وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of High Education and Scientific Research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج–
University of Mohamed el Bachir el Ibrahim
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of law and Political Sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في الحقوق

تخصص: قانون اعلام الي وانترنيت .

الموسومة بـ:

حماية المستهلك من الغش و الاحتيال في التجارة الإلكترونية

إعداد الطلبة:
. نمـار حفيظة
. بـوجملين مريم

تحت إشراف:
أ. د/ ميهوب يزيد

نوقشت وأجيزت يوم: 2025/06/12

لجنة المناقشة		
د/عيادي سعاد	أستاذ محاضر قسم –ب–	رئيسا
د/ ميهوب يزيد	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
د/ طواهرية منى	أستاذ محاضر قسم –ب–	مناقشا

السنة الجامعية 2024-2025


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم : " ولئن شكرتم لازيدنكم " صدق الله العظيم .

اللهم لك الحمد على ما أعنت وأنعمت ، ولك الثناء على ما وفقت وهديت ، أحمد الله تعالى على وافر نعمته حمدا كثيرا يليق بجلال وجهه الكريم.

نتقدم بالشكر الجزيل وخالص الإمتنان والتقدير إلى الأستاذ الدكتور "ميهوب يزيد " الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة ولم يبخل علينا بالمساعدة أو التوجيه و النصح.

فله كل عبارات الشكر و التقدير وعرفانا منا بالجميل .

كما نشكر جميع أساتذة كلية الحقوق و العلوم السياسية لجامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج على ما قدموه من علم ومعرفة .

اهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

" يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير "

صدق الله العظيم

إلـــى روح والدي الطاهرة .....أسكنـه الله فسيح جنـــــاته

إلـــى أمي الغاليـــة إعترافا بفضلها وتقديـرا لجهدها وصبرها ..... أطال الله عمرهـا

نمار حفيظة

اهداء

اهدي ثمرة جهدي في هذا العمل

إلى التي جعل الله الجنة تحت اقدامها .....امـــي

إلى الذي له كل الرضا حتى يرضى لانه من زرع في اعماقي اسمى معاني الإنسانية .....ابـي

إلى اشقاء الروح وشقيقات القلب

بـوجملين مريم

مقدمة

ادى التطور السريع الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال السنوات الأخيرة، الى بروز مجموعة من الوسائل الإلكترونية الحديثة التي ساهمت بفعالية في تعزيز العلاقات بين الأفراد، سواء على المستوى الشخصي أو المهني، وبين الفاعلين الاقتصاديين من تجار وشركات، خاصة في مجال المعاملات التجارية. فقد أسهمت هذه التقنيات في تسهيل العمليات التعاقدية، وتسريع وتيرتها، مما أتاح فرصا جديدة لتبادل السلع والخدمات عبر الوسائط الإلكترونية، وفرض واقعا جديدا يسمى بالتعاقد الإلكتروني أو التسويق الإلكتروني.

ومع تنامي هذه الظاهرة، أضحى من الضروري مواكبتها بإطار قانوني وتنظيمي يكفل حماية كافة أطراف العلاقة التعاقدية، ولا سيما المستهلك الإلكتروني، باعتباره الطرف الأضعف في هذه العلاقة. إذ أن جوهر التجارة يقوم على مبادئ الثقة، والسرعة، والائتمان، وهي مبادئ يجب الحفاظ عليها وضمان استمراريتها،لا سيما في بيئة إلكترونية محفوفة بالمخاطر والتحديات القانونية والتقنية.

وفي هذا السياق، أصبحت حماية المستهلك في السوق الإلكترونية مسألة ذات أولوية قصوى، نظرا لما قد يتعرض له من ممارسات تجارية غير نزيهة، كالغش، والخداع، وفرض شروط تعاقدية تعسفية من قبل المورد أو الشركة البائعة، التي غالبا ما تملك مركزا اقتصاديا وقانونيا أقوى.

وبالتالي، فإن تحقيق التوازن بين طرفي العقد الإلكتروني يتطلب تدخلا تشريعيا فعالا، كما أن المخاطر المتزايدة المرتبطة بالتعاقد عن بعد، وغياب التفاعل المباشر، تضع المستهلك في موقع يستدعي توفير ضمانات قانونية حقيقية، من خلال سن قوانين واضحة ومحددة تحيط بالمعاملات الإلكترونية، وتبين حقوق والتزامات كل طرف، وتوفر آليات رقابة وإنفاذ فعالة، وتقرعقوبات رادعة ضد كل من يخل بالتزاماته التعاقدية.

وعليه فإن ازدهار التجارة الإلكترونية مرهون بمدى نجاعة النظام القانوني المنظم لها، وقدرته على تكريس مبدأ الثقة لدى المستهلك، بما يشجعه على الانخراط في هذا النمط

الجديد من المبادلات، وهو ما تسعى إليه معظم التشريعات الحديثة من خلال تطوير منظومة متكاملة لحماية المستهلك الإلكتروني، بما يراعي خصوصيات هذه البيئة الرقمية ويحقق عدالة تعاقدية متوازنة تحفظ كرامة الإنسان وتضمن حقوقه.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في الحاجة الماسة إلى تسليط الضوء على الإشكاليات القانونية والواقعية التي تواجه المستهلك الإلكتروني في ظل الطفرة التي عرفها مجال التجارة الإلكترونية، والتي أصبح فيها المستهلك يشكل أحد أبرز أطراف المعاملات التجارية الحديثة. فقد أضحى هذا الأخير – في كثير من الحالات – خاضعا لإرادة المزود أو المورد، حين يجد نفسه مضطرا لقبول شروط تعاقدية محددة سلفا، دون أن تتاح له فرصة حقيقية للتفاوض أوالتعديل، وذلك مقابل الحصول على سلعة أو خدمة هو في حاجة ملحة إليها.

ورغم ما أتاحه التطور العلمي والتقني من فرص وإمكانيات، إلا أن واقع الممارسة يكشف استمرار معاناة المستهلك من مظاهر الغش، والخداع، والاحتيال، وضعف جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة إلكترونيا، فضلا عن الارتفاع غير المبرر في الأسعار .وهي إشكالات تنعكس سلبا على ثقة المستهلك في البيئة الرقمية، وتجعله في موضع هشاشة قانونية تستدعي المعالجة.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني وبيان مبررات حمايته، باعتباره فاعلا أساسيا في بيئة التعاقد الرقمي، التي تفرض عليه تحديات متعددة تتطلب إطارا قانونيا واضحا يحمي مصالحه، كما يهدف ايضا الى توضيح أهم التشريعات الوطنية والدولية السارية المفعول التي تنظم حماية المستهلك الإلكتروني، مع التركيز على مدى كفاية هذه النصوص في التصدي للإشكالات المتعددة التي تطرحها المعاملات الإلكترونية الحديثة، وخاصة في جريمتي الغش والاحتيال.

أسباب اختيار الموضوع:

إن الدافع الأساسي لاختيار هذا الموضوع يعود إلى الاهتمام الشخصي المتزايد بكل ما يتعلق بمجال التعاقدات الإلكترونية، والرغبة في مواكبة التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، لا سيما في ميدان المعاملات التجارية التي أصبحت تعتمد بشكل كبير على الوسائط الإلكترونية في إبرام العقود وتنفيذها. وقد أضحى هذا المجال يمثل إحدى أبرز صور التقدم التكنولوجي، مما يفرض ضرورة التعمق في دراسته وفهم أبعاده القانونية والاقتصادية والاجتماعية.

أما من الناحية الموضوعية، فإن قضية حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني لم تحظ بعد بما تستحقه من دراسة وتحليل معمقين، بالرغم من أن موضوع التجارة الإلكترونية بصفة عامة قد كان محل اهتمام عدد من الباحثين. غير أن الجانب المتعلق بالمستهلك الإلكتروني وحماية حقوقه لا يزال بحاجة إلى مزيد من التناول العلمي والبحث القانوني الدقيق، خصوصا من حيث تحليل النصوص التشريعية ذات الصلة وتقييم مدى ملاءمتها للواقع العملي والاقتصادي، الأمر الذي يبرر أهمية تناول هذا الموضوع في سياق علمي جاد يهدف إلى سد هذا النقص في المكتبة القانونية.

الدراسات السابقة :

– دراسة حملاجي جمال ، أطروحة دكتوراه الموسومة بـالحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري جامعة مولود معمري تيزي وزو لسنة 2022 ، حيث تناولت الإشكالية التالية : الى أي مدى تدخلت التشريعات لتكريس حماية المستهلك من الممارسات ذات الصلة بالغش التجاري ؟ وقد سلطت الضوء على أهم الممارسات وآليات حماية المستهلك الالكتروني.

– دراسة بن شلي ججيقة ، بوقجار ايمان ، مذكرة ماستر تخصص قانون أعمال، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج ، سنة 2023/2022 ، بعنوان حماية المستهلك

الإلكتروني في التشريع الجزائري ، وهي دراسة تحليلية تشرح أحكام التجارة الإلكترونية وتستقرئ الوضع الراهن لمركز المستهلك الإلكتروني الى جانب تحليل مواد ونصوص قانونية

الإشكالية:

مدى فعالية النصوص القانونية التي سنها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الغش والاحتيال في التجارة الالكترونية ؟

تتفرع عن الاشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم المستهلك الالكتروني؟

- ما هو مفهوم جريمة الغش والاحتيال الالكترونيين؟

– ماهي اشكال الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في مواجهة الغش و الاحتيال ؟

منهج البحث:

نظرا لطبيعة الموضوع وسعيا لتحقيق أهداف هذا البحث بأفضل وجه، تم اعتماد **المنهج الوصفي** لبيان الإطار النظري لمفهوم المستهلك الإلكتروني ، و**المنهج التحليلي** لدراسة آليات حمايته القانونية من الغش والاحتيال .

وفي ظل الإشكالية المطروحة و المنهج المتبع ، تم تقسيم الدراسة الى فصلين :

الفصل الأول يتناول الاطار المفاهيمي للغش و الاحتيال في التجارة الالكترونية ، والذي بدوره مقسم الى مبحثين ، نتطرق في المبحث الأول الى المستهلك الالكتروني ومبررات حمايته ، وفي المبحث الثاني نتناول الغش والاحتيال في التجارة الالكترونية .

اما الفصل الثاني فقد خصص للحماية القانونية للمستهلك الالكتروني و يتكون من مبحثين، تنصب الدراسة في المبحث الأول على حماية المستهلك الالكتروني كمتعاقد. اما المبحث الثاني فنتناول فيه حماية المستهلك الالكتروني كضحية لجريمتي الغش والاحتيال.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للغش والاحتيال في التجارة الإلكتروني

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولا جذريا في أنماط التعاملات التجارية، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية تمثل إحدى الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي المعاصر. فقد أتاح التطور التكنولوجي السريع انتشارا واسعا للمعاملات التجارية عبر الإنترنت، وهو ما أفرز بدوره نمطا جديدا من المستهلكين يطلق عليهم "المستهلكون الإلكترونيون"، الذين يتعاملون مع منتجات وخدمات دون الاحتكاك المباشر بمورديها أو الاطلاع المسبق على طبيعتها المادية. ورغم ما تحمله هذه البيئة الرقمية من مزايا، فإنها أوجدت تحديات قانونية كبيرة، لا سيما فيما يتعلق بظاهرتي الغش والاحتيال الإلكتروني، اللتين تهددان ثقة المتعاملين وسلامة السوق الرقمية.

وانطلاقا من أهمية حماية المستهلك الإلكتروني في ظل هذه البيئة المتغيرة، فإن هذا الفصل يسعى إلى وضع إطار مفاهيمي واضح لهذه الإشكالية، من خلال التطرق أولا إلى تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني وبيان مبررات حمايته القانونية، بالنظر إلى طبيعة العقود التي يبرمها، واحتمال تعرضه لعيوب خفية، إلى جانب تنامي أساليب الخداع والتضليل عبر الوسائط الرقمية. ثم ينتقل البحث إلى تسليط الضوء على ظاهرتي الغش والاحتيال في البيئة الإلكترونية، عبر بيان مفهومي الغش والاحتيال الإلكترونيين، وتحديد الطبيعة القانونية لكل منهما بوصفهما جرائم مستحدثة تستوجب معالجة دقيقة من قبل المشرع والفقه على حد سواء.

المبحث الأول: المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته

مع تطور التجارة الإلكترونية، أصبح المستهلك يتعامل مع منتجات وخدمات دون الاتصال المباشر بالبائع أو فحص السلعة، مما يجعله أكثر عرضة للمخاطر. وقد أدى هذا التحول إلى ظهور مفهوم "المستهلك الإلكتروني"، الذي يتمتع بوضع خاص يفرض على القانون توفير حماية تتناسب مع طبيعة البيئة الرقمية. لذا سنتناول أولا تعريف هذا المستهلك من الزاوية اللغوية والفقهية والتشريعية، ثم نبين مبررات حمايته القانونية، خاصة في ظل ضعف مركزه التعاقدي، وإمكانية تعرضه لعيوب خفية، وتنامي وسائل الغش والخداع التجاري.

المطلب الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني

يعد المستهلك الإلكتروني عنصرا أساسيا في المعاملات التجارية المبرمة في البيئة الرقمية ونظرا لمركزه الضعيف فقد أقرت من أجله العديد من وسائل الحماية التي سنذكرها لاحقا , لذلك وجب علينا تحديد المقصود منه من خلال إعطاء تعريف دقيق له وفقا لما جاء في المعنى الاصطلاحي والتشريعي له ، لهذا سنتناول ضمن هذا المطلب التعريف الإصطلاحي له ثم ندرج بعض التعاريف في التشريعات المقارنة والتشريع الجزائري بوجه الخصوص.

الفرع الأول : التعريف الإصطلاحي

نحاول في هذا الفرع تعريف المستهلك من خلال تعريفه من وجهة نظر الاقتصاديين كما نتناول تعريفه من جانب الفقه القانوني.

ويجب توضيح أن جانب من الفقهاء اتجهوا الى تعريف المستهلك العادي دون نظيره الالكتروني معتبرين أنه لا ضرورة للتفرقة بينهما حيث يعرف المستهلك عادة بأنه "متلقي المنتج أو الخدمة[1]"

أولا : تعريف المستهلك الالكتروني من زاوية الاقتصاديين :

يعد الإستهلاك مصطلح خاص بعلم الإقتصاد ويعني هلاك السلع والخدمات أو فناؤها[2] فقد عرف بعض الاقتصاديين[3] . المستهلك على أنه كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستهلاك شخص او هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة وبالتالي هو كل من يحصل على سلعة ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية اشباعا حالا ومباشرا وعليه فإن مفهوم المستهلك من زاوية الإقتصاد يشمل العناصر التالية :

- استهلاك الأفراد والعائلات .
- الاستهلاك الذاتي .
- الاستهلاك السلع والخدماتي .

فالاستهلاك في علم الاقتصاد يختلف عن الانتاج والتوزيع وبالتالي فهو يمثل اخر مرحلة من مراحل العملية الاقتصادية وهو يختلف عن الإنتاج والتوزيع .

ثانيا : مفهوم المستهلك الالكتروني في الفقه القانوني :

عرف الفقه القانوني المستهلك من خلال منظور ضيق وآخر موسع مما أدى الى انقسامه الى اتجاهين اثنين :

[1] د خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، الطبعة 2، 2019، ص 23

[2] موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، بغداد، الطبعة 1، 2011، ص 13.

[3] روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية جامعة تيسمسيلت، مجلد6، العدد 2 (2022) ، ص 460.

•**التعريف الموسع للمستهلك الالكتروني:** عرف أصحاب الإتجاه الموسع المستهلك هو بأنه :" كل من يقوم بشراء شيء بغاية استهلاكه أو استخدامه لأغراض شخصية أو حرفية " وذلك يعني أن دور السلعة مرهون باستعمالها سواء لغرض شخصي أو مهني ويخرج من هذا النطاق كل من قام بشراء سلعة بغرض إعادة بيعها وبهذا المنطلق يتطابق المفهومين القانوني والإقتصادي للمستهلك[1].

من الواضح أن أنصار هذا الإتجاه قد استندوا في تحديد مفهوم المستهلك على معيار الخبرة فكلما افتقدت الخبرة وجبت الحماية وبالتالي يدخل ضمن دائرة الاستهلاك كل شخص يقوم بعملية الاستهلاك من أجل حاجاته المهنية، بشرط أن يكون ما تعاقد بشأنه يخرج عن نطاق تخصصه[2].

•**التعريف الضيق للمستهلك الالكتروني** : يرى أصحاب الإتجاه الضيق أن المستهلك شخص يقوم باقتناء سلعة أو الحصول على خدمة بغرض اشباع حاجاته الشخصية دون المهنية , وهذا ما تبنته التشريعات الخاصة والآراء الفقهية والقضائية ويرجع السبب في ذلك الى عدم تكافؤ المستهلك والمهني أو المحترف في ذلك مما دفع هذه التشريعات الى تخصيص حماية لهذا المستهلك لأن مبدأ الحماية يرتكز أساسا على عدم التكافؤ وضعف مركز المستهلك .

كما اعتبر البعض من أنصار هذا الاتجاه ان المستهلك " كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية[3] " وبهذا الوصف اقتصر المستهلك على الشخص الطبيعي دون المعنوي مما جعل البعض من أنصار هذا الاتجاه يضفي صفة

[1] موفق حماد عبد، المرجع نفسه، ص 13

[2] خليفة أسماء،حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لمين دباغين، سطيف، 2018، ص 12 .

[3] زاوي عباس، مانع سلمى، الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية، مجلة الحقوق والحريات، جامعة بسكرة، العدد 4، 2017 ، ص 305 .

المستهلك على بعض الأشخاص المعنوية التي لا تهدف نشـاطاتها الى تحقيق الربح مثل الجمعيات الخيرية والنقابات محاولين بذلك تدارك الأمر ، فكل من يسعى لتحصيل سلعة أو خدمة لدافع شخصي ،عائلي أو خيري سيكون مشمولا بالحماية بغض النظر اكان شخص طبيعي او معنوي طالما ليس هناك اعتبار لمعيار الربح في المعاملة .

نخلص الى القول أن المستهلك الإلكتروني هو شخص طبيعي أو اعتباري يتعاقد بأحد الوسائل الإلكترونية من أجل الحصول على السلع والخدمات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو احتياجاته خارج نطاق تخصصه .

وعليه فإن الاختلاف الوحيد الذي يكمن بين المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني هو الوسيلة المستعملة للتعاقد فبينما يلجأ المستهلك التقليدي الى الوسائل التقليدية المعتادة يسعى المستهلك الإلكتروني عبر البيئة الرقمية في تعاملاته التجارية الى الوسائل الإلكترونية المتوفرة عبر شبكة الأنترنت.

الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن:

إن ظهور التجارة الإلكترونية كنمط جديد للمعاملات التجارية جعل الجهود الدولية تتكاثف من أجل تعريف المستهلك الإلكتروني رغم أن المستهلك يبقى مستهلكا حيث يكمن وجه الاختلاف الوحيد من خلال الانتقال بالمعاملة التجارية من الدعامة المادية التقليدية الى الدعامة الإلكترونية التي فرضها التطور التكنولوجي الراهن وهذا ما زاد من الحاجة الى الحماية لهذا المتعامل الضعيف قليل الخبرة مقارنة بنظيره التقليدي .

ومن بين التعريفات الواردة للمستهلك نذكر مايلي :

أولا : تعريف المستهلك الالكتروني من خلال التوجيهات الأوروبية :

اتفقت التوجيهات الأوروبية الصادرة عن الإتحاد الأوروبي الهادفة الى حماية المستهلك على تعريف واحد للمستهلك وهو :"كل شخص طبيعي في العقود التي يشملها هذا التوجيه ،

ويتصرف لأغراض لا تدخل في اطار نشاط تجارته أو مهنته أو حرفته" والتي كان آخرها التوجيه الأوروبي 2011/83 الصادر في: 25 اكتوبر 2011 بشأن حماية المستهلك , والتوجيه رقم: 1353 / 2015 الصادر في: 17 سبتمبر 2015 بشأن توفير المعلومات في مجال الأنظمة التقنية وقواعد خدمات مجتمع المعلومات وبهذا تكون قد حصرت مفهوم المستهلك في الشخص الطبيعي دون الشخص الاعتباري[1].

كما يدخل ضمن مفهوم حماية المستهلك كل شخص طبيعي تعاقد خارج نطاق مهنته أو تجارته بغرض اشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.

ثانيا: تعريف المستهلك الالكتروني في التشريع الفرنسي:

اولى المشرع الفرنسي اهتماما بالغا لموضوع حماية المستهلك وذلك حفاظا على التوازن العقدي للعلاقة التي تضم هذا الطرف الضعيف ، ونلمس ذلك من خلال اصداره مجموعة لا بأس بها من التشريعات التي تهدف لذلك ، حيث نصت المادة الثالثة من مشروع القانون المعدل لقانون الاستهلاك الفرنسي لعام 2013 على تعريف المستهلك كالتالي: "هو الشخص الطبيعي الذي يتصرف في اطار نشاط شخصي أو عائلي من أجل إشباع احتياجاته الشخصية دون المهنية " ومع التطور السريع للنشاطات التجارية عبر الأسواق الوطنية والأوروبية زادت أهمية حماية المستهلك مما ترتب عنه صدور مجموعة من الأحكام الخاصة به وإعادة صياغة وتعديل النصوص القانونية بخصوص ذلك, ووضع اطار تنظيمي من خلال حسم الخلاف الفقهي حول التعريف واعتماد المفهوم الضيق للمستهلك وفقا للقانون رقم: 2014/344[2].

ثالثا: تعريف المستهلك الالكتروني في التشريع المصري :

[1] عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، جامعة حلوان، كلية الحقوق، دار الفكر والقانون طبعة 2019، ص 27 .

[2] عبد الرؤف حسن ابو الحديد ، مرجع نفسه ، ص 32 .

عرفت المادة الأولى من الأمر رقم: 67 سنة 2003 المستهلك على أنه :"كل شخص تقدم إليه أحدى المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص[1]" حيث شمل لفظ المنتجات كل السلع والخدمات ، وعليه فإن الغرض من تصرف الشخص هو الذي يحدد كونه مستهلكا من عدمه فلا يتعلق ذلك بنشاط الشخص المهني الذي يخرجه من دائرة الاستهلاك ، حيث يعد مستهلكا كل فرد يقوم بعملية الاستهلاك الهادفة للإشباع حاجاته اليومية دون ان يتخللها نية الربح وبغض النظر عن كون الشخص طبيعي أو معنوي[2].

رابعا: تعريف المستهلك الالكتروني في القانون اللبناني :

نصت الفقرة الأولى من المادة الثانية من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم: 659 لسنة 2005، على تعريف المستهلك وهو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها ، وذلك لأغراض غير مرتبط بنشاطه المهني[3].

خامسا : تعريف المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري :

قام المشرع الجزائري بتعريف المستهلك الالكتروني من خلال العديد من القوانين والمراسيم نذكر منها مايلي:

•المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل و المتمم:

[1] زاوي رفيق، بلقسام مريم، طهراوي حسان، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتلروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مجلة البيبان للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 3، العدد 1، جوان 2018،ص 57

[2] خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق، ص 32 .

[3] القانون رقم: 659 / 05 ,الصادر في 4 فبراير 2005، المعدل بموجب القانون رقم 265 /14 المؤرخ في 15 افريل 2014، المضمن حماية المستهلك، ج ر رقم 6 ، الصادرة في 10 فبراير 2005 .

ورد في المادة الثانية من الباب الأول من هذا المرسوم تعريف للمستهلك على أنه:" كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص أخر أو حيوان يتكفل به[1]"

- **القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش:**

جاء في المادة الثالثة من الفصل الثاني من هذا القانون تعريف للمستهلك على أنه :

"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به[2]"

نلاحظ أن المشرع الجزائري قد خص بالحماية المستهلك دون الحرفي وذلك بالنظر الى الغرض من الاستهلاك الذي يقتضي اشباع حاجة شخصية غير تجارية مستبعدا من نطاق الحماية كل من يقتني منتجا لحاجته المهنية أو الصناعية .

- **قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18:**

تطرق المشرع الجزائري لتعريف المستهلك الإلكتروني من خلال المادة 06 من قانون التجارة الالكترونية رقم 05/18 بأنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي[3]"

[1] المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 حانفي 1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي 01 / 315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 ، ج ر ،عدد 61 ، الصادرة في 21 أكتوبر 2001 .

[2] القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009، المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، عدد 15 ، صادرة في 8 مارس سنة 2009.

[3] قانون رقم 05/18 المؤرخ في: 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر، العدد 28 الصادر في16 ماي 2018، ص 5 .

وباستقراء النصوص السابقة نجد ان المشرع الجزائري قد تبنى الاتجاه الضيق للمستهلك دون المهني شانه شان المشرع الفرنسي و المصري [1].

وفي الأخير يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني بأنه:" كل شخص يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، ولا يهدف الى إعادة بيعها وأن يكون التعاقد بشأن هذه السلع أو الخدمات بوسائل إلكترونية[2] "

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

يعد المستهلك الإلكتروني الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية التي يبرمها أمام المنتج أو البائع هذا الأخير الذي يكون غالبا عبارة عن شركات ذات قوة اقتصادية تتمتع بالقدرة على التسويق والترويج لمنتجاتها بالإضافة الى الخبرة ورأس المال، مما يجعل من التاجر أو البائع المهيمن الوحيد على العقد المبرم بينه وبين المستهلك، لذلك وجب حماية الطرف الضعيف في هذه العلاقة والتي تتلخص مبررات الحماية فيها الى مبررات قانونية تخص مركز المستهلك في حد ذاته ومبررات تقنية تتمحور حول افتقار المستهلك للتنوير المعلوماتي والحاجة للخدمات الإلكترونية .

الفرع الأول: المبررات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني :

أولت التشريعات والقوانين اهتماما كبيرا لحماية المستهلك الالكتروني من خلال مجموعة من الآليات والوسائل ويرجع ذلك لطبيعة العقد ومركز المستهلك القانوني فيه بالإضافة الى العديد من المبررات القانونية التي نذكر منها يلي :

أولا :عقود الاستهلاك التي يبرمها المستهلك الإلكتروني من عقود حسن النية :

[1] عزوز سعيدي ، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجزائري ، مجلة افاق للبحوث و الدراسات ، كلية الحقوق ، جامعة الونيس على ، البليدة 2 ، العدد 2 ، سنة 2018 ، ص 260 .

[2] خليفة أسماء، مرجع سابق ، ص 15.

ويرجع ذلك لكون المستهلك الإلكتروني يقوم باقتناء السلعة أو الخدمة بحسن نية [1] وهذا نظرا لما يتلقاه من معلومات يروجها البائع أو المنتج لسلعته أو خدمته والتي قد تحتوي معلومات غير صادقة وبيانات مضللة حول المنتج ، والتي تأثر على المستهلك وتدفعه الى التعاقد وتلقي في نفسه الثقة الكاملة بالطرف الآخر دون إمكانية معاينة المنتج عن قرب أو التحقق منه .كما قد تكون هذه الثقة الدافع الرئيسي لإبرام العقد في حين يحجم الطرف الآخر عن ذكر البيانات المتعلقة بمحل العقد ومدى ملائمتها لطلب المستهلك الإلكتروني أو حتى ذكر جوانب خطورتها عند الإستخدام.

كما أن غياب الخبرة القانونية للمستهلك التي تمكنه من استيعاب شروط العقد القانونية مقارنة بالقدرة القانونية التي يتحلى بها المنتج أو المهني لاسيما في المشروعات الانتاجية الصحيحة التي تمتلك خبراء قانونيين يتم تسخيرهم خصيصا من أجل تحقيق مزايا لها على حساب المستهلك الضعيف .

فضلا عن البعد الجغرافي الذي يحكم العلاقة بين الطرفين واختلاف الأنظمة القانونية لدول المتعاقدين في ظل وسيط لا مادي تتم من خلاله. تجعل من المستحيل دراية الطرف الضعيف بهذه الأنظمة وإحاطته بها.

ثانيا: عدم قدرة المستهلك على التفاوض في عقود التجارة الإلكترونية :

إن عدم قدرة المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية على التفاوض بخصوص شروط العقد التي تعد مسبقا من قبل التاجر وتملى عليه حيث لايكون له فيها سوى خيار الرفض أو القبول بها دون توفر امكانية مناقشتها أو تعديلها والتي تحمل في طياتها شروطا تعسفية تجاهه غالبا ما تزيد فجوة اختلال التوازن العقدي بين الطرفي، حيث أن خصوصية البيئة الرقمية التي يتم من خلالها التعاقد تجعل من الوسائل التقليدية للحماية واحقاق مبدأ التوازن

[1] أمير فرج يوسف، الغش التجاري الإلكتروني وأساليب مكافحته، ملحق التشريعات العربية والدولية لقوانين التجارة الإلكترونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، طبعة 2023، ص 125 .

العقدي بين الطرفين قاصرة مما يكون مبررا لتدخل المشرع من خلال وضع آليات قانونية [1] واصدار قوانين ولوائح أكثر لحماية هذا الأخير وإعادة التوازن العقدي المفقود في العلاقة .

ثالثا: مركز المستهلك الإلكتروني في العملية أو الدورة الاقتصادية:

بما أن الاستهلاك يعد المرحلة الأخيرة من الدورة الاقتصادية التي تبدأ بإنتاج السلعة أو الخدمة ثم توزيعها وتنتهي باستهلاكها، حيث يمثل المستهلك الحلقة الأخيرة التي تنتهي عندها عملية التداول، ويعد مستهلكا بهذا المفهوم إذا حقق الغرض الشخصي من اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة ، ويخرج من هذا المفهوم كل من اقتنى سلعة بغرض إعادة بيعها أو استغلالها لتمويل مشروعه الاقتصادي[2] .

حيث يكون الغرض من العملية هو الفارق الجوهري والفيصل الذي يبرر حماية المستهلك دون المهني والمحترف اللذان يمتلكان القدرة المالية والخبرة اللازمة التي تخرجهما من دائرة الحماية القانونية للمستهلك. حتى وإن كان المعني شخصا واحد قد يكون محترفا أو مهنيا في حالة ما , ويكون مستهلكا في حالة أخرى كأن يقتني مجموعة من السلع والآلات فيوجه السلع للاستعمال الشخصي بينما يوجه الآلات لغرض مهني واستغلالها بمصنعه .

رابعا :احتمالية وجود العيوب الخفية للمتنج :

إن الانتشار الواسع لحرية التجارة وتأثير قوى الانتاج على السوق الاقتصادية للعالم زاد من المنافسة بين المنتجين والتجار من أجل السيطرة والتحكم في هذه الأسواق وفرض الاتفاقيات التي تناسبهم في ظل المنافسة الاحتكارية للأسعار ونوعية السلع والخدمات وهذا ما نتج عنه التلاعب في معايير الجودة والأمان وعدم مطابقة المواصفات واللجوء الى طرق

[1] زيغم محاسن ابتسام، مبررات حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، مجلد 09 ، عدد 02، 2003، ص 208 .

[2] زيغم محاسن ابتسام، مرجع نفسه، ص 207 .

الاعلان الكاذب وغيرها من الحيل من قبل كبار التجار مما قد يخفي في طياته عيوب خفية يمكن ترد على المنتج المستهلك والمتحصل عليه عن طريق التعاقد الإلكتروني لا يدركها المستهلك المتعاقد نظرا لعدم درايته وخبرته الفنية وعدم تمكنه من معاينة المنتج عن قرب ، والتي قد تزداد خطورتها عند عدم تحديد مصدر المنتج ومكوناته الداخلية التي من الممكن أن تكون مخالفة للمواصفات الصحية المقررة قانونا مما يعرض حياة مستهلكها للخطر .

حيث تعد من أهم مبررات حماية المستهلك الإلكتروني أيضا وجود العديد من السلع والمنتجات التي تتسم بالتعقيد أو الصعوبة في فهم طابعها الفني الذي قد يشكل تهديدا لسلامة وأمن مستخدميها [1].

الفرع الثاني :المبررات التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني :

تكمن المبررات التقنية لحماية المستهلك في التجارة الالكترونية في طبيعة البيئة الرقمية التي فرضت نفسها مؤخرا نتيجة التطور التكنولوجي الراهن والتي تتم من خلالها معظم التعاملات التجارية التي يكون المستهلك الالكتروني طرفا فيها لهذا نلخص جملة هذه المبررات في النقاط التالية:

أولا: التطور الحديث في شبكة الأنترنت:

إن ظهور شبكة الأنترنت وتطور تقنياتها ووسائلها أدى الى تزايد مستخدميها في شتى أنحاء العالم لاسيما في مجال الممارسات التجارية حيث حظيت باهتمام الشركات التجارية والمنتجين في سبيل التسويق والترويج لمنتجاتها باستخدام شبكات ومواقع الكترونية خاصة بالإضافة الى برامج البريد الإلكتروني[2] ، مما زاد من اقبال المهتمين باقتناء سلعها وخدماتها من جمهور المستهلكين عبر الدول على الرغم من اختلاف الأنظمة القانونية بينهم ، وذلك من خلال السعي للوصول الى السلع والخدمات بطريقة سهلة تعمل على توفير الوقت والجهد

[1] زيغم محاسن ابتسام ،لمرجع سابق ، ص 207 .

[2] عزوز سعيدي ، مرجع سابق ، ص 261 .

واختصار النفقات [1]، وهو ما سعت اليه التطورات التقنية المستمرة من تحسين الروابط التجارية بين المنتج أو التاجر والمستهلك .

غير أن لهذا التطور التقني أثر سلبي على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكتروني من حيث معاينة المنتج والتقاء أطراف العقد حسب الوصف التقليدي، كما يؤثر على حرية التعاقد للمستهلك وقدرته على الاختيار بين السلع والخدمات المعروضة عليه وهذا ما بلور فكرة الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل البيئة الرقمية.

ثانيا: حاجة المستهلك الى الخدمات الإلكترونية :

إن حاجة المستهلك الى وجود خدمات الكترونية سريعة ومتطورة أصبح ضرورة حتمية أدت الى اهتمامه المتزايد بالمواقع التجارية الالكترونية وما تعرضه من منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار مقبولة [2]، وخدمات لما بعد البيع. لاسيما في ظل المنافسة اللامتناهية بين هذه المواقع عبر السوق العالمية ، قد جعل من المستهلك هدفا سهلا في هذه البيئة الجديدة مستغلين بذلك حاجته لمثل هذه الخدمات والتي تجعله يقف عاجزا أمام عروضها المغرية حيث أصبحت هذه المواقع محور اقبال للكثير من أجل اقتناء منتجاتها والحصول على خدماتها المعروضة ومن هنا أصبحت حماية هذا الأخير أمرا ملحا وضروريا لابد منه.

ثالثا: افتقار المستهلك الى التنوير المعلوماتي في ظل البيئة الرقمية :

إن افتقار المستهلك الى التنوير المعلوماتي [3] وعدم درايته ومعرفته بخبايا شبكة الانترنت قد يجعل منه فريسة سهلة من خلال اندفاعه للتعاقد عبر مواقع وهمية مثلا، أو عدم درايته بكيفية حماية معلوماته وبياناته الشخصية وحسابه البنكي من القرصنة والإحتيال

[1] زيغم محاسن ابتسام، مرجع سابق، ص 209.

[2] عزوز سعيدي ، مرجع سابق ، ص 261.

[3] خليفة أسماء، مرجع سابق، ص 33 .

الإلكترونيين ، جعل حمايته من هذه الناحية مبررا واضحا خصوصا مع تزايد ثقة المستهلك بعقود التجارة الإلكترونية واقباله عليها لضرورة حتمية تفرضها التطورات الراهنة باستمرار.

رابعا : تطور أساليب الغش والخداع من خلال الإعلانات التجارية المضللة :

إن تطور وسائل الإعلان والدعاية للمنتجات الاستهلاكية أصبح يأثر بشكل كبير على حرية المستهلك واختياراته حيث يزداد هذا التأثير عند الحالات التي يتعرض فيها المستهلك لمحاولات الغش والخداع التجاري[1] من أجل دفعه للتعاقد والتي تصبح هاجسا نفسيا خطيرا للمستهلك تدفعه لاقتناء السلعة أو الخدمة المعروضة عن طريق الإعلان حتى دون الحاجة الفعلية لها ودون التفكير في طرق وعواقب استعمالها ويرجع هذا لإستخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في الإعلان الكاذب أو الخادع مستغلين في ذلك بعد المستهلك وعدم معاينته للبضاعة عن قرب كما في طرق البيع العادية ، حيث يتم مثلا التلاعب ببيانات المنتج من خلال تاريخ الصلاحية ، إعادة التعبئة وغيرها من الطرق الإحتيالية التي قد يتم خداع المستهلك عن طريقها.

كما يمكن لمورد البضاعة تزويد المستهلك ببضاعة منافية للمواصفات المطلوبة مستغلا بذلك عدم قدرته على معاينة المنتج أثناء ابرام العقد وتحققه منه .مما يشكل خطورة على صحة المستهلك الإلكتروني ومن حوله ، لاسيما فيما يخص صناعة المواد الاستهلاكية وما تنطوي عليه من أضرار ومخاطر مثل قابلية المواد الغذائية المحفوظة للتسمم أو اختلال النسب الكيميائية المساعدة في الصناعة وعدم ملائمتها لبعض الأشخاص من الناحية الصحية .

[1] أمير فرج يوسف، مرجع سابق، ص 126 .

بالإضافة الى ذلك فإن تنوع الاحتياجات الاستهلاكية الناتج عن التزايد السكاني عبر العالم والذي يختلف حسب ثقافات وأذواق وديانات الشعوب بطريقة أو بأخرى مما يدفع البعض الى اقتناء سلع استهلاكية تحتوى على مواد قد تكون غير مقبولة لمجموعة أخرى دون التصريح عما تنطوي عليه هذه السلع من مكونات.

المبحث الثاني: الغش والاحتيال في التجارة الالكترونية

لما كانت التجارة الالكترونية تتم بين اطراف تقع في دول مختلفة فإنها تتضمن كافة المخاطر المصاحبة لعملياتها من بيع وشراء وغيرها، بل انه في حالة إتمام الصفقة على الانترنيت تكون هذه المخاطر اكثر صعوبة في التعريف وتحديد مع موقع الطرف الاخر، ومن بين هذه المخاطر جريمتي الغش والاحتيال التي يكون ضحيتها في الغالب المستهلك على اعتبار انه المتعامل الضعيف في حلقات التجارة الالكترونية وهذا ما يدفعنا لتوضيح معنى هذه الجرائم فيما يلي

المطلب الأول: الغش الالكتروني

يعتبر الغش التجاري الالكتروني بصفة عامة مفهوم غامض لكونه ظاهرة ذات بعد عالمي ولكونه يغطي العديد من الحقائق تعتمد على مجموعة من التقنيات وحالة السوق بالإضافة الى الوسيلة المستعملة التي تؤثر على تعريفه ونظامه القانوني وعلاجه الاجتماعي.

الفرع الأول: مفهوم الغش الالكتروني

مع انتشار المعاملات الإلكترونية وتزايد الاعتماد على التكنولوجيا في إبرام العقود وتقديم الخدمات، ظهرت أشكال جديدة من الممارسات غير المشروعة، كان أبرزها "الغش الإلكتروني". وهو ظاهرة تختلف في طبيعتها وأساليبها عن الغش التقليدي، إذ تتم عبر وسائل رقمية يصعب أحيانا كشفها أو التنبؤ بها. وفي هذا الفرع، سنحاول الوقوف على مفهوم الغش الإلكتروني، من خلال التعريف به فقهيا وتشريعيا، وبيان خصائصه، التي وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة له.

أولا : تعريف الغش الالكتروني

1) التعريف الفقهي للغش الالكتروني :

عرف معظم الفقهاء الغش التجاري الالكتروني على انه :" كل فعل من شانه ان يغير من طبيعة او خواص المواد او فائدتها ولاتهم الوسيلة المستعملة في ذلك فقد يتم الغش بإحلال مواد اقل قيمة محل مواد أخرى اعلى قيمة منها او بانقاص بعض المواد او إضافة مواد أخرى تزيد من ثمنها وتقلل من مفعولها وغيرها من الصور التي يكون الهدف منها تحقيقي الربح السريع غير المشروع"

كما عرف بانه :" كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة معينة او خدمة ويكون ذلك مخالفا للقواعد المقررة في التشريع او في أصول الصناعة متى كان من شانه ان ينال من خواصها او فائدتها او ثمنها " [1]

ويعرفه البعض الاخر على انه: "كل تغير او تعديل او تسوية تقع على الجوهر او التكوين الطبيعي للمادة او السلعة معدة للبيع ويكون من شان ذلك النيل من خواصها الأساسية وإخفاء عيوبها او إعطائها شكلا او مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة وذلك بقصد الاستفادة من خواص المسلوبة او الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن "

وقد يتحقق الغش التجاري الالكتروني بفعل الانسان وقد يكون خارجا عن ارادته، في حالة مثلا فساد السلعة او انتهاء مدة صلاحيتها ورغم ذلك يقوم التاجر ببيعها للمستهلك.[2]

[1] روسم عطية موسى نو، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص 52

[2] حليمة معلاوي، حماية المستهلك من الغش التجاري في البيئة الرقمية، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 11،العدد 1، جانفي 2025، ص 180.

2) التعريف التشريعي للغش الالكتروني :

عرف الغش التجاري بانه الجرم الواقع من خلال استخدام أجهزة الحاسب الالي حيث ان عملية البيع والشراء الكترونيا يعتريها في الكثير من الأحيان الغش خصوصا مع ظهور الشركات الوهمية التي تعرض السلع بقصد الغش والاحتيال وبمجرد تحقيق الكسب المادي غير المشروع تختفي ويصبح لا وجود لها على صفحات الانترنيت.

وبالرغم من ان اغلب التشريعات جرمت الغش بكل صوره وسنت عقوبات للمخالفين الا ان البعض منها لم يعرفه وترك للفقه والقضاء الاجتهاد في وضع تعريف له.

أ) تعريف الغش التجاري الالكتروني في التشريع الفرنسي :

نص المادة 441.1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي :" يمنع على كل شخص سواء كان طرفا في العقد او لم يكن طرفا فيه خداع او محاولة خداع المتعاقد باي وسيلة اواجراء كان حتى ولو كان بواسطة الغير..... [1]"

فمن خلال نص هذه المادة نجد ان المشرع الفرنسي يهدف الى ضمان نزاهة المعاملات وتجريم كل ادلاء بمعلومات غير شرعية.

ويلاحظ ان المشرع الفرنسي لم يضع تعريف شاملا للغش وترك الامر للفقه الفرنسي الذي عرفه بانه : "فن الخداع او تزيف الحقيقة تحت رداء الخضوع بواسطة مظاهر ومشاهد ومواقف وأشياء غير واضحة "

[1] الامر رقم 2016/301 المؤرخ في 14 مارس 2016 ، المتضمن تقنين الاستهلاك الفرنسي، ج ر الفرنسية ، عدد 0064، الصادرة في 16 مارس 2016 .

L article L 441.1 du code de la consommation en vigueur a remplacé l'article l.213-1، il prévoit : « il est interdit pour toute personne،partie ou non ou contrat، de tromper ou tenter de tromper le contractant par quelque moyen ou procédé que ce soit، même par l'intermédiaire d'un tiers..... »

وتم تعريفه كذلك، بانه :" كل عمل يهتم بتغير المادة من مصدرها الأساسي وطبيعتها الأساسية الى شيء اخر مخالف [1]"

ب) تعريف الغش التجاري الالكتروني في التشريع المصري :

المشرع المصري وكغيره من المشرعين لم يورد تعريف للغش واكتفى فقط بالنص على الفعل الذي يشكل غشا وحدد حالاته وبين العقوبة المقررة له وذلك في القانون رقم 48 لعام 1941 المعدل بالقانون رقم 281لعام 1994 المتعلق بقمع التدليس والغش.[2]

كما عرفه البعض بانه :" التغير في تركيب الصنف وقد يكون التغير في طبيعة الصنف او صفاته على ان كل تغيير مادي يقع على محل الشيء فيفقده طبيعة او يضعف من صفاته يكون غشا " [3]

وقد عرفته محكمة النقض المصرية كالاتي :" يقع الغش بإضافة مادة غريبة الى السلعة او بانتزاع شيء من عناصرها النافعة كما يتحقق أيضا بإخفاء البضاعة تحت مظهرخادع من شانه غش المشتري ويتحقق ذلك بالخلط او إضافة مادة مغايرة لطبيعة البضاعة او من نفس طبيعتها ولكن اقل جودة بقصد الايهام بان الخليط لا شائبة فيه او بقصد إخفاء سوء البضاعة اواظهارها اجود مما هي عليه في الحقيقة " [4]

---

[1] روسم عطية موسى نو ، مرجع سابق ، ص50 و 51 .

[2] القانون رقم 281 لسنة 1994 المتعلق بقمع التدليس والغش، ج ر، العدد 52 الصادرة في 1994.12.29 بمصر حالت الغش هي:

. ذاتية البضاعة اذا كان ما سلم منها غير ما تم تعاقد عليه.

. حقيقة البضاعة او طبيعتها او صفاتها الجوهرية او ما تحتويه من عناصر نافعة وبوجه عام العناصر الداخلية في تركيبتها.

. نوع البضاعة او منشأها او اصلها او مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق او العرف اوالمنشأ او المصدر المسند غشا الى البضاعة سببا أساسيا في التعاقد.

. عدد البضاعة او مقدارها او مقاسها او كيلها او وزنها او طاقتها او عيارها

[3] روسم عطية موسى نو، مرجع سابق، ص 51.

[4] ضيف الله فاطمة، علياتي محمد، الاليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة افاق للعلوم، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، المجلد 6، العدد 4، 2021، ص439.

ج) تعريف الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري :

المشرع الجزائري لم يعرف الغش التجاري واكتفى بتحديد الأفعال التي يمكن اعتبارها غشا تجاريا عن طريق تجريمها وتقرير العقوبة عليها في قانون العقوبات كما انه لم يشر في أي نص من نصوصه الى مصطلح الغش التجاري، وهو بذلك يكون قد فسح المجال امام الباحثين لمحاولة تعريفه وتبعا لذلك تعددت المفاهيم المعطاة للغش والتي تنطوي على بيان الاساليب التي يحترفها الفاعل للوصول الى هدفه بأخبث الطرق .

وعليه يعتبر غشا ذلك الفعل المنصوص والمعاقب عليه بمقتضى المادتين 431 و433 من قانون العقوبات والمادة 70من القانون رقم 09/ 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش [1]، فحسب هذا القانون فان الغش ينصب على كل المنتوجات الاستهلاكية بما فيها المواد الغذائية والمنتوجات الموجهة للاستعمال الحيواني وأيضا على الخدمات.

كما انه وبالرجوع الى نصوص القانون رقم 05/18 [2] المتعلق بالتجارة الالكترونية، نجده سعى لتكريس حماية شاملة للمستهلك الالكتروني من الغش التجاري في جميع مراحل التعاقد وذلك من خلال الاعتراف له بمجموعة من الحقوق، يقع تنفيذها على عاتق المورد الالكتروني في شكل التزامات تمتد من مرحلة اطلاع المستهلك الالكتروني على العرض التجاري الالكتروني الى غاية ما بعد ابرام العقد، وهذا كله في سبيل كبح المورد الالكتروني عن أي تجاوز او غش يمكن ان يقوم به في حق المستهلك .

[1] المادة 70، القانون رقم 03/09، المؤرخ في 25فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق .
نص المادة :" يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من :
. يزور أي منتوج موجه للاستهلاك او للاستعمال البشري او الحيواني
. يعرض او يضع للبيع او يبيع منتوجا يعلم انه مزور او فاسد او سام او خطير للاستعمال البشري او الحيواني .
. يعرض او يضع للبيع اويبيع، مع علمه بوجهتها، مواد او أدوات او أجهزة او كل مادة خاصة من شانها ان تؤدي الى تزوير أي منتوج موجه للاستعمال البشري او الحيواني "

[2] قانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مصدر سابق .

ثانيا : تمييز الغش التجاري الالكتروني عن المفاهيم المشابهة له:

1. تمييز الغش التجاري الالكتروني عن الخداع :

الخداع يتم بنشاط إيجابي ملموس يتمثل في الباس امر من الأمور مظهرا يخالف حقيقة ما هو عليه، او هو تصرف من شانه إيقاع احد المتعاقدين في الغلط حول بضاعة او سلعة وحمل المشتري على الاعتقاد بان هذه السلعة او الخدمة لها من السمات ما يفوق الحقيقة.

اما الغش التجاري فيتحقق حتى ولو لم يكن هناك متعاقد او مشتري لان الغش فعل مادي مستقل عن العقد المبرم بين البائع والمشتري فمثلا التاجر الذي يخلط اللبن بالماء ويعرضه للبيع يعتبر غشاشا حتى ولو لم يكن هناك مشتري، بينما في الخداع يجب ان يكون هناك شخص اخر يوجه اليه الخداع حول حقيقة السلعة محل التعاقد كان يستلم سلعة مختلفة تماما عما تم الاتفاق عليه في العقد.

كما يختلف الغش عن الخداع في ان الغش يقع على مادة البضاعة المعدة للبيع ويكون الهدف من تجريم هذا الفعل هو الحماية من البضائع المغشوشة، على خلاف االخداع فانه يقع على الشخص المتعاقد بمناسبة ابرام العقد بهدف تضليله والتاثير على ارادته، دون ان يكون هناك تزيف وتغيير لمادة البضاعة والهدف من تجريم هذا الفعل هو حماية أوضاع التعامل والثقة.

2. تمييز الغش التجاري الالكتروني عن التدليس المدني

يمكن تعريف التدليس بالرجوع الى المادة 86 فقرة 2من القانون المدني الجزائري والتي تنص على انه :".....و يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة او ملابسة اذا ثبت ان المدلس عليه ما كان ليبرم العقد، ولو علم بتلك الواقعة او هذه الملابسة " [1]

ومن هذا التعريف نستنتج ان في التدليس المدني يستعمل المدلس مختلف الأفعال والاقوال لاخفاء الحقيقة عن الطرف المتعاقد وايقاعه في غلط يدفعه الى ابرام العقد، فيكفي مجرد

[1] الامر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر، عدد78 الصادرة في 1975/09/26.

الكتمان عما يشوب الشيء من عيوب حتى يقع المتعاقد الاخر في التدليس وانه ما كان ليبرم العقد لو علم بحقيقة الامر، فالتدليس هو عيب يصيب الإرادة عند تكوين العقد والذي ينصرف الى الشخص المتعاقد.

بينما يقع الغش خارج دائرة التعاقد او بعد تكوين العقد، فالغش في صورة الخداع مثلا لا يلزم ان يكون الدافع للتعاقد فيكفي ان تكون احد الأسباب الدافعة اليه، كان يكون الغلط الذي جعل المستهلك يقتني ذلك المنتوج يتعلق بالمنتوج في حد ذاته او في صفته الجوهرية او في مواد داخلة في تركيبه.

3. تمييز الغش التجاري الالكتروني عن التزوير والتزييف

يقصد بالتزوير لغة التقليد، ويقصد به اصطلاحا اظهار الكذب بمظهر الحقيقة بقصد غش الغير وهو يعتبر من الجرائم المالية التي تنصب على الأوراق والوثائق، اما الغش فيعتبر من الجرائم التجارية، ويشتركان مع بعض في كونهما يندرجان تحت ما اصبح يعرف حديثا بالجرائم الاقتصادية

اما التزييف فعرفته محكمة النقض الفرنسية بانه :"كل لجوء الى التلاعب او المعالجة غير المشروعة التي لا تتفق مع التنظيم وتؤدي بطبيعتها الى التحريف في التركيب المادي للمنتوج"

وعليه فان كل من الغش والتزوير والتزييف والتقليد أفعال تنطوي على تغيير الحقيقة والحاق الضرر بالغير.[1]

ثالثا : خصائص الغش التجاري الالكتروني :

يتميز الغش التجاري في المعاملات الالكترونية ببعض الخصائص التي تميزه عن الغش التجاري التقليدي .

[1] حملاجي جمال، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2022، ص 28 و ص 29

1/ الطابع الدولي للغش التجاري الالكتروني :

على خلاف التعاملات التجارية التقليدية فان التعاملات الالكترونية تضمن التلاقي الجماعي بين العديد من الأطراف في ان واحد بحيث يمكن ارسال رسالة الى عدد لا نهائي من المستفيدين في الوقت نفسه ودون الحاجة الى اعادة ارسال الرسالة كل مرة .

2/عدم التيقن من هوية مرتكب الغش التجاري الالكتروني :

في التعاملات الالكترونية يكون هناك مجلس عقد افتراضي قد يكون احد طرفي التعامل في مكان يبعد عن الاخر بألاف الاميال وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بينهما، ونظرا لغياب العلاقة المباشرة بين اطراف التعامل كان هناك وسيط الكتروني يتمثل في جهاز الكمبيوتر او البرنامج المتصل بشبكة اتصالات دولية التي تقوم بدورها بنقل التعبير عن الإرادة الكترونيا لكل اطراف التعامل في اللحظة ذاتها رغم الانفصال المكاني بينهما[1]، الامر الذي يدفع الى عدم التيقن من هوية الأطراف المتعاقدة عكس التعاملات التي تتم في مجلس العقد التقليدي.

3/غياب المستندات الورقية في الغش التجاري الالكتروني :

اهم الخصائص التي تميز التعاملات الالكترونية هي غياب الاستخدام الورقي لأي اجراء او تنفيذ للتعامل الالكتروني، وتعد في هذه الحالة الرسالة الالكترونية السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوب أي نزاع بينهما[2].

الفرع الثاني: جريمة الغش الالكتروني

ان المستهلك ونظرا للعقود الالكترونية المختلفة التي يبرمها من شراء وايجار وقرض وانتفاع وغيرها من اجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لاشباع حاجاته الشخصية فقد اصبح عرضة للكثير من جرائم الغش عبر الانترنيت والتي تعد احد اشكال الجرائم الالكترونية وفي نفس الوقت تقع داخل نطاق الجرائم الاقتصادية لما تنطوي عليه من خداع

[1] ضيف الله فاطمة، علياتي محمد، مرجع سابق ، ص441.

[2] ضيف الله فاطمة، علياتي محمد ، المرجع نفسه، ص 442 .

وتضليل يهز الثقة والائتمان اللذان هما ركيزة السوق وعماد المعاملات التجارية وبدونهما تتعرض الحياة الاقتصادية للكساد والفساد خاصة المقومات الاقتصادية، لذلك سوف نتناول بالتفصيل اركان جريمة الغش الالكتروني وصورها المختلفة .

أولا : اركان جريمة الغش الالكتروني :

تقوم جريمة الغش طبقا للقواعد العامة كغيرها من الجرائم على توافر ركنين أساسيين : الركن المادي والركن المعنوي

1/ الركن المادي :

نصت المادة 431 من ق.ع.ج [1]، على الأفعال المادية التي يتكون منها الركن المادي لجريمة الغش وهي ثلاث أفعال تتمثل في مايلي :

أ)انشاء مواد او بضائع مغشوشة : ويقصد بالغش هنا كل تغيير او تشويه يقع على جوهر المادة او تكوينها الطبيعي سواء كان ذلك بتغيير الشيء ذاته او خلطه بمنتوجات أخرى او تعديل في شكله النهائي.[2]

وذهبت محمكة النقض الفرنسية الى ان صناعة منتجات في ظروف لا تتطابق والتنظيم المعمول به يعتبر غشا كما هو الحال في استعمال الملونات الممنوعة.

كما اقرت أيضا محكمة النقض المصرية ذلك في احكامها حيث قررت انه يكفي لتحقق الغش خلط الشيء او إضافة مادة مغايرة لطبيعته او من نفس طبيعته لكن من صنف اقل جودة بقصد الايهام بان المادة المخلوطة خالصة لا شائبة فيها او بقصد اظهارها في صورة

[1] الامر رقم 156/66 المؤرخ في8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات، ج ر، عدد 49 صادرة في 11جوان 1966، معدل ومتمم بقانون رقم 02/16 المؤرخ في 19 جوان 2016، ج ر، عدد 37، صادرة في 22جوان 2016.
نص المادة 431:" يعاقب بالحبس من سنتين الى خمس سنوات وبغرامة من 10000الى 50000دج.... يعرض او يضع للبيع او بيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الانسان او الحيوانات او مشروبات او منتوجات فلاحية او طبية او يحث على استعمالها بواسطة كتيبات او منشورات او معلقات او إعلانات او تعليمات وهو يعلم انها محددة "

[2] محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 319.

احسن مما هي عليه، كما اقرت ان جريمة وضع بيانات غير مطابقة للحقيقة تقع ولو كانت السلعة التي وضع البيان عليها غير مغشوشة.[1]

ب)عرض او وضع سلع مغشوشة للبيع : بالرجوع الى نص المادة ق ع ج نجدها جرمت فعل عرض او وضع للبيع او بيع مواد مع العلم انها مغشوشة وحسب هذه المادة فانه يجب ان تكون البضاعة مطروحة او معروضة للبيع وليست مخصصة للاستهلاك الشخصي لانه في هذه الحالة لا نكون بصدد جريمة حتى ولو كانت مغشوشة. فالمشرع وحسب نص المادة 433 ق ع ج يعاقب على الحيازة القانونية دون الحيازة المادية لان الهدف من التجريم ليس حظر الحيازة وانما حظر وصول السلع المغشوشة الي ايدي المستهلكين عن طريق التعامل والتداول.

اما بالنسبة للمعاملات التجارية الالكترونية فبمجرد عرض السلع المغشوشة على الشاشة عبر الانترنيت يعتبر ذلك جريمة.

ج) التعامل في مواد تستعمل في الغش والتحريض على استعمالها : معظم التشريعات جرمت التعامل في المواد او الأشياء او الأجهزة المستعملة في الغش وهذا مانصت عليه أيضا المادة 431 فقرة 3 ق ع ج السابقة الذكر كما نصت على جريمة التحريض على استعمال المواد في الغش. والمشرع الجزائري أشار الي نفس الوسائل التي اشار اليها المشرع الفرنسي والتي تتمثل في الحث بواسطة كتيبات، اومنشورات، او نشرات، او مغلفات، او إعلانات، او تعليمات مهما كانت. [2]

د)الغش الصادر من المتصرف او المحاسب : فالمسؤولية الجزائية لا تقتصر على التاجر او المنتج او الموزع او المستورد فقط وانما قد يشارك فيها اشخاص اخرين بحكم وظيفتهم او عاملين في اطار شخص معنوي. ولذلك نجد المادة 434 ق ع ج نصت انه :" يعاقب بأقصى العقوبات المنصوص عليها في المادة السابقة مع إمكانية مضاعفتها :

[1] نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنيت، دراسة مقارنة، الطبعة 1، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2018، ص109.

[2] حملاجي جمال، مرجع سابق، ص115.

. كل متصرف او محاسب يكون قد قام بالغش او عمل على غش مواد او أشياء او مواد غذائية او سوائل عهدت اليه قصد حراستها او موضوعة تحت مراقبته او يكون قد وزع عمدا او عمل على توزيع المواد المذكورة او الأشياء او المواد الغذائية او السوائل المغشوشة.

. كل متصرف او محاسب يكون قد وزع عمدا

او عمل على توزيع لحوم حيوانات مصابة بأمراض معدية او أشياء او مواد غذائية او سوائل فاسدة او متلفة "

2/ الركن المعنوي :

لثبوت جريمة الغش يستلزم توافر القصد الجنائي الذي يتطلب بدوره توافر عنصري العلم والإرادة أي يجب ان يكون الجاني عالما بان هذا الفعل من شانه ان يغير من طبيعة او خصائص المواد المعروضة، وجريمة بيع او طرح او عرض سلع مغشوشة تعد من الجرائم العمدية وهي من الجرائم المستمرة، ولذلك ينبغي توفر القصد الجنائي في أي وقت طالما كانت حالة الاستمرار قائمة بمعنى انه اذا كان الفاعل على جهل بالغش وقت بدايته ثم علم بأمره فان القصد الجنائي يتوفر في حقه من وقت علمه بما ينطوي عليه سلوكه من غش في السلعة وذلك بنية خداع المستهلك، أي انصراف إرادة الفاعل الى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوفر أركانها في الواقع.

غير ان صعوبة اثبات الغش يؤدي في الكثير من الأحيان الى افلات الجناة من المسؤولية خاصة اذا تم تداول السلعة من شخص لاخر لتصل في الأخير الى البائع او المشتري والذي يكون بدوره قد اشتراها من اجل إعادة بيعها، فهنا يصعب تحديد الشخص القائم بالغش لذلك تفترض حالتين :

1. حالة العلم المفترض : ان السلعة لا يتم جلبها او سحبها من طرف المهني الا من الأماكن المخصصة، وبذلك فانه يكون واثقا من السلعة التي اشتراها بغرض بيعها للمستهلك، وبالتالي يكون علمه مفترضا بوجود الغش في حالة إصابة المستهلك في صحته.

فنجد بعض التشريعات كالتشريع اللبناني لا تشترط ضرورة اثبات العلم بل يتم افتراضه وهذا حتى لا يفلت مرتكب الغش من العقاب، فالركن المعنوي لجريمة الغش يعد متوفرا متى

وقعت مخالفة القوانين والأنظمة، وهذا ما كان يجب على المشرع الجزائري تبنيه والنص عليه في المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش [1].

2. حالة حسن النية : ان حسن النية يسقط التهمة عن الجاني بإسقاط الركن المعنوي، غير انه حتى لا يفلت من العقاب فانه تطبق عليه احكام المادتين 288 و289 من ق ع ج في حالة الإصابة بعجز جزئي او دائم او وفاة المستهلك [2].

ثانيا : صور جريمة الغش الالكتروني :

حسب المادة 431 ق ع ج يقع الغش بإحدى الوسائل الاتية والمذكورة على سبيل الحصر وهي : الغش بالإضافة او الخلط، الغش بالانقاص، الغش بالصناعة.

1/ الغش بالإضافة او الخلط :

ويقصد به خلط البضائع بمواد غريبة عنها كخلط بضاعة ذات جودة عالية باخرى اقل جودة او غير ذات جودة وذلك لخلق الاعتقاد بان السلعة خالصة او لغرض إخفاء رداءتها وإظهارها بوصفات ذات جودة عالية بهدف ربح فارق الثمن دون مراعاة النتائج التي قد تترتب عن فعل الغش والتي قد تضر بصحة المستهلكين وأموالهم.

ولكي تعتبر هذه الإضافة او الخلط غشا فانه يجب ان لا يكون رخص به بموجب نصوص قانونية او تنظيمية [3]، او بمقتضى العرف التجاري او المهني، لانه اذا كان مرخص لغرض حفظ المنتوج او لتحسين الإنتاج فلا يشكل القيام به غشا مثال ذلك مادة القهوة الذي يرخص قانونا خلطها بمادة الحمص بنسبة محددة شريطة ان يكون المستهلك على علم بذلك مع تحديد نسبة الخلط.

2/ الغش بالانقاص :

وتتم هذه الصورة بانقاص بعض العناصر التي تدخل في تكوين المنتوج الأصلي عن طريق التعديلات التي يدخلها الفاعل على مكونات السلعة او وزنها وغيرها من العناصر الأخرى

---

[1] شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سالمة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2012، ص 143 .

[2] خلوي نصيرة، مرجع سابق، ص 34.

[3] انظر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14فيفري 2002، يحدد قائمة المواد المضافة المرخص بها في المواد الغذائية ، ج ر، عدد 31 لسنة 2002.

بشرط ان يترك للسلعة المظهر الخارجي الذي يوحي باعتبارها اصلية[1] كما هو حاصل في الماركات العالمية للعطور، ويكون غرض الجاني الاستفادة من العنصر المسلوب.

3/الغش بالصناعة :

تعد هذه الصورة من الغش الأكثر انتشارا مقارنة بالصور السابقة، وتتحقق بصناعة بضاعة تأخذ شكل البضاعة الاصلية دون محتواها المحدد بالنص او العرف التجاري او المهني، او بالابتكار المرخص به والمسجل تحت اسم العلامة التجارية، بمعني انها تكون بضاعة غير مطابقة للمواصفات والمقاييس القانونية ذلك عن طريق الاستحداث الكلي او الجزئي لها بمواد دخيلة لا تدخل في تركيبها العادي.[2]

المطلب الثاني: الاحتيال الالكتروني :

ارتبط انتشار الجرائم المستحدثة بوجود شبكة الانترنيت والاستخدام الكبير لها، ونشوء مجتمع معلوماتي تسيطر فيه الأجهزة الالكترونية على اذهان مستخدميه، ويتسم هذا النوع من الجرائم بسهولة ارتكابها وسرعة انتشارها بين الدول، وتعد جريمة الاحتيال احدى اهم هذه الجرائم الالكترونية.

الفرع الأول: مفهوم الاحتيال الالكتروني :

في ظل التطور المتسارع للتكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة، لم يقتصر الاحتيال على الأساليب التقليدية، بل اتخذ أشكالا جديدة تتناسب مع البيئة الرقمية، فيما يعرف اليوم بـ"الاحتيال الإلكتروني". وقد أصبح هذا النوع من الاحتيال يشكل تهديدا حقيقيا للثقة في المعاملات الإلكترونية، خاصة مع تزايد ضحاياه من الأفراد والشركات على حد سواء. وفي هذا الفرع، سنتناول مفهوم الاحتيال الإلكتروني، من خلال تحديد معناه العام، وبيان أبرز سماته وتمييزه عن الغش وعن غيره من المفاهيم المشابهة له

أولا: تعريف الاحتيال الالكتروني :

[1] مبروك ساسي ، الحماية الجنائية للمستهلك ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ،تخصص علوم جنائية ،كلية الحقوق ، جامعة باتنة ، 2010/ 2011 ، ص 30.

[2] نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص121.

1) التعريف التشريعي للاحتيال الالكتروني

لم يعرف المشرع جريمة الاحتيال الالكتروني وترك المجال لكل من الفقه والقضاء للقيام بهذه المهمة، ولقد اختلفت القوانين في تسميتها فالبعض اطلق عليها جريمة النصب كما الحال في قانون العقوبات المصري، والبعض الاخر اطلق عليها اسم جريمة الاحتيال كالقانون العماني وكذلك قانون العقوبات القطري لسنة 1971 .

و المشرع الجزائري و من خلال ما نصت عليه المادة 394 مكرر من قانون العقوبات المعدل[1]،عرف الاحتيال الالكتروني بانه:" كل فعل يهدف الى الاستلاء على شيء مملوك للغير باستخدام شبكة الكترونية او نظام معلوماتي ، وذلك عن طريق الخداع اوالتلاعب بالبيانات ، بهدف احداث خطا يؤدي الي تسليم الشيء دون وجه حق "

فالاحتيال الالكتروني هو الاستلاء غير المشروع على أموال او ممتلكات الغير باستعمال وسائل الكترونية ، من خلال الخداع او احداث خطا في نظام المعلومات

ولقد حثت الشريعة الإسلامية على التعامل بنية سليمة دون نصب واحتيال لقوله تعالى : " يا أيها الذين امنوا لا تاكلوا اموالكم بينكم بالباطل الا ان تكون تجارة عن تراض منكم ولا تقتلوا أنفسكم ان الله كان بكم رحيما[2]".

2) التعريف الفقهي للاحتيال الالكتروني :

لقد اختلف الفقهاء في الوصول الى تعريف محدد للاحتيال الالكتروني وفيما يلي بعض التعريفات :

عرفه الفقه العماني بانه :" التلاعب العمدي بمعلومات وبيانات تمثل قيما مادية يختزنها نظام الحاسب الالي او الادخال غير المصرح به لمعلومات وبيانات صحيحة او التلاعب في الأوامر والتعليمات خلال عملية البرمجة او أي وسيلة أخرى من شانها التاثير على الحاسب الالي حتى يقوم بعملياته بناءا على هذه الأوامر او البيانات من اجل الحصول على ربح غير مشروع والحاق ضرر بالغير "

[1] قانون العقوبات المعدل بموجب الامر رقم 01/09 المؤرخ في 25 فيفري2009 ، المتعلق بالجرائم الالكترونية ،ج ر، العدد 15 ، الصادرة في8 مارس 2009 .

[2] سورة النساء، الاية 29.

كما تم تعريفه أيضا بانه :"كل فعل او سلوك متعمد لشخص طبيعي او معنوي ويستخدم فيه التقنية الالكترونية بهدف كسب مادي غير مشروع على الاموال او السندات وذلك عبر طرق احتيالية او اتخاذ اسم كاذب او صفة غير صحيحة " [1]

كما عرفه الفقه المصري بقوله : الاستلاء على مال منقول مملوك للير بخداع المجني عليه تسليمه "

وعرفه الفقه السوري بانه :" حمل الغير بالغش على تسليم الفاعل على مال منقول او غير منقول" . اما الفقه العراقي فعرفه بانه :" تلك الجريمة التي تتحقق من خلال استعمال الجاني لوسيلة من وسائل التدليس المنصوص عليها حصرا في القانون بقصد ايهام المجني عليه وتضليله، وحمله على تسليم مال منقول مملوك لغير الجاني "[2]

ثانيا : تمييز الاحتيال الالكتروني عن المفاهيم المشابهة له :

1. تمييز الاحتيال الالكتروني عن الابتزاز والسلب :

يتفقان في ان كل منهما يترتب عليه الحصول على المال بناءا على رضا معيب ويترتب عليه كسب او خسارة غير مشروعة . بينما يختلفان في كون المبتز للمال يحصل عليه من خلال التهديد والتخويف، اما المحتال فيحصل على المال من خلال الخداع والتدليس والغش .

2. تمييز الاحتيال الالكتروني عن خيانة الأمانة :

يتشابهان في كونهما صورة من صور الاعتداء على ملك الغير وانهما أفعال تقع على المنقولات

بينما يختلفان في :

[1] صابرين جابر احمد محمد، محمود بن علي بن سهيل المعشني، المواجهة الجنائية لجريمة الاحتيال الالكتروني في التشريع العماني، مجلة الباحث الاكاديمي في العلوم القانونية والسياسية، مجلد 6، العدد 1، 2023، ص 175.

[2] حاجي سميرة، مريش رقية، جريمة النصب والاحتيال في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر اكاديمي، تخصص قانون وعلوم جنائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2023/2022، ص 8.

- التسليم في الاحتيال يقوم على إرادة المجني عليه المشوبة بعيب الغلط، اما في خيانة الأمانة فيقوم على الإرادة الحرة للمجني عليه فلا تكون ارادته مشوبة باي عيب، فيتم التسليم بناء على عقد من العقود المنصوص عليها فيقوم المستلم للشيء بخيانة الثقة والاستلاء على الشيء الذي في امانته [1].
- التسليم في الاحتيال يمثل بذاته عنصر الاستلاء على المال على عكس التسليم في خيانة الأمانة يكون سابقا على الاستيلاء ولا يتحقق هذا الأخير الا بفعل لاحق على التسليم .
- في الاحتيال يكون تسليم الشيء للجاني تسليما ناقلا للحيازة الكاملة، اما في خيانة الأمانة فيهدف التسليم الى نقل الحيازة الناقصة للشيء .

ثالثا: خصائص الاحتيال الالكتروني :

تتمثل هذه الخصائص فيمايلي :

- باعتبار ان جريمة الاحتيال الالكتروني احدى صور الجرائم الالكترونية فتعد الشبكة المعلوماتية والحاسب الالي الأداة الأساسية لارتكابها إضافة الى عدم اعترافها بالحدود الجغرافية
- جريمة الاحتيال هي جريمة اعتداء على الملكية وعلى المال.
- جريمة تقوم على تغير الحقيقة باستخدام وسائل الكذب والخداع.
- جريمة ذات طابع ذهني فهي لا تعتمد على الجهد البدني في ارتكابها بل على ذكاء المجرم ودهائه فغالبا ما نجد الجاني يتميز بالخبرة العلمية والعملية والخبرة الفائقة في مجال تقنيى المعلومات واستخدام شبكة الانترنيت.
- يصعب اكتشاف الاحتيال الالكتروني واثباته.
- مرتكب جريمة الاحتيال غالبا ما يكون من المتخصصين في هذا النوع من الاجرام ويكون من المجرمين العائدين[2].

[1] عبد القادر الشيخلي، جريمة الاحتيال في قوانين عقوبات الدول العربية،المعهد العالي للقضاء، جامعة الامام محمد بن مسعود الإسلامية، الطبعة 1، الرياض، 2009، ص 52 .

[2] عبد القادر الشيخلي، مرجع سابق، ص 40 .

الفرع الثاني: جريمة الاحتيال الإلكتروني

للوقوف امام جريمة احتيال المستهلك عبر الانترنيت سنتطرق أولا الي بيان أركانها طبقا للقواعد العامة ثم دراسة صور الاحتيال الواقعة على المستهلك.

أولا : اركان جريمة الاحتيال الإلكتروني

طبقا للقواعد العامة تقوم جريمة الاحتيال الالكتروني بتوافر ركنين ، ركن مادي يتمثل في الاستلاء على مال الغير بإحدى وسائل او طرق الاحتيال المحددة قانونا ، بالإضافة الى الركن المعنوي الذي يتمثل في القصد الجنائي العام و الخاص .

1/ الركن المادي

يقوم الركن المادي لجريمة الاحتيال الالكتروني على استخدام وسائل احتيالية لدفع الضحية الى تسليم أمواله طواعية و برضاه . و يتطلب لتوافر الركن المادي ثلاث عناصر وهي :

أ) **استعمال وسيلة من وسائل الاحتيال:** وبالرجوع الي نص المادة 372 ق ع ج نجدها نصت على وسيلتين هما :

الوسيلة الأولى: الاستعانة بطرق احتيالية والتي تتحقق بالادعاء الكاذب المدعم بمظاهر خارجية وهذه الأخيرة تأخذ احد الاشكال الاتية :

. الاستعانة بشخص ثالث

. إساءة استخدام صفة صحيحة

. الاستعانة بأوراق او مستندات غير صحيحة.

ويكون الهدف من الاستعانة بالطرق الاحتيالية كما حددتها بعض التشريعات المقارنة كالتشريع الجزائري، التونسي، والفرنسي كما يلي :

- الايهام بوجود مشروع كاذب أيا كان نوعه تجاريا او صناعيا او ماليا، يتطلب اشتراك عدد من الأشخاص لإنجازه، ويجب ان يكون المشروع الكاذب الذي عرضه الجاني على

المستهلك وحصل من اجله على المال وهميا لا وجود له في الواقع لأنه اذا كان حقيقيا فلا تتوافر الطرق الاحتيالية حتى ولو لم يحقق هذا المشروع أي ربح او لم يقم صاحبه بتنفيذه[1].

- الايهام بوجود واقعة مزورة تتمثل في حدوث امر مخالف للحقيقة بقصد حمل المستهلك على الاعتقاد بوجود امر غير موجود أصلا، او غير موجود بالصورة التي يحاول الجاني ايهام المستهلك بها، ومثال ذلك ايهام الجاني المستهلك انه قادر على تسفيره خارج البلاد من اجل العمل، او ان له نفوذ وفي وسعه ان يقضي له حاجته.
- احداث امل بحصول ربح وهمي أي ايهام المستهلك باحتمال حصوله على فائدة مستقبلية
- احداث الامل بتسديد المبلغ الذي اخذ بطريق الاحتيال بجعل المستهلك يتوهم بانه سوف يسترد ماله الذي سلمه الي الجاني المحتال، كمن يحصل على مبلغ من النقود مقابل رهن شيء يتبين فيما بعد انه مزيف ولا قيمة له.

الوسيلة الثانية : اتخاذ اسم كاذب او صفة غير صحيحة ويشترط لتحقيقها مايلي :

- ان يكون الادعاء لاسم او صفة من شانها ان تولد الخداع وتحمل المستهلك على تسليم المال، ولا يهم ان كان انتحال الاسم بالكامل او كان انتحال جزئيا طالما ان الشخص ينسب لنفسه شخصية ليست له في الواقع.
- يأتي الجاني فعلا إيجابيا ينتحل به الاسم الكاذب او الصفة غير صحيحة.
- يجب الا يكون الادعاء ظاهر بحيث ينتبه الي حقيقته من لديه قدر عادي من الادراك.

ب)**سلب مال الغير**: تتم جريمة الاحتيال بتحقيق نتيجتها و هي استلاء الجاني على المال الذي تسلمه من المجني عليه بعد القيام بخداعه بالطرق الاحتيالية

ج) **علاقة السببية بين وسيلة الاحتيال و سلب مال الغير**: فيشترط لتحقق الجريمة توافر رابطة السببية يبن المناورات الاحتيالية المستخدمة و بين استلام أموال الغير ، بمعنى ان يكون

[1] القهوجي على عبد القادر ، الشاذلي فتوح عبد الله ، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص ، دار المطبوعات الجامعية ، مصر ، 1003، ص365

التسليم لاحقا على استعمال المناورة و نتيجة مباشرة لانخداع المجني عليه بالوسائل الاحتيالية التي باشرها المورد المحتال [1].

الركن المعنوي :

جريمة الاحتيال جريمة عمدية تتطلب توافر كل من القصد الجنائي العام والخاص، فالقصد العام يتمثل في علم الجاني بان ما يقوم به من أفعال تعد في نظر القانون وسائل احتيال ومن شانها خداع المستهلك وايقاعه في الغلط الذي يحمله على تسليم ماله [2].

اما القصد الخاص فيتمثل في انصراف نية الجاني الى الاستيلاء على مال الغير كله او بعضه متى وقع على فواتير الشراء باسم كاذب او استغل صفة كاذبة لتحويل أموال الغير من حساب الي اخر عن طريق التلاعب في البيانات المدخلة، بمعنى اخر هي نية التملك ، اما ان كان الغرض من وراء الاحتيال هو مجرد الدعابة و المزاح فلا تقوم الجريمة [3].

و هنا للمستهلك الالكتروني الذي تعرض للاحتيال عبر الانترنيت التمسك بالقواعد العامة لجريمة الاحتيال على أساس ان الجاني قام باستخدام وسائل احتيالية كاتخاذ اسم كاذب او صفة غير صحيحة وغيرها من الوسائل الاحتيالية الأخرى بغرض الاستيلاء الكلي او الجزئي على أموال مملوكة للمجني عليه تتمثل في رصيده في البنك.

لكن هناك بعض الصعوبات في تكييف هذه الجريمة تتمثل في انه في جريمة الاحتيال يكون المجني عليه شخصا طبيعيا او اعتباري، اما في الاحتيال الالكتروني فان فعل الاحتيال ينصب على الة، ولذلك نجد ان الفقه انقسم الي ثلاثة اتجاهات مختلفة بخصوص هذه المسالة :

الاتجاه الأول : تبناه كل من التشريع المصري والألماني والياباني والإيطالي والسويدي ويرى انصار هذا الاتجاه ان جريمة الاحتيال لا تقوم الا اذا خدع شخص مثله، وان يكون

[1] سامية العايب ، منال عرابة ، الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الالكتروني ، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية و الاجتماعية ، المجلد 5، العدد 3 (2021)، ص 6.

[2] صابرين جابر احمد محمد، محمود بن علي بن سهيل المعشني، مرجع سابق، ص 177 .

[3] سامية العايب ، منال عرابة ، مرجع سابق ، ص 7.

هذا الشخص المخدوع مكلفا بمراقبة البيانات، وعلى ذلك لا يمكن تصور خداع الحاسب الالي بوصفه الة، ومن ثمة لا يطبق النص الجنائي الخاص بالاحتيال لافتقاده احد العناصر اللازمة لتطبيقه .

الاتجاه الثاني : تبنته الدول الانجلوسكسونية منها بريطانيا وكندا وأستراليا، وهذا الاتجاه وسع من نطاق النصوص القانونية المعاقبة على جريمة الاحتيال المعلوماتي اذ تدخل المشرع الإنجليزي في سنة 1982 واعتبر خداع الالة بنية ارتكاب غش مالي، احتيال يجب العقاب عليه جنائيا.

الاتجاه الثالث: وتبنته الولايات المتحدة الامريكية، حيث تطبق النصوص المتعلقة بالغش في مجال البنوك والبريد والتلغراف بغرض الغش على حالات الاحتيال المعلوماتي.

كما ان المشرع الاماراتي بموجب المادة 2 من القانون الاتحادي بشان مكافحة جرائم تقنية المعلومات لعام 2006، عاقب على كل فعل عمومي يتوصل فيه بغير وجه حق الى موقع او نظام معلوماتي سواءا بدخول الموقع او النظام او يتجاوز مدخل مصرح به يعاقب بالحبس وبالغرامة[1].

ثانيا : صور جريمة الاحتيال الالكتروني :

صور الاحتيال في التجارة الالكترونية متنوعة وكثيرة نذكر منها :

1/ انتحال اسم احد مواقع التسويق المعروفة والشهيرة : وتتم عملية الاحتيال بقيام المجرم باستغلال اسم احد هذه المواقع الشهيرة بالتسويق ثم يقوم بنشاء موقع مماثل له وسواء كان الشبه في الاسم او في واجهة ونافذة ذلك الموقع ليتم به خداع المتعامل معه وايهامه بانه نفس الموقع الشهير بهدف الاحتيال عليه وسلبه أموال بدون وجه حق وبلا مقابل، ليكتشف بعدها المستهلك انه تعرف لجريمة الاحتيال عبر الانترنيت.[2]

[1] المادة 2 من القانون الاتحادي الاماراتي بشان مكافحة جرائم تقنية المعلومات لعام 2006.

[2] محمد احمد حته، جريمة النصب في اطار التجارة الالكترونية، مقال منشور على الموقع التالي :

http//: Kenanaoline.com/user/hetta11/posts/81162

2/ عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها بالرغم من سداد ثمنها : القاعدة العامة انه البائع ملزم بتسليم المستهلك المنتج او السلعة التي طلبها الكترونيا فوردفعه قيمتها الكترونيا، لكن في العديد من المرات يتعرض المستهلك لعملية الاحتيال فلا يمكن له الحصول على ما تعاقد من اجله رغم دفعه ثمنه.

3/ الاحتيال باستخدام بطاقات الدفع الالكتروني : وهي الأكثر انتشارا في الوقت الراهن وهي صورة تهدد امن واقتصاد الدول بصفة عامة والمؤسسات المالية والمصرفية والأشخاص المستهلكين بصفة خاصة، وتعد البطاقات المالية نقودا الكترونية يتم الاستلاء عليها عن طريق استخدام أساليب غير مشروعة.[1]

4/الترويج لسلعة مقلدة لمنتج اصلي : جريمة التقليد أصبحت ظاهرة منتشرة بكثرة وباشكال متعددة مثل التغير في حرف واحد من اسم العلامة او الاسم التجاري الأصلي، ويحدث ذلك عندما يلاحظ المنتج في الوسط التجاري ان سلعة معينة تسوق الكترونيا بشكل جيد فيلجا الى التحايل لتسويق بضاعته، فهنا يكون المنتج قد قام بعرض منتوجات مقلدة تشبه الاصلية الي حد كبير مع ايهام المستهلك الالكتروني بانها ذات السلعة ولكن باقل ثمن كرض خاص من الموقع.[2]

5/ الترويج لسلع غير معروفة باستخدام الإعلان الكاذب او المضلل :

عرف المشرع للجزائري الاشهار بموجب نص المادة3 من القانون 04/ 02[3]بانه :" كل اعلان يهدف بصفة مباشرة او غير مباشرة الى ترويج بيع السلع او الخدمات مهما كان المكان او وسائل الاتصال المستعملة " فعرض السلعة او الخدمة على شبكة الانترنيت يبدا بالاشهار عنها حيث تعتبر شبكة الانترنيت في الوقت الحالي من اهم وسائل جذب

[1] عبد الكافي مريم، بورابية صورية، جريمة الاحتيال المعلوماتي الواقعة على البطاقات المالية الالكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 8، العدد 1، 2022، ص 406.

[2] نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص171.

[3] قانون رقم 02/04 المؤرخ في 15اوت 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 معدل ومتمم بالقانون رقم 10/ 06 المؤرخ في 15اوت 2010، ج ر عدد 46.

المستهلكين وحملهم على شراء السلع وطلب الخدمات [1]،غير انه في الكثير من المرات يلجا المنتج الي استعمال طرق احتيالية تتمثل في الإعلان الكاذب والمضلل من اجل الترويج لسلعه غير معروفة في السوق التجاري ويقع بالمستهلكين ضحايا لتصرفه، ولقد نص المشرع الجزائري على محل الكذب او التضليل في الاشهار التجاري من خلال نص المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 [2].

[1] بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الاشهار الكاذب والمضلل، دار الجامعة الجديدة، 2019، ص187.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 أكتوبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج ر عدد 50.

ملخص الفصل:

تناولنا في هذا الفصل الاطار المفاهيمي للغش والاحتيال في التجارة الالكترونية حيث تطرقنا في المبحث الأول الى تعريف المستهلك الالكتروني والذي لا يختلف عن نظيره التقليدي إلا من خلال وسيلة التعاقد الإلكترونية التي تفرضها البيئة الرقمية ، وأن اختلال مبدأ التوازن العقدي في المعاملات التجارية الراهنة الناتج عن مركز المستهلك الإلكتروني الضعيف في مواجهة القوى الاقتصادية والمالية للطرف الآخر أوجب العديد من المبررات القانونية والتقنية لحمايته.

كما تناولنا في المبحث الثاني من هذا الفصل جريمتي الغش والاحتيال الإلكترونيين التي تعد من قبيل الجرائم الخطيرة التي يتعرض اليها المستهلك وبكل سهولة في البيئة الرقمية ،لاسيما إذا توفرت على ركنيها الأساسيين المادي والمعنوي، مع تحديد اركان وصور كل جريمة على حدى.

الفصل الثاني:

الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

أمام التحديات التي أفرزها التحول الرقمي في مجال المعاملات التجارية، أصبح من الضروري أن تتدخل المنظومات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، سواء بصفته متعاقدا ضعيف المركز في علاقة تجارية غير متكافئة، أو باعتباره ضحية محتملة لممارسات احتيالية وغش إلكتروني متزايد التعقيد. فالتعاقد الإلكتروني لا يجري في ظروف طبيعية، بل يتم في بيئة تفتقر غالبا للشفافية الكافية، مما يجعل المستهلك في حاجة إلى ضمانات قانونية خاصة تراعي خصوصية هذا النوع من التعاقدات.

وبناء على ذلك، يتناول هذا الفصل صور الحماية القانونية التي وفرتها التشريعات للمستهلك الإلكتروني من زاويتين أساسيتين: أولا، من حيث كونه متعاقدا، وذلك في المبحث الأول، حيث نعرض لأوجه الحماية خلال مرحلتي إبرام العقد وتنفيذه، من خلال حقوق الإعلام، وضبط الإعلانات، ومواجهة الشروط التعسفية، وكذا ضمان مطابقة المنتوج وخلوه من العيوب، وضمان عدم التعرض. ثم ننتقل في المبحث الثاني إلى حماية المستهلك كضحية لجريمتي الغش والاحتيال التجاري الإلكتروني، من خلال استعراض التدابير الوقائية والعقوبات الزجرية التي قررها القانون للتصدي لهاتين الجريمتين، بما يكفل استرجاع الثقة في الفضاء التجاري الرقمي.

المبحث الأول: حماية المستهلك الإلكتروني كمتعاقد

يعد العقد الإلكتروني الوسيلة الأساسية التي تبرم من خلالها معظم المعاملات في بيئة التجارة الرقمية. غير أن هذه العقود تتم في ظروف تختلف عن العقود التقليدية، إذ غالبا ما يبرم المستهلك الإلكتروني العقد عن بعد، دون رؤية المنتج أو التواصل المباشر مع المورد، مما يجعله الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية. هذا الوضع يتطلب من المشرع التدخل لضمان توازن هذه العلاقة، وتوفير حماية خاصة لهذا المستهلك، سواء في مرحلة إبرام العقد أو تنفيذه.

ولذلك، يتناول هذا المبحث مظاهر حماية المستهلك الإلكتروني كمتعاقد في شقين: أولا، من خلال المطلب الأول الذي يركز على الحماية المقررة له أثناء إبرام العقد، لا سيما في ما يتعلق بحقه في الإعلام، وضبط الإعلانات الإلكترونية، والوقاية من الشروط التعسفية. ثم ننتقل إلى المطلب الثاني المتعلق بالحماية في مرحلة تنفيذ العقد، وذلك من خلال ضمان المطابقة وخلو المنتج من العيوب الخفية، بالإضافة إلى حمايته من التعرض للحقوق من الغير.

المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد

تشكل مرحلة إبرام العقد في البيئة الإلكترونية لحظة حاسمة تتطلب حماية قانونية خاصة، بالنظر إلى طبيعتها غير التقليدية التي تتم عن بعد ودون لقاء مباشر بين الأطراف. فالمستهلك الإلكتروني غالبا ما يتخذ قراره بالشراء بناء على ما يعرض له من معلومات رقمية، قد تكون غير دقيقة أو مضللة، أو يواجه شروطا تعاقدية غير قابلة للنقاش. لهذا، تدخلت التشريعات الحديثة لتفرض على المورد الإلكتروني التزامات تضمن حدا أدنى من الشفافية والتوازن، تصب في مصلحة حماية الطرف الأضعف، أي المستهلك.

وسنتناول في هذا المطلب ثلاثة محاور أساسية تشكل ركائز الحماية في هذه المرحلة: أولا، **حق المستهلك في الإعلام** الكامل والواضح قبل التعاقد، وثانيا، **حماية المستهلك من الإعلانات المضللة** التي قد تؤثر على إرادته، وأخيرا، **الوقاية من الشروط التعسفية** التي قد تفرض عليه دون أن يكون له خيار في تعديلها.

الفرع الأول: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

يعد الحق في الإعلام من المبادئ الأساسية التي ينبغي أن يلتزم بها المورد الإلكتروني، إذ يتوجب عليه تمكين المستهلك من الاطلاع على كافة التفاصيل المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات المعروضة عبر الوسائط الرقمية، من حيث طبيعتها وجودتها وسعرها، وذلك بهدف مساعدته على اتخاذ قرار مدروس بشأن إبرام العقد من عدمه. ويعد هذا الحق عنصرا جوهريا في إطار التعاقد ضمن مجال التجارة الإلكترونية. [1]

أولا: تعريف الإلتزام بالإعلام:

على الرغم من قدم وجود الالتزام بالإعلام بالتنظيمات القانونية إلا أنه لم يحظ بالكثير من اهتمام الفقهاء ورجال القانون[2] من حيث مفهومه ومدلوله وشروطه إلا مؤخرا وذلك بظهور وتطور المعاملات عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة.

حيث يعد هذا النوع من الإلتزام التزاما سابقا على التعاقد يقع على عاتق التاجر أو المدين به في مواجهة زبائنه ويقضي بإطلاعم على كافة البيانات بشكل كاف ونافي للجهالة .

ولقد عرف الفقه الالتزام بالإعلام السابق للتعاقد بأنه: "واجب قانوني يفرض على أحد طرفي العقد تمكين الطرف الآخر من الاطلاع على جميع البيانات والمعلومات المتعلقة

[1] عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبرشبكة الانترنت، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 38.

[2] عبد الرؤف حسن أبو الحديد، مرجع سابق، ص 97 .

بالعقد قبل انعقاده، وذلك بغرض إعلامه وتنويره بمختلف التفاصيل المرتبطة بالاتفاق المزمع إبرامه[1]".

كما عرفه البعض على أنه:" التزام سابق على التعاقد يتعلق بإلتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لايجاد رضاء سليم كامل وعلم بكافة تفصيلات هذا العقد "[2]

كما عرفه الأستاذ : محمد نزيه الصادق المهدي بأنه:" التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بالتفصيلات كافة لهذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع الى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار اخر يجعل من المستحيل على أحدهم أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الاخر الذي يلزم بناءا على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات[3]"

وقد تناول المشرع الجزائري إلزامية إعلام المستهلك من خلال المادتين 17 و18 من الفصل الخامس من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[4].

حيث ألزم كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

كما حدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم وطريقة الإستخدام ودليل الإستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو

[1] أمانح رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ص 68

[2] خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سابق، ص 94 .

[3] موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص 93 .

[4] المادة 17، القانون 03/09 ، مصدر سابق .

عدة لغات أخرى سهلة الفهم من طرف المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.كما تقضي حماية المستهلك تبصيره بالتاجر الإلكتروني والبيانات الخاصة به مثل : الاسم ، الهوية ، اسم الموقع ، العنوان ، مركز النشاط الرئيسي وفروعه إن وجدت ، اسم الشركة وموطنها وجنسيتها وهذا بغرض التوفيق بين حرية التعاقد وحماية الطرف الضعيف في العلاقة ومن أجل ارساء توازن لهذا العقد.

ثانيا : شروط الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد:

1/ علم التاجر المدين أو المهني بالبيانات والمعلومات الخاصة بمحل الإلتزام :

وهو التزام يقع على الطرف المدين أو التاجر ويتمثل في اعلام المستهلك بكافة المواصفات الجوهرية للمنتج محل الإلتزام التي ألزمه المشرع بالإفضاء بها ، وتكون غالبا في المرحلة السابقة لإبرام العقد[1].

وتختلف هذه البيانات من عقد لآخر، كما يفترض أن ترتكز هذه الأخيرة على البيانات الجوهرية للمنتجات محل التعاقد ، وكذا مدى ملائمتها لرغبة المستهلك .

كما يشمل علم التاجر بالإضافة الى ما سبق علمه بأهمية ودور هذه البيانات في تكوين رضا المستهلك وتنوير إرادته، حيث يكون لهذه البيانات التأثير الكبير على إرادة هذا الأخير فإذا كانت على العكس من ذلك ولا تحقق هذا الشرط لا يلزم الطرف الاخر بالإدلاء بها.

وتتحدد هذه البيانات من خلال حرص المستهلك على معرفتها والاستفسار بشأنها ، كما تساهم في تحديد نطاق العقد والتزاماته.

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هل يلزم التاجر أو المهني بالإدلاء بالمعلومات التي لا علم له بها ؟

[1] خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سابق، ص 100 .

إن الجواب على هذا السؤال يقتضي تحديد مدى امكانية علم التاجر أو المهني بها أو مدى تقصيره في ذلك حيث لا يلزم هذا الأخير بالإدلاء بالمعلومات التي لا علم له بها الا في حالتي امكانية العلم بها أو تقصيره في ذلك ويتخذ الادلاء بهذه المعلومات شكل الالتزام ببذل عناية علم المهني المعتاد لأنه لا تكليف بمستحيل[1]. ويتحقق علم المستهلك بهذه المعلومات لحظة الإفضاء بها وهذا ما أكدته محكمة النقض الفرنسية في مجال الالتزام بالإعلام للمنتجات الطبية ومنها الأدوية من حيث الفعالية، الاستخدام الآمن لها و تأثيراتها الجانبية والجرعات المناسبة وموانع الاستعمال وغيرها.

كما قضت ذات المحكمة بتحميل التاجر أو المهني لعبء اثبات التزامه بالاعلام وتزويد المستهلك بالمعلومات اللازمة وهذا خلافا للقواعد العامة في الإثبات.[2]

2/ **جهل المستهلك المشروع بالمعلومات محل الإلتزام:** لكي يقوم التزام التاجر أو المهني بالاعلام قبل التعاقدي وجب توفر شرط يخص المستهلك وهو جهله بالبيانات والمعلومات محل الالتزام لاسيما في العقود الالكترونية التي تتم عن بعد وتستوجب تبصير المستهلك كونه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

ونقصد بجهل المستهلك هنا الجهل المبرر أو المشروع لهذه البيانات Ingnorance légitime فرغم أن حماية المستهلك تقضي إقامة التوازن العقدي بين الطرفين وعدالتهما فمن غير المنطقي أن يتم التفريط في مصالح المهني أو التاجر في سبيل حماية مصالح المستهلك ووجب وضع ضوابط لإرساء قاعدة التوازن العقدي ، فالإلتزام بالإعلام بالنسبة للمحترف أو التاجر يقابله الالتزام بالإستعلام من طرف المستهلك خصوصا مع وجود وسائل متاحة لهذا الأخير من أجل الاستعلام مثل الاستعانة بأهل الخبرة ، التحقق من خلال

[1] خالد ممدوح ابراهيم ، المرجع نفسه ، ص 100 .

[2] عبد الرؤف حسن أبو الحديد، مرجع سابق، ص 103

الوسائل القانونية المتبعة لشهر الحقوق ، بالإضافة إلى اللجوء إلى المحترف أو التاجر نفسه و الإستعلام عن الحالة المالية له.

غير أنه قد ترد اعتبارات تجعل من استعلام المستهلك حول هذه البيانات أمرا مستحيلا[1] والتي قد تكون اعتبارات موضوعية تخص طبيعة الشيء المبيع ، فلا يجد المستهلك فرصة للتعرف على أوصافه ويكون مصدر علمه الوحيد هو التاجر أو المحترف.

كما قد يكون مبني على اعتبارات شخصية تخص المستهلك في حد ذاته كقلة معرفته وقص خبرته التي تستدعي تدخل التاجر لتنوير ارادته.

وفي هذا النطاق تجدر الإشارة أنه في حال تساوي الطرفين من حيث المعرفة والدراية والخبرة يفقد صفة الدائنية في الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي كأن يقوم مهني بإبرام عقد مع مهني آخر من نفس التخصص ، حيث يكون متكافئ معه من حيث الخبرة ، ووسائل المعرفة فلا يقوم هذا الإلتزام إلا في حال وقوع تدليس[2] واحتيال من الطرف الآخر قيرجع عليه بدعوى الإخلال بإلتزام الإعلام.

– موقف المشرع الجزائري:

كرس المشرع الجزائري هذا الالتزام ضمن أحكام القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

حيث نصت المادة 10 منه على ضرورة أن تسبق كل معاملة إلكترونية بعرض تجاري إلكتروني، وأن توثق هذه المعاملة من خلال عقد إلكتروني يوافق عليه المستهلك الإلكتروني[3].

[1] بان سيف الدين محمود المشهداني ، موجبات حماية المتعاقد من الغش التجاري الالكتروني ، دار الوفاق للنشر ، كلية المستقبل ، الأردن ، طبعة 1 ، سنة 2024 ، ص 32 .

[2] خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سابق، ص 102 .

[3] المادة 10 ، القانون 05/18 ، مصدر سابق .

كما أوجبت المادة 11 من نفس القانون أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة واضحة، مقروءة ومفهومة، على أن يتضمن على الأقل – دون حصر – البيانات التالية[1]:

- الرقم الجبائي للمورد، وعناوينه المادية والإلكترونية، ورقم هاتفه.
- رقم السجل التجاري، أو رقم البطاقة المهنية في حال كان المورد حرفيا.
- وصف دقيق لطبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات، مع احتساب الرسوم.
- توضيح مدى توفر السلع أو الخدمات المعروضة.
- تفاصيل تتعلق بآجال ومصاريف وكيفية التسليم.
- الشروط العامة للبيع، وخاصة البنود المتعلقة بحماية البيانات ذات الطابع الشخصي.
- تتمثل الشروط التي يجب أن تتوفر في الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع في ضمان حقوق المستهلك فيما يتعلق بإصلاح أو استبدال المنتج أو تقديم تعويض في حالة وجود عيب أو خلل فيه. أما في ما يخص تحديد السعر، فيحتسب وفقا لمعايير واضحة ومتفق عليها بين الأطراف في حال تعذر تحديده مسبقا عند إبرام العقد.

– أما فيما يتعلق بإجراءات الدفع، فهي تتطلب تحديد الوسائل والأساليب المقبولة للدفع مع التأكيد على الأمان والشفافية. كما يجب تحديد الشروط التي يسمح بموجبها بإلغاء العقد في الحالات التي تستدعي ذلك، مثل عدم تنفيذ أحد الأطراف لالتزاماته التعاقدية.

– ومن ناحية أخرى، فإن تنفيذ المعاملات الإلكترونية يستلزم المرور بمراحل متعددة تبدأ من تقديم الطلب وانتهاء بالتسليم، وتتضمن هذه المراحل خطوات واضحة يتم فيها تأكيد الطلب، وتحديد ميعاد التسليم، وسعر المنتج، وكذا الإجراءات المتعلقة بإلغاء الطلب المسبق في حال رغبة أحد الأطراف في ذلك.

[1] المادة 11 ، القانون 05/18 ، مصدر سابق .

- كما يتوجب تحديد مدة سريان العرض التجاري عند الاقتضاء، إلى جانب شروط وأجال الانسحاب من العقد الإلكتروني، إن كان ذلك ممكنا.
- وبالإضافة إلى ذلك، لا بد من وضع آليات واضحة لتأكيد طلبية المشتري، وطرق إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه في حال وجود مشكلة فيه.
- ويجب أيضا الإشارة إلى كلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية في حال كانت محسوبة على أساس مختلف عن التعريفات الرسمية المعمول بها، وذلك لضمان الشفافية الكاملة أمام المستهلك.

وباستقراء أحكام هذين النصين القانونيين، يتضح أن المشرع الجزائري أولى اهتماما خاصا بحماية المستهلك الإلكتروني قبل دخول العقد حيز النفاذ، حيث تم توفير ضمانات قانونية تهدف إلى تحقيق الثقة والشفافية في المعاملات الإلكترونية، وتوفير بيئة آمنة بعيدة عن الغش والتضليل.

الفرع الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلان المضلل

يعد الإعلان التجاري بمثابة دعوة للتعاقد حيث يتم عرض المنتجات والخدمات عبر المواقع الإلكترونية من أجل جلب انتباه المستهلك لإقتناءها وذلك من خلال تقديم عروض متميزة للمنتج أو الخدمة التي قد تقترن بوسائل احتيالية تعمل على تضليل المستهلك وسلب ارادته ودفعه للتعاقد .

وفيما يلي سنحاول تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني وتبيان طبيعته القانونية ثم نبين شروط الإعلان التجاري غير المضلل في عبر الأنترنت.

أولا: تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني:

وردت عدة تعريفات بخصوص الإعلان التجاري فمن الفقه من عرفه على أنه:" كل شكل من أشكال الاتصال في إطار الأنشطة التجارية والصناعية والحرفية بهدف الترويج لتوريد البضائع أو الخدمات وتشمل كذلك العقارات والحقوق والإلتزامات.[1] "

نجد أن هذا التعريف جاء بشكل موسع لأشكال ومجالات الإعلان وهو نفس التعريف لذي ورد في التوجيه الأوروبي الصادر من عام 1984.

كما عرفه البعض الآخر بشكل أبسط على أنه :"إخبار أو إعلام بقصد تعريف المستهلك بسلعة أو خدمة معينة ، وذلك بإبراز مزاياها ، وامتداح آثارها بهدف اقبال الجمهور على هذه السلعة أو الخدمة[2]"

ورغم أن القانون المدني الفرنسي لم يضبط تعريفا محدد للإعلان التجاري على اعتبار الوسيلة المستخدمة فيه ، إلا أنه وفي المادة الثالثة من القانون رقم: 1150/79 الصادر في: 29/ 12 / 1979 المتعلق بالحماية من اللافتات الإعلانية المعلقة على الجدران والتي ورد فيها :"يعتبر اعلا

ن كل نقش يهدف إلى إعلان الجمهور وجذب انتباهه سواء كان نقشا نموذجيا أو صورة[3]"

و المشرع الجزائري لم يضع قانونا مستقلا ينظم الإعلان الإلكتروني بشكل مباشر، بل تناولته مجموعة من النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بحماية المستهلك، من بينها :

المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/ 01/ 1990المعدل و المتمم ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في الباب الأول منه في المادة 02/ 8 تعريف الإشهار على أنه

[1] بوزويقة عزيزة ، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر، جامعة محمد لمين دباغين، كلية الحقوق، سطيف، 2017/2016، ص 09 .

[2] عبد الرؤف حسن ابو الحديد، مرجع سابق، ص 197 .

[3] خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سابق، ص 134

:"جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية [1]"

و القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي خصص الفصل السابع منه لتنظيم هذا الجانب.

فنصت المادة 6 من هذا القانون على تعريف الإعلان الإلكتروني بأنه كل إعلان يرمي مباشرة أو غير مباشرة إلى تسويق منتجات أو خدمات باستخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية[2].

وقد نصت المادة 11 من نفس القانون على وجوب تقديم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة "مرئية ومقروءة ومفهومة"، وهو ما يدل على إلزام البائع أو المورد الإلكتروني بتقديم إعلان واضح وسهل الفهم، خالٍ من الغموض والإبهام، وخاصة أمام المستهلك الإلكتروني.

كما اشترط المشرع في باقي فقرات المادة نفسها ذكر مجموعة من البيانات الأساسية في الإعلان، بهدف زيادة وضوحه وشفافيته، مما يعزز من حماية المستهلك ويمنع أي ممارسات مضللة قد تؤثر على قرار الشراء.

من خلال ما سبق يمكن القول أن الغرض من الإعلان هو كل وسيلة تهدف الى التأثير النفسي على المستهلك من أجل طلب سلعة أو خدمة معينة وجذبه للتعاقد من خلال عرض مزاياها وذلك تلبية لرغباته واحتياجاته . ولا فرق بين الإعلان التقليدي والإعلان الإلكتروني إلا في الوسيلة المستخدمة.

حيث يقوم الإعلان التجاري على عنصرين أساسيين هما:

[1] المادة 2 فقرة 8 ، المرسوم التنفيذي 39/90،مرجع سابق .

[2] الزقد، أحمد إسماعيل، الحماية القانونية من الخداع في الإعلان في القانون الكويتي المقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، 1995، ص 144 .

• العنصر المادي: ويتمثل في كل فعل أو نشاط أو استخدام لوسائل التعبير التي تدرك بالحواس بهدف إحداث تغيير معين ومحدد على المستهلك حيث يتم ذلك عبر وسائل الإتصال الحديثة والمتمثلة في الأنترنت.

• العنصر المعنوي: وهو تحقيق الربح من خلال الترويج للمنتجات والخدمات, والعمل على تشجيع واستمالة وجذب المستهلكين للإقبال على السلع والخدمات محل الاعلان دون غيرها[1]

ثانيا: شروط الإعلان التجاري غير المضلل:

على الرغم من أن الإعلان التجاري يعتبر مظهرا من مظاهر المنافسة المشروعة يهدف الى التسويق الناجح وجلب الزبائن عن طريق الترويج للسلع والخدمات ،إلا أنه قد يحمل في طياته أساليب من الخداع والتضليل التي تحمل المستهلك على التعاقد وتوقعه في الخلط من خلال المعلومات المضللة الواردة فيه.

لهذاكان لزاما في الإعلان التجاري الإلكتروني أن يتضمن المعلومات الواضحة والنافية للجهالة التي تمنع المتعامل به من الوقوع في الخطأ وبالتالي وقوعه كضحية للغش والإحتيال الإلكتروني.

ومن هذا المنطلق جاء مبدأ حماية المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة وهو ما دفع بالمشرع الجزائري ومن خلال المادة 30 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18 الى تحديد الشروط الواجب توفرها في الإشهار الإلكتروني التي تمنع أي غموض أو تضليل ممكن أن يقع فيه المستهلك جراء ذلك . حيث جاء نص المادة كمايلي: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال ، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات

[1] سعيد سعودي، مدربل حكيمة، الحماية الوقائية للمستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، لعدد 2، سنة 2022، ص 502

طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:

*أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية

*أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه

*ألا تمس بالاداب العامة والنظام العام

*أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا الغرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا ، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.

*التأكد من أن جميع الشروط الواجب استفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة."

كما رتب في حالة مخالفة الأحكام الواردة في المواد30،31،32،34 من قبل المورد الالكتروني عقوبة بغرامة مالية تتراوح من :50.000 دج الى 500.000 دج بالإضافة الى التعويض المدني عن الضرر للمستهلك من خلال نص المادة 40 من ذات القانون[1].

الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

تعد الشروط التعسفية من أبرز المخاطر التي قد تواجه المستهلك الإلكتروني في العقود الرقمية، حيث يفرض عليه شروط غير عادلة أو مجحفة دون فرصة للتفاوض، ما يضعف مركزه التعاقدي ويهدد حقوقه الأساسية. لذلك، اهتمت القوانين الحديثة بوضع قواعد تمنع إدراج مثل هذه الشروط في عقود التجارة الإلكترونية، بهدف حماية المستهلك من الاستغلال

[1] المادة 40 ، قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مصدر سابق .

والتضييق على حقوقه. وفي هذا الفرع، سنتناول تعريف الشروط التعسفية والآليات القانونية التي تم اعتمادها لمواجهتها وضمان عدالة العقود الإلكترونية.

أولا: مفهوم الشرط التعسفي

الشرط التعسفي هو الشرط الذي يستأثر به أحد طرفي العقد بفرضه تعسفا على الطرف الآخر بسبب عدم المساواة بينهما وينتج عنه اختلال ظاهر في التوازن العقدي بين حقوق والتزامات الأطراف[1] .

كما تم تعريف الشروط التعسفية بأنها :"تلك الشروط التي يفرضها المتعاقد القوي من الناحية الاقتصادية على المتعاقد الضعيف من الناحية نفسها, ولا يستطيع هذا الأخير إلا تقبلها نظرا لضعف مركزه الإقتصادي بحيث لو لم يكن في هذا المركز الضعيف لما قبلها[2]"

وعرفها المشرع الفرنسي من خلال القانون المتعلق بحماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية لسنة 1995 والذي جاء فيه " تعتبر شروطا تعسفية في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين تلك التي يكون موضوعها أو من آثارها إحداث اختلال واضح بين حقوق وإلتزامات طرفي العقد[3]"

كما عرفها المشرع الجزائري في المادة 03 فقرة 5 من القانون رقم:02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه:" كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد[4]"

---

[1] أحمد أمين نان ، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 22 ماي 2017، ص 16.

[2] أيمن سعد سليم، العقود النموذجية ، دار النهضة العربية ، مصر، 2005، ص 63 .

[3] زردازي عبد العزيز، مواجهة الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك، مجلة الحقوق والحريات، جامعة باجي مختار عنابة، العدد 4 ، افريل 2017، ص75 .

[4] القانون رقم 02/04، المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مصدر سابق .

فيبدو جليا أن الغرض من الشرط التعسفي هو تحقيق مصلحة لأحد الطرفين على حساب الآخر إما بتحميل التزام أكثر أو إعطاء ضمان أقل . فهو الشرط الذي يفرض على المستهلك نتيجة تعسف الطرف القوي الذي يتمتع بالقوة الاقتصادية والتي تباينت آراء الفقهاء بشانها. فهناك من رأى أن هذه القوة تقاس بمدى حجم المشروع الذي يديره المورد والوسائل التي يمتلكها لمزاولة نشاطه الاقتصادي، بينما ذهب فريق آخر إلى أن معيار القوة الاقتصادية يقاس من زاوية المستهلك العادي، الذي لا تتوفر له القدرة الكافية على مناقشة شروط العقد الأساسية، ويكون أمام خيار واحد فقط، إما القبول أو الرفض. [1]

ثانيا: طرق مواجهة الشروط التعسفية:

سعت التشريعات المختلفة الى حماية المستهلك من الشروط التعسفية وذلك بإرساء قواعد تكفل هذه الحماية سواء كانت بطريقة مباشرة[2] خلال جميع مراحل العقد وحتى مرحلة النزاع القائم بشأنه ،أو بالطريقة الغير مباشرة والمتمثلة في القواعد والمبادئ العامة الواجب مراعاتها قبل التعاقد.

أ/ الحماية التشريعية المباشرة للمستهلك من الشروط التعاقدية التعسفية:

وتتمثل في جملة القوانين والتشريعات التي تنص على الشروط التعسفية التي يمنع ادراجها ضمن العقود المبرمة والتي نتيجة كثرتها واختلاف كيفياتها جعلت التشريعات تتدخل لتحديدها ولفت انتباه المستهلك لوجودها أثناء ابرام العقد وبالتالي تقليل الوقوع فيها. وتندرج ضمن الحماية المباشرة ماجاء عن طريق إصدار القانون وما ورد من خلال إصدار المراسيم والتي جاءت على النحو التالي:

– حماية المستهلك من الشروط التعسفية عن طريق إصدار القوانين :

[1] غبابشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، الطور الثالث في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1 ، 2021/2020، ص 213.

[2] زردازي عبد العزيز، مرجع سابق، ص83 .

حاولت غالبية التشريعات إرساء قواعد لحماية المستهلك عن طريق إصدار قوانين خاصة ومستقلة لحمايته من الشروط المجحفة في حقه وذلك لعدم قدرة القواعد العامة على ذلك نتيجة للتزايد المستمر لإدراج هذه الشروط ضمن بنود عقود الاستهلاك واتساع الفجوة بين حقوق والتزامات كل من المستهلك والمهني أو المحترف والمشرع الجزائري وعلى غرار هذه التشريعات قام بإدراج قائمة للشروط التعسفية على سبيل المثال لا الحصر، وذلك من خلال نص المادة 29 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بدءا من مرحلة التفاوض الى مرحلة ابرام العقد ثم تنفيذه[1].

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري ترك الجزاءات المدنية المترتبة عن ادراج الشروط التعسفية ضمن العقود الى القواعد العامة للمسؤولية المدنية العقدية وهذا ما يعاب عليه حيث اكتفي بالعقوبة الجزائية التي اقرتها المادة 38 من القانون رقم: 02/04 السالف الذكر[2].

– حماية المستهلك من الشروط التعسفية عن طريق إصدار المراسيم :

عمد المشرع الجزائري الى حماية المستهلك مباشرة من الشروط التعاقدية المجحفة في العقود الاستهلاكية والتي وردت على سبيل المثال كما سبق الذكر غير أن هذا لم يكن كافيا حيث كملها بإصدار المرسوم التنفيذي رقم: 306/06 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين حيث نصت المادة 05 امن الفصل الثاني منه على البنود التي تعتبر تعسفية والتي يقوم بها العون الإقتصادي[3].

ب/ الحماية غير المباشرة للمستهلك من الشروط التعاقدية التعسفية:

[1] المادة 29 ، القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مصدر سابق.

[2] زردازي عبد العزيز، مرجع سابق، ص86

[3] المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ، المادة 5 .

تعد مخالفة الأحكام والقواعد من طرف التجار والاقتصاديين أساسا للمستهلك للدفاع عن حقوقه ومواجهتهم والتي تكون في كافة مراحل العقد وقد نص المشرع الجزائري على مبدأين أساسيين تقضي بحماية المستهلك في المرحلة السابقة لإبرام العقد وهما مبدأ شفافية الممارسات التجارية ومبدأ نزاهة هذه الممارسات.

– مبدأ شفافية الممارسات التجارية:

يقصد بهذا المبدأ إعلام المستهلك بالأسعار وشروط البيع كما يجب أن تكون المعاملة مصحوبة بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها يقدمها عند الضرورة وهذا ما نصت عليه المادة 10 من الفصل الثاني بعنوان الفوترة من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[1].

– مبدأ نزاهة الممارسات التجارية:

حدد المشرع الجزائري من خلال هذا المبدأ مجموع السلوكيات الواجب على التجار الإلتزام بها في تعاملاتهم مع المستهلكين والتي تخص جوانب العقد في كافة مراحله وهي كما يلي :[2]

- الامتناع عن الممارسات التجارية غير الشرعية
- عدم ممارسة أسعار غير شرعية.
- الامتناع عن الممارسات التجارية التدليسية.
- الامتناع عن الممارسات الجارية غير النزيهة.
- الامتناع عن الممارسات التعاقدية التعسفية.

المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

[1] المادة 10 ، القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مصدر سابق .

[2] زردازي عبد العزيز، مرجع سابق، ص 82 .

بعد إبرام العقد الإلكتروني، تبدأ مرحلة التنفيذ التي تشكل بدورها تحديات متعددة للمستهلك، خصوصا فيما يتعلق بضمان وصول المنتج أو الخدمة وفق المواصفات المتفق عليها وخلوها من العيوب ومطابقة المنتج للمواصفات المعلنة وغيرها لذلك، أولت التشريعات مجموعة من الحقوق المقررة لحماية المستهلك الالكتروني في مرحلة تنفيذ العقد والتي تعد من الضمانات الأساسية التي تخوله الانتفاع بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد فمنها ما استحدثته التشريعات الحديثة كحق العدول(الفرع الأول) ومنها ما جاء وفقا للقواعد العامة للتعاقد كحق ضمان العيب الخفي(الفرع الثاني) والحق في ضمان التعرض سواء كان شخصي أو صادر من الغير(الفرع الثالث).

الفرع الأول: حق المستهلك الالكتروني في العدول

يعد الحق في العدول خروجا عن مبدأ القوة الملزمة للطرفين في العقد المبرم حيث تقضي المبادئ العامة بضرورة الالتزام بالوفاء دون نقض أو تعديل في الأحكام إلا في حدود ما يسمح به الاتفاق أو النص القانوني إلا أن التشريعات الحديثة منحت للمستهلك الإلكتروني الحق في العدول تكريسا لمبدأ حمايته في مواجهة الطرف الآخر.

أولا: تعريف الحق في العدول:

للعدول عدة مصطلحات فهناك من يطلق عليه حق الخيار، مهلة التفكير، حق الندم، إعادة النظر، خيار الرجوع . غير أنها تدل على معنى واحد وهو التحلل من العقد بالارادة المنفردة ووفقا لظوابط قانونية معينة[1].

وقد اختلفت التعريفات الفقهية حول الحق في العدول فمنهم من عرفه على أنه: حق المستهلك في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة خلال مدة معينة يحددها القانون دون الحاجة

[1] نصيرة غزالي، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، مجلة آفاق علمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عمار ثليجي الأغواط ، العدد 3، 2019، ص 299 .

الى إبداء أية مبررات مع إلتزام التاجر أو مقدم الحدمة بحسب الأحوال برد قيمتها مع تحمل المستهلك مصروفات الرجوع فقط [1].

كما عرفه البعض على أنه : "رغبة أحد المتعاقدين بنقض العقد والتحلل منه ، دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر [2] "

وعرفه البعض على انه :" الرجوع عن الإرادة المعبر عنها من قبل وسحبها كأن لم تكن، مع منع ترتيب آثارها فهو تعبير عن إرادة عكسية ، وهو بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة حيث يلتزم من خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها ، واعتبارها كأنها لم تكن ,وذلك بهدف تجريدها من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل [3]. "

فالحق في العدول يعيد المتعاقدين الى الحالة الأولى قبل التعاقد وذلك برد المستهلك للمنتج واسترداد ثمنه خلال مدة معينة وهو بذلك يخول لصاحبه إعادة النظر من جديد في الالتزام الذي ارتبط به.

ويمتاز الحق في العدول بجملة من الخصائص أهمها:

- حق تقديري مؤقت ومجاني يتعلق بالنظام العام فلا يجوز التنازل عنه أو الاتفاق على مخالفته.
- أنه يرد على العقود اللازمة كالبيع والإيجار دون العقود الغير لازمة مثل الوكالة ويشمل السلع المنتجات والخدمات كذلك.
- أن مصدره محدد بالقانون والاتفاق حيث يتم بالإرادة المنفردة للمستهلك ودون الحاجة للقضاء.

[1] بن شلي ججيقة ، بوقجار إيمان، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، خصص قانون أعمال، كلية الحقوق جامعة البشير الإبراهيمي برج بوعريريج ، 2023/2022، ص 36..

[2] احمد امين نان ، مرجع سابق ، ص 12 .

[3] كريمة جيدل، حق المستهلك في العدول عن التعاقد، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة يحيى فارس المدية ، العدد 2، 2021، ص11 .

– أنه يتم دون اشتراط موافقة الطرف الآخر ودون الحاجة لإثبات التعرض لأي وسيلة من وسائل الخداع.[1]

وقد نص المشرع الجزائري على الحق في العدول من خلال ما جاء في المادة 19 من القانون رقم 09/18 المعدل والمتمم للقانون رقم 03/09 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش : أن العدول حق للمستهلك في التراجع عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب.

للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتوج ما ضمن احترام شروط التعاقد , ودون دفعه مصاريف إضافية.

تحدد شروط وكيفيات ممارسة حق العدول وكذا آجال وقائمة المنتوجات المعنية عن طريق التنظيم [2] .

ونلاحظ أن قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لم يعرف الحق في العدول إنما نص على حق المستهلك الإلكتروني في إعادة إرسال المنتوج على حالته وفي غلافه الأصلي في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لآجال التسليم وذلك خلال مدة مقدرة بـ 04 أيام عمل ابتداءا من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج مع ذكر السبب ودون المساس بالحق في التعويض عن الضرر، ويقوم المورد الإلكتروني بإرجاع المبلغ المدفوع للمستهلك مع النفقات المتعلقة بإعادة ارسال المنتوج خلال 15 يوم من تاريخ الاستلام[3].

ثانيا: مبررات الحق في العدول :

يعد الحق في العدول من النظام العام الذي يجوز مخالفته ولو بالإتفاق كما لا يمكن التنازل عنه مسبقا من قبل المستهلك أو تقييده بأي شكل من الأشكال[4]، فهو بمثابة فرصة للمستهلك

[1] أحمد أمين نان، مرجع سابق ، ص 13.

[2] القانون رقم 09/18 المؤرخ في 10 جوان 2018 يعدل ويتمم القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المادة 19.

[3] المادة 22، قانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدرسابق .

[4] أحمد أمين نان، مرجع سابق، ص 14 .

لحماية رضاه وضمان توجه إرادته بشكل مستنير وذلك بالتروي في ابرام العقد وأخذ فكرة كاملة عن المنتج وذلك تفاديا للأخطار التي يمكن أن يقع فيها.

وفضلا على ان الحق في العدول يهدف الى حماية المستهلك الالكتروني فهو مرتبط بكل التشريعات الهادفة لحماية المستهلك غير أن الطبيعة الخاصة للعقد الإلكتروني تجعل من هذا الحق أكثر من ضرورة للمستهلك الإلكتروني وذلك بالنظر الى مركزه الضعيف في العلاقة التعاقدية أمام قوة المهني أو المحترف الاقتصادية أو المالية .والتي تظهر جليا من خلال عامل الخبرة التي يتمتع بها المورد الالكتروني أو التاجر ,الذي يلجأ الوسائل الاشهارية من أجل التأثير على المستهلك وإقناعه للتعاقد معه، رغم قلة خبرته وافتقاره للمعرفة اللازمة حول المنتج أو الخدمة المقدمة .

و يتم ممارسة هذا الحق خلال المدة المحددة قانونا ووفقا للشروط الواردة في ذلك حيث يقوم المستهلك بإخطار التاجر أو البائع عبر الفاكس أو البريد الإلكتروني أو عبر الموقع المخصص للتعامل أو عن طريق البريد الموصى عليه وذلك تفاديا لإنكار الطرف الآخر للتبليغ بالعدول[1] كما يتم رد المنتج أو البضاعة المسلمة دون الحاجة الى التبرير وهذا ما نصت عليه المادة 19 /2 من القانون رقم: 09/18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم .

ثالثا: آثار ممارسة الحق في العدول

يترتب على تراجع المستهلك عن التعاقد انقضاء العقد وبالتالي عودة الطرفين للحالة الأولى قبل التعاقد مما يرتب أثار لكلا الطرفين

أ/ بالنسبة للمستهلك الإلكتروني :

بما أن حق العدول حق مجاني مخول للمستهلك قانونا دون تقديم أي مبرر واستعماله يعني نقض العقد ، حيث لا يترتب على المستهلك أية أعباء أو جزاءات ، ماعدا ما تعلق

[1] بن شلي ججيقة، بوقجار إيمان، مرجع سابق، ص 37 .

بالمصاريف الخاصة بإرجاع المنتج وذلك بشرط احترام المدة القانونية المحددة له والتي حددتها المادة 22 و23 من قانون التجارة الإلكترونية بـ 04 أيام عمل ابتداءا من تاريخ تسليم المنتج. مع إرجاع البضاعة في الشكل الذي تسلمها فيه ,أو أن يتنازل عن الخدمة المقدمة [1] إذا كان العقد المبرم لغرض الحصول على خدمة .

أما إذا انقضت المدة المحددة قانونا دون أن يستعمل هذا الحق فيصبح العقد ملزما له كما للطرف الآخر .

ب/ بالنسبة للمورد الإلكتروني :

يترتب على استعمال المستهلك حقه في العدول خلال المدة القانونية المحددة التزام المهني أو المورد الإلكتروني برد ثمن المنتج وذلك في خلال مدة اقصاها 30 يوما يبدأ سريانها من تاريخ اعلان المستهلك عن العدول من طبقا للمادة 222 /15 من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 2017[2] .

وفي حالة انقضاء المدة دون ارجاع الثمن يقضي بدفع فائدة للمستهلك عن كل يوم تأخير [3].

كما الزم المشرع الجزائري من خلال المادة 22 من قانون التجارة الالكترونية المورد الالكتروني اعادة الثمن للمستهلك والنفقات المتعلقة بإعادة المنتوج خلال 15 يوم ابتداءا من تاريخ استلامه للمنتوج.

الفرع الثاني : حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيب الخفي ومطابقة المنتوج

يعد الإلتزام بضمان العيوب الخفية من أهم الإلتزامات التي يتحملها المورد الإلكتروني تجاه المستهلك خاصة في المعاملات التجارية التي تتم عن بعد , والتي يكون المستهلك الإلكتروني فيها محروم من معاينة المنتج , ومعرفة مدى جودته من عدمها خلال مرحلة

[1] أحمد أمين نان ، مرجع سابق، ص 15 .

[2] كريمة جيدل، مرجع سابق، ص19 .

[3] أحمد أمين نان، مرجع سابق، ص 15 .

التنفيذ لاسيما وأن العيوب الخفية غالبا ما تكتشف بعد الشراء واستلام المنتج ، والتي لم يكن بالإمكان التعرف عليها قبل إبرام العقد. بالإضافة الى عامل مطابقة المنتج للمواصفات المعلنة عنها والذي يعد حقًا أساسيًا للمستهلك، حيث يعزز ثقة هذا الأخير في التجارة الإلكترونية ويشجع الإقبال عليها.

لهذا سنتناول من خلال هذا الفرع الإلتزام بضمان العيب الخفي، وكيفية تطبيقه في الفضاء الإلكتروني، بالإضافة إلى ضمان مطابقة المنتج للمعايير والمواصفات المتفق عليها، كما سنتطرق الى الآليات والوسائل القانونية التي من شأنها حماية المستهلك الإلكتروني.

أولاً: ضمان العيوب الخفية

1/ تعريف العيب الخفي :

يعرف العيب الخفي بأنه "العيب الذي يلحق بالمبيع , حيث يصيب المنتج أو الخدمة سواء في الأوصاف أو في الضمانات والتي تجعل منهم غير صالحين للهدف المعد من أجله أو يؤدي وجودها الى إتلاف في المبيع."[1]

رغم أن العديد من التشريعات المقارنة لم تعرف العيب الخفي, إلا قامت بتحديد الحالات التي يقوم فيها ، ونذكر منها المشرع الفرنسي من خلال المواد 1641 الى غاية 1649 من القانون الفرنسي, المشرع المصري في المادة 747 من القانون المدني.[2]

ونفس الشيء بالنسبة للمشرع الجزائري الذي اكتفى بذكر الآثار المترتبة على العيب الخفي، من خلال المادة 379 فقرة 1 من القانون المدني الجزائري[3]، حيث يكون البائع ملزماً بضمان

[1] بن شلي ججيقة ، مرجع سابق ، ص 41 .

[2] لينة بوهنتالة ، وسائل الحماية المدينة للمستهلك في التجارة الإلكترونية ، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ،مخبر البحوث القانونية والسياسية جامعة خنشلة ، العدد 1، 2022 ، ص 26 .

[3] الأمر 58/75 مؤرخ في 28 سبتمبر 1975 ، المتضمن القانون المدني ، ج رعدد 78 ، الصادر 30سبتمبر 1975.

العيوب الخفية في حال لم تتوافر في المبيع الصفات التي تم الاتفاق عليها عند تسليم السلعة للمشتري، أو إذا كان يحتوي على عيب يؤدي إلى تقليل قيمته أو يجعل استخدامه غير ملائم للغرض الذي تم الشراء من أجله، سواء بحسب ما نص عليه العقد أو حسب طبيعة المنتج واستخدامه. فهذا الحكم يلزم البائع بالضمان حتى لو كان غافلاً عن وجود العيب.

كما ورد في المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 المؤرخ في:25 فيفري 2009 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم:09/18 المؤرخ في: 10 يونيو 2018 من خلال الفصل الرابع بعنوان إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع ، فقد نص على ضمان السلع والخدمات ضد العيوب الخفية، كما تم توضيح آليات تطبيق هذا الضمان بموجب المرسوم التنفيذي الصادر عام 2013، الذي وضع الإجراءات اللازمة لتفعيل حقوق المستهلك في هذا الشأن. [1]

فضلا عن هذا تجدر الإشارة الى الأحكام التي نصت المادة 23 من قانون التجارة الإلكترونية.[2]

ولكي يعتبر العيب مستحقا للضمان من قبل البائع أو المورد الإلكتروني، لا بد من توفر شروط أساسية وهي:

. أن يكون العيب ذا أهمية كافية تمنع المنتج من أداء الوظيفة التي أُنتج من أجلها بشكل سليم، أو أن يكون له تأثير كبير في تقليل قيمته.

. أن يكون العيب خفياً، أي غير ظاهر للعين المجردة ولا يمكن اكتشافه إلا بعد الاستخدام أو فحص دقيق. [3]

2/آثار العيب الخفي :

[1] ربحي تبوب فاطمة الزهراء، قانون المعاملات الالكترونية وفقا للقانون 18-05، بيت الأفكار، ط 1، الدار البيضاء، الجزائر، 2021، ص 290.

[2] المادة 23 من القانون رقم 05/18 ، مصدر سابق .

[3] ربحي تبوب فاطمة الزهراء ، مرجع سابق، ص 291.

يعد العيب خفيا في المنتج لأنه لا يمكن اكتشافه من قبل المستهلك إلا من خلال الفحص العادي للمنتج، حيث يتم تقدير مدى خفيّته وفقًا لمعيار الشخص العادي. فمن الضروري أن يكون هذا العيب موجودًا في المنتج قبل تسليمه للمستهلك، أي أن يكون سابقًا لإبرام العقد، وذلك وفقًا لنص المادة 2/379 من القانون المدني الجزائري. [1]

كما يعد عدم علم المشتري بالعيب من العناصر الأساسية لقيامه، فإن أدرك المشتري العيب قبل أو أثناء إبرام العقد يُلغي إمكانية التمسك به لاحقًا. ويظهر ضمان العيوب الخفية في العقود التقليدية والتجارة الإلكترونية على حد السواء، حيث يتم التأكيد على هذه الضمانات قبل تقديم الخدمات التقنية أو الجودة.

وقد أقرت التشريعات المختلفة بما فيها التشريع الجزائري إمكانية رفع دعوى ضمان العيوب الخفية[2] في حال وجودها شرط أن يتحقق المشتري من حالة المبيع عند الإستلام فإن كشف العيب وجب عليه إخبار البائع في الآجال المحددة لذلك وإلا اعتبر راضيا به, وهو ما نصت عليه المادة 01/380 من القانون المدني الجزائري التي نصت على ضرورة وجود شرطين لقيام الدعوى وهما:

- التحقق من سلامة المبيع عند الإستلام.
- إخطار البائع في آجال معقولة .

ثانيا: ضمان مطابقة المنتوج

يُعرَّف ضمان المطابقة من خلال من قانون حماية المستهلك و قمع الغش بأنه التزام يقتضي أن يكون كل منتج متاح للاستخدام مطابقًا للمعايير الفنية والصحية والبيئية ومتطلبات السلامة والأمن المعمول بها."

[1] الأمر 75-58 يتضمن القانون المدني، مرجع سابق .

[2] لينة بوهنتالة ، مرجع سابق ، ص 26 .

وتأكيدًا على أهمية المطابقة، تنص المادة 11 من نفس القانون[1]، المدرجة ضمن الفصل الثالث تحت عنوان "إلزامية مطابقة المنتجات"، على أن المنتجات المعروضة للاستهلاك يجب أن تتماشى مع المتطلبات المشروعة للمستهلك، من حيث طبيعتها، صنفها، منشأها، مكوناتها الأساسية، تركيبها، ونسب مقوماتها. كما يجب أن تكون قابلة للاستخدام دون مخاطر، وأن تستوفي المتطلبات المتعلقة بمصدرها، والنتائج المتوقعة منها، إلى جانب الجوانب التنظيمية مثل التغليف، تاريخ الصلاحية، طرق الاستخدام، شروط التخزين، والاحتياطات اللازمة.

وبناءً عليه، يُلزم المورد الإلكتروني بتقديم منتجات تتوافق مع مواصفات العقد، من حيث الكمية والجودة والخصائص، حيث يُعتبر العقد المبرم المرجعية الأساسية لتحديد المطابقة المطلوبة. وإذا تبين أن المنتجات المسلّمة تختلف عن تلك المتفق عليها في العقد، فإن البائع يكون بذلك مخالفًا لالتزاماته تجاه المستهلك [2].

وتجدر الإشارة الى الإختلاف الجوهري من حيث نطاق الحماية القانونية بين توافق المنتجات مع توقعات المستهلك، وبين مطابقة المنتج للمعايير والمواصفات الفنية ، حيث ترتكز الفكرة الأولى على ضرورة توافق المنتج مع المتطلبات التي يعلنها المستهلك ويبحث عنها، وبالتالي تنشأ الدعوى القضائية بسبب عدم تحقق الغرض المقصود من التعاقد في حين تتمحور الثانية حول مطابقة المنتج للمعايير والمواصفات الفنية المحددة سلفًا. ، فيكون أساس الدعوى القضائية هنا هو وجود خلل في مطابقة المنتج للمواصفات التقنية أو القانونية المتفق عليها.

[1] المادة11، القانون رقم 03/09 ، مصدر سابق .

[2] ربحي تبوب فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 294.

وقد جاءت المادة 23 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18[1] لتحدد الضوابط التي تكفل حماية حقوق كل من المستهلك والمورد الإلكتروني، خصوصًا في حال تسليم منتج معيب أو غير مطابق للطلب، فيجوز للمستهلك بموجب هذه المادة إعادة المنتج ، مع تحميل المورد الإلكتروني كامل تكاليف الإرجاع، كما يلتزم هذا الأخير بأحد الخيارات التالية:

- تسليم جديد موافق للطلبية.
- إصلاح المنتج المعيب.
- استبدال المنتج بآخر مماثل.
- الغاء الطلبية وإرجاع المبلغ المدفوع دون الإخلال بحق المستهلك الإلكتروني في التعويض عن الضرر الحاصل.

الفرع الثالث: حق المستهلك في ضمان التعرض

يُعد حق المستهلك في ضمان التعرض من الحقوق الهامة التي تهدف إلى حمايته من الأضرار التي قد تلحق به نتيجة تدخل طرف ثالث أو اعتداءه على حقوقه في إطار تنفيذ العقد الإلكتروني. فعقود التجارة الإلكترونية قد تواجه مشكلات قانونية تنشأ عن نزاعات مع أطراف خارجية تؤثر على حقوق المستهلك أو تمنع استلامه للمنتج أو الخدمة المتفق عليها.

لهذا فإن هذا الحق يضمن للمستهلك حماية فعالة تمكّنه من المطالبة بالتعويض أو اتخاذ الإجراءات القانونية ضد من يلحق به الضرر من الغير.

أولا: التعرض الشخصي

يقع على عاتق المورد الإلكتروني التزام قانوني يتمثل في تمكين المستهلك من الانتفاع بالمنتج على النحو الذي تم الاتفاق عليه، وذلك من خلال الامتناع عن القيام بأي فعل من

[1] المادة 23 ، قانون 05/18، مصد سابق .

شأنه أن يعطل أو يمنع هذا الانتفاع. ويشمل هذا الضمان كافة التصرفات المادية والإجراءات القانونية التي قد تصدر عن المورد وتؤثر على استخدام المستهلك للمنتج.

ومن بين الأفعال المادية التي تُعد خرقًا لهذا الضمان، أن يقوم المورد بأي سلوك يحول دون تمكين المستهلك من الاستفادة الكاملة من المنتج، سواء بشكل كلي أو جزئي. وفي مثل هذه الحالة، يكون من حق المستهلك رفع دعوى أمام الجهات القضائية المختصة، استنادًا إلى إخلال المورد بالتزامه التعاقدي بعدم الاعتراض على استخدام المنتج.

أما بالنسبة للتعرض القانوني، فإنه يتحقق عندما يدّعي المورد امتلاكه لحق قانوني في المنتج بعد بيعه، رغم أنه لم يكن مالكًا له عند إبرام العقد، وإنما اكتسب ملكيته لاحقًا. في هذه الحالة، يُعتبر قيام المورد بالمطالبة بالمبيع نوعًا من التعرض القانوني غير المشروع، ويُعد باطلاً في مواجهة المستهلك، إذ يُفترض أن المشتري اكتسب الحق في المنتج بمجرد انعقاد العقد.

في حالة تعرض المستهلك الإلكتروني لفعل مادي يمنع أويعيق استخدامه للمنتج الذي اشتراه، فإنه يمتلك الحق في المطالبة قانونياً بإيقاف هذا التدخل وبالتالي إزالة جميع النتائج المترتبة عليه. وله في هذا الإطار اللجوء إلى القضاء، الذي يملك السلطة القانونية لاتخاذ الإجراءات الملائمة لوقف هذا التعرض والحد من تأثيراته. كما يحق للمستهلك الحصول على تعويض عن أي ضرر مادي أو معنوي نتج عن هذا التصرف. [1]

أما إذا كان التعرض مصدره إجراء قانوني، فيحق للمستهلك الإلكتروني أن يطلب عدم تطبيق بعض الإجراءات القانونية ضده، أو حتى إيقاف الدعوى القضائية القائمة. فضلا عن امكانية طلب فسخ عقد البيع والحصول على تعويض مناسب لما لحقه من ضرر. [2]

ثانياً: ضمان التعرض الصادر من الغير

[1] حملاجي جمال، مرجع سابق، ص 177.

[2] ضمان التعرض و الاستحقاق و العيوب الخفية، متوفر على الرابط : https://slideplayer.ae/slide/17350027/ أطلع عليه بتارخ 2025/05/13

يلتزم المورد الإلكتروني بتحمل المسؤولية في حال ما إذا تم التعرض للمستهلك من قبل أطراف ثالثة من الناحية القانونية فقط ، أما عن التعرض المادي الصادر من الغير، فلا يتحمل التاجر أي مسؤولية عنه.

ولتمكين المستهلك الإلكتروني من الرجوع على المورد الإلكتروني بخصوص ضمان التعرض الصادر من الغير يجب توفر مجموعة من الشروط:

- أن يكون التعرض من الغير تعرضا قانونيا وليس عملا ماديا.
- أن يكون للغير حق قانوني على المنتج سبق وجوده قبل عملية البيع، سواء كان ذلك نتيجة فعل مباشر من التاجر أو من طرف آخر غيره.
- أن يكون هناك تعرض فعلي من الغير للمستهلك الإلكتروني، حيث لا يكفي مجرد وجود حق قانوني لدى الغير على المنتج، بل لا بد من حدوث تدخل عملي من الغير يؤثر على حيازة المستهلك أو استخدامه للمنتج، حتى يصبح له حق في المطالبة بالضمان من قبل المورد.

المبحث الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني كضحية لجريمتي الغش والإحتيال

لم تقتصر مخاطر التجارة الإلكترونية على الجانب التعاقدي فقط، بل امتدت لتشمل تهديدات أكثر خطورة تتمثل في جرائم الغش والاحتيال الإلكتروني التي تتعرض لها فئة كبيرة من المستهلكين. فالغش والاحتيال في الفضاء الرقمي يأخذان أشكالا جديدة ومتطورة، يصعب أحيانا كشفها أو مواجهتها، مما يعرض المستهلك الإلكتروني لخسائر مادية ومعنوية جسيمة. لذلك، وضعت التشريعات الحديثة تدابير قانونية صارمة تهدف إلى حماية المستهلك كضحية لهذه الجرائم، من خلال العقوبات والزجر القانوني، إلى جانب آليات الوقاية والتعويض. في هذا المبحث، سنتناول التدابير القانونية والعقوبات المقررة لكل من جريمة الغش الإلكتروني وجريمة الاحتيال الإلكتروني، مع التركيز على دور هذه القوانين في استعادة حقوق المستهلك وبناء ثقة في البيئة الرقمية.

المطلب الأول: التدابير والعقوبات القانونية المقررة لجريمة الغش التجاري الإلكتروني

تشكل جريمة الغش التجاري الإلكتروني تهديدا كبيرا لسلامة المعاملات التجارية على الإنترنت، حيث تؤدي إلى تدهور ثقة المستهلك وتضر بالاقتصاد الرقمي بشكل عام. ولهذا، استجابت التشريعات الحديثة لهذه الظاهرة بإقرار تدابير قانونية صارمة تهدف إلى منع وقوع الغش، وضبط سلوك الأطراف التجارية، بالإضافة إلى فرض عقوبات رادعة تردع مرتكبي هذه الجريمة. يتناول هذا المطلب بالتحليل التدابير القانونية التي وضعت لمكافحة الغش الإلكتروني، ويستعرض العقوبات المقررة لمن يخالف هذه القواعد، بما يضمن حماية المستهلك الإلكتروني وصيانة نزاهة السوق الرقمية.

الفرع الأول: التدابير القانونية المقررة لجريمة الغش التجاري الالكتروني

لمكافحة جريمة الغش التجاري الإلكتروني، وضعت التشريعات مجموعة من التدابير القانونية التي تهدف إلى منع وقوع هذه الجريمة أو الحد منها، من خلال تنظيم السلوك التجاري وضبط آليات العمل في السوق الإلكتروني. وتشمل هذه التدابير قواعد واضحة تتعلق بمتطلبات الشفافية، والصدق في تقديم المعلومات، وضمان سلامة المنتجات والخدمات المعروضة. كما تعتمد التدابير على آليات رقابية فعالة، تمكن الجهات المختصة من مراقبة التعاملات الإلكترونية، واكتشاف حالات الغش بسرعة، مما يساهم في حماية حقوق المستهلك وتعزيز الثقة في البيئة الرقمية.

بالرجوع الى قانون 03/09 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش وبالتحديد في الفصل الأول من الباب الرابع، نجد ان المشرع الجزائري سن مجموعة من التدبير التحفظية غير مرتبطة بوقوع الضرر، بل تفرض نتيجة عدم تنفيذ الالتزام الإيجابي المتمثل في المطابقة

وتتمثل هذه التدابير في مايلي:

أولا- الإعذار:

في حالة عدم المطابقة او عدم احترام القواعد والأعراف المعمول بها في عملية عرض المواد للاستهلاك من طرف المتدخل المخالف، يوجه لهذا الأخير انذار يعد بمثابة تنبيه رسمي يتضمن إرشادات وتصحيحات من اجل اتخاذ التدابير اللازمة لإزالة سبب عدم المطابقة او معالجة التجاوزات او التعديل وغيرها من الإجراءات الضرورية وظبط الحالة وفقا لما هو معمول به في الأنظمة[1].

ثانيا: الحجز:

يتم اللجوء إلى هذا الإجراء في حالتين:

- اذا ما وجه للمتدخل المخالف اعذار بظبط الحالة وفقا لما هو معمول به الأنظمة، ورفض ذلك .
- اذا ثبت عدم امكانية ضبط مطابقة المنتوج [2].

فهنا يتم حجز المنتوج اما لإعادة توجيهه حيث يتم ارسال المنتوج غير المطابق والصالح للاستهلاك، المحجوز الى هيئة ذات منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي ويكون هذا بقرار من السلطة الإدارية ويبلغ المتدخل نسخة من هذا القرار، تسلم تلك المنتجات الى مسؤولي الهيئة مقابل وصل استلام، بعد اخطار النيابة العامة بالتدبير[3].

او إعادة اتلافه دون الاخلال بالمتابعة الجزائية المنصوص عليها في احكام قانون حماية المستهلك وقانون العقوبات حيث نصت المادة 64 من القانون 09/ 03على انه يتم ذلك من

[1] المادة 56 ، القانون رقم 09-03، مصدر سابق.

[2] المادة 57، القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مصدر سابق .

[3] المادة 58، نفس المصدر.

و المادة 26 ، المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل و المتمم ، مصدر سابق

طرف المتدخل بحضور الاعوان المكلفون بالرقابة، ويحرر محضر الاتلاف من طرف الاعوان ويوقع عليه المتدخل المعني [1].

ثالثا: الإيداع:

يتمثل هذا في وقف منتوج معروض للاستهلاك تبين بعد المعاينة المباشرة، انه غير مطابق، وذلك بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش. ويهدف هذا الإجراء إلى تمكين المتدخل من تعديل المنتج لضبط مطابقته للمعايير. ويرفع هذا التدبير بعد أن تتأكد الجهة المختصة من تحقيق المطابقة. [2]

رابعا: السحب المؤقت:

يتمثل هذا الإجراء في سحب منتج مشكوك في مطابقته من التداول مؤقتا، في انتظار نتائج الفحوصات أو التحاليل التي يجب إجراؤها خلال مدة أقصاها سبعة (7) أيام عمل، قابلة للتمديد في حالات تستدعي ذلك فنيا.

ويرفع هذا التدبير إذا:

- لم تجر التحريات في المهلة المحددة.
- أو إذا تبين أن المنتج مطابق فعليا، وفي هذه الحالة يعوض المتدخل بقيمة العينة وفق السعر المثبت في محضر الاقتطاع.

أما إذا ثبت عدم مطابقة المنتج، يباشر حجزه فورا، ويخطر وكيل الجمهورية، وتشمع الكميات المشكوك فيها وتوضع تحت مسؤولية المتدخل. كما يتحمل الأخير جميع التكاليف الناتجة عن التحاليل والفحوصات والإجراءات الرقابية. [3]

خامسا: السحب النهائي:

---

[1] بوطالب امينة، اليات المتابعة في جرائم الغش التجاري في التشريع الجزائري، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2021، ص 2284.

[2] المادة 55 ، القانون 03/09 ، مصدر سابق.

[3] المادة 59 ، القانون 03/09، مصدر سابق .

يعد السحب النهائي إجراء احترازيا يتخذ من قبل أعوان مراقبة وقمع الغش دون الحاجة إلى الحصول على إذن مسبق من القضاء، ويتم تطبيقه في حال توفرت إحدى الحالات التالية:

- المنتجات التي ثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة، أو المنتهية صلاحيتها.
- السلع التي تم التأكد من عدم صلاحيتها للاستخدام أو الاستهلاك الآدمي.
- البضائع التي توجد بدون سند قانوني ويمكن استخدامها في عمليات التزييف والتزوير.
- المنتجات المقلدة أو المقلدة بشكل غير مشروع.
- الأدوات أو الأجهزة المستعملة في ارتكاب أعمال الغش والتزييف[1].

وبمجرد تنفيذ عملية السحب النهائي، يجب على أعوان قمع الغش إبلاغ وكيل الجمهورية فورا بهذه الإجراءات، وذلك لاتخاذ ما يراه مناسبا من إجراءات قانونية[2].

سادسا: رفض دخول السلعة:

لدى تعامل أعوان قمع الغش مع السلع خاصة الواردة من الخارج، يتخذون جميع التدابير الوقائية اللازمة لحماية صحة وسلامة المستهلك ومصالحه الاقتصادية، ويمكنهم في هذا الإطار اتخاذ قرار برفض دخول السلعة إلى البلاد، سواء كان الرفض مؤقتا أو نهائيا، حسب طبيعة الحالة.

- الرفض المؤقت:

يتم في حالة وجود شك حول مدى مطابقة المنتج للمواصفات القانونية والفنية، وذلك لأجل:

- إجراء تحريات دقيقة لإثبات مطابقة المنتج أو العكس.
- أو محاولة تصحيح الخلل إذا كان ذلك ممكنا.

[1] المادة 62 ، القانون 03/09 ، مصدر نفسه .

[2] صافية اقلولي ولد رابح ، حماية المستهلك من أساليب الغش على ضوء القانون 09/ 03 ، مجلة الحقوق و الحريات ، عدد 4، افريل 2017، ص 18 .

- الرفض النهائي:

ويتم في حالتين أساسيتين:

الأولى: عند ثبوت عدم مطابقة السلعة مباشرة أثناء الفحص أو المعاينة.

الثانية: بعد إجراء التحريات والاختبارات اللازمة وتؤكد عدم مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة. [1]

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الغش التجاري الالكتروني :

نلاحظ ان المشرع الجزائري قد نظم العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف وذلك بغرض توفير الحماية للمستهلك . من خلال نصوص القانون03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبالتحديد في المواد 68، 69، 70، 83، 84 والتي تحيلنا في نفس الوقت الى المواد من 429 الى 433 من ق ع ج

و بالرجوع الى نصوص المواد المذكورة أعلاه نجد ان هذه العقوبات تتمثل في عقوبات اصلية وعقوبات تكميلية

أولا : العقوبات الاصلية :

جريمة الغش ونظرا لدرجة جسامة الضرر الذي الحقته قد تكيف جنحة وقد تكيف في بعض الحالات جناية وبالتالي فان العقوبات الاصلية تختلف باختلاف الوصف القانوني للجريمة ولقد نص المشرع الجزائري على العقوبات الاصلية المقررة لجريمة الغش بوصفها جنحة طبقا للمادة 341 من من ق.ع، وتتمثل هذه العقوبة في الحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10.000إلى 50.000 دج،

وقد جعل المشرع هذه العقوبة أشد حسب المادة 432 من ق ع ج وأيضا المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث يعاقب مرتكب جريمة الغش بالحبس من

[1] المادة 53 الفقرة 02 ، القانون رقم 09-03، مصدر سابق.

خمس(5) سنوات إلى عشر(10) سنوات وبغرامة من 500.000 إلى1.000.000 دج إذا ألحقت المادة المغشوشة بالشخص الذي يتناولها مرضا أو عجزا عن العمل، وكذلك التعامل في هذه المواد المغشوشة وهو على علم بذلك، أما إذا سببت تلك المادة المغشوشة مرضا غير قابل للشفاء او سببت عاهة مستديمة، فيعاقب الجاني بالحبس المؤقت من عشر سنوات إلى عشرون سنة وبغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000دج، أما إذا تسببت تلك المادة في موت شخص فيعاقب الجاني بالسجن المؤبد[1]

ثانيا : العقوبات التكميلية:

وبالنسبة للعقوبات التكميلية التي يمكن توقيعها على مرتكب جريمة الغش التجاري

نجد أن المادة 82 من ق .ج. م وقمع الغش، نصت على مصادرة المنتوجات المغشوشة وكل وسيلة أخرى استعملت في ارتكاب هذه الجريمة، وتجب الإشارة أن هذه العقوبة وجوبية رغم أننا بصدد جريمة بوصف جنحة، ذلك لتوفر نص قانوني صريح على هذه العقوبة، وهذا طبقا للمادة 15 مكرر 1 من قانون العقوبات .

أما عن باقي العقوبات التكميلية المحددة في المادة 09 من قانون العقوبات، وبما أن

المشرع في جريمة الغش لم يحيل على هذه المادة، فإن الحكم بهذه العقوبات التكميلية يكون وجوبيا إذا اعتبرت هذه الجريمة جناية . وتكون كذلك في الحالات التالية :

- اذا تسبب السلعة المغشوشة في مرض غير قابل للشفاء او في فقد استعمال عضو او في عاهة مستديمة .
- اذا الحقت المادة المغشوشة للشخص الذي تناولها مرض او عجز عن العمل .

[1] موزاي نزيهة، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016/ 2017، ص 91 .

– اذا نتج عن السلعة المغشوشة وفاة شخص او عدة اشخاص .

والمشرع الجزائري قد أقر بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إذا ارتكب جريمة الغش، طبقا للمادة 435 مكرر من قانون العقوبات، حيث تطبق عليه عقوبة الغرامة حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر 2، كما يتعرض أيضا إلى العقوبات التكميلية الخاصة بالشخص المعنوي[1]

المطلب الثاني: التدابير القانونية المقررة لجريمة الإحتيال التجاري والعقوبات المقررة لها

جريمة الاحتيال التجاري الإلكتروني تمثل أحد أبرز التحديات التي تواجه المستهلك الإلكتروني في العصر الرقمي، إذ تنطوي على استخدام الخداع والتلاعب لتحقيق مكاسب غير مشروعة على حساب الضحية. لمواجهة هذه الجريمة، تبنت التشريعات مجموعة من التدابير القانونية الرامية إلى منع وقوع الاحتيال والكشف عنه، بالإضافة إلى فرض جزاءات صارمة على مرتكبيه لضمان حماية المستهلك وصون نزاهة السوق الإلكتروني. في هذا المطلب، سنناقش التدابير القانونية المعتمدة لمكافحة الاحتيال التجاري الإلكتروني، ونستعرض الجزاءات القانونية المقررة لمن ينتهك هذه القواعد.

الفرع الأول: التدابير القانونية المقررة لجريمة الإحتيال التجاري الالكتروني

يتميز عالم إلكترونيات الاتصالات والشبكات بطابع غير واقعي، حيث تبرم العقود القانونية بين طرفين: **المورد الإلكتروني** و**المستهلك الإلكتروني**. يستخدم المورد الإلكتروني وسائل الدعاية الرقمية لتسويق منتجاته، مما يدفع المستهلك إلى اقتنائها دون إدراك كامل، ما قد يؤثر في رضاه عندما يكتشف تعرضه للخداع، إذ تروج المنتجات بشكل جذاب مع إخفاء عيوبها. ولذلك، يصبح التدخل لحماية المستهلك أمرا ضروريا، من خلال آليات تضمن له

[1] قجالي محي الدين، حماية المستهلك في مرحلتي التفاوض وابرام العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون اعمال، جامعة سطيف 2، 2016/2015، ص 64،63 .

تجنب عمليات الاحتيال، ومن بينها التوثيق الإلكتروني وخدمة إضفاء الثقة على المواقع الإلكترونية.

أولا: التوثيق الإلكتروني (جهة التصديق)

يعد عنصر الثقة والأمان من الأولويات في العقود الإلكترونية، نظرا للطبيعة غير المباشرة لهذه التعاملات، حيث لا يتم اللقاء الفعلي بين أطراف العقد. ولضمان هذه الثقة، يتطلب الأمر وجود موثق إلكتروني، وهو طرف ثالث محايد تكون وظيفته الأساسية حماية العقد الإلكتروني من أي تلاعب أو تزوير. وتكمن مسؤولية هذا الطرف في التصديق على التوقيع الإلكتروني، وربطه بصاحبه، مما يعزز قوة الإثبات القانوني لهذا التوقيع. [1]

وقد أطلق المشرع الجزائري على الجهة المختصة بالتصديق تسمية "**مقدم خدمات التصديق**" ، كما جاء في المرسوم التنفيذي 162-07 والقانون 04/15 المحدد للقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني. [2]

وبموجب هذا القانون، يشترط على مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني الحصول على ترخيص تمنحه سلطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، على أن يكون هذا الترخيص مصحوبا بدفتر شروط يحدد حقوق وواجبات مقدم الخدمة والمستخدم. [3]

وبذلك، تمارس جهة التصديق الإلكتروني دورا مماثلا لمهنة الموثق القانوني التقليدي، حيث تشمل اختصاصاتها:

- التحقق من صحة البيانات المتداولة عبر الشبكة وضمان سريتها.
- إصدار شهادات توثيق إلكترونية لتعزيز موثوقية التوقيع الإلكتروني.

[1] عبد الفتاح آلاء محمد حاج علي، التنظيم القانوني لجهات التصديق على التوقيع الالكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2013، ص 7.

[2] قانون رقم 15-04 مؤرخ في 1 فيفري 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني، جريدة رسمية عدد 6، صادرة بتاريخ 10 فيفري 2015.

[3] درار نسيمة ، التوثيق الرقمي ومسؤولية سلطات المصادقة الإلكترونية في القانون الجزائري 15-04 مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مسيلة، العدد 1، مارس 2018، ص 857.

1. التحقق من صحة البيانات والحفاظ على السرية

يهدف التصديق الإلكتروني إلى تأكيد صحة واقعة أو تصرف قانوني بعد التدقيق في مدى صحته من خلال الوسائل المتاحة للتحقق. ويساهم هذا الإجراء في إضفاء الصفة القانونية على الوثائق الإلكترونية، مما يمكن استخدامها كأدلة أمام القضاء. [1]

ويتحمل مقدم خدمة المصادقة مسؤولية حفظ الشهادات التي يصدرها ضمن بنوك معلومات مخصصة، بحيث يتمكن المتعاملون من التحقق من صحة التوقيع الإلكتروني ومن هوية المرسل عبر الاطلاع على شهادات التصديق الخاصة بهم. وبالتالي، يجب على مقدم خدمة المصادقة ضمان صحة البيانات الواردة في هذه الشهادات، بالاستناد إلى الوثائق المقدمة من العملاء.

بناء عليه، يتحمل مقدم خدمة التصديق مسؤولية ضمان دقة وصحة المعلومات الواردة في الشهادات الإلكترونية، ويتعين عليه تحديثها بشكل منتظم، وقد يستدعي الأمر القيام بذلك بصورة يومية. كما يلزم بوضع قواعد بيانات تحتوي على الشهادات المصدقة، مرفقة بتواريخ انتهاء صلاحيتها أو تعليقها أو إلغائها. ويجب عليه اتخاذ كافة التدابير اللازمة لمنع الدخول غير المشروع إلى تلك القواعد، والحيلولة دون أي تلاعب أو اختراق قد يطالها. [2]

ويعد التزام جهة التصديق بالحفاظ على سرية المعلومات شرطا أساسيا لبناء الثقة بين المتعاملين إلكترونيا،[3] خاصة في ظل غياب العلاقة المباشرة أو المعرفة المتبادلة بينهم. فبدون وجود هذه الضمانات، لما أقدم الأفراد على إبرام العقود أو إجراء المعاملات من خلال الوسائل الإلكترونية. وقد نص المشرع الجزائري صراحة على هذا الالتزام في المادة 42 من القانون رقم 15-04 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

---

[1] سمير دحماني، التوثيق في المعاملات الإلكترونية دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007، ص 40.

[2] درار نسيمة ، مرجع سابق، ص 860/859.

[3] خلوي نصيرة ، مرجع سابق ، ص 187.

2- إصدار الشهادة الإلكترونية للتوثيق

عقب التحقق من هوية الشخص الموقع، يلزم مقدم خدمة التصديق بإصدار شهادة إلكترونية تثبت صحة التوقيع الإلكتروني المرتبط بمعاملة معينة.

وقد عرف المشرع الجزائري الشهادة الإلكترونية بموجب المادة 2 (الفقرة 7) من القانون رقم 15-04 بأنها: "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت العلاقة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع". كما بينت المادة 15 من القانون ذاته خصائص الشهادة الإلكترونية المؤمنة (الموصوفة)، والتي يجب أن تتضمن الشروط التالية:

- أن تصدر من طرف ثالث موثوق أو مقدم خدمات تصديق إلكتروني معتمد، ووفقا لسياسة تصديق إلكتروني معترف بها،
- أن تمنح لشخص معين دون غيره،
- وأن تتضمن بيانات محددة ومفصلة

ثانيا : إضفاء الثقة على المواقع الإلكترونية :

تعد خدمة التأكيد وسيلة هامة لتعزيز وترسيخ الثقة في المواقع الإلكترونية، بالنظر إلى التفاوت الواضح بين النمو المطرد في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت والتردد الكبير في الإقبال على المعاملات التجارية عبرها. ويرجع هذا التردد بالأساس إلى ضعف الثقة في حماية البيانات الشخصية للمستخدمين، وكذلك في آليات وإجراءات التجارة الإلكترونية.

وقد أدى هذا الواقع إلى تزايد الحاجة إلى خدمات التوثيق والتأكيد التي تسهم في تعزيز الثقة لدى المستهلكين، من خلال التأكد من مصداقية وسلامة المواقع الإلكترونية، وبالتالي الحد من عمليات الاحتيال، كتلك التي تتم عبر انتحال أسماء مواقع تجارية مشهورة أو إنشاء منصات وهمية بقصد الاحتيال والنصب على المستخدمين. [1]

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال التجاري

[1] خلوي نصيرة، مرجع سابق، ص 182.

أولا : العقوبات الأصلية

وفقا للفقرة الثانية من المادة 4 من قانون العقوبات، تعتبر العقوبات الأصلية تلك التي يمكن الحكم بها دون الحاجة إلى إرفاقها بعقوبات أخرى. وإذا لم تكن هناك ظروف قانونية تستدعي تشديد العقوبة، يعاقب الجاني بالحبس والغرامة. [1] وتنص المادة 372 (الفقرة الأولى) على أن مرتكب جريمة النصب والاحتيال يعاقب بالحبس لمدة تتراوح بين سنة وخمس سنوات، بالإضافة إلى غرامة مالية تتراوح بين 20,000 إلى 100,000 دينار جزائري. [2]

يجب على القاضي الجمع بين عقوبتي الحبس والغرامة في الحكم الصادر. كما يمكن للمحكوم عليه الاستفادة من أحكام المادة 53 مكرر 4 من قانون العقوبات، والتي تتيح تخفيض العقوبة في حال كان الجاني غير مسبوق قضائيا، بحيث يتم تخفيض الحبس إلى شهرين والغرامة إلى 20,000 دينار جزائري. [3]

وقد حدد المشرع الجزائري الحد الأدنى والحد الأقصى للغرامة في جريمة النصب والاحتيال، بحيث لا يمكن تجاوز هذه الحدود. كما أن هذه العقوبة لا تقتصر على الجريمة التامة فحسب، بل تشمل أيضا محاولة الاحتيال، والتي قد تتم بأساليب مختلفة، مثل انتحال أسماء مستعارة أو شخصيات مشهورة لإيهام المستخدمين بأنها حسابات رسمية،[4] ثم استغلال تلك الحسابات في نشر رسائل مغرية تهدف إلى خداع الضحايا ودفعهم للكشف

[1] مريم عراب، جريمة النصب في مجال الأعمال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، القطب الجامعي بلقايد، جامعة وهران، 2012، ص 138.

[2] المادة 372 قانون العقوبات المعدل والمتمم ، مصدر سابق .

[3] أحسن بوسقيعة الوجيز في القانون الجنائي الخاص، الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال، الجزء الأول، دار هومة، الطبعة 16، الجزائر 2013، ص 326

[4] مريم عراب، مرجع سابق، ص 138.

عن معلومات شخصية أو مالية عبر البريد الإلكتروني أو منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وغيرها.

لقد صاغ المشرع الجزائري نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري ليشير إلى أن "كل من تمكن من استلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو القيام بتصرفات... أو حتى شرع في ذلك..."، ويتبين من هذا النص أن المشرع الجزائري عامل الشروع في جريمة النصب والاحتيال بنفس عقوبة الجريمة التامة. [1] أما المشرع الفرنسي، فقد حدد عقوبة جريمة النصب والاحتيال في المادة 313-1 من قانون العقوبات الفرنسي بعقوبة الحبس لمدة خمس سنوات وغرامة مالية تصل إلى 375.000 يورو. وهنا تجدر الإشارة إلى أن الغرامة المالية في التشريع الفرنسي أكثر حدة بالمقارنة مع ما ورد في القانون الجزائري، مما يجعلها أكثر ردعا وفعالية في مواجهة مرتكبي هذه الجرائم. [2]

ثانيا: العقوبات التكميلية

لم يكتف المشرع الجزائري بالعقوبات الأصلية، بل نص أيضا على عقوبات تكميلية. ففي الفقرة الثالثة من المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، يجيز النص للقاضي أن يحكم – إلى جانب العقوبة الأصلية – بحرمان الجاني من بعض أو كل الحقوق المنصوص عليها في المادة 14، مثل الحق في الانتخاب، أو تولي الوظائف العمومية، أو ممارسة بعض المسؤوليات العائلية، وذلك لمدة لا تقل عن سنة ولا تتجاوز خمس سنوات. كما يمكن الحكم بمنع الجاني من الإقامة في مكان معين خلال نفس المدة.

ومن بين الحقوق التي يمكن سلبها: العزل من الوظائف المرتبطة بالجريمة، فقدان الأهلية لتولي الوصاية، أو إسقاط بعض أو كل حقوق الولاية،[3] إضافة إلى المنع من

[1] مريم عراب، مرجع سابق، ص 138.

[2] سعاد حسان دواجي، النصب في الإعلان، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2013، ص 76 ص 77.

[3] المادة 9 مكرر، قانون العقوبات الجزائري ، مصدر سابق .

الإقامة، وتحديد مكان الإقامة، والحجز القانوني، والمنع المؤقت من ممارسة مهنة أو نشاط معين، وحتى إغلاق المؤسسة التي استخدمت لارتكاب الجريمة، أو نشر الحكم الصادر بالإدانة. [1]

ثالثا : العقوبة المقررة عند التشديد

نصت المادة 372 من قانون العقوبات على تشديد العقوبة برفع الحد الأقصى للحبس إلى عشر سنوات، بالإضافة إلى فرض غرامة مالية تصل إلى 200.000 دينار جزائري إذا ارتكب الجاني الاحتيال تجاه الجمهور. كما تم تشديد العقوبة أيضا في حال كان الاحتيال موجها ضد الدولة أو إحدى مؤسساتها، حيث تصبح مدة الحبس من سنتين إلى عشر سنوات.

ومن الجدير بالذكر أن جريمة الاحتيال، رغم تشديد العقوبة فيها، لا تزال تصنف كجنحة، وهذا ما يندرج ضمن الحالات التي يسمح فيها للقاضي بتجاوز الحد الأقصى المعتاد لعقوبة الجنحة، وفقا لما نصت عليه المادة 5 من قانون العقوبات الجزائري.

[1] المادة 9، قانون العقوبات الجزائري، مصدر نفسه .

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل، تعمقنا في دراسة الحماية القانونية التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني، تناولنا في المبحث الأول الحماية المدنية له كمتعاقد والتي تقتضي تمكينه من جملة من الحقوق قبل التعاقد وهي الحق في الإعلام ،الحق في الحماية من الإعلان المضلل والحق في الحماية من الشروط التعسفية التي يفرضها المورد الإلكتروني في العقود المنشئة مسبقا، كما تقضي الضرورة حمايته في مرحلة تنفيذ العقد ،وذلك من خلال إقرار حقه في العدول ،الحق في ضمان العيوب الخفية ومطابقة المنتوج للمواصفات المطلوبة، والحق في ضمان التعرض الشخصي والتعرض الصادر عن الغير.

ثم انتقلنا إلى المبحث الثاني، والذي خصصناه للحماية الجزائية للمستهلك كضحية لجريمتي الغش والاحتيال الإلكترونيين والتي أقرها المشرع الجزائري في العديد من القوانين . فتم التطرق الى التدابير القانونية التي تهدف إلى مكافحة هذه الجرائم الخطيرة، وبعدها تناولنا العقوبات الاصلية و التكميلية التي تفرضها القوانين على مرتكبي هذه الجرائم ، بما يعزز من ردعهم ويحمي حقوق المستهلكين في السوق الرقمية.

ومن خلال هذا الفصل، يتضح جليا أن حماية المستهلك الإلكتروني ليست مجرد حق فردي، بل هي ركيزة أساسية لضمان بيئة تجارية إلكترونية نزيهة وآمنة، تعزز من ثقة المستخدمين وتشجع على التطور المستدام للتجارة الرقمية.

الخاتمة

خاتمة:

إن الإنتشار الواسع للمعاملات التجارية القائمة عبر التعاقد الإلكتروني الذي تعرفه البشرية حاليا جراء التطور السريع والهائل لوسائل التكنولوجيا الحديثة ، جعل من مبدأ حماية المستهلك الإلكتروني من جرائم الغش والإحتيال التزاما لا بد منه.

و يرجع ذلك لخصوصية البيئة والوسيلة المتعامل بها في هذا الواقع الافتراضي ، حيث يفتقد المستهلك الإلكتروني من خلاله أبسط حقوقه العادية مثل معاينة المنتج والتأكد من سلامته وخلوه من العيوب الخفية ، بالإضافة الى التأثير الذي يتلقاه هذا الأخير عبر الدعايات والاعلانات التجارية الخادعة والمظللة ، التي تجعل منه فريسة سهلة تدفعه للتعاقد دون تفكير.

فيعتبر الغش والاحتيال في التجارة الإلكترونية من الظواهر السلبية التي تترتب عليها آثار وخيمة على عدة مستويات، لا سيما على المستهلك والاقتصاد الوطني، فبالنسبة للمستهلك يؤدي الغش والاحتيال إلى تعرضه لخسائر مالية معتبرة نتيجة اقتنائه لسلع لا تتطابق مع ما تم الترويج له، سواء من حيث الجودة أو المواصفات، مما يهدد حقوقه الأساسية في الحصول على منتج آمن وسليم.

أما من الجانب الاقتصادي، فإن انتشار السلع المقلدة أو المستوردة بطرق غير مشروعة، بل وحتى المحظورة، ينعكس سلبا على استقرار السوق الوطنية، ويؤثر على نزاهة المعاملات التجارية، كما يفضي هذا الوضع إلى تقويض الثقة بين المتعاملين، وهي الثقة التي تمثل الدعامة الأساسية لأي نشاط تجاري سليم.

ولهذه الأسباب تكاثفت جهود ومحاولات التشريعات الحديثة لتوفير الحماية الضرورية للمستهلك الإلكتروني ، و كفالة الإرادة المستنيرة والواعية له لإجراء التعاقد ، والدخول في مثل هذه التعاملات الرقمية باستخدام أساليب التسويق الحديثة ، المعتمدة من طرف

الشركات الاقتصادية والتجارية في سبيل المنافسة الاحتكارية والسيطرة على الأسواق العالمية والمحلية ، والتي تهدف وبشكل أساسي الى تحقيق الربح ، دون مراعاة الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

ومن بين الجهود الرامية لتحقيق هذه الحماية نميز العديد من الاتفاقيات الدولية التي حثت على استحداث قوانين وتشريعات لمواكبة التعاملات التجارية الحديثة المنعقدة من خلال البيئة الرقمية عبر الوسائل التكنولوجية الراهنة والتي تأثرت بها أغلب التشريعات في الدول المتقدمة مما جعلها تقطع شوطا كبيرا في سبيل تعميم التعاقد الإلكتروني وتوسيع التعاملات عبر البيئة الرقمية ، وبالتالي التكفل بحماية أمثل للمستهلك الإلكتروني .

وهو ما زاد من الفجوة القانونية بينها وبين الدول النامية التي لا زالت تخطو خطواتها الأولى في سبيل إرساء تشريعات الحماية القانونية لهذا المتعامل الرقمي الضعيف.

والجزائر وعلى غرار باقي الدول تسعى لمواكبة التشريعات الحديثة في هذا الشأن ، وذلك من خلال سن بعض القوانين مؤخرا منها قانون التجارة الإلكترونية وقوانين حماية المستهلك التي لا غنى فيها على إعمال القواعد العامة من حيث تطبيقها.

وهذا ما دفعنا الى دراسة موضوع حماية المستهلك من الغش والاحتيال في التجارة الإلكترونية والذي توصلنا من خلاله الى مجموعة من **النتائج نذكر منها:**

- أن مفهوم المستهلك الإلكتروني لا يختلف في جوهره عن المستهلك التقليدي، إلا من حيث الوسيلة الإلكترونية المستعملة في التعاقد التي فرضتها البيئة الرقمية.
- أنه على الرغم مما وفرته تقنيات التكنولوجيا الحديثة من مزايا للتعاقد عبر الأنترنت للوصول الى الأسواق الإفتراضية بكل يسر و سهولة ، إلا أنها خلقت وراءها أزمة من عدم الثقة واختلال في التوازن العقدي في العلاقة بين المستهلك والمورد الإلكتروني

والتي لاتزال في حاجة الى ضمانات أقوى وأكبر للتصدي الى الغش والاحتيال الالكترونيين.

- إن فكرة الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني تقوم على محورين أساسيين و هما الحماية المدنية أثناء التعاقد كحقه في الإعلام والحماية من الإعلان المضلل والشروط التعسفية وحماية بعد التعاقد كالحق في العدول وضمان التعرض والعيوب الخفية للمنتج ومحور ثاني يتجسد في الحماية الجزائية المتمثلة في تجريم كل فعل بوصفه غش أو احتيال يمارس في حقه.
- في إطار الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، يمكن الاستناد إلى الأحكام الخاصة بتجريم الغش والخداع المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك، باعتبارها تمثل الآلية القانونية الأساسية للتصدي للأفعال الضارة التي يتعرض لها هذا الأخير في بيئة التعاقد الرقمي.
- إن توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني من شأنه أن يعزز الثقة في المعاملات الرقمية ، وبالتالي ينعكس وبشكل إيجابي على الاقتصاد العالمي والمحلي ككل . ولأجل ذلك دفعتنا هذه النتائج الى **إقرار بعض الاقتراحات منها:**

- بذل المزيد من الجهود في سبيل توسيع الوعي في مجال التجارة الإلكترونية ، من خلال نشر ثقافة لدى المستهلك الرقمي.
- تحديث التشريعات بصورة منتظمة ووفقا لما تقتضيه المعاملات الإلكترونية وتطورها المستمر.
- تفعيل دور الهيئات الوطنية لحماية المستهلك من خلال تأطير وتهيئة العاملين فيها عبر فضاء رقمي خاص.
- فرض الرقابة على العقود الإلكترونية من إذعان المورد الإلكتروني وشروطه التعسفية في حق المستهلك الضعيف.

- إنشاء مواقع الكترونية استشارية للتعريف بحقوق المستهلك الإلكتروني وكيفية حمايتها
- تفعيل مادة الشرط الجزائي ورفع التعويضات في حال ثبوت ارتكاب المورد الالكتروني لجريمتي الغش والاحتيال ضد المستهلك حسن النية .
- استحداث تقنيات خاصة لرصد المواقع الإحتيالية عبر الشبكة الرقمية.
- العمل وفقا لتوصيات وتجارب الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك الإلكتروني.
- الاعتماد على مواقع إلكترونية موثوقة ذات سمعة جيدة، يديرها تجار معروفون وموثوقون، والابتعاد عن الشراء من مواقع غير معروفة أو مشكوك في مصداقيتها.
- تجنب العروض غير الواقعية التي تعتمد على تخفيضات مبالغ فيها، إذ قد تكون هذه العروض على حساب جودة المنتج أو وسيلة احتيالية لاستيلاء النقود دون تسليم سلعة حقيقية.
- استخدام وسائل دفع آمنة، والحرص على تعيين كلمات مرور قوية وتغييرها بشكل دوري، مع الامتناع عن الإفصاح عن البيانات الشخصية أو المصرفية لأي جهة غير موثوقة، بالإضافة إلى التأكد من سياسات الموقع المتعلقة بالدفع والاسترجاع.
- التحقق من جودة المنتج قبل إتمام عملية الدفع، والاطلاع على التقييمات والتعليقات الحقيقية حوله، بالإضافة إلى التأكد من وجود سياسة واضحة لاستبدال المنتجات المعيبة أو تعويضها، ومراقبة تكاليف الشحن للتأكد من عدم المبالغة فيها.

قائمة المصادر والمراجع.

قائمة المصادر والمراجع :

اولا : النصوص القانونية

القوانين

• القانون رقم 03/09،المؤرخ في 25 فيفري 2009،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، ج ر، عدد 15 الصادرة في 2009/03/8.

• قانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية ،ج ر، عدد28 ، الصادرة في 16 ماي 2018 .

• قانون رقم 15-04 المؤرخ في 1 فيفري 2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني.

• قانون رقم 02/04 المؤرخ في 15 أوت 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جر، عدد 41 الصادرة في 2004/6/27 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15/ 8/ 2010، جر، عدد46 الصادرة في 2010.

• قانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03.

• القانون رقم: 659 / 05 ، الصادر في 4 فبراير 2005، المعدل بموجب القانون رقم 265 /14 المؤرخ في 15 افريل 2014، المضمن حماية المستهلك، ج ر رقم 6 ، الصادرة في 10 فبراير 2005.

• القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14فيفري 2002، يحدد قائمة المواد المضافة المرخص بها في المواد الغذائية ، ج ر، عدد 31 لسنة 2002.

الأوامر

• الامر رقم 01/09 المؤرخ في 25 فيفري2009 ، المتعلق بالجرائم الالكترونية ،ج ر، العدد 15 ، الصادرة في8 مارس 2009.

• الامر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر، عدد78 الصادرة في 1975/09/26.

• الامر رقم 156/66 المؤرخ في8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات، ج ر، عدد 49 صادرة في 11جوان 1966، معدل ومتمم بقانون رقم 02.16 المؤرخ في 19 جوان 2005، ج ر، عدد 37، صادرة في 22جوان 2016.

المراسيم :

• المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 أكتوبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية و عرضها.

• المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 1/30/ 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

• المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

النصوص القانونية الدولية

• قانون المصري رقم 281 لسنة 1994 المتعلق بقمع التدليس والغش.

• القانون الاتحادي الاماراتي بشان مكافحة جرائم تقنية المعلومات لعام 2006.

• القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976

• الامر رقم 2016/301 المؤرخ في 14 مارس 2016 ، المتضمن تقنين الاستهلاك الفرنسي، ج ر الفرنسية ، عدد 0064، الصادرة في 16 مارس 2016 .

ثانيا : الكتب

• أحسن بوسقيعة الوجيز في القانون الجنائي الخاص، الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال، الجزء الأول، دار هومة، الطبعة 16، الجزائر 2013.

• أمانح رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، د.ب.ن.

- أمير فرج يوسف، الغش التجاري الإلكتروني وأساليب مكافحته، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2023.
- أيمن سعد سليم، العقود النموذجية ، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2005.
- بان سيف الدين محمود المشهداني ، موجبات حماية المتعاقد من الغش التجاري الالكتروني ، دار الوفاق للنشر ، كلية المستقبل . عمان ، الأردن ، طبعة 1 ، سنة 2024 .
- بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، دار الجامعة الجديدة، 2019.
- د خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة 2، 2019.
- ربحي تبوب فاطمة الزهراء، قانون المعاملات الإلكترونية وفقا للقانون 18-05، بيت الأفكار، الجزائر، 2021.
- روسم عطية موسى نو، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2014.
- عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، جامعة حلوان، دار الفكر والقانون، 2019.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- عبد القادر الشيخلي، جريمة الاحتيال في قوانين عقوبات الدول العربية،المعهد العالي للقضاء، جامعة الامام محمد بن مسعود الإسلامية، الطبعة 1، الرياض، 2009.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، بغداد، 2011.

• نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنيت، دراسة مقارنة، الطبعة 1، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2018 .

ثالثا : الاطروحات والمذكرات الجامعية

• احمد أمين نان ، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر، تخصص قانون الشركات، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 22 ماي 2017.

• بن شلي ججيقة، بوقجار إيمان، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، خصص قانون أعمال، كلية الحقوق جامعة البشير الإبراهيمي برج بوعريريج، لجزائر، 2023/2022.

• بوزويقة عزيزة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر، جامعة محمد لمين دباغين، كلية الحقوق، سطيف، السنة الجامعية : 2017/2016

• حاجي سميرة، مريش رقية، جريمة النصب والاحتيال في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، 2023/2022.

• حملاجي جمال، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2022 .

• خليفة أسماء،حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لمين دباغين، سطيف، 2018.

• سعاد حسان دواجي، النصب في الإعلان، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2013.

• سمير دحماني، التوثيق في المعاملات الإلكترونية، مذكرة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007.

• شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2012.

• عبد الفتاح آلاء محمد حاج علي، التنظيم القانوني لجهات التصديق على التوقيع الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2013.

• غبابشة أميرة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، الطور الثالث في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، الجزائر، 2021/2020.

• قجالي محي الدين، حماية المستهلك في مرحلتي التفاوض وابرام العقد الإلكتروني، حماية المستهلك في مرحلتي التفاوض وابرام العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون اعمال، جامعة سطيف 2، 2016/2015.

• مبروك ساسي ، الحماية الجنائية للمستهلك ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ،تخصص علوم جنائية ،كلية الحقوق ، جامعة باتنة ، 2010/ 2011.

• مريم عراب، جريمة النصب في مجال الأعمال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، القطب الجامعي بلقايد، جامعة وهران، 2012 .

• موزاي نزيهة، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016/ 2017.

• نصيرة خلوي ، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنيت (دراسة مقارنة) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المدنية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2013.

رابعا : المقالات والبحوث العلمية

- بوطالب امينة، اليات المتابعة في جرائم الغش التجاري في التشريع الجزائري، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2021.
- حليمة معلاوي، حماية المستهلك من الغش التجاري في البيئة الرقمية، مجلة الدراسات القانونية، 2025.
- دحرار نسيمة ، التوثيق الرقمي ومسؤولية سلطات المصادقة الإلكترونية في القانون الجزائري 15-04، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مسيلة، العدد 1، 2018.
- روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية جامعة تيسمسيلت، العدد 2 (2022)، مجلد 6.
- زاوي رفيق، بلقسام مريم، طهراوي حسان، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مجلة البيبان للدراسات القانونية والسياسية، العدد 1،المجلد 3، جوان 2018.
- زاوي عباس، مانع سلمى، الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية، مجلة الحقوق والحريات، جامعة بسكرة، العدد 4، 2017 .
- زردازي عبد العزيز، مواجهة الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك، مجلة الحقوق والحريات، جامعة باجي مختار عنابة، لعدد 4، افريل 2017.
- الزقد، أحمد إسماعيل، الحماية القانونية من الخداع في الإعلان في القانون الكويتي المقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، 1995.
- زيغم محاسن ابتسام، مبررات حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، عدد 02، مجلد 09 ، 2003.
- سامية العايب ، منال عرابة ، الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الالكتروني ، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 5، العدد 3 (2021).

- سعيد سعودي، مدربل حكيمة، الحماية الوقائية للمستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، لعدد 2، سنة 2022.
- صابرين جابر أحمد محمد، محمود بن علي بن سهيل المعشني، المواجهة الجنائية لجريمة الاحتيال الإلكتروني في التشريع العماني، مجلة الباحث الأكاديمي، 2023.
- صافية اقلولي ولد رابح ، حماية المستهلك من أساليب الغش على ضوء القانون 03/09 ، مجلة الحقوق و الحريات ، عدد 4، افريل 2017، ص 18 .
- ضيف الله فاطمة، علياتي محمد، الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، 2021
- عبد الكافي مريم، بورابية صورية، جريمة الاحتيال المعلوماتي الواقعة على البطاقات المالية الإلكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، 2022.
- عزوز سعيدي ، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجزائري ، مجلة افاق للبحوث و الدراسات ، كلية الحقوق ، جامعة الونيس على ، البليدة 2 ، الجزائر ، العدد 2 ، سنة 2018.
- كريمة جيدل، حق المستهلك في العدول عن التعاقد، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة يحيى فارس المدية، الجزائر، العدد 2، 2021.
- لينة بوهنتالة ، وسائل الحماية المدينة للمستهلك في التجارة الإلكترونية ، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ،مخبر البحوث القانونية والسياسية جامعة خنشلة ، الجزائر ، العدد 1، 2022 .
- معكوف أسماء، الحماية الجنائية للمستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2018.
- نصيرة غزالي، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، مجلة آفاق علمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عمار ثليجي الأغواط الجزائر، لعدد 3، 2019.

رابعا:المواقع الالكترونية:

- http//: Kenanaoline.com/user/hetta11/posts/81162
- https://slideplayer.ae/slide/17350027

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

مقدمة 1

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للغش والاحتيال في التجارة الإلكتروني

المبحث الأول: المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته 7
المطلب الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني 7
الفرع الأول : التعريف الإصطلاحي 7
الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن:..... 10
المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني 14
الفرع الأول: المبررات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني :..... 14
الفرع الثاني :المبررات التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني : 17
المبحث الثاني: الغش والاحتيال في التجارة الالكترونية 21
المطلب الأول: الغش الالكتروني 21
الفرع الأول: مفهوم الغش الالكتروني 21
الفرع الثاني: جريمة الغش الالكتروني..... 28
المطلب الثاني: الاحتيال الالكتروني :..... 33
الفرع الأول: مفهوم الاحتيال الالكتروني :..... 33
الفرع الثاني: جريمة الاحتيال الإلكتروني 37
ملخص الفصل:..... 43

الفصل الثاني:

الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

المبحث الأول: حماية المستهلك الإلكتروني كمتعاقد 46

المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد..... 46

الفرع الأول: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام 47

الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية..... 57

المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد 61

الفرع الأول: حق المستهلك الالكتروني في العدول..... 62

الفرع الثاني : حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيب الخفي ومطابقة المنتوج..... 66

الفرع الثالث: حق المستهلك في ضمان التعرض 71

المبحث الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني كضحية لجريمتي الغش والإحتيال 73

المطلب الأول: التدابير والعقوبات القانونية المقررة لجريمة الغش التجاري الإلكتروني ... 74

الفرع الأول: التدابير القانونية المقررة لجريمة الغش التجاري الالكتروني 74

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الغش التجاري الالكتروني :..... 78

المطلب الثاني: التدابير القانونية المقررة لجريمة الإحتيال التجاري والعقوبات المقررة لها. 80

الفرع الأول: التدابير القانونية المقررة لجريمة الإحتيال التجاري الالكتروني 80

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال التجاري..... 83

خلاصة الفصل: 87

الخاتمة 88

فهرس المحتويات 102

الملخص:

يعالج هذا البحث موضوع حماية المستهلك الجزائري من الغش والاحتيال في مجال التجارة الإلكترونية، حيث يهدف إلى التعريف بالمستهلك الإلكتروني و مبررات حمايته ، كما تسلط الدراسة الضوء على تعريف الغش والاحتيال التجاريين، واستعراض كل جريمة على حدى مع بيان أركانها وصورها . وتطرقنا الى سبل الحماية القانونية المقررة للمستهلك في هذا المجال، ليبرز في ختامه التدابير والعقوبات التي أقرها المشرع الجزائري لمواجهة جرائم الغش والاحتيال الإلكتروني، وينتهي بجملة من النتائج والاقتراحات.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، الغش، الاحتيال، الجريمة .

Abstract

This research addresses the topic of protecting the Algerian consumer from fraud and deception in the field of electronic commerce. It aims to define the electronic consumer and the justifications for their protection. The study also sheds light on the concepts of commercial fraud and deception, presenting each crime separately with a clarification of its elements and manifestations. Furthermore, it explores the legal protection mechanisms established for consumers in this area, highlighting in its conclusion the measures and penalties enacted by the Algerian legislator to combat electronic fraud and deception crimes. The research concludes with a set of findings and recommendations.

Keywords: Consumer, Fraud, Deception, Crime.