وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of High Education and Scientific Research

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -

Université of Mohamed el Bachir el Ibrahimi–Bba

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Faculty of Law and Political Sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الموسومة بـــــ

حماية الزبون في العقد الالكتروني الجزائري

إعداد الطالبين :

–بلفار عصام

إشراف الدكتور (ة) : بن يحي بشير

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	المؤسسة	الصفة

السنة الدراسية : 2025/2024

بسم الله الرحمن الرحيم

ملحق بالقرار رقم .....1082..... المؤرخ في ..... 27 ديسمبر 2020 .....

الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الأول)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): بلفارع هام ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث ..... طالب .....

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 112128544 والصادرة بتاريخ: 2024.07.19 .....

المسجل(ة) بكلية / معهد الحقوق والعلوم السياسية قسم حقوق .....

والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،

عنوانها: حماية الزبون في العقد الإلكتروني .....

.....

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

التاريخ: 27 ماي 2025

توقيع المعني (ة)

توقيع السيد:
بطاقة التعريف رقم:
بتاريخ:
مصادق عليه
برج بوعريريج في
رئيس المجلس الشعبي البلدي

2025 ماي 27

عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
و بتفويض منه، عون الإدارة الأقليمية
هداجي عبد الكريم

الإهداء

الحمد لله حباً وشكراً وامتناناً على البدء والختام، وآخر دعواهم أن "الحمد لله رب العالمين"

ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي، أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر،

فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا،

لأنك وفقتني لإتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي...

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي...

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل،

إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، والدي العزيز حفظه الله ورعاه.

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، وسهلت لي الشدائد بدعائها،

إلى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات سر قوتي ونجاحي،

جنتي أمي الحبيبة أطال الله في عمرها.

إلى كل من أعتمد عليهم في كل كبيرة وصغيرة، إخواني وأخواتي.

إلى كل من صاغوا لنا علمهم حروفاً ومن فكرهم منارة تنير لنا العلم والنجاح،

إلى أساتذتنا الكرام

وخاصة الأستاذ بن يحي بشير الذي كان سند لي في هذه المذكرة

وأخيراً إلى كل من ساعدني وكان له دوراً من قريب أو بعيد في إتمام هذه الدراسة،

سائلا المولى عز وجل أن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا والآخرة.

بلفار عصام

شكر وعرفان

الحمد لله حمدا كثيرا حتى يبلغ الحمد منتهاه والصلاة والسلام على أشرف مخلوق

أناره الله بروحه واصطفاه .

وانطلاقا من باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله نتقدم بخالص الشكر والتقدير

الأستاذ المشرف **بن يحي بشير** على إرشاداته وتوجيهاته

التي لم يبخل بها علينا يوما ، كما نتقدم بجزيل الشكر والعطاء الى كل يد رافقتنا

في هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد .

كما لا ننسى أن نشكر جميع الأساتذة والمؤطرين

الذين قدموا لنا يد المساعدة

والى كل الزملاء والاساتذة التي تتلمذنا على أياديهم واخذنا منهم الكثير

وبالله التوفيق .

مـقدمة

شهدت العقود الإلكترونية نموًا هائلاً في السنوات الأخيرة، لتصبح جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فمع التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لم يعد إبرام العقود يقتصر على الشكل التقليدي المادي، بل امتد ليشمل الفضاء الرقمي، حيث تتم المعاملات التعاقدية عبر شبكة الإنترنت، هذه الثورة الرقمية أحدثت تحولات عميقة في طبيعة العلاقة التعاقدية، مقدمةً فرصًا اقتصادية واعدة للأفراد والشركات على حد سواء، ومسهّلةً الوصول إلى السلع والخدمات على نطاق عالمي.

ومع هذه الإيجابيات، برزت تحديات قانونية جمة، لا سيما فيما يتعلق بحماية الزبون في هذا النوع الجديد من العقود. فالعقد الإلكتروني، بطبيعته غير المادية، يطرح إشكاليات خاصة تتعلق بوضوح الإرادة، وصحة التعبير، وتأمين المعلومات، وإثبات التعاقد، وتنفيذ الالتزامات، غالبًا ما يكون الزبون، في هذه البيئة الرقمية، الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، حيث يواجه عدم تماثل في المعلومات، وصعوبة في فهم الشروط والأحكام المعقدة، ومخاطر تتعلق بخصوصية بياناته الشخصية وأمن معاملاته المالية.

إن الحاجة إلى تنظيم قانوني فعال يضمن التوازن بين حقوق والتزامات طرفي العقد الإلكتروني أصبحت ملحة وضرورية، ويهدف هذا التنظيم بشكل أساسي إلى توفير بيئة تعاقدية آمنة وشفافة، تكفل للزبون حقوقه الأساسية وتوفر له الحماية اللازمة ضد الممارسات التجارية غير النزيهة أو الاحتيال الإلكتروني، فبدون هذه الحماية، قد يفقد الزبون الثقة في التعاملات الإلكترونية، مما يعيق تطور التجارة الإلكترونية ويفوت الفرص الاقتصادية التي توفرها.

كما تتمتع دراسة "حماية الزبون في العقد الإلكتروني" بأهمية بالغة على عدة مستويات، سواء كانت علمية، اقتصادية، اجتماعية أو قانونية يمكن تلخيص هذه الأهمية في النقاط التالية:

أهمية الدراسة :

- تشجيع البحث والتطوير
- تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية
- تحفيز الابتكار والتنافسية
- تعزيز الوعي القانوني تسهم الدراسة في زيادة الوعي بحقوق الزبون وواجباته في البيئة الرقمية، مما يمكّنه من اتخاذ قرارات مستنيرة ويقلل من تعرضه للمخاطر.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة حول "حماية الزبون في العقد الإلكتروني" إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والعملية نذكر منها :

1- تحديد الإطار القانوني الحالي

2- تسليط الضوء على تحديات حماية الزبون

3-تقييم آليات الحماية المتاحة

أسباب اختيار موضوع :

1- الأسباب الذاتية

تتعلق هذه الأسباب بالدوافع والاهتمامات الشخصية التي قادتني إلى اختيار هذا الموضوع بالتحديد:

✓ الرغبة و الإعجاب بالموضوع.

2- الأسباب الموضوعية :

تتعلق هذه الأسباب بالأهمية العلمية للموضوع وحاجته للدراسة والبحث، وتأثيره على المجتمع:

- ✓ الانتشار المتزايد للعقود الإلكترونية
- ✓ ضعف موقف الزبون في العقد الإلكتروني

إشكالية الدراسة:

تعدّ إشكالية البحث هي جوهر أي دراسة أكاديمية، فهي تحدد السؤال الرئيسي الذي تسعى الدراسة للإجابة عنه ويمكن صياغة الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة على النحو التالي:

كيف استطاعت التشريعات القانونية توفير حماية فعالة للزبون في العقد الإلكتروني؟

المنهج المتبع :

سيتم الاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي، حيث استخدمنا المنهج الوصفي في وصف وعرض الإطار النظري العام وبيان أما بالنسبة للمنهج التحليلي، فقد تم اعتماده لتحميل النصوص القانونية والآراء الفقهية ، كما تمت أيضا الاستعانة ببعض المفاهيم المأخوذة من القانون الفرنسي.

تقسيمات البحث :

من خلال الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين :

الفصل الأول: وتطرقنا فيه إلى حماية الزبون الإلكتروني أثناء إنشاء

الفصل الثاني : فركزنا فيه على حماية الزبون خلال تنفيذ الالتزام ، ثم خاتمة

الفصل الأول :

حماية الزبون الإلكتروني أثناء إنشاء العقد

التعاقد الإلكتروني يساهم بالتأثير في وسائل الحماية فهو يمر في ابرامه عبر نشأته بمرحلتين وهما المرحلة السابقة عن التعاقد بحيث تعتبر من اهم المراحل لحماية أطراف العلاقة التعاقدية خاصة الزبون الالكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة وتتجلى الحماية في هذه المرحلة من التضليل الاعلاني الالكتروني وكذا تفعيل الحق في الالتزام بالإعلام لإتمام عملية التعاقد وهي موضوع المبحث الأول أما المرحلة الثانية تتمثل في ابرام التعاقد فهي مهمة من حيث رضا الزبون الالكتروني في الايجاب والقبول وتفعيل مواجهة الشروط التعسفية وهي موضوع المبحث الثاني.

المبحث الأول : حماية الزبون الإلكتروني (مرحلة ما قبل التعاقد)

اذا كان مبدأ حرية التجارة يسمح للمعلنين باستخدام الوسائل الكفيلة بجذب عملائهم ، ويقع الاعلان على رأس هذه الوسائل ، فان المنافسات الاعلانية يجب ان يتم في اطار قواعد قانونية تحد من التعسف أو الممارسات غير المشروعة لهذه الحرية ، وعليه قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين حيث سنتطرق في المطلب الأول إلى حماية الزبون الالكتروني من التضليل الاعلاني التجاري وفي (المطلب الثاني) إلى تفعيل حق الزبون الالكتروني الإعلامي.[1]

المطلب الأول : حماية الزبون من التضليل الاعلاني التجاري الالكتروني

إن الإعلان الالكتروني عبر الانترنت له تأثير ودور فعال في اقناع الزبائن لاقتناء السلع وهو من أكثر الوسائل الترويجية للمنتجات السلع والخدمات في ظل التسويق الالكتروني فهو وسيلة فعالة لضمان سير ونشاط المؤسسات وفق ما يتطلبه الزبائن غير أن هذا الاعلان قد يكون في حقيقته وسيلة لتضليل الزبائن واستغلال تأثره به ولذلك من المهم حماية هذا الاخير من مخاطر الوقوع في تضليل اعلاني وهو ما يحقق ببيان مفهوم الاعلان الالكتروني المشروع الفرع الأول ومن جهة أخرى حماية الزبائن الالكتروني من نتائج التضليل الاعلاني عند وقوعه الفرع الثاني.

[1] كوثر سعيد عدنان خالد ، حماية المستهلك الالكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الارابطة الاسكندرية ، 2012 ص 98 .

الفرع الأول : مفهوم الاعلانات التجارية الالكترونية

يعتبر الإعلان الالكتروني أحد اهم الوسائل تأثيرا في سلوك الزبون بإقناعه في ظل هذا التطور لتسهيل العملية التعاقدية باعتباره احد اطراف العلاقة وذلك يتعلق بالسلع والخدمات المقدمة والتي قد تستعمل لاستغلال وإيهام الزبون بمميزات صورية بإغرائه ودفعه للتعاقد إذ أن المؤسسات التجارية عبر شبكة الانترنت تلجا للإعلان لتسويق منتجاتها[1] أو خدماتها بهدف اقناع الزبون بشراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

أولا: تعريف الاعلانات التجارية الالكترونية

الاعلانات لغة : يقصد بها اظهار الشيء بنشره في الصحف ونحوها[2] .

" **الاعلان اصطلاحا**": يعرف الاعلان بأنه مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف الى توجيه انتباه أفراد المجتمع الى سلعة ، أو خدمة محددة لحثهم على شرائها ، أو طلبها أو اذاعة الرسائل الاعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها[3] .

اختلف الفقه في تناول تعريف الإعلان التجاري، فعرفه جانب من الفقه، بأنه عبارة عن مجموعة من الجهود الغير الشخصية التي تهدف إلى توجيه انتباه أفراد المجتمع إلى سلعة أو خدمة محددة لحثهم على شرائها [4].

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات صادر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 28 صادرة بتاريخ 09 ماي 2012 .

[2] كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق ص 102 .

[3] عبد الله ذيب عبد الله محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني(دراسة مقارنة) اطروحة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح،35،2009-36

[4] محمد خميخم ، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون العام، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان: كلية الحقوق والعلوم السياسية2016-2017 ،ص 28

كما عرفه جانب آخر بأنه: " كل فعل يؤدي إلى إيصال العلم والمعرفة عن طريق منتج أو خدمة، ويكون موجها للجمهور الواسع، أي العلن وليس لشخص محدد بذاته.[1]"

مصطلح الاتصال التجاري[2]: وقد عرفه بانه " كل شكل من أشكال الاتصال موجه للتسويق السلع والخدمات مباشرة أو بصورة غير مباشرة أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص له نشاط تجاري أو صناعي حرفي أو يمارس نشاط منظم .

وعرف المشرع الفرنسي الاعلانات بصورة غير مباشرة ضمن نص المادة 121 ف 01 من قانون الاستهلاك التي تحظر كل دعاية تحتوي أي شكل من أشكال الادعاءات أو المعلومات الكاذبة أو العروض المضللة ، سواء شمل التضليل طبيعة السلعة أو تكوينها الأنواع ، الأصل الكمية وطريقة الصنع وتاريخه والممتلكات والأسعار وشروط البيع للسلع والخدمات الخاضعة لإعلان وشروط استخدامها ، والنتائج التي يمكن أن تتوقع من استخدامها[3].

وفي مجال حماية الزبون يعرف الاعلان بأنه : كل ما يستخدمه التاجر لتحفيز الزبون على الاقبال على سلعته سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة وهو ما يسمى " الإعلان الاستهلاكي[4] .

---

[1] مفتاح براشمي ، الركن المادي لجنحة الإشهار التضليلي في التشريع الجزائري مجلة القانون، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، العدد 06 ،2016، ص221

[2] كوثر سعيد عدنان خالد ، نفس المرجع، ص 103

[3] جلول دواجي بلحول ، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية ، مذكرة لنيل الماجستير في القانون الخاص المعمق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2014-2015، ص 55 .

[4] صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة قسنطينة ، 2013-2014، ص 63 .

ثانيا : شروط الاعلانات التجارية

إن حق الزبون في تلقي الاعلان يجب عليه أن يتوفر شرطان أساسيان في الاعلان التجاري .

أ- وضوح الاعلان التجاري الالكتروني

إن البيانات والمعلومات عن السلعة أو الخدمة المعروضة التي يتضمنها الاعلان الالكتروني يشترط أن تكون كافية واضحة غير غامضة والتي تحقق ارداة مستنيرة للزبون قبل الاقبال على ابرام العقد ومساعدته على اتمام التعاقد .

لقد نص المشرع الفرنسي الصادر عام 1986 والمتعلق بوسائل الاعلام السمعية والبصرية والذي يطبق على خدمات الانترنت ان رسائل الاعلانات التي تداع بواسطة الوسائل المبينة في هذا القانون –ومنها الإنترنت يجب ان تكون محددة وواضحة[1] .

ب – أن لا يكون الاعلان خادعا أو مضللا :

مما لاشك فيه انه يستوجب أن لا ينطوي الاعلان على الكذب " أو التضليل"، يقصد بالإعلان الخادع المضلل الاعلان المتضمن معلومات تدفع الزبون الى الوقوع في خلط وخداع فيما تعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج [2].

وقد عرف توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 بالمادة الثانية منه الاعلان المضلل أو الخادع بأنه " أي اعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقته على أي تضليل ، أو قد يؤدي الى تضليل لهؤلاء الذين يوجه ، أو يصل اليهم الاعلان كما نصت المادة

[1] خالد ممدوح إبراهيم ، ابرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، ط 2 ، الدار الجامعية القاهرة الاسكندرية ، 2011، ص 431 ، ص 432

[2] خلوي (عنان) نصيرة ، الحماية القانونية عبر الانترنت ، (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو، ص 13

الثالثة من التوجيه السابق على ان الاعلان المضلل يقع عن طريق اغفال احدى الخصائص الجوهرية المعلن عنها [1].

وقد أشار المشرع الجزائري الى حظر الاعلان الخادع أو الكاذب بموجب المادة 56 من المرسوم التنفيذي المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام الزبون والتي نصت " تمنع كل معلومة أو اشهار كاذب من شانهما احداث لبس في ذهن الزبون[2] .

بالنسبة للإعلانات الالكترونية سواء عن طريق الويب أو الرسائل عبر البريد الالكتروني أو الهاتف المحمول أو غيرها فإنها تعتبر مصدر لخطورة حقيقية على توجيه إرادة الزبون في التجارة الالكترونية بشكل يلفت انتباهه ويغريه ويجذبه الى البضائع المعروضة على الموقع التجاري ، ومن تم فان القوانين الالكترونية تمنع الاعلان الكاذب أو الخادع أو المضلل في الرسالة الاعلانية أو البصرية او الاثنين معا ، في الخدمات الرقمية وغير الرقمية بشتى والوسائل الالكترونية[3] .

ثالثا: الطبيعة القانونية للإعلانات التجارية الالكترونية

تجدر الاشارة بأنه قد اختلفت الآراء حول الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه للزبائن عبر شبكة الانترنت فهناك من يرى بأنه ايجاب لإقناعه وتحفيزه لإبداء الرغبة في التعاقد

[1] خلوي (عنان) نصيرة ، نفس المرجع 14

[2] المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 378 /13مؤرخ في 05 محرم الموافق ل 2013/11/09، (ج) ر ، ع 55 مؤرخة في 08 نوفمبر 2013

[3] بلحاج العربي، الاطار القانوني للمرحلة السابقة على ابرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة) دار وائل للنشر ، 2010 ص83

والاتجاه الثاني يرى أن الاعلان عند ابدا الرأي يعتبر دعوة للتعاقد .. لا يعد الاعلان الموجه للزبون عبر شبكة الانترنت ايجابا وإنما دعوة للتفاوض أو التعاقد [1].

على ذلك فانه لكي يعتبر العرض الموجه الى الجمهور ايجابا ، يجب أن يكون محدد للسلعة تحديدا نافيا للجهالة وان يحدد الثمن والعناصر الأساسية للتعاقد وان فان الامر لا يعدو أن يكون مجرد دعوة للتعاقد ، أي انه يجب أن يعبر الايجاب عن ارادة باتة ونهائية في التعاقد بمعنى أن تتجه نية الموجب الى ابرام العقد في الحال اذ ما صادفه قبول مطابق ويجب أن يكون الايجاب خاليا من أي لبس او غموض وان يكون محدد بشكل كاف[2].

الفرع الثاني : قواعد حماية الزبون الالكتروني من الاعلان المضلل

يقوم التاجر أو مقدم الخدمة بتضمين اعلانه كاذبا في المعلومات بهدف خداع الزبون بمميزات وفوائد السلعة أو الخدمة وبأهميتها بالنسبة له واحتياجاته اليها بشكل يزيد من الطلب على تلك السلع او الخدمات بما يؤدي الى زيادة أرباحه[3].

ومن ثم فإنه من قواعد حماية الزبون من الاعلان المضلل تكمن أما في الالتزام بالتنفيذ العيني أو رفع دعوى التدليس مع التعويض لجبر الضرر .

أولا : التنفيذ العيني للالتزام :

اذ أعلن التاجر المحترف عبر الانترنت عن سلعة أو خدمة معينة لغرض التعاقد عليها وقبل الزبون هذا العرض ، وبعد ذلك امتنع التاجر عن تنفيذ التزامه وذلك بتسليم شيء من النوع ذاته الذي تضمنه الاعلان التجاري ، جاز للزبون الذي كان ضحية الاعلان التجاري المضلل

[1] عبد الله ذيب ، عبد الله الله محمود ، الحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ، جامعة النجاح الوطنية 2009 ، فلسطين ، ص 38

[2] خلوي (عنان) نصيرة ، مرجع سابق مص 12

[3] جلول دواجي بلحول، المرجع السابق ، ص 55

أن يطالب بالتنفيذ العيني للالتزام استناد الى احكام المادة 164 ق م ج التي تنص على أنه " يجبر المدين بعد اعذاره طبقا للمادتين 180 و 181 على تنفيذ التزامه عينا متى كان ذلك ممكنا[1] .

ثانيا : دعوى التدليس

مفهومها لغة : كتمان عيب أو خديعة أو الظلمة أو اختلاط الظلام .

مفهومها اصطلاحا :

عرفها الدكتور علي سليمان بأنه " استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه ودفعه للتعاقد[2] ، وهناك من عرفها " ايهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة عن طريق استعمال طرق احتيالية بقصد دفعه الى ابرام العقد[3] .

يعرف الفقه الفرنسي التدليس بأنه : " التدليس بأنه استعمال شخص طرقا احتيالية لإيقاع أخر في غلط يدفعه الى التعاقد ، ويكون ذلك بأن يستعمل أحد المتعاقدين طرقا احتيالية ، ومناورات خادعة تؤدي الى اقناع العاقد وإيقاعه في الغلط" [4].

---

[1] بن جامع مليكة ، حماية المستهلك المعلوماتي ، أطروحة لنيل درجة الدكتورة، في العلوم القانونية ، تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق، جامعة الجيلاني البابس، سيدي بلعباس، 2018/2017، ص 38

[2] غنية قري ، نظرية الالتزام ، ط 1 ، منشورات قرطبة المحمدية، الجزائر، 2007، ص 64

[3] الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، تخصص القانون الخاص الأساسي، جامعة أدرار ،2015 ، ص 58

[4] عبد الله ذيب عبد الله محمود ، مرجع سابق ص 45 . و م 46

فإن القانون المدني الجزائري أجاز للزبون ابطال العقد للتدليس بموجب نص المادة 86 أنه يجوز ابطال العقد لتدليس اذا كانت الحيل التي يلجأ اليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاه لما أبرم الطرف الثاني العقد [1].

ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة اذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة . ، فالتدليس هو استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه الى التعاقد ، فهو اذن يفترض قيام عنصرين ، عنصر مادي وهو استعمال حيل ، وعنصر شخصي وهو أن تكون هذه الحيل من الجسامة بحيث لولاها ما أبرم المدلس عليه العقد[2].

المطلب الثاني : تفعيل حق الزبون الالكتروني الإعلامي

حق الزبون في تزويده بالمعلومات الكافية للمنتوجات أو الخدمات المقدمة هو التزام يقع على عاتق المهني او مقدم الخدمة في المرحلة السابقة على التعاقد ، أن التزام المهني بإعلام الزبون يعتبر أحد أبرز الآليات القانونية في مجال حماية الزبون بصفة عامة[3].

[1] المادة 86 من الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975 المعدل والمتمم والمتضمن القانون المدني

[2] على على سليمان، نظرية الالتزام (مصادر الالتزام في القانون المدني)، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ص 60-61

[3] سليم سعدواي ، عقود التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة) ، د. ط، دار الخلدونية 2008، ص 24

الفرع الأول : مفهوم الاعلام والتبصير

أولا: المعنى اللغوي والفقهي للالتزام الاعلام

أ – **المعنى اللغوي** : هو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه.

ب– الإصطلاح: يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموحة أو مرئية أو مكتوبة، ويشترط في الإعلام المصداقية والوضوح [1].

ج– المعنى الفقهي بالالتزام بالاعلام

عرفه جانب من الفقه الالتزام بالإعلام بأنه التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة المساعدة الطرف الآخر على ابرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظرة اذا استدعى الأمر ذلك[2] .

كما عرفه البعض الآخر بأنه تنبيه أو اعلام طلب التعاقد بصورة من شأنها القاء الضوء على واقعة ما أو عنصر من عناصر التعاقد المزمع إقامته حت يكون الطالب على بينة من أمره ، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من ابرام العقد ، والملاحظ أن جل التعريفات الواردة في الالتزام بالاعلام العقدي أنها استخدمت الالفاظ متعددة للدلالة على ما يقدمه أحد المتعاقدين للآخر من معلومات ، فبالإضافة للإعلام استخدمت مصطلحات كالإفضاء التبصير ، النصح في حين اختار البعض عبارات دالة على هذا الالتزام مثل الادلاء بالبيانات ، تقديم المعلومات[3] .

---

[1] الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك ، دراسة تحليلية مقارنة د ط ، دار الجامعة الجديدة، الارابطة الاسكندرية 2015 ص 114

[2] ابراهيم محمود يوسف المبيضين ، الحماية المدنية في عملية التعاقد الالكتروني ، كلية الحقوق ، جامعة دار العلوم ، ص 63

[3] أحمد خديجي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالاعلام التعاقدي مقال منشور بمجلة دفاتر السياسة والقانون العدد 11 جامعة قاصدي مرباح جوان 2014 ص 20

وعليه فإن الالتزام بإعلام الزبون هو التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويطلق بعض الفقه على هذا الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالمعلومات والبيانات[1].

اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه ، وجاء قانون 09-03 في مادته 17 يكرس هذا الالتزام صراحة حيث تنص " يجب على كل متدخل أن يعلم الزبون بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأي وسيلة أخرى مناسبة[2] .

وعادة ما يتم الاعلام عن طريق الوسم ، والوسم كما عرفته المادة 3 من القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية الزبون وقمع الغش : يشمل كل البيانات أو الكتابات أو الاشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أوسمة أو ملصقة أو بطاقة أختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها[3].

ثانيا : مضمون الاعلام : ان من المعروف أن التاجر يلتزم بأن يقدم للزبون المعلومات والبيانات المتعلقة بالتعاقد والتي تكون محل الالتزام بالتبصير، يقصد بالبيانات الجوهرية البيانات التي يمكن أن يكون لها تأثير على ابرام العقد أو على تنفيذه او على استعمال السلعة أو الخدمة المعروضة ، فيجب تقدميها للزبون من قبل الطرف الآخر الذي يعرفها فتكون المعلومات جوهرية بالنسبة للزبون كلما كان من شأنها أن تؤدي الى اتخاذ قرار قبول التعاقد

[1] سعاد نوري ، الالتزام بالاعلام حماية المستهلك في القانون الجزائري ، مقال منشور بمجلة الباحث للدارسات الاكاديمية العدد الثامن جامعة العربي التبسي ، تبسة ، جوان 2016 ص 12

[2] مرجع سابق، ص 225

[3] أحمد خديجي، مرجع سابق ص 27

عن ارادة حرة واعية ، وهي تكون كذلك حينما تمنع المستهلك الوقوع في غلط والتي تحول دون انخداعه بالتدليس أو مفاجأته بعيب خفي في الشيء أو بالتعرض لاستحقاق الشيء أو منازعة الغير فيه أو تحديد مدى التزامه بناء على بيانات غير صحيحة[1].

ثالثا : شروط الالتزام بالاعلام

يستلزم لتحقيق الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يجب توفر جملة شروط لكلا الطرفين الزبون والمهني وهي متمثلة في ما يلي :

أ- علم المهني أو امكانية علمه بالبيانات والمعلومات محل الالتزام بالإعلام :

يجب حتى يفرض الالتزام بالإعلام على عاتق المهني أن يكون المهني عالما بالبيانات أو المعلومات التي يلزمه المشرع بالإفضاء بها للدائن الذي يكون عادة هو الزبون ، وغالبا يتطلب المشرع الإدلاء بهذه البيانات في المرحة السابقة على ابرام العقد فنكون عندئذ بصدد الالتزام قبل التعاقد بالإعلام والمعلومات التي يفترض علم المدين بها ترتكز على فكرتي السمات الجوهرية للمنتجات محل التعاقد ، ومدى ملائمة البيانات أو المعلومات للدائن وهو الزبون[2] .

حيث أن المحترف بحكم خبرته في مجال المعاملة قد يتحقق عنده الالمام الشامل بالمعلومات الجوهرية المؤثرة في العقد ، ومن ثمة عليه تقديمها من تلقاء نفسه الى الزبون حتى ولو لم يطلبها هذا الأخير[3]

[1] كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق ، ص 296

[2] غدوشي نعيمة ، حماية المستهلك الالكتروني مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون (فرع المسؤولية المهنية) جامعة مولود معمري، تيزي وز ،2012،ص51-52

[3] رفاوي شهيناز ، الالتزام قبل التعاقدي بالاعلام في عقود الاستهلاك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة سطيف (02) 2015-2016،ص 46

ب : جهل الزبون بالمعلومات محل الالتزام بالاعلام

كون الزبون يجهل المعلومات، حيث أن هذا الجهل هو الذي يجعل المهني في عقود الاستهلاك الالكترونية مدين بالالتزام بالإعلام للمستهلك، غير أن جهل الزبون لابد من أن يكون مشروعا باعتبار أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني له حدود، حيث لا يتعدى ما يجهله المهني شخصيا ولا المعلومات التي يعلمها الزبون أو يفترض علمه بها. وهكذا فان الزبون لا يستطيع أن يدعي مشروعية جهله بالمعلومات والبيانات الضرورية الا اذ أثبت عدم امكانية الاستعلام عنها وقد صاغ الفقهاء الفرنسيون الفكرة في مبدأ يقضي بوجود التزام بالإعلام المتعاقد الذي لا يمكنه الاستعلام [1].

الفرع الثاني : حماية الزبون الالكتروني جراء الاخلال بالالتزام بالإعلام والتبصير

لم ترد نصوص قانونية خاصة في حالة الاخلال بهذا الالتزام مما يسوغ الرجوع "القواعد العامة [2] في القانون المدني بحيث يمكن للزبون ابطال العقد أو المطالبة بالتعويض المترتب عن المسؤولية التقصيرية. أن الاخلال بهذا الالتزام يؤثر على رضا المتعاقد الزبون بما يؤدي الى تعيب الارادة ويؤدي خطأ المدين بهذا الالتزام أي المهني أيضا الى قيام المسؤولية المدنية في حالة حدوث ضرر للزبون نتيجة هذا الخطأ وبذلك فان الجزاءات المدنية تدور حول مطالبة الدائن الزبون بإبطال عقد الاستهلاك لوقوعه في غلط أو تأسيسا على أنه ضحية تدليس أو سلوك خادع من المهني [3].

[1] لزهر بن سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية د ط ، دار هومة للطباعة للنشر والتوزيع الجزائر 2012 ص 73

[2] الذهبي خدوجة ، مرجع سابق ، ص 50

[3] خالد ممدوح ابراهيم ، مرجع سابق، ص 316

المبحث الثاني : حماية الزبون الإلكتروني (أثناء الإخلال بالإلتزام)

لم ترد نصوص قانونية خاصة في حالة الاخلال بهذا الالتزام مما يسوغ الرجوع القواعد العامة في القانون المدني بحيث يمكن للزبون ابطال العقد أو المطالبة بالتعويض المترتب عن المسؤولية التقصيرية. ان الاخلال بهذا الالتزام يؤثر على رضا المتعاقد الزبون بما يؤدي الى تعيب الارادة ويؤدي خطأ المدين بهذا الالتزام أي المهني أيضا الى قيام المسؤولية المدنية في حالة حدوث ضرر للزبون نتيجة هذا الخطأ وبذلك فان الجزاءات المدنية تدور حول مطالبة الدائن الزبون بإبطال عقد الاستهلاك لوقوعه في غلط أو تأسيسا على أنه ضحية تدليس او سلوك خادع من المهني ".[1]

المطلب الأول : أطراف التعاقد وحماية الزبون

الأصل في التعاقد التقليدي هو الرضا بمعنى أنه ينعقد بتطابق الايجاب والقبول فالتعبير عن الارادة الحرة لأطرافه يكون بأية طريقة كانت إما باللفظ أو الكتابة أو بالإشارة فهو يتم بالوسائل المادية في القواعد العامة، الا أننا نلاحظ بأنه يختلف عن التعاقد الالكتروني من حيث الوسيلة والتي تتم عبر شبكات الاتصال الالكترونية فهو يتميز بنوع من الخصوصية بين الزبون والمهني. إنَّ مبدأ حرية التعاقد المعترف به على نطاق واسع في مجال المعاملات التجارية يسمح للأطراف بأن يبرموا عقداً ويحددوا محتواه وقد تنشأ التقييدات المفروضة على حرية التعاقد عن تشريعات تتعلق بالأحكام غير القابلة للتفاوض المنطبقة على أنواع معينة من العقود، أو عن قواعد تفرض جزاءات على إساءة استعمال الحقوق والإضرار بالنظام العام والإخلال بالمعايير الأخلاقية وما إلى ذلك. وقد تتراوح عواقب عدم الامتثال لتلك التقييدات من عدم قابلية العقد أو جزء منه للإنفاذ إلى تحمُّل مسؤولية مدنية أو إدارية أو جنائية.

[1] خالد ممدوح إبراهيم ،المرجع السابق، ص 433 .

الفرع الأول : مفهوم أطراف التعاقد

في الأصل يرتبط مصطلح الزبون بعلم الاقتصاد ، بيدا أنه مصطلحا قانونيا[1] ، ومما لاشك فيه أن تعريف الزبون " أثار جدلا كبيرا لدرجة انقسام الفقه الى قسمين ، مفهوم ضيق ومفهوم موسع ، فأنصار الاتجاه الأول ركزوا عند تعريفهم على الهدف أو الغرض الذي يسعى الى تحقيقه الشخص عند التعاقد في الحصول على السلعة أو الخدمة ، فقد عرفه الفقيه الفرنسي Raymondبأنه " شخص طبيعي يحصل أو يمكن أن يحصل على أشياء استهلاكية أو خدمات من نفس الطبيعة الغرض منفرد وهو إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية مع استبعاد المشاريع والمهن الحرة من ذلك وهناك جانب آخر من الفقه الفرنسي عرفه بأنه " الشخص الذي يمتلك أو يستخدم سلعاً أو خدمات للاستخدام غير المهني .[2]

أولا: تعريف الزبون الالكتروني

أما بالرجوع لنص المادة 3 من القانون 09-03 فقد عرفت الزبون بأنه : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال المهني من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به .[3]

فالزبون الالكتروني : هو الشخص الذي يحصل على حاجياته الضرورية أو المتعلة بنشاطه المهني من خلال أحد وسائل الاتصال ، فالزبون الالكتروني لا يلتقي بالطرف المهني

[1]محمد عماد الدين عياض نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، 09-03 ، مجلة دفاتر السياسية والقانون، العدد 09، جوان 2013 ، ص 63.

[2]طارق كميل ، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة) مقال بمجلة الجامعة العربية الامركية للبحوث ، مجلد 01، العدد 01،ص66

[3]قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر.ع 15عدد، الصادر في 8 مارس 2009

الا من خلال وسيط الكتروني والعقدي المبرم بينهما يسري عليه أحكام التعاقد بين غائبين [1]. اذن هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الالكترونية المختلفة من شراء أو ايجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع أو خدمات الاشباع حاجته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ، ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء .

ثانيا : تعريف المهني

المهني أو المحترف أو المتدخل هو الطرف المقابل للزبون في عقد الاستهلاك فقد عرفته المادة 03 ف 02 من القانون 04-02 فهو عون اقتصادي كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في الاطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تتأسس من أجلها ..

كما تنص المادة 3/2 من القانون 18/12 المتعلق بالمنافسة كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الانتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستراد " أما المادة 03/8 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية الزبون وقمع الغش المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات والخدمات للزبائن .

الفرع الثاني : الإيجاب والقبول الإلكتروني

أولا-الإيجاب الإلكتروني :

يتميز الايجاب الالكتروني عن الايجاب التقليدي في أنه يتم باستخدام وسيط الكتروني من خلال شبكة الإنترنت.[2]

[1] سليمة بن سعيدي حماية المستهلك من الشروط التصفية في عقود الاستهلاك مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية مجامعة الحاج خضر باقة 2014/2013 ، ص 13

[2] لزهر بن سعيد ، المرجع السابق، ص 72 .

فالإيجاب الالكتروني هو : تعبير جازم عن الارادة ، يتم عن بعد عبر تقنيات الاتصال سواء أكانت مسموعة أم مرئية أم كلتيهما ، ويتضمن كافة الشروط والعناصر الاساسية للعقد المراد ابرامه ، بحيث ينعقد به العقد اذا ما تلاقي معه القبول .

وقد عرفته محكمة النقض المصرية الايجاب بأنه " هو العرض الذي يعبر به الشخص الصادر منه على وجه جازم عن ارادته في ابرام عقد معين بحيث اذ اقترن به قبول مطابق انعقد العقد .[1]

كما عرفه التوجيه الأوروبي رقم 7 لسنة 1997 المتعلق بحماية الزبون الايجاب الالكتروني بأنه كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة ، بحيث يستطيع المرسل اليه أن يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان[2] .

وكنتيجة وعلى الرغم من الاختلاف يعرف الايجاب بأنه التعبير البات الصادر من أحد المتعاقدين والموجه الى الطرف الآخر بقصد احداث اثر قانوني ، أي ابرام العقد ، ويعرفه البعض اعراب عن الإرادة صريح أو ضمني به يعرض شخص على اخر عدة أشخاص آخرين معينين أو غير معينين ابرام عقد بشروط معينة .[3]

ومن خلال التعاريف السابقة يتبين لنا مجوعة من الشروط والخصائص للإيجاب الالكتروني وهي :

أ : شروط الايجاب الالكتروني :

1- أن يكون محددا وواضحا :

[1] خالد ممدوح إبراهيم ، المرجع سابق ، ص 316

[2] محمود عبد الرحيم الشريفات، التراضي في التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة) ط 1 ، د دن عمان 2005، ص116

[3] مرجع سابق، ص119

يجب أن يكون العرض الذي يقدمه الموجب محددا وواضحا ، أي لا يشوبه أي لبس أو غموض ، ويكون كذلك اذا استعمل الموجب عبارات واضحة الدلالة في التعبير عما يريده ويكون الايجاب محددا وواضحا اذا تضمن العناصر الجوهرية للعقد المراد ابرامه ، وتتوقف العناصر التي يجب تحديدها بطبيعة الحال على نوع العقد المراد ابرامه ، فاذا كان العقد عقد بيع يجب أن يتضمن الايجاب بيان الموقع التجاري الذي يعرض المبيع ، مع بيان الشيء المبيع من حيث مقداره ونوعه وكميته وثمنه والطريقة التي يتم أداء الثمن بها وغيرها من المسائل التي يعدها صاحب الموقع ضرورية .[1]

2-يجب أن يكون الايجاب باتا :

يجب أن يكون التعبير عن الإرادة عبر الوسيط باتا ، أي لا رجعة فيه من قبل الموجب ، فاذا أعد الموجب الايجاب وطرحه على الزبائن لا يجوز له أن يرجع فيه ، بحيث اذا لقي قبولا من أحد المستهلكين العقد العقد فلا يجوز أن يكون معلقا على شرط أو أمر معين كما يجب أن يكون جازما يعبر عن ارادة مصممة وعازمة على ابرام العقد اذا صادف قبولا.

ب : خصائص الايجاب الالكتروني :

يتميز الايجاب الالكتروني بمجموعة من الخصائص في استعمال وسيلة مسموعة مرئية واهم هي الخصائص هي :

1- الايجاب الالكتروني يتم عبر وسيط الكتروني : يتطلب الايجاب الالكتروني وجود وسيط إلكتروني وهو ما يطلق عليه مقدم خدمة الانترنت، فالإيجاب يتم من خلال الشبكة، وباستخدام وسيلة مسموعة مرئية ، وبالتالي فان الوجود الفعلي لايجاب يكون منذ اللحظة التي يتم فيها

[1] لزهر بن سعيد، مرجع سابق ، ص 318

اطلاق الايجاب من خلال شبكة الانترنت وليس ما يحول دون أن يكون الموجب هو نفسه مقدم خدمة الانترنت .

2-الايجاب الالكتروني يتم عن بعد : نظرا لان العقد الالكتروني ينتمي الى طائفة العقود عن بعد ومن ثم فان الايجاب الالكتروني ينتمي الى تلك الطائفة ، ولم كان الايجاب الالكتروني ايجابا عن بعد ، فهو يخضع للقواعد الخاصة بحماية الزبون في العقود المبرمة عن بعد ، والتي تفرض على المهني أو المورد مجموعة من القيود والواجبات التي يلتزم بها تجاه الزبون الالكتروني والتي منها ، تزويد الزبائن بمعلومات شخصية التاجر وعنوانه والمركز الرئيسي له وعنوان البريد الالكتروني والخصائص الأساسية لمنتجات والخدمات المعروضة وأوصافها وأثمانها ووسائل الدفع أو السداد ، وطريقة التسليم ، وخيار الزبون في الرجوع في التعاقد وإعادة اخطار وخدمة ما بعد البيع ومدة الضمان .[1]

3- الايجاب الالكتروني يكون في الغالب ايجابا دوليا

يتم الايجاب الالكتروني باستخدام وسائط إلكترونية وعبر شبكة دولية للاتصالات والمعلومات لذلك فهو لا يتقيد بحدود الدول السياسية والجغرافية ويكون الايجاب الالكتروني تبعا لذلك ايجابا دوليا نظرا لما تتسم به شبكة الانترنت من الانفتاح والعالمية. وقد أجاز العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الالكترونية تحديد المنطقة الجغرافية التي يغطيها الايجاب أو تلك التي يغطيها تنفيذ العقد[2] .

ثانيا : " القبول الالكتروني

[1] خالد ممدوح إبراهيم ابرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 322

[2] ماجد سليمان أبا الخيل ، العقد الالكتروني ، ط 1 ، مكتبة الرشد، ناشرون المملكة السعودية الرياض ، 2009 ص 44 .

لا يكفي لابرام العقود وجود الايجاب وحده ، فلا بد أن تقابله ارادة عقدية أخرى تتضمن قبولا لهذا الايجاب مطابقا له من المتعاقد الآخر .[1]

يعرف القبول بأنه " التعبير عن رضا الموجب له بإبرام العقد بالشروط التي عينها الموجب

القبول في العقد الالكتروني يتم من خلال وسائط الكترونية عبر شبكة الانترنت فهو قبول عن بعد، ما عدى ذلك فهو لا يختلف عن القبول العادي من حيث القواعد والأحكام ، وقد عرفه قانون الاونسترال النموذجي المحلق العاشر المشروع عقد نموذجي في شأن المعاملات الالكترونية بأنه يعتبر القبول مقبولا اذا استلم مرسل هذا الايجاب قبولا غير مشروط للإيجاب من خلال التوقيت المحدد، وفي الغالب يصدر القبول الالكتروني من الزبون ويتم عن بعد وعبر وسيط الكتروني ويكون الايجاب مطابقا .

ويجب التعبير لطرفي العقد عن تعبير عن ارادتهما عن القبول وذلك بعد توفر مجموعة من الشروط كمايلي :

أ: شروط القبول الالكتروني :

1-أن يكون مطابقا للإيجاب: يجب أن يكون القبول مطابقا للإيجاب أون يطابق العناصر الجوهرية التي يتضمنها الايجاب ، أما اذا عدل القبول هذه العناصر فلا ينعقد العقد لانهما يكونا بصدد ايجاب جديد وهذا عملا بأحكام المادة 66 ق م ج.

2-أن يكون صريحا : طبقا للقواعد العامة ، فالتعبير عن الارادة يكون باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفا ، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع شك في دلالته على مقصود صاحبه

[1] خالد ممدوح ابراهيم – مرجع سابق ص 323

كما يجوز أن يكون التعبير عن الارادة ضمنيا اذا لم ينص القانون أو يتفق الطرفان على أن يكون صريحا .[1]

3-أن يكون واضحا وحرا : ويكون القبول واضحا اذا اشتمل على عدد من البيانات التي عثرت بهوية الزبون ، كما يكون حرا اذا أقدم الزبون على قبول العرض دون ضغط أو إكراه فالزبون حر في قبول الايجاب أو رفضه لأن الشخص حر في التعاقد كيف يشاء مادام لا يخالف النظام العام والآداب العامة[2] .

ب : طرق التعبير عن القبول الالكتروني

القبول الالكتروني يتم التعبير عنه من خلال وسيلة الكترونية ، وتتعد مظاهر هذا القبول في التعاملات الالكترونية من خلال الضغط على مفاتيح الموافقة أو القبول ، ويتضمن نموذج العقد خانات تحتوي على عبارات تفيد بقبول (نعم) أو رفضه (لا) ويتم القبول بمجرد قيام المرسل اليه بالضغط على مفتاح القبول بالحاسب الالي ، او بالضغط بالمؤشر على الخانة المحددة للقبول بالعقد ، ومن طرق القبول الالكتروني أيضا النقر مرة واحدة بالموفقة سامبل كليك ، على العلامة الخاصة بذلك – الايقونة. Icon حيث نجد عبارة "أنا موافق " وتستخدم مواقع الويب التي تتعامل باللغة الفرنسية في الغالب عبارات تدل على الموافقة مثل عبارة "أكسبت اوفر " أو " "داكور"، اما مواقع الويب باللغة الإنجليزية فتستخدم عبارة "لاخج"، "أوكي" . [3]

والأصل أن من وجه اليه الايجاب لا يعد سكوته قبولا أما بالنسبة لحالة السكوت الملابس فانه لابد من توجد حالاته خاص بخصوص القبول عن طريق الانترنت ، ويتكون التعبير عن الارادة بوجود الكتابة ولكن قد تثور صعوبة عن غياب الدليل الكتابي ، وقد يثور التساؤل حول

[1] خالد ممدوح ابراهيم ، مرجع سابق ص 343

[2] بن جامع مليكة ، حماية المستهلك المعلوماتي ، أطروحة لنيل درجة الدكتورة في العلوم القانونية ، تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة الجيلاني البابس سيدي بلعباس 2017/2018 ص 76

[3] خالد ممدوح ابراهيم ، مرجع سابق ص 346

ما اذا كان مجرد ملابسة من وجه اليه الايجاب لأيقونة (القبول أو الضغط عليها بعد كافيا لتعبير عن القبول .

وممارسة الزبون لحقه في العدول قد لا يجدي نفعا من الناحية العملية في بعض الحالات مثل عقود برامج الحاسب ، وذلك اذا تم ارسالها بالبريد العادي وقام العميل بفض الاختام ونزع الغلاف أو ارسالها الكترونيا الى ذاكرة الحاسب الآلي بالمستخدم.[1]

المطلب الثاني : تفعيل حق الزبون الإلكتروني من التعسف

ان عدم التلائم والتفاوت في المراكز بين أطراف العلاقة التعاقدية في مجال التجارة الالكترونية في ظل التطور السريع للحياة التجارية والاقتصادية وذلك بسيطرة الطرف القوي بمليء شروطه بالصورة التي تحقق أهدافه وتخدم مصالحه على حساب الطرف الضعيف الزبون لعدم كفاءة هذا الاخير ودرايته الكافية في ضوء التعقيدات التكنولوجية التي تتطلب الفطنة وهذا وما يطلق عليه بالتعسف لذ عملت التشريعات على تفعيل مواجهة الشروط التعسفية وحماية الزبون ضدها ولذلك سنتطرق في هذا المطلب في مفهوم الشروط التعسفية ومعايير تحديدها في الفرع الأول الحماية المدنية للزبون الالكتروني من الشروط التعسفية من خلال القواعد العامة ومن خلال القواعد الخاصة في الفرع الثاني .

[1] خالد ممدوح ابراهيم ، مرجع سابق ص 346

الفرع الأول : مفهوم الشروط التعسفية

أولا : المعنى الفقهي والتشريعي للشرط التعسفي

أ-التعريف الفقهي :

يرى الفقه بأنه يعتبر تعسفا " الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف الاكثر قوة ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة عن الطرف الآخر ، ويمكن ان يعتبر تعسفيا تطبيقا لذلك شروط الاعفاء من المسؤولية المحددة لها ، وكذا الشروط الجزائية أو انه في العقد المبرم بين الزبون والمهني والمحرر مسبقا من طرف هذا الأخير ، ويعتبر الشرط تعسفيا عندما يؤدي الى عدم التوازن في حقوق والتزامات الاطراف بالنظر للميزة المقتصرة على المهني[1] .

ب- التعريف التشريعي

حيث عرفه المشرع الفرنسي بمقتضى القانون 96/95 الصادر في أول فبراير لسنة 1995، ثم تعديل نص المادة 132 فقرة 1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي والتي جاء فيها أنه :" في العقود المبرمة بين المهنين وغير المهنين أو الزبائن تعتبر تعسفية ، الشروط التي من شأنها أن تنشئ ضد مصلحة غير المهني أو الزبون تفاوتا ظاهرا بين حقوق والتزامات طرفي العقد .[2]

كما عرفه التشريع الجزائري في قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أمر تعريف الشرط التعسفي ، اذ جاء النص عليه في الفقرة الخامسة من المادة 3 كما يلي " شرط تعسفي": كل بند أو شرط بفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الاخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد .

[1] اسماعيل قطاف، العقود الالكترونية وحماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع قانون ومسؤولية كلية الحقوق ، جامعة الجزائر ،2006،ص 86

[2] ابراهيم عبد العزيز داود ، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية ، ده ، دار الجامعة الجديدة، الأرابطة الاسكندرية 2014 ص 111

كما أننا نلاحظ أن المادة 29 و 30 من نفس القانون تضمنت هي أيضا حماية الزبون من الشروط التعسفية بحيث المادة 29 حددت الشروط التعسفية " تعتبر بنودا وشروطا تعسفية .

كما اشارت الى حمايته بحيث نصت 30 من نفس القانون 5 بهدف حماية مصالح الزبون وحقوقه يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض التي تعتبر تعسفية .[1]

ثانيا : معايير تحديد الشروط التعسفية

لكي يعتبر الشرط تعسفيا يستوجب توفر شرطان ومها كما يلي :

1- معيار تعسف النفوذ الاقتصادي للمهني :

وقد مثل في معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية سببا هاما يقوم عليه تحديد مدى تعسفية الشرط ، اذ يفترض أن يتمتع المهني بوضعية اقتصادية معينة حينما يتعاقد مع الزبائن يستغلها للحصول على الميزة التي يصبو اليها عن طريق فرض الشروط التعاقدية بالطريقة التي يريد ، نظرا لتمتعه بمركز قوي من الناحية الاقتصادية ، وهي تلك المكانة التي الهامة التي يحظى بها المهني في السوق والتي تخول له أن يكون ذا نفوذ وهيبة مما يجعله معرفا في السوق ما يترتب عنه وضعية الهيمنة ، ذلك أن القوة الاقتصادية ووضعية الهيمنة وجهان لعملة واحدة .

[1] بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التصفية في عقود الاستهلاك مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية كلية الحقوق جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي 2011/2012 ص 54

2- معيار الميزة المفرطة التي يحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد :

تعتبر الميزة المفرطة التي يحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد عنصرا موضوعيا يتعلق بتوفير مزايا مبالغ فيها للمهني كيفما كان نوع هذه المزايا .[1]

3-معيار الاخلال الظاهر بالتوازن العقدي:

يرى البعض في هذا الصدد أن المعيار الجديد ليس سوى ترديدا لمعيار الميزة المفرطة أي أن مفهوم معيار الاخلال الظاهر بالتوازن هو نفسه معيار الميزة المفرطة من حيث الموضوع ، على أن الاختلاف يكمن فقط في التسمية .

الفرع الثاني : إجراءات ممارسة الحق في مواجهة الشروط التعسفية أ ولا ابطال الشروط التعسفية

يجوز للزبائن بموجب المادة 110 ق م ج "، أن يلجأ الى القضاء للمطالبة بتعديل الشروط التعسفية الواردة في عقد من العقود أو بإعفائه منها كليا على نحو ما تقضي بع العدالة مادام القانون منح القاضي ارادة قوية يحتمي بها المستهلك من الشروط التعسفية التي تفرضه عليها شركات الاحتكار والمحترفين .[2]

ولقد انتقد بعض الفقه الموسع في حماية الطرف المذعن على هذا النحو ، ذلك لأن السلطات الممنوحة للقاضي بموجب المادة 110 ق م ، تتجاوز السلطة الثابتة للقضاء عند تفسير العقود والتي تقتضي وفقا للقواعد العامة على مجرد التفسير دون أي تدخل باجراء التعديلات على الشروط التعاقدية ومن باب أولى التدخل لإهدار الشرط كلية ، ومن هذا

[1] الصادق عبد القادر، حماية المستهلك من الشروط التعسفية (دراسة مقارنة) ، مجلة آفاق المجلد 11 ع 01، جامعة أدرار 2019، ص 45

[2] عياض محمد عماد الدين ، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية (دراسة على ضوء 02/04) مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة قاصدي مرباح 2006 ص 174 [2]

المنطلق أجاز المشرع للزبون اللجوء للمطالبة 4 بتعديل الشروط التعسفية المفروضة من قبل المهني .

وكما أن المشرع خول السلطة التقديرية للقاضي في تفسير الشك لمصلحة المدين سواء كان دائنا او مدينا وهو نفس الحكم الذي تبناه المشرع الفرنسي بمقتضى المادة 211/1 من قانون الاستهلاك حين نص على أن تفسر عبارات العقد بالمعنى الاكثر ملائمة للزبون .

فتنص المادة 112 من ق م ج على أنه : " يؤول الشك في مصلحة المدين ، ومن ذلك أن قاعدة الشك يفسر لمصلحة المدين هو أمر طبيعي في عقود الاستهلاك نتيجة لضرورة حماية الزبون في مواجهة الشروط التعسفية نتيجة لضعفه من الجانبين المعرفي والاقتصادي فأولى بالاعتبار أن يكون الدائن بالشرط هو المهني ، والمدين بالشرط هو الزبون[1] وهو الذي يجب أن يفسر الغموض لصالحه كما يعد حسن النية من القواعد الاساسية في التشريعات الحديثة عموما والقديمة ، ومن الممكن الاستعانة بتطبيقاته المتنوعة في استخلاص الحلول المناسبة في مختلف مراحل العقد ، حيث تفرض على طرفي العلاقة التعاقدية توجيه ارادتيهما بطريقة تتفق وما توجيه هذه القاعدة.

ثانيا – انشاء لجنة البنود التعسفية " ضد الشروط التعسفية

اتبع المشرع الجزائري نهج المشرع الفرنسي وأنشأ لجنة البنود التعسفية فنص عليها في المادة 6 من المرسوم 06-306 المعدل والمتمم وعرفها بأنها : لجنة ذات طابع استشاري تنشأ لدى الوزير المكلف بالتجارة وهذه اللجنة تقوم باعداد نظامها الأساسي الذي يصادق عليه من الوزير المكلف بالتجارة.

فدور اللجنة يظهر من خلال المادة 7 من المرسوم السابق ذكره ، فعمل اللجنة يتضمن أساسا البحث والتحري عما اذا كانت نمادج العقود التي يعرضها المهنيون على المستهلكين

[1] الصادق عبد القادر، المرجع السابق، ص 47

وكذا العقود التي يتم ابرامها تتضمن شروط ذات طابع تعسفي واذا تبين لها ذلك لها أن تصوغ توصيات الى الوزير المكلف بالتجارة وكذا المؤسسات المعنية[1] .

كما أضافت المادة 12 من نفس المرسوم ، أن على اللجنة اعداد تقرير نشاط كل سنة يبلغ الى الوزير المكلف بالتجارة وينشر كليا أو مستخرجات منه بكل وسيلة ملائمة ، ويتضمن التقرير كل الدراسات والخبرات التي قامت بها وكذلك كل التوصيات بها التي أرسلت الى الوزير المكلف بالتجارة والى المؤسسات المعنية حول الطابع التعسفي لبعض العقود .

تنعقد اللجنة بصورة دورية من أجل بحث وتحليل الشروط المجحفة والتي تجبر على قبوها الزبون كطرف الضعيف، وعلى ذلك اذا تيقنت اللجنة أن هذه الشروط المفروضة على الزبون تحمل الصفة التعسفية ، فإنها تقوم بإصدار توصية بتعديل هذه الشروط أو بإلغائها بالشكل الذي يضمن إعادة التوازن والتكافؤ بين الزبون والتاجر.[2]

ثالثا – انشاء جمعيات حماية الزبون ضد الشروط التعسفية

تعرف بأنها جمعيات مدنية تابعة لحقوق الانسان وهي لا تهدف الى تحقيق الربح وانما تهدف الى توحيد الجهود والخبرة لتوفير وسائل الدفاع عن مصالح الزبائن وتتبع في دفاعها عن الزبائن عدة طرق من أهمها التوعية والدعاية المضادة والامتناع عن الشراء والامتناع عن الدفع.[3]

[1] مولود بغدادي ، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر ، بن عكنون 2014، ص 122

[2] مرجع سابق ، ص 123

[3] صولية شرقي، حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التصفية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2017/2018 ص 77

خلاصة الفصل :

حماية الزبون الإلكتروني تركز أثناء إنشاء العقد على ضمان وعي الزبون الكامل وإرادته الحرة قبل إبرام أي اتفاق عبر الإنترنت. تهدف هذه الحماية إلى التغلب على التحديات الخاصة التي تفرضها البيئة الرقمية، مثل غياب الاتصال المباشر والكم الهائل من المعلومات لذا تُشدد التشريعات على إلزام المورد بتوفير معلومات واضحة، شاملة، ومفهومة عن كل جوانب العرض يجب أن تتضمن هذه المعلومات هوية المورد وبيانات الاتصال به الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة، السعر الإجمالي شاملًا كل الرسوم والضرائب، شروط الدفع والتسليم، وتكاليف الشحن إن وجدت.

كما تُعتبر إمكانية تصحيح الأخطاء قبل إتمام الطلب حقًا أساسيًا للزبون، حيث يجب أن يوفر الموقع الإلكتروني آلية سهلة وواضحة للزبون لمراجعة وتعديل بياناته أو طلبه قبل التأكيد النهائي بالإضافة إلى ذلك، تُعالج هذه المرحلة مسألة موافقة الزبون الواعية والصريحة، والتي لا يمكن أن تُستنتج ضمنًا فغالبًا ما يُطلب من الزبون النقر على "أوافق" أو "قبول" بعد الاطلاع على الشروط والأحكام، مما يُعدّ تعبيرًا صريحًا عن إرادته. تضمن هذه الإجراءات مجتمعة أن يكون الزبون على دراية تامة بما يُقدم عليه، وأن قراره بالتعاقد مبني على أساس سليم ومعلومات كافية، مما يقلل من احتمالية الوقوع في أخطاء أو عمليات احتيال.

الفصل الثاني :

حماية الزبون خلال تنفيذ الإلتزام

يعد إبرام العقد الإلكتروني تبدأ مرحلة تنفيذ الالتزامات التي اتفق عليها الطرفان، وهي مرحلة مهمة جدًا بالنسبة للزبون، لا سيما في العقود الإلكترونية التي يكون فيها الطرف الأضعف من حيث المعرفة التقنية والقدرة على التفاوض.

ومهما تعددت الآليات القانونية لحماية للزبون الإلكتروني، فإنه يبقى بحاجة إلى تلك الحماية بكامل عناصرها، كما كان في مرحلة ما قبل التعاقد، فإنه يظل كذلك في مرحلة تنفيذ العقد، التي تعَد أكثر حساسية، بالنظر إلى ما قد يترتب عليها من آثار مباشرة على مصالحه المالية أو الشخصية.[1]

[1] جهاد محمود عبد المبدي، التراضي في تكوين عقود التجارة الالكترونية، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، الطبعة الأولى، 2016 ، ص 62- 63

المبحث الأول : حق الزبون الالكتروني في الضمان

إن من التحديات التي تتعلق بحقوق الزبون، حقه في الضمان ففي ظل غياب المعاينة المادية للمنتج، وارتكازه على أوصاف تقنية وصور رقمية، بات المستهلك الإلكتروني أكثر عرضة للمخاطر المرتبطة بالعيوب الخفية أو بعدم مطابقة المنتج لما تم الاتفاق عليه. ولهذا يلتزم المزود، في عقود البيع الإلكترونية، بنقل ملكية المبيع إلى الزبون، ويشترط لانتقال الملكية أن يكون المبيع معينًا بالذات، ومملوكًا للبائع، وألا يُعلّق القانون أو الاتفاق انتقال الملكية على القيام بعمل معين. كما يلتزم المزود أيضًا بضمان العيوب الخفية التي لا يستطيع الزبون اكتشافها عند التعاقد، وضمان التعرض والاستحقاق.[1]

[1] عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، الأطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، القانون، فلسطين، 2000، ص 107.

المطلب الأول : الالتزام بضمان العيوب الخفية

يعد الالتزام بضمان العيوب الخفية من أهم الضمانات التي تحمي الزبون الإلكتروني خصوصًا في ظل محدودية قدرته على فحص المنتج قبل إبرام العقد حيث إن وجد عيب في المبيع فإنه يحول دون انتفاع المشتري به الانتفاع المقصود، ويجب ان يضمن البائع خلو المبيع من العيوب الخفية لذا فإن علم المشتري بالعيب لا يجعل من ذلك العيب خفيا أو إذا كان بإمكانه اكتشافه بسهولة قبل إتمام العقد، وإن إقدام المشتري على الشراء رغم علمه بالعيب بما هو دليل على رضاه بالمبيع بعيوبه[1].

الفرع الأول: شروط قيام الالتزام بضمان العيوب الخفية

لكي يترتب على البائع التزام بضمان العيوب الخفية، لابد أن تتوفر في العيب شروط معينة وبدونها لا يكون في مقدور المشتري الرجوع على البائع بالضمان لأنه لو كان بمقدور المشتري أن يرجع على البائع بأي عيب بصرف النظر عما إذا كان عيبا جسيما أو تافها أدى ذلك الى عدم استقرار المعاملات وإهدار القوة الملزمة للعقد[2]، والمشرع أراد عن طريق الضمان مساعدة المشتري ولم يشأ في الوقت نفسه حماية تسرعه وعدم تبصره. وتتمثل هذه الشروط في ما يلي:

---

[1] غني ريسان جادر الساعدي، معالجات وحلول المسائل في القانون الخاص دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص 315

[2] ميموني مروة، لزرق أم الخير، حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد في التشريع الجزائري، مذكر لنيل شهادة الماستر في الحقوق.قانون الأعمال، أدرار، 2020، ص ص 30- 32

1-أن يكون العيب خفيا:

يكون العيب خفيا عندما لا يكون باستطاعة المشتري تبيينه إذا قام بفحص المبيع بعناية الرجل العادي، بحيث لا يكفي أن يكون العيب غير معلوم للمشتري إذا كان ذلك راجعا إلى إهماله في فحص المبيع و إلى نقص خبرته، فمعيار خفاء المبيع هو معيار موضوعي لا شخصي. حيث يقدرها قاضي الموضوع دون رقابة القضاء عليه شريطة أن يكون خفاء العيب وقت انعقاد العقد إذا كان المبيع معين بالذات، أما إذا كان معينا بالنوع فينظر إلى الخفاء وقت تسليم المشتري للمبيع.[1]

يجب ألا يكون العيب ظاهراً أو سهلاً على الزبون اكتشافه عند الفحص المعتاد للسلعة وقت التسليم. فإذا كان العيب واضحاً، يُفترض أن الزبون قد قبله، يقع عبء إثبات أن العيب كان خفياً على الزبون.

2- أن يكون العيب مؤثرا:

يجب أن يؤثر العيب في استعمال السلعة، بحيث يقلل من قيمتها بشكل جوهري أو يجعلها غير صالحة للغرض الذي أُعدت من أجله ، بعبارة أخرى، لو كان الزبون يعلم بوجود هذا العيب، لما أقدم على الشراء أو لدفع ثمناً أقل بكثير .

[1] جهاد محمود عبد المبدي، المرجع السابق ، ص 43

إن العيب المؤثر الموجب للضمان هو العيب الذي يقع في مادة الشيء المبيع، إذ أنه حسب قواعد القانون المدني هو العيب الذي ينقص من قيمة الشيء أو من الانتفاع به حسب الغاية المقصودة المستفادة مما هو مبين في العقد، أو بما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له بصفة عامة، أي يكون العيب جسيما.

3- أن يكون العيب قديما :

القصد الحقيقي من هذا الشرط هو أن يكون العيب من صلب المبيع و ليس لغيره لذلك يجب أن يكون سابقا على البيع، والمقصود هنا بالبيع التسليم ونقل الملكية للمشتري. حيث أن العيب القديم هو ما كان موجودا في المبيع وقت إبرام العقد أو حدث بعده و لازال في يد البائع قبل التسليم، ويعتبر العيب قديما ولو كان في أول مراحله وقت التسليم بحيث تعذر على المشتري اكتشافه ثم تطور و ظهر العيب في يد المشتري.[1]

يجب أن يكون العيب موجوداً في السلعة وقت انتقال ملكيتها إلى الزبون، حتى لو لم يظهر إلا بعد فترة من الاستخدام. ولا يلتزم البائع بضمان العيوب التي تنشأ بعد التسليم نتيجة لسوء استخدام الزبون أو عوامل خارجية أخرى .

[1] جهاد محمود عبد المبدي، المرجع السابق، ص 74

4-أن يكون العيب غير معلوم للمشتري وقت الشراء:

قد يكون العيب موجودًا عند انعقاد العقد ولكن المشتري ليس لديه علم به، ولكنه يعلم به عند التسليم ولم يقم بالاعتراض، فعندئذ ليس لديه الحق في التمسك بالضمان ضد البائع، ولكي يتحرر البائع من مسؤوليته، عليه أن يثبت أن المشتري كان على علم بالعيب، إذا لم يستطع البائع إثبات ذلك، فيفترض في هذه الحالة أن المشتري غير مطلع على العيب ويجب على البائع تحمل المسؤولية.

فعلم المشتري بالعيب والسكوت عليه يعد قبولا منه و تنازلا عن حقه في الرجوع بالضمان، فإذا أراد البائع التخلص من الضمان فيقع عليه عبء إثبات أن المشتري كان يعلم به وقت التسليم، وقد يترتب على عليه به دون إخبار المشتري به صدور غش منه أو تدليس، مما ينجم عنه تشديد مسؤوليته، ويعد علما للمشتري بالعيب يسقط حقه في الضمان، لكن سقوط الضمان في هذه الحالة لم يتقرر الانتفاء شرط الخفاء وإنما لتحقق العلم بالعيب مع أنه من الصعب التصديق بقبول المشتري للمبيع المعيب الذي يمكن أن يهدد سلامته حيث يفترض في صفة الزبون عدم العلم.[1]

[1] الحدي يمينة، نجاح العواطف، الالتزام بضمان العيوب الخفية في عقد البيع، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، القانون الجنائي والعلوم الجنائية، الجلفة ،2020، ص 22، 23

الفرع الثاني: آثار الالتزام بضمان العيوب الخفية

يترتب على إخلال البائع بالتزامه بضمان العيوب الخفية للمبيع تمكين المشتري من ممارسة عدد من الخيارات القانونية التي تهدف إلى إعادة التوازن العقدي وحماية مصلحته خاصة في إطار التعاقد الإلكتروني. وتتمثل هذه الآثار في ما يلي:[1]

1- حق الفسخ العقد:

يحق للمشتري في هذه الحالة المطالبة بفسخ عقد البيع وإعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد. أي أن يرد المبيع إلى البائع ويسترد الثمن الذي دفعه كاملاً. ويجب أن يكون العيب مؤثرًا لدرجة تجعل المبيع غير صالح للغرض الذي أعد له أو ينقص من قيمته بشكل كبير، بحيث لو علم به المشتري لما أقدم على الشراء أو لدفع ثمنًا أقل.

2-حق المطالبة بإنقاص الثمن:

إذا كان العيب الخفي لا يصل إلى درجة جسيمة تبرر فسخ العقد، أو إذا فضل المشتري الاحتفاظ بالمبيع رغم العيب، فله الحق في المطالبة بإنقاص جزء من الثمن يتناسب مع النقص في قيمة المبيع بسبب العيب. يتم تقدير هذا النقص عادةً بمعرفة أهل الخبرة.

[1] إبراهيم مضحي أبو هلاله، شريعان سميح آل خطاب، أوجه الحماية القانونية المقررة للمستهلك من عيوب السلعة المباعة في التشريع الأردني، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، المجلد 29، العدد 3، 2021، ص 170 – 179.

إذا اختار المشتري الاحتفاظ بالمبيع رغم العيب، فله أن يطالب بتخفيض الثمن بما يتناسب مع النقص في القيمة أو المنفعة الناتج عن العيب.[1]

3-حق طلب إصلاح عيب السلعة:

الزم قانون حماية الزبون المزود صراحة بتصويب الخلل الذي أدى إلى عيب السلعة شريطة الحصول على موافقة المستهلك الخطية، وبالتالي يكون هذا القانون قد منح المزود فرصة النأي بعقد بيع السلعة عن الفسخ من جانب الزبون إذا كانت السلعة معيبة.[2]

4- حق المستهلك في طلب التعويض:

بالإضافة إلى حق المشتري في الخيار بين الفسخ أو إنقاص الثمن، يحق له أيضًا المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقته نتيجة وجود العيب الخفي، وذلك في حالات معينة:

- إذا كان البائع سيء النية إذا أثبت المشتري أن البائع كان يعلم بوجود العيب الخفي ولم يخبر المشتري به، فإن البائع يعتبر سيء النية، في هذه الحالة، يلتزم البائع بالتعويض عن كافة الأضرار التي لحقت بالمشتري، بما في ذلك الخسارة التي لحقت

[1] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 113

[2] موفق حماد عبد ، التزام البائع المحترف بضمان السلامة دراسة مقارنة، دار السنهوري الطبعة الأولى، لبنان، 2016 ، 54

به والكسب الفائت يشمل ذلك على سبيل المثال لا الحصر، المصاريف التي أنفقها المشتري على المبيع أو الأضرار التي نتجت عن استخدام المبيع المعيب.[1]

- إذا كان العيب ناشئًا عن خطأ جسيم من البائع حتى لو لم يثبت سوء نية البائع بالمعنى الدقيق، إذا كان العيب الخفي ناتجًا عن إهمال جسيم أو خطأ مهني فادح من جانب البائع (خاصة إذا كان البائع محترفًا)، فقد يُلزم بالتعويض عن الأضرار.
- مصاريف دعوى الضمان يحق للمشتري دائمًا المطالبة باسترداد المصاريف التي تكبدها في سبيل رفع دعوى الضمان، مثل أتعاب المحاماة ومصاريف الخبرة القضائية حتى لو لم يكن البائع سيء النية.[2]

المطلب الثاني : الالتزام بضمان السلامة

إن الالتزام بالسلامة أوسع نطاقا من الالتزام بضمان العيوب الخفية، باعتبار أن البائع لا تقوم مسؤوليته عن الإخلال بالالتزام بضمان العيوب الخفية إلا إذا كان المبيع مشوبا بعيب خفي غير ظاهر وقت التسليم، أما إذا طرأ على الشيء المبيع عيب بعد التسليم فلا تقوم مسؤولية البائع، على خلاف الالتزام بالسلامة الذي يغطي حتى العيب الذي يطرأ على المبيع بعد التسليم والذي من شأنه أن يلحق أضرار بشخص المستهلك أو أمواله.

[1] جهاد محمود عبد المبدي، المرجع السابق ، ص 71

[2] المر سهام، المرجع السابق، ص 59

حيث يقصد بضمان السلامة التزام المزود بتسليم منتج خالٍ من أي عيب أو خطر يهدد سلامة المستهلك أو صحته الجسدية أو النفسية، سواء في ظروف الاستعمال العادي أو في الظروف المتوقعة لاستخدام المنتج ويكتسب هذا الالتزام أهمية خاصة في العقود الإلكترونية حيث تغيب المعاينة المادية، ويعتمد المستهلك غالبًا على المعلومات التقنية والصور التي يقدمها المزود ويشمل هذا الالتزام التزامًا قانونيًا وأخلاقيًا يقع على عاتق المزود، بضرورة طرح منتجات آمنة لا تُعرض الزبون للخطر، سواء في حال استخدامها استخدامًا عاديًا أو متوقعًا.[1]

الفرع الأول: نطاق الالتزام بضمان السلامة

الالتزام بضمان السلامة من الالتزامات الجوهرية التي على المهني احترامها ، لأنه بات من الضروري أن يعرف الزبون مخاطر السلع والخدمات التي يمكن أن تمس بسلامته بطريقة مباشرة او غير مباشرة، وصعوبة إثبات الضرر بناءا على العلاقة التعاقدية القائمة بين الزبون والمهني.

يعد الالتزام بالسلامة من ادق الالتزامات التي يجب الرجوع فيه الى ارادة المتعاقدين عن طريق التفسير الموسع للعقد، أو حتى دون النص عليه صراحة في بنود العقد. وقد تبنى المشرع الجزائري حماية الأفراد بإقراره مبدأ الالتزام بضمان السلامة، سواء استنادا إلى

[1]إبراهيم مضحي أبو هلاله، شريعان سميح آل خطاب، المرجع السابق، ص 185

المسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية، وهو التزام ذو طبيعة خاصة وفقا لما نصت عليه المادة 140 مكرر من القانون المدني، وتتمثل في أنه متى لحق شخص ضرر بسبب عيب في المنتوج لزم المتدخل التعويض، ويستند الالتزام بضمان السلامة لقواعد المسؤولية التقصيرية إذا لم توجد علاقة تعاقدية مباشرة، كما وسع المشرع في أنواع المنتجات التي تهدد الالتزام بالسلامة باختلاف مصادر المنتجات واعتبر المشرع هذه المسؤولية مسؤولية موضوعية مبنية على أساس الضرر وليس لها علاقة بالخطأ ، وبذلك يكون قد وسع من فرص الزبون في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتوجات والخدمات، وعلى المدين ان يحرص على تقديم سلعة او خدمة دون المساس بسلامة الزبون.[1]

حيث ان هذا الالتزام يقوم على سيطرة المدين على الأدوات والأشخاص والعوامل المرتبطة بتنفيذ العقد بهدف منع إلحاق أي ضرر بالدائن وتتمثل هذه السيطرة في حسن استخدام الأدوات والتأكد من سلامتها وصلاحيتها، فمثلا برز قرار لمجلس الدولة الجزائري مسؤولية مستشفى في إصابة مريض بعد عملية جراحية بسبب استخدام صفيحة ملوثة، مؤكدًا أن عدم فحص الأدوات الطبية يشكل خطأ يستوجب التعويض. كما يُفرض على المدين توقع الحوادث المحتملة واتخاذ تدابير فعالة لمنع وقوعها، ولا يُعفى من المسؤولية إلا

[1] بطيمي حسين، غزالي نصيرة، طبيعة وأساس الالتزام بضمان السلامة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد الثالث، الأغواط، 2017، ص 65 .

إذا أثبت أن الحادث كان غير متوقع أو لا يمكن دفعه. ويُعتبر التقصير في اتخاذ الاحتياطات الكافية دليلاً على الإخلال بالالتزام بضمان السلامة، وأما في حالة تعذر منع الحادث، يجب على المدين اتخاذ الإجراءات اللازمة لتقليل آثاره، وتُشدد القوانين على ضرورة توفير منتجات آمنة للزبائن مع توضيح شروط الاستعمال والمخاطر المحتملة، كما أن تقصير الدائن في اتباع التعليمات قد يُخفف أو يُسقط مسؤولية المدين، وفقًا لما نصت عليه المادة 177 من القانون المدني.[1]

الفرع الثاني: الآثار القانونية للإخلال بضمان السلامة

يترتب على إخلال المزود بالتزامه بضمان السلامة آثار قانونية متعددة تهدف إلى حماية الزبون ورفع الضرر عنه. وتختلف هذه الآثار باختلاف طبيعة الإخلال ونوع الضرر الواقع.[2]

1- الالتزام بضمان السلامة هو التزام ببذل عناية:

الالتزام ببذل عناية هو التزام يقوم فيه المدين ببذل جهد معين دون ضمان تحقيق نتيجة، ويُقاس هذا السلوك بحسب معيار الرجل المعتاد أو المحترف وفقًا لمهاراته. ويرى جانب من الفقه أن الالتزام بضمان السلامة يُعد التزامًا ببذل عناية، مما يعني أن مسؤولية

[1] مواقي بناني أحمد، الالتزام بضمان السلامة المفهوم المضمون، أساس المسؤولية، مجلة المفكر، باتنة، العدد 10 ، ص 417 - 420

[2] فازية واعمر، سامية خواثرة، الالتزام بضمان السلامة في العقد الالكتروني، مجلة الفكر القانوني والسياسي،المجلد 5، العدد 2، بومرداس، 2021، ص 290-292

البائع المحترف تُرتبط بإثبات خطئه، ولا يكفي إثبات الضرر وحده، بل يجب على الزبون إثبات وجود عيب أو خلل في المنتج أدى إلى الضرر، كما أكدت ذلك محكمة النقض الفرنسية.[1]

2-الالتزام بضمان السلامة هو التزام بتحقيق نتيجة:

إن الالتزام بتحقيق نتيجة أو غاية أو الالتزام المعين في العقد ، هو الذي يكون محددا تحديدا تاما، أي أن المدين ملزم بتحقيق الغاية المحددة في العقد، مهما كانت الوسائل التي استعملها لكي يقال أنه نفذ التزامه، وإن القول أن الالتزام بضمان السلامة هو التزام بتحقيق نتيجة مؤداه أن وقوع الحادثة أي حصول حريق أو انفجار قارورة غاز ... الخ وما يصطحبه من ضرر للزبون كافيا لقيام مسؤولية المنتج، أي أن عدم تنفيذ الالتزام يستنتج من مجرد حصول الحادثة الضارة . ولا تنتفي مسؤولية المنتج إلا بإقامة الدليل على السبب الأجنبي والمتمثل أما في القوة القاهرة أو فعل الغير، ولكن كل من الفقه والقضاء يتفقان على استبعاد هذه النتيجة، لما فيها من إرهاق الجانب المنتج. فمجرد إثبات الضرر الذي يمثل اعتداء على السلامة لا يكفي لإثبات عدم تنفيذ الالتزام[2] ، بل يقع على عاتق المشتري عبء إثبات الصفة الخطرة في المبيع، أي إثبات العيب أو الخلل في التصنيع الذي أدى إلى وقوع الضرر، ولقد حدد مفهوم وسط بين الالتزام بالسلامة والالتزام بتحقيق نتيجة رغم اختلاف كل

[1] إبراهيم مضحي أبو هلاله، المرجع السابق ، ص 187

[2] المر الهام ، المرجع سابق، ص 97- 98

منهما، وهو الالتزام بسلامة النتيجة، حيث إن الطبيب باعتباره محترف ملزم تجاه مريضه فيما يتعلق بضحايا العدوى داخل المستشفى بالتزام بسلامة النتيجة، فلا يمكن التحرر منها إلا بإثبات السبب الأجنبي.

أي أن الالتزام بضمان السلامة هو التزام بتحقيق نتيجة، يتمثل في توفير الأمان المتوقع في المنتجات، ويترتب عليه تعويض الضرر بغض النظر عن علم البائع بالعيب من عدمه ويعزى هذا الرأي لعدة أسباب، أهمها أن اعتبار الالتزام مجرد بذل عناية يفرغه من مضمونه ويفقده جدواه، إذ إن بذل العناية مطلوب في كل التزام، سواء تعلق بضمان السلامة أم لا كما أن ذلك يؤدي إلى اختلاف في الأحكام القانونية بين المسؤولية عن الأضرار الناتجة عن الأشياء غير الحية، التي تقوم بمجرد إثبات تدخل الشيء في إحداث الضرر وبين المسؤولية عن ضمان السلامة. ويؤيد هذا الاتجاه موقف القضاء الفرنسي، الذي لا يُعفي البائع من المسؤولية إلا إذا أثبت أداءه الكامل لواجب الإفضاء[1].

3-الالتزام بضمان السلامة ذو طبيعة خاصة:

يرجع الاختلاف حول طبيعة الالتزام بضمان السلامة إلى اختلاف العقود التي ينشأ فيها هذا الالتزام ففي بعض العقود، يُعد التزامًا ببذل عناية، كما في التزام الطبيب عند علاج

[1] القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، منشور في الجريدة عدد 15،الصادرة في 08-03-2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 2018،جريدة رسمية العدد 35 ، الصادرة في 2018/06/13

المريض، حيث تقاس العناية وفقا للمعايير العلمية المستقرة. لكن في حالات خاصة كالجراحة التجميلية، يُصبح التزامًا بتحقيق نتيجة وكذلك في عقد النقل يلتزم الناقل بتحقيق نتيجة وهي إيصال الراكب سالمًا.[1]

ويرى البعض أن الالتزام بتحقيق نتيجة هو ما يعطي لضمان السلامة جدواه، لأنه يقدم معيارًا دقيقًا لطبيعته. ويستند هذا الاتجاه إلى تفسير قضائي يشبه البائع المحترف بمن يعلم بعيوب المبيع، فيكون ملزمًا بضمان تحقق الأمان المنتظر من المنتج. وبالتالي، لا يكفي أن يثبت البائع بذله للعناية اللازمة، بل تقوم مسؤوليته بمجرد وجود عيب تسبب في ضرر للزبون، بغض النظر عن علمه أو جهله أو حتى استحالة علمه بالعيب.[2]

المبحث الثاني : حماية الزبون ضد مخاطر الوفاء الالكتروني

أصبح الوفاء الإلكتروني أحد الركائز الأساسية في المعاملات الحديثة، لما يوفّره من سرعة وسهولة في إنجاز العمليات المالية. غير أن ذلك لم يُعفِ الزبون من التعرض لعدة تهديدات، من أبرزها ما يتعلق بسرية البيانات، واحتمال التعرض للاحتيال أو القرصنة الإلكترونية، كما أن كثيرًا من المستخدمين يفتقرون إلى الإلمام بالجوانب القانونية والتقنية اللازمة.

[1] غني ريسان جادر الساعدي، المرجع السابق، ص 325

[2] إبراهيم مضحي أبو هلاله، المرجع السابق ، ص 194

واعتبر الوفاء الإلكتروني من أكبر التحديات التي تواجه مختلف الدول، بما فيها الجزائر، في مجال التجارة الإلكترونية، لأنه يتطلب منظومة تشريعية متجددة، ونظاما بنكيا وماليا متطورا، لأن امتداده لا ينحصر داخل الدولة فقط، بل يتعدى إلى أي منطقة في العالم.[1]

المطلب الأول: حماية الزبون ضد المخاطر

يعدّ الوفاء الإلكتروني من أهم مراحل تنفيذ العقد في البيئة الرقمية، لكنه قد ينطوي على مخاطر قانونية وتقنية يمكن أن تضر بمصالح الزبون وتتمثل هذه المخاطر في فقدان السيطرة على البيانات المالية، أو التعرض للاحتيال الإلكتروني، أو اختراق المعلومات الحساسة، خاصة مع غياب بيئة رقمية آمنة بالكامل.[2]

الفرع الأول: المخاطر القانونية والتقنية

يواجه الزبون في بيئة الوفاء الإلكتروني تحديات قانونية وتقنية متعددة، تؤثر على حقوقه وسلامة معاملاته. نذكرها فيما يلي:

[1] قادري عبد المجيد، الوفاء الإلكتروني، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسات، المجلد 52، العدد 2،عنابة، 2015، ص497 .

[2] حوالف عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العلوم الإقتصادية و القانونية، العدد 15، 2016، ص 128.

أولاً: المخاطر القانونية:

1- صعوبة الإثبات في النزاعات الإلكترونية على الرغم من وجود قوانين للتوقيع الإلكتروني، إلا أن هناك تحديات في إثبات حجية التوقيعات والعقود الإلكترونية في بعض النزاعات، خاصةً في حالة الاختراقات أو التلاعب بالبيانات. قد يواجه الزبون صعوبة في إثبات أن عملية دفع معينة لم تتم بإرادته أو أنها تعرضت للاحتيال ، أي في حال حدوث نزاع، قد يجد الزبون صعوبة في إثبات تنفيذ العقد أو الإخلال به، نظرًا لاعتماد التعاقد على وسائل إلكترونية قد لا تترك أثرًا ملموسًا.[1]

2- غياب تنظيم قانوني فعال و تفتقر بعض الدول إلى تشريعات شاملة وموحدة تنظم الوفاء الإلكتروني بشكل كامل، مما يترك فجوات قانونية قد يستغلها المحتالون. كما أن اختلاف القوانين بين الدول قد يعقد مسألة الولاية القضائية وتطبيق القانون الواجب التطبيق في النزاعات العابرة للحدود حيث تبرم بعض العقود عبر منصات غير موثوقة أو غير خاضعة لتنظيم قانوني دقيق، مما يعرض الزبون لشروط مجحفة أو استغلال دون إدراك كافٍ.

[1] نرمين أبو بكر محمد ، الإلتزام بضمان السلامة في عقد الحضانة (دراسة تحليلية مقارنة في القانون المدني، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2014، ص 63

3-نقص التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية حيث لا تزال العديد من الدول تفتقر إلى تشريعات متكاملة تنظم التجارة الإلكترونية وتحمي حقوق الزبائن، مما يتركهم عرضة للمخاطر القانونية دون حماية كافية.[1]

ثانيًا: المخاطر التقنية:

1- القرصنة وسرقة البيانات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مثل بطاقات الائتمان والمحافظ الرقمية يعرض الزبون لمخاطر القرصنة وسرقة البيانات، خاصة إذا لم تكن المنصة مؤمنة بشكل كافٍ.

2-انتحال الهوية والاحتيال الإلكتروني قد يتعرض الزبون لمحاولات انتحال الهوية أو الاحتيال من خلال مواقع وهمية أو رسائل إلكترونية مزيفة تهدف إلى سرقة معلوماته الشخصية والمالية.

3- ضعف البنية التحتية الأمنية تعاني بعض المنصات من ضعف في البنية التحتية الأمنية، مما يجعلها عرضة للاختراقات والهجمات السيبرانية التي قد تؤثر على سلامة المعاملات الإلكترونية.[2]

[1] إبراهيم مضحي أبو هلاله، المرجع السابق، ص173

[2] روشو عبد القادر،الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، تيسمسيلت، 2022، ص 466- 467

وتتضاعف هذه المخاطر في غياب ثقافة رقمية كافية لدى الزبون، أو ضعف الإلمام بآليات الحماية الذاتية، وهو ما يستدعي تدخلًا تشريعيًا وتنظيميًا لضمان توفير بيئة وفاء إلكتروني آمنة وشفافة، تضمن حقوق الزبائن وتحميه من التجاوزات.[1]

الفرع الثاني: الآليات القانونية لحماية المستهلك في الوفاء الإلكتروني

في ظل التحديات المرتبطة بالوفاء الإلكتروني، عملت التشريعات الحديثة على إرساء جملة من الآليات القانونية التي تهدف إلى حماية الزبون من المخاطر القانونية والتقنية، وضمان شفافية المعاملات وأمانها ومن أبرز هذه الآليات:

1- الإفصاح المسبق:

إلزام المزود بتقديم معلومات واضحة قبل إتمام المعاملة، تشمل:

- تفاصيل المنتج أو الخدمة.
- السعر النهائي بكل الرسوم.
- شروط البيع والاسترجاع.
- وسائل الدفع وأمانها.

[1] إبراهيم مضحي أبو هلاله، المرجع السابق، ص 199.

2- حماية المعطيات الشخصية والمالية:

- استخدام تقنيات تشفير متقدمة (مثل SSL/TLS).
- تخزين آمن للمعلومات البنكية والحسابات.[1]

3-الحق في التراجع:

يمنح القانون الزبون فترة معينة (تختلف حسب البلد) للتراجع عن الشراء واسترجاع المبلغ دون تبرير، خاصة في حالات الشراء عن بُعد.

4-الرقابة والعقوبات:

- الهيئات الرقابية تراقب مدى التزام المزودين.
- فرض عقوبات وغرامات على الشركات المخالفة أو التي تعرض بيانات الزبون للخطر.

5- التقاضي وفض النزاعات:

- تمكين الزبون من تقديم شكاوى أمام الجهات المختصة.
- إمكانية اللجوء إلى آليات بديلة مثل الوساطة أو التحكيم الإلكتروني.[2]

[1] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، سنة 2009، ص 15.

[2] خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات حول فعلية القاعدة القانونية، المجلد 1،العدد 1، 2017، ص 24

6-التشريعات الوطنية:

في الجزائر، مثلاً، قانون حماية الزبون (قانون رقم 09-03) يُلزم المزودين بالإفصاح الكامل، ويعطي الزبون الحق في الحماية من الممارسات التجارية غير العادلة.[1]

المطلب الثاني : تفعيل حق الزبون الالكتروني في العدول عن التعاقد

إن الحق في العدول لا يرتبط بحماية الزبون الإلكتروني أو المستهلك المتعاقد عن بعد فقط بل مرتبط وجوده بكل تشريع يهدف إلى حماية الزبون ، كما يسهم هذا الحق في الحد من المنازعات التي قد تنشأ لاحقًا، إذا شعر الزبون بأن إرادته لم تكن مكتملة ما قد يدفعه إلى المماطلة في تنفيذ التزاماته أو إلى الانسحاب غير المنظم من العلاقة التعاقدية.[2]

قد يجد الزبون بعد أن أبرم عقدا من عقود التجارة الإلكترونية أنه تسرع في إبرامه متأثرا بإغراءات وتسهيلات البائع، كما أن الوسيلة التي يتم من خلالها إبرام العقد قد لا تتيح له الفرصة للتفكير المتأني قبل إبرام العقد. في هذه الفروض كلها وغيرها يجد الزبون أن العقد

[1] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، سنة 2009،المرجع السابق ص 15 .

[2] منصور حاتم محسن، إسراء خضير مظلوم، العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مجلة المحقق الحلى للعلوم القانونية والسياسية، العدد 2 ، ص 55- 56

أبرمه في غير صالحه ويريد العدول عنه، لذا فإن دراسة حق العدول عن العقد يقتضي تحديد مبرراته ثم الإنتقال إلى التنظيم التشريعي الخاص به.[1]

الفرع الأول: الطبيعة القانونية لحق العدول في التعاقد الإلكتروني

يعدّ حق العدول من أبرز الآليات القانونية الحديثة التي أقرّها المشرّع الجزائري ضمن سياسة حماية الزبون لاسيما في ظل التوسع المتزايد للعقود المبرمة عبر الوسائل الإلكترونية ويقصد به تمكين الزبون من التراجع عن العقد خلال مهلة معينة، دون الحاجة لتبرير قراره أو تحمّل أية غرامات، وهو ما يمثل ضمانة فعالة في مواجهة ما تفرضه البيئة الرقمية من تسويق مغرٍ وضغط نفسي يُضعف من حرية الإرادة التعاقدية.[2]

وخيار العدول يمنح للزبون لإلغاء العقد بإرادته المنفردة، إلا أن الفقه اختلف بشأن طبيعته القانونية، فذهب اتجاه إلى أنه لا يُعد حقاً بالمعنى الدقيق، لأنه لا ينطبق عليه وصف الحق الشخصي الذي يتطلب علاقة اقتضاء بين دائن ومدين، ولا الحق العيني الذي يقوم على تسلط صاحبه على شيء معين، ففي حالة العدول، يتم فسخ العقد بإرادة الزبون وحده دون تدخل الطرف الآخر، ولا تترتب عليه علاقة قانونية مباشرة تجاه المحترف، كما أن هذا الخيار لا يُعد رخصة أو حرية عامة، لأن استعماله محصور بالزبون ومقيد بمدة قانونية.

[1] صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني والسياسي، سيدي بلعباس، المجلد 01، العدد 01 ، ص 244

[2] صراح خوالف، نفس المرجع ، ص 245.

وبالتالي فهو لا يرقى إلى مستوى الحرية ولا يندرج ضمن الحقوق التقليدية، ويُعتبر خيار العدول قدرة قانونية خاصة يُمنحها المشرّع للزبون تتيح له إحداث أثر قانوني معين – وهو فسخ العقد – بإرادته المنفردة، ودون أن يقابل ذلك التزام أو تدخل من الطرف الآخر في العقد. فهي موقع وسط بين الحق والحرية، تمكّن الزبون من التحكم في مصير العلاقة التعاقدية بشكل مستقل، ما يجعل هذا التوصيف هو الأقرب للصواب.[1]

الفرع الثاني: شروط ممارسة حق العدول وآثاره القانونية

1. شروط ممارسة حق العدول:

إن ممارسة الزبون الإلكتروني لحق العدول لا تكون مطلقة، بل مقيدة بشروط قانونية تهدف إلى تحقيق التوازن بين مصلحة الزبون من جهة، وحقوق المزود من جهة أخرى وتبدأ ممارسة هذا الحق بإعلام الزبون به بطريقة واضحة ومفهومة قبل إبرام العقد، وهو ما نص عليه قانون التجارة الإلكترونية الجزائري في المادة 19 التي ألزمت المزود بإعلام الزبون بحق العدول وكيفية وشروط ممارسته.[2]

ولم يحدد المشرع شروطا معينة لممارسة هذا الحق، إذ يكفي إبلاغ المتدخل برغبته في العدول عن العقد بطريقة واضحة، كما عليه أن يراعي أمرين أساسيين هما: أن يتم العدول

[1] الحدي يمينة، المرجع السابق، ص 22، 23

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 35، القانون رقم 18-09، المؤرخ في 13 جوان 2018، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

خلال المدة القانونية المحددة في التشريع كي يحدث أثرا قانونيا، كما تجدر الإشارة إلى أن المدة القانونية للحق في العدول تختلف من تشريع إلى آخر[1]، كما تختلف بين السلع والخدمات؛ وأن لا تكون العقود من العقود المستثناة من ممارسة الحق في العدول أو العقود التي تحتاج إلى اتفاق خاص بين المتعاقدين، لأن المشرع منع في البعض منها العدول نظراً لطبيعتها أو ألزم أطراف العقد لإقرار هذا الحق في اتفاق مسبق، وعادةً ما يقدم المستهلك على إبرام عقود عن بعد دون رؤيته للسلع ويكتفي بالبيانات والصور التي يزوده بها المحترف، فمثل هذه العقود هي المعنية بالحق في العدول. إلا أن هناك اختلافًا قائمًا بين التشريعات التي تنص على حماية الزبون فيما يتعلق بالعدول، ويتعلق الاختلاف القائم بالمدة القانونية، على وجه الخصوص، في تاريخ بدء حساب فترة العدول وفترة ممارستها أيضاً. [2]

2. الآثار القانونية لممارسة حق العدول:

إن ممارسة الحق في العدول في آجاله القانونية ووفق الضوابط التي تنظمه يؤدي بلا شك إلى محو آثار العلاقة العقدية الناشئة بين المتعاقدين وإعادتهما إلى الحالة التي كانا عليها قبل إعمال هذا الحق، مما يرتب آثار على أطراف هذا العقد كما يلي:[3]

[1] حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، الحق في العدول كضمان لحماية المستهلك، مذكرة مكملة لنيل ماستر، قانون الأعمال، أدرار، 2020، ص 74- 75.

[2] حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، المرجع السابق، ص .75 -74

[3] حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، المرجع نفسه، ص 86- 98

- **الآثار المترتبة على ممارسة الحق في العدول على الزبون:**

ينجم عن ممارسة الزبون لحقه في العدول عن التعاقد زوال العقد واعادة طرفيه الى الحالة التي كانوا عليها قبل التعاقد مما يرتب على كلا طرفي العقد الاستهلاكي تنفيذ الالتزامات التي تقع على عاتق كل منهما وفق هذا الحق في العدول، بإعادة حال كل منهما إلى الحالة التي كانوا عليها قبل التعاقد ، فإن تسلم الزبون الشيء المبيع التزم بإعادته على الحالة التي تسلمه عليها، وهذا الشرط يصعب تحقيقه في العقود الالكترونية. إلا إذا التزم الزبون التقيد بالضوابط التي تحكم العدول في العقود الالكترونية أو بالتنازل عن الخدمة أو برد السلعة الى البائع على الحالة التي كانت عليها قبل التعاقد وهذا ينطبق على كافة العقود الاستهلاكية عامة . والزبون حينما يمارس حقه في العدول خلال الفترة المقررة قانوناً لا يتحمل أية جزاءات أو مصروفات عدى تلك المصاريف المتعلقة برد السلعة للمتدخل ، لأنه في حال تم تحميل عاتق الزبون مصاريف إضافية أو غرامات وجزاءات سيضطره في الغالب على التخلي عن هذا الحق ، وهذا ما جعل فقهاء القانون يقولون أنه إلى جانب كون الحق في العدول حق تقديري فهو أيضاً حق مجاني.[1]

[1] غني ريسان جادر الساعدي، المرجع السابق ، ص 319

- **الآثار المترتبة عن ممارسة الحق في العدول على المهني:**

ويظهر أثر العدول على المتدخل إذ انه يكون ملزم في حالة ممارسة الزبون لحقه في العدول برد الثمن المنتوج دون ان يكون ملزما بتسديد أي نفقات اضافية خلال المدة المحددة قانونا، وذلك بان يرسل المتدخل بريد الكتروني يوضح فيه تلقيه اعلان العدول و وضعه في الاعتبار. كما نص المشرع الجزائري بموجب المادة 22 الفقرة 02 من قانون التجارة الإلكترونية السالف الذكر المورد الإلكتروني ملزم بإعادة المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإرسال المنتوج خلال خمسة عشر يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتوج .

- **الآثار المترتبة عن ممارسة الحق في العدول على العقد ذاته:**

هناك آثار مترتبة عن ممارسة الزبون لحقه في العدول ترجع على العقد ذاته وعلى العقود المرتبطة به ، فبالنسبة للعقد الأصلي، فإن منح الزبون مهلة قانونية للعدول يجعل هذا العقد في حالة من عدم الاستقرار القانوني، ولا يكتسب طابعه النهائي والملزم إلا بعد انقضاء هذه المهلة دون أن يمارس الزبون حقه في العدول ، فإن زوال عقد البيع بالعدول يؤدي إلى زوال عقد القرض لانعدام مبرر وجوده. وبذلك، ينقضي العقد التابع تلقائياً بزوال العقد الأصلي، وتزول جميع الالتزامات الناشئة عنهما، وهو ما يسمى بالأثر المتعدي لحق العدول في عقود الاستهلاك.[1]

[1] الحدي يمينة، المرجع السابق، ص 28

خلاصة الفصل :

حماية الزبون أثناء تنفيذ الالتزام مرحلة حاسمة تلي إبرام العقد، حيث ينصب التركيز على ضمان وفاء المورد بالتزاماته التعاقدية على أكمل وجه تهدف هذه الحماية إلى ضمان حصول الزبون على السلعة أو الخدمة المتفق عليها بالجودة والمواصفات المحددة، وفي المواعيد المتفق عليها تشمل الجوانب الرئيسية لهذه الحماية التأكد من مطابقة المنتج للمواصفات المعلن عنها، والتزام المورد بمعايير الجودة والسلامة المعمول بها كما تُلزم التشريعات المورد بتقديم خدمات ما بعد البيع اللازمة، مثل الضمان والصيانة، وتوفير قطع الغيار عند الحاجة، وذلك لضمان استمرارية الاستفادة من المنتج في حال وجود عيوب أو عدم مطابقة، تمنح قوانين حماية الزبون الحق في الإصلاح أو الاستبدال أو استرداد الثمن، مع التأكيد على مسؤولية المورد عن أي أضرار تلحق بالزبون نتيجة لخلل في تنفيذ الالتزام. وتهدف هذه الإجراءات مجتمعة إلى تمكين الزبون من الحصول على حقوقه بشكل كامل وفعال وتوفير سبل انتصاف عادلة في حال إخلال المورد بالتزاماته.

خـــاتمة

في الختام، يظهر جليًا أن موضوع حماية الزبون في العقد الإلكتروني يمثل ركيزة أساسية لضمان استمرارية وتطور التجارة الإلكترونية في ظل التحديات المتسارعة التي تفرضها البيئة الرقمية. لقد سعت هذه الدراسة إلى إبراز الطبيعة الخاصة للعقد الإلكتروني والمخاطر التي قد يتعرض لها الزبون، بدءًا من عدم تماثل المعلومات وصولاً إلى المسائل المتعلقة بخصوصية البيانات وأمن التعاملات المالية

لقد أكدت الدراسة على أن القواعد القانونية التقليدية، رغم أهميتها كمرجع، قد لا تكون كافية بمفردها لتوفير الحماية الشاملة للزبون في الفضاء الرقمي، مما استدعى تدخل المشرع بسن قوانين وتشريعات خاصة تتوافق مع متطلبات العصر الرقمي. ورغم الجهود المبذولة، لا تزال هناك حاجة ماسة لتعزيز الإطار القانوني وتطوير آليات إنفاذ فعالة تضمن حقوق الزبون وتوفر له سبل انتصاف سهلة وواضح

إن تحقيق التوازن بين متطلبات حرية التعاقد وضرورة حماية الطرف الأضعف (الزبون) هو الهدف الأسمى الذي يجب أن تسعى إليه التشريعات. هذا التوازن لا يقتصر على سن القوانين فحسب، بل يمتد ليشمل **نشر الوعي القانوني** بين الزبائن، وتشجيع الموردين على تبني ممارسات تجارية أخلاقية وشفافة، وتعزيز التعاون بين الجهات الرقابية على المستويين الوطني والدولي.

إن التجارة الإلكترونية آخذة في النمو بشكل لا يمكن إيقافه، ومعها تتجدد التحديات وتظهر قضايا قانونية لم تكن موجودة من قبل. لذا، فإن حماية الزبون في العقد الإلكتروني ليست مجرد واجب قانوني، بل هي استثمار في بناء الثقة، وضمان للعدالة، ومحرك أساسي للاقتصاد الرقمي المزدهر والمستدام يبقى الباب مفتوحًا أمام المزيد من البحث والتطوير القانوني لمواكبة التطورات التكنولوجية وضمان بيئة رقمية آمنة للجميع.

بناءً على التحليل الشامل لموضوع حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، يمكن استخلاص مجموعة من **النتائج الرئيسية التي تسلط الضوء على الوضع الحالي لهذه الحماية والتحديات المستقبلية:**

- قصور الإطار القانوني التقليدي في مواجهة تحديات العقد الإلكتروني :أظهرت الدراسة أن القواعد العامة للقانون المدني المتعلقة بالعقود، رغم كونها الأساس، إلا أنها غير كافية بمفردها لتوفير حماية شاملة للزبون في البيئة الإلكترونية. فالطبيعة غير المادية للعقد الإلكتروني، وصعوبة تحديد مكان إبرام العقد وتنفيذه، ومخاطر أمن المعلومات، تتطلب قواعد قانونية متخصصة ومصممة خصيصًا لهذه البيئة.
- الزبون لا يزال الطرف الأضعف :أكدت النتائج أن المستهلك يظل هو الطرف الأضعف في العقد الإلكتروني، وذلك بسبب عدة عوامل منها عدم تماثل المعلومات بينه وبين المورد، واعتماد عقود الإذعان التي لا تتيح له فرصة التفاوض، وصعوبة التحقق من صحة وجودة السلع أو الخدمات عن بعد، بالإضافة إلى المخاطر المتعلقة بانتهاك الخصوصية وسوء استخدام البيانات الشخصية.
- أهمية الحق في الإعلام والعدول :تبين أن الحق في الإعلام الوافي والحق في العدول عن العقد (أو ما يعرف بحق التراجع) هما من أهم الضمانات الحمائية التي وفرتها التشريعات الحديثة للزبون في العقد الإلكتروني. هذه الحقوق تمنح المستهلك فرصة لاتخاذ قرار مستنير أو التراجع عنه إذا لم يلبي المنتج أو الخدمة توقعاته بعد المعاينة الفعلية. ومع ذلك، لا يزال تطبيق هذه الحقوق يواجه تحديات عملية في بعض الأحيان.

بناءً على النتائج المستخلصة من هذه الدراسة حول حماية الزبون في العقد الإلكتروني، يُمكن تقديم مجموعة من **الإقتراحات العملية التي تهدف إلى:**

- تعزيز هذه الحماية وتطوير الإطار القانوني والعملي لمواكبة التطورات المتسارعة في البيئة الرقمية هذه التوصيات موجهة للمشرّعين، الجهات الرقابية، الموردين، وللزبائن أنفسهم:

- وضع إطار قانوني واضح للبيانات الشخصية وأمن المعاملات سنّ تشريعات أكثر صرامة ووضوحًا فيما يتعلق بحماية البيانات الشخصية للزبون وأمن المعاملات المالية عبر الإنترنت.

- تشديد الرقابة على الشروط التعسفية وضع نصوص قانونية واضحة تجرّم الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، وتمنح المحاكم صلاحيات واسعة لإبطالها أو تعديلها، مع توفير قائمة إرشادية لهذه الشروط.

المصادر و المراجع

قائمة المراجع و المصادر

1-النصوص القانونية :

1-1-الأوامر :

- الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975 المعدل والمتمم والمتضمن القانون المدني.

1-2- القوانين :

- القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، منشور في الجريدة عدد 15،الصادرة في 08-03-2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 2018،جريدة رسمية العدد 35 ، الصادرة في 2018/06/13

1-3-المراسيم :

المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات صادر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 28 صادرة بتاريخ 09 ماي 2012.

2- الكتب باللغة العربية:

-ابراهيم عبد العزيز داود ، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية ، ده ، دار الجامعة الجديدة، الأرابطة الاسكندرية 2014

-الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك ، دراسة تحليلية مقارنة د ط ، دار الجامعة الجديدة، الارابطة الاسكندرية 2015.

-بلحاج العربي، الاطار القانوني للمرحلة السابقة على ابرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة) دار وائل للنشر ، 2010.

-جهاد محمود عبد المبدي، التراضي في تكوين عقود التجارة الالكترونية، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، الطبعة الأولى، 2016

-حوالف عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العلوم الإقتصادية و القانونية، العدد 15، 2016.

-خالد ممدوح إبراهيم ، ابرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، ط 2 ، الدار الجامعية القاهرة الاسكندرية ، 2011 .

-عبد الله ذيب ، عبد الله الله محمود ، الحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ، جامعة النجاح الوطنية فلسطين، 2009

-على على سليمان، نظرية الالتزام (مصادر الالتزام في القانون المدني)، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .

-غني ريسان جادر الساعدي، معالجات وحلول المسائل في القانون الخاص دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020 .

-كوثر سعيد عدنان خالد ، حماية المستهلك الالكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الارابطة الاسكندرية ، 2012.

-لزهر بن سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية د ط ، دار هومة للطباعة للنشر والتوزيع الجزائر 2012.

ماجد سليمان أبا الخيل ، العقد الالكتروني ، ط 1 ، مكتبة الرشد، ناشرون المملكة السعودية الرياض ، 2009.

-محمود عبد الرحيم الشريفات، التراضي في التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة) ط 1 ، د دن عمان 2005.

-موفق حماد عبد ، التزام البائع المحترف بضمان السلامة دراسة مقارنة، دار السنهوري الطبعة الأولى، لبنان، 2016.

-نرمين أبو بكر محمد ، الإلتزام بضمان السلامة في عقد الحضانة دراسة تحليلية مقارنة في القانون المدني، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2014.

3- المجلات :

- إبراهيم مضحي أبو هلاله، شريعان سميح آل خطاب، أوجه الحماية القانونية المقررة للمستهلك من عيوب السلعة المباعة في التشريع الأردني، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، المجلد 29، العدد 3، 2021.
- أحمد خديجي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالاعلام التعاقدي مقال منشور بمجلة دفاتر السياسة والقانون العدد 11 جامعة قاصدي مرباح جوان 2014 .
- خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات حول فعلية القاعدة القانونية، المجلد 1،العدد 1، 2017.
- روشو عبد القادر،الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، تيسمسيلت، 2022 .
- الصادق عبد القادر، حماية المستهلك من الشروط التعسفية (دراسة مقارنة) ، مجلة آفاق المجلد 11 ع 01، جامعة أدرار 2019.

- صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني والسياسي، سيدي بلعباس، المجلد 01، العدد 01 ، 2013.
- فازية واعمر، سامية خواثرة، الالتزام بضمان السلامة في العقد الالكتروني، مجلة الفكر القانوني والسياسي،المجلد 5، العدد 2، بومرداس، 2021.
- قادري عبد المجيد، الوفاء الإلكتروني، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسات، المجلد 52، العدد 2،عنابة، 2015.
- محمد عماد الدين عياض نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، 09-03 مجلة بطيمي حسين، غزالي نصيرة، طبيعة وأساس الالتزام بضمان السلامة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد الثالث، الأغواط، 2017.
- مفتاح براشمي ، الركن المادي لجنحة الإشهار التضليلي في التشريع الجزائري مجلة القانون، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، العدد 06 ،2016.
- منصور حاتم محسن، إسراء خضير مظلوم، العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مجلة المحقق الحلى للعلوم القانونية والسياسية، العدد 2 ، 2014.
- مواقي بناني أحمد، الالتزام بضمان السلامة المفهوم المضمون، أساس المسؤولية، مجلة المفكر، باتنة، العدد 10 ، 2013.

4- الأطروحات والرسائل :

4-1الدكتوراه :

بن جامع مليكة ، حماية المستهلك المعلوماتي ، أطروحة لنيل درجة الدكتورة، في العلوم القانونية ، تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق، جامعة الجيلاني البابس، سيدي بلعباس، 2018/2017.

محمد خميخم ، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في القانون العام، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان: كلية الحقوق والعلوم السياسية2016-2017 .

4-2الماجيستر :

- اسماعيل قطاف، العقود الالكترونية وحماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع قانون ومسؤولية كلية الحقوق ، جامعة الجزائر ،2006.
- بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التصفية في عقود الاستهلاك مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية كلية الحقوق جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي 2011/2012 .
- بوشناف صافية ، دور جمعيات في حماية المستهلك الجزائري بالتصدي للممارسات التسويقية جامعة فرحات عباس 1 مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس 2017/2018.
- جلول دواجي بلحول ، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية ، مذكرة لنيل الماجستير في القانون الخاص المعمق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2014-2015.

- خلوي (عنان) نصيرة ، الحماية القانونية عبر الانترنت ، (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو، 2017.
- الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، تخصص القانون الخاص الأساسي، جامعة أدرار ،2015 .
- رفاوي شهيناز ، الالتزام قبل التعاقدي بالاعلام في عقود الاستهلاك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة سطيف (02) 2015-2016.
- سليمة بن سعيدي حماية المستهلك من الشروط التصفية في عقود الاستهلاك مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية مجامعة الحاج خضر باقة 2014/2013 .
- عبد الله ذيب عبد الله محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة أطروحة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح،2009.
- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، الأطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، القانون، فلسطين، 2000.
- عياض محمد عماد الدين ، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية (دراسة على ضوء 02/04) مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة قاصدي مرباح 2006 .
- غدوشي نعيمة ، حماية المستهلك الالكتروني مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون (فرع المسؤولية المهنية) جامعة مولود معمري، تيزي وز ،2012.

- مولود بغدادي ، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر ، بن عكنون 2014.

4-3الماستر :

- حاج أحمد عبد العزيز، موسى محمد، الحق في العدول كضمان لحماية المستهلك، مذكرة مكملة لنيل ماستر، قانون الأعمال، أدرار، 2020.
- الحدي يمينة، نجاح العواطف، الالتزام بضمان العيوب الخفية في عقد البيع، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، القانون الجنائي والعلوم الجنائية، الجلفة ،2020.
- صولية شرقي، حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التصفية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2017/2018 .
- ميموني مروة، لزرق أم الخير، حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد في التشريع الجزائري، مذكر لنيل شهادة الماستر في الحقوق.قانون الأعمال، أدرار، 2020.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

واجهة .....

بسملة .....

إهداء .....

شكر وعرفان .....

مقدمة ..... **(أ-ب-ت-ث)**

الفصل الأول : حماية الزبون الإلكتروني أثناء إنشاء العقد.....(6-34)

تمهيد:.....06

المبحث الأول : حماية الزبون الإلكتروني (مرحلة ما قبل التعاقد).....07

المطلب الأول : حماية الزبون من التضليل الاعلاني التجاري الالكتروني 07

الفرع الأول : مفهوم الاعلانات التجارية الالكترونية 08

الفرع الثاني : قواعد حماية الزبون الالكتروني من الاعلان المضلل 12

المطلب الثاني : تفعيل حق الزبون الالكتروني الإعلامي 14

الفرع الأول : مفهوم الاعلام والتبصير 15

الفرع الثاني : حماية الزبون الالكتروني جراء الاخلال بالالتزام بالإعلام والتبصير.....18

المبحث الثاني : حماية الزبون الإلكتروني (أثناء الإخلال بالالتزام).....19

المطلب الأول : أطراف التعاقد وحماية الزبون.....19

الفرع الأول : مفهوم أطراف التعاقد 20

الفرع الثاني : الإيجاب والقبول الإلكتروني.....22

المطلب الثاني : تفعيل حق الزبون الإلكتروني من التعسف.....27

الفرع الأول : مفهوم الشروط التعسفية 28

الفرع الثاني : إجراءات ممارسة الحق في مواجهة الشروط التعسفية أولا ابطال الشروط التعسفية 30

خلاصة الفصل :.....33

الفصل الثاني : حماية الزبون خلال تنفيذ الإلتزام .....(36-62)

تمهيد:.....36

المبحث الأول : حق الزبون الالكتروني في الضمان.....37

المطلب الأول : الالتزام بضمان العيوب الخفية.....38

الفرع الأول: شروط قيام الالتزام بضمان العيوب الخفية.....38

الفرع الثاني: آثار الالتزام بضمان العيوب الخفية.....42

المطلب الثاني : الالتزام بضمان السلامة.....44

الفرع الأول: نطاق الالتزام بضمان السلامة.....45

الفرع الثاني: الآثار القانونية للإخلال بضمان السلامة.....47

المبحث الثاني : حماية الزبون ضد مخاطر الوفاء الالكتروني.....50

المطلب الأول: حماية الزبون ضد مخاطر الوفاء الالكتروني.....51

الفرع الأول: المخاطر القانونية والتقنية.....51

الفرع الثاني: الآليات القانونية لحماية الزبون في الوفاء الإلكتروني.....54

المطلب الثاني : تفعيل حق الزبون الالكتروني في العدول عن التعاقد.....56

الفرع الأول: الطبيعة القانونية لحق العدول في التعاقد الإلكتروني.....57

الفرع الثاني: شروط ممارسة حق العدول وآثاره القانونية.....58

خلاصة الفصل :.....62

خاتمة.....64-66

قائمة المراجع.....68-74

فهرس المحتويات.....

ملخص.....

ملخص

تعدّ حماية الزبون في العقود الإلكترونية أمرًا بالغ الأهمية، نظرًا للطبيعة الخاصة لهذه العقود التي تتم عن بُعد وتفتقر إلى الاتصال المباشر بين المتعاقدين و تهدف هذه الحماية إلى تحقيق التوازن بين حقوق والتزامات كل من الزبون والمورد، وضمان بيئة تعاقدية آمنة وعادلة. تشمل الجوانب الرئيسية لهذه الحماية توفير معلومات واضحة وشاملة للزبون قبل إبرام العقد، مثل هوية المورد، خصائص السلعة أو الخدمة، السعر الإجمالي، وشروط الدفع والتسليم كما تُمنح للزبون في العديد من التشريعات حق العدول عن العقد خلال فترة زمنية محددة دون إبداء أسباب وهو ما يُعرف بحق "التراجع" أو "الانسحاب"، مما يوفر له فرصة لإعادة التفكير في قراره بعد الاطلاع الفعلي على المنتج بالإضافة إلى ذلك، تركز الحماية على ضمان أمان المعاملات الإلكترونية وسرية البيانات الشخصية للزبون، وتوفير آليات فعالة لتسوية النزاعات التي قد تنشأ عن هذه العقود، سواء عبر الوسائل الودية أو القضائية مع التأكيد على تطبيق القواعد الحمائية الخاصة بالزبون لتعويض أي ضرر قد يلحق به.

الكلمات المفتاحية : الزبون– العقد الالكتروني

Summary :

Customer protection in electronic contracts is of paramount importance, given the special nature of these contracts, which are conducted remotely and lack direct contact between the contracting parties. This protection aims to balance the rights and obligations of both the customer and the supplier, ensuring a safe and fair contracting environment. Key aspects of this protection include providing the customer with clear and comprehensive information prior to concluding the contract, such as the identity of the supplier, the specifications of the product or service, the total price, and the terms of payment and delivery. Many legislations also grant the customer the right to withdraw from the contract within a specified period of time without giving reasons. This is known as the right of "withdrawal" or "withdrawal," giving them the opportunity to reconsider their decision after actually viewing the product. Furthermore, protection focuses on ensuring the security of electronic transactions and the confidentiality of the customer's personal data, and providing effective mechanisms for settling disputes that may arise from these contracts, whether through amicable or judicial means, while emphasizing the application of customer protection rules to compensate for any harm that may be incurred.

Keywords: Customer - Electronic Contract