى 50000 دج وهذا وفقا للمادة 431 من قانون العقوبات الجزائري.<sup>3</sup>

إضافة إلى ذلك فإن العقوبة ترتفع من خمس (05) سنوات إلى عشر (10) سنوات وغرامة مالية من 50000 دج إلى 1000000 دج إذا ألحقت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو قدمت له إلى مرض وعجز عن العمل، كما يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وغرامة من: 1000000 دج إلى 2000000 دج إذا تسببت تلك المادة المغشوشة بمرض غير قابل للشفاء أو في فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان<sup>4</sup>، بالإضافة إلى العقوبات السابقة الذكر فقد نصت المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على عقوبات تكميلية بقولها: " إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68 و 69 و 70 و 71

<sup>1</sup> أنظر: المادة 83 من القانون 09 - 03، المرجع السابق، ص: 21.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 431 من الأمر 66 - 156، المرجع السابق.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 431 ف 1 من الأمر 66 - 156، المرجع السابق.

<sup>4</sup> أنظر: المادة 432 من القانون 66 - 156، المرجع السابق.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

و73 و78 أعلاه، تصادر المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون " <sup>1</sup>.

### ثالثا: جريمة الاحتيال

يعد الاحتيال في التجارة الإلكترونية من أكثر الجرائم انتشارا و إضرارا بالمستهلك الإلكتروني، والتي يقع فيها نتيجة التعاقد عبر شبكة الانترنت ونظرا لكون المشرع الجزائري لم يتناول نصوص خاصة تجرم الاحتيال الإلكتروني، فإننا نطبق القواعد العامة الخاصة بجريمة النصب، وسنحاول دراستها من خلال تناول أركان الجريمة الاحتيال أولا ثم العقوبات المقرر للجريمة ثانيا.

1- أركان جريمة الاحتيال: قبل التطرق إلى أركان جريمة الاحتيال لابد أن نبرز الركن الشرعي لجريمة الاحتيال والمتمثل في المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي نصت على الاحتيال التقليدي مع التغيير في الوسيلة التي تختلف في مجال التعاقد الإلكتروني بحيث تكون باستعمال وسيلة حديثة. <sup>2</sup>

أ- الركن المادي: يعد الركن المادي في أي جريمة هو السلوك الإجرامي المعاقب عليه والذي يؤدي إلى نتيجة إجرامية مع ضرورة وجود العلاقة السببية بين الفعل والنتيجة ولقد نصت المادة 372 من قانون العقوبات على أنه: " كل من توصل إلى استلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالفات أو إبراء من التزامات أو إلى الحصول على أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشرع فيه إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل

<sup>1</sup> أنظر: المادة 82 من القانون 09 - 03، المرجع السابق.

<sup>2</sup> تنص علي: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع سواء في نوعها أو مصدرها، سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق ".

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشبية من وقوع أي شيء منها".<sup>1</sup>

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

- استعمال وسائل ومناورات احتيالية لإيقاع الغير في الخطأ

- تسلم القيم بواسطة تلك الوسائل

- أن يسبب التسليم ضررا ماديا للمالك

- توفر القصد الجنائي

الوسائل الاحتيالية المستعملة: يفترض القيام بالنصب من قبل الفاعل استعمال وسائل احتيالية من شأنها ايقاع الضحية في الغلط

وقد حدد القانون الوسائل وهي استعمال أسماء كاذبة أو صفات كاذبة أو استخدام سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو باحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو واقعة وهمية أخرى أو الخشبية من وقوع شيء، وتكون هذه الوسائل وخاصة بالنسبة لاستعمال أسماء وصفات كاذبة الأسهل والأكثر انتشارا في مجال التجارة الإلكترونية والتي يون ضحيتها المستهلك الإلكتروني.

تسليم القيم: لا يكفي استعمال أسماء أو ألقاب كاذبة أو صفات كاذبة أو الوسائل الأخرى الواردة في المادة 372 من قانون العقوبات لقيام جريمة النصب، وإنما يجب أن يتحمل الفاعل جراء استعمال هذه الوسائل على قيم وأموال غير شرعية إضرارا بالغير، وعليه فلا نكون أمام نصب إذا تم استخدام أسماء أو صفات كاذبة أو وسائل احتيالية أخرى دون أن يكون الهدف منها تسليم القيم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أنظر: المادة 372 من الأمر: 66-156، المرجع السابق.

<sup>2</sup> بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي علي كافي، تيندوف، الجزائر، 2019، ص ص: 298، 299.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

سلب كل ثروة الغير أو بعضها أو البعض منها أو الشروع في ذلك: لا تكفي العناصر السابقة وحدها لقيام الركن المادي لجريمة الاحتيال، بل لابد أن تتم عملية سلب كل أو بعض ثروة الغير أو الشروع في ذلك، بحيث نكون أمام واقعة الإضرار بالضحية ما ينتج عنها جنحة الاحتيال

ب- **الركن المعنوي:** تعتبر جريمة الاحتيال من الجرائم العمدية التي تستلزم توافر القصد الجنائي العام، بالإضافة إلى القصد الخاص، حيث يعرف القصد الجنائي العام على أنه: "مدى علم الجاني بالأفعال التي يأتيها من الوسائل الاحتمالية، والتي تتسبب في خداع المستهلك وإجباره على التسليم، أما القصد الخاص فيتمثل في نية الاستيلاء على مال المستهلك،<sup>1</sup> وفي الأخير وقبل التطرق إلى العقوبات المقررة لجريمة النصب سنتناول بعض صور الاحتيال التي يمكن أن يقع فيها المستهلك الإلكتروني ومن بينها: عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها بالرغم من سداد ثمنها وانتحال اسم أحد مواقع التسوق الشهيرة، وهو ما يقابل انتحال صفات أو أسماء كاذبة، بحيث يتم خداع المستهلك ويوهمه بأنه الموقع الشهير تمهيدا لسلبه أمواله بدون مقابل، كذلك قد يعتبر من صور الاحتيال على المستهلك الإلكتروني الترويج لسلعة مقلدة شبيهة بمنتج أصلي عالي الثمن والجودة.

كما قد يتم الترويج لسلع غير معروفة باستخدام الإعلانات الكاذبة والمضللة إذ يلجأ بعض المنتجين إلى الترويج لسلعهم غير المعروضة باستعمال إعلانات وهمية وكاذبة من شأنها غش المستهلك.<sup>2</sup>

### 2- العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال:

عقوبة جريمة الاحتيال حسب المادة 372 من قانون العقوبات هي الحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وغرامة من 5000 دج إلى 20000 دج وتشدد العقوبة إذا لجأ الشخص إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية وتصل مدة الحبس إلى عشر سنوات والغرامة إلى 200000 دج، كما أحالت المادة 372 على المادة 14 من نفس القانون كعقوبات

<sup>1</sup> بوخاري سمرة، المرجع السابق، ص: 97.

<sup>2</sup> بن اسماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص ص: 299، 300.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

تكميلية تتمثل في الحرمان من الحقوق أو من بعض منها والمنع من الإقامة، وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني

#### الحماية الجزائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

منحت قوانين حماية المستهلك بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة الحق للمستهلك في المحافظة على سرية معطيات الشخصية التي يقدمها للتاجر، وأن لا يتعرف بها هذا الأخير دون علم المستهلك الإلكتروني، كما يتوجب عليه اتخاذ كافة الإجراءات للحفاظ على سرية هذه المعطيات كي لا تصل إلى الغير، وقد يسيء التاجر الإلكتروني استخدام هذه المعطيات ويقوم بإفشائها ومعالجة هذه المعطيات دون الحصول على إذن صاحبها وبطرق غير مشروعة<sup>2</sup>، وعليه سنتطرق إلى جريمة التلاعب بالمعطيات أولا ثم جريمة التعامل في المعطيات غير مشروعة ثانيا.

#### أولا: جريمة التلاعب بالمعطيات

هذه الجريمة لقيت تنظيما من قبل المشرع الجزائري بموجب القانون رقم: 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، إضافة إلى تنظيمها وفقا للقواعد العامة، وهذا حسب ما جاءت به المادة 394 مكرر 01 من قانون العقوبات الجزائري بقولها: " يعاقب بالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات وبغرامة من 500000 دج إلى 2000000 دج كل من ادخل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو ازال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي يتضمنها"<sup>3</sup>، والتي سنتناولها كصورة من صور المساس بالبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني أثناء قيامه بمعاملات تجارية في البيئة الرقمية، فقد عرف المشرع الجزائري المعطيات الشخصية بنص المادة 03 فقرة 01 من القانون 07-18 بقولها: " كل

<sup>1</sup> أنظر: المادة 372 من الأمر رقم: 66-156، المرجع السابق.

<sup>2</sup> كريمة بركات، الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد: 13، العدد: 01، 2022، ص: 494.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 394 مكرر 01 من الأمر: 66-156، المرجع السابق.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

معلومة بغض النظر عن دعائها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه (الشخص المعني) بصفة مباشرة أو غير مباشرة لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية<sup>1</sup>.

أما معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي كل عملية أو مجموعة عمليات منجزة بطرق أو بوسائل آلية أو بدونها على معطيات ذات طابع شخصي مثل الجمع أو التسجيل أو التنظيم أو الحفظ أو الملاءمة أو التغيير أو الاستخراج أو الإطلاع أو الاستعمال أو الإيصال عن طريق الإرسال أو النشر أو أي شكل آخر من أشكال الإتاحة أو التقريب أو الربط البيني وكذا الإغلاق أو التشفير أو المسح أو الإتلاف.<sup>2</sup>

1- أركان جريمة التلاعب بالمعطيات: تستمد هذه الجريمة شرعيتها من القانون رقم: 07-18 الخاص بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

أ- الركن المادي: يتحقق الركن المادي لجريمة التلاعب بالمعطيات بالقيام بإحدى الأفعال الواردة على سبيل الحصر في المادة 394 مكرر 01 من قانون العقوبات وهي:

- فعل الإدخال غير المصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو فعل إزالة هذه المعطيات أو تعديلها بغير تصريح.

جميع هذه الأفعال تؤدي إلى التغيير من الحالة التي توجد عليها المعطيات محل اعتداء ألا وهي بيانات المستهلك في هذا الإطار، وتجدد الإشارة إلى أن جريمة التلاعب بالمعطيات من الجرائم المادية التي لا يكفي لقيامها أن تهدد سلامة المعطيات فقط، وإنما لابد أن يقع ضرر فعلي على المعطيات يتمثل في تغيير حالتها.

<sup>1</sup> أنظر: المادة 03 الفقرة 01 من ق 07-18، المؤرخ في: 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 10 جوان 2018، العدد: 34، ص: 12.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 03 الفقرة 03 من قانون 07-18، المرجع نفسه، ص: 12.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

ب- الركن المعنوي: جريمة التلاعب بالمعطيات جريمة عمدية تستلزم لقيامها القصد العام لدى مرتكبها دون القصد الخاص، إذ لا بد أن يعلم الجاني أنه يقوم بادخال أو إزالة أو تعديل غير مصرح به على بيانات المستهلك ومعطياته مع إرادة الجاني إلى تحقق ضرر.<sup>1</sup>

3- العقوبات المقررة لجريمة التلاعب بالمعطيات: جريمة التلاعب بالمعطيات أفرد لها المشرع الجزائري عقوبات في القواعد العامة كما خصها بقوانين خاصة (قانون 18-07)، حيث نصت المادة 394 مكرر 01 من قانون العقوبات على عقوبة أصلية للجاني تتمثل في الحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وغرامة من 500000 دج إلى 2000000 دج،<sup>2</sup> كما نصت المادة 394 مكرر 06 على عقوبات تكميلية بقولها "مع الاحتفاظ بحقوق الغير حسن النية، يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع اغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجزائم المعاقب عليها وفقا لهذا القسم، علاوة على اغلاق المحل أو مكان الاستغلال اذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكتها"<sup>3</sup>، بالإضافة إلى الأحكام الجزائية التي جاء بها القانون رقم: 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي.

### ثانيا: جريمة التعامل في المعطيات غير مشروعة

المشرع الجزائري ومن أجل حماية المستهلك الإلكتروني لم يكتفي بتجريم التلاعب بالمعطيات، وإنما جرم أيضا التعامل في المعطيات المتحصلة من الجريمة، وهذا من شأنه حماية المستهلك الإلكتروني الذي تم الحصول على بياناته بطريقة غير مشروعة من إفشائها أو نشرها.

### 1- أركان جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة:

نص المشرع الجزائري على هذه الجريمة في المادة 394 مكرر 02 من قانون العقوبات وتتحقق بتوافر ركنين مادي ومعنوي.

<sup>1</sup> بن سماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص: 301.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 394 مكرر 01 من الأمر رقم: 66-156، المرجع السابق.

<sup>3</sup> أنظر: المادة 394 مكرر 06 من المرجع نفسه.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

أ- الركن المادي: يتخذ السلوك الإجرامي في جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة صورتين هما: التعامل في معطيات صالحة لارتكاب جريمة والتعامل في معطيات متحصلة من جريمة ولا يتطلب المشرع لقيام الجريمة تحقق نتيجة معينة.

- التعامل في معطيات صالحة لارتكاب جريمة: وذلك بالقيام بتصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسلية عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها إحدى جرائم المعالجة الآلية للمعطيات.<sup>1</sup>

- التعامل في معطيات متحصلة من جريمة: وتتعلق هذه الصورة بتوافر أحد الأفعال الأربعة المنصوص عليها في المادة 394 مكرر 02 من قانون العقوبات وهي حيازة أو شفاشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من إحدى جرائم المعالجة الآلية للمعطيات.<sup>2</sup>

ت- الركن المعنوي: تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية ولقيامها لا بد من توفر القصد الجنائي العام، والذي يتمثل في علم الجاني بكل العناصر التي تدخل في بناء الجريمة، إذ يلزم أن يعلم الجاني أنه يقوم بالتعامل في معطيات غير مشروعة وأن تتجه إرادته إلى التعامل في تلك المعطيات.<sup>3</sup>

2- العقوبات المقررة في جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة: نصت المادة 394 مكرر 02 من قانون العقوبات على أنه يعاقب مرتكب الجريمة بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وغرامة من 1000000 دج إلى 5000000 دج أما المادة 394 مكرر 06 فقد نصت على عقوبات تكميلية تتمثل في مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا للجريمة، وكذا إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا ارتكبت الجريمة بعلم مالكيها.

<sup>1</sup> أنظر: المادة 394 مكرر 02 فقرة 01 من الأمر رقم: 66-156، المرجع نفسه.

<sup>2</sup> أنظر: المادة 394 مكرر 02 فقرة 02 من المرجع نفسه.

<sup>3</sup> بن سماعيل سلسيل، المرجع السابق، ص: 303.

## الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني

### خلاصة الفصل الثاني:

إن المستهلك الإلكتروني هو الحلقة الأضعف في عملية التسوق الإلكتروني، لذلك كان على الدول إصدار تشريعات تحمي حقوقه كونه عادة ما يكون عرضة للتلاعب بإرادته في إبرام العقد، ومن الملاحظ أن المورد الإلكتروني منذ تصميمه للإشهار أنه يسعى إلى التأثير على نفسية المستهلك وحثه على إبرام العقد، وتستمر هذه العملية خلال مرحلة الإعلام التي يلتزم بها المورد اتجاه المستهلك، فقد يمدّه بمعلومات مبالغ فيها وقد يخفي عنه معلومات جوهرية وصولاً إلى مرحلة تسليم المنتج الذي من المحتمل أن يكون غير مطابق لشروط العقد. ونجد أن المشرع الجزائري يرافق المستهلك طيلة هذه المراحل ويمدّه بكل الضمانات التي تجعله أقوى لخلق التوازن، كما تجدر الإشارة إلى أن المشرع لم يهمل أي جانب من جوانب المعاملات الإلكترونية، ومع ذلك فإن العديد من الأحكام لا تزال تستنبط من القانون العام، ضف إلى ذلك صعوبة إمكانية إثبات أركان التدليس والغلط لأن عالم الويب في اتساع مستمر وحيل المسوقين عبر الشبكة تتطور في كل مرة لتملص من سلطة القانون، لذلك وجب تحديث الترسنة القانونية باستمرار بما يتماشى مع الثورة في عالم التكنولوجيا.

خاتمة

## خاتمة

عرفت البيئة الرقمية تطورا ملحوظا في الأونة الأخيرة، وقد أصبح من غير الممكن للفرد الاستغناء عنها، كما أنها توسعت لتشمل مختلف مناحي الحياة، ويُعد التعاقد الإلكتروني من المفاهيم الحديثة التي كانت وليدة الثورة الرقمية.

ولأن السعي إلى الربح ولد رغبة ملحة لدى الموردين الإلكترونيين في توسع شبكة المستهلكين، ماجعلهم يتصرفون بصفتهم المحترفين بطريقة تفرض على المستهلك الإلكتروني التعاقد، وهنا جاء دور المشرع الذي رأى أن الضمانات التقليدية لم تعد كافية فجاء بضمانات أخرى تتماشى مع طبيعة العقد الإلكتروني من حيث سرعة إبرامه، الأدوات المستخدمة فيه والتباين المعرفي بين المورد والمستهلك في الغالب.

فأصدر المشرع الجزائري جملة من النصوص لعل أهمها قانون رقم: 18-05 المؤرخ في: 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وقانون رقم: 09-03، المؤرخ في: 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ومن خلال استقرائنا لهذه النصوص وأراء الفقهاء توصلنا إلى جملة من الإستنتاجات الآتية:

- كثيرا ما يتم الرجوع إلى الضمانات الواردة في القوانين العامة نظرا لعدم شمولية القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية.

- سواء كان المستهلك عادي أو إلكتروني فإن المشرع يكفل له الحماية والحق في الدعوى القضائية لاسترداد حقوقه.

- بطبيعته فإن العقد الإلكتروني يحتاج لضمانات خاصة وهو ما تنبه له المشرع الجزائري حين أصدر قانون التجارة الإلكترونية.

## خاتمة

- لم يعد المستهلك هو ذلك الشخص الاعتباري بل تعداه إلى مفهوم الشخص المعنوي في نظر المادة 06 من القانون رقم: 18-05.
- جعلت الضمانات التي جاء بها قانون التجارة الإلكترونية المستهلك في موقف الند للند مع المورد الإلكتروني من خلال تأطيرها لكافة مراحل التعاقد الإلكتروني.
- ركز المشرع على الغرامات المالية كآلية للردع في نص القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- ترك المشرع الباب مفتوحا أمام الصلح، وفي هذا الإطار فإن الأمر من صلاحيات الأسلاك الخاصة بالرقابة التجارية.
- ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني من خلال قانون التجارة الإلكترونية بإعادة ارسال المنتج في غلافه الأصلي إذا تبين أنه غير مطابق للطلبية أو كان معيبا كضمان للمستهلك الإلكتروني، وذلك تقاديا للنزاعات القضائية غير أنه لم يتناول بالتفصيل في هذه الضمانات.
- في نهاية هذا البحث ارتأينا سرد جملة من التوصيات والاقتراحات وهي:
  - ضرورة تماشي التشريع مع التسارع في التطور التكنولوجي
  - توعية أطراف العقد الإلكتروني بضرورة التعامل في إطار القانون
  - يتوجب على المشرع الجزائري مواكبة التطور الحاصل في البنية الرقمية من خلال تحيينه للمنظومة القانونية، وذلك بإضافة نصوص قانونية تحدد بدقة مفهوم العيب الخفي في المنتج الإلكتروني ليلتزم المورد الإلكتروني بضمان هذا العيب، نظرا لصعوبة كشفه من قبل المستهلك الإلكتروني لقلة خبرته من جهة، عدم تفصيل قانون التجارة الإلكترونية للعيب الخفي، وكذا عدم كفاية الشروط المحددة في العيب الخفي وفقا للقواعد العامة لمواكبة هذا التطور من جهة ثانية.
  - زيادة التدفق في حجم البيانات الرقمية للنهوض بقطاع التجارة الإلكترونية.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

أولاً- الكتب:

- 1- أحمد عبد لرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، حق الملكية مع شرح مفصل للأشياء والأموال، الطبعة 03، الجزء:08، منشورات الحلبي، لبنان، 2009.
- 2- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر 2005.
- 3- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.
- 4- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2008.
- 5- شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2011.
- 6- عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، مصر 2003.
- 7- عبد الفتاح حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى الإسكندرية، مصر، 2006.
- 8- عبد الوجود يحيى الودود، الموجز في النظرية العامة للالتزامات- القسم الأول مصادر الإلتزام- دار النهضة العربية، مصر، 1985.
- 9- كوثر سعيد عدنان خالد وسميحة القيلوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016.
- 10- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر 2012.

## قائمة المصادر والمراجع

11- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية والطبية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2005.

12- محمد صبري السعدي، الواضح في الشرح القانوني المدني، منشورات دار الهدى، الجزائر، 2019.

13- محمد محمود قدرى، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، دار النهضة العربية، مصر، 2014.

ثانيا- النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1- القانون رقم: 04-02 المؤرخ في: 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في: 15 أوت 2010، العدد: 41.

2- القانون رقم: 14-04 المؤرخ في: 24 فيفري 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 23 مارس 2014، العدد: 16.

3- القانون رقم: 18-05 المؤرخ في: 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 16 ماي 2018، العدد: 28.

4- القانون 18 - 09 المؤرخ في: 10 جوان 2018 المعدل والمتمم للقانون 09 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

5- القانون 16 - 04 المؤرخ في 19 يونيو 2016 المعدل والمتمم للقانون 04 - 04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس.

## قائمة المصادر والمراجع

- 6- القانون 07-18، المؤرخ في: 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 10 جوان 2018، العدد: 34
- 7- القانون رقم 09 - 03 المؤرخ في: 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009، العدد: 15.
- 8- الأمر 03-03 المؤرخ في: 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 20 جويلية 2003، العدد: 43 .
- 9- الأمر رقم: 75-58 المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم
- 10- الأمر: 66-155 المؤرخ في: 08 جوان 1966 الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائرية المعدل والمتمم.
- 11- الأمر: 66-156 المؤرخ في: 08 جوان 1966 الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
- ب- النصوص التنظيمية:**
- 12- المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 المؤرخ في: 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 30 جانفي 1990، العدد: 05 .
- 13- المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في: 26 سبتمبر 2013، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة في: 02 أكتوبر 2013، العدد: 49.

## قائمة المصادر والمراجع

14- المرسوم التنفيذي رقم:13- 378 المؤرخ في:09 نوفمبر 2013، المتعلق بالشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ:18 نوفمبر 2013، العدد:58.

ثالثا: المقالات العلمية:

01- ابيوان ولد طالب مليكة، خصوصية العقد الإلكتروني في نظام التكنولوجيا والاتصال ومدى حمايته للمستهلك الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية، المجلد:09، العدد:02، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2023

02- آسيا بوطوطن والكاهنة زاوي، إشكالية عيوب الإرادة وآثارها على عقد الإستهلاك الإلكتروني وفقا للقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، المجلد:25، العدد:62، جامعة عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2021.

03- براهيم منير، حماية رضا المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة الجزائر، العدد:05، 2017.

04- برادي أحمد وبن عمر توهامي، التراضي الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تامنغست، الجزائر، المجلد:10، العدد:03، 2021.

05- بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد:02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي علي كافي، تيندوف، الجزائر، 2019.

06- بوزكري انتصار وبوضياف عبد الرزاق، ضوابط الإشهار الإلكتروني في ظل القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد:13، العدد:02، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2022.

## قائمة المصادر والمراجع

- 07- بولقواس سارة، الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد:02، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر 2017.
- 08- الحاج مبطوش والعيد جباري، البنود التعسفية في عقود الإستهلاك الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد:10، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2018.
- 09- رامي علوان، التعبير عن طريق الأنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد:04، 2002، ص:250.
- 10- رباحي أحمد، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد:10، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2013.
- 11- ربيع زهية، حماية خيار العدول للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد:6، العدد:01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021.
- 12- زاوي رفيق وآخرون، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، المجلد:03، العدد:01، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريبيج، الجزائر، 2018.
- 13- زقاوي أحمد وبن عمور عائشة، الالتزام بالإعلام كآلية وقائية لضمان سلامة المستهلك المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد:07، العدد:01، جامعة أحمد بن يحي الوشريسي، تيسمسيلت، الجزائر، 2022.
- 14- زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد:10، العدد:02، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي الجزائر، 2019.

## قائمة المصادر والمراجع

- 15- سليمان مصطفى وبجماوي الشريف، حماية رضا المستهلك الإلكتروني، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، المجلد:01، العدد:01، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر 2017.
- 16- سي يوسف/كجار زهية حورية، حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهار التجاري في ضوء قانون التجارة الإلكترونية، مجلة المحلل القانوني، المجلد:03، العدد:01، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2021.
- 17- شيهاني سمير وعباس ريمة، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد:08، العدد:02، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2023
- 18- صديقي منال وبقنيش عثمان، حماية المستهلك الإلكتروني من التظليل الإعلاني، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد:09، العدد:01، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، 2021.
- 19- عبير مزغيش ومحمد عدنان بن ضيف، الضوابط الحمائية المصوبة لاختلال التوازن العقدي في عقود الإستهلاك التعسفية، مجلة الحقوق والحريات، العدد:04، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، 2017.
- 20- العربي شحط أمينة، التراضي في العقد الإلكتروني في ظل التغيرات المستجدة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد: 14، العدد:03، جامعة زيان عاشور، فارس، الجزائر، 2021.
- 21- عزوز سعيدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد:02، العدد:02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البليدة، الجزائر، 2018.

## قائمة المصادر والمراجع

- 22- عشير جيلالي وقاشي علال، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد:06، العدد:02، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر 2022.
- 23- عقي يمينة، الضمانات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد في التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي تيندوف، الجزائر، المجلد:04 العدد:01، 2020.
- 24- علال قاشي، خيار العدول عن العقد ضمانه للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية السياسية والاقتصادية، المجلد :57، العدد:04، المركز الجامعي عبد الله مرسلي، تيبازة، الجزائر، 2020.
- 25- عيادي فريدة، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد:06، العدد:02، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية الجزائر، 2022.
- 26- عيسى لخضر، حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد وفق التشريع الجزائري، مجلة البصائر للدراسات القانونية الاقتصادية، المجلد:01 العدد:01، جامعة بوشعيب بلحاج عين تيموشنت الجزائر، 2021.
- 27- فاتح بن خالد وقيرة سعاد، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني غير المرحب به- اشهارات البريد الإلكتروني نموذجاً -، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية العدد:05، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 2019.
- 28- كتاب زهية، حماية المستهلك في البيئة الرقمية على ضوء التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، المجلد:10، العدد:02، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2022.

## قائمة المصادر والمراجع

29- كريمة بركات، الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني دراسة مقارنة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد:13، العدد:01، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2022.

30- ليندة بومحراث ومهناوي سارة، خصوصية التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني، مجلة أفاق علمية، المجلد:14، العدد:03، 2022.

31- محمد بن يحيى بن سلمان العزي، الإطار القانوني للتعاقد عبر الأنترنت، مجلة الدراسات العربية كلية دار العلوم، جامعة المنيا، المجلد:36، العدد:08، 2017.

ثالثا- الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ- أطروحات دكتوراه:

01- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018/2017.

02- أكسوم رشيدة عيلام، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في الحقوق تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

03- بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2015/2014.

04- سليمان مصطفى، وسائل الإثبات وحجتها في عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، رسالة دكتوراه في الحقوق، تخصص القانون الخاص العميق، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2020/2019.

## قائمة المصادر والمراجع

05- محمد جريفي، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2018/2017.

06- نورة جحايشية، العقد الإستهلاكي في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة الجزائر، 2021/2020.

ب- رسائل الماجستير:

07- إيناس بن غيدة، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2015/2014.

08- بادي عبد الحميد، الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2012/2011.

09- خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير في القانون، فرع المؤسسات المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013.

ج- مذكرات ماستر:

10- ابن عثمان مشرية، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020 / 2019.

## قائمة المصادر والمراجع

11- بن قلة فاطيمة، الحماية الجزائرية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر 2019/2018.

12- بوخاري سمرة، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2020/2019.

13- خالد طيهار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2019/2018.

14- خيمة شهرزاد ولوناسي ليدية، حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص القانون الخاص جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2019/2018.

15- عمرون ليدية وماديو بيلال، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2019.

16- كريمة عساسي، استخدامات الإعلانات الإلكترونية في تحفيز سلوك المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015/2014.

17- لزعر وسيلة، تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، بن عكنون، الجزائر 2011/2010.

## قائمة المصادر والمراجع

---

رابعاً- ملتقيات:

01- ليندة عبدالله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، الملتقى الوطني، حماية المستهلك في

ظل الانفتاح الاقتصادي، الجزائر، معهد العلوم القانونية والإدارية، بالمركز الجامعي الوادي

13-14 أفريل، 2008.

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
04-01	مقدمة
06	الفصل الأول: الإطار القانوني لعقد الإستهلاك الإلكتروني
07	المبحث الأول: ماهية عقد الإستهلاك الإلكتروني وشروطه
07	المطلب الأول: مفهوم عقد الإستهلاك الإلكتروني
07	الفرع الأول: تعريف عقد الإستهلاك الإلكتروني وخصائصه
11	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني
13	المطلب الثاني: شروط عقد الإستهلاك الإلكتروني
13	الفرع الأول: الشروط الشخصية للعقد الإلكتروني
21	الفرع الثاني: الشروط الموضوعية للعقد الإلكتروني
41	المبحث الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني
41	المطلب الأول: المبررات التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني
41	الفرع الأول: حاجة المستهلك الإلكتروني إلى الخدمات الإلكترونية
42	الفرع الثاني: النزعة الإستهلاكية وضعف الخبرة المهنية لدى المستهلك الإلكتروني
43	المطلب الثاني: المبررات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني
44	الفرع الأول: قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير الحماية للمستهلك
44	الفرع الثاني: عدم إلمام القاضي بالقوانين المنظمة لعلاقة المستهلك بالموارد الإلكتروني
46	خلاصة الفصل
48	الفصل الثاني: الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني
49	المبحث الأول: الإجراءات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني
49	المطلب الأول: إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني قبل وأثناء إبرام العقد الإلكتروني
49	الفرع الأول: إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد الإلكتروني

## فهرس المحتويات

61	الفرع الثاني: إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد الإلكتروني
69	المطلب الثاني: إجراءات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني
69	الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني بالضمان وبالتسليم المطابق للمنتوج
78	الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول
81	المبحث الثاني: الجزاءات المترتبة عن الإخلال بالضمانات
81	المطلب الأول: الجزاءات المقررة للمورد الإلكتروني في ظل قانون رقم: 05-18
81	الفرع الأول: جرائم المورد الإلكتروني والعقوبات المقررة لها
84	الفرع الثاني: غرامة الصلح في مخالفات التجارة الإلكترونية
86	المطلب الثاني: الجزاءات المقررة للمورد الإلكتروني في ظل قانون العقوبات وقانون رقم: 03-09
86	الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع والغش والإحتيال
93	الفرع الثاني: الحماية الجزائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني
97	خلاصة الفصل
100-99	الخاتمة
112-102	قائمة المصادر والمراجع
115-114	فهرس المحتويات
/	الملخص

بالرغم من أن المشرع الجزائري كان متأخرا نسبيا في إصدار القانون رقم: 05-18 المؤرخ في: 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، إلا أنه جاء بضمانات من شأنها حماية المستهلك الإلكتروني من الأخطار التي قد تصيبه خلال تعاقدته عبر شبكة الأنترنت، وذلك من خلال وضع جملة من الشروط التي على المهني التقيد بها بصفته الخبير، فبين سعي المستهلك الإلكتروني لإشباع رغباته السلعية والخدمية وسعي المهني إلى الترويج لمنتجاته بمختلف الطرق، يكون القانون هو الضامن الوحيد لبناء التوازن في هذه العلاقة التعاقدية.

**الكلمات المفتاحية:** المورد الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني، عقد الإستهلاك الإلكتروني، الضمانات القانونية، التشريع الجزائري.

### **Abstract:**

Although the Algerian legislator was relatively late in issuing Law No. 05-18 of May 10, 2018 related to electronic commerce, it came with guarantees that protect the electronic consumer from the dangers that may befall him during his contract via the Internet, by setting A number of conditions that the professional must abide by in his capacity as the expert. Between the electronic consumer's endeavor to satisfy his commodity and service desires and the professional's endeavor to promote his products in various ways, the law is the only guarantor for building balance in this contractual relationship.

**Keywords:** Electronic supplies, Electronic consumer, The Electronic Consumption Contract, Legal Safeguards, Algerian Legislation.