

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of High Education and Scientific Research

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -

University of Mohamed el Bashir el Ibrahimi-Bba

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Faculty of Law and Political Sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: إعلام آلي وأتترنت

الموسومة ب:

## حماية رضا المستهلك الإلكتروني

إشراف الأستاذ:

➤ بن شويحة علي

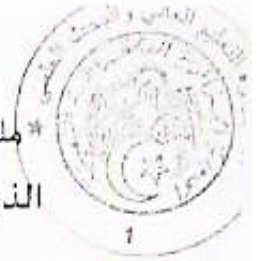
من إعداد:

➤ حشاد أسامة

### لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. عجيري عبد الوهاب	أستاذ مساعد قسم ب	رئيسا
د. علي بن شويحة	أستاذ محاضر قسم أ	مشرفا
د. بوقرة عيسى	أستاذ محاضر قسم ب	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024



ملحق بالقرار رقم 10826... المؤرخ في 27 2020  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرقي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الأول)

أنا الممضي أسفله،  
السيد(ة): حسنا أسامة الصفة: طالب، أستاذ، باحث  
الحامل(ة) لبطاقة التعرف الوطنية رقم: 411989183 والصادرة بتاريخ: 2024-06-23  
المسجل(ة) بكلية / معهد: المعهد الوطني للدراسات والبحوث قسم: المعلوماتية والإعلام الإلكتروني  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).  
عنوانها: حماية رخص البرمجيات على الإنترنت

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

التاريخ: 25 جوان 2025

توقيع المعني (ة)



مصادقة وتوثيق السيد  
سیدنا أسامة  
ب.ت.و رقم: 411989183  
الصادرة بتاريخ: 2024/06/23  
الموضوع: حماية رخص البرمجيات على الإنترنت  
عبد الصكير ديسست  
و يتنوع منه للتصرف الإقليمي الرئيسي

25 جوان 2025



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(نَرْفَعُ دَرَجَاتٍ مِّنْ نَّشَأٍ وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ )

الآية 76، سورة يوسف

## الشكر والتقدير.

الشكر لله في البدء والختام على توفيقه والإنعام.

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير لمعالي المشرف الأستاذ الدكتور

الذي شرفني بقبول الإشراف ولم يبخل عليّ بنصح أو توجيه.

والشكر موصول أيضا لأصحاب المعالي والفضيلة أساتذتي الدكاترة المحترمون

أعضاء لجنة المناقشة؛ كل باسمه ولقبه ورتبته ووظيفته، على تفضلهم بمناقشة

هذه المذكرة بغية إسداء التوجيهات والملاحظات.

وأجزل الشكر لجميع أساتذة وموظفي كلية الحقوق والعلوم السياسية، وعلى

رأسهم السيد عميد الكلية، على ما يبذلونه من جهد -كل من موقعه- خدمة لطلبة

العلم.

فجزى الله الجميع خير الجزاء.



# الإهداء.

إلى من يرافقني دعائهما دوماً ويزيدني رضاها نجاحاً وعزماً

والدي الغاليين

إلى إخوتي وأخواتي

إلى أصدقائي كل باسمه

إلى كل أساتذة قسم الحقوق.

إلى كل من تسعه ذاكرتي ولم تسعه مذكرتي إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع.

## قائمة المختصرات:

ص: الصفحة.

ع: العدد.

ج. ر: الجريدة الرسمية.

د.ت.ن: دون تاريخ نشر.

د.ب.ن: دون بلد نشر.

د.د.ن: دون دائرة نشر.

# المقدمة

## مقدمة.

يُعد موضوع حماية المستهلك الإلكتروني من المواضيع الأساسية التي رافقت تطور التشريع الجزائري منذ سنوات طويلة، وقد زادت أهميته بشكل كبير خاصة بعد ظهور التكنولوجيا الحديثة وما أحدثت من طرق جديدة للتعاقد تختلف عن الأساليب التقليدية. فقد أصبح التعاقد يتم عن بعد بالاعتماد على الوسائط الإلكترونية، دون الحاجة إلى اجتماع الأطراف في مجلس واحد كما هو الحال في القواعد العامة.

العقد الإلكتروني هو في جوهره عقد كسائر العقود الأخرى، يقوم على توافق الإرادتين، غير أنه يتميز بكونه يبرم بين أطراف متباعدة تفصل بينهم أحياناً مسافات كبيرة، وقد تصل هذه المسافات إلى آلاف الكيلومترات. في هذه الحالة يعتمد المستهلك على البيانات والمعلومات المقدمة عبر مواقع العرض الإلكترونية بدل المعاينة المباشرة، مما يجعله أكثر عرضة للوقوع في أخطاء أو التعرض لوسائل تدليس وإعلانات كاذبة قد تؤثر في إرادته.

هذا الوضع يجعل رضا المستهلك في العقود الإلكترونية ضعيفاً وغير محصن بما يكفي، لأنه في كثير من الحالات يتسرع في إبرام العقد بدافع رغبته في الحصول على المنتج، دون أن تتاح له فرصة التحقق المادي من خصائصه. وهو ما يمنح المورد الإلكتروني مجالاً واسعاً لاستغلال هذا الضعف، سواء بإخفاء بعض العيوب أو بتقديم معلومات غير دقيقة، مما يترتب عنه غياب الرضا السليم الذي يعد ركناً أساسياً في تكوين العقد.

وقد أدرك المشرع الجزائري هذه المخاطر، فعمل على وضع قواعد خاصة تكفل للمستهلك الإلكتروني حماية إضافية. فإلى جانب القواعد العامة المتعلقة بعيوب الإرادة المنصوص عليها في القانون المدني، جاء القانون رقم 19-05 المتعلق بالتجارة

الإلكترونية ليضع إطارًا خاصًا ينظم عملية التعاقد عبر الوسائط الإلكترونية ويوفر ضمانات لحماية رضا المستهلك في مختلف المراحل، سواء قبل إبرام العقد أو أثناء تكوينه.

كما تدخل المشرع من خلال القانون رقم 10-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، حيث تضمن هذا القانون قواعد عامة تهدف إلى ترسيخ الثقة في المعاملات الرقمية. ومن خلال بعض أحكامه يمكن استخلاص حماية إضافية لإرادة المستهلك عند التعامل عبر الإنترنت، بما يساهم في تعزيز سلامة رضاه وضمن توازنه مع المورد الإلكتروني.

كذلك يبدو أن المشرع الجزائري أصبح يدرك ضرورة توفير حماية أخرى للمستهلك في مجال العقود الإلكترونية غير تلك التي أوجدت لحماية المستهلك في العقود التقليدية وهذا ما نستشفه من القانون 04/15<sup>1</sup> والذي يحدد القواعد العامة المطبقة على التصديق والتوقيع الإلكتروني والذي يمكن أن نستشف من بعض نصوصه ملامح حماية رضا المستهلك الإلكتروني.

حيث تتجلى أهمية معالجة هذا الموضوع، والمتمثل في " حماية رضا المستهلك الإلكتروني"، في كون العلاقات التعاقدية في المجال الإلكتروني قد تصطدم بعد إبرامها بظروف مغايرة تحول دون استمرارها، ارتباط موضوع رضا المستهلك الإلكتروني بالواقع المعاش أكثر من بقية المواضيع التقليدية في ظل ما يتعرض إليه المستهلك الإلكتروني من مخاطر تؤثر على إرادته الحرة.

---

<sup>1</sup> - القانون رقم 04/15، المؤرخ في 2015/2/1، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، ع06، الصادرة في 2015/02/10،

إضافة إلى أن المستهلك الإلكتروني يعاني من الغش والتحايل عند تعاقدته إلكترونيًا، مما دفعني إلى دراسة مظاهر حماية المستهلك الإلكتروني والضمانات الممنوحة له سواء التقليدية أو المستحدثة في توفير حماية فعالة له.

ولذلك ستهدف دراستنا إلي:

-تحديد مظاهر حماية رضا المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية

.05/18

-تبيان خصوصية حماية رضا المستهلك الإلكتروني في ظل الوسائل المستحدثة

للتعاقد.

-الوقوف علي مدى كفاية ضمانات حماية رضا المستهلك الإلكتروني في القانون

.05/18

-إبراز الثغرات القانونية التي تشوب القانون 05/18 فيما يخص ركن الرضا.

ومن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع حماية رضا المستهلك الإلكتروني

إلى أسباب ذاتية وأخري موضوعية.

أما عن الأسباب الذاتية: الميول لهذه الدراسة والرغبة في فهمها، أيضا

والمساهمة في إيجاد حلول للمشاكل التي تعاني منها الجزائر في إطار التجارة

الإلكترونية وحماية رضا المستهلك الإلكتروني بدرجة الأولى.

أما عن الأسباب الموضوعية: فيتجلى في كون البحث في حماية رضا المستهلك

الإلكتروني بوصفه أحد أهم موضوعات التجارة الإلكترونية يسלט الضوء على إشكالات

عديدة تجعلنا نفتح باب البحث والتقصي للوصول إلى نتائج مرضية.



ورغم تعدد مواضيع التجارة الإلكترونية وتتنوعها إلى أن مسألة الحماية للمستهلك تبقى الموضوع الجامع والشامل لمسائل التجارة الإلكترونية، والذي يعد العمود الفقري للنهوض بها وانتشارها.

غير أنه عند دراستنا لهذا الموضوع اعترتنا عدة صعوبات أهمها نقص المراجع المتخصصة في هذا الموضوع كونه موضوعا تقني أكثر ما انه قانوني لما له من خاصية المحاسبة هذا من جهة وعدم تخصيص المشرع لها قوانين تنظمها وتفسرها بشكل خاص ومنفصل من جهة أخرى، مما أدى بنا اللجوء الى الاعتماد على عدة قوانين ومراسيم تحمل مواضيع متفرقة.

لقد عرف موضوع حماية رضا المستهلك الإلكتروني عدة دراسات سابقة نذكر منها: دراسة بلقاسم حامدي، تحت عنوان إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

ودراسة عمرو عبد الفتاح علي يونس، تحت عنوان جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني، أطروحة دكتوراه، كلية عين شمس، القاهرة، لسنة 2008.

فإذا سلمنا بأن حماية رضا المستهلك الإلكتروني موجودة سواء في نصوص القانون المدني وكذلك في القواعد الخاصة في مجال حماية المستهلك الإلكتروني، فما مدي كفاية وسائل حماية رضا المستهلك الإلكتروني في قواعد القانون المدني أو في النصوص الخاصة سواء في مرحلة ما قبل إبرام عقد التجارة الإلكترونية أو في مرحلة إبرامه؟.

للإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج التحليلي أساسا للغوص في النصوص القانونية النازمة للمسألة، فزال عن المنهج الوصفي لإزالة الغموض عن بعض المفاهيم، ومن ثم قسمنا الموضوع إلى فصلين، تطرقنا في الفصل الأول إلى: حماية رضا المستهلك الإلكتروني في القواعد العامة، الذي قسم إلى مبحثين، يتضمن المبحث الأول دور نظرية عيوب الإرادة واهليته في حماية رضا المستهلك الإلكتروني، أما المبحث الثاني فيتضمن حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، في حين يتضمن الفصل الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكترونية في القواعد الخاصة، الذي قسم بدوره إلى مبحثين، فيتضمن المبحث الأول ضمانات حماية الرضا قبل إبرام عقد التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني: فيتضمن ضمانات حماية الرضا أثناء إبرام عقد التجارة الإلكترونية.

الفصل الأول . حماية

رضا المستهلك

الإلكتروني في

القواعد العامة.

## الفصل الأول: حماية رضا المستهلك الإلكتروني في

### القواعد العامة.

يُعتبر موضوع حماية المستهلك من أبرز المواضيع التي حظيت باهتمام المشرع الجزائري منذ نهاية الثمانينات، حيث صدر أول قانون خاص بحماية المستهلك سنة 1989، في محاولة لمواكبة التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي عرفت الجزائر آنذاك. ومع تطور المعاملات التجارية وتنوع وسائلها، تزايدت أهمية هذه الحماية بشكل أكبر، خصوصاً بعد بروز البيئة الرقمية وما رافقها من طرق جديدة للتعاقد، فرضت واقعاً مختلفاً عما استقر عليه العمل في إطار القواعد العامة. فالمستهلك الإلكتروني غالباً ما يجد نفسه مندفعاً نحو إبرام العقد بسرعة بفعل رغبته في الحصول على المنتج المعروض، دون أن تتاح له إمكانية فحصه أو التحقق من جودته بشكل مباشر. هذا الوضع قد يُستغل من طرف المورد الإلكتروني الذي يقدم بيانات أو صوراً قد لا تعكس حقيقة السلعة أو الخدمة، مما يؤدي إلى تكوين عقد لا يقوم على رضا كامل كما تقتضيه القواعد العامة للتعاقد. ولهذا تدخل المشرع الجزائري من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، من أجل تدعيم حماية المستهلك وضمان شفافية أكبر في مرحلتي ما قبل التعاقد وأثناء تكوين العقد. وإذا كان العقد الإلكتروني من حيث الأساس لا يختلف عن غيره من العقود المدنية والتجارية، لكونه يقوم على توافق الإيجاب والقبول، فإن طبيعته المميزة تكمن في كونه يتم عن بعد، عبر وسائل إلكترونية، دون التقاء الأطراف في مجلس عقد واحد. وبهذا يصبح رضا المستهلك معتمداً أساساً على البيانات والمعلومات المقدمة عبر المواقع والمنصات الإلكترونية، وهي في كثير من الأحيان لا تكون كافية أو دقيقة، مما يعرضه لمخاطر متعددة، كالتضليل، والغلط، أو حتى التدليس والاحتيال الناتج عن المواقع الوهمية والإعلانات الكاذبة. هذه الخصوصية تجعل إرادة المستهلك أكثر عرضة للعيوب

مقارنة بالعقود التقليدية<sup>1</sup>، حيث تنشأ تساؤلات جدية حول مدى قدرة القواعد العامة وحدها على ضمان الحماية الكافية، ومدى فعالية القانون 18-05<sup>2</sup> في سد هذه الثغرات. ومن هنا تبرز أهمية دراسة رضا المستهلك الإلكتروني في ظل القواعد العامة، مع التركيز على دور نظرية عيوب الإرادة وأهلية المتعاقد من جهة، وكذا الوقوف عند الحماية من الشروط التعسفية التي غالباً ما تدرج في العقود الإلكترونية من جهة أخرى.

وبناءً على ذلك، سنتناول في هذا الفصل ما يلي:

دور عيوب الإرادة وأهلية المتعاقد في حماية رضا المستهلك الإلكتروني (المبحث الأول).

حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية (المبحث الثاني).

<sup>1</sup> عقوني محمد، الرزاق، عيوب الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية على ضوء التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد القضائي، م13، العدد الخاص، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، الجزائر، جانفي 2021، ص 22  
<sup>2</sup> قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، الصادرة في 16 مايو 2018.

## المبحث الأول: دور نظرية عيوب الإرادة واهليته في حماية

### رضا المستهلك الإلكتروني.

أصبحت مسألة حماية المستهلك من القضايا البالغة الأهمية في عصرنا الحالي، وقد ازدادت هذه الأهمية مع بروز الوسائل الحديثة، خاصة الوسائل الإلكترونية، في مجال إبرام العقود. فالمستهلك قد يجد نفسه ضحية التسرع، مدفوعاً برغبته في الحصول على المنتج في أقصر وقت وبأقل تكلفة، الأمر الذي يستغله المتدخل الإلكتروني لدفعه إلى إبرام العقد دون توافر رضا حقيقي وكامل. وهذا ما يبرز أهمية دراسة دور نظرية عيوب الإرادة وأهلية المتعاقد في ضمان حماية رضا المستهلك الإلكتروني. وبناءً على ذلك، سيتم التطرق إلى حماية رضاء المستهلك من عيوب الإرادة (المطلب الأول)، وحماية أهلية المستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: حماية رضاء المستهلك من عيوب الإرادة.

إن التراضي ركن من أركان العقد، فقد خصه المشرع بتنظيم مفصل وذلك من خلال عيوب الإرادة، حيث يجوز لأي متعاقد شاب إرادته عيب من هذه العيوب أن يطالب بإبطال العقد، وهذا ما يمكن أن يستفيد منه المستهلك الإلكتروني إذا ثبت إنه أبرم العقد تحت تأثير هذه العيوب المذكورة حسب القانون المدني الجزائري في التدليس، والغلط والإكراه، وكذا الاستغلال<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد سعيد جعفرور نفس المرجع السابق، ص 29



وعليه تطرقنا في هذا المطلب إلى الغلط والتدليس في عقد الاستهلاك الإلكتروني في الفرع الأول، ثم إلى الاستغلال والغبن في عقد الاستهلاك الإلكتروني في الفرع الثاني، وأخيراً إلى الإكراه في عقد الاستهلاك الإلكتروني

### الفرع الأول: الغلط والتدليس في عقد الاستهلاك الإلكتروني.

الغلط والتدليس هما من عيوب الإرادة التي قد تشوب عقود الاستهلاك الإلكتروني، مما يمنح المستهلك الحق في طلب إبطال العقد. الغلط هو وقوع المتعاقد في وهم أو خطأ يتعلق بطبيعة العقد أو أحد عناصره الجوهرية، بينما التدليس هو استخدام طرق احتيالية لإيقاع المتعاقد في الغلط وحمله على التعاقد.<sup>1</sup>

#### أولاً: الغلط في عقد الاستهلاك الإلكتروني.

الغلط هو وهم يقوم في ذهن الشخص فيصور له الأمر على غير حقيقته أي يجعله يعتقد بوجود واقعة أو صفات وأمور غير موجودة أو العكس، أي يعتقد بعدم وجود واقعة أو صفة. وعرفه الأستاذ السنهوري، بأنه «حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها»<sup>2</sup> وعرفه الدكتور حسن الذنون بأنه «وهم يقوم في النفس فيحملها على إبرام العقد»<sup>3</sup> والغلط الذي يشوب الرضا قد يقع في شخص المتعاقد إذا كانت شخصيته محل اعتبار بالنسبة للمتعاقد الذي وقع في الغلط أو ان يقع الغلط في

<sup>1</sup> - عقوني محمد، الرزاق، نفس المرجع السابق، ص 631.

<sup>2</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2008، ص 132.

<sup>3</sup> - حسن علي الذنون، محاضرات في القانون المدني العراقي - نظرية العقد، معهد الدراسات العربية العالية، القاهرة، 1956، ص 40.

صفة أساسية لمحل العقد، أو أن يقع الغلط الأساسي في أي شيء آخر يعتبره العرف السائد في البلد غلطا جوهريا، وأثر الغلط في هذه الحالات ان العقد يعد قابلا للإبطال.<sup>1</sup>

وعيب الغلط في العقود الالكترونية أمر الحدوث، وخصوصا أن التعاقد يتم عن بعد، دون أن يلتقي أحد الطرفين الآخر، فمثلا قد يضمن أحد المتعاقدين أنه يعرف المتعاقد الآخر، ويعرف منتوجاته على أنها جيدة وينصدم في الأخير انه ليس الشخص المقصود بل مجرد تلابس أسماء أو مواقع.<sup>2</sup>

ويجب في الغلط أن يكون جوهريا، أي أن يكون السبب الذي أدى الى التعاقد، وأن يكون على درجة من الأهمية بحيث لواله لما أبرم المتعاقد العقد، كما يجب أن يكون متصل بالمتعاقد الآخر أي أن يكون المتعاقد الآخر أيضا قد وقع في الغلط، أو كان على علم به، أو كان من السهل عليه أن يعرفه.<sup>3</sup>

إن واجب الإعلام الذي يُلقى على عاتق المزود في العقود الإلكترونية يُسهّل على المستهلك المطالبة بإبطال العقد بسبب الغلط، إذ إن الإخلال بهذا الواجب يُعتبر دليلاً قاطعاً على وجود الغلط في جانب المتعاقد المحترف. وكثيراً ما يكون سبب الغلط هو نقص المعلومات أو غموضها في العروض المتعلقة بالسلع أو المنتجات المعروضة. وفي هذا الإطار، جاء التوجيه الأوروبي رقم 2000/31 الخاص بالتجارة الإلكترونية، حيث نصت المادة 11 منه على ضرورة أن يقوم مقدم الخدمة بتقديم عرضه بدقة وتفصيل، مع

<sup>1</sup> - عدنان نجم عبود، عيوب الإرادة وأثرها في العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مجلة الجامعة العراقية، ع 46، كلية الأمام الأعظم، الجامعة العراقية، د.ت.ن، ص 440.

<sup>2</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2007، ص 185.

<sup>3</sup> - بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، ص 133-134.

استعمال وسائل إعلام مناسبة وفعّالة وسهلة الوصول، وبطريقة تمكن المستهلك من فهم المعلومات الإلكترونية، ضماناً لعدم وقوعه في الغلط..<sup>1</sup>

### ثانياً: التدليس في عقد الاستهلاك الإلكتروني.

تنص المادة 86. م ج<sup>2</sup> على العيب الثاني في الإرادة هو التدليس، ويُقصد به الخداع الذي يعتمد على استعمال أساليب مأكرة تؤدي إلى وقوع الطرف الآخر في الغلط ودفعه إلى إبرام العقد، أي أن المتعاقد يقوم بالحيلة حتى يقنع غيره بالتعاقد. ويُعتبر التدليس نوعاً من الأفعال غير المشروعة، لأنه يقوم على الغش والخداع، ولهذا فهو مرتبط بفكرة المسؤولية التقصيرية. ويُعد التدليس خطأ مقصوداً، وقد نصت المادة 86 من القانون المدني على أنه يمكن إبطال العقد إذا كانت الحيل المستعملة مؤثرة لدرجة أنه لولاها لما قام الطرف الآخر بإبرام العقد. وبذلك فإن التدليس يُعد من عيوب الرضا التي تؤثر على صحة العقد الإلكتروني، وتسمح للمتعاقد الذي تضررت إرادته أن يطلب إبطاله، يلزم أن يتوافر فيه عنصران هما:

الأول: عنصر المادي، وهو استعمال طرق احتيالية وخداع المتعاقد

الثاني: العنصر المعنوي (القصد) وهو التعليل وعدم الاعلام<sup>3</sup>

فيعتبر التدليس في عقود التجارة الإلكترونية، كل بائع يتكتم على خصائص برامج كمبيوتر من دون هذه الخصائص التي يضمن أنها تتطابق مع مواصفات جهازه لن يقوم

<sup>1</sup> - بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، حماية رضا المستهلك الإلكتروني، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، م 01، ع 01، جامعة أحمد دراية، ادرار- الجزائر، جوان 2017، ص 37.

<sup>2</sup> - المادة 86 من الأمر رقم 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن قانون المدني، ج ر ع 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بالقانون 10/05، المؤرخ في 20/06/2005.

<sup>3</sup> - علاق لمنور، محاضرات في شرح القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للالتزام، ج 1، مصادر الالتزام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر، 2020-2021، ص 76.

بإقتنائها ، وهذا ما يعطيه الحق في الإحتجاج على أساس أنها لا تتطابق مع المواصفات المطلوبة.<sup>1</sup>

تعتبر طرق التدليس والغش في عقود التجارة الإلكترونية كثيرة ومتنوعة بسبب أن المستهلك لا يمكنه معاينة الشيء المبيع معاينة دقيقة وشاملة ، كما ليس له رؤية أيضا؛ ومن أهم أشكال التدليس استعمال العلامات التجارية لشخص آخر، تعمد نشر بيانات ومعلومات غير صحيحة على الموقع عن سلع وخدمات بقصد الإحتيال، بالإضافة إلى إنشاء مواقع وهمية، فيمكن لبعض البنوك الالكترونية والتي لها وجود في العالم الافتراضي فقط ، خداع بعض المتعاقدين الذين يقومون بإيداع أموالهم لدى هذا المصرف الوهمي نتيجة الإعلانات المغرية الموجودة على الأنترنت.<sup>2</sup>

لا بد من توفر شروط أي أن المستهلك الإلكتروني حتى يستطيع التمسك بالتدليس لا بد أن يثبت أنه ما كان ليبرم العقد لولا الحيل التدليسية التي إستعملها المتعاقد معه أن تكون مؤثرة وسبب للتعاقد حتى يعتد به في إبطال العقد، كما لا بد أن يكون هذا التدليس جاء من المتعاقد معه أو من ينوب عنه، أما التدليس الصادر عن الغير خاصة وأن التعاقد الإلكتروني يتم عبر مواقع يسهل اختراقها وغير محمية فإنه لا يعتد به. اتجاه المتعاقد إلا إذا كان عالما به.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> – J.CHESTIN, les liens de dol dans la formation du contrat et de l'obligation précontractuelle de renseignement, dalloz, France 1981, p 457.

<sup>2</sup> – محمد عقوني، حسن عبد الزراق، المرجع السابق، ص 638.

<sup>3</sup> – أنظر في عناصر التدليس وشروطه، علي فلالي، الالتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، د.ب.ن، 2010، ص ص 177-188.

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

### الفرع الثاني: الاستغلال والإكراه في عقد الاستهلاك الإلكتروني.

الاستغلال: هو أمر نفسي عبارة عن استغلال أحد المتعاقدين بسبب الضعف الذي يمر فيه المتعاقد الآخر هو وضع نفسي يقوم فيه أحد المتعاقدين بالاستفادة من حالة ضعف يمر بها المتعاقد الآخر، للحصول على مزايا لا تعود عليه بمنفعة مقابلة، أو تكون المنفعة متفاوتة بشكل غير معتاد. ويُعرفه آخرون من زاوية مجاله بأنه قيام شخص باستغلال طيش ظاهر أو رغبة مفرطة عند غيره، ليبرم معه تصرفاً يترتب عليه غبن شديد.<sup>2</sup>

حيث نصت على هذا العيب المادة 90 من القانون المدني الجزائري<sup>3</sup>، ويختلف عيب الاستغلال عن عيب الغبن في أن معياره شخصي بينما معيار الغبن موضوعي مادي وهو أن يقل عن أربعة أخماس ثمن المثل، أما معيار الاستغلال فهو أن تكون إرادة المغبون قد عيبت بالطيش أو الهوى، فاستغل المتعاقد معه هذا الضعف وحصل على التزامات لا تتعادل مطلقاً مع ما التزم هو به، فالغبن إذا عيب في العقد بينما الاستغلال عيب في الشخص.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - براهيم منير، حماية رضا المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، ع5، المركز الجامعي بريك، الجزائر، مارس 2017، ص 79.  
<sup>2</sup> - بوكرزازة أحمد، الغبن والاستغلال وأثرهما القانوني، مجلة المعيار، م25، ع62، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة - 1، الجزائر، ديسمبر 2021، ص954.  
<sup>3</sup> - تنص المادة 90 من الأمر رقم 58/75، المرجع السابق.  
<sup>4</sup> - علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص67.

يمكن تصور تطبيق الاستغلال في العقود الإلكترونية عندما يندفع المتعاقد تحت تأثير طيشه أو هواه الجامح، فيرتبط بعقد لمجرد أن الطرف الآخر شخصية مشهورة، فإذا استغل هذا الأخير ضعف خصمه اختل التوازن العقدي بشكل ملحوظ بين الثمن وقيمة المبيع، فنكون أمام عيب الاستغلال الذي يصيب الإرادة ويؤثر في صحة العقد. غير أن معيار التعادل ليس ثابتاً من الناحية الموضوعية أو النفسية، فما يعد طيشاً أو هوى شديداً بالنسبة لشخص قد لا يكون كذلك عند غيره، وما يعد في عقد معين غبناً فاحشاً قد لا يُعتبر كذلك في عقد آخر. كما أن بعد المتعاقدين، ووجود إعلانات مضللة، واختلاف الخبرات الفنية في بيئة العقود الإلكترونية، كلها عوامل تزيد من اتساع دائرة الاختلال وتفتح المجال أمام استغلال اندفاع المتعاقدين نحو السلع أو العروض الوهمية، مما يجعل العقود الإلكترونية بيئة خصبة لظهور هذا العيب.<sup>1</sup>

ومما يترتب على ذلك أن الغبن المرد والمتمثل في عدم تعادل الالتزامات بين طرفي العقد لا يؤثر لوحده في عقد الاستهلاك الإلكتروني، بل يشترط بالإضافة إلي توافر العنصر المادي في الغبن توافر العنصر الشخصي في الاستغلال والمتمثل في الطيش البين والهوى الجامح، وذلك لأن عيب الغبن عيب استثنائي في العقود، ويستثنى من ذلك بعض الحالات التي نص عليها المشرع والتي يؤثر فيها الغبن على عقد الاستهلاك الإلكتروني.<sup>2</sup>

من خلال استقراء قانون التجارة الإلكترونية الجزائري يتضح أن المشرع لم يتناول عيب الغبن أو الاستغلال في مجال المعاملات الإلكترونية، الأمر الذي يفرض العودة إلى القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني باعتباره الشريعة العامة المنظمة

<sup>1</sup> - سيار عز الدين، تأثير البيئة الإلكترونية على صحة رضا المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، ع3، الجزائر، 2017، ص ص69-70.

<sup>2</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص ص71-72.



لعيوب الإرادة، وذلك بما يتناسب مع خصوصيات عقد الاستهلاك الإلكتروني. بينما تكشف المقارنة مع بعض التشريعات العربية أن المشرع التونسي قد اهتم بشكل واضح بعيب الاستغلال المؤثر على رضا المتعاقد في عقود الاستهلاك الإلكتروني، حيث نصت المادة 50 من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية على إقرار جزاء جنائي يوقع على كل من يستغل ضعف أو جهل شخص في عمليات البيع الإلكتروني.<sup>1</sup>

إذن ففي حالة توفر العناصر القانونية للاستغلال في المعاملة التجارية الاستهلاكية الإلكترونية، أمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطال إبطال العقد، كما يمكن للقاضي أن يحكم بإبقاء العقد مع إنقاص التزامات الطرف المستغل.

أما الإكراه : هو كل ضغط مادي أو معنوي يولد في نفس الشخص شعورًا بالخوف يدفعه إلى التعاقد. وقد يكون الإكراه المفسد للرضا جسديًا أو حسيًا، ويقع بالفعل مثل الضرب أو التعذيب، فيقبل المتعاقد العقد تخلصًا من الألم والخوف الناتجين عنه. كما قد يظهر الإكراه في صورة معنوية، حيث يكون وسيلته التهديد بإلحاق الضرر، سواء كان هذا الضرر جسديًا كالقصد بالقتل أو الضرب، أو ماديًا مثل إحراق المسكن، أو نفسيًا يمس العاطفة أو السمعة، كالتهديد بنشر فضيحة أو كشف علاقة غير مشروعة.<sup>2</sup>

وعيب الإكراه مستبعد في العقود الإلكترونية، أو على الأقل بعيد التصور لأن التعاقد يتم عن بعد، ويجمع المتعاقدين مجلس حكمي فقط وليس حقيقي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - قانون عدد 83 لسنة 2000، مؤرخ في 9/أوت/2000، ع64، المؤرخ في 11/أوت/2000، ص 2089.

<sup>2</sup> - شيخ نسيم، محاضرات في القانون المدني (مصادر الالتزام)، موجهة لطلبة السنة الثانية حقوق، كلية الحقوق-قسم الحقوق، جامعة بلحاج بوشعيب-عين تموشنت، الجزائر، 2021-2022، ص59.

<sup>3</sup> - سليمان مصطفي، بحماوي الشريف، المرجع السابق، ص38.

## المطلب الثاني: حماية أهلية المستهلك الإلكتروني.

يشترط لصحة العقد توافر شرط الأهلية في طرفي العالقة التعاقدية، وهو أمر تم تناوله في مختلف المذاهب الفقهية وتم تحديد إطاره القانوني في أغلب جوانبه في العقود التقليدية، والتي تتم بين حاضرين، لكن إبرام العقود الإلكترونية الذي يتم عن بعد يثير بعض الإشكالات في تحديد هوية المتعاقد وأهليته.

### الفرع الأول: مفهوم الأهلية في العقد الإلكتروني.

تعتبر الأهلية ركناً أساسياً ولازماً لقيام العقد صحيحاً ولتحقق الإرادة وسلامتها في نظر القانون، فإذا انعدمت الأهلية كان العقد باطلاً بطلاناً مطلقاً، أما إذا كانت ناقصة أصبح العقد قابلاً لتعتبر الأهلية ركناً أساسياً ولازماً لقيام العقد صحيحاً ولتحقق الإرادة وسلامتها في نظر القانون، فإذا انعدمت الأهلية كان العقد باطلاً بطلاناً مطلقاً، أما إذا كانت ناقصة أصبح العقد قابلاً للإبطال<sup>1</sup>، تطبق قواعد الأهلية على التعاقد الإلكتروني فالأصل أن كل شخص كامل الأهلية ما لم تسلب أهليته منه أو يحد منها القانون.

ينتج عن الانفصال المكاني بين أطراف العقد الإلكتروني صعوبة الإحاطة بجميع المعلومات الأساسية الخاصة بالمتعاقدين، مما يجعل مسألة التأكد من هوية وأهلية الأطراف ذات أهمية خاصة. ويعود ذلك إلى الطبيعة المميزة للوسائل المستعملة في إبرام العقد الإلكتروني، التي تسمح بإجراء التعاقد بين أشخاص ينتمون إلى دول وجنسيات

<sup>1</sup> - جعفر محمد سعيد، التصرف الدائر بين النفع والضرر في التقنين المدني الجزائري، دار هومة، الجزائر،

وأعمار مختلفة قد يخضعون لأنظمة قانونية متباينة في تحديد سن الرشد، وهو ما يجعل مسألة التحقق من أهلية المتعاقدين مسألة ينفرد بها العقد الإلكتروني.<sup>1</sup>

بالتالي فقد يتعاقد الشخص عبر الإنترنت مثلاً بالدخول مباشرة في الموقع دون أن يعرف كل طرف من أطراف العقد ما إذا كان يتعامل مع أصيل أو مع وكيل، بالغ أو قاصر، معسر أو موسر بل قد يجد المتعاقد نفسه مع مجرد موقع وهمي وضع بغرض الخداع و النصب والاحتيال على المترددين عليه ليكونو ضحايا عملية إحتيال.<sup>2</sup>

إن العقد الإلكتروني كأى عقد آخر، يجب أن يكون صادراً عن متعاقدين تتوافر فيهما أهلية التعاقد فإذا أقدم الشخص على إبرام هذا العقد فإنه يتوجب عليه التحقق في عمر واهلية الطرف الثاني بأي وسيلة ممكنة، لأن البيانات التي يطرحها أحد المتعاقدين قد لا تكون صحيحة ولا يملك المتعاقد في ظل هذه الظروف وسيلة للتحقق من بيانات الطرف الثاني، مما أدى إلى استخدام البطاقة الإلكترونية التي هي عبارة عن وثيقة يمكن من خلالها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها: كالإسم، السن، محل الإقامة وجميع المعلومات الأخرى، وتتميز هذه الأخيرة بصعوبة تزويرها أو تقليدها أو تزوي المعلومات الشخصية، الارتباط استعمالها برقم سري.<sup>3</sup>

لا يكون العقد الإلكتروني صحيحاً ومرتباً لأثاره إلا إذا كان التعبير عن الإرادة صادراً من متعاقدين يعترف القانون بأهليتهم، أي أن تكون الإرادة صادرة عن أشخاص أهليين بلغوا سن الرشد ولم تتأثر بعيب من عيوب الإرادة. وإذا كان التحقق من هذه المسألة سهلاً في العقود التقليدية، لكونها تبرم بين أطراف حاضرين في مجلس واحد، فإن

<sup>1</sup> - سلطان عبد الله محمود الجوارى، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص 79.

<sup>2</sup> - طارق زيتوني، خصوصية التعاقد باستخدام الوسائل الإلكترونية في القانون الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، م15، ع2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ديسمبر 2020، ص 204.

<sup>3</sup> - طارق زيتوني المرجع السابق، ص 204.

ذلك يتيح لكل طرف التأكد من أهلية وصفة الطرف الآخر، وله في حالة الشك أن يطلب إبراز الوثائق أو الشهادات المثبتة لذلك.<sup>1</sup> غير أن الأمر يختلف في العقد الإلكتروني، ذلك لأن العقد يبرم عبر وسائل الاتصال الحديثة ودون حضور مادي للمتعاقدين. بالتالي، يصعب في العقود الإلكترونية التأكد من شخصية المتعاقد معه وكذا التحقق من أهليته بسبب عدم رؤية المتعاقد معه.

إن هذه الخصوصية التي يتميز بها العقد الإلكتروني ستولد احتمالية كبيرة للتعاقد مع شخص قاصر، كما تولد أيضا احتمالية بطلان العقد أو قابليته للإبطال<sup>2</sup>، ذلك أن العقد الإلكتروني، كالعقد التقليدي تماما، يشترط أن يكون المتعاقدين كاملا الأهلية لمباشرة التصرفات القانونية، سواء تمت بطريقة تقليدية أو عبر وسائل الاتصال الحديثة.<sup>3</sup>

لا ينفرد مفهوم الأهلية في العقد الإلكتروني عن مفهومها في العقد التقليدي، فإذا جانب كونها ركن أساسي في التعاقد، فهي تعني صلاحية الشخص لاكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات. ويعتبر القانون كل شخص بلغ سن الرشد وهو 19 سنة أنه أهلا للتعاقد<sup>4</sup>، ما لم يرد نص يمنعه من إجراء بعض أو كل التصرفات.

<sup>1</sup> - كوسام أمينة، خصوصية الأهلية في التعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ع6، جامعة باتنة 1، الجزائر، جوان 2015، ص 348.

<sup>2</sup> - عمرو عبد الفتاح علي يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية عين شمس، القاهرة، 2008، ص309.

<sup>3</sup> - حمادوش أنيسة، حول إشكالية التحقق من أهلية المتعاقدين في التعاقد الإلكتروني، مجلة القانون المجتمع والسلطة، م08، ع02، كلية الحقوق كالعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، سبتمبر 2019، ص57.

<sup>4</sup> - المادة 40 من الأمر 58/75، المرجع السابق.

ونجد أن بعض الشركات في العقود الإلكترونية، تلجأ إلى وضع تحذيرات على شبكة الأنترنت، تطلب فيها عدم الدخول إلى المواقع إلا من قبل شخص بالغ الأهلية القانونية، التي تمكنه من إبرام العقود الإلكترونية مع هذه الشركة.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: حماية القصر وناقصي الأهلية في العقود الإلكترونية.

نص قانون الاستهلاك الفرنسي في المادة 121-18، على انه يلزم التحقق من شخصية أطراف العقد بما يحقق الأمان، والثقة في المعاملات حيث أن المتعامل التاجر أو العارض مقدم الخدمة أن يفصح لعميله عن كافة المعلومات المتعلقة بهويته، بما في ذلك أهليته، كما أن التوجيه الأوروبي رقم 2000/31 قد تطلب أيضا إلزامية تحديد كافة عناصر تحديد الهوية، بما في ذلك الأهلية القانونية للمتعاقد.<sup>2</sup>

ورغم عجز العلماء والتقنين من إيجاد وسيلة للتحقق من أهلية المتعاقدين في مجال العقود الإلكترونية، إلا أن هناك بعض الوسائل يمكن استخدامها لتحديد هوية وأهلية المتعاقد، وتتمثل في:

#### أولا: البطاقات الإلكترونية.

تعتبر هذه البطاقات بلاستيكية مقاربة في حجمها لبطاقة إثبات الهوية، تصدر عن مؤسسة مالية أو مصرفية، وتستخدم في تسوية المدفوعات بدلاً من استعمال النقود، كما تتيح السحب المباشر من الرصيد، ويستفيد حاملها من بعض الخدمات المالية والقروض الممنوحة. وتُمكن هذه البطاقة صاحبها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الآلي، كما تتيح له شراء مختلف احتياجاته أو دفع مقابل الخدمات التي

<sup>1</sup> -كوسام أمينة، المرجع السابق، ص348.

<sup>2</sup> - لزهرة بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص96.

يرغب فيها، دون أن يضطر إلى حمل مبالغ مالية كبيرة قد تكون عرضة للسرقه أو التالف.<sup>1</sup>

كما يمكننا تعريفها على أنها:

" بطاقة صدرت برسم أو بغير رسم من مصدرها الاستعمال حاملها للأغراض التالية:

1: أي شيء له قيمة على أساس القرض (نقود-سلع-خدمات...).

2: شهادة أو ضمان لصاحبها تمكنه من الحصول على قرض وفتح حساب

قرض

مؤقت من أجل.

- استنادة مبلغ من المال أو كتابة شيك.

- السحب نقداً أو كتابة أمر بنقد أو شيكات سياحية.

- شراء سلع أو دفع الخدمات أو أي شيء ذو قيمة مالية.

- تحويل الحسابات من حساب قرض أو حساب قرض مؤقت إلى حساب بطاقة

قرض عليها عجز في سدادها أو حساب دين آخر كله أو بعضه للمحافظة على توازن

فالبطاقات البنكية تأخذ شكل مستطيل وحجم صغير الذي يجعلها سهلة الحمل فهي تحمل

<sup>1</sup> - غنيم أحمد محمد، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص ص 242-



اسم المؤسسة المصدرة لها، توقيع حاملها ورقمها واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها.<sup>1</sup>

كذلك هي بطاقات تحمل رقائق الكترونية تحمل بيانات مخزنة لصاحبها مثل الاسم والسن والإقامة... الخ

### ثانيا: التوقيع الإلكتروني:

تعددت التعاريف التي أعطيت للتوقيع الكرتوني بحسب النظم القانونية السائدة في العامل: "عرفت منظمة الاتحاد الأوربي التوقيع الإلكتروني من خلال نوعين من التوقيع:

1: التوقيع الإلكتروني: "معلومات على شكل الكرتوني متعلقة بمعلومات الكرتونية أخرى ومرتبطة بها ارتباطا وثيقا ويستخدم أداة للتوثيق".

2: التوقيع الإلكتروني المعزز: هو "عبارة عن توقيع الكرتوني ويشترط فيه أن يكون: مرتب ارتباطا فريدا مع صاحب التوقيع، قادر على تحديد صاحب التوقيع والتعرف عليه باستخدامه، ثم إيجاده باستخدام وسائل يضمن فيها صاحبه السرية التامة، وكذلك مرتبط مع المعلومات المضمنة في الرسالة حيث أنه يكشف أي تغيير في المعلومات".<sup>2</sup>

والتوقيع الإلكتروني هو إجراء معين يقوم به الشخص المراد توقيعه على المحرر سواء في الأمر بأن يحتفظ بالرقم أو الشفرة بشكل آمن ويسري بمنع استعماله من قبل الغير، ويعطي الثقة في أن صدوره يفيد أنه بالفعل صدر من صاحبه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - أبو سليمان عبد الوهاب إبراهيم، البطاقات البنكية، ط 1، دار القلم، دمشق، 1998، ص 43-44.

<sup>2</sup> - علاء محمد نصيرات: حجية التوقيع الإلكتروني - دراسة مقارنة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 24.

<sup>3</sup> - إيمان بالعياضي، مدى جحبه التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، م8، ع16، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2019، ص112.

بالرجوع إلى القانون 04/15<sup>1</sup>، نلاحظ أنه قام بتعريف التوقيع الإلكتروني في مادته الثانية الفقرة الأولى بأنه: " بيانات في شكل الكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية أخرى، تستعمل كعملية توثيق.

ونلاحظ من خلال تعريف المشرع الجزائري للتوقيع الإلكتروني أنه تبني نفس تعريف منظمة الاتحاد الأوروبي من نوعها الأول في تعريفها للتوقيع الإلكتروني.

### ثالثا: جهات التصديق الإلكتروني.

تقوم فكرة التصديق الإلكتروني على أساس تأمين وتأكيد هوية الموقع وصلاحيته في التعامل. ويعتبر القانون رقم 04-15 المحدد للقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين<sup>2</sup> بمثابة خطوة فعلية لكفالة الأمن التقني والقانوني للأطراف المتعاملة الكتروني.

حيث تلتزم جهات التوثيق الإلكتروني بالتحقق من صحة البيانات المقدمة من الأشخاص المصدر لهم شهادات توثيق وصفاتهم المميزة والتي تمت المصادقة عليها وتضمينها في الشهادة، ويعتبر هذا الالتزام أكثر الالتزامات دقة وصعوبة بالنسبة لعمل جهات التوثيق الإلكتروني، وهو يحتاج إلى كادر وظيفي وفني ملائم ومتخصص من ذوي الخبرة للتحقق من البيانات المقدمة وأهلية الشخص الصادرة له الشهادة بالتعاقد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - القانون رقم 04/15، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - إيمان بالعباضي، المرجع السابق، ص 25

<sup>3</sup> - زهيرة كيسي، النظام القانوني لجهات التوثيق (التصديق) الإلكتروني، دفاتر السياسة والقانون، ع7، المركز الجامعي بتمنراست، الجزائر، جوان 2012، ص214.

إن البيانات المقدمة تستخلص عادة من الأوراق المقدمة من المشترك كالهوية الشخصية وجواز السفر<sup>1</sup> وغير ذلك من الأوراق الثبوتية المعترف بها. ويتم الحصول على هذه البيانات عبر الاتصال المباشر، أو بطريق إرسال المستندات الإثباتية بالبريد أو الأنترنت أو بالهاتف.<sup>2</sup>

إن المكلف لا يكون مسؤولاً إلا عن القيد الصحيح في الشهادة للمعلومات المقدمة عن طريق الاشتراك من خلال الأوراق المسلمة وبطاقة التسجيل.<sup>3</sup>

ويلتزم المكلف بخدمة التوثيق فقط بفحص هذه المعلومات ويقدر توافقها الظاهري مع المستندات المرسلة أو المقدمة من خلال التسجيل الخاص بالعميل ، فالمرجع الجزائري فكما ذكرنا سابقا لم يصدر رسميا قانون ينظم المعاملات الإلكترونية إلا ما تعلق بالتصديق والتوقيع الإلكتروني، وتبقى أحكام تصرفات ناقصي الأهلية تخضع للقواعد العامة للقانون المدني.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 17.

<sup>2</sup> - Jaccard (M). Problemes Juridiques Liés a La Securites des Transactions sur Le Reseau; P

3. [http:// www.signelec.com](http://www.signelec.com)

<sup>3</sup> - زهيرة كيسي، المرجع السابق، ص 215.

<sup>4</sup> - سليمان مصطفي، بحماوي الشريف، المرجع السابق، ص 39.

## المبحث الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكتروني من الشروط

### التعسفية.

إن رضا المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية يحتاج إلى حماية خاصة تقيه من التصرفات الانفرادية للمتدخل، ولا سيما من الشروط التعسفية التي قد يفرضها هذا الأخير بما يخدم مصالحه على حساب المستهلك. ومن هذا المنطلق، سارع المشرع إلى سن تشريعات تهدف إلى توفير حماية أوسع للمستهلك باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية.

وقد عرّف المشرع الجزائري الشرط التعسفي في الفقرة 7 من المادة 3 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على أنه: "كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".<sup>1</sup>

وبناء عليه سيتم التطرق إلي صور وشروط الشرط التعسفي (المطلب الأول)، وأخيرا إلى عقود الإذعان كنموذج لعقود الاستهلاك الإلكترونية التعسفية وحماية رضا المستهلك من الشروط التعسفية (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: صور وشروط الشرط التعسفي.

إن التطورات السريعة التي تعرفها السوق الاستهلاكية الإلكترونية في الوقت الراهن أدت إلى اختلال التوازن في العلاقات التعاقدية، وذلك نتيجة للخبرة والمعرفة التي يملكها المتدخلون سواء كانوا منتجين أو موزعين مقارنة بالمستهلك الذي يبقى الطرف الأضعف.

<sup>1</sup> - المادة 7/3 من القانون رقم 02/04، المؤرخ في 23/06/2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بموجب القانون 06/10، ج ر، ع41، المؤرخة في 27/06/2004.

فهذا التفوق المعرفي للمتدخلين منحهم القدرة على الانفراد بصياغة العقد وتحديد بنوده دون أي رقابة فعلية، وهو ما ترتب عنه فرض شروط تعسفية ومجحفة تلحق الضرر بالمستهلك.<sup>1</sup>

من أجل الإحاطة بهذه الصور والشروط لابد من التطرق إلى صور الشرط التعسفي (الفرع الأول)، وشروطه (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: صور الشرط التعسفي.

يُعد من الصعب الإحاطة بالشروط التعسفية، لأن مبدأ سلطان الإرادة يقتضي بعدم إمكانية تحديد آثار العقد ما دام غير مخالف للنظام العام أو الآداب العامة. ويُضاف إلى ذلك أن الأحكام القانونية المتعلقة بنظرية العقد غالباً ما تكون أحكاماً غير أمرة، يمكن للأطراف استبعادها بالاتفاق على ما يخالفها، وهو ما يؤدي إلى توسع نطاق الشروط التعاقدية، الأمر الذي يترتب عنه ظهور الشروط التعسفية بشكل واسع، مما يجعل من الصعب تحديدها وحصرها بشكل دقيق. ونتيجة لذلك يصعب حصر هذه الشروط، مما جعل قوانين حماية المستهلك تبادر إلى إلغائها من خلال إعداد قوائم خاصة بها وهو ما جسده المشرع الجزائري من خلال سنه للمرسوم التنفيذي 306/06 المؤرخ في 2006/9/10<sup>2</sup> الذي حدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

<sup>1</sup> - هاجر جحودي، عبد الحميد، دبار، الشروط التعسفية في العقود، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2024/2023، ص 7.

<sup>2</sup> - للمرسوم التنفيذي 306/06، المؤرخ في 2006/9/10، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الاعوان الاقتصاديين والمستهلكين، والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، ع 56، المؤرخة في 2006/09/11.

كذلك تناول المشرع أنواع الشروط التعسفية في المادة 29 من القانون رقم 02/04<sup>1</sup> المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي حددها كالاتي:

- أخذ حقوق و/ أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.

- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.

- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.

- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البث في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية.

- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.

- رفض حق المستهلك فيفسخ العقد إذا أخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته.

- التفرد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.

- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

ومن خلال إحداث مقارنة بين المادة 29 من القانون رقم 02/04 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 نجد أن المادة 29 من القانون 02/04 تناولت الشروط

<sup>1</sup> - المادة 29 من القانون رقم 02/04، المرجع السابق.

التعسفية بصفة العموم، أما المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06\_306 قد فصلت هذه الشروط وحددتها بدقة.

مما يستفاد أن ما جاء بها المرسوم التنفيذي وضح تلك الواردة في القانون، والعبرة في ذلك أن المشرع حاول ذكر أكبر عدد من الشروط التعسفية التي قد يتضمنها العقد<sup>1</sup>، وبالتالي فإن التعداد الذي ذكره المشرع في المادة 29 من القانون 02/04 للشروط التعسفية ما هو إلا على سبيل المثال لا الحصر على اعتبار أن المعاملات في تطور مستمر.

وعلى ضوء المادتين السالفة الذكر يمكن تصنيف الشروط التعسفية وفقا للمشرع الجزائري إلى شروط تؤدي إلى عدم تساوي أطراف العقد، وشروط تظهر من خلالها سيطرة المتدخل.

### الفرع الثاني: شروط الشرط التعسفي.

يمكن تقسيم شروط الشرط التعسفي إلى قسمين: شروط تتعلق بالعقد الاستهلاكي وشروط تتعلق بالمتعاقد بوصفه مستهلكا أو عونا اقتصاديا.

وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:

#### أولاً: أن يوجد عقد (إذعان) محله بيع سلعة أو تأدية خدمة.

إن مجال تطبيق الشرط التعسفي يكون في عقد الإذعان، وقد استعمل المشرع الجزائري في النصوص القانونية التي تنظم هذا النوع من العقود مصطلح منتج بدلاً من كلمة سلعة، لأن كلمة منتج أشمل وأوسع في الدلالة، بينما كلمة سلعة تقتصر على

<sup>1</sup> - لعجال لامية، حماية المستهلك في معاملات التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه علوم، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016/2017، ص 95.

المنقولات المادية فقط، سواء كانت قابلة للاستهلاك بمجرد استعمالها لأول مرة مثل المواد الغذائية، أو كانت من السلع المعمرة التي تدوم لزمان أطول كالسيارات وغيرها من المنتجات المشابهة، وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة "22" من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 والذي عرفت المنتج بأنه: "كل ما يفتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة".<sup>1</sup>

وأيضاً ما نصت عليه المادة 03 من القانون رقم 03/09 وسعت من تعريف المنتج بأنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً".<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري ضيق من نطاق الحماية في مواجهة الشروط التعسفية وحصرها في عقود الإذعان فقط دون عقود المساومة على عكس المشرع الفرنسي الذي ذهب إلى أن النصوص المتعلقة بالشروط التعسفية تطبق على جميع العقود أياً كان شكلها أو سندها مما جعل هذه النصوص تسري على جميع العقود كعقد البيع أو الإيجار أو التأمين، وأياً كان محلها عقاراً أو منقولاً وسواء كانت تنصب على السلع أو الخدمات.<sup>3</sup>

### ثانياً: أن يوجد عقد استهلاك إلكتروني.

عقد الاستهلاك الإلكتروني الذي يبرم في الفضاء الإلكتروني بالاعتماد على الوسائط المعلوماتية قد طرح مفهوماً جديداً، إذ أثار صعوبات متعددة سواء من حيث تكوينه أو من

<sup>1</sup> - المادة "22" من المرسوم التنفيذي رقم 266/90، المؤرخ في 05 ديسمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر، ع 40، لسنة 1990.

<sup>2</sup> - المادة 03 من القانون رقم 03/09، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 15، الصادرة بتاريخ 08/مارس/2009.

<sup>3</sup> - زيوش عبد الرؤوف، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، م 05، ع 02، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، ديسمبر 2020، ص 103.



حيث إثباته أو حتى من حيث تنفيذه. وبخصوص تكوين العقد، فإن مبدأ الرضائية هو السائد، مما يعني أن الفرد حر في التعبير عن إرادته بأي وسيلة لإبرام العقد باعتبارها كاشفة عنها دون اشتراط شكل محدد، لأن الرضائية تقوم على الإرادة ولا تهتم بالأداة المستعملة للتعبير، فالوسيلة تبقى مجرد واقعة مادية، غير أن شبكة الإنترنت باعتبارها وسيلة خاصة أثرت بشكل واضح على مضمون الإرادة وعلى طريقة إبرام العقد<sup>1</sup>

### ثالثاً: أن يكون العقد مكتوباً:

والمقصود بالكتابة في هذا السياق ليس الكتابة الرسمية، وإنما مجرد إدراج الشروط العامة للتعاقد في مختلف الوثائق التي يصدرها المهني أو العون الاقتصادي، كما هو الحال في طلبات الشراء، أو الفواتير، أو سندات الضمان، أو وصولات التسليم وغيرها. وهذا ما أكده المشرع في نص المادة 303 مكرر من القانون المدني التي اعترفت بالكتابة الإلكترونية وأقرت قانونيتها.

ومع ذلك يبقى من الممكن أن ينعقد العقد بطريقة شفوية أي لا تشترط الكتابة وهذا ما نستخلصه من نص المادة 3 فقرة 5 من القانون 02/04 التي لم تشترط الكتابة في عقد الاستهلاك، والتي عرفت الشرط التعسفي " شرط تعسفي: كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني -دراسة مقارنة، -، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2012، ص 18.

<sup>2</sup> - المادة 3 فقرة 5 من القانون 02/04، المرجع السابق.

### رابعاً: أن يكون أحد أطراف العقد مستهلكاً إلكترونياً:

يعد المستهلك الطرف الآخر في العقد، وهو المتعاقد الذي يقتني المنتج قصد الاستهلاك. وقد تبنى المشرع الجزائري في التعديل الأخير لقانون حماية المستهلك رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 مفهوماً واسعاً للمستهلك، واعتبر أن المستهلك: "هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به". ويشمل التعاقد عبر الشبكة عدداً كبيراً من الأشخاص يشترون عبر المواقع الإلكترونية سواء كانوا فئة المشترين أو المستهلكين. وتتمتع الفئة الأخيرة بالحماية القانونية الناتجة عن صفتهم<sup>1</sup> وبالرجوع إلى التشريع المقارن يظهر أن هناك إعادة النظر في تبني مفهوم المستهلك أو المشتري في قواعد التجارة الإلكترونية و بروز مفهوم المستهلك الإلكتروني.

### خامساً: أن يؤدي الشرط أو البند الوارد في عقد الإذعان إلى الإخلال الظاهر

#### بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.

سواء بإضافة التزامات غير مستحقة ومرهقة للمستهلك أو الإنقاص من التزامات المهني أو المحترف.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حوحو يمينة، المرجع السابق، ص18.

<sup>2</sup> - الحاج مبطوش، العيد جباري، البنود التعسفية في عقود الاستهلاك الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، ع10، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، جوان 2018، ص556.

## المطلب الثاني عقود الإذعان كنموذج لعقود الاستهلاك الإلكترونية

### التعسفية وحماية رضا المستهلك من الشروط التعسفية.

تعتبر عقود الإذعان المجال الخصب الذي تظهر فيه بجلا الشروط التعسفية، نظرا لأن المهني المحترف يتولى وضع شروط العقد مسبقا بصيغة عامة وبطريقة تحقق مصلحته، حيث لا يملك المستهلك إلا الخضوع والإذعان والتسليم لهذه الشروط، أو رفض العقد برمته دون مناقشته أو تعديله، مما يترتب عليه إخلال التوازن العقدي الذي يحكم العملية التعاقدية.

وعليه سيتم تبيان عقود الإذعان كنموذج لعقود الاستهلاك الإلكترونية التعسفية (الفرع الأول)، وحماية رضا المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: عقود الإذعان كنموذج لعقود الاستهلاك الإلكترونية

#### التعسفية.

تعد عقود الاستهلاك الإلكترونية أحد مظاهر التحول الكوني الذي شمل كلا من المجالات السياسية، الاقتصادية، القانونية والثقافية، والتي تعني جميع المعاملات الاستهلاكية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية وهي لا تختلف في جوهرها كثيرا عن الاستهلاك بصفة عامة من حيث مضمونها أو محترفوها، أما وجه الخصوصية فيها فيتمثل في الحقيقة في وسائل مباشرتها وبصفة خاصة الطريقة التي تتعقد فيها العقود وطريقة تنفيذها، ومن ثم يمكن تعريف الاستهلاك الإلكتروني: " بأنه جميع الأنشطة الاستهلاكية التي تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وباستخدام التبادل

الإلكتروني للبيانات لإبرام وتنفيذ العمليات الاستهلاكية سواء تمت على المستوى المحلي أم الدولي".<sup>1</sup>

حيث أن العقد في النظرية العامة للعقود، وبعض التشريعات المدنية التي تصدت له بالتعريف هو: " اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص تجاه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما " وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري<sup>2</sup> والإماراتي والعماني.

العقد الإلكتروني بصفة عامة، لن يحيد عن هذا الإطار، فنعرفه على أنه: " ارتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر على وجه يثبت أثره في المعقود عليه والذي يتم بوسيلة إلكترونية".

حيث يتم استخدام الوسائط الإلكترونية في إبرام التعاقد، ويعد ذلك من أهم مظاهر الخصوصية في العقد الإلكتروني<sup>3</sup>، بل أنها أساس هذا العقد حيث يتم إبرامه عبر شبكة اتصالات إلكترونية فالعقد الإلكتروني لا يختلف من حيث الموضوع أو الأطراف عن سائر العقود التقليدية ولكن يختلف فقط من حيث طريقة إبرامه وكونه يتم باستخدام وسائط إلكترونية وتلك الوسائط هي التي تقوم على الدعائم الورقية لتحل محلها الكتابة الإلكترونية التي تقوم على دعائم إلكترونية.<sup>4</sup>

ويعد عقد الاستهلاك الإلكتروني على أنه اتفاق يتم عبر الإنترنت بين مستهلك ومهني (مورد) لتبادل سلعة أو خدمة مقابل عوض مالي أو مجاني، ويهدف إلى تلبية

<sup>1</sup> - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، منشورات زين الحقوقية، د.ب.ن، 2011، ص 22-23.

<sup>2</sup> - القانون رقم 05/18، المرجع السابق.

<sup>3</sup> - أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص135.

<sup>4</sup> - فهد مبارك الهاجري، العقود الإدارية عبر الأنترنت، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص120.

الاستهلاك النهائي للمستهلك وليس لإعادة البيع أو لأغراض مهنية، يتميز هذا العقد بوجود طرف ضعيف (المستهلك) وآخر قوي (المهني)، مما يستدعي حماية خاصة للمستهلك.<sup>1</sup>

تتم أغلب العقود المبرمة عبر شبكة الإنترنت من خلال عقود نموذجية يعرضها البائع في موقعه الإلكتروني على شكل استمارة إلكترونية معدة مسبقاً، تتضمن تفاصيل التعاقد وتوجه بشروط موحدة إلى جميع المستهلكين دون إمكانية المناقشة أو التعديل. وهنا يظهر ضعف المستهلك الذي يجد نفسه أمام عقد صاغه المحترف بدقة وبما يضمن مصالحه، بحكم خبرته الاقتصادية وقدرته على تحديد الالتزامات والحقوق بشكل يميل لصالحه. وغالباً ما تحتوي هذه العقود على شروط تعسفية لا يُسمح للمستهلك بمراجعتها، مما يعكس تفوق المحترف الذي يستفيد من قوته الاقتصادية والمعرفية، ويوجه المستهلك نحو التعاقد دون أن يترك له مجالاً حقيقياً للاختيار أو التفاوض.<sup>2</sup>

فعقود الإذعان ظهرت نتيجة احتكار بعض المرافق الهامة، سواء احتكاراً فعلياً أو قانونياً، على غرار خدمة الكهرباء والغاز والاتصالات، التي تبرم العقود بشأنها على شكل نماذج موحدة معدة مسبقاً، وما على الجمهور الراغب في التعاقد إما أن يقبلها جملة أو يرفضها جملة، فلا مجال للمساومة والمناقشة بصدد التعامل فيها.<sup>3</sup>

يرجع ظهور عقود الإذعان إلى التحولات الاقتصادية الكبرى التي عرفها العالم الحديث، والتي اتجهت نحو أسلوب الإنتاج الواسع والضخم، فكان من نتيجته ظهور شركات عملاقة ومؤسسات قوية استطاعت بفضل مركزها الاحتكاري، سواء كان احتكاراً قانونياً أو فعلياً، أن تفرض إرادتها وشروطها المعدة مسبقاً على المستهلكين. وهؤلاء لا

<sup>1</sup> - شرون أحمد طارق، حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الإلكترونية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، م07، ع03، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، سبتمبر 2022، ص805.

<sup>2</sup> - أمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2010، ص58.

<sup>3</sup> - عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2018، ص256.

يملكون عادة مناقشة تلك الشروط أو تعديلها، لأن البديل هو حرمانهم من سلعة أو خدمة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها، كالكهرباء أو الغاز أو الاتصالات. وهكذا يجد المستهلك نفسه في موقف لا يملك فيه سوى القبول بما يفرض عليه، فيبدو رضاه قائماً من الناحية الشكلية، لكنه في الحقيقة رضا مقيد بعوامل اقتصادية بحتة، تختلف في طبيعتها عن الإكراه النفسي المتعارف عليه في عيوب الرضا.<sup>1</sup>

إن عقد الإذعان يتم صياغته عن طريق وضع شروطه بطريقة مسبقة ولا يكون للمستهلك أي تأثير على محتواه، وقد عرف الفقه التقليدي عقد الإذعان بأنه العقد الذي يسلم فيه أحد الطرفين بشروط مقررة يضعها الطرف الآخر ولا يسمح بمناقشتها، وذلك فيما يتعلق بسلع ومرافق ضرورية، تكون محل احتكار قانوني أو فعلي، أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها، أما الفقه الحديث فيعرف عقد الإذعان بأنه عقد يحقق محتواه كلياً أو جزئياً، وبطريقة مجردة وعامة قبل الفترة التعاقدية.<sup>2</sup>

حيث أن العقود الإلكترونية تكون عقود إذعان إذا توافرت فيها جميع شروط عقد الإذعان، فلا تكفي أن تكون السلعة هامة وضرورية للمستهلك أو ينعقد التفاوض بشأنها، أو أن تكون محتكرة من جانب المنتج أو البائع، فلا بد من توافر شروط عقد الإذعان مجتمعة، ويرون أن تلك الشروط منطبقة على العقد الإلكتروني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - أمال بوهنتالة، سلوى قداش، سلطة القاضي المدني في إعادة التوازن العقدي لعقود الاستهلاك، مجلة الاجتهاد القضائي، ع14، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017، ص250.

<sup>2</sup> - كوثر سعيد عدنان خالد، سميحة مصطفى القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، ط2، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016، صص505-506.

<sup>3</sup> - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص509.

واعتبر بعض الفقهاء العقد الإلكتروني عقد إذعان بالنسبة للمستهلك، باعتباره الطرف الضعيف دائماً، وأنه بحاجة إلى الحماية وذلك برفع مظاهر الإذعان التي قد يكون تعرض لها، والمتمثلة في الشروط التعسفية التي قد يتضمنها العقد.<sup>1</sup>

إن أغلبية العقود التي تبرم عبر شبكة الأنترنت تتم عادة من خلال عقود نموذجية تظهر في الموقع الإلكتروني للبائع على شكل استمارة نموذجية إلكترونية تتضمن تفاصيل التعاقد وتتوجه بشروط مماثلة إلى الجمهور على وجه الدوام ولا تقبل المناقشة أو التعديل وهنا يظهر ضعف الطرف المستهلك بمجرد إعداد العقد مسبقاً من قبل المحترف الذي عادة يكون متمتعاً بالخبرة الكافية في تحديد الحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد بالصورة التي تحقق مصلحته، حيث غالباً ما يتضمن العقد شروطاً تعسفية لا يسمح للطرف المستهلك بالمناقشة فيها من زاوية أن الطرف المحترف هو الطرف الأقوى.<sup>2</sup>

وحسب المادة 3 فقرة 4 من القانون 02/04 المعدل والمتمم فإنها عرفت العقد على أنه: "كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه..."<sup>3</sup>، أي أنه جعل عقود التجارة الإلكترونية من قبيل عقود الإذعان.

### الفرع الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.

إن تواجد الشرط التعسفي في العقد يؤدي إلى عدم التكافؤ في القدرة التعاقدية لكل من المستهلك والمتدخل، خاصة إذا تم البيع بأسلوب إلكتروني وهو الأمر الذي جعل التشريعات تسن قوانين لرقابة شروط العقد من خلال استحداث هيئة رقابية تدعى بلجنة

<sup>1</sup> - عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2012، ص 120.

<sup>2</sup> - أمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2010، ص 58.

<sup>3</sup> - المادة 3 فقرة 4 من القانون 02/04، المرجع السابق.

الشروط التعسفية (أولاً)، وكذا منح الصلاحية للجهاز القضائي لرقابة تواجد الشروط التعسفية في العقود (ثانياً).

### أولاً: استحداث لجنة لمراقبة الشروط التعسفية في العقود.

استحدثت المشرع الجزائري هيئة إدارية لها دور فعال في مجال حماية المستهلك من الشروط التعسفية تدعى بـ " لجنة الشروط التعسفية"، وهذا بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 306/06<sup>1</sup> المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصادية والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

تنشأ هذه اللجنة على مستوى وزارة التجارة حسب المادة 6 من ذات المرسوم.<sup>2</sup>

تخضع تشكيلة لجنة الشروط التعسفية إلى نص المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06<sup>3</sup> وتضم هذه اللجنة سبعة أعضاء بمقتضى قرار صادر عن الوزير المكلف بالتجارة باقتراح من الوزراء والمؤسسات المعنية لمدة 3 سنوات قابلة للتجديد.

وتتمثل تشكيلة اللجنة من الأعضاء التالية:

ممثل عن الوزير المكلف بالتجارة في مجال الممارسات التجارية كرئيس، وممثل وزير العدل وهو مختص في قانون العقود، وعضو واحد من مجلس المنافسة وعضوين من المتعاملين الاقتصاديين يكونان عضوين بالغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة ومؤهلين في مجال قانون الأعمال والعقود، ومن ممثلين عن جمعيات حماية المستهلكين ذات طابع وطني، ويمكن للجنة الاستعانة بأي شخص آخر بوسعه أن يفيدتها في أعمالها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 306/06، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - المادة 6، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> - المادة 8، المرجع السابق.

<sup>4</sup> - حدوش كرمية، المرجع السابق، ص ص 753-754.



تستقبل لجنة الشروط التعسفية عدة إخطارات بخصوص وجود شرط تعسفي في العقد، وغالبا ما يقدم هذا الإخطار من المستهلك باعتباره الطرف المتضرر الأول، كما يمكن أن يقدمه متدخل في تعاقد مع متدخل آخر. وقد يصدر الإخطار أيضا من جمعيات حماية المستهلك أو الجمعيات المهنية أو أي مؤسسة لها مصلحة في كشف هذا النوع من الشروط. وبناءً على هذه الإخطارات، تتولى اللجنة إعداد توصيات توجهها إلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى الجهات والمؤسسات المعنية، غير أن صلاحياتها تظل محدودة، فهي لا تملك حق التمثيل القضائي نيابة عن المستهلك.<sup>1</sup>

فدور اللجنة يبقى استشاريًا فقط، إذ إن المحاضر الصادرة عنها لا تحمل أي طابع إلزامي، وهو ما يجعل تأثيرها محدودًا. ومع ذلك، تدخل ضمن مهامها إعداد دراسات وخبرات تهدف إلى تنوير المستهلك والتعريف بالشروط التعسفية في العقود.<sup>2</sup>

### ثانياً: رقابة القضاء للشروط التعسفية في العقد:

إن العقود التي تبرم بين المستهلك والمتدخل خاصة المبرمة عبر الإنترنت قد تتضمن شروط يفرضها الطرف القوي في العقد بحيث لا يملك الطرف المدعى إلا القبول بها.

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 110 من القانون المدني "إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو يعفي الطرف المدعن منها وذلك لما تقتضي به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سعيدي عبد القادر، آليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر - سعيدة، الجزائر، 2016/2015، ص75.

<sup>2</sup> - سعيدي عبد القادر، المرجع السابق، ص 75-78.

<sup>3</sup> - المادة 110 من الأمر رقم 58/75، المرجع السابق.

ووفقا لهذا النص يتضح أن المشرع أقر بأن عقد الإذعان قد يتضمن شروط تعسفية، كما حدد الحلول الممكنة اتخاذها من قبل القاضي في حالة وجود هذه الشروط ألا وهي إمكانية تعديل العقد أو إعفاء الطرف المذعن منها دون صلاحية إلغائها تلقائيا من طرف القاضي وإنما بناء على طلب الطرف المذعن في العقد.<sup>1</sup>

كما أكد المشرع من خلال المادة 30 من القانون 02/04<sup>2</sup> المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تهدف لحماية المستهلك وحقوقه عن طريق تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية.

وينادي البعض بضرورة الاعتراف للقاضي بالسلطة التقديرية قصد إثارة التعديل أو الإلغاء للشروط التعسفية لدى قيامه بالنظر في دعوى التنفيذ أو فسخ العقد على غرار ما ذهبت إليه بعض التشريعات الأوروبية مثل التشريع الفرنسي.<sup>3</sup>

وكما أنه من الجانب الجزائري ولدى اكتشاف الموظفين المكلفين بمعاينة المخالفة إدراج المتدخل للشروط التعسفية في العقد يدرجون معاينتهم ضمن محاضر ثم يرسلونها إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي بدوره يقوم بإرسالها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا. واعتبر المشرع إدراج الشرط التعسفي من قبل المتدخل ممارسة تعاقدية تعسفية ورتب لها عقوبة تمثلت في غرامة قدرت بخمسين ألف دينار 50.000 دج إلى خمسة مائتين دينار 5000.000 دج.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - حدوش كرمية، المرجع السابق، ص 754.

<sup>2</sup> - المادة 30 من القانون 02/04، المرجع السابق.

<sup>3</sup> حدوش كرمية، المرجع السابق، ص 754.

<sup>4</sup> القانون 02/04 ، المرجع السابق

## ملخص الفصل الأول.

يُعدّ التراضي الركيزة الأساسية في العقد الإلكتروني، غير أن المشرع الجزائري لم يضع أحكاماً خاصة تتعلق بأهلية المتعاقدين عبر الوسائل الإلكترونية أو بعيوب التراضي، بل ترك تنظيمها للقواعد العامة الواردة في القانون المدني. وهذا ما يستدعي التساؤل حول مدى كفاية هذه القواعد التقليدية لتنظيم مثل هذه المسائل في بيئة مميزة كالعقد الإلكتروني. وقد تبين أن الأهلية في التعاقد الإلكتروني لا تختلف من حيث المبدأ عن الأهلية في التعاقد العادي، وكذلك الأمر بالنسبة لعيوب التراضي، إلا أن طبيعة التعاقد الإلكتروني تطرح إشكالات عملية متعددة، تعود بالأساس إلى الطبيعة التقنية للوسائط المستعملة في إبرام العقد، من جهة، وإلى كونه يبرم عادة بين أطراف غائبين عن بعضهم، من جهة أخرى.

كما أن المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية يظل بحاجة إلى حماية خاصة من الممارسات الانفرادية للمهني، لاسيما في مواجهة الشروط التعسفية التي قد ينفرد هذا الأخير بفرضها لمصلحته. لذلك تدخل المشرع بإصدار نصوص تهدف إلى ضمان حماية فعالة للمستهلك، بالنظر لكونه يمثل الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية.

الفصل الثاني: حماية  
رضا المستهلك  
الإلكترونية في القواعد  
الخاصة.

## الفصل الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكتروني في

### القواعد الخاصة.

تنص المادة 17<sup>1</sup> من القانون 03/09<sup>2</sup> المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على إلزام كل متدخل بتمكين المستهلك من الحصول على جميع المعلومات الخاصة بالمنتج المعروض للاستهلاك، سواء عن طريق الرسم أو وضع العلامات أو أي وسيلة أخرى مناسبة.

وقد حاول المشرع من خلال ذلك سد النقص الواضح في أحكام القانون المدني، الذي لم يواكب المستجدات التكنولوجية في ميدان العقود التجارية والاقتصادية، فلجأ إلى سن قوانين خاصة بكل مجال على حدة. غير أن هذا التوجه أضعف من مكانة القواعد العامة، نتيجة تطبيق مبدأ "الخاص يقيد العام"، إذ كان من الأجدر إدراج هذه الآليات الحمائية ضمن الأحكام العامة حتى تسري على مختلف أنواع العقود.

ومع تبني الجزائر لسياسة الانفتاح الاقتصادي عقب دستور 1989، وجد المشرع نفسه ملزماً بإصدار نصوص قانونية تكفل حماية المستهلك الذي أصبح عرضة لجشع بعض المتدخلين في العملية الاستهلاكية. وفي هذا الإطار، صدر القانون 02/89<sup>3</sup> المتعلق بحماية المستهلك، قبل أن يُلغى بموجب القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كما تلت ذلك عدة تشريعات أخرى وفرت حماية خاصة للمستهلك.

<sup>1</sup> المادة 17 من قانون 03/09، المرجع السابق.

<sup>2</sup> القانون رقم 03/09، المرجع السابق

<sup>3</sup> القانون 02/89، المرجع السابق

المنافسة 03/03<sup>1</sup> وقانون الممارسات التجارية 02/04، لذلك سنقوم بدراسة هذه القواعد التي توفر فعلا حماية خاصة للمستهلك وذلك من خلال النص علي ضمانات حماية الرضا قبل ابرام عقد الاستهلاك الالكترونية (المبحث الأول)، و ضمانات حماية الرضا اثناء ابرام عقد الاستهلاك الالكترونية (المبحث الثاني).

---

<sup>1</sup> - الأمر رقم 03/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، ع43، الصادر بتاريخ 22 فبراير 2003.

## المبحث الأول: ضمانات حماية الرضا قبل إبرام عقد

### التجارية الإلكترونية.

على عكس القانون المدني الذي لم ينظم المرحلة السابقة للتعاقد بنصوص خاصة مكثفياً باهتمامه بالمراحل التالية لإبرام العقد، نجد قانون التجارة الإلكترونية الجزائري قد استحدث الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، وذلك منعاً لوقوع المستهلك الإلكتروني ضحية الخداع والممارسات غير المشروعة الصادرة من المورد حتى قبل إبرام العقد وتقوم حماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية خلال مرحلة ما قبل التعاقد علي ضمانة مهمة وهي حماية رضا المستهلك في مواجهة الإعلان الإلكتروني والتي سندرس فيها مفهوم الإعلانات الإلكترونية المضللة (المطلب الأول)، ثم قواعد حماية رضا المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة (المطلب الثاني).

### المطلب الأول. مفهوم الإعلانات الإلكترونية المضللة

إن كل التشريعات الوطنية والدولية تسعى لتوفير الحماية للمستهلك الإلكتروني (السيبراني) في ظل الثورات التكنولوجية وعبر شبكات الانترنت، وعليه كان لابد لتوفير الحماية القانونية لرضا المستهلك عند تسوقه الإلكتروني في الأسواق الافتراضية فهو يتعرض لحملات إعلانية واشهارية شرسة غايتها تحقيق الربح على حساب التأثير عليه من اجل اقتنائه لمختلف المنتجات، وعلى أثر هذا وذاك كان لابد من سن قوانين وتشريعات جديّة للحد من الإعلانات المضللة ولضبط هذا النوع من التعاملات خصوصاً في ظل تشجيع الاستثمار والمنافسة.

وعليه سيتم التطرق إلى تحديد معنى الإعلانات الإلكترونية المضللة (الفرع الأول)، ثم إلى تقدير معياره (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: تحديد معنى الإعلانات الإلكترونية المضللة.

يعد الإعلان وسيلة فعالة للتأثير على إرادة ونفسية المستهلك، ما قد يدفع المورد إلى استخدام طرق مضللة وغير قانونية في ترويجه لمنتجاته، متجاهلاً القواعد التشريعية والأخلاقية. ويُعتبر الإعلان من أهم أدوات المعاملات التجارية لما يحققه من أرباح، خصوصاً عبر الإنترنت. ومع ذلك، لم يرق المشرع الجزائري بتعريف مفهوم الإعلان الإلكتروني المضلل ضمن القواعد العامة للقانون المدني، مما يترك مجالاً لتحديد نطاقه وطرق حمايته لاحقاً عبر التشريعات الخاصة.

يعرف الإعلان الكاذب بأنه: "التهويل أو التضخيم بالألفاظ والصور التي تركز على إظهار حقيقة موجودة فعلاً في المنتج".<sup>1</sup>

في حين يعرف الإعلان التجاري الإلكتروني الكاذب بأنه: "هو ذلك الإعلان الذي يقوم فيه المعلن (سواء كان تاجراً - أو مقدم خدمة) باستخدام ألفاظ وعبارات كاذبة حول الخصائص والمميزات الجوهرية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها إلكترونياً، بما يؤدي إلى إيقاع المستهلك في خداع إعلاني يدفعه إلى التعاقد أو يزيد من إقباله على التعاقد"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - فرحات فاطمة زهرة، قنفود رمضان، أثر الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل على إرادة المستهلك في العالم الرقمي، مجلة صوت القانون، م8، العدد الخاص، جامعة يحي فارس المدينة، الجزائر، مارس 2022، ص 216.

<sup>2</sup> - كوثر سعيد عدنان، المرجع السابق، ص187.



والتضليل يتمثل بأي عمل يؤدي إلى خداع المقابل وإيقاعه في الغلط لإظهاره الشيء بخلاف حقيقته<sup>1</sup>، ويقصد بالإعلان المضلل بأنه الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، أو مكن أن يؤدي إلى ذلك<sup>2</sup>، وعلى ذلك فإن الإعلان المضلل يقع في وسط الطريق ما بين الإعلان الصادق - وهو عمل مشروع - والإعلان الكاذب - وهو عمل غير مشروع والاختلاف بين الإعلان الكاذب والإعلان المضلل هو اختلاف في الدرجة وليس في الطبيعة.<sup>3</sup>

أما الإعلان المضلل عبر شبكة الإنترنت فقد عرفه البعض بأنه: "ذلك الإعلان الذي يغالي في وصف السلعة أو الخدمة بطريقة تخدع المتلقي تجمل سوءات السلعة أو الخدمة المعلن عنها عبر شبكة الإنترنت بقصد دفع المتلقي إلى التعاقد تحت تأثير الغش والتضليل".<sup>4</sup>

لم يتفق الفقه على وضع تعريف شامل مانع للإعلان المضلل، ولكن الاغلب اتفق على أنه كل ما من شأنه صداع المستهلك أو يؤدي إلى ذلك باستخدام عبارات أو بيانات من شأنها أن تؤدي بطريق مباشر أو غير مباشر لخداع وتضليل المستهلك، ومنها الخداع حول تحديد معلومات المنتج والمصنع، أو استعمال شعارات مقلدة، أو حول مصدر السلعة

<sup>1</sup> - ذكرى محمد حسين الياقوت بابل، الكذب المشروع في الإعلانات التجارية، مجلة المحقق المحلي للعلوم القانونية والسياسية، ع1، 2012، ص213.

<sup>2</sup> - أحمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019، ص163.

<sup>3</sup> - عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، 1991، ص175.

<sup>4</sup> - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون، الجزائر، 2019، ص208.

أو تركيبها، أو عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها<sup>1</sup>. كما أنه يمثل مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بعمل ما، أو حالة قانونية كشهر التصرفات العقارية أو تسجيل المحل التجاري<sup>2</sup>.

ومن خلال ما سبق بيانه فالإعلان الإلكتروني المضلل يعد كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسياً على الجمهور وذلك تحقيقاً لغايات تجارية أو ربحية<sup>3</sup>، وهذا من حيث إقناع وتحفيز المستهلك الإلكتروني بخصائص منتج أو صدمة عبر الوسائل الحديثة سواء المسموعة أو المرئية، كما أنه وسيلة اختيارية للتاجر استعمالها أو التخلي عنها.

أما المادة 06/06 من قانون التجارة الإلكترونية 05/18<sup>4</sup>، تنص التشريعات على أن الإشهار الإلكتروني يشمل كل إعلان يهدف بشكل مباشر أو غير مباشر إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات عبر وسائل الاتصالات الإلكترونية. كما أكدت المادة 05/30 على ضرورة أن تكون جميع الشروط المطلوبة للاستفادة من العرض التجاري واضحة وغير مضللة. وبالمثل، تنص المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 222/16، المتضمن دفتر الشروط العامة للبث التلفزيوني والإذاعي، على إلزام مسؤولي خدمات البث السمعي البصري بعدم نشر بيانات أو عروض أو تصريحات كاذبة، لما قد تسببه من تضليل المستهلك. وفي أوروبا، جاء في التوجيه المعدل لسنة 1997 أن الإعلان الإلكتروني

<sup>1</sup> - أحمد إبراهيم موظفي عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، مصر، 2006، ص 17.

<sup>2</sup> - كالم حبيبة، حماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق - بن عكنون، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005، ص 103.

<sup>3</sup> - حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مكتبة المجلس الوطني الاتحادي، أبو ظبي، الإمارات، 1991، ص 14.

<sup>4</sup> - المادة 06/06 من القانون 05/18، المرجع السابق.

المضلل هو شكل من أشكال الاتصال التجاري أو المهني، يُستخدم لتشجيع المستهلكين على شراء السلع والخدمات، بما في ذلك العقارات وما يرتبط بها من حقوق والتزامات.<sup>1</sup>

بحسب المادة 11 من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2004، يُعتبر الإعلان كل وسيلة تُستخدم في الترويج، سواء تقليدية مثل الجرائد والمجلات والصحف، أو حديثة مثل الرسائل الإلكترونية عبر الإنترنت، إذا كانت تتعلق بسلعة أو خدمة وتحتوي على عرض أو بيان غير صحيح أو ادعاء كاذب، أو عبارات قد تؤدي إلى خداع المستهلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

وبشكل عام، فإن كلاً من الفقه والقانون اعتمداً مفهوماً واسعاً للإعلان، حيث يشمل مختلف طرق الاتصال سواء القديمة أو الجديدة عبر الإنترنت، التي تُستعمل للترويج للسلع والخدمات. غير أن هذا الترويج قد يتم أحياناً بطرق مضللة، مثل الكذب حول الخصائص الأساسية للمنتج أو الخدمة، أو حتى بإنشاء مواقع وهمية تعرض منتجات لا وجود لها في الحقيقة.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: تقدير معيار الإعلان المضلل.

انطلاقاً لما تم بيانه سابقاً، نجد أن الهدف الأول للإعلان هو إغراء المستهلكين للإقدام على اقتناء السلع والخدمات، فهناك معيارين لتقدير الإعلان المضلل وهما المعيار الذاتي وكذا المعيار الموضوعي.

#### أولاً: المعيار الذاتي.

<sup>1</sup> - بن شويحة علي، جبار جميلة، حماية المستهلك السيبراني من الإعلانات الإلكترونية المضللة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات، القانونية والسياسية، م07، الجزائر، أبريل 2022، ص 802.

<sup>2</sup> - بن شويحة علي، المرجع السابق، ص 802

يقوم هذا المعيار على تقدير التضليل وفقا أثر الإعلان التجاري المنسوب إلى ذلك الشخص المستهلك ومتلقي الخدمة لمعرفة مدى انخداعه به، ولا شك في أن ذلك يتوقف على درجة اليقظة وحسن التدبير التي يتمتع بها المستهلك المتلقي لذلك للإعلان، فكلما زادت يقظة قل انخداعه بالإعلان الإلكتروني. وكلما قلت دائرة الوعي لدى المستهلك انعكس ذلك على سهولة انخداعه بأبسط أساليب التضليل الإعلامي.<sup>1</sup>

وبالتالي يكون الإعلان مضلل في حالة ما إذا كان يخدع الشخص شديد الفطنة والذكاء، أما إذا كان المستهلك المتلقي من المستوى العادي المألوف فإن الإعلان لا يعد مضلل إلا إذا كان يقع في جمهور الناس.<sup>2</sup>

ويعاب على هذا المعيار بأنه غير دقيق يقتضي البحث في شخصية المتلقي (المستهلك) كل على حده والكشف عن نسبة ذكائه، فطنته، يقظته، وما درج عليه من عادات، لأن هذه الأخيرة هي بمثابة درجات تختلف من مستهلك لآخر، وهو ليس بالأمر الهين فقد يستعصي كشفه والتأكد منه بدقة.<sup>3</sup>

ومع ذلك نجد أن القضاء الفرنسي اعتمد في تقدير ما إذا كان الإعلان المضلل من عدمه على هذا المعيار واعتبر أن التضليل في الإعلان لا يقوم إلا متى كان من شأن الإشهار تضليل المستهلك العادي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني، مجلة آفاق للعلوم، م05، ع17، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، سبتمبر 2019، ص103.

<sup>2</sup> - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، (دراسة مقارنة)، ط1، منشورات زين الحقوقية، لبنان، 2011، ص ص 55-56.

<sup>3</sup> - كالم حبيبية، حماية المستهلك من الإشهار المضلل، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ع13، جامعة البلدة02، الجزائر، د.ت.ن، ص132.

<sup>4</sup> - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، القاهرة، 2008، ص120.

وبالتالي نجد الإعلان الواحد يمكن أن يكون إشهارا مشروعاً بالنسبة للمستهلك الفطن أو العادي وإشهارا كاذبا أو مضللاً في الوقت نفسه بالنسبة للمستهلك أقل فطنة وهذا ما دفع الفقه للبحث على معيار أكثر فطنة.

### ثانياً: المعيار الموضوعي.

جراء الانتقادات الموجهة إلى المعيار الشخصي ذهب جانب من الفقه إلى الأخذ بالمعيار الموضوعي لتحديد كيفية تلقي المستهلكين للإشهارات التجارية وتقدير مدى انخداعهم بها.<sup>1</sup>

يعتمد هذا المعيار على تجريد متلقي الإعلان من الظروف الشخصية الخاصة به، واعتماد معيار المستهلك المتوسط الذي يمثل جمهور الناس. فهذا الشخص ليس خارق الذكاء، ولا شديد الفطنة، ولا محدود الفهم، مما يعفي القاضي من البحث عما هو كامن في النفس. ويتميز هذا المعيار بالثبات في تطبيقه من شخص إلى آخر، إذ يكون التضليل واحداً بالنسبة لجميع المتلقين، مما يسهل تحديد مدى تأثير الإعلان على السلوك الشرائي ويضمن حماية عامة للمستهلكين من الإعلانات المضللة.<sup>2</sup>

ونجد أغلبية أحكام القضاء الفرنسي تبنت المعيار (المجرد) الموضوعي، وهذا ما تبنته محكمة النقض الفرنسية في قرارها الصادر بتاريخ 15 ماي 2012 بالقول "إن طبيعة الإعلانات الخادعة بالمعنى المقصود في المادة (1-121 L) من قانون الاستهلاك يتم تقييمها بالإشارة إلى المستهلك العادي".

<sup>1</sup> - صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني، مجلة آفاق للعلوم، م05، ع17، جامعة زيان عاشور - الجلفة، الجزائر، سبتمبر 2019، ص 103.

<sup>2</sup> - خشبية حنان، ديش تورية، الحماية من الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة والمضللة، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، م05، م10، الجزائر، سبتمبر 2022، ص ص 8-9.

وبهذا المعيار يمكن للقاضي معرفة مقدار التضليل، المسموح به قانونا على اعتبار أن كل إشهار يقوم على ذكر محاسن المنتج أو الخدمة، ويتغافل عن ذكر مساوئه، فبتجاوز هذا المقدار يكون الإعلان مضللا، وبهذا يكون ممنوع قانونا ومجرم أيضا.<sup>1</sup>

واستنتاجا لما سبق ومقارنة بالمعيار الشخصي (الذاتي) فإن هذا المعيار هو الأفضل تطبيقا وهو المعيار الذي أخذ به المشرع نستخلصه من فحوى المادة 28 من القانون رقم 02/04<sup>2</sup> والتي اعتبرت الإعلان مضللا متى كان من شأنه أن يؤدي إلى التضليل أو اللبس ولو لم يقعا فعلا دون تحديد شخص الضحية.

## المطلب الثاني: قواعد حماية رضا المستهلك من الإعلانات الإلكترونية

### المضلة.

إن تطور التجارة الإلكترونية أثر بشكل مباشر على سلوك المستهلك بحكم استعماله واستعانه بهاته التقنيات المتطورة (شبكة الأنترنت) (في التعاملات التجارية، وفي المقابل أدى بالمنتجين ومقدمي الخدمات إلى استخدام أساليب احتيالية وإعلانات دعائية مضللة بقود دفع المستهلك للتعاقد مؤثرا في ذلك على سلامته وأمنه وحرية اختياره، وعليه كان من الضروري على التشريعات الوطنية والدولية أن تعمل على توفير الحماية للمستهلكين من خلال تدخل العديد من الدول لمواجهة المزود سيء النية، وهذا بإقرار الحماية المدنية (الفرع الأول) والجنايئة (الفرع الثاني) على حد سواء.

### الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان الإلكتروني المضلل.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ، ص 9

<sup>2</sup> - المادة 28 من القانون رقم 02/04، المرجع السابق.

باعتبار الإعلان التجاري الواجهة الإعلامية التي تدفع بالمستهلك إلى التعاقد من الضروري حماية هذا الأخير من الإعلانات التجارية الإلكترونية المضللة والتي يكون الهدف منها الترويج للسلعة لا غير بغض النظر عن حماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية للمستهلك الذي يندفع إلى التعاقد بحسن نية بالمقابل يستغل المزود ذلك مستعملا طرق احتيالية تضلل المستهلك وتوقعه في الخطأ كان تكون العناصر الأساسية المكونة للسلعة غير صحيحة<sup>1</sup> لأجل ذلك هناك قواعد مدنية لحماية المستهلك تظهر في:

### أولاً: اشتراط وضوح الإعلان التجاري.

يجب أن يتضمن الإعلان كافة البيانات عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستتيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد. فيجب أن يكون الإعلان واضح غير غامض بحيث يتم تزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي وإدراك كاملين.<sup>2</sup>

وقد نص المشرع الفرنسي 1986 المتعلق بوسائل الإعلام السمعية البصرية الذي يطبق على خدمات الانترنت " الرسائل الإعلانات التي تذاع بواسطة الوسائل المبينة في هذا القانون ومنها الانترنت يجب أن تكون محددة وخالية من اللبس والغموض ". وبينت الغرفة التجارة الدولية في المادة 11 من القانون الدولي بشأن تطبيقات السليمة للإعلان، الالتزامات الواجب توافرها في الإعلان كالاتي: "إن الإعلان يجب أن يكون مميز بصورة

<sup>1</sup> - عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، ع2، جامعة سعد دحلب -البليدة-، الجزائر، جانفي 2012، ص322.

<sup>2</sup> - خلوي نصيرة، آليات حماية المستهلك من الإعلان التجاري عبر الانترنت، مجلة جسير للأبحاث والدراسات متعددة التخصصات، م03، ع01، جامعة باتنة 1، الجزائر، جانفي 2023، ص115.

واضحة مهما كان الشكل أو الوسط المستخدم وعندما يتم إذاعة الإعلان أو نشره في الوسائل الإعلام يجب أن يقدم بصورة يظهر منها فوراً انه إعلان" ونذكر على سبيل المثال قرار 2009/4/2 التي حكمت بغرامة 150000 يورو وحبس 3 أشهر مع وقف التنفيذ لعدم وضوح إعلان الإلكتروني للموقع الإلكتروني للإعلانات العقارية: com. entrep particulier www. وقرار محكمة لى بىون 2007/3/7 أكدت محكمة استئناف أن الإشهار الإلكتروني هو كل عنصر يعرف ويعلم المستهلك ويجعله يبنى أي نية حول خصائص المنتج أو الخدمة المقترحة.<sup>1</sup>

أما عن اثر الإعلانات الإلكترونية المضللة على الالتزام بالمطابقة ويتم هذا من خلال فحص المشتري للمنتج لمعرفة مواصفاته من حيث النوع والجودة، والمطابقة وهذا التزام يقع على عاتق البائع (التزامه بالتسليم)، والذي يتحمل كل ما من شأنه أن ينقص أو يقلل من المنفعة المقصودة من المنتج إلا ما كان متسبباً في حدوثه المستهلك بنفسه<sup>2</sup>، كما أن المنتج يلتزم بمطابقة محل العقد لشروط الجودة والمواصفات، كما يمنح القانون للمستهلك أحقية رد السلعة أو استرداد قيمتها أو استبدالها بغيرها إذا شابها عيب أو لم تكن مطابقة للمواصفات خلال مدة قانونية محددة، وهذا ما يعرف بالحق في العدول (الرجوع (بحكم نص المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري).

إضافة إلى أن الرسائل الإعلانية عبر شبكات الأنترنت دائماً في تزايد، وعليه فالمنتج ملزم بالإدلاء قبل التعاقد بكل البيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد، وهذا لكي يتسم بالوضوح والشفافية وحسن النية<sup>3</sup>، كما يتعين أن يكون المنتج مطابقاً لما ورد في

<sup>1</sup> - خلوي نصيرة ، المرجع السابق، ص ص 115-116.

<sup>2</sup> - أنور سلطان، شرح عقد البي والمقايضة، دار النهضة العربية، لبنان، 1983، ص42.

<sup>3</sup> - السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت، ط1، لدار الجامعية، مصر، 2006، ص ص 19-20.



الإعلان من حيث المنشأ، والجودة، والفائدة، والنوعية وغيرها. وبما أن تحديد المسؤولية يُعد أساساً لتطبيق القانون، فإنه من الضروري ضبط هذه المسؤوليات ضمن إطار التعاقد باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة، نظراً لأهميتها الخاصة وتأثيرها المباشر على الالتزام بمبدأ المطابقة. ويُعتبر الإعلان في هذا السياق من أبرز الوسائل التي يستند إليها المستهلك للتعرف على المنتج أو الخدمة محل التعاقد، وعليه فإذا تبين وجود اختلاف بين ما تم الإعلان عنه وما هو موجود فعلياً، فإن ذلك يُعتبر إخلالاً من المنتج بالتزامه بالمطابقة.<sup>1</sup>

أما عن أثر الإعلان الإلكتروني المضلل على العلم بالمبيع يقصد به إحاطة المشتري بالأوصاف الأساسية للمبيع على نحو يمكنه من التعرف عليه واتخاذ القرار المناسب في التقرير بالشراء من عدمه، وفي هذا اختلف الفقه من حيث المقصود بالعلم الكافي بالمبيع<sup>2</sup>، وعموماً فإن له فوائد هامة منها حماية رضا المستهلك، وإقامة التوازن بين المراكز العقدية، وضمان سلامة المستهلك المادية والصحية... و الإعلان المضلل يؤثر على سلوك ورضا المستهلك قبل إبرام العقد باعتبار أن الرسالة الإعلانية سبيل مهم للعلم الكافي بالمنتج، ومما يسببه من نقص المعلومات حول الأوصاف الأساسية للمنتج من خلال إعلانه لمعلومات كاذبة ومضللة.<sup>3</sup>

ثانياً: الوسائل المدنية لحماية رضا المستهلك من الإعلانات التجارية الإلكترونية

### الكاذبة أو المضللة.

يسعفنا القانون المدني بجزءات عديدة يمكن تطبيقها على الإعلانات الكاذبة أو المضللة ويختلف استعمال هذه الجزاءات بحسب ما إذا كان الإعلان التجاري الكاذب أو

<sup>1</sup> - بن شويحة علي، جبار جميلة، المرجع السابق، ص 808.

<sup>2</sup> - لبيب شنب، شرح أحكام عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1996، ص 74.

<sup>3</sup> - حسن عبد الباسط جمعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1991،

ص 72.

المضلل قد أدى إلى إبرام عقد أو لا، وبحسب ما إذا كان يشكل عملاً غير مشروع، وتبعاً لذلك يمكن للمستهلك رفع عدة دعاوى منها:

### 1: طلب إبطال العقد لعيب التدليس.

قد منح المشرع للمستهلك دعوى التدليس لمواجهة الأضرار الناجمة عن الإعلان الكاذب أو المضلل، وذلك من خلال نص المادة 86 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.

ويعتبر تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان لىبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة".<sup>1</sup>

ولذلك فإن الهدف من دعوى التدليس هو إبطال العقد وإرجاع الحالة إلى ما كان على المتعاقدان قبل التعاقد.

### 2: التنفيذ العيني كوسيلة لحماية المستهلك.

يحق للمستهلك إذا لم يحم المعن بتنفيذ التزامه أن يلجأ إلى دعوى التنفيذ العيني مطالباً إياه بتسليم شيء مطابق للنوع الذي تضمنه الإعلان التجاري، وذلك وفقاً لأحكام المادة 164<sup>2</sup> من القانون المدني الجزائري التي جاء فيها: "يجبر المدين بعد إعداره طبقاً للمادتين 180 و181 على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً متى كان ذلك ممكناً".

كما حرص المشرع على عدم تعرض المستهلك لأي خسارة قد تلحق به من جراء الإعلانات الكاذبة أو المضللة، فنص في المادة 170 من القانون المدني على أنه: "في

<sup>1</sup> - المادة 86 من الأمر رقم 58/75، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - المادة 164 من المرجع نفسه.

الالتزام بعمل، إذا لم يقدّم المدين بتنفيذ التزامه جاز للدائن أن يطلب ترخيصاً من القاضي في تنفيذ الالتزام على نفقة المدين إذا كان هذا التنفيذ ممكناً.<sup>1</sup>

### 3: الحق في طلب التعويض.

تعد الإعلانات الكاذبة أو المضللة انحرافاً من المعلن يشكل خطأ تقصيرياً يوجب مسؤوليته في تعويض المضرور المضرور، فالمعلن سواء أكان منتجاً أو مقدم خدمة يجب أن يلتزم طريق الصواب في الكشف عن حقيقة المنتجات والخدمات التي يعلن عنها، حتى يستطيع المستهلك أن يتبين حقيقتها فيقرر إما الإقدام على التعاقد على ما تركها إلى غيرها لتتبع حاجته التي يسعى إلى ما.<sup>2</sup>

وقد نص المشرع على حق المستهلك في التعويض من جراء الأضرار التي تصيبه من الإعلانات الكاذبة أو المضللة، وذلك في المادة 40 من القانون رقم 05/18 المتضمن التجارة الإلكترونية حيث جاء في ما: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض".<sup>3</sup>

وطلب التعويض هنا يكون مستقلاً عن كلا الدعويين السابقين وهي مكنة منحها المشرع للمستهلك ليستطيع تعويض الضرر الذي يكون قد أصابه من جراء هذه الإعلانات الكاذبة أو المضللة وذلك طبقاً لنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - المادة 170 من المرجع نفسه.

<sup>2</sup> - إسماعيل بوسف حمدون، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ط1، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص 334.

<sup>3</sup> - المادة 40 من القانون رقم 05/18، المرجع السابق.

<sup>4</sup> - المادة 124 من الأمر رقم 58/75، المرجع السابق.

## الفرع الثاني: الحماية الجزائية لرضا المستهلك من الإعلان الإلكتروني

### الكاذب أو المضلل.

لما كانت الإعلانات الكاذبة أو المضللة سببا من أسباب الاضطراب الاقتصادي وليست فقط مجرد اعتداء على مصالح الأفراد لذا فإنها قد تقود إلى تقرير الجرائم الجنائي الذي يصبح ضروريا إلى جانب الجرائم المدني الذي لا يعد لوحده كافيا بهذا الصدد.<sup>1</sup>

ونظرا لما تشكله هذه الظاهرة من اعتداء على حياة المستهلك فقد لجأت بعض التشريعات المقارنة في هذا المجال إلى سن نصوص قانونية لأجل حماية هذا الأخير باعتباره طرفا ضعيفا في هذه العلاقة.<sup>2</sup>

ولذلك كان من الأهمية بيان أركان جريمة الإعلان المضلل (أولا)، وصور الحماية الجزائية (ثانيا)، وذلك على النحو الآتي:

### أولا: أركان جريمة الإعلان المضلل.

قيام جريمة الإعلان المضلل لا بد من توفر كل من الركن المادي والذي قوامه وجود إعلان واتسامه بالتضليل، وأن يقع على أحد العناصر المحددة في القانون، وركن معنوي قد يتخذ صورة القصد أو الخطأ، فهو من الجرائم الاقتصادية<sup>3</sup>، وهناك من شراح القانون والفقهاء، الذين سموها باسم "الجرائم المالية".

<sup>1</sup> - بتول مراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري واثاره على المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2011، ص189.

<sup>2</sup> - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016/2017، ص 60.

<sup>3</sup> - بوحفص جالب نعااعة، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الإعلان التجاري المضلل، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، م14، ع02، جامعة بجاية، الجزائر، 2016، ص242.

## 1 : الركن المادي لجريمة الإعلان المضلل.

إن جريمة الإعلان المضلل من الجرائم الشكلية التي تتحقق بمجرد إثبات السلوك الذي يجرمه القانون، ودون اشتراط نتيجة معينة، وحتى تقوم هذه الجريمة لابد من وجود إعلان عن سلعة أو خدمة ما وهذا هو الركن المفترض، ومن أجل تحقق الركن المادي يجب أن يتسم هذا الإعلان بالخداع والتضليل للمستهلك.<sup>1</sup>

يتمثل الركن المادي في السلوك الإيجابي الذي يتضمن الإعلان التضليلي. ورغم أن تحديد الركن المادي للفعل المجرم يعد من أولويات الشرعية الجزائية، لم يحدد المشرع الركن المادي بشكل دقيق، واكتفى بعرض نماذج وأشكال للإشهار التضليلي وفق الاجتهاد القضائي الفرنسي، مع ترك المجال مفتوح لأي صورة أخرى، كما تؤكد عبارة "لاسيما". ولم يوضح القانون على أي أساس يمكن تصنيف أي سلوك خارج الأمثلة الواردة في المادة على أنه إعلان تضليلي. وغياب قانون خاص بالإعلان يضبط حدود المشروعية في الجزائر يجعل من تكييف القاضي للسلوكيات غير المدرجة بنص المادة 28 من قانون الممارسات التجارية مساساً بالشرعية، ما يثير الحاجة لتحديد واضح للحدود القانونية للإعلانات.<sup>2</sup>

يكمن جوهر النشاط المادي للخداع والتضليل في صدور تأكيدات كاذبة من الجاني، بغض النظر عن صفته، حول المنتج، سواء كانت أقوالاً أو أفعالاً تهدف إلى إيقاع المتعاقد في خطأ. ويشمل ذلك وضع البضائع على بطاقات أو بيانات كاذبة أو نشرها عبر وسائل

<sup>1</sup> - رامي زكريا رمي مرتجي، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني دراسة مقارنة بالشرعية الإسلامية، رسالة الماجستير، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017، ص 92.

<sup>2</sup> - لعبيدي عبد القادر، بلحاج بلخير، الحماية الجنائية من الإعلان التجاري المضلل، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، م06، ع02، المركز الجامعي على كافي -تندوف-، الجزائر، جانفي 2022، ص624.

الإعلام المختلفة. ويحدد النشاط المادي للجاني وفقاً للخصائص المحددة حصرياً في المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري والمادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لضمان حماية المستهلكين ومكافحة الممارسات الاحتيالية.<sup>1</sup>

نلخص من كل ما تقدم أن الركن المادي يتمثل بالأمر الآتية:

- وجود إعلان أياً كانت وسيلة التعبير عنه.

- موضوع الإعلان.

- السمة الخادعة والمضللة في الإعلان.

## 2: الركن المعنوي.

كان النص في السابق يشترط ضرورة توافر القصد العام، أي أن تكون إرادة الجاني موجهة نحو ارتكاب جريمة الإعلان الكاذب. غير أنه بصدور قانون 27 سبتمبر 1973 تغيير الوضع، فلم يعد اشتراط سوء النية ضمن أركان الجريمة إلزامياً. وقد نص القانون في المادة 44، والتي عدلت لاحقاً في المادة 1/121 من قانون الاستهلاك، على إلغاء شرط سوء النية، بما يعني أن الجريمة يمكن إثباتها دون الحاجة لإظهار نية الجاني، مع التركيز على الوقائع الفعلية للإعلان المضلل.<sup>2</sup>

بمعنى أن جريمة الإعلانات المضللة تقوم ولو بمجرد إهمال بسيط أو عدم الحيطة من طرف المعلن بحالة عدم قيام مراقبة مدى صدق وصحة نص الرسالة الإعلانية قبل

<sup>1</sup> - عيساوي زاهية، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهارات الكاذبة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الخاص، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2015، ص 131.

<sup>2</sup> - يمينة بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، ع32، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2009، ص 299.

نشرها<sup>1</sup> وهذا ما أخذ به المشرع الفرنسي ونصت عليه المادة 339 من قانون العقوبات الصادر بتاريخ 1992/12/16، والإهمال أو التقصير دائما ما يعتبر مفترض لأنه قد ارتكب من جانب شخص محترف والذي عليه دائما التأكد من صدق وحقيقة الرسالة الإعلانية قبل نشرها، وعليه فالركن المعنوي لجريمة الإعلان الكاذب أو المضلل هو الخطأ غير العمدي الذي يتمثل في الإهمال وعدم الحيطة.<sup>2</sup>

### ثانيا: نطاق الحماية الجزائية.

سنتطرق من خلال هذا العنصر إلى حماية المستهلك جنائيا من خلال قانون العقوبات، ثم نتطرق إلى الحماية الجزائية في قانون التجارة الإلكترونية، وسنحاول بيان ذلك:

#### 1: الحماية الجنائية وفقا لقواعد جريمة النصب والاحتيال.

تطرق المشرع الجزائري لهذه الجريمة من خلال نص المادة 372 من قانون العقوبات، التي نص من خلالها على ما يلي: " كل من توصل إلى استلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو الحصول على أي منها أو شرع في ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشروع فيه باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مال خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشية من وقوع شيء منها يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات وبغرامة من 20000 دج، إلى 100000 دج، ، وإذا وقعت الجريمة من شخص لجأ إلى

<sup>1</sup> - مامش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، مدرسة الدكتوراه كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيوبي وزو، الجزائر، 2012، ص124.

<sup>2</sup> - بلحاج بلخير، لعبيدي عبد القادر، المرجع السابق، ص 626.

الجمهور بفصد إصدار أسهم أو سندات أو أدونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى 10 سنوات وغرامة إلى 200000 دج، وفي جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 أو من بعضها وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر<sup>1</sup>.

يُلاحظ أن المشرع لم يرق بتعريف جريمة النصب والاحتيال، بل اكتفى بالإشارة إلى الأساليب الاحتيالية التي قد يستخدمها الجاني بهدف سلب مال الغير كلياً أو جزئياً. ويختلف ذلك عن الفقه الذي عرف الجريمة بأنها "الاستيلاء على مال الغير بطريقة الحيلة بنية التملك". وعلى الرغم من أهمية النصوص العقابية الخاصة بجريمة النصب في مكافحة الإشهار المضلل، فإن النص المشار إليه لا يكفي وحده لتوفير الردع المناسب، مما يستدعي استكمال التشريعات أو تطويرها لضمان حماية فعالة للمستهلكين من ممارسات الاحتيال في المعاملات التجارية.<sup>2</sup>

## 2: حماية رضا المستهلك الإلكتروني انطلاقاً من قواعد جريمة الخداع.

يمكن ردع الإعلانات الكاذبة والمضللة بتطبيق أحكام جريمة الخداع متى توافرت الشروط التي تتطلبها القانون لقيامها<sup>3</sup>، حيث قد يلجأ المنتج أو الموزع عمداً لأجل الترويج

<sup>1</sup> - المادة 372 من أمر رقم 155/66، مؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، معدل ومتمم، ج، ر، ع 49، لسنة 1966.

<sup>2</sup> - حمادي محمد رضا، حماية المستهلك من الاشتهار المضلل للعلامة التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية، ع4، جامعة المسيلة، الجزائر، ديسمبر 2016، ص ص 96-97.

<sup>3</sup> - زعميش حنان، الإعلانات التجارية الكاذبة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، ع14، جامعة عمار تلجي، الأغواط، الجزائر، جوان 2017، ص 86.



لمنتجاته إلى الدعاية المضللة، التي تنطوي في بعض الأحيان على مغالطات علمية بهدف تحقيق قدر كبير من الربح على حساب المستهلك التي تدعوه هذه الدعاية.<sup>1</sup>

هذا وقد نص المشرع الجزائري في المادة 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول: كمية المنتجات المسلمة، تسليم المنتجات غير تلك المعنية مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج"<sup>2</sup>

ويستفاد من النص أن المشرع بسط الحماية الجزائية على المستهلك الذي يكون ضحية للخداع والتدليس بأي وسيلة أو طريقة كانت، ويدخل في نطاقها الإعلانات المضللة والخادعة، معتمداً في ذلك على أسلوب الإحالة.<sup>3</sup>

### 3: حماية المستهلك في قانون 05/18 المتضمن قانون التجارة الإلكترونية.

بالرجوع إلى أحكام المادة 36 من قانون 05/18<sup>4</sup> المتعلق بالتجارة الإلكترونية، التي أوجبت في الإشهار الذي يتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية توفر متطلبات، بأن

<sup>1</sup> - احمد السيد طه كردي، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، كلية التجارة، الدراسات العليا، جامعة بنها، مصر، 2011، ص70.

<sup>2</sup> - المادة 68 من القانون رقم 03/09، المرجع السابق.

<sup>3</sup> - جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2017/2018، ص ص 41-42.

<sup>4</sup> - المادة 36 من قانون 05/18، المرجع السابق.

يكون محددا وواضحا وأن يسمح بتحديد الشخص صاحب الرسالة، كما لا يمس بالنظام العام والآداب العامة.... الخ.

وفي حالة مخالفة أحكام هذه المادة، فقد رتب المشرع الجزائري عقوبات تضمنتها المادة 40 من قانون التجارة سالف الذكر، والتي جاء نصها كما يلي: " دون المساس بحقوق الضحايا، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و31 و32 و34 من هذا القانون".<sup>1</sup> أما في حالة العود فنصت المادة 48 من نفس القانون على مضاعفة مبلغ الغرامة شريطة معاودة ارتكاب الجريمة في مدة لا تتجاوز 12 شهرا من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة.<sup>2</sup>

يستفاد من النصوص السابقة أن المشرع قصر العقوبة في الغرامة دون العقوبة السالبة للحرية.

---

<sup>1</sup> - المادة 40 من المرجع السابق.

<sup>2</sup> - المادة 48 من المرجع نفسه.

## المبحث الثاني: ضمانات حماية رضا المستهلك أثناء إبرام عقد

### التجارة الإلكترونية.

تعد السوق الإلكترونية فضاءً مهماً يلجأ إليه المستهلك سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وقد أثبتت جائحة فيروس كورونا المستجد التي شهدتها العالم مؤخراً الأهمية البالغة التي تحتلها التجارة الإلكترونية في تيسير المعاملات التجارية. وفي هذا السياق، يهدف هذا المبحث إلى تناول الإشكالية المتعلقة بالآليات التي أقرها المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 18-05 لضمان حماية رضا المستهلك الإلكتروني أثناء مرحلة إبرام العقد، والتي تقوم أساساً على الحق في الإعلام. (المطلب الأول)، وضمان احترام حق المستهلك الإلكتروني في الخصوصية الرقمية (المطلب الثاني).

### المطلب الأول الزامية الاعلام للمستهلك الإلكتروني

يشكل موضوع الالتزام المسبق بالإعلام في العقود المبرمة عن بعد أحد أهم الضمانات المكفولة لحماية المستهلك الإلكتروني، إذ أنه لا خلاف على أن تطور أجهزة وأساليب الاتصال الحديثة قد صحبه تنوع وتعدد في أساليب التحايل والخداع لدرجة خلق إرادة غير حقيقية لدى الأفراد في التعاقد. وعلى ذلك فقد كان لزاماً على المشرع التدخل لتوفير حماية مسبقة للمستهلك الإلكتروني في مواجهة المحترف عن طريق إلزام هذا الأخير بإعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات التي من شأنها تنوير رضاه وبالتالي تشكيل إرادة حقيقية في التعاقد وخالية من كل ما من شأنه خداعه أو تضليله، وكل ذلك في سبيل تحقيق توازن في العلاقات التعاقدية التي تتسم في الغالب بعدم التوازن.

أقر المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام وأفرد له فصل خاص (الفصل الخامس)، تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك، كما كرس هذا الحق بالمرسوم التنفيذي

رقم 378/13 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>1</sup>، لذا سنتطرق لمضمون الالتزام بالإعلام (الفرع الأول)، بينما نجعل الثاني لدراسة أهم الجزاءات القانونية المترتبة على عدم احترام الالتزام المذكور (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام.

يعد اصطلاح الالتزام بالإعلام من المصطلحات المركبة، وعليه سنحاول ايراد لكل من الالتزام والإعلام على حد على النحو الآتي:

التزام لغة مصدر للفعل التزم، يلتزم التزاما بالشيء أي أوجبه على نفسه.<sup>2</sup>

أما الإعلام لغة من أصل علم والعلم بالشيء أي أحاطه وأدركه. وعليه فالالتزام بالإعلام في اللغة يعني وجوب الإدراك أو وجوب الإحاطة<sup>3</sup>.

كما تباينت آراء الفقهاء حول تعريف الالتزام بالإعلام لتعدد وجهات نظرهم، ونذكر من هذه التعاريف ما يلي:

عرف الالتزام بالإعلام على أنه: "التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه، بل تحذيره إذ استدعى الأمر ذلك".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 378/13، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - ابن منظور الإفريقي: لسان العرب، م9، ط4، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2005، ص264.

<sup>3</sup> - سارة عزوز، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، ع5، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر -باتنة1، الجزائر، ديسمبر 2018، ص152.

<sup>4</sup> - الصغير محمد مهدي: قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص

وعرف أيضا على أنه: "إدلاء المتدخل بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه أو عن الاستمرار في استخدام السلعة أو الاستفادة بالخدمة"<sup>1</sup>.

كما يعتبر الالتزام بالإعلام: "واجب فرضه القانون، لاسيما على بعض البائعين الحرفيين أو المؤسسات، بتقديم معلومات عن موضوع العقد أو العملية المزعومة القيام بها، بواسطة الوسائل الملائمة كالبيانات الإعلامية والإشهار."<sup>2</sup>

وعرفه آخر أيضا بأنه: "الالتزام بالإدلاء المعاصر لتكوين العقد والسابق على إبرامه بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية والمؤثرة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، والتي يجهلها الدائن، ويتعذر حصوله عليها عن غير طريق المدين، وذلك بهدف تكوين رضا حر وسليم لديه، حل إقباله على التعاقد."<sup>3</sup>

يتضح من التعريفات السابقة المستندة إلى صفة الاحتراف أن الالتزام المسبق بالإعلام ينبع من احترام البائع. وقد اعتبر الفقه أن هذه الصفة تجعل البائع الأنسب للقيام بهذا الالتزام، إذ أن المعرفة اللازمة متاحة عادة للمحترفين فقط. ويبرر ذلك توقع المستهلك أن يقوم المتعاقد المحترف بإبلاغه بكافة المعلومات المتعلقة بالمعقود عليه، ما يضمن له اتخاذ قرار مستنير، ويحافظ على التوازن بين الأطراف، ويعزز الثقة والشفافية

<sup>1</sup> - زاهية حورية سي يوسف: المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه، الجزائر، 2009، ص 139.

<sup>2</sup> - حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة من أجل الحصول على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008، 2009، ص09.

<sup>3</sup> - بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، ع3، جامعة الجزائر.01، الجزائر، جوان 2017، ص74.

في العقود، سواء في المجال التجاري التقليدي أو الإلكتروني، بما يحقق حماية حقوق المستهلك ويحد من استغلاله في المعاملات.<sup>1</sup>

كما أن الالتزام بالإعلام هو حق المستهلك على عاتق المتدخلين عند طلب سلعة أو خدمة ما، يستفيد منه قبل أو بعد التعاقد، ويتمثل مضمونة فيما يلي:

### **1: الإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة: يجب على المتدخل**

إعلام المستهلك بخصائص المنتج، فهو ملزم بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بمحل التعاقد (المبيع)، وهذا ما اقره المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش في قوله: "يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: مميزات وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته".<sup>2</sup>

كما جاءت المادة 08 من القانون 02/04 التي ألزمت البائع أن يعلم المستهلك بأي طريقة كانت بالمعلومات الصادقة، بمميزات هذا المنتج أو الخدمة.<sup>3</sup>

كما يجب على المتدخل تنبيه المستهلك بحقوقه وطريقة الاستخدام ودليل استعمال المنتج، وتعريفه بالأخطار التي يمكن أن تترتب على الاستعمال الخاطئ للمنتج، والحالات التي لا يجب فيها استعماله، والاستعمالات التي لا تتفق مع طبيعته، مثل مواد التنظيف، المبيدات الحشرية، المواد القابلة للإشعال.<sup>4</sup>

### **2: الإعلام بالأسعار وشروط البيع: يقع على عاتق المهني الالتزام بإبلاغ المستهلك**

بالأسعار وشروط البيع، نظرًا للمخاطر التي قد تواجهه نتيجة نقص المعلومات حول

<sup>1</sup> - فارس بوبكر، الالتزام المسبق بالإعلام كآلية لحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، م10، ع4، جامعة محمد ملين دباغين سطيف 2، الجزائر، د.ت.ن، ص296.

<sup>2</sup> - المادة 10 قانون رقم 03/09، المرجع السابق.

<sup>3</sup> - المادة 08 من القانون 02/04، المرجع السابق.

<sup>4</sup> - حدوش أمال، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، رسالة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، الجزائر، 2010/2009، ص5.

السلعة أو الخدمة المعنية. فحماية رضاه تتطلب أن يقدم المتدخلون معلومات واضحة عن السعر وخصائص السلع والخدمات وما قد يترتب عليها من مخاطر، بما يضمن له القدرة على اتخاذ قرار مستنير عند إبرام العقد.<sup>1</sup>

لقد حدد القانون رقم 02/04 طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات، وتتمثل في وضع العلامات أو الوسم أو المعلقات، حيث نصت المادة 05 منه على ما يلي: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة ".<sup>2</sup> كما ألزم المشرع المتدخل في الفقرة الثانية من المادة الخامسة من القانون رقم 02/04 أن تكون الأسعار والتعريفات مكتوبة بشكل واضح أي بصفة مرئية، أي سهولة القراءة لا لبس أو شك في سعرها بالنسبة للمستهلك.<sup>3</sup>

## الفرع الثاني: الجزاءات القانونية المترتبة على عدم احترام الالتزام

### الإعلام.

قرر المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية أن عدم تنفيذ المورد الإلكتروني لالتزام الإعلام قبل إبرام العقد يُعد جزاءً مدنياً وردعياً، إذ إن الالتزام بالإعلام له أثر مباشر على استقرار العقد الإلكتروني، ويعزز الثقة بين المتعاقدين عند استخدام الوسائط الإلكترونية، ما يضمن حماية حقوق الطرفين ويحفز على الالتزام بالقواعد القانونية المنظمة للتجارة الإلكترونية.<sup>4</sup> فالجزاء المدني غرضه الأساسي هو حفظ حقوق

<sup>1</sup> - زايد محمد، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مجلة آفاق علمية، م12، ع 04، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، سبتمبر 2020، ص542.

<sup>2</sup> - المادة 05 من القانون رقم 02/04، المرجع السابق

<sup>3</sup> - زايد محمد، المرجع السابق. ص 542-543.

<sup>4</sup> - سي عيسى بوعلى، ليلي كراش، أثر الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد على استقرار العقد الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، م05، ع02، جامعة الجزائر1، الجزائر، سبتمبر 2022، ص 1319.

الطرف الضعيف من العقد (أولاً) وجزاء ردعياً للمورد الإلكتروني باعتبار أن عدم احترامه للالتزام بالإعلام بعد جريمة الكرتونية (ثانياً).

### أولاً: الجزاء المدني.

إن عدم تقديم البيانات المحددة على الأقل في المواد 11 و13 وبالكيفية التي بىنها نص المادتين 10 و12 من قانون التجارة الإلكترونية يعد اخلالاً بالتزام قانوني، ومسؤولية المورد الإلكتروني هي مسؤولية بقوة القانون، وذلك عند عدم تنفيذ التزامه القانوني. وهو التزام بتحقيق نتيجة، مما يعني أن عدم تقديم أي عنصر من هذه البيانات هو تعيب لإرادة المستهلك الإلكتروني، لذلك هذا الأخير هو الوحيد الذي يملك حق المطالبة بإبطال العقد الإلكتروني والتمسك به في حالة عدم تنفيذ الطرف المتعاقد معه التزامه بالإعلام التزاماً كاملاً.<sup>1</sup>

يحق للمستهلك أن يطالب المورد الإلكتروني بالتعويض عن الضرر الذي أصابه نتيجة عدم تنفيذ المورد لالتزامه، إذ قد لا يتناسب البطلان في بعض الحالات مع مصلحة المستهلك. فيمكنه اختيار الإبقاء على العقد رغم حدوث الضرر، أو أن يصبح جزاء البطلان غير كافٍ لحماية مصالحه. ومن منطلق العدالة، يُعتبر من المناسب أن يُبطل العقد مع تعويض المستهلك الإلكتروني عن الضرر الذي لحق به، لضمان حماية حقوقه وتحقيق التوازن بين الأطراف.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -سي عيسى بوعلى، ليلي كراش المرجع السابق، ص1320.

<sup>2</sup> - الزهرة جقرى، وسيلة شريط، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني، دراسة على ضوء القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، م24، ع51، طالبة دكتوراه جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، الجزائر، جوان 2020، ص، ص، ص، 712، 721، 725-



والمستهلك الإلكتروني لا يتحمل عبئ إثباته وقوعه في عيب من عيوب الرضا وإنما يكفي له أن يثبت أن المورد لم يقم بإعلامه بما نص عليه القانون وذلك بالرجوع إلى سجلات المعاملات الإلكترونية المرسلة إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري<sup>1</sup>

### ثانياً: الجزاء الردعي.

إن المشرع الجزائري وسع من نطاق الحماية فخضع الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني لعقوبات جزائية لمنحها قوة لزومية أكبر، فنص في المادة 39 من قانون التجارة الإلكترونية<sup>2</sup> على العقوبة بغرامة تتراوح بين 50.000 دج إلى 500.000 دج على كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من قانون التجارة الإلكترونية. زيادة إلى إمكانية منع المورد الإلكتروني تعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة قد تصل إلى 06 أشهر.

كما نشير إلى أن المادة 35 من قانون 05/18<sup>3</sup> أخضعت المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، وعند تفحصنا المادة 31 من قانون رقم 02/04<sup>4</sup> المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لاحظنا أن المشرع قد شدد العقوبة ورفع من قيمة الغرامة في قانون التجارة الإلكترونية ب 10 عشر مرات على ما نص فيه في قانون 02/04 فيما يخص تطبيقه لعقوبة الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني.

لكن في قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 68 منه أحالتنا إلى تطبيق المادة 429 من قانون العقوبات في حالة وجود خداع أو محاولة خداع

<sup>1</sup> - المادة 25 من قانون 05/18، المرجع السابق، تنص على أنه " يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها ".

<sup>2</sup> - المادة 39 من قانون 05/18، المرجع السابق.

<sup>3</sup> - المادة 35 من المرجع نفسه.

<sup>4</sup> - المادة 31 من قانون رقم 02/04، المرجع السابق.

المستهلك باي وسيلة أو طريقة كانت حول: كمية المنتجات المستعملة، تسليم المنتجات غير التي كانت معينة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج، طرق الاشتغال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.<sup>1</sup>

والعقوبة المقررة في المادة 429 من ق.ع<sup>2</sup> هي الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات مع الغرامة المالية أو إحداهما لكل من يخدع أو يحاول خداع المتعاقد: سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، سواء في نوعها أو في مصدرها، سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها. هذا يعني أن جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني قد يصل إلى الحبس لمدة ثلاث سنوات مع غرامة مالية زيادة إلى عقوبات إدارية كالتعليق الولوج الى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة قد تصل الى ستة أشهر.

يتبين مما سبق أن كل هذه العقوبات سواء كانت مدنية أو جزائية تمس المورد الإلكتروني غرضها هو احترام الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد، الذي يعد عنصراً هاماً في استقرار توقعات المستهلك الإلكتروني ويجنبه الوقوع في عيوب الرضا، الأمر الذي يساهم في استقرار المعاملات الإلكترونية بصفة عامة.

## المطلب الثاني ضمان احترام حق المستهلك الإلكتروني في الخصوصية

### الرقمية.

لقد التفت المشرع لمسألة حماية الحق في الخصوصية الرقمية للمستهلك الإلكتروني ضمن المادة 26 من القانون 05/18، حيث يعتبر العقد الإلكتروني من أحدث العقود الذي

<sup>1</sup> - المادة 68 من قانون رقم 03/09، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - المادة 429 من أمر رقم 155/66، المرجع السابق.

يتم إبرامه دون الحضور الفعلي للمتعاقدين، ويكون الاتصال عن طريق وسيلة الكترونية التي يتم بواسطتها معالجة البيانات الشخصية للشخص المعني كالمستهلك الإلكتروني لذلك سنقوم بالتطرق إلى تعريف البيانات الشخصية وشرط الموافقة المسبقة للمستهلك الإلكتروني كشرط أولي قبل جمع المعطيات (الفرع الأول)، وجمع البيانات الضرورية مع ضمان سربيتها وأمنها وحفظها مدة معينة (الفرع الثاني).

## الفرع الأول: تعريف البيانات الشخصية وشرط الموافقة المسبقة كشرط

### أولي لجمع المعطيات الشخصية.

البيانات الشخصية هي عبارة عن بيان متعلق بشخص طبيعي معين أو قابل للتعين<sup>1</sup>، وقد عرف المشرع المغربي في المادة (01) الفقرة (01) من قانون رقم: 08 لسنة 2009 المؤرخ في 18/فبراير/2009، المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي والذي جاء فيه " أن المعطيات ذات الطابع الشخصي كل معلومة كيفما كان نوعها بغض النظر عن دعائها بما في ذلك الصوت والصورة والمتعلقة بشخص ذاتي معرف أو قابل للتعرف عليه والمسمى بعده "بالشخص المعني" ويكون الشخص قابلاً للتعرف عليه إذا كان بالإمكان التعرف عليه، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، ولاسيما من خلال الرجوع إلى رقم تعريف أو عنصر أو عدة عناصر مميزة لهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 311.

<sup>2</sup> - المادة 01 الفقرة 01 من القانون رقم: 08 لسنة 2009 المؤرخ في 18/فبراير/2009، المؤرخ في

18/فبراير/2009، المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع5711، المؤرخة في 23/فبراير/2009.

أما المشرع الجزائري فقد عرف المعطيات ذات الطابع الشخصي في المادة (03) الفقرة (01) من القانون رقم: 07/18 المؤرخ في 10 يونيو لسنة 2018 ويتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي والتي جاء فيها "أن المعطيات ذات الطابع الشخصي كل معلومة بغض النظر عن دعائها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه "الشخص المعني" بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية"<sup>1</sup>، أما فيما يخص تعريف الشخص المعني فقد جاءت الفقرة الثانية من نفس المادة على أنه "كل شخص طبيعي تكون المعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به موضوع المعالجة"<sup>2</sup>.

تتضمن البيانات المتعلقة بالموارد الإلكتروني معلومات عن الهوية الاقتصادية للمستهلك الإلكتروني، وتشمل بيانات عن معاملاته الإلكترونية مثل عنوان بريده الإلكتروني وبطاقته الائتمانية، وغيرها من المعلومات ذات الصلة بالزبائن المستملكين. ويُطلب الحصول على هذه البيانات عند الحاجة لتقييم السمعة أو تقديم الخدمات. كما تشمل البيانات معلومات عن العاملين في المشروع التجاري، بالإضافة إلى بيانات تتعلق برغبات المستهلك وميوله، وهي تلك المعلومات التي يمكن تتبعها عبر شبكة الإنترنت، بما يسهم في فهم سلوك المستهلك وتحسين جودة الخدمات والمنتجات الإلكترونية المقدمة له.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المادة 03 الفقرة 01 من القانون 07/18، المؤرخ في 10/يونيو/2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع 34، لسنة 2018.

<sup>2</sup> - المادة 03، المرجع نفسه، ص 12.

<sup>3</sup> - معمر بن علي، عبد المالك الدح، ضمان حقوق المستهلك الإلكتروني في إطار معطياته الشخصية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، م 4، ع 1، مخبر الحق والعمو- السياسية، جامعة عمار ثمجي الأغواط، الجزائر، مارس 2020، ص 457.

ولقد عرفت المادة 3 من القانون 07/18 موافقة الشخص المعني على أنها: "كل تعبير عن الإرادة المميزة يقبل بموجبه الشخص المعني أو ممثله الشرعي معالجة المعطيات الشخصية المتعلقة به بطريقة يدوية أو إلكترونية"<sup>1</sup>.  
من خلال هذا النص، يتضح أن الموافقة المسبقة تشترط بلوغ الشخص سن 13 سنة وفق القانون المدني. ومع ذلك، فإن اعتماد هذا الطرح قد يتعارض مع نص المادة 7 من قانون 07/18، الذي ينص على أنه إذا كان الشخص المعني عديم الأهلية أو ناقص الأهلية، فإن منح الموافقة يخضع للقواعد العامة. وبمفهوم المخالفة، لا يمكن للقاصر عادةً إبرام عقد التجارة الإلكترونية، إذ إن الحماية الممنوحة له في العقود التقليدية تتعزز عند استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية. ذلك يعود إلى كونه طرفاً ضعيفاً مقارنة بالمورد الإلكتروني، ولأنه قد يضطر لقبول التعاقد وشروط قد لا يقبلها المستهلك الراشد، مما يضاعف الحاجة إلى ضمان حقوق القاصر وحمايته من ممارسات قد تكون غير عادلة أو استغلالية في المجال الإلكتروني<sup>2</sup>، يبرر ذلك اشتراط حصول الموافقة من مستهلك إلكتروني راشد. ومع ذلك، أجاز المشرع في المادة 7 من قانون 05/18 جمع المعطيات الشخصية دون الحاجة إلى موافقة مسبقة، إذا كانت المعالجة ضرورية لتحقيق مصلحة مشروعة للمسؤول عن المعالجة أو للمرسل إليه، مع مراعاة حقوق وحرريات الشخص المعني ومصالحه الأساسية، ما يعكس التوازن بين حماية الأفراد وضمن سير المعاملات الإلكترونية بشكل قانوني وفعال<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 3 من القانون 07/18، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجيلالي الياصب، سيدي بلعباس، 2018/2017، ص103.

<sup>3</sup> - بغلي مريم، الاستكشاف المباشر بين المشروعية وانتهاك الحق في الخصوصية الرقمية، مجلة الاجتهاد القضائي، م12، ع2، جامعة محمد خيضر-بسكرة-، الجزائر، اكتوبر 2019، ص125.

يُلاحظ أن مجرد الإعلام المسبق الذي يقع على عاتق المورد الإلكتروني عند معالجة المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني لا يكفي لبدء المعالجة. لذلك، ألزم المشرع في قانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الموردين الإلكترونيين بالحصول على موافقة صريحة من المستهلك قبل الشروع في أي معالجة للمعطيات الشخصية، بعد أن يتم إيلاغه بشكل واضح ومسبق بما تتضمنه هذه المعالجة. ويُظهر هذا النص حرص المشرع على حماية حقوق المستهلكين وضمان شفافية المعاملات الإلكترونية، من خلال فرض شرط الموافقة الصريحة كأساس قانوني لمباشرة أي معالجة للبيانات الشخصية.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: جمع البيانات الضرورية مع ضمان سرّيتها وأمنها وحفظها

#### مدة معينة وحفظها.

لقد أوجب المشرع في المادة 26 من القانون 05/18 على المورد الإلكتروني أن يجمع فقط البيانات الضرورية اللازمة لإبرام المعاملة التجارية، وليس كل المعطيات الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، وألزمه متي تحصل عليها أن يضمن سرّيتها وأمنها، ذلك أنها تشكل جزءاً من الحياة الخاصة للمستهلك الإلكتروني عبر الأنترنت ومن ثم لا يجوز الإفشاء بها للغير بقصد أو بغير قصد، كما يجب وضع أنظمة إلكترونية تعمل على حماية أمنها من الاختراق والسرقة.<sup>2</sup>

كما نص المشرع الجزائري في المادة 9 فقرة 5 من القانون 07-18<sup>3</sup> على ضرورة أن تكون المعطيات الشخصية محفوظة بشكل يسمح بالتعرف على الأشخاص المعنيين خلال فترة لا تتجاوز المدة اللازمة لإنجاز الأغراض التي من أجلها تم جمعها

<sup>1</sup> - مريم بغلي، رضا المستهلك الإلكتروني: أي حماية في قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة باجي مختار-عناية-، الجزائر، ديسمبر 2022، ص446

<sup>2</sup> - زريقات خالد عمر، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، ط1، دار الحامد، الأردن، 2007، ص356.

<sup>3</sup> - المادة 9 فقرة 5 من القانون 07-18، المرجع السابق.

ومعالجتها، كما أوجب في المادة 14 الفقرة 6 من القانون 07/18 أن يتضمن التصريح المسبق الذي تمنحه السلطة الوطنية للمسؤول بالمعالجة "مدة حفظ المعطيات".<sup>1</sup> تجدر الإشارة إلى أن القانون الجزائري لم يحدد مدة محددة لحفظ المعطيات الشخصية، بل ربط هذا الأمر بإنجاز الغرض الذي جُمعت البيانات من أجله، والذي قد يختلف بحسب نوع الغاية. ولذلك، تُعد مسألة مدة الحفظ من القضايا المعقدة التي يجب على المؤسسات احترامها بدقة. وفي ظل غياب نص واضح في القانون رقم 07/18 بشأن تحديد فترة الحفظ، يُنتظر صدور نصوص تنظيمية تحدد ذلك بوضوح. كما أكد المشرع على ضرورة أن تكون البيانات محفوظة بطريقة تتيح التعرف على أصحابها خلال الفترة الضرورية لتحقيق الغرض من جمعها ومعالجتها، دون تحديد مدة معينة، مما يجعل الالتزام مرتبطاً بطبيعة الهدف المرجو تحقيقه، مع ضرورة مراعاة المعايير القانونية والتنظيمية عند تحديد هذه المدة.<sup>2</sup>

تعرف المعلومات السرية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني بخصوصية البيانات الرقمية للشخص، وهي المعاملات التي تتم عن طريق الآلة أو وسيط الكتروني، بداية من ماكينة الصراف الآلي، ووصولاً إلى جهاز الحاسب الآلي؛ ومع التطور التكنولوجي السريع، صارت معظم معاملاتنا في الحياة اليومية تتم بشكل رقمي-فبطاقات الهوية (الرقم الوطني) هي بيانات رقمية مسجلة لدى المؤسسات الحكومية، يتم من خلالها الاستدلال على هوياتنا الشخصية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المادة 14 الفقرة 6، المرجع نفسه.

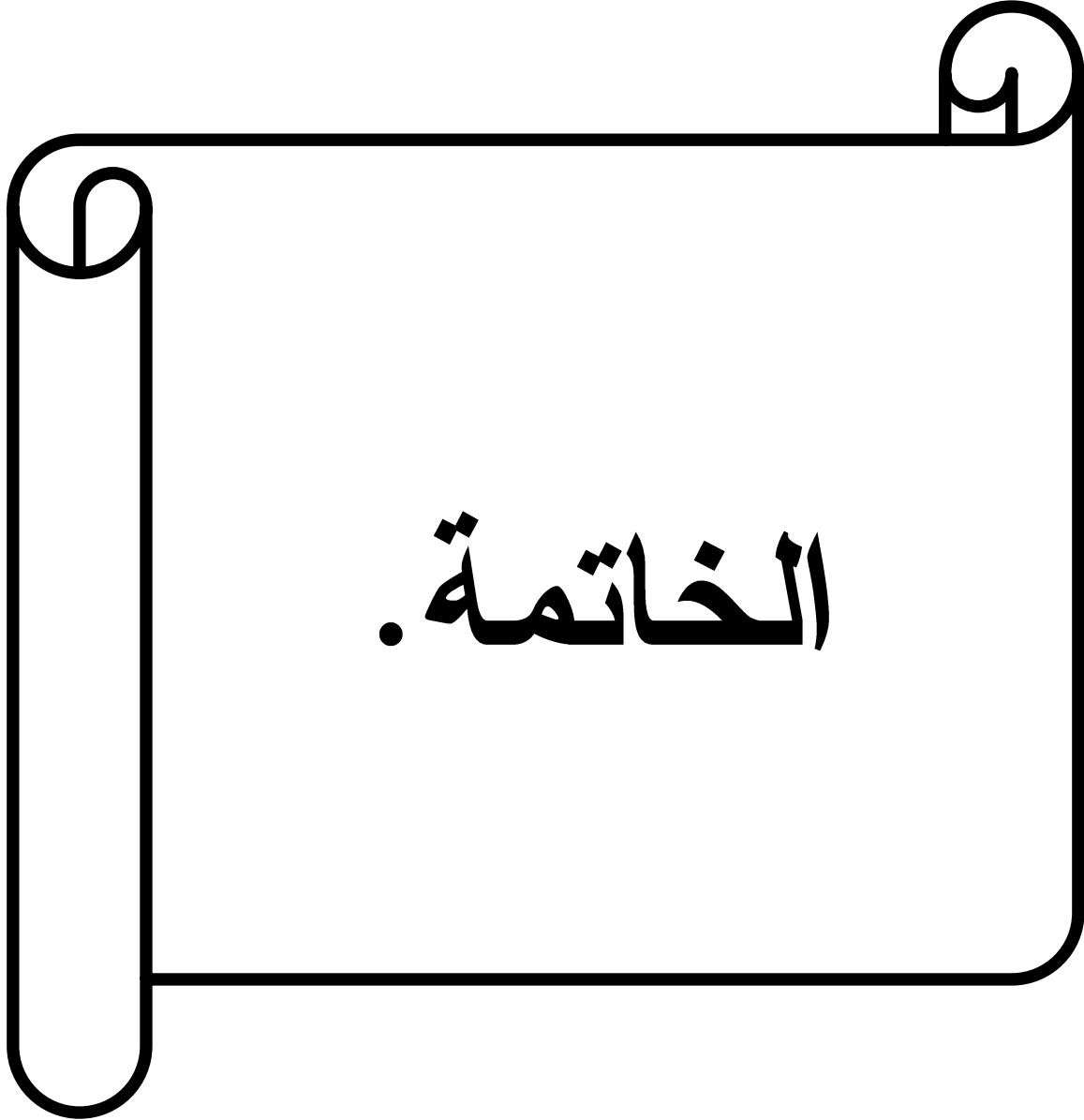
<sup>2</sup> - مريم يغلى، قانون التجارة الإلكترونية 05/18 بين الفعالية والقصور، مجلة صوت القانون م9، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار-عناية، الجزائر، نوفمبر 2022، ص454.

<sup>3</sup> - محمد محمود عبد الرحمن، نطاق الحق في الحياة الخاصة،

## ملخص الفصل الثاني.

إن زيادة النشاط الإعلاني التجاري وتعدد أساليبه وتقنياته نتيجة التطور التكنولوجي في مختلف المجالات، أدى إلى بروز ظاهرة التضليل التي أثّرت سلبًا على مصالح المستهلك عامة والمستهلك الإلكتروني خاصة. ويعد حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام من أهم الالتزامات المفروضة على العون الاقتصادي، إذ يضمن الالتزام بالإعلام حماية المستهلك ورضاه ويقيه من الأضرار المحتملة الناتجة عن السلع أو الخدمات. وقد دفع التفاوت المعرفي بين الطرفين المشرع إلى تبني نصوص قانونية لإحداث نوع من التوازن التعاقدية، مشددًا على حماية الطرف الضعيف ومنح المستهلك الإلكتروني القدرة على موازنة احتياجاته مع إمكانياته المادية. كما يتمتع المستهلك بمجموعة من الحقوق الرقمية، تشمل معرفة كيفية جمع واستخدام بياناته الشخصية، والحق في الوصول إليها وتصحيحها، ورفض معالجتها في بعض الحالات، فضلًا عن الحق في عدم التعرض لمعالجة غير قانونية أو غير مبررة، بما يعزز حماية خصوصيته الرقمية.





## الخاتمة.

من خلال ما سبق يمكن القول إن المستهلك الإلكتروني الذي يجب حمايته هو المستهلك العادي الذي يبرم عقوده باستعمال وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت. أما القواعد العامة التي كان من المفترض أن توفر له الحماية، مثل عيوب الإرادة أو الشروط غير العادلة، فهي لم تتجح حتى في العقود التقليدية لأنها صعبة التطبيق وغالبًا ما يستفيد منها الطرف الأقوى في العقد. ولهذا فهي لا تستطيع أن تحمي المستهلك في العقود الإلكترونية التي تتم بوسائل أكثر تعقيدًا.

وبما أن هذه القواعد لم تعط نتيجة جيدة، فقد جاء المشرع بقواعد جديدة خاصة بعقود الاستهلاك الإلكتروني، حيث منح المستهلك عدة حقوق واضحة مثل الحق في الحصول على المعلومات والحق في حماية خصوصيته على الإنترنت. كما ألزم المزود الإلكتروني باحترام مجموعة من الالتزامات تجاه المستهلك، وإذا لم يحترمها فإنه يتعرض لعقوبات ينص عليها القانون. وفي الجزائر جاء القانون رقم 05/18 الخاص بالتجارة الإلكترونية ليضيف حماية جزائية للمستهلك، خاصة ضد الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة أو المضللة. وبهذا يكون المستهلك الإلكتروني قد حصل على حماية أقوى تساعده على التعامل بثقة في هذا النوع من العقود. **أولاً: النتائج.**

من خلال دراستنا لموضوع حماية رضا المستهلك الإلكتروني وفقا للقانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، توصلنا إلي النتائج التالية:

1: إن العقد الإلكتروني كغيره من العقود يقوم على تطابق الإرادتين الإيجاب والقبول، إلا انه يتم بوسائل الكترونية بين متعاقدين تبعد بينهما مسافات، وهو يأخذ حكم المجلس الحكمي، ونظرا للآلية التي يتم بها، ما يجعل أطراف العلاقة التعاقدية في هذا النوع من العقود عرضة للمخاطر، وخصوصا أن المتعاقد من الممكن أن لا يتعامل مع

المتعاقد الآخر إلا عبر أرقام وبيانات رقمية، قد تتعرض هذه البيانات أو الشفريات للاختراق، كما قد تستعمل مواقع وواجهات وهمية وإعلانات ودعاية كاذبة للتضليل والاحتيال، ما يجعل المتعاقد عرضة للغلط والتدليس والنصب.

2: طبيعة بعض العقود الإلكترونية والتي تعد شروطها والمسائل المتعلقة بها مسبقا لا تترك خيار للمستهلك للتفاوض والمساومة، وخصوصا عندما تدفعه الحاجة الاقتصادية أو الاجتماعية إلى التعاقد مما يضطر الى قبولها مذعنا رغم ما تحمله من شروط تعسفية ومن تفاوت فيما بين ما قدمه وما أخذه.

3: لأهمية عقود الاستهلاك لتأثيرها المباشر على الإنسان وصحته وحقوقه، فقد أفردت التشريعات الوطنية والدولية عدة نصوص قانونية لحماية المستهلك من هذه العوامل، بإعطائه الحق في إبطال هذه العقود، وحق خاص خص به المشرع رغم قوة مبدأ سلطان الإرادة، وهو حق الرجوع عن العقد واسترجاع ما دفعه.

4: الحق في الإعلام او التنوير من الضمانات المستحدثة التي يثيرها عقد الاستهلاك الإلكتروني بسبب عدم الوجود المادي للسلع المباعة أمام أعين المستهلكين الراغبين في الشراء.

5: وعي المستهلك ومعرفته بالمنتج وطبيعته أو الخدمة المعلن عنها تعد العامل الأول في حمايته من الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل، وبهذا لا يمكن لدعوى تنفيذ العقد والمقامة بموجب أحكام القانون المدني أن توفر الحماية للمتضرر من الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل في حالة وجود عقد إلكتروني بين المتعاقدين، حيث أن العقد من غير الممكن تنفيذه كما هو أنه أبرم نتيجة الإعلان كاذب أو مضلل، وكل ما يمكن للمتضرر تحقيقه هو تنفيذ العقد على نفقة المعلن بدعوى التعويض.

6: يمكن إقامة المسؤولية المدنية وتعويض المتضرر من هذا الإعلان بموجب قانون التجارة الإلكترونية 05/18، ومع ذلك في اعتقادنا أن هذا النص غير كافي لتوفير هذه الحماية فـي ظل الانتشار الواسع والرهيب للإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، وبذلك يمكننا القول إن المشرع الجزائري لم يوفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني من الإشهار المضلل.

7: إن تطور الاقتصاد الرقمي وما له من إيجابيات على التجارة عموماً، له أيضاً من السلبيات الكثير وعلى قدر هذه المزايا نجد هناك ضحايا هذا التطور لاسيما أولئك الذين قادتهم الظروف للتعامل عبر شبكة الإنترنت، وإن كان المستهلك الإلكتروني قد وجد منفذاً لاقتناء سلعة ما أو خدمة ضرورية لحياته إلا أن هذا التعامل يصحبه أخطار عديدة من ها التعدي على خصوصيته الرقمية.

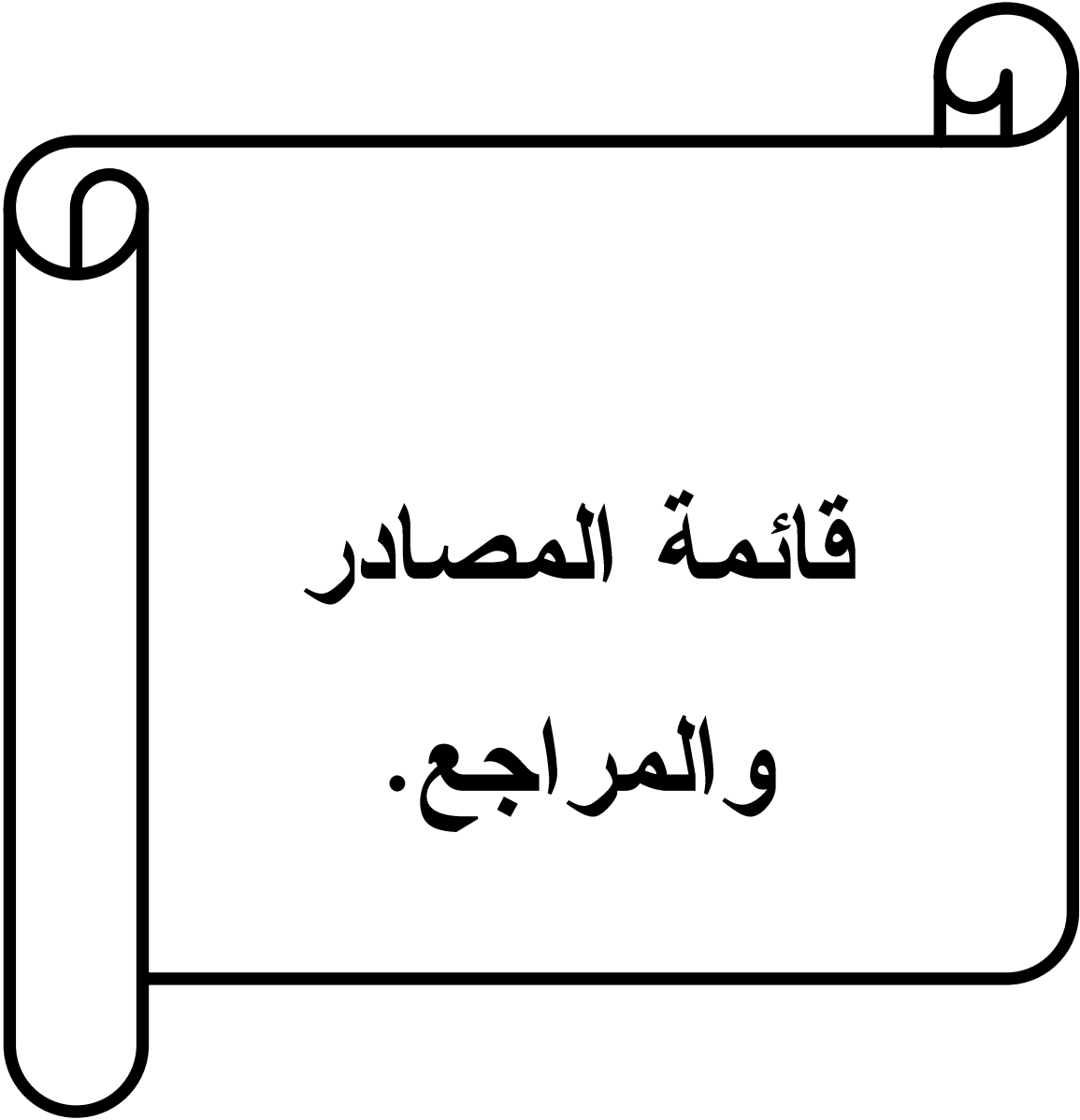
### ثانياً: التوصيات.

وعلى أساس هذه النتائج نقترح مايلي:

- 1: إيجاد نظام تقني يضمن الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر الإشهار التجاري الإلكتروني المضلل، وخصوصاً المواقع التجارية الوهمية.
- 2: على التشريعات الوطنية والدولية تشديد العقوبات على مرتكبي جرائم الاحتيال الإلكتروني وتشديد المسؤولية على بعض المواقع التي تسمح بإصدار الإعلانات المضللة.
- 3: إعادة النظر في الجانب الردعي لقانون التجارة الإلكترونية، لأن الغرامات المقررة في حالة إخلال المورد الإلكتروني هي مبالغ رمزية مقارنة بالثقة التي يجب أن تستند إليها المعاملات التجارية الإلكترونية.

4: ومن أجل تجاوز القصور في مجال حماية المستهلك والمستهلك الإلكتروني ينبغي إعادة النظر في التشريعات الخاصة بحماية المستهلك، عن طريق تعديلها وإضافة بعض الحقوق له مثل الحق في النصيحة الحق في التحذير الحق في مهلة التروي والتفكير والحق في العدول، وكذلك البد من إضافة نصوص خاصة تشرح وتبين مفهوم المستهلك في العقد الإلكتروني.

وأخير نشير بأنه يبدو أن المشرع بدأ فعال يتدارك النقص الموجود في تنظيم المعاملات العقدية الإلكترونية وهذا ما يتضح من خلال القانون 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتصديق والتوقيع الإلكترونيين هذا الأخير وإن لم يشر إلى المستهلك الإلكتروني صراحة إلا أنه نظم التوقيع الإلكتروني الذي تقوم عليه مختلف المعاملات الإلكترونية بما فيها عقد الاستهلاك الإلكتروني فهو فعلا يشكل بداية نحو تكريس نظام حمائي خاص بالمستهلك الإلكتروني.



قائمة المصادر  
والمراجع.

## قائمة المصادر والمراجع.

### أولاً: قائمة المصادر.

#### 1: التشريع العادي.

1. قانون عدد 83 لسنة 2000، مؤرخ في 9/أوت/2000، ع64، المؤرخ في 11/أوت/2000.
2. أمر رقم 155/66، مؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، معدل ومتمم، ج، ر، ع 49، لسنة 1966.
3. الأمر رقم 58/75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن قانون المدني، ج ر ع 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بالقانون 10/05، المؤرخ في 20/06/2005.
4. الأمر رقم 03/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، ع43، الصادر بتاريخ 22 فبراير 2003.
5. القانون رقم 02/04، المؤرخ في 23/06/2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بموجب القانون 06/10، ج ر، ع41، المؤرخة في 27/06/2004.
6. القانون رقم 03/09، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع15، الصادرة بتاريخ 08/مارس/2009.

7. القانون رقم 04/15، المؤرخ في 2015/2/1، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، ع 06، الصادرة في 2015/02/10.

8. القانون 07/18، المؤرخ في 10/يونيو/2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع 34، لسنة 2018.

9. القانون رقم 05/18، المؤرخ في 10/ماي/2018، المتضمن لتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28، المؤرخة في 16/ماي/2018.

## 2: التشريع الفرعي.

1. المرسوم التنفيذي رقم 222/16، المؤرخ في 11/أوت/2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبريد التلفزيوني أو للبريد الإذاعي، ج ر، ع 48، المؤرخة في تاريخ 17/أوت/2016.

2. المرسوم التنفيذي رقم 266/90، المؤرخ في 05 ديسمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر، ع 40، لسنة 1990.

3. المرسوم التنفيذي 306/06، المؤرخ في 10/9/2006، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الاعوان الاقتصاديين والمستهلكين، والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، ع 56، المؤرخة في 11/09/2006.

## 3: القواميس والمعاجم.

1. ابن منظور الإفريقي: لسان العرب، م 9، ط 4، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2005.



ثانياً: قائمة المراجع.

1: المراجع العربية.

أ: الكتب.

1. أبو سليمان عبد الوهاب إبراهيم، البطاقات البنكية، ط 1، دار القلم، دمشق، 1998.
2. أحمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2019.
3. أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000.
4. إسماعيل يوسف حمدون، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ط 1، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
5. أمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2010.
6. أنور سلطان، شرح عقد البي والمقايضة، دار النهضة العربية، لبنان، 1983.
7. بتول مراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري واثره على المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2011.
8. جعفر محمد سعيد، التصرف الدائر بين النفع والضرر في التقنين المدني الجزائري، دار هومة، الجزائر، 2002.

9. حسن عبد الباسط جميعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1991.
10. حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مكتبة المجلس الوطني الاتحادي، أبو ظبي، الإمارات، 1991.
11. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2007.
12. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، القاهرة، 2008.
13. زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه، الجزائر، 2009.
14. زريقات خالد عمر، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، ط1، دار الحامد، الأردن، 2007.
15. سلطان عبد الله محمود الجوارى، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009.
16. السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت، ط1، لدار الجامعية، مصر، 2006.
17. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.
18. عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون، الجزائر، 2019.

19. عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
20. عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، 1991.
21. عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2012.
22. علاء محمد نصيرات، حجية التوقيع الإلكتروني - دراسة مقارنة، - ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
23. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ت.ن.
24. علي فلالي، الالتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، د.ب.ن، 2010.
25. غنيم أحمد محمد، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
26. فهد مبارك الهاجري، العقود الإدارية عبر الأنترنت، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
27. كوثر سعيد عدنان خالد، سميحة مصطفى القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، ط2، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016.

28. لبيب شنب، شرح أحكام عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1996.

29. لزهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.

30. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، منشورات زين الحقوقية، د.ب.ن، 2011.

31. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، (دراسة مقارنة (، ط1، منشورات زين الحقوقية، لبنان، 2011.

32. هيثم عبد الرحمن البقلي، الأحكام الخاصة بالدعوى الناشئة عن الجرائم المالية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.

### ب: الأطروحات والرسائل والمذكرات الجامعية.

#### أ: الأطروحات الجامعية.

1. أحمد إبراهيم موظفي عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، مصر، 2006.

2. بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

3. جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2018/2017.

4. حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة من أجل الحصول على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008، 2009.
5. حوحو يمينية، عقد البيع الإلكتروني -دراسة مقارنة، -، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2012.
6. خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016/2017.
7. عمرو عبد الفتاح علي يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية عين شمس، القاهرة، 2008.
8. عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2018.
9. لعجال لامية، حماية المستهلك في معاملات التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه علوم، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016/2017.

أ/ب: الرسائل الجامعية.

1. حدوش أمال، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، رسالة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، الجزائر، 2010/2009.
2. رامي زكريا رمي مرتجي، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني دراسة مقارنة بالشرعية الإسلامية، رسالة الماجستير، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.
3. كالم حبيبة، حماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق - بن عكنون، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.
4. مامش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، مدرسة الدكتوراه كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيوي وزو، الجزائر، 2012.

#### أ/ج: المذكرات الجامعية.

1. سعدي عبد القادر، آليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر - سعيدة، الجزائر، 2016 / 2015.
2. هاجر جحودي، عبد الحميد، دبار، الشروط التعسفية في العقود، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2024/2023.

#### ج: المقالات.

1. عقوني محمد، الرزاق، عيوب الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية على ضوء التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد\_القضائي، م13، العدد الخاص، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، الجزائر، جانفي 2021.
2. بغلي مريم، الاستكشاف المباشر بين المشروعية وانتهاك الحق في الخصوصية الرقمية، مجلة الاجتهاد القضائي، م12، ع2، جامعة محمد خيضر- بسكرة-، الجزائر، اكتوبر 2019.
3. معمر بن علي، عبد المالك الدح، ضمان حقوق المستهلك الإلكتروني في إطار معطياته الشخصية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، م4، ع1، مخبر الحقوق والعموم- السياسية، جامعة عمار ثميجي الأغواط، الجزائر، مارس 2020.
4. زايد محمد، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مجلة آفاق علمية، م12، ع04، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، سبتمبر 2020.
5. بادي عبد الحميد، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، ع3، جامعة الجزائر.01، الجزائر، جوان 2017.
6. قارس بوبكر، الالتزام المسبق بالإعلام كآلية لحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، م10، ع4، جامعة محمد ملين دباغين سطيف 2، الجزائر، د.ت.ن.
7. سارة عزوز، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، ع5، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر -باتنة1، الجزائر، ديسمبر 2018.

8. زعميش حنان، الإعلانات التجارية الكاذبة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، ع14، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، الجزائر، جوان 2017.
9. حمادي محمد رضا، حماية المستهلك من الاشتهار المضلل للعالمية التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية، ع4، جامعة المسيلة، الجزائر، ديسمبر 2016.
10. يمينة بليمان، الشهار الكاذب أو المضلل، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، ع32، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2009.
11. عيساوي زاهية، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهارات الكاذبة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الخاص، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2015.
12. خشبية حنان، ديش تورية، الحماية من الإعلانات التجارية الإلكترونية الكاذبة والمضللة، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، م05، م10، الجزائر، سبتمبر 2022.
13. عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، ع2، جامعة سعد دحلب -البليدة-، الجزائر، جانفي 2012.



14. لعبيدي عبد القادر، بلحاج بلخير، الحماية الجنائية من الإعلان التجاري المضلل، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، م06، ع02، المركز الجامعي على كافي -تندوف-، الجزائر، جانفي 2022.
15. خلوي نصيرة، آليات حماية المستهلك من الإعلان التجاري عبر الانترنت، مجلة جسير للأبحاث والدراسات متعددة التخصصات، م03، ع01، جامعة باتنة 1، الجزائر، جانفي 2023.
16. كالم حبيبة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ع13، جامعة البليدة02، الجزائر، د.ت.ن.
17. فرحات فاطمة زهرة، قنفود رمضان، أثر الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل على إرادة المستهلك في العالم الرقمي، مجلة صوت القانون، م8، العدد الخاص، جامعة يحي فارس المدية، الجزائر، مارس 2022.
18. بن شويحة علي، جبار جميلة، حماية المستهلك السيبراني من الإعلانات الإلكترونية المضللة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات، القانونية والسياسية، م07، الجزائر، أفريل 2022.
19. صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني، مجلة آفاق للعلوم، م05، ع17، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، سبتمبر 2019.
20. ذكرى محمد حسين الياسين بابل، الكذب المشروع في الإعلانات التجارية، مجلة المحقق المحلي للعلوم القانونية والسياسية، ع1، 2012.

21. عدنان نجم عبود، عيوب الإرادة وأثرها في العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مجلة الجامعة العراقية، ع 46، كلية الأمام الأعظم، الجامعة العراقية، د.ت.ن.
22. بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، حماية رضا المستهلك الإلكتروني، المجلة الأفريقية للدراسات القانونية والسياسية، م01، ع01، جامعة أحمد دراية، ادرار- الجزائر، جوان 2017.
23. براهيم منير، حماية رضا المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، ع5، المركز الجامعي بريك، الجزائر، مارس 2017.
24. بوكرزازة أحمد، الغبن والاستغلال وأثرهما القانوني، مجلة المعيار، م25، ع62، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة -1، الجزائر، ديسمبر 2021.
25. حمادوش أنيسة، حول إشكالية التحقق من أهلية المتعاقدين في التعاقد الإلكتروني، مجلة القانون والمجتمع والسلطوية، م08، ع02، كلية الحقوق كالعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، سبتمبر 2019.
26. سيار عز الدين، تأثير البيئة الإلكترونية على صحة رضا المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، ع3، الجزائر، 2017.
27. طارق زيتوني، خصوصية التعاقد باستخدام الوسائل الإلكترونية في القانون الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، م15، ع2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ديسمبر 2020.

28. كوسام أمينة، خصوصية الأهلية في التعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ع6، جامعة باتنة 1، الجزائر، جزان 2015.
29. سي عيسى بوعلي، ليلي كراش، أثر الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد على استقرار العقد الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، م05، ع02، جامعة الجزائر 1، الجزائر، سبتمبر 2022.
30. الزهرة جقريف، وسيلة شريط، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني، دراسة على ضوء القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، م24، ع51، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، الجزائر، جوان 2020.
31. إيمان بالعياضي، مدى جحيه التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، م8، ع16، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2019.
32. زهيرة كيسي، النظام القانوني لجهات التوثيق (التصديق) الإلكتروني، دفاثر السياسة والقانون، ع7، المركز الجامعي بتمنراست، الجزائر، جوان 2012.
33. بوحفص جالب نعناعة، دور القضاء في تكييف ومعاقة الإعلان التجاري المضل، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، م14، ع02، جامعة بجاية، الجزائر، 2016.

34. طارق زيتوني، خصوصية التعاقد باستخدام الوسائل الإلكترونية في القانون الجزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، م15، ع2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ديسمبر 2020.
35. كوسام أمينة، خصوصية الأهلية في التعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ع6، جامعة باتنة 1، الجزائر، جوان 2015.
36. شرون أحمد طارق، حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الإلكترونية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، م07، ع03، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، سبتمبر 2022.
37. حمادوش أنيسة، حول إشكالية التحقق من أهلية المتعاقدين في التعاقد الإلكتروني، مجلة القانونيون المجتمع والسلطوية، م08، ع02، كلية الحقوق كالعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، سبتمبر 2019.
38. إيمان بالعياضي، مدى جحيه التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، م8، ع16، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة، الجزائر، ديسمبر 2019.
39. زهيرة كيبي، النظام القانوني لجهات التوثيق (التصديق) الإلكتروني، دفاثر السياسة والقانون، ع7، المركز الجامعي بتمنراست، الجزائر، جوان 2012.
40. زيوش عبد الرؤوف، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، م05، ع02، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، ديسمبر 2020.

41. الحاج مبطوش، العيد جباري، البنود التعسفية في عقود الاستهلاك الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، ع10، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، جوان 2018.

42. أمال بوهنتالة، سلوى قداش، سلطة القاضي المدني في إعادة التوازن العقدي لعقود الاستهلاك، مجلة الاجتهاد القضائي، ع14، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017.

43. مريم يغلى، قانون التجارة الإلكترونية 05/18 بين الفعالية والقصور، مجلة صوت القانون م9، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار-عناية، الجزائر، نوفمبر 2022.

44. مريم بغلي، رضا المستهلك الإلكتروني: أي حماية في قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة باجي مختار-عناية-، الجزائر، ديسمبر 2022.

#### د: المحاضرات.

1. حسن علي الذنون، محاضرات في القانون المدني العراقي - نظرية العقد، معهد الدراسات العربية العالية، القاهرة، 1956.

2. شيخ نسيمــــــــــــة، محاضرات في القانون المدني (مصادر الالتزام )، موجهة لطلبة السنة الثانية حقوق، كلية الحقوق-قسم الحقوق، جامعة بلحاج بوشعيب-عين تموشنت، الجزائر، 2021-2022.

3. علاق لمنور، محاضرات في شرح القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للالتزام، ج1، مصادر الالتزام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر، 2020-2021.

4. مجيدي فتحي، محاضرات في مقياس الالتزامات، موجهة لطلبة سنة ثانية علوم قانونية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور-الجلفة-، الجزائر، 2009/2010.

## 2: المراجع الأجنبية.

1. Jaccard (M). Problemes Juridiques Liés a La Securites des Transactions sur Le Reseau; P 3. [http:// www.signelec.com](http://www.signelec.com)
2. .CHESTIN, les liens de dol dans la formation du contrat et de l'obligation précontractuelle de renseignement,dalloz,France 1981,p 457



# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات.

- 1..... مقدمة.
- 6..... الفصل الأول: حماية رضا المستهلك الإلكتروني في القواعد العامة.
- المبحث الأول: دور نظرية عيوب الإرادة واهليته في حماية رضا المستهلك الإلكتروني.
- 8.....
- 8..... المطلب الأول: حماية رضا المستهلك من عيوب الإرادة.
- 9..... الفرع الأول: الغلط والتدليس في عقد الاستهلاك الإلكتروني.
- 12..... الفرع الثاني: الاستغلال والإكراه في عقد الاستهلاك الإلكتروني.
- 15..... المطلب الثاني: حماية أهلية المستهلك الإلكتروني.
- 16..... الفرع الأول: مفهوم الأهلية في العقد الإلكتروني.
- 18..... الفرع الثاني: حماية القصر وناقصي الأهلية في العقود الإلكترونية.
- 23..... المبحث الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.
- 23..... المطلب الأول: صور وشروط الشرط التعسفي.
- 24..... الفرع الأول: صور الشرط التعسفي.
- 27..... الفرع الثاني: شروط الشرط التعسفي.



المطلب الثاني عقود الإذعان كنموذج لعقود الاستهلاك الإلكترونية التعسفية وحماية	
رضا المستهلك من الشروط التعسفية.....	30
الفرع الأول: عقود الإذعان كنموذج لعقود الاستهلاك الإلكترونية التعسفية.....	30
الفرع الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.....	34
ملخص الفصل الأول.....	39
الفصل الثاني: حماية رضا المستهلك الإلكتروني في القواعد الخاصة.....	41
المبحث الأول: ضمانات حماية الرضا قبل إبرام عقد التجارة الإلكترونية.....	42
المطلب الأول. مفهوم الإعلانات الإلكترونية المضللة.....	42
الفرع الأول: تحديد معنى الإعلانات الإلكترونية المضللة.....	43
الفرع الثاني: تقدير معيار الإعلان المضلل.....	46
المطلب الثاني: قواعد حماية رضا المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة.....	49
الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان الإلكتروني المضلل.....	50
الفرع الثاني: الحماية الجزائية لرضا المستهلك من الإعلان الإلكتروني الكاذب أو المضلل.....	55
المبحث الثاني: ضمانات حماية رضا المستهلك اثناء إبرام عقد التجارة الإلكترونية..	62
المطلب الأول الزامية الاعلام للمستهلك الإلكتروني.....	62
الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام.....	63

الفرع الثاني: الجزاءات القانونية المترتبة على عدم احترام الالتزام بالإعلام. .... 66

المطلب الثاني ضمان احترام حق المستهلك الإلكتروني في الخصوصية الرقمية..... 69

الفرع الأول: تعريف البيانات الشخصية وشرط الموافقة المسبقة كشرط أولي لجمع  
المعطيات الشخصية..... 70

الفرع الثاني: جمع البيانات الضرورية مع ضمان سريتها وأمنها وحفظها مدة معينة  
وحفظها..... 73

ملخص الفصل الثاني..... 75

الخاتمة..... 77

قائمة المصادر والمراجع..... 82

فهرس المحتويات..... 96

فهرس المحتويات..... 97

الملخص العام..... 100

## المخلص العام.

عقود التجارة الإلكترونية، شأنها شأن باقي العقود، تقوم على مبدأ سلطان الإرادة القائم على تبادل الإيجاب والقبول، غير أنّ الوسيلة التي تُبرم بها، واختلاف ظروف مجلس العقد، أضفياً عليها طبيعة خاصة ومتميزة. فانعقادها عن بُعد، دون اجتماع الأطراف مادياً، يجعل المتعاقد أكثر عرضة لمخاطر متعددة، إذ إن الفضاء الافتراضي أصبح متاحاً لجميع الفئات على اختلاف مستويات معرفتها، في الوقت الذي يتمتع فيه مستعملو التقنية الإلكترونية التجارية بخبرة واسعة ودراية بخبايا هذا المجال. وهو ما جعل المستهلكين قليلي الخبرة أكثر عرضة للنصب والاحتيال، مما استوجب تدخل التشريعات بوضع قواعد حمائية تحافظ على حقوق المستهلك في مختلف مراحل هذه العقود، بدءاً من تكوين الإرادة، مروراً بالتنفيذ، وصولاً إلى الوفاء والضمان.

الكلمات المفتاحية: العقد الإلكتروني؛ التجارة الإلكترونية؛ المعاملات الإلكترونية؛ الإعلان الإلكتروني؛ المستهلك الإلكتروني؛ المزود الإلكتروني؛ التوقيع الإلكتروني.

### **Abstract :**

Electronic commerce contracts, like other types of contracts, are founded on the principle of autonomy of will through the exchange of offer and acceptance. However, the means by which they are concluded and the different circumstances surrounding the contract confer upon them a distinctive nature. Their formation at a distance, without the physical meeting of the parties, exposes contractors to numerous risks, as the virtual space is open to all categories of users with varying levels of knowledge. At the same time, electronic commerce users often possess significant expertise and familiarity with the intricacies of this field, which makes less experienced consumers more vulnerable to fraud and deception. This has made it necessary for legislations to set protective rules to safeguard consumers during the different stages of these contracts, starting from the formation of consent, through performance, and ending with fulfillment and guarantee.