وزرة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of High Education and Scientific Research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi-Bba
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences

مذكرة مقدمة متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون الاعلام الآلي والانترنت

الموسومة بـ:

حماية المستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري

إعداد الطالبة:
– مباركية أمنية

إشراف الأستاذة:
– رمضاني مريم

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بن محمود بوزيد		رئيسا
جحنيط خديجة		مناقشا و ممتحنا
رمضاني مريم		مشرفا

السنة الجامعية: 2024-2025

وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

سورة طه الأية 114

ملحق بالقرار رقم ....1082.... المؤرخ في ..... 2021 feb 17

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

(الطلب الأول)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): هبا ركية أمنية الصفة: طالب، أستاذ باحث

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم A015246567 والصادرة بتاريخ 2021-04-13

المسجل(ة) بكلية / معهد الحقوق والعلوم السياسية قسم ماستر حقوق الإعلام الآلي والانترنت

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

عنوانها: حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري

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

التاريخ: 2025.05.28

توقيع المعني (ة)

توقيع السيد

2025

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين، الذي بفضله وكرمه تم إنجاز هذا العمل، وهو معين القلوب على المثابرة، ومصدر القوة في كل خطوة من خطوات المسيرة العلمية، فله وحده الفضل والمنة.

"طلب العلم طريق إلى رفعة النفس وسموّ الروح."

وأتقدم بخالص الامتنان والتقدير إلى أساتذتي الأفاضل، وعلى رأسهم مشرفتي الكريمة الأستاذة رمضاني مريم، التي لم تبخل عليّ بعلمها الثمين، ونصائحها السديدة، ووقفتها الدائمة التي كانت نبراسًا لي في طريق البحث والاجتهاد.

ولا يسعني إلا أن أعبّر عن أسمى معاني الامتنان والوفاء لوالديّ الحبيبين، اللذين كانا لي السند والعون في كل الظروف، وللصبر والدعاء الذي ما فتئا يقدمانه لي.

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لزوجي العزيز ، الذي كان رفيق الدرب، وصاحب الصبر الجميل، وداعمًا لا ينضب خلال مراحل إعداد هذا البحث.

وأخيرًا، أتوجه بالشكر والعرفان لكل من وقف إلى جانبي، وأمدني بعونه، أو نصحه، أو دعائه، راجية من الله العلي القدير أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا والآخرة.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم:

"رب اجعلني مقيم الصلاة ومن ذريتي، ربنا وتقبل دعاء" (إبراهيم: 40).

إلى من كان لحضوره في حياتي معنى يفوق الكلمات،

إلى النور الذي أضاء عتمة تعبي،

إلى ابني الحبيب كنان أسمر... يا قطعة من قلبي ونبض روحي.

أهديك هذا العمل المتواضع،

أهديه لضحكتك التي كانت بلسمي، ولعينيك التي كنت أرى فيهما مستقبلي.

كنتَ الحافز الأول الذي يدفعني للاستمرار،

فكل لحظة من التعب كانت تهون حين أراك،

وكل إنجاز، مهما كان صغيرًا، يزداد قيمة حين يُهدى إليك.

أسأل الله العظيم أن يجعلك من الصالحين،

وأن ينير طريقك بنور العلم والهدى،

وأن يرزقك الحكمة والتوفيق في كل خطوات حياتك.

أسأل الله أن أكون قدوة حسنة لك،

وأن ترى فيّ مثالًا للإصرار، والعلم، والتفاني.

هذا الإهداء لك يا بني...

فأنت الحلم الذي تحقق، والأمل الذي يكبر معي،

أسأل الله أن يحفظك ويبارك فيك ويرعاك طول العمر.

المقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في مختلف جوانب الحياة بفضل الثورة الرقمية الهائلة التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لقد تجاوز تأثير هذه الثورة مجرد التقدم التقني ليشمل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والقانونية، معيداً تشكيل الأنماط التقليدية للتعاملات اليومية. في هذا السياق، برزت شبكة الإنترنت كفضاء رحب، لم يعد مقتصراً على التواصل وتبادل المعلومات، بل أصبح سوقاً عالمياً مفتوحاً يعمل على مدار الساعة، وهو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية. هذه الظاهرة لم تعد مجرد خيار ترفي، بل أصبحت ضرورة اقتصادية وسلوكية، تقدم للمستهلكين آفاقاً غير مسبوقة من السهولة والسرعة في الحصول على السلع والخدمات، متجاوزةً بذلك القيود الجغرافية والزمنية.

ومع هذه التحولات الإيجابية، أفرزت البيئة الرقمية مجموعة من التحديات القانونية الجديدة التي تستدعي اهتماماً خاصاً. فالمستهلك، الذي يُعد تقليدياً الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، يجد نفسه في الفضاء الإلكتروني في موقع أكثر هشاشة. فالغياب الكلي للتواصل المادي المباشر بين أطراف العقد، وصعوبة التحقق الفعلي من ماهية المورد أو جودة الخدمة أو السلعة قبل التعاقد، فضلاً عن سهولة تضمين شروط تعسفية في العقود النموذجية المعدة سلفاً، تزيد من عدم التوازن المعلوماتي والاقتصادي بين المورد والمستهلك.

يضاف إلى ذلك تنامي ظاهرة الجرائم الإلكترونية المتعددة الأشكال، من غش وتضليل إعلاني إلى احتيال وسرقة للبيانات الشخصية والمالية، مما يهدد ثقة المستهلك ويُفقد المعاملات الإلكترونية عنصر الأمان الضروري. من هنا، تبرز الحاجة الملحّة والضرورية إلى إطار قانوني متين ومتكامل يوفر الحماية الشاملة للمستهلك في هذا الفضاء الرقمي المتنامي. إن الهدف الأسمى لهذه الحماية ليس فقط حماية الحقوق الفردية للمستهلك، بل يمتد ليشمل تعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية ككل، وبالتالي دعم نمو الاقتصاد الرقمي. وقد أولت التشريعات الحديثة اهتماماً بالغاً بهذا الجانب، محاولةً سد الثغرات القانونية التقليدية التي لم تكن مصممة لاستيعاب خصوصية التعاقد الإلكتروني.

في الجزائر، وكغيرها من الدول، سعت المنظومة القانونية إلى مواكبة هذه التطورات، فصدرت العديد من النصوص التشريعية والتنظيمية التي تهدف إلى تأطير التجارة الإلكترونية وضمان حقوق أطرافها. ولعل أبرز هذه الجهود تمثلت في إصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية[1]، والذي جاء بمجموعة من القواعد التي تستهدف حماية المستهلك في مختلف مراحل التعاقد. كما أن قانون العقوبات الجزائري، بتعديلاته وإضافاته المتعلقة بالجرائم الإلكترونية، يلعب دوراً حيوياً في توفير الحماية الجزائية اللازمة لردع الممارسات غير المشروعة.

أهمية الدراسة:

تتمتع هذه الدراسة بأهمية كبيرة في تناولها لموضوع حديث يفرض نفسه في ظل الانتشار المتسارع للتجارة الالكترونية.

تُسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة القانونية بتسليط الضوء على الإطار التشريعي الجزائري الخاص بحماية المستهلك الإلكتروني، مما يفتح آفاقاً لبحوث مستقبلية في هذا المجال المتطور لفهم الجوانب القانونية ذات الصلة.

وتكمن أهميتها في كونها تُسلّط الضوء على حماية فئة واسعة من الأفراد الذين باتوا يتعاملون يومياً عبر الوسائط الرقمية، دون امتلاك المعرفة القانونية الكافية لضمان حقوقهم.

وكذلك تعزيز ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية، مما يدعم نمو الاقتصاد الرقمي. وتُقدم نتائجها وتوصياتها إرشادات للمشرع الجزائري لتحسين النصوص القانونية. كما تساهم في توعية المستهلكين بحقوقهم والموردين بالتزاماتهم.

أهداف الدراسة:

[1] القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر بتاريخ 16 ماي سنة 2018 م، الموافق لـ 30 شعبان عام 1439 هـ.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإطار القانوني المنظم لحماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، من خلال توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني، وبيان الآليات القانونية والإدارية والقضائية التي تم اعتمادها لمواجهة المخاطر التعاقدية، خصوصاً ما يتعلق بالشروط التعسفية، والغش، والتضليل الإلكتروني.

- بيان الاطار القانوني وآليات الحماية التي يوفرها التشريع الجزائري للمستهلك الإلكتروني، خاصة في مواجهة المخاطر التعاقدية كالشروط التعسفية والتضليل والغش.
- التطرق الى على حماية المستهلك مراحل ما قبل التعاقد، وأثناء إبرام العقد، وأثناء تنفيذه، بالإضافة إلى التحديات التي قد تواجه المستهلك في كل من هذه المراحل.

أسباب اختيار الموضوع:

لقد تم اختيار الموضوع بناء على وجود اسباب ذاتية و موضوعية.

- **الأسباب الذاتية:**

يعود اختيار الموضوع إلى اهتمامنا بالمسائل القانونية المعاصرة التي يفرضها التطور التكنولوجي، خاصة ما يتعلق بحقوق المستهلك في البيئة الرقمية. كما يعكس رغبتنا في تطوير قدراتنا البحثية والمساهمة في نشر التوعية القانونية داخل المجتمع حول حماية المستهلك الإلكتروني.

- **الأسباب الموضوعية:**

يفرض الموضوع نفسه نظراً لتوسع التجارة الإلكترونية في الجزائر، وما نتج عنها من مخاطر قانونية تهدد المستهلك في ظل غياب الاتصال المباشر مع المورد. كما تبرز أهميته نتيجة قلة الدراسات المتخصصة في هذا المجال، والحاجة إلى إبراز الآليات القانونية التي توفر الحماية من الممارسات الضارة مثل الشروط التعسفية والغش الإلكتروني.

الدراسات السابقة:

من بين الدرسات التي تناولت موضوع حماية المستهلك الإلكتروني، يمكن الإشارة إلى دراستين بارزتين قمنا بتوظيفهما في إطار هذه الدراسة لتدعيم الخلفية النظرية وتحليل الإطار القانوني محل البحث.

أولاً، تناولت الباحثة رشيدة أكسوم عيلام في أطروحتها للدكتوراه المعنونة بـ "المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني"، المقدمة بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو سنة 2018، إشكالية مفادها:

مما يثير التساؤل حول مدى إلمام المنظومة التشريعية الجزائرية بخصوصية حماية المستهلك الإلكتروني؟"

وقد ركزت الدراسة على تحليل المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مبرزةً النقائص الموجودة في المنظومة التشريعية الجزائرية، لاسيما فيما يخص حق المستهلك في العدول، والتوقيع الإلكتروني، ومتطلبات الشفافية في العلاقة التعاقدية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في تأطير المفاهيم العامة المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني وبيان مكامن القصور في النصوص الحالية، لكن دراستنا توسّعت لتشمل الحماية من الشروط التعسفية، إضافة إلى البعد الجزائي الذي لم يتم التطرق إليه بعمق في الأطروحة.

ثانيًا، جاءت رسالة الماجستير للباحثة بن غيدة إيناس بعنوان "الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية"، المقدمة بجامعة تلمسان، حيث طرحت الباحثة إشكالية تمحورت حول"هل تكفي القواعد التقليدية لتحقيق الحماية القانونية للمستهلك في العقود الإلكترونية؟ وإذا لم تكن كافية، فما هي الوسائل الكفيلة بذلك؟ وكيف يمكن للتشريع أن يعزز حماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية؟"

ركزت الدراسة على مدى ملاءمة القواعد المدنية التقليدية لطبيعة التعاقد الإلكتروني، وأكدت على ضرورة إرساء ضمانات خاصة لصالح المستهلك.

وقد وظّفنا نتائج هذه الدراسة في دعم التحليل الخاص بالمراحل المدنية للعقود الإلكترونية، غير أن دراستنا اتجهت نحو تحليل الأدوات القانونية لمواجهة الشروط التعسفية، بالإضافة إلى تناول الحماية الجزائية المنصوص عليها في قانون العقوبات، بما يوفر منظورًا أشمل لحماية المستهلك الإلكتروني.

ومنه، فقد ساهمت الدراستان السابقتان في دعم الجانب النظري للدراسة الحالية، مع الإشارة إلى أن هذه الأخيرة جاءت لتكمل ما سبق من أبحاث عبر التركيز على الجوانب الإجرائية والردعية في حماية المستهلك الإلكتروني داخل التشريع الجزائري.

اشكالية الدراسة :

يواجه المستهلك الإلكتروني العديد من المخاطر والعقبات الناتجة عن طبيعة التعاملات الرقمية، مما يستدعي وجود إطار قانوني واضح يضمن حقوقه ويحميه من الممارسات الضارة. ومن هنا تطرح الإشكالية التالية: **ما هي آليات حماية المستهلك الإلكتروني المنصوص عليها في التشريع الجزائري؟**

وتتفرع عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية نطرحها على النحو الآتي:

1. ما هو الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني، وما المبررات التي تدعو إلى تخصيص حماية قانونية له في البيئة الرقمية؟
2. كيف تضمن القواعد القانونية حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية المدرجة في عقود البيع الإلكتروني؟
3. ما هي الضمانات القانونية التي أقرها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لحماية المستهلك خلال مرحلتي تكوين وإبرام العقد؟

4. ما هي صور الحماية الجزائية التي يوفرها قانون العقوبات الجزائري للمستهلك الإلكتروني في مواجهة الأفعال الإجرامية المرتبطة بالعقد الإلكتروني؟

مناهج الدراسة:

من اجل الاجابة على هذه الاشكالية اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم الاستناد إلى المنهج الوصفي في عرض الإطار القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني وتحديد النصوص والتنظيمات ذات الصلة في التشريع الجزائري. كما تم توظيف المنهج التحليلي في دراسة هذه النصوص وتحليل مضامينها القانونية، بغرض فهم طبيعة آليات الحماية المقررة وتفسير مدى فعاليتها في مواجهة التحديات التي تفرضها البيئة الرقمية.

صعوبات الدراسة:

واجهت هذه الدراسة بعض العقبات، أبرزها:

- حداثة الموضوع وتطوره فهو مجال متجدد ومتغير باستمرار، مما يجعل مواكبة كافة المستجدات التشريعية والقضائية أمراً صعباً.
- تداخل موضوع حماية المستهلك الإلكتروني مع تخصصاتمتعددة كالقانون، الاقتصاد، والتقنيات الرقمية، مما تطلّب تصفية دقيقة للمراجع ذات الطابع القانوني الصرف.
- غياب التمييز الدقيق في بعض المراجع والدراسات بين وضعية المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني، وهو ما تطلب تدقيقاً منهجياً لاستخلاص المفاهيم القانونية الخاصة بحماية المستهلك في البيئة الرقمية.

هيكل الدراسة:

تنقسم هذه الدراسة إلى فصلين رئيسيين، عنون الفصل الأول" الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية "، تناول مفهوم هذه الحماية في التشريع الجزائري، ثم إبراز مبررات حمايتها، إضافة إلى دراسة الشروط التعسفية في العقود

الإلكترونية والآليات القانونية المعتمدة للحد منها. أما الفصل الثاني معنون " حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري "، فيركز على صور الحماية التي يقرها التشريع الجزائري للمستهلك الإلكتروني، سواء من خلال قانون التجارة الإلكترونية وما يتضمنه من ضمانات في مرحلتي قيام العقد وإبرامه، أو من خلال الحماية الجزائية التي يوفرها قانون العقوبات لمواجهة الجرائم الإلكترونية التي قد تمس حقوق المستهلك.

الفصل الاول:

الإطار المفاهيمي و الحماية الاولية للمستهلك الالكتروني

تمهيد:

ادت الطفرة التكنولوجية وانتشار التجارة الإلكترونية إلى ظهور أنماط جديدة من المعاملات والعقود، كان من أبرزها عقد البيع الإلكتروني، والذي أعاد تشكيل العلاقة بين المستهلك والمورد. وبما أن المستهلك يُعد الطرف الأضعف في هذه العلاقة، فقد استوجب الأمر التدخل لحمايته من مختلف أشكال الاستغلال، خاصة في ظل وجود شروط تعسفية قد تُفرض عليه دون قدرة حقيقية على مناقشتها. وعليه، يُعالج هذا الفصل الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك الإلكتروني، من خلال التطرق لتعريفه وبيان مبررات حمايته (المبحث الاول)، إضافة إلى مناقشة أهم صور الشروط التعسفية وآليات الرقابة المعتمدة للحد من آثارها (المبحث الثاني).

المبحث الاول: المستهلك الالكتروني و مبررات حمايته:

شهدت الفترة الأخيرة العديد من التطورات الهامة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى تغيير جذري في نمط الحياة الاقتصادية للمستهلكين في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء. فقد أصبح بإمكان المستهلكين اليوم التسوق وإجراء جميع معاملاتهم التجارية والمصرفية من منازلهم، كما يمكنهم العمل والدفع إلكترونيًا عبر الحاسوب بسهولة ويسر.

أدى ظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية إلى تنبه العديد من الدول لأهمية الإسراع في وضع تشريعات تهدف إلى حماية المستهلك في عمليات التعاقد الإلكتروني، ومن الضروري مراعاة جانب الإعلام، لتمكين المستهلك من التعرف على نوعية المنتج ومميزاته الحقيقية، بالإضافة إلى عيوبه المحتملة. كما يجب أخذ الجانب النفسي والثقافي للمستهلك بعين الاعتبار، خاصة بالنسبة للمستهلك العربي الذي لا يزال يمثل نسبة ضئيلة في التعاملات عبر الإنترنت. لذا، من المهم تعزيز التجارة الإلكترونية العربية وزيادة الوعي المعلوماتي لدى المستهلكين العرب.[1]

المطلب الاول:المفاهيم الاساسية للمستهلك:

تُعدّ معرفة المفاهيم القانونية الدقيقة مدخلاً أساسياً لفهم الإطار النظري والعملي لأي موضوع قانوني، لا سيما في مجال حماية المستهلك الإلكتروني الذي يتسم بخصوصية التعاملات الرقمية. وبالنظر إلى أن هذه الحماية ترتكز على تحديد صفة "المستهلك"، فإن من الضروري التمييز بين المفهوم التقليدي للمستهلك كما ورد في التشريعات العامة، والمفهوم المستحدث للمستهلك الإلكتروني الذي يباشر معاملاته عبر الوسائط التكنولوجية. وعليه، سيتم في هذا المطلب التطرق أولاً إلى تعريف المستهلك في الإطار العام، ثم إلى

[1] أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني،الطبعة الأولى، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005، ص 21.

خصوصية تعريفه في البيئة الرقمية، من أجل ضبط الأساس المفاهيمي الذي تبنى عليه باقي أحكام الحماية القانونية.

الفرع الاول: مفهوم المستهلك

أولاً: في التعريف الضيق، يُعرَّف المستهلك بأنه كل فرد يقوم بشراء السلع والخدمات لاستخدامه الشخصي أو لاستخدام أفراد أسرته أو الأشخاص الذين يعيلهم. ومن خلال هذا التعريف، يتضح أن هذا الاتجاه قد قيد مفهوم المستهلك، حيث حصر صفته في شرطين أساسيين هما:

-الحصول على السلع أو الخدمات لأغراض شخصية أو عائلية.

- أن يكون موضوع عقد الاستهلاك عبارة عن سلع أو خدمات. [1]

كما عرف ايضا " كل من يقوم بالإجراءات القانونية اللازمة لتلبية احتياجاته الشخصية أو العائلية، باستثناء أولئك الذين يجرون هذه التصرفات لأغراض مهنية أو حرفية."

لتحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني، يجب أولاً توضيح ما يُقصد بالمستهلك التقليدي من خلال تعريفه.[2]

ثانيا: في التعريف الواسع توسع هذا الاتجاه في مفهوم المستهلك، حيث شملت الحماية بموجب هذا التعريف كل من يقوم بإبرام تصرف قانوني بهدف استخدام المال أو الخدمة لأغراضه الشخصية أو المهنية. وبالتالي، تم توسيع هذا المفهوم ليشمل التصرفات ذات الأهداف المهنية، بالإضافة إلى المهنيين الذين تشملهم الحماية القانونية لقانون الاستهلاك. كما أن هناك من متتبعي هذا الاتجاه من دعا إلى اعتبار مصطلح المستهلك مرادفًا لكلمة

[1] فلاح فهد العجمي، " الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني "، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2011، ص49 .

[2] السيد محمد عمران، **حماية المستهلك اثناء تكوين العقد**، الإسكندرية: منشأة المعارف، 1986، ص 6 .

مواطن، نظرًا للمصلحة المشتركة، حيث تتجلى مصلحة المستهلك عندما تنشأ علاقة تبادلية بين المواطنين والعديد من المؤسسات وأنواع الأعمال المختلفة.[1]

ثالثا: في التعريف الاقتصادي يُعرَّف المستهلك من الناحية الاقتصادية بأنه "الشخص الذي يشارك في عملية الاستهلاك"، بينما من الناحية التسويقية، هو الفرد الذي يشتري سلعة أو خدمة بهدف استخدامها بشكل نهائي.[2]

يتفق الفقه على أن المستهلك الإلكتروني هو في الأساس نفس المستهلك التقليدي، حيث يكمن الاختلاف بينهما في وسيلة التعاقد. فالمستهلك الإلكتروني يتفاعل من خلال وسائل إلكترونية، مثل الإنترنت.[3]

الفرع الثاني: تعريف المستهلك الالكتروني:

مفهوم المستهلك الالكتروني هو ذلك الفرد الذي يبرم عقوداًإلكترونية مختلفة مثل الشراء والإيجار والقروض وغيرها من العقود بهدف توفير ما يحتاجه من منتجات إلشباع االحتياجات الشخصية أو العائلية دون أن يكون الهدف من ذلك هو إعادة تسويقها، ودون أن تتو افر لديه الخبرة الفنية لمعالجة هذه الاشياء و إصالحها.[4]

فباختصار المستهلك الإلكتروني هو الفرد الذي يقوم بإبرام عقود إلكترونية متنوعة، مثل الشراء والإيجار والقروض والانتفاع، بهدف الحصول على السلع والخدمات التي تلبي احتياجاته الشخصية والعائلية.[5]

أولا: في التشريع الجزائري: يتناول المشرع الجزائري مفهوم المستهلك في عدة نصوص قانونية. فقد حددت المادة الثالثة من القانون رقم 02-04 المستهلك على أنه "كل شخص

---

[1] خديجة عبد اللاوي، **قانون حماية المستهلك**، الجزائر: دار جودة للنشر و التوزيع، 2024، ص. 36

[2] كوثر سعيد عدنان خالد، **حماية المستهلك الالكتروني**، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2012، ص 27.

[3] المرجع نفسه ص 78.

[4] حسن العبابنة، **سلوك المستهلك عبر الإنترنت**، عمان: دار السواقي العلمية، 2025 ص 144 .

[5] اسامة احمد بدر، مرجع سابق، ص 108.

طبيعي أو معنوي يشتري سلعًا معروضة للبيع أو يستفيد من خدمات مقدمة دون أي غرض مهني". أما المادة الثالثة، الفقرة الأولى من القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك ومكافحة الغش، فقد عرفته بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يحصل على سلعة أو خدمة مقابل ثمن أو مجانًا، بشرط أن تكون موجهة للاستخدام النهائي لتلبية حاجاته الشخصية أو لتلبية حاجات شخص آخر أو حيوان تحت رعايته."[1]

كما حدد المُشرّع الجزائري المستهلك الإلكتروني بموجب القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية في نص المادة المادة السادسة بأنه [2]" كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري بعوض او بصورة مجانية سلعة او خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكترونية بغرض الاستعمال النهائي يتبيّن من نص المادة أن المشرّع الجزائري أسس تعريفه على أساس الوسيلة المستخدمة في إشباع الحاجات و الرغبات، إذ أن المستهلك يقوم باستخدام جهاز إلكتروني مرتبط بشبكة الإنترنت تساعده على البحث عن السلعة أو الخدمة التي يريدها[3]

نظرًا لحداثة مصطلح المستهلك في مجال القانون، فقد تم استلهام التعريف القانوني من المفهوم الاقتصادي. فالمستهلك وفقًا للمفهوم القانوني هو الشخص الذي يبرم العقود بهدف تلبية احتياجاته الشخصية والعائلية من السلع والخدمات. [4]

---

[1] روشو عبد القادر، " الحماية القانونية للمستهلك الاكتروني في ظل التشريع الجزائري "، **مجلة شعاع الدراسة الاقتصادية**،جامعة تيسمسيلت، الجزائر، العدد 06، 2022، ص 461.

[2]القانون رقم 05-18 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

[3] عبدي حبيبة، عبدلي وفاء، "حق المستهلك الالكتروني في الرجوع عن التعاقد بين قصور النص القانوني وواقع الممارسة العملية في التشريع الجزائري"، **مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية**، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد 05، 2020، ص 221.

[4] عبد الله ذيب، عبد الله محمود " حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة "، **رسالة ماجستير**، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 09،

ثانيا: في التشريع الفرنسي: عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 26 يوليو 1993 المستهلكين بأنهم "الأشخاص الذين يحصلون على المنقولات أو الخدمات لاستخدامها الشخصي غير المهني". وبالتالي، يُعتبر المستهلك الإلكتروني هو الفرد الذي يبرم عقودًا إلكترونية متنوعة، مثل الشراء والإيجار والقروض، بهدف تلبية احتياجاته من السلع والخدمات لإشباع رغباته الشخصية أو العائلية، دون نية إعادة تسويقها، ودون أن يمتلك الخبرة الفنية اللازمة للتعامل مع هذه السلع أو إصلاحها. يُعرف المستهلك الإلكتروني أيضًا بأنه "كل من يستخدم السلع أو الخدمات لتلبية احتياجاته أو احتياجات من يعولهم، دون أن يهدف إلى إعادة بيعها أو استخدامها في نشاطه المهني، مع إجراء التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة".[1]

ثالثا: مفهوم المستهلك في التجارة الالكترونية: عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 21 يوليو 1223 المستهلكين بأنهم "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستخدام غير المهني"، لكنه لم يتضمن تعريفاً واضحاً للمستهلك. المستهلك الإلكتروني هو الشخص الذي يبرم عقوداً إلكترونية مثل الشراء والإيجار والقرض لتلبية احتياجاته الشخصية أو العائلية، دون نية إعادة تسويقها أو امتلاك الخبرة الفنية اللازمة. العقود الإلكترونية تُعتبر دولية وعابرة للحدود، ويمكن أن تكون تجارية أو مدنية أو مختلطة حسب طبيعة العقد والعلاقة بين الأطراف.

يتطلب انعقاد العقد الإلكتروني وضوح الإيجاب وتحديد العناصر الأساسية لضمان فهم الأطراف. لذا، يحرص المشرع على حماية المعاملات الإلكترونية بسبب عدم معرفة الأطراف ببعضها. يجب أن تعكس الصورة المعروضة على الشاشة الوضع الحقيقي للبضائع، ويكون القبول الإلكتروني واضحاً، حيث لا يُعتبر السكوت قبولاً. يُطبق قانون

[1] علي أحمد المهداوي، "أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني"، **دراسات قانونية**، كلية القانون، جامعة الشارقة،، 2010، ص 189.

الإرادة، الذي يختاره الأطراف، وفي حال عدم الاتفاق، يستخلص القاضي الإرادة الضمنية من القرائن ويستعرض القوانين المتزاحمة لحل النزاع.[1]

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الالكتروني:

من اجل ابراز مبررات المستهلك الالكتروني يجب اولا ان نتطرق لشرورات حمايته: إن التوسع المتزايد في التجارة الإلكترونية، وما يرافقه من خصوصيات في التعاقد عن بُعد، قد أفرز وضعاً يجعل المستهلك الإلكتروني في موضع ضعف مقابل المورد المهني. هذا الضعف، الناتج عن غياب المعاينة المادية وصعوبة التحقق من المعلومات، يبرر الحاجة الماسة إلى توفير حماية قانونية خاصة للمستهلك. هذا المطلب سيتناول بالتحليل الأسباب الجوهرية التي تستدعي تدخل المشرع لضمان التوازن العقدي وحماية المستهلك من المخاطر المحتملة في الفضاء الرقمي.

الفرع الاول: ضرورات حماية المستهلك المتعاقد الالكتروني:

انطلاقًا من العلاقة الوثيقة بين القانون والتطورات التي تشهدها المجتمعات، بالإضافة إلى الدور الذي يلعبه القانون في توجيه هذه التطورات، نجد أن هناك اهتمامًا متزايدًا بالنشاطات الاقتصادية، خاصة فيما يتعلق بالعمليات الاستهلاكية التي تتم عبر الإنترنت. فقد أدت القوانين المعاصرة إلى تعزيز حماية المستهلك، حيث تم التركيز على حماية المستهلك المتعاقد بالطرق التقليدية، نظرًا لأنه يُعتبر الطرف الأضعف في عقد الاستهلاك من الناحيتين الاقتصادية والمعرفية.

ومع تطور وسائل الاتصال، أصبح من الضروري توسيع نطاق الحماية ليشمل المستهلك المتعاقد عبر الإنترنت، الذي يحتاج إلى حماية أكبر، كونه قد يكون أكثر ضعفًا من المستهلك التقليدي. إن إبرام عقود الاستهلاك عبر الوسائل الحديثة قد أثار العديد من

[1] محمد عساف محمد السلامات، " الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية "، **المجلة القانونية**، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد 3، 2018، ص ص 210، 211.

التحديات، مما جعل القواعد العامة غير كافية لتقديم الحلول المناسبة لجميع هذه المشكلات، الأمر الذي استدعى البحث عن حلول غير تقليدية.[1]

تتجلى أهمية حماية المستهلك المتعاقد في مراحل مختلفة، بدءًا من التعاقد وحتى تنفيذ العقد. بعد إجراء المفاوضات، يُعبر المستهلك عن رغبته في إبرام العقد من خلال إرسال البيانات المطلوبة عبر البريد الإلكتروني، مما يُعتبر بمثابة عرض للتعاقد. بعد ذلك، يقوم المهني أو المحترف بإرسال قبوله، وبذلك يتم إبرام العقد الاستهلاكي عن بُعد[2].أو بالعكس، قد يقوم المهني أو المحترف بعرض خدماته ومنتجاته على موقعه الإلكتروني بطريقة تحقق مفهوم الإيجاب الموجه للجمهور أو لعدد غير محدد من العملاء[3].

"يتقدم المستهلك بطلب للحصول على السلعة أو الخدمة، مما يجعله قابلاً لإبرام عقد إلكتروني للاستهلاك"[4]..يجب أن تُحيط العملية الاستهلاكية بمجموعة من الضمانات التي تحمي الطرف الضعيف، وهو المستهلك، من أي تعسف أو أخطاء قد تحدث أثناء استخدامه للمنتجات أو الخدمات من قبل المهنيين أو المحترفين[5]. كما ينبغي توفير الحماية للمستهلك عند استخدامه للوسائل الإلكترونية، مع مراعاة التعبير عن إرادته، سواء كان ذلك أثناء توقيعه إلكترونيًا أو عند اتخاذ أي قرار يتعلق بالمعاملات.مع مراعاة خصوصية العقد الاستهلاكي الذي يتم إبرامه عن بُعد عبر الإنترنت.[6]

---

[1] محمد عساف محمد السلامات، المرجع السابق، ص ص 211، 212.

[2] نضال إسماعيل برهم، **أحكام عقود التجارة الإلكترونية**، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2005، ص ص 17، 18.

[3] هشام صادق، « القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية"، **مجلة الدراسات القانونية** كلية الحقوق جامعة بيروت العربية، العدد 1، 2004، ص ص9، 10.

[4] فاتن حوى، **المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية**، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص ص64، 65 .

[5] Ahmad AL-GHADYAN، "Digital Signatures and Liability Issues Arising Out of Their certification"، **Journal of Law**، No.2،Vol 28، June 2004، the Academic Publication Council، Kuwait University،Kuwait،2004، P 71.

[6] منصف زغاب،" العقد والعالمية"، **المجلة العربية للفقه والقضاء**، العدد 337، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2008، ص 39.

يتجلى ذلك في افتقار المستهلك إلى التكنيك المعماري، حيث يحتاج المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية، مثل خدمات التسويق والتصميم. بالإضافة إلى ذلك، سنستعرض تأثير التطور الحديث في شبكة الإنترنت على المستهلك، كما سنوضح فيما يلي:

1- زادت توقعات المستهلكين من المنتجين في الحصول على خدمات تتناسب مع احتياجاتهم الفردية، وذلك نتيجة لارتفاع دخلهم ومستوى معيشتهم وتعليمهم ورفاهيتهم. في المقابل، يقدم المنتجون منتجات تستهدف سوقًا واسعًا دون مراعاة رغبات الأفراد، مما أدى إلى شعور المستهلك بعدم الإشباع الكامل .

2-يتوقع المستهلكون جودة عالية للمنتجات أو الخدمات، إلا أن انخفاض الدخل الحقيقي والقوة الشرائية بسبب ارتفاع الأسعار أدى إلى شعور بالإحباط والغضب لدى المستهلكين.

3- هناك نقص في المعلومات المتاحة حول خصائص الخدمات وأسعارها.

4- تعاني شريحة المستهلكين ذوي الدخل المنخفض من مشكلات مثل الغش والمبالغة في الأسعار وانخفاض الجودة، وذلك بسبب عدم إدراكهم لأهمية حماية حقوقهم، بالإضافة إلى تدني مستوى تعليمهم وخبرتهم ووعيهم بحقوقهم.

5-شهدت النظرة القانونية والسياسية تجاه موضوع حماية المستهلك تغيرًا، حيث بدأت الحكومة تتدخل لحماية مصالح المستهلكين، وأصبح السياسيون يدعمون قضايا حماية المستهلك كوسيلة لكسب المزيد من الأصوات.[1]

الفرع الثاني: مبررات حماية المستهلك الالكتروني:

تستند حماية المستهلك الإلكتروني إلى جملة من المبررات القانونية والواقعية فرضتها طبيعة البيئة الرقمية تتمثل في:

أولا: التطور الحديث في شبكة الانترنت:

[1] ضيف روفية، لرقط سمية، "المستهلك الالكتروني ومبررات حمايته "، **الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية**، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، 23 و24 افريل 2018، ص 23.

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر شيوعًا في أواخر الثمانينات، أدى ذلك إلى زيادة استخدام الشركات التجارية لإنشاء شبكات داخلية خاصة بها. كانت هذه الشبكات تتضمن برامج البريد الإلكتروني التي تمكّن المستخدمين من إرسال الرسائل لبعضهم البعض. ومع ذلك، كانت الشركات تقيّد التواصل مع الأشخاص خارج نطاق شبكة الشركة. في أوائل التسعينيات، ظهرت ما يُعرف بشبكة الإنترنت، والتي ساهمت في تطوير العديد من التقنيات، مثل البروتوكولات التي ساعدت في تحسين هذه الشبكة.[1]

يشكّل التطور التقني في هذا المجال واقعًا متجددًا، حيث يظهر الجديد في كل لحظة، مما يتطلب تحسين الروابط التجارية بين الشركات والمستهلكين لتحقيق أفضل أداء في الممارسات التجارية الإلكترونية. [2]

ثانيا: حاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية:

تتزايد حاجة المستهلكين إلى الخدمات الإلكترونية نتيجة لتوفر منتجات عالية الجودة بأسعار معقولة، وذلك بسبب كثرة المواقع التجارية الإلكترونية. هذه الزيادة في المنافسة بين هذه المواقع تسهم في تقديم أفضل العروض للمستهلكين. في هذا السياق، لا يمكن إنكار الفجوة الكبيرة بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية. كما أن نقص المعرفة التقنية لدى المستهلكين يؤثر سلبًا على قدرتهم على فهم الجوانب القانونية لعقود التجارة. بالإضافة إلى ذلك، قد تؤدي معرفة المستهلك المحدودة بشبكة الإنترنت إلى تعرضهم للاحتيال من قبل قراصنة الإنترنت عبر المواقع غير الموثوقة.[3]

ثالثا: افتقار المستهلك الى التنوير المعلوماتي التقني:

---

[1] طارق عبد العال، **التجارة الإلكترونية – المفاهيم – التجارب – التحديات – الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية**. مصر: الدار الجامعية. 2003، ص 36.

[2] بشار طلال مومني، **مشكلات التعاقد عبر الإنترنت**، الأردن: عالم الكتب الحديث، 2004، ص ص 10، 11 .

[3] محمد عساف محمد سلمات، مرجع سابق، ص214.

تُعتبر شبكة الإنترنت وسيلة مفتوحة تتيح للناس الوصول إلى المعلومات المالية بسهولة. فالبريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية توفران تفاعلاً مباشراً، مما يسهل على المستخدمين استكشاف مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات والتعاقدات عبر الإنترنت. إن قدرة المستخدمين على التعامل مع أجهزة الحاسوب وشبكة الإنترنت تتيح لهم الوصول إلى ما يحتاجونه من خدمات ومنتجات.

ومع ذلك، من الضروري أن نُشير إلى أهمية ما يُعرف بـ "ثقافة المستخدم" في مجال المعلوماتية، حيث إن نقص هذه الثقافة قد يُعيق القدرة على التعامل بكفاءة مع الشبكة[1]

بالإضافة إلى ذلك، فإن التعمق في استخدام الإنترنت قد يُعرض المستخدمين لمخاطر مثل الاحتيال من قِبل قراصنة الإنترنت، خاصة عند التفاعل مع المواقع الإلكترونية.

المبحث الثاني: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية:

بعد تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته، يبرز التحدي الأكبر الذي يواجهه في البيئة الرقمية، وهو الشروط التعسفية. هذه الشروط، التي غالباً ما تُفرض من قبل المهنيين مستغلين سلطتهم الاقتصادية، تُحدث خللاً واضحاً في التوازن العقدي. سيتناول

[1] بشار طلال مومني، مرجع سابق، ص ص16 17 .

هذا المبحث تعريف هذه الشروط وعناصرها في عقد البيع الإلكتروني، ثم يُفصّل في الآليات القانونية المتاحة لحماية المستهلك منها، سواء عبر الرقابة الإدارية أو القضائية.

المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية:

تُعد الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية من أبرز مظاهر عدم التوازن بين المستهلك والمورد، مما استدعى تدخل المشرّع لضمان حماية فعّالة لهذا الطرف الضعيف، وهو ما سنتطرق له في الفروع الموالية من خلال تعريف هذه الشروط وبيان عناصرها في عقد البيع الإلكتروني، ثم استعراض أهم الآليات القانونية الكفيلة بمواجهتها.

الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني:

يتم توضيح مفهوم الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني من خلال تعريفها (أولاً)، ثم استعراض عناصر هذه الشروط في عقد الاستهلاك الإلكتروني (ثانياً).

أولا: تعريف الشروط التعسفية:

يتطلب التعامل القانوني مع أي مفهوم توضيحه بشكل دقيق. وقد عرّف الفقه الشرط التعسفي بأنه "الشرط الذي يسبب عدم توازن في العقد لصالح الطرف الذي يفرضه على الطرف الآخر المتعاقد".[1]

الشخص الذي يفتقر إلى الخبرة هو المتعاقد الذي يجد نفسه في وضعية عدم توازن فني أو قانوني أو اقتصادي مقارنة بالطرف الآخر.[2]

كما تم تعريفها بأنها الشروط التي يفرضها المهني على المستهلك بشكل تعسفي نتيجة استغلاله لسلطته الاقتصادية، بغرض الحصول على مزايا غير عادلة. تُعتبر هذه

---

[1] رشيدة أكسوم عيلام، "المركز القانوني للمستهلك الاكتروني"، **اطروحة دكتوراه**، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي و ز و، 12 جوان، 2018، ص ص 252، 253.

[2] أحمد عصام منصور، **الحماية القانونية للمستهلك في العقد الاكتروني**،الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2019 ص192.

الشروط مُعدة مسبقًا من قبل الطرف الذي يمتلك نفوذًا اقتصاديًا قويًا، مما يمنحه ميزة أكبر مقارنة بالطرف الآخر. وقد تم تعريف الشروط التعسفية أيضًا بموجب القانون الفرنسي رقم 96-95 الصادر في في عام 1995، تم تعديل نص المادة 132 فقرة 01 من قانون الاستهلاك الفرنسي، حيث نص على أن "في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين والمستهلكين، تُعتبر الشروط تعسفية إذا كانت تؤدي إلى خلق تفاوت واضح بين حقوق والتزامات طرفي العقد، مما يضر بمصلحة غير المهني أو المستهلك". [1]

وعلى الرغم من صدور القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن المشرع الجزائري لم يقدم تعريفًا للشروط التعسفية، كما أنه لم يتضمن تعريفًا للشرط بشكل عام.

يتناول القانون المدني مسألة الشروط التعسفية، حيث يركز على حماية الطرف المذعن فقط، وذلك وفقًا للمادة 110 التي تنص على أنه: "إذا تم العقد بطريق الإذعان وتضمن شروطًا عسفية، يجوز للقاضي تعديل هذه الشروط أو إعفاء الطرف المذعن منها، وذلك وفقًا لما تقتضيه العدالة، ويعتبر أي اتفاق يتعارض مع ذلك باطلًا".[2]

وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نجد تعريفًا للشرط التعسفي في المادة 03، الفقرة 05، حيث يُعرف بأنه: "كل بند أو شرط، سواء بمفرده أو بالاشتراك مع بنود أو شروط أخرى، من شأنه الإخلال بتوازن حقوق وواجبات أطراف العقد".[3]

---

[1] إبراهيم عبد العزيز داود، **حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية**، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2014، ص111.

[2] المادة 110لأمر رقم 58-75 المؤرخ في 1975/10/26 يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية العدد 78، صادر في 1975/09/30.

[3] المادة 03قانون رقم04-02مؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41 الصادرة في 2004/06/27.

من هذا التعريف، نستنتج أن المشرع الجزائري لم يحدد صفة أطراف الرابطة العقدية بشكل دقيق، بل قدم تعريفًا عامًا وشاملاً، مما يعني أنه ينطبق على جميع أنواع العقود.[1]

ثانياً: عناصر الشروط التعسفية في عقد البيع الإلكتروني:

يتضمن عقد البيع الإلكتروني مجموعة من الشروط التي يحددها المورد في الاتفاق مع المستهلك، مما يؤدي إلى اختلال التوازن بين حقوق والتزامات الطرفين. لكي يُعتبر الشرط تعسفياً، يجب أن تتوفر فيه العناصر التالية:

1. **وجود عقد بيع إلكتروني،** وأن يكون أحد طرفيه هو المستهلك الإلكتروني. من المهم أن يُعتبر الشرط تعسفياً إذا تم إبرام العقد بطريقة إلكترونية. يتميز العقد الإلكتروني بعدة خصائص تميزه عن العقد التقليدي، من بينها إمكانية إبرامه دون الحاجة إلى الحضور المادي للمتعاقدين، وذلك باستخدام وسائل إلكترونية. ومن الجدير بالذكر أنه على الرغم من الخصوصية التي تتمتع بها العقود الإلكترونية، توجد عقبات تحول دون تمسك المستهلك بالشروط التي تُعتبر تعسفية، خاصةً في حالة العقود العابرة للحدود، حيث يتواجد الطرفان في دول مختلفة ولكل دولة قوانينها الخاصة. ما يُعتبر شرطًا تعسفيًا في دولة قد لا يُعتبر كذلك في دولة أخرى. بالإضافة إلى ذلك، قد يختلف الحكم على الشرط التعسفي؛ فقد يُعتبر باطلًا بطلانًا مطلقًا وفقًا لقانون دولة معينة، بينما يُعتبر باطلًا بطلانًا نسبيًا وفقًا لقانون دولة أخرى. لذا، من الضروري وجود قواعد موحدة لحماية المستهلك بين الدول.

علاوة على ذلك، عند إبرام عقود البيع إلكترونيًا، يجب أن يكون أحد الأطراف مستهلكًا إلكترونيًا، وهو الشخص الذي يشتري المنتج بغرض الاستهلاك. وقد عرّف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في المادة 06 فقرة 03 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[2]، حيث نص على أن "المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي

---

[1] أحمد بعجي، "فعالية حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية"، **مجلة الدراسات والبحوث القانونية**، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، المجلد 04 العدد 01، 2019، ص 157.

[2] المادة 06 الفقرة 03، القانون 18-05المتعلق بالتجارة الالكترونية، السالف الذكر.

يقتني، بعوض أو بصفة مجانية، سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من الموارد الإلكترونية بغرض الاستخدام النهائي". ويُلاحظ من هذا التعريف أن مفهوم المستهلك يقتصر الأمر على الشخص الذي يحصل على السلعة أو الخدمة من خلال التعاقد عبر شبكة الإنترنت، سواء كان ذلك يتعلق بمختلف أنواع العقود الإلكترونية مثل الشراء أو الإيجار أو القروض.[1]

2. أن يكون العقد مكتوبا:

تنص المادة 03، الحالة 04، الفقرة 02 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسة التجارية [2]على ما يلي: "يمكن إبرام العقد على شكل طلب فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو أي وثيقة أخرى، بغض النظر عن شكلها، بشرط أن تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المحددة مسبقًا". وقد أوجب المشرع الجزائري في العقود الإلكترونية التي تُعقد مجانًا أن تكون خالية من الشروط التعسفية.

من خلال عبارة "حرر مسبقاً" الواردة في نص المادة 03 فقرة 04 من القانون 02-04المذكور، نستنتج أن الحماية من الشروط التعسفية في التشريع الجزائري تقتصر على لشروط المكتوبة مسبقاً، دون تلك التي لم تُكتب. والمقصود بالكتابة هنا ليس الكتابة الرسمية، بل الإشارة إلى الشروط العامة للتعاقد التي يقدمها المورد في الوثائق.

3. أن يؤدي الشرط أو البند الوارد في العقد الالكتروني ل للاخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف:

الشروط المعنية هي تلك التي تؤدي إلى خلق عدم توازن بين حقوق والتزامات أطراف عقد البيع الإلكتروني. يجب أن يكون الاختلاف في الالتزامات ناتجًا عن تعسف في استخدام

[1] زوليخة بن طاية، حورية لشهب، "الحماية القانونية للمستهلك الرقمي من الشروط التعسفية"، **مجلة الباحث للدراسات القانونية**، المجلد 07، العدد 01، جانفي 2020، ص 317.

[2] المادة 03 الفقرة04، القانون 04-02، الممارسات التجارية السالف الذكر.

القوة الاقتصادية من جهة، بينما يمنح هذا الشرط ميزة مفرطة لصالح المورد من جهة أخرى.[1]

الفرع الثاني: آليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الالكتروني:

تُعتبر مسألة التفاوت في القدرة التعاقدية بين الأطراف في العقود الإلكترونية، نتيجة وجود شروط تعسفية، قضية تستحق الاهتمام نظرًا لتأثيرها على توازن العقد بين المستهلك والمورد. وقد استجاب المشرع الجزائري لهذا الأمر، خاصة فيما يتعلق بعقود البيع الإلكترونية، من خلال وضع آليتين. الأولى هي آلية الرقابة الإدارية، التي تمثلت في إنشاء لجنة مختصة تُعرف بلجنة الشروط التعسفية. أما الثانية، فهي آلية الرقابة القضائية التي تتولى السلطات القضائية مهمة مراقبة وجود الشروط التعسفية

أولا: الرقابة الإدارية (لجنة الشروط التعفسية)

أنشأ المشرع الجزائري هيئة إدارية تُعرف بـ "لجنة الشروط التعسفية"، والتي تلعب دورًا مهمًا في حماية المستهلك. جاء ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-306،[2] الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الفاعلين الاقتصاديين والمستهلكين، بالإضافة إلى البنود التي تُعتبر تعسفية. تُشكل هذه اللجان على مستوى وزارة التجارة وفقًا للمادة 06 من المرسوم المذكور يتبع تشكيل لجنة الشروط التعسفية نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 08-44 المعدل والمكمل للمرسوم 06-306،[3] حيث تتكون اللجنة من خمسة أعضاء دائمين وخمسة أعضاء احتياطيين. وقد تم توزيع الأعضاء كما يلي:

- ممثلان عن الوزير المكلف بالتجارة، مختصان في مجال الممارسة التجارية.

---

[1] زوليخة بن طاية، حورية لشهب، المرجع السابق، ص 318.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 06-306مؤرخ في 2006/09/10 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية العدد 56 الصادرة في 2006/09/11.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 08-44المؤرخ في /03 02/2008 المعدل والمتمم للمرسومالتنفيذي رقم، 06-306 يحدد العناصر ألأساسية للعقود المبرمة بين ألعوانالقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 07 الصادرة في 10/02/2008.

– ممثلان عن وزير العدل، مختصان في قانون العقود.

– ممثلان عن مجلس المنافسة.

– متعاملان اقتصاديان يمثلان الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود.

– ممثلان عن جمعيات حماية المستهلكين، مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود.

كما يمكن للجنة الاستعانة بأي شخص آخر يمكن أن يساهم في أعمالها. وتحدد القائمة الاسمية لأعضاء اللجنة بقرار من الوزير المعني.

يتم تعيين أعضاء اللجنة من قبل الوزراء والمؤسسات المعنية لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد، وفقًا للمادة 09 من القانون 06-306، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعيان الاقتصاديين والمستهلكين، بالإضافة إلى البنود التي تعتبر تعسفية. في إطار المهام الموكلة إلى لجنة الشروط التعسفية، تتلقى اللجنة العديد من الإخطارات بشأن وجود شروط تعسفية في العقود، وغالبًا ما يتم تقديم هذه الإخطارات من قبل المتضررين الأوائل، وكذلك من قبل الجمعيات المهنية وأي مؤسسة لها مصلحة في الكشف عن هذه الشروط[1].

بناءً على ذلك، تقوم اللجنة بتقديم توصيات للوزير المكلف بالتجارة وللمؤسسات المعنية، ولكن ليس لديها صلاحية التمثيل القضائي نيابة عن المستهلك، حيث تقتصر مهامها على الاستشارة فقط. كما تصدر اللجنة محاضر غير ملزمة، مما يقلل من أهمية دورها. ومن بين مهام اللجنة أيضًا إجراء دراسات وخبرات مشتركة حول الشروط التعسفية في العقود. تلعب لجنة مقاومة الشروط التعسفية دورًا حيويًا في تحقيق التوازن العقدي،

[1] حدوش كريمة، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الاكتروني"، **مجلة السياسة العالمية**، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، المجلد، 06 العدد، 02 ديسمبر، 2022 ص 754.

حيث تسعى إلى البحث وتحليل الشروط المجحفة التي يُجبر المستهلك، كطرف ضعيف، على قبولها. إذا تأكدت اللجنة من وجود هذه الشروط[1].

ثانيا: الرقابة القضائية:

يعتبر عقد البيع الإلكتروني مشابهًا لعقد البيع التقليدي، مع اختلاف في الوسيلة التي يتم من خلالها إبرام العقد. وبالتالي، فإن القوانين التي تنطبق على العقود التقليدية تنطبق أيضًا على العقود الإلكترونية. فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، نجد أن قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 لم يحدد بشكل واضح صور الممارسات التعسفية الإلكترونية. ومع ذلك، يمكن للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني الاستفادة من أحكام القانون رقم 04-02 والمرسوم التنفيذي رقم 06-306، بشرط أن ينطبق عليه وصف المستهلك.

لذا، اعتمد المشرع الجزائري في حماية المستهلك من الشروط التعسفية على أسلوب مباشر[2]، من خلال النص الصريح على بعض هذه الشروط في المادة 29 من القانون-02 04. حيث تتضمن المادة 08 عدة شروط تعتبر تعسفية، ومنها:

- وجود اختلال في الالتزامات بين طرفي العقد، حيث يحصل البائع على حقوق وامتيازات لا يحصل عليها المستهلك، الذي يُعتبر الطرف الأضعف في العقد، مما يجعله مضطرًا للموافقة على الشروط التي تخدم مصالح البائع فقط.
- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، بينما يتعاقد البائع بشروط تحقق مصالحه.

فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، وبموجب القوانين الحديثة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مثل القانون18-05، يمكننا أن نلاحظ مدى قصور هذه

[1] إبراهيم عبد العزيز داود، المرجع السابق، ص 146.

[2] زوليخة بن طاية، حورية لشهب، المرجع السابق، ص 320.

القواعد في تقديم الحماية الكافية والفعالة. حيث إن نص المادة 35 من هذا القانون جاء بشكل عام بهدف حماية المستهلك. وبالتالي، يمكن القول إن المشرع الجزائري اعتمد على قواعد القانون 04-02، وهو المرسوم التنفيذي رقم 30، لحماية المستهلك المتعاقد في البيئة الرقمية من الشروط التعسفية.[1]

خلاصة الفصل:

يتضح مما سبق أن حماية المستهلك الإلكتروني تُعد ضرورة قانونية تفرضها متغيرات الواقع الرقمي، وما ينطوي عليه من تحديات تتعلق بعدم التكافؤ في مراكز الأطراف. فالمستهلك غالباً ما يكون في موقع ضعيف تجاه المورد، خاصة عند فرض شروط تعسفية قد تنال من حقوقه الأساسية. وقد تناولنا في هذا الفصل المفاهيم المتعلقة بالمستهلك، وخصوصية وضعه في البيئة الإلكترونية، إضافة إلى الضرورات والمبررات التي تفرض حمايته. كما سلطنا الضوء على الشروط التعسفية التي قد تُدرج في العقود الإلكترونية، والآليات القانونية، سواء الإدارية أو القضائية، التي تكفل له الحماية من آثارها.

[1] قاسيمي حمزة، ميهوب يزيد،" ضمان معالجة معطيات المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري"، **مجلة صوت القانون**، جامعة خميس مليانة، المجلد 08، العدد الخاص، مارس 2022، ص 234.

الفصل الثاني:

اليات حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري

تمهيد:

في ظل الانتشار المتسارع للتجارة الإلكترونية، بات من الضروري إرساء قواعد قانونية تضمن حماية فعّالة للمستهلك في البيئة الرقمية، نظراً لما يطرحه هذا النمط من تعاملات من تحديات قانونية ومخاطر ترتبط بإبرام العقود عن بُعد، وضعف المساومة، واحتمالية التعرض للاحتيال أو التضليل. وقد تدخل المشرّع الجزائري في هذا الإطار من خلال منظومتين قانونيتين أساسيتين: قانون التجارة الإلكترونية الذي يتضمن جملة من الالتزامات الوقائية الملقاة على عاتق المورد، وقانون العقوبات الذي يوفر حماية جزائية ضد الأفعال الإجرامية التي قد تمس المستهلك الإلكتروني. يهدف هذا الفصل إلى استعراض الجوانب القانونية التي كرّسها المشرّع الجزائري لضمان حماية هذا النوع من المستهلكين في مختلف مراحل العملية التعاقدية.

وفي سياق التطور التكنولوجي المتسارع وظهور التجارة الإلكترونية كنمط جديد للمعاملات، تبرز أهمية خاصة لتحديد كيفية تعامل القانون الجزائري مع حماية المستهلك في هذه البيئة الرقمية. وعليه، سيتناول هذا الفصل بالتحليل الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري من خلال دراسة حماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية (المبحث الأول)، وحماية المستهلك الإلكتروني في قانون العقوبات الجزائري (المبحث الثاني).

المبحث الاول: حماية المستهلك الالكتروني في قانون التجارة الالكترونية:

يُعد قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر الإطار التشريعي الأساسي الذي ينظم المعاملات التجارية عبر الإنترنت، ويولي اهتماماً خاصاً لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني في هذه البيئة الرقمية. يهدف هذا المبحث إلى تحليل الكيفية التي تناول بها هذا القانون حقوق المستهلك والتزامات البائع الإلكتروني في مختلف مراحل التعاقد الإلكتروني. ولتحقيق هذا الهدف، سنتطرق في مطلبين إلى حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة قيام العقد، وحمايته في مرحلة إبرام العقد.

المطلب الاول: حماية المستهلك الالكتروني في مرحلة ما قبل العقد:

يحظى المستهلك الإلكتروني بحماية قانونية حتى قبل الدخول في العقد، فهو كغيره من العقود ينشأ: بتلاقي الايجاب والقبول، كما جاء في المادة 54 من القانون المدني الجزائري، والتي تعرف العقد بأنه: "اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص تجاه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو االمتناع عن فعل شيء ما".[1]

وكذلك تنص المادة 55 من نفس القانون على: "يكون العقد ملزما للطرفين، متى تبادل المتعاقدان االلتزام بعضهما البعض".[2]

الفرع الاول: ضوابط الاعلان الالكتروني وسبل حماية المستهلك من التضليل الاعلاني:

حق المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية قد تتجاوز الإعلانات التجارية حدودها القانونية، مما يؤدي إلى أن تصبح مضللة أو كاذبة، وهو ما يعد غير قانوني لأنه يضر بمصالح المستهلكين. لذا، يجب أن ترتكز القواعد على مبدأين أساسيين: وضوح الإعلان التجاري، وأن يكون الإعلان صادقاً وغير مضلّل. [3]

---

[1] المادة 54 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة 55 من القانون نفسه.

[3] حسن العبابنة، المرجع السابق، ص 146.

أولًا: تعريف الإعلان الإلكتروني:

ورد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري كتعريف لالإشهار الإلكتروني على أنه:" كل إعلان يهدف بشكل مباشر أو غير مباشر إلى ترويج بيع بضائع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونيةً.[1]

ولم يتباعد المشرع كثيرًا في تحديده للإعلان التجاري في هذه المادة عن التعريف الوارد في القانون 04-02المختص بالممارسات التجارية، حيث عرف الإشهار كالآتي: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع السلع أو الخدمات مهما كان مكان أو وسائل الاتصال المستعملة[2]"

ثانيا: سبل حماية المستهلك الالكتروني من مخاطر الاعلان الالكتروني:

شرط الوضوح في الاعلان الالكتروني يعتبر نشر أي إعلان تجاري عبر الإنترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى جزءًا من التعاقد الإلكتروني، الذي يخضع لعدة شروط. من بين هذه الشروط، يجب عدم المساس بالآداب العامة والنظام العام. كما يتطلب الأمر أيضًا شرطًا هامًا يتمثل في وضوح الإعلان أو الإشهار الإلكتروني، وذلك لحماية الطرف المتلقي للإعلان.[3]

يعني ذلك أن يتضمن الإعلان المعلومات الكافية حول السلعة أو الخدمات المقدمة، مما يسهم في تشكيل تفكير واعٍ ومدروس لدى المستهلك، ويساعده في اتخاذ قرار مستنير عند الإقدام على التعاقد.[4]

تناول قانون التجارة الإلكترونية الجزائري في الفصل السابع، الذي يحمل عنوان "الإشهار الإلكتروني"، موضوع وضوح الإعلان الإلكتروني. حيث نصت المادة 30 على

---

[1] المادة 6 الفقرة 06 من القانون رقم18-05المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.

[2] المادة 03 الفقرة3 من القانون04-02 المتعلق بالممارسات التجارية السالف الذكر.

[3] بن غيدة إيناس،" الحماية المدنية للمستهلك في العقود الالكترونية"، **رسالة ماجستير**، جامعة تلمسان، 2015، ص36.

[4] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص12.

مجموعة من الشروط المتعلقة بهذا الوضوح، وهي كالتالي: "يجب أن تكون الرسالة محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية" (الفقرة الثانية)، و"يجب أن تتيح تحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه" (الفقرة الثالثة)، و"يجب أن توضح بجلاء ما إذا كان العرض يتضمن تخفيضات أو مكافآت أو هدايا، في حال كان العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً" (الفقرة الخامسة).[1]

حظر المشرع الجزائري الإعلان الكاذب وفقًا للمادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367،: " حيث نصت على ما يلي يُمنع، استخدام أي إشارة أو علامة أو تسمية خيالية، أو أي طريقة للتقديم أو الوسم، أو أي أسلوب للإعلان أو العرض أو البيع، إذا كان من شأنها أن تُحدث لبسًا لدى المستهلك، خاصة فيما يتعلق بطبيعة السلعة وتركيبها." يتبين من خلال هذه المادة أن خاصية النزاهة تُعتبر ركيزة أساسية للإعلان الإلكتروني، حيث يجب أن يخلو من أي نوع من التضليل أو الخداع[2].

بعبارة أخرى، ينبغي أن تتطابق المعلومات المقدمة في الإعلان تمامًا مع الواقع. ولتكون الإعلانات نزيهة وفقًا لهذا المفهوم، يجب أن تتوفر فيها شروط معينة، وهي:

1. إمكانية تجديد الإعلان.
2. صدق المعلومات الواردة فيه. [3]

تناولت الفقرة الثالثة من المادة 27 من قانون الممارسات التجارية مفهوم الإشهار الذي يهدف إلى إحداث لبس في ذهن المستهلك، حيث يُعرَّف بأنه "الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه يزرع شكوكًا أو أوهامًا في ذهن المستهلك." [4]وهذا يعني

---

[1] المادة 30 من القانون18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، السالف الذكر.

[2] المرسوم التنفيذي 90-367 المؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1411 الموافق ل10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية الجريدة الرسمية،العدد50 .

[3] لحسين بن الشيخ أث ملويا، **المنتقي في عقد البيع**،، ط 4،الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع2010، ص98.

[4] القانون 04-02المتعلق بالممارسات التجارية السالف الذكر.

أن الإعلان يجب أن يكون خالياً من العبارات التي قد تؤدي إلى تكوين أفكار خاطئة لدى المستهلك، مثل الإعلانات التي تمدح التدخين.

الفرع الثاني: التزام المورد بحسن النية في المساومة:

يتعين على المورد أن يقدم للمستهلك جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالخدمة التي يعرضها بشكل واضح ودون أي غموض، وذلك لضمان رضا المستهلك عن الخدمة. لم يحدد المشرع الجزائري مفهوم العيب الذي يوجب الضمان، بل اكتفى بتحديد شروطه. حيث تنص المادة 379 من القانون المدني الجزائري على أن "البائع يكون ملزماً بالضمان إذا لم تتوفر في المبيع الصفات التي تعهد بوجودها عند التسليم للمشتري، أو إذا كان هناك عيب ينقص من قيمة المبيع أو من إمكانية الانتفاع به وفقاً للغرض المقصود منه كما هو مذكور في عقد البيع أو كما يتضح من طبيعته أو استخدامه. ويكون البائع مسؤولاً عن هذه العيوب حتى وإن لم يكن على علم بوجودها".[1]

كما تنص المادة 106 على أن "العقد هو شريعة المتعاقدين، ولا يجوز نقضه أو تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يحددها القانون". وتؤكد المادة 107 على أنه "يجب تنفيذ العقد وفقاً لما تضمنه وبحسن نية. وفيما يتعلق بأركان البيع، تنص المادة 351 من نفس القانون على أن "البيع هو عقد يلتزم بمقتضاه البائع بنقل ملكية شيء أو حق مالي آخر إلى المشتري مقابل ثمن نقدي". كما تنص المادة 364 على أن "البائع ملزم بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي تم الاتفاق عليها".[2]

بموجب مبدأ التضاد، فإن عدم الالتزام بحسن النية أثناء التفاوض يؤدي إلى عدم الجدية في التعامل، مما ينتج عنه فشل في إبرام العقد. [3]

---

[1] المادة 379 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

[2] المواد 351 و364 من القانون نفسه.

[3] إيناس مكي عبد نصار، "التفاوض الالكتروني دراسة مقارنة في ظل بعض التشريعات العربية المعاصرة"، **مجلة جامعة بابل**، المجلد 21، العدد، 3، 2013 ص952.

يمكن أن تتواجد المعلومات الشخصية لهذا الشخص عبر البريد الإلكتروني أو من خلال نظام التبادل الإلكتروني. في الحالة الأولى، تتجلى الفكرة من خلال الرسائل الإلكترونية، والملفات، والصور، والأغاني، والبرامج، التي يتم تبادلها مع أطراف أخرى باستخدام بريده الإلكتروني. أما في الحالة الثانية، فتعني نقل البيانات الإلكترونية من جهاز كمبيوتر إلى آخر باستخدام معيار متفق عليه لتنسيق المعلومات[1].

الفرع الثالث: التزام المورد الإلكتروني بالإعلام:

يعتبر الالتزام بإعلام المستهلك واجبًا يهدف إلى توعية المستهلك وتمكينه من اتخاذ قرار شراء المنتج أو الخدمة بإرادة حرة وسليمة. فالمستهلك لا يمكنه تحديد خصائص المنتج ومكوناته إلا بناءً على المعلومات المقدمة له. هذا الالتزام يستند إلى أحكام قانونية، مثل باقي الالتزامات التي تنشأ عن نصوص قانونية، حيث يكون القانون هو المصدر المباشر لها[2]. وفقًا للمادة 8 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأيّة طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة.[3]

يتعين على البائع إبلاغ المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المتعاقد عليها، وذلك وفقًا لما نصت عليه المادة 17 من قانون09-03 ، التي تنص على أن "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم وبأي وسيلة أخرى". [4]كما أكدت المادتان 11 و13 من القانون

---

[1] مصطفى ثابت، بدر الدين بلموالي، "الاشهار الالكتروني في الجزائر بين حتمية الالتزام بأخالقيات النشر وجدل خصوصيات المستهلك"، **مجلة الحكمة للدراسات الاعالمية والاتصالية**، المجلد، 10 العدد، 4 سنة، 2022 ص18.

[2] بختة موالك، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، **المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية**، العدد، 2، 1992 ص38.

[3] المادة 08 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.

[4] المادة 17 من القانون 09-03المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق لـ 25 فيفري، 2009 المتعلق بحماية المستهلك

18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على هذا الالتزام. وفي هذا السياق، تنص المادة 11 على أنه "يجب على المورد الإلكتروني تقديم العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل المعلومات التالية:

- رقم التعريف الضريبي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني.
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.
- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقدمة، مع احتساب جميع الرسوم.
- حالة توفر السلعة أو الخدمة.
- طرق ومصاريف وأوقات التسليم.
- الشروط العامة للبيع، خاصةً البنود المتعلقة بحماية البيانات الشخصية.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
- كيفية حساب السعر في حال عدم إمكانية تحديده مسبقًا.
- إجراءات الدفع.
- شروط فسخ العقد عند الحاجة.
- وصف شامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
- فترة صلاحية العرض عند الحاجة،
- شروط وأجل إلغاء الطلب عند الحاجة،
- كيفية تأكيد الطلب،
- موعد التسليم وسعر المنتج المتعلق بالطلب المسبق، بالإضافة إلى كيفية إلغاء الطلب المسبق عند الحاجة،
- طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه،

وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد، 15 الصادرة في 08 مارس2009.

– تكلفة استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية إذا تم احتسابها وفقًا لمعايير مختلفة عن التعريفات السارية. "

لذا يتعين على المورد أو المحترف الالتزام بتقديم المعلومات كوسيلة لتقليل الفجوة بين الطرفين. يجب أن تشمل هذه المعلومات تفاصيل تتعلق بالجهة المتعاقدة مع المستهلك، بالإضافة إلى معلومات أساسية ينبغي على المستهلك معرفتها قبل إبرام العقد، وذلك بهدف توعية المستهلك وتمكينه من اتخاذ قرار مستنير. إذا لم يكن المستهلك على دراية كافية بالسلعة والجهة التي سيتعاقد معها، فإن ذلك قد يؤثر سلبًا على توازنه العقدي. وبالتالي، فإن الالتزام بتقديم المعلومات الشاملة والكاملة يسهم في تقليص الفجوة بين المتعاقدين في الفضاء الرقمي، مما يبرر أهمية هذا الالتزام.[1]

تنص المادة 352 من قانون المعاملات المدنية على أنه " يجب أن يكون المشتري على دراية كافية بالمبيع، ويعتبر العلم كافياً إذا تضمن العقد وصف المبيع وخصائصه الأساسية التي تتيح التعرف عليه"". وقد أشار المشرع الجزائري إلى ضرورة التزام المحترف الإلكتروني بإبلاغ المستهلك بهويته، بما في ذلك ذكر اسمه ومعلوماته الشخصية التي تساعد في تحديد مكان نشاطه وعنوانه. في حالة كون المحترف شخصاً معنوياً، يجب ذكر عنوان شركته ومقرها، بالإضافة إلى عنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم المنتج شخصاً آخر. تعتبر هذه المعلومات ضرورية لتحديد الهوية الحقيقية للمحترف الإلكتروني، مما يساهم في استبعاد الهوية الافتراضية التي قد يستخدمها بعض الأفراد للاختباء خلفها والتملص من مسؤولياتهم في حالات الغش والخداع والنصب على المستهلك الإلكتروني، وهو ما نصت عليه المادة 10.[2]

المطلب الثاني: ضمانات المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام و تنفيذ العقد:

[1] خليفي مريم،" الالتزام بااعلام الالكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية"، **دفاتر السياسة والقانون**، جامعة بشار، الجزائر، العدد،4جانفي،2011 ص205.

[2] أكسوم عيالم رشيدة، المرجع السابق، ص 362.

تُعتبر مرحلة إبرام العقد الإلكتروني من المراحل الحساسة التي تتطلب توفير حماية خاصة للمستهلك، وذلك بسبب الطبيعة غير المادية للمعاملات وما قد يترتب عليها من مخاطر متنوعة. يهدف هذا المطلب إلى تسليط الضوء على الضمانات القانونية التي يوفرها قانون التجارة الإلكترونية للمستهلك في هذه المرحلة، بالإضافة إلى كيفية تعامله مع المخاطر المحتملة وحقوقه المستجدة. لتحقيق ذلك، سنستعرض في فرعين مخاطر الوفاء بالالتزامات وحق المستهلك في العدول، إلى جانب ضمانات المورد الإلكتروني والحقوق الجديدة التي تهدف إلى حماية المستهلك في هذه المرحلة التعاقدية.

الفرع الاول: حماية المستهلك الالكتروني من مخاطر الوفاء وحقه في العدول:

من خلال هذا الفرع، سيتم تناول موضوع حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء وحقه في العدول.

اولا: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء:

يمكن أن يتعرض المستهلك الإلكتروني للخطر أو الضرر من قبل المورد الإلكتروني أثناء عملية الوفاء. فالمورد يتحمل مسؤولية استلام المبلغ المدفوع من قبل المستهلك مقابل السلعة أو الخدمة، مما يجعله غالبًا على دراية بالمعلومات الحساسة للمستهلك، مثل رقم الحساب، الرقم السري لبطاقات الدفع، التوقيع، أو حتى الرصيد المتاح. من واجبه حماية هذه المعلومات، لكن العديد من التجار والموردين الإلكترونيين يلجأون إلى أساليب احتيالية للحصول على أموال المستهلك. فقد يستخدمون الرقم السري لبطاقة الدفع الذي حصلوا عليه من تعاملات سابقة، أو يقومون بتقليد التوقيع أو التوقيع الإلكتروني لإجراء تعاقدات باسم المستهلك دون علمه، مما يعرضه لمخاطر جسيمة.[1]

[1] جلول دواجي بلحول، "الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية"، **رسالة ماجستير**، جامعة تلمسان، 2015، ص17.

كما تم الإشارة سابقًا، يمكن أن يتعرض المستهلك للضرر من قبل موظفي المؤسسات البنكية والمالية، حيث يتعامل معهم أثناء سداد ثمن سلعة أو خدمة قام بشرائها. فموظفو البنك، بطبيعة عملهم، لديهم الوصول إلى الوثائق والتوقيعات والأرقام السرية وغيرها من المعلومات الحساسة، مما قد يمكنهم من الاستيلاء على حساب المستهلك الإلكتروني. كما يمكن أن يقوم أحد الموظفين بتسريب معلومات المستهلك إلى أطراف أخرى، قد تكون لها علاقة بالمستهلك الذي تعرض للاحتيال، مما يسبب له ضررًا إضافيًا. ومن المهم أيضًا أن نلاحظ أن المستهلك الإلكتروني معرض للقرصنة من قبل جهات خارجية، التي أصبحت قادرة على اختراق الأنظمة البنكية وقواعد البيانات وحتى مواقع الإعلانات.[1]

يتضح من ذلك أن هناك خطرًا كبيرًا يواجه المستهلك أثناء عملية الدفع، حيث قد يتم الدفع دون توفر المنتج أو دون تجربته، أو قد يدفع مقابل شيء لا يعرف طبيعته، وعند الاستلام قد يجد ما لا يتوافق مع ما كان يتوقعه، مما يعرضه لخطر فقدان المبلغ المدفوع. لذلك، أقرّ المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية مجموعة من القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك، خاصة في مرحلة الوفاء. حيث تنص المادة 16 من قانون التجارة الإلكترونية على أنه "ما لم ينص العقد الإلكتروني على خلاف ذلك، يلتزم المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد بمجرد إبرامه"، وذلك احترامًا لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين. كما تحدد المادة 11 المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عبر الاتصال الإلكتروني، بينما توضح المادة 13 الفقرة 06 شروط وكيفيات الدفع. ولم يحدد المشرع شروط الدفع في المادة 27، التي نصت على أن "الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية يتم إما عن بعد أو عند تسليم المنتج، باستخدام وسائل الدفع المرخص بها وفقًا للتشريع المعمول به".[2]

[1] المرجع نفسه، ص118.

[2] المواد:، 11، 13، 27 من قانون التجارة الالكترونية، السالف الذكر.

تتضمن الحماية التي منحها قانون التجارة الإلكترونية فيما يتعلق بمخاطر الوفاء، ما ورد في المادة 23 التي تنص على أنه "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حال كان العرض غير مطابق للطلبية أو إذا كان المنتج معيبًا". [1]

ويُشترط ذلك في حال عدم خلو المبيع من العيوب، مما يلزم المورد بإعادة المبلغ المدفوع. كما حرص المشرع على حماية المستهلك الإلكتروني من خلال ما جاء في المادة 29، التي تنص على أن "منصات الدفع الإلكتروني التي تم إنشاؤها واستخدامها وفقًا للمادة 27 تخضع لرقابة بنك الجزائر، لضمان توافقها مع متطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها".[2]

ثانيًا: حق المستهلك الإلكتروني في العدول:

حق العدول، المعروف أيضاً بحق الرجوع أو مهلة التفكير أو حق الندم، يُعرَّف بأنه "سلطة أحد المتعاقدين في إلغاء العقد والتحلل منه دون الحاجة لموافقة الطرف الآخر".[3]

ويشير هذا الحق أيضاً إلى "إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل إبرام العقد، من خلال إرجاع المستهلك للمنتج الذي تم تسليمه إليه، شريطة وجود مبرر معقول دون الانحياز للأهواء الشخصية للمستهلك". [4]

وقد نصت المادة 13 على أنه "يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:"

- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع
- شروط إلغاء العقد الإلكتروني

---

[1] المادة 23 من قانون التجارة الالكترونية، السالف الذكر.

[2] المادة 29 من القانون نفسه.

[3] خلقي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري"، **مجلة النجاح لألبحاث والدراسات**، نابلس، فلسطين، المجلد01، العدد01، 2017 ص23.

[4] خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**،، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006 ص 374.

- شروط وطرق الدفع
- شروط وطرق إعادة المنتج
- إجراءات التعامل مع الشكاوى
- شروط وطرق الطلب المسبق عند الحاجة
- الشروط والإجراءات المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الحاجة
- الجهة القضائية المختصة في حالة حدوث نزاع وفقًا لأحكام المادة 2 المذكورة أعلاه
- مدة العقد حسب الحاجة.[1]

الفرع الثاني: ضمانات المورد الإلكتروني والحقوق المستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني:

تتضمن حماية المستهلك الإلكتروني، بالإضافة إلى ما تم ذكره، مجموعة من الضمانات التي تنقسم إلى ضمانات المورد الإلكتروني والحقوق الجديدة التي تهدف إلى تعزيز هذه الحماية.

اولا: ضمانات المورد الالكتروني:

لا يُستبعد أن يمارس المستهلك الإلكتروني حقه في إرجاع المنتج واستعادة ثمنه، مما يتيح له إمكانية مطالبة المحترف الإلكتروني بتعويض الأضرار التي تعرض لها نتيجة شراء المنتج. وقد أدى التطور التكنولوجي في حياتنا المعاصرة إلى زيادة الأضرار التي تلحق بالمستهلكين الإلكترونيين.[2]

قام المشرع الجزائري بتحديد مجموعة من الضمانات لحماية المستهلك المعلوماتي أثناء إجراء تعاقداته عن بُعد. وتتنوع هذه الضمانات لتشمل: ضمان العيوب الخفية ، ضمان التعرض والاستحقاق ، وضمان سلامة المستهلك المعلوماتي.

[1] المادة 13 من قانون التجارة الالكترونية، السالف الذكر.

[2] اكسوم عيالم رشيدة، المرجع السابق، ص377

أ. ضمان العيوب الخفية:

تعريف العيب الخفي:

عرف الفقهاء العيب الخفي وفقًا لنصوص القوانين بأنه "العيب الذي يقلل من قيمة المبيع أو من نفعه بناءً على الغرض المقصود من العقد، أو وفقًا لطبيعة الشيء أو الهدف الذي أُعد له. كما يُعتبر العيب الخفي أيضًا عدم توفر الصفات التي تعهد البائع بتوفيرها للمشتري عند تسليم المبيع.[1]

وفيما يتعلق بالتشريع الجزائري، فإنه لم يحدد تعريفًا مباشرًا للعيب الخفي، بل اكتفى بذكر آثاره، مثل عدم احتواء المبيع على الصفات التي تعهد بها البائع عند التسليم، أو وجود عيب ينقص من قيمة المبيع أو من إمكانية الانتفاع به وفقًا للغرض المقصود. [2]

خدمة ما بعد البيع:

نص المشرع الجزائري في المادة 16 من القانون 09-03 على أن: "في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انتهاء فترة الضمان المحددة من خلال التنظيم، أو في الحالات التي لا يمكن فيها للضمان أن يؤدي دوره، يجب على المعني بالأمر القيام بصيانة وتصليح المنتج المتوفر في السوق."[3]

ب. ضمان التعرض والاستحقاق:

يحق للمستهلك الإلكتروني الاستفادة من المبيع دون أن يتعرض لأي نزاع من المورد الإلكتروني، سواء كان ذلك من قبله أو من قبل الغير، مثل أن يبيع شيئًا محل نزاع. ويُعرف الالتزام لتعرض بأنه ضمان البائع ضد أي فعل يصدر عنه أو عن غيره ويكون له تأثير على المبيع.[4]

---

[1] حساني علي، **حماية المستهلك نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري**، مصر: دارالفكر الجامعي، 2016 ص 133.

[2] المادة رقم 349 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

[3] المادة 16 من القانون 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

[4] المادة 371 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

ضمان التعرض من الغير: يجب أن يكون هذا التعرض فعّالاً، ويجب أن يتضمن ادعاء الغير بحق على السلعة، بالإضافة إلى أن يكون الحق الذي يدعيه الغير سابقاً على البيع وقد انتقل إليه بعد إتمام الصفقة. كما ورد في نص المادة 371 من قانون المعاملات: "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير..."[1]

ت. ضمان سلامة المستهلك المعلوماتي:

عند إبرام العقد بين المتعاقدين، يترتب على الأطراف التزام بالتعامل بصدق وشفافية، وفقاً لمبدأ حسن النية. ومع ذلك، فإن هذا الالتزام وحده لا يكفي لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك، الذي يُعتبر الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية. تزداد أهمية توفير هذه الحماية بشكل خاص عند شراء المنتجات عبر المواقع الإلكترونية، حيث لا يمكن للمستهلك تجربة المنتجات قبل الشراء، بل يقتصر الأمر على مشاهدتها فقط. لذا، من الضروري ضمان سلامة وأمن المستهلك من خلال الالتزام بشروط السلامة المناسبة.

تنص المادة 107، الفقرة 02، من القانون المدني الجزائري على أن ""لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون، والعرف، والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام. " كما يتضمن القانون رقم 09-03 مواد تتعلق بضمان حقوق المستهلك، حيث تنص المادة 4 على أنه "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك. " [2]

أما المادة 9 من نفس القانون، فتشير إلى أنه "يجب أن تكون المنتجات الموضوعية للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمان بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وأن لا تلحق

[1] المادة 371 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة 107 فقرة 02 من القانون نفسه.

ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستخدام أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين.".

في حين تنص المادة 10 على أن "يعين على كل متدخل احترام الزامية أمن المنتوج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص:

– مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته،

– تأثير المنتوج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات،

– عرض المنتوج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج،

– فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتوج، خاصة الأطفال. "[1]

ثانيا: الحقوق المستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني:

تتضمن مسؤوليات المورد الالتزام بمواعيد التسليم، بالإضافة إلى إعداد وصل تسليم يُوقع عليه المستهلك الإلكتروني عند استلامه نسخة منه، وذلك كوسيلة لحمايته. وفقًا للمادة 361، الفقرة 01 من القانون المدني، يتعين على البائع الالتزام بنقل الملكية وتسليم المبيع مع بذل العناية اللازمة للحفاظ عليه حتى يتم تسليمه. وتنص هذه المادة على أن "يلتزم البائع أن يقوم بما هو لازم لنقل الحق المبيع إلى المشتري، وأن يمتنع عن كل عمل من شأنه أن يجعل نقل الحق عسيراً أو مستحيلاً." [2]

عند مراجعة نص المادة 11 والمادة 13 من قانون التجارة الإلكترونية، نجد أن المشرع الجزائري قد نص على ضرورة التسليم مع تضمين المعلومات التي يجب أن يحتوي عليها العقد الإلكتروني. بالإضافة إلى ذلك، تنص المادة 23 على إلزام المورد الإلكتروني بإرجاع المنتج في حال تسلمه وكان غير مطابق للطلب، حيث جاء فيها: "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية...".[3]

[1] المواد، 4، 9 10 من القانون رقم09-03المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش السالف الذكر.

[2] المادة 361 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

[3] المادة 23 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، السالف الذكر.

يجب على المورد الإلكتروني تقديم نسخة من وصل التسليم للمستهلك الإلكتروني، حيث يُعتبر هذا الوصل دليلاً على تسليم المنتج. كما يُعد وسيلة للمستهلك الإلكتروني لبدء حساب فترة إعادة المنتج المعيب أو استرداد الثمن، والتي حددها المشرع الجزائري بخمسة عشر يوماً من تاريخ استلام المنتج، وفقاً لما ورد في الفقرة الأخيرة من المادة 23 بالإضافة إلى ذلك، يتضمن الوصل معلومات حول المبيع، كما نصت عليه المادة 17 من قانون التجارة الإلكترونية، التي تنص على أنه "يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني توقيع وصل التسليم عند التسليم الفعلي للمنتج أوتأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني ".[1]

المبحث الثاني:الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني في قانون العقوبات :

لم تعد الحماية المدنية كافية لوحدها لضمان أمن المستهلك الإلكتروني في بيئة المعاملات الرقمية، خاصة في ظل تنامي الأفعال الإجرامية المرتبطة بالعقود الإلكترونية، وهو ما دفع بالمشرّع الجزائري إلى إقرار حماية جزائية خاصة تهدف إلى ردع المخالفات التي تمس حقوق هذا المستهلك أثناء إبرام العقد الإلكتروني وبعده.

المطلب الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التعاقدية و الاعلانية:

تتضمن عملية إبرام العقد الإلكتروني العديد من المخاطر التي قد تؤثر على المستهلك. ومن أبرز ما يميز هذه المرحلة هو الإعلان أو الترويج، كما أشار المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية. ومع ذلك، إذا تجاوز المورد الإلكتروني الشروط القانونية للإعلان التجاري، فإن ذلك يُعتبر فعلاً غير مشروع يعاقب عليه القانون، نظراً للأضرار التي قد تلحق بالمستهلك.

الفرع الاول: الحماية من الجرائم الإلكترونية المتعلقة بالتعاقد و التضليل الاعلاني:

اولا: الجريمة الإلكترونية:

[1] المادة 17 من 18-05المتعلق بالتجارة الالكترونية، السالف الذكر.

تعريفها اصطلاحا: تُعرف الجريمة الإلكترونية بأنها فعل يُخالف القانون، يتم ارتكابه باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويستهدف الشبكات والأنظمة والبيانات والمواقع الإلكترونية، أو يسهل ارتكاب الجريمة. [1]

تعريف المشرع الجزائري للجريمة الإلكترونية: عرّف المشرع الجزائري الجرائم الإلكترونية المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال بأنها: "جرائم المساس بالأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات وأي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات الإلكترونية."، وذلك وفقًا للمادة الثانية من القانون 04-09. [2]

وعند مراجعة قانون العقوبات الجزائري، نجد أنه قد أدرج تعريفًا أوسع لبعض الأفعال تحت مسمى "الجرائم الماسة بنظام المعالجة آليًا للمعطيات". حيث تنص المادة 394 مكرر على ما يلي: "يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة تتراوح بين 50.000 دج و100.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة آليًا للمعطيات أو يحاول ذلك."[3]

أركان الجريمة الإلكترونية:

سبق أن تناولنا مفهوم الجريمة الإلكترونية، والآن سنستعرض أركانها الأساسية، والتي تتضمن الركن الشرعي المتعلق بالنصوص القانونية، والركن المادي الذي يتعلق بالسلوكيات المجرمة، والركن المعنوي الذي يعكس القصد الجنائي المرتبط بالجريمة الإلكترونية.

---

[1] مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة، الموقع الرسمي، متاح على: https://www.unodc.org/unodc/index.html ، تاريخ الاطلاع: 02 ماي 2025.

[2] المادة 2 من القانون 04-09 المتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، المؤرخ في14 شعبان 1430 الموافق 05 أوت 2009.

[3] المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، الجريدة الرسمية الجزائرية، 1966.

1- الركن الشرعي للجريمة الإلكترونية: يُعتبر الركن الشرعي القاعدة الأساسية المستندة إلى مبدأ الشرعية، حيث ينص على عدم رجعية القانون الجنائي. وهذا يعني أنه لا يمكن معاقبة شخص على فعل لم يكن مجرماً بموجب القانون. وقد ورد ذلك في المادة 1 من قانون العقوبات التي تنص على: "لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن إلا بنص قانوني".[1]

2- الركن المادي للجريمة الإلكترونية: ينقسم الركن المادي للجريمة الإلكترونية إلى صورتين رئيسيتين: الأولى تتعلق بالاعتداء على نظام المعالجة الآلية، والثانية تتعلق بالاعتداء على منتجات الإعلام الآلي.

تتمحور الصورة الأولى حول الدخول غير المشروع أو البقاء في نظام المعالجة الآلية للبيانات، كما ورد في المادة 394 مكرر من قانون العقوبات، التي تنص على: " يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50.000 دج إلى 100.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك: – تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة.

– وإذا ترتب عن الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام اشتغال المنظومة، تكون العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين والغرامة من 50.000 دج إلى 150.000 دج..[2]

اما الصورة الثانية تتعلق بالاعتداء المتعمد على نظام معالجة البيانات الآلية، وتشمل أفعالاً مثل الإدخال، المحو، والتعديل. كما تتضمن هذه الصورة أيضاً الاعتداء على منتجات الإعلام الآلي، حيث تشمل فعل التزوير المعلوماتي.[3]

خصائص الجريمة الإلكترونية:

[1] المادة 1 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة مكرر394 من قانون نفسه.

[3] ايمان بغدادي،" اثرتعديل قانون العقوبات الجزائري في التصدي للجريمة الالكترونية"، **مجلة افاق البحوث الدراسات السياسية**، المركز الجامعي ايليزي، العدد 04 2019 ص 189.

سنقوم بتحديد خصائص الجريمة الإلكترونية من خلال استعراض أبرزها فيما يلي:

1.الجريمة المعلوماتية جريمة عابرة للحدود

2.صعوبة اكتشاف الجريمة المعلوماتية

3. عدم وجود مفهوم مشترك للجريمة الالكترونية

4.وقوع الجريمة المعلوماتية اثناء المعالجة الالية للمعطيات

5.قلة الابلاغ عن الجريمة المعلوماتية

6. الجريمة المعلوماتية مستحدثة

7.اسلوب ارتكاب الجريمة الالكترونية[1]

ثانيا: الحماية من التضليل الإعلاني:

قد يتجاوز هذا الإعلان حدوده المشروعة، حيث يستخدم المورد أساليب ووسائل قائمة على الغش، مما يؤدي إلى تضليل المستهلك وتأثيره على خياراته. بل قد يعرض للمستهلك مواصفات وميزات غير موجودة في منتجاته أو خدماته، مما يدفعه للتعاقد، وهو ما يعرف بالإعلانات الكاذبة أو المضللة. لذلك، تم وضع وسائل لحماية المستهلك من الوقوع في فخ هذه الإعلانات.

تناول التشريع الجائري موضوع الإشهار من خلال مبدأ قانون الإشهار، الذي لم يُطبق فعليًا على أرض الواقع، بل بقي مجرد نصوص مكتوبة. ويعود ذلك إلى وجود العديد من الأخطاء فيه، فضلاً عن عدم توافقه مع ظروف الاتصال السائدة في تلك الفترة.

ومن أبرز النقاط التي تناولها المشرع هي حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة. وفي ظل الفراغ التشريعي الذي يعاني منه مجال الإعلانات، لا يزال هذا المجال يُنظم وفق

[1]ايمان بغدادي، المرجع السابق، ص ص 187،188 .

مجموعة متنوعة من القوانين[1]، مثل القانون04 -02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[2]

والقانون 09-03المتعلق بحماية المستهلك ومكافحة الغش، [3]

بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم378-13 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بحماية المستهلك، تناول قانون التجارة الإلكترونية 18-05موضوع الإشهار الإلكتروني في الفصل السابع تحت عنوان "الإشهار الإلكتروني". [4]

عند مراجعة هذا القانون، يتضح أن المشرع الجزائري قد أقر مجموعة من الحمايات للمستهلك الإلكتروني ضد الإعلانات الخادعة والمضللة.

وقد حددت المادة 30 من الفصل السابع مجموعة من الشروط المتعلقة بهذا الأمر، والتي تنص على: " دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن تلبي المقتضيات التالية:

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية،
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه،
- أن لا تمس بالآداب العامة والنظام العام،
- أن لا تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضات أو مكافآت أو هدايا في حالة ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً،

[1] مشروع القانون المتعلق بالاشهار، مجلس الامة، الدورة العادية، العدد العاشر، سنة1999 .

[2] القانون رقم04_02 المتعلق بالممارسات التجارية، السالف الذكر.

[3] القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

[4] المرسوم التنفيذي رقم 378-13 المتعلق بإعلام المستهلك.

– التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة أو غامضة".[1]

الفرع الثاني: التجريم الجزائي لجرائم الغش و الخداع الالكتروني ضد المستهلك :

تشكّل جريمتا الغش والخداع الإلكتروني من أبرز التهديدات التي تواجه المستهلك في البيئة الرقمية، لما تنطوي عليه من تحايل يُفقد العقد الإلكتروني مشروعيته ويُلحق ضررًا بالمستهلك، مما استوجب تدخل المشرّع الجزائري بتجريم هذه الأفعال وتوفير حماية جزائية خاصة تضمن ردع مرتكبيها.

اولا: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من جريمة الغش:

تعريف جريمة الغش الإلكترونية:

يُعرَّف بأنه: "أي فعل مقصود يتعلق بسلعة معينة بطريقة تتعارض مع القواعد المعتمدة وأسس الصناعة، مما يؤدي إلى تقليل خصائص البضاعة، أو إخفاء عيوبها، أو منحها شكلًا ومظهرًا يختلفان عن طبيعتها الحقيقية."[2]

أركان جريمة الغش التجاري الإلكتروني:

تتكون جريمة الغش من ركنين أساسيين: الركن المادي والركن المعنوي.

1- الركن المادي لجريمة الغش الإلكتروني:

نظرا للمادة 70 من القانون09-03المتعلق بحماية المستهلك ومكافحة الغش على أنه "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات: – يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستخدام البشري أو الحيواني، – يعرض أو يضع للبيع أو يبيع، مع علمه بوجهتها، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه إلى الاستعمال البشري أو الحيواني.." [3]

---

[1] المادة 30 من قانون التجارة الالكترونية، السالف الذكر.

[2] أكسوم عيالم رشيدة، المرجع السابق، ص390.

[3] المادة 70 من القانون 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

يعتبر الغش التجاري من الأفعال التي تخالف التزامات المحترف في ضمان سلامة المنتج الذي يقدمه للاستهلاك. وفقاً للمادة 83 من القانون 09-03، تحدد المادة 10 التزامات المحترف في توفير سلامة المنتج، بما في ذلك مميزاته وتركيبه وتغليفه، وشروط تجميعه وصيانته، بالإضافة إلى وسمه وإرفاقه بالتعليمات الخاصة باستخدامه والتخلص منه، وكل المعلومات والإرشادات التي يقدمها المحترف.[1]

2- الركن المعنوي لجريمة الغش التجاري:

وفقًا لقانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم، الذي يتناول في بابه الرابع موضوع الغش تحت عنوان "الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية"، تنص المادة 429 على أنه "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة تتراوح بين 2.000 دج و20.000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من يقوم بخداع أو يحاول خداع المتعاقد".[2]

تنص المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك ومكافحة الغش على ما يلي: 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 المعينة سابقًا،
- قابلية استعمال المنتج،
- تاريخ أو مدة صلاحية المنتج،
- النتائج المنتظرة من المنتج،
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.[3]

---

[1] أكسوم عيالم رشيدة،المرجع السابق، ص396.

[2] المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

[3] المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

جاءت المادة 69 من نفس القانون لتشدد العقوبة، كما فعلت المادة 430 من قانون العقوبات التي تنص على... تُرفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى 5 سنوات حبس وغرامة 500.00 دج إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت بواسطة: – الوزن أو الكيل بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة، – طرق ترمي إلى التغليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم النتوج، – إشارات أو ادعاءات تدليسية، – كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمة أخرى.[1]

ثانيا: الحماية الجزائية للمستهلك الاكتروني من جريمة الخداع والاحتيال الالكترونية:

تعريف جريمة الاحتيال والخداع:

لم يحدد المشرع الجزائري مفهوم الخداع، بل ترك ذلك للفقهاء. فقد عُرف الخداع من قبل البعض بأنه إظهار شيء ما بشكل مغاير لجوهره[2]

بينما عرّفه آخرون بأنه استخدام الأكاذيب أو الحيل البسيطة التي تؤدي إلى تقديم الشيء موضوع العقد بصورة مخالفة للحقيقة[3]

يمكن القول إن الخداع يؤثر على المستهلك ويجعله يقع في خطأ بشأن المنتج، سواء كان سلعة أو خدمة.[4]

أركان جريمة الخداع:

تتحقق جريمة الخداع من خلال توافر ركنين أساسيين: المادي والمعنوي.

---

[1] المادة 69 من القانون نفسه.

[2] شعباين نوال، "التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، **رسالة ماجستر**، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012ص 137

[3] منال بوروح، "ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، **رسالة ماجستر**، جامعة الجزائر 2014-2015 ، ص16.

[4] كمال بلارو،" الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري"، **مجلة البحوث في العقود و قانون الأعمال**، العدد السابع، قسنطينة، 2019ص77.

أ- الركن المادي: يتمثل هذا الركن في نص المادة 11 من قانون 50-50 المتعلق بحماية المستهلك ومكافحة الغش. ويشمل الخداع أو محاولة خداع المستهلك باستخدام أي وسيلة أو طريقة تتعلق بـ:

- كمية المنتجات الموردة.
- تسليم منتجات غير تلك المتفق عليها مسبقًا.
- قابلية استخدام المنتج.
- طرق الاستخدام والاحتياطات اللازمة.

كما أن الركن المادي لهذه الجريمة يتضمن أيضًا ما ورد في المادة 080 من قانون العقوبات، حيث يشمل أي فعل يقوم به الجاني يخدع أو يحاول خداع المتعاقد، سواء كان ذلك في:

- طبيعة المنتج أو تركيبه أو كميته أو صفاته الجوهرية.
- نوع المنتج ومصدره.
- كمية الأشياء الموردة أو هويتها.

نظرًا لأن التعاقد الإلكتروني يتم عبر وسائط إلكترونية وعن بُعد، فإن صور هذه الجريمة تتكرر بشكل كبير.

ب- الركن المعنوي: تُعتبر جريمة الخداع جريمة عمدية، حيث يتطلب تحقيقها وجود القصد الجنائي، أي أن يكون لدى الجاني علم وإرادة لخداع المستهلك، مع إدراكه بأنه معرض للعقوبة القانونية. وتقوم هذه الجريمة دون الحاجة إلى إشعار مسبق.[1]

العقوبات المقررة لجريمة الخداع االلكترونية:

يلاحظ أن المشرع الجزائي قد عادل بين العقوبة المقررة للشروع والجريمة التامة في حالة الخداع، وذلك استثناءً من القاعدة العامة التي تعتبر الشروع أقل خطورة من الجريمة

[1] المرجع نفسه، ص77 .

التامة. وقد اعتبر المشرع الجزائري هذه الحالة جنحة، كما ورد في المادة 429 من قانون العقوبات، حيث يعاقب عليها بالحبس لمدة تتراوح بين شهرين وثلاث سنوات، بالإضافة إلى غرامة تتراوح بين 2.000 دج و20.000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.[1]

تنص المادة 39 على فرض غرامة على المورد الإلكتروني تتراوح بين 50,000 دج و500,000 دج، بالإضافة إلى عقوبة تكميلية تتمثل في منعه من الوصول إلى منصات الدفع الإلكتروني لمدة ستة أشهر[2]. ويعاقب هذا المورد في حال مخالفته لنص المادتين 11 و12. عند مراجعة هاتين المادتين، نجد أنهما تركزان على ضرورة توعية المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات اللازمة أثناء تقديم العرض التجاري الإلكتروني أو الطلبية، مما يوفر نوعًا من الحماية. ومن بين المعلومات التي تتضمنها فقرات المادة 11 ما يلي:

– رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، طبيعة وخصائص وأسعار السلع والخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم. أما المادة 12 فتحدثت عن تنوير المستهلك الإلكتروني بالمعلومات الكافية حتى لا يقع في الخداع.[3]

المطلب الثاني: الحماية الجزائية لبيانات المستهلك ووسائل التعاقد الالكتروني :

تتضمن الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد تدابير قانونية تهدف إلى التصدي للجرائم التي قد تؤثر على صحة ونزاهة هذا العقد.

الفرع الاول: الحماية الجزائية للمعلومات الشخصية للمستهلك الالكتروني:

أولا: الحماية الجزائية للبيانات الشخصية للمستهلك الالكتروني:

فيما يخص احترام خصوصية المستهلك، يتطلب الأمر الحفاظ على سرية بيانات العملاء وحقهم في الخصوصية. وهذا يستلزم الالتزام بعدم إفشاء أو نشر أي معلومات

[1] المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة 39 من القانون نفسه.

[3] المادة 11 و12 من القانون نفسه.

تتعلق بشخصياتهم أو ياتهم الخاصة أو عملياتهم المصرفية. إن حماية بيانات المستهلك في التجارة الإلكترونية تعزز الثقة التي يوليها الأفراد لهذه التجارة، شريطة أن تكون البيانات محمية من القرصنة والسرقة وسوء الاستخدام. وقد أسهم ذلك بشكل إيجابي في تعزيز المعاملات ودفع الأفراد للمشاركة.[1]

عرف المشروع الجزائري للبيانات الشخصية في الفقرة الأولى من المادة الثالثة من القانون رقم 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، البيانات الشخصية بأنها أي معلومة تتعلق بشخص يمكن التعرف عليه، سواء تم التعامل معها بشكل مباشر أو غير مباشر، كما هو موضح أدناه[2]. "

الشخص المعني" بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لا سيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البيانية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو التقنية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية.[3]

الشخص المعني هو كل فرد طبيعي تتعلق به بيانات ذات طابع شخصي تخضع للمعالجة. من خلال قراءة هذا النص، يتضح أنه يقتصر على حماية البيانات المتعلقة بالأشخاص الطبيعيين فقط. كما يقدم النص بعض الأمثلة على المعطيات الشخصية التي تحدد هوية الفرد، وهذه الأمثلة جاءت على سبيل التوضيح وليس الحصر، مما يعني أنها تشمل أي بيانات يمكن اعتبارها شخصية طالما أنها تتعلق بشخص طبيعي يمكن التعرف عليه أو تحديد هويته. أما إذا كان الشخص غير معرف أو غير قابل للتعرف عليه بشكل مباشر أو غير مباشر، فإنه وفقًا لمفهوم المخالفة لنص المادة، لا يمكن اعتبار هذه البيانات

[1] حسن علي العبابنة، المرجع السابق، ص 152.

[2] القانون رقم 07-18 المتعلق بحماية ألشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، المؤرخ في25 رمضان 1439 الموافق 10 جوان، 2018 الجريدة الرسمية، العدد 34.

[3] المادة 3 فقرة 01 من القانون نفسه.

بيانات شخصية، وذلك لأن اشترط المشرع أن تكون البيانات المتعلقة بشخص ما قابلة للتعريف بشكل مباشر أو غير مباشر.[1]

يمكن اعتبار البيانات الشخصية للمستهلك حقائق يفضل الاحتفاظ بها سراً ولا يرغب في مشاركتها. تُعد هذه البيانات من الحقوق الأكثر ارتباطاً بشخصيته القانونية وأشدها تأثيراً على كرامته، حيث تجمع بين الجوانب المادية والمعنوية لشخصية المستهلك، وتتأثر بالتطورات التكنولوجية الناتجة عن التقدم العلمي.[2]

1- جمع البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

يحدث هذا النوع من انتهاك البيانات الشخصية عندما يقوم المستهلك بشراء سلعة أو خدمة عبر الإنترنت. يتم ذلك من خلال مراقبة أو اعتراض أو قراءة الرسائل المتبادلة بينه وبين البائع عبر البريد الإلكتروني، أو من خلال اختراق المواقع الإلكترونية أو الأجهزة الشخصية، أو باستخدام أساليب أخرى تتيح للجاني جمع البيانات بشكل غير قانوني. يشمل ذلك التصنت على المكالمات التي تتم عبر الإنترنت وما تحتويه من معلومات شخصية عن المستهلك، وذلك دون الحصول على إذن أو موافقة مسبقة. يستخدم الجاني برامج إلكترونية مخصصة لجمع هذه البيانات، مثل برنامج الكوكيز (COOKIES) وبرامج التجسس (WARE SPY).[3]

يتضمن جمع البيانات الشخصية الاطلاع والإفشاء غير المشروع عليها، حيث يتمثل هذا الاعتداء في قدرة الجاني على الوصول الكامل إلى المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، مما يعرض خصوصية حياته الخاصة للخطر.

---

[1] بساعد سامية،" حماية البيانات الشخصية للمستهلك من مخاطر الدفع الالكتروني"، **مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية**، جامعة الجزائر، 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، المجلد، 15 العدد،1، 2022 ص ص 1396-1395.

[2] المرجع نفسه، ص1397.

[3] بن عقون حمزة،" السلوك الاجرامي للمجرم المعلوماتي "، **رسالة ماجستير**، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012-2011 ص103.

وقد نصت المادة 303 مكرر من قانون العقوبات الجزائري على هذا الأمريعاقب بالحبس لمدة تتراوح بين ستة أشهر وثلاث سنوات، بالإضافة إلى غرامة تتراوح بين 50,000 و300,000 دج، كل من يتعمد انتهاك حرمة الحياة الخاصة للأفراد باستخدام أي تقنية كانت. ويشمل ذلك: – التقاط أو تسجيل أو نقل مكالمات أو أحاديث خاصة أو سرية دون الحصول على إذن أو رضا صاحبها. – التقاط أو تسجيل أو نقل صورة لشخص في مكان خاص دون إذن أو رضا صاحبها. كما تُفرض لعقوبات نفسها على الشروع في ارتكاب الجنحة المنصوص عليها في هذه المادة، ويؤدي تنازل الضحية إلى إنهاء المتابعة الجزائية.[1]

يتوافق ذلك مع ما ورد في قانون التجارة الإلكترونية،:" ينبغي للمورد االلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، أن لا يجمع إلا البيانات الضرورية إلبرام المعامالت التجارية كما يجب عليه:

– الحصول على موافقه المستهلكين اإللكترونين قبل جمع البيانات،

– ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات،

– الالتزام باألحكام القانونية و التنظيمية المعمول بها في هذا المجال،

– يتم تحديد كيفيات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما" تحديدًا في المادة 26، التي تنص على حماية البيانات الشخصية.[2]

2– الاعتداء على البيانات الخاصة من قبل أطراف عمليه الدفع الالكتروني:

– **الاعتداءات من جانب المورد:** تعتمد المعاملات الإلكترونية التي يتم التفاوض عليها وإبرام العقود بشأنها عبر الإنترنت بشكل كبير على المعلومات المقدمة من الطرفين المتعاقدين. إذ تتطلب عمليات التبادل وعقود التجارة الإلكترونية توفر نوع محدد من البيانات

[1] المادة 303 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة 26 من قانون التجارة الالكترونية السالف الذكر.

للتحقق من هوية المستهلك عند إجراء الدفع عبر وسائل الدفع الإلكتروني أو عند الحصول على خدمات معينة تُقدم عبر الإنترنت.[1]

نص قانون التجارة الإلكترونية 18-05على مجموعة من الالتزامات التي تقع على عاتق المورد، ومن أبرزها الالتزام بجمع البيانات الضرورية فقط المتعلقة بالنشاط التجاري أو العملية التي يقوم بها المستهلك. ويجب على المورد الحصول على موافقة المستهلك قبل جمع هذه المعلومات، وذلك وفقًا للمادة 26 من القانون. ومع ذلك، يلجأ بعض الموردين إلى استغلال أرقام حسابات العملاء أثناء قيام المستهلك بعمليات الدفع الإلكتروني، حيث يقومون بسحب مبالغ مالية دون تقديم أي خدمات أو بضائع مقابل ذلك.

بالإضافة إلى ذلك، هناك خطر القرصنة على الإنترنت، مما يعرض أسرار وبيانات وحسابات المستهلكين للاختراق أو الاستغلال، كما يمكن أن تتعرض المعلومات التي جمعها المورد للسرقة. [2]

أما بالنسبة للاعتداءات من جانب البنك، فإنه من الضروري أن تظل المعلومات الشخصية والمصرفية للمستهلك أو العميل أو التاجر سرية تمامًا لضمان نجاح نظام الدفع الإلكتروني، خاصة على الإنترنت. لكن الواقع يشير إلى أن معظم عمليات الدفع التي تتم باستخدام بطاقات الائتمان تُسجل ويمكن الاحتفاظ بها، مما يسهل تحميلها وتصنيفها باستخدام التقنيات الحديثة تشمل هذه المعلومات التي تحتفظ بها البنوك وشركات بطاقات الائتمان تفاصيل متنوعة عن العمليات التي تتم بين المستهلكين والتجار، أو بين البنك والمستهلك.

[1] بساعد سامية، المرجع السابق، ص1398.

[2] المرجع نفسه، ص.1399

ومن هنا، ظهرت الحاجة لتدخل المشرع لحماية المستهلك من أي ادعاءات محتملة، وفرض التزامات على المورد، مثل التزام البنك بالحفاظ على سرية البيانات وحماية المعلومات الشخصية.

الفرع الثاني: الحماية الجزائية للتوقيع والتصديق الإلكتروني:

أدى ظهور الوثائق الإلكترونية إلى جعل التوقيع الإلكتروني يلعب دورًا في مجال المعاملات التجارية لكونه أداة إثبات جديدة، اعتبار الكتابة دليلاً غير كامل في الإثبات إلا إذا كانت متبوعة بالتوقيع. وبالرغم من أن التوقيع التقليدي يعتبر حلاً للمشكلات القانونية لإثبات العقود، ومع التطور التكنولوجي لم يعد ملائمًا للمعاملات الإلكترونية، لذلك ظهر التوقيع الإلكتروني الذي عرفه المشرع الجزائري في تعديله للقانون المدني بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 20 وان 2005 المتضمن التعريف للتوقيع الإلكتروني بعد تعريفه للكتابة الإلكترونية. وعرف التوقيع الإلكتروني في المادة 327 التي نصت على يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 01، وهي الشروط المتعلقة بإمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها، وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها.[1]

يعتمد التوقيع الإلكتروني على مجموعة من الشروط الشكلية. وفقًا للمادة 6 من القانون 04-15، يستعمل التوقيع الإلكتروني لتوثيق هوية الموقع وإثبات قبوله مضمون الكتابة في الشكل الإلكتروني.يتطلب الأمر توافر شروط شكلية تركز بشكل أساسي على شهادة التصديق الإلكتروني والجهات المعنية بالتصديق الإلكتروني.[2]

تعود الحاجة إلى حماية التوقيع الإلكتروني إلى اعتبارات الأمن والخصوصية على الإنترنت، وهي مسائل تحظى باهتمام كبير ومسؤولية. يثير هذا الموضوع قلق العديد من

[1] المادة 327 من القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة 6 من القانون 04-15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني،الجريدة الرسمية المؤرخ في 11 ربيع الثاني1436 الموافق 01 فيفري سنة2004.

الأفراد، خاصة المستهلكين والموردين، مما يؤدي إلى انعدام الثقة في هذه الشبكة. لذلك، تم اعتماد تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني لتعزيز مستوى الأمان والخصوصية للمتعاملين عبر الإنترنت. تتيح هذه التكنولوجيا الحفاظ على سرية المعلومات، وتحديد هوية المرسل أو المستلم في المعاملات الإلكترونية، والتحقق من مصداقية الشركات، مما يساعد في كشف أي محتال أو متلاعب. [1]وبما أن الوثائق تحتاج إلى توقيع الأطراف المعنية للدلالة على موافقتهم على محتواها، فإن التوقيع على المستندات الإلكترونية يأتي بأشكال متعددة تعكس طبيعتها، حيث يتم عبر وسائل إلكترونية. ومن بين هذه الأشكال نجد التوقيع البيومتري، والتوقيع الرقمي، والتوقيع بالقلم الإلكتروني.[2]

بالإضافة إلى ذلك، تتعلق الشروط الشكلية بشكل أساسي بالتصديق الإلكتروني، الذي عُرف بموجب القانون 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين بأنه: "وثيقة إلكترونية تثبت العلاقة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع".[3]

ثالثاً: الحماية الجزائية لبطاقة الائتمان عند الدفع:

تُعتبر بطاقات الائتمان الممغنطة من الوسائل الإلكترونية الحديثة التي تحظى بأهمية كبيرة في العالم، نظرًا للخدمات التي تقدمها، خاصة في مجال التجارة الإلكترونية. وقد عرّف المشرع الجزائري بطاقة الائتمان في المادة 543 مكرر 23 من القانون التجاري بأنها "البطاقة التي تسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال، أما بطاقة السحب الصادرة عن البنوك فتخول صاحبها السحب فقط."، بينما تقتصر بطاقة السحب الصادرة عن البنوك على إمكانية السحب فقط. على الرغم من المزايا العديدة التي توفرها بطاقات الائتمان، إلا

[1] أحلام ترة، "حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني"، **مجلة المنارة للدراسات القانونية والادارية**، جامعة محمد الخامس السويسي، سلا، العدد04، 2013 ص207

[2] د.ضيف روفية، لرقط سمية، المرجع السابق، ص25

[3] المادة 2 من القانون 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، السالف الذكر.

أنها تحمل مخاطر متعددة، سواء عند استخدامها من قبل المستهلك الإلكتروني أو في حالات فقدانها أو تزويرها[1]

وهذا يستدعي ضرورة توفير حماية كافية لهذه البطاقات من المخاطر المرتبطة بتزويرها أو استخدامها بشكل غير مشروع.

جريمة تزوير بطاقات االائتمان:

فيما يتعلق بجريمة تزوير بطاقات الائتمان، نجد أن المشرع الجزائري قد تناول جرائم التزوير في المحررات في المواد من 214 إلى 229 من قانون العقوبات، دون أن يقدم تعريفًا محددًا للتزوير أو يوضح أركانه، بل اكتفى بتحديد أنواع جرائم التزوير، والتي تشمل التزوير في المحررات الرسمية أو العمومية. " يعاقب بالسجن المؤبد كل قاض أو موظف أو قائم بوظيفة عمومية ارتكب تزويرا في المحررات العمومية أو الرسمية أثناء تأدية وظيفة:

1. إما بوضع توقيعات مزورة،
2. واما بإحداث تغيير في المحر ارت أو الخطوط أو التوقيعات،
3. واما بانتحال شخصية الغير أو الحلول محلها"[2]

والمادة 215 التي تنص:" يعاقب بالسجن المؤبد كل قاض أو موظف أو قائم بوظيفة عمومية قام أثناء تحريره محررات من أعمال وظيفته بتزييف جوهرها أو ظروفها بطريق الغش وذلك إما بكتابة اتفاق خالف التي دونت أو أمليت من االطراف أو بتحريره وقائع يعلم أنها كاذبة في صورة وقائع صحيحة أو بالشهادة كذبا بأن وقائع قد اعترف بها أو وقعت في حضوره أو بإسقاطه أو بتغييره عمدا االقرارات التي تلقاها"[3]

[1] القانون رقم 02-05 المؤرخ في 06 فيفري، 2005 المعدل والمتتم للامر 59-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 متضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد رقم 11 المؤرخة في 29 فيفري 2005.

[2] المادة 214 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

[3] المادة 215 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

فيما يتعلق بالتزوير في المحررات العرفية أو التجارية أو المصرفية، تم تناول هذا الموضوع في المادة 22. " كل شخص ارتكب تزويرا بإحدى الطرق المنصوص عليها في المادة 216 في محررات عرفية أو شرع في ذلك يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات بغرامة من 200دج3 إلى 2000دج".[1]

تتميز جريمة التزوير الإلكتروني بعدة خصائص، منها صعوبة اكتشافها، بالإضافة إلى كونها جريمة عابرة للحدود. كما تتطلب هذه الجريمة تفرغًا شخصيًا من الجاني، على عكس الجرائم التقليدية. علاوة على ذلك، تتضمن نية جنائية واضحة تتمثل في الرغبة في ارتكاب الجريمة. ويظهر الاستخدام غير المشروع لبطاقات الائتمان من خلال استيلاء المورد الإلكتروني عليها، حيث يتم استخدامها إما لسحب النقود بطرق غير قانونية أو لتسديد المدفوعات.

الفرع الثالث: العقوبات المحددة في النصوص التقليدية والمستحدثة في قانون التجارة الإلكترونية

أولاً: العقوبات المنصوص عليها في النصوص التقليدية لمختلف الجرائم:

تتضمن القوانين التقليدية العديد من العقوبات التي تُفرض على المحترفين أو المهنيين الذين يتسببون في أضرار للمستهلكين الإلكترونيين. ومن بين هذه العقوبات، نجد ما يلي:

1. العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات:

تتباين هذه العقوبات بناءً على ما إذا كان المورد أو المحترف الإلكتروني شخصًا طبيعيًا أو معنويًا. فإذا كان المورد الإلكتروني شخصًا طبيعيًا، فإن العقوبة تتحدد وفقًا لخطورة الفعل المرتكب. وقد تناولت المواد من 429 إلى 434 من قانون العقوبات الجزائري الأفعال مثل الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، حيث تم النص على ذلك في

[1] المادة 220 من قانون نفسه.

المادة 429. يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد[1]

أما بخصوص المادة 430 منه: "ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى 500.00 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليهما أعلاه قد ارتكبا". [2]

بينما جاء في المواد الأخرى منه من 431 إلى 434 تشدد العقوبة في حال تسبب المنتوج في مرض أو حجز لتصل إلى الحبس ما بين 5 و 10 سنوات وغرامة من 500.00 إلى 1.000.000 دج، لتشدد كذلك في حال تسببه في عاهة مستديمة إلى السجن من 10 سنوات إلى 20 سنة وبغرامة من 10.000.000 إلى 20.000.000 دج.[3]

2- العقوبات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

تحدد المواد من 68 إلى 85 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك ومكافحة الغش، الأحكام الواردة في المواد 429 إلى 435 من القانون الجنائي، حيث تفرض عقوبة السجن المؤبد وفقًا للفقرة 03 من المادة 83 من قانون حماية المستهلك ومكافحة الغش. يعاقب العقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يعرض أو يضع للبيع أو يبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب للزامات المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون إذا ألحق هذا المنتج بالمستهلك مرضًا أو عجزًا عن العمل.[4]

تتمثل العقوبات المنصوص عليها في فرض غرامة مالية تتراوح بين 50,000 دج و1,000,000 دج، وذلك في حال مخالفة الالتزامات المتعلقة بسلامة المواد الغذائية،

[1] المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري السالف الذكر.

[2] المادة 430 القانون نفسه.

[3] المادة 435 القانون نفسه.

[4] المادة 83 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

والحفاظ على النظافة والصحة العامة، بالإضافة إلى عدم الالتزام بالضمان أو تنفيذه، وكذلك عدم إجراء رقابة المطابقة المسبقة.[1]

توجد بعض العقوبات الإجرائية التي تُفرض على المحترف المخالف وفقًا للقانون، وتشمل:

1. رفض دخول المنتجات المستوردة.
2. الإيداع المتعلق بالمنتج.

وقد نصت المادتان 53 و54 من هذا القانون على أن أعوان قمع الغش يمكنهم رفض دخول منتج بشكل مؤقت إذا كانت لديهم شكوك حول عدم مطابقته للمواصفات. وفقًا للمواد 55 إلى 58 من نفس القانون، يمكن إيداع المنتج المشكوك في مطابقته حتى يتم إجراء فحص دقيق له. كما تناولت المواد 59 إلى 64 مسألة تلف المنتج، والتي تتعلق بسحبه وحجزه، دون الحاجة إلى توقيف نشاط المحترف. وقد نص المشرع في تعديل قانون حماية المستهلك وقمع الغش على توقيف النشاط لمدة ثلاثين يومًا فقط إذا ثبت عدم احترام المحترف لقواعد القانون، مما يستدعي تحمل المحترف المقصر لمصاريف الإجراءات التحفظية.

ثانياً: العقوبات المحددة في قانون التجارة الإلكترونية:

-1 العقوبات الأساسية: تضمن الفصل الثاني من قانون التجارة الإلكترونية مجموعة من العقوبات، أبرزها الغرامات المنصوص عليها في المواد 37، 38، 39، 40، و41، والتي سنستعرضها بالتتابع:

المادة 37: دون الإخلال بالعقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريعات السارية، يُعاقب بغرامة تتراوح بين 200.000 دج و1.000.000 دج كل من يقوم بعرض أو بيع المنتجات

[1] المواد 72،71 ، 75،73 من القانون نفسه.

أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون عبر الاتصال الإلكتروني. كما يحق للقاضي إصدار أمر بإغلاق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح بين شهر وستة أشهر.

المادة 38: دون الإخلال بالعقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريعات السارية، يُعاقب بغرامة تتراوح بين 500.000 دج و2.000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون. ويجوز للقاضي أن يأمر بإغلاق الموقع الإلكتروني وإلغاء تسجيله في السجل التجاري.

المادة 39: يُعاقب بغرامة تتراوح بين 50.000 دج و500.000 دج كل موقع إلكتروني يخالف أي من الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون. كما يمكن للجهة القضائية التي تم رفع الدعوى أمامها أن تأمر بتعليق نفاذ الموقع على جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة أشهر.

المادة: 40 دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 1.500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و31 و32 و34 من هذا القانون.[1]

المادة 41: يعاقب بغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحكام المادة 25 من هذا القانون.[2]

يجدر بنا أن نلاحظ أن المشرع أشار إلى إمكانية تطبيق العقوبات الأكثر شدة، والتي تشمل الحبس أو السجن، وذلك في المادتين 37 و38 المنصوص عليهما في التشريع الساري.

2. العقوبات التكميلية:

تنص المادة 37، الفقرة 02، على إغلاق الموقع الإلكتروني للمورد المخالف يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (1) إلى ستة أشهر (6) وذلك في حالة مخالفة أحكام المادة 3 المذكورة في هذا القانون[3].

---

[1] المواد، 37، 38، 39، 40 من قانون التجارة الالكترونية، السالف الذكر.

[2] المادة41 من القانون نفسه.

[3] المادة 37 من قانون التجارة الالكترونية، السالف الذكر.

ورد في الفقرة 2 من المادة 38 من نفس القانون " يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الالكتروني والشطب من السجل التجاري هذا يتعلق بالمورد الذي يخالف المادة 5 من قانون التجارة الإلكترونية، والتي تتناول التجارة عبر الاتصالات الإلكترونية للسلع والمعدات الحساسة التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والمال العام. كما ينص على شطب المورد من السجل التجاري، وفقًا لما ورد في المادة 38، الفقرة 2، التي منحت القاضي صلاحية اتخاذ هذا الإجراء، بالإضافة إلى إمكانية إغلاق الموقع الإلكتروني المعني. "كما تشمل العقوبات المحتملة للمورد المخالف للمادة 5 من قانون التجارة الإلكترونية، الشطب من السجل التجاري، وذلك نظراً لخطورة هذه المخالفة."[1]

وبناءً على ذلك، يتم تعليق الوصول إلى منصات الدفع الإلكتروني كعقوبة للمورد الإلكتروني الذي يخالف أحكام المواد 11 و12 من قانون التجارة الإلكترونية، والتي تتعلق بالمعلومات الواجب تضمينها في العرض التجاري الإلكتروني والمراحل الإلزامية التي يجب أن تمر بها طلبات المنتجات. كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها دعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 06 أشهر.[2]

التعليق التحفظي على تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني، وهو العقوبة المنصوص عليها في المادة 43 من قانون التجارة الإلكترونية.

عندما يُرتكب مخالفة أثناء ممارسة النشاط التجاري، مما يعرض المحل لعقوبة الإغلاق وفقًا للتشريعات المعنية، تقوم الهيئة المسؤولة عن إدارة أسماء النطاق في الجزائر بتعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل احترازي، وذلك بناءً على قرار من وزارة التجارة. ولا يمكن أن تتجاوز فترة التعليق الاحترازي لاسم النطاق 30 يومًا.[3]

[1] المادة 38 من قانون نفسه.

[2] المادة 39 من قانون نفسه.

[3] المادة 43 من قانون نفسه.

خلاصة الفصل:

يتبيّن من خلال هذا الفصل أن المشرّع الجزائري وضع أرضية قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، سواء من خلال آليات وقائية متمثلة في قانون التجارة الإلكترونية، والتي تشمل التزامات تتعلق بالإعلام، والشفافية، وحق العدول، أو من خلال نصوص جزائية وردت في قانون العقوبات تهدف إلى تجريم الأفعال التي تمس سلامة المعاملة الإلكترونية، كالغش، والتضليل، والاعتداء على البيانات الشخصية. غير أن هذه الحماية لا تزال بحاجة إلى مزيد من الوضوح والتكامل، بالنظر إلى حداثة النصوص وتداخلها مع قوانين أخرى، ما يقتضي مستقبلاً تطوير إطار تشريعي أكثر شمولاً لمواكبة التحديات المتسارعة في البيئة الرقمية.

خاتمة

بعد اتمام بحثنا، تبين أن تطور التكنولوجيا وانتشار المعاملات الرقمية فرض على المشرّعين ضرورة التفكير في وسائل قانونية تكفل حماية فعالة للمستهلك في هذا النوع من التعاقدات. وقد حاولت الدراسة تسليط الضوء على الإطار النظري لحماية المستهلك الإلكتروني، ثم انتقلت إلى تحليل الجوانب العملية للحماية القانونية في ظل النصوص الجزائرية، لا سيما من خلال قانون التجارة الإلكترونية وقانون العقوبات.

يتضح من خلال التحليل القانوني للنصوص والتأصيل الفقهي أن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر لا تزال غير مكتملة، وتعاني من بعض النواقص على مستوى التغطية التشريعية والتطبيق العملي. ورغم إدراك المشرّع لخطورة الأفعال التي قد تطال المستهلك في الفضاء الرقمي، إلا أن بعض الجرائم والممارسات الضارة لا تجد لها معالجة واضحة أو فعالة، مما يستدعي مراجعة شاملة ومنهجية للنصوص القانونية ذات الصلة.

ومن خلال دراستنا لهذا الموضوع نستنتج جملة من النتائج المتوصل اليها:

النتائج:

- إقرار المشرع الجزائري بالحاجة إلى حماية المستهلك الإلكتروني، وظهور ذلك من خلال قانون التجارة الإلكترونية لسنة 2018.
- وجود حماية جزائية للمستهلك الإلكتروني، خاصة من خلال التصدي لجرائم النصب، الغش، والتضليل في قانون العقوبات.
- اقتصار الحماية القانونية على بعض مراحل العقد دون غيرها، لا سيما في مرحلة ما بعد إبرام العقد.
- وجود لجنة وطنية لمراقبة الشروط التعسفية، لكن دون فعالية كافية في مجال التعاقدات الرقمية.

- غياب نصوص دقيقة وشاملة تُنظم المسؤولية عن الجرائم الإلكترونية التي تستهدف المستهلك.
- ضعف التنسيق بين القوانين ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك والعقوبات.
- تدني وعي المستهلك الإلكتروني بحقوقه القانونية وآليات الحماية المتاحة له.

الاقتراحات:

- صياغة قانون شامل ومتكامل خاص بحماية المستهلك الإلكتروني يواكب تطورات البيئة الرقمية.
- تفعيل دور لجنة الشروط التعسفية ومنحها صلاحيات موسعة خاصة في مراقبة العقود الإلكترونية.
- تدعيم التنسيق والتكامل بين القوانين ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية، حماية المستهلك، والعقوبات.
- تعديل النصوص الجزائية القائمة لتشمل الأشكال الحديثة من الغش والخداع الإلكتروني.
- تطوير قدرات الجهات القضائية والإدارية المكلفة بتطبيق القانون من خلال التكوين المستمر في المجال الرقمي.
- إطلاق حملات توعوية لفائدة المستهلكين لتعريفهم بحقوقهم وطرق حمايتهم عند التعاقد الإلكتروني.
- تعزيز التعاون الإقليمي والدولي لمكافحة الجرائم الإلكترونية العابرة للحدود، وحماية المستهلك الجزائري.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولا: الكتب

- ✓ إبراهيم عبد العزيز داود، **حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية**، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2014
- ✓ أحمد عصام منصور، **الحماية القانونية للمستهلك في العقد الاكتروني**،الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2019
- ✓ أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني،الطبعة الأولى، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005
- ✓ بشار طلال مومني، **مشكلات التعاقد عبر الإنترنت**، الأردن: عالم الكتب الحديث، 2004
- ✓ حساني علي، **حماية المستهلك نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري**، مصر: دارالفكر الجامعي، 2016
- ✓ حسن العبابنة، **سلوك المستهلك عبر الإنترنت**، عمان: دار السواقي العلمية، 2025
- ✓ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني،، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006
- ✓ خديجة عبد اللاوي، **قانون حماية المستهلك**، الجزائر: دار جودة للنشر و التوزيع، 2024
- ✓ السيد محمد عمران، **حماية المستهلك اثناء تكوين العقد**، الإسكندرية: منشأة المعارف، 1986
- ✓ فاتن حوى، **المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية**، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010
- ✓ كوثر سعيد عدنان خالد، **حماية المستهلك الالكتروني**، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2012

- ✓ لحسين بن الشيخ أث ملويا، **المنتقي في عقد البيع**،، ط 4،الجزائر: دار هومة للنشر
- ✓ نضال إسماعيل برهم، **أحكام عقود التجارة الإلكترونية**، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2005
- ✓ والتوزيع2010

ثانيا: المجلات

- ✓ أحلام ترة، "حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني"، **مجلة المنارة للدراسات القانونية والادارية**، جامعة محمد الخامس السويسي، سلا، العدد،04، 2013
- ✓ خليفي مريم،" الالتزام بالإعالم الالكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية"، **دفاتر السياسة والقانون**، جامعة بشار، الجزائر، العدد،4جانفي،2011
- ✓ أحمد بعجي، "فعالية حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية"، **مجلة الدراسات والبحوث القانونية**، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، المجلد 04 العدد 01، 2019
- ✓ ايمان بغدادي،" اثرتعديل قانون العقوبات الجزائري في التصدي للجريمة الالكترونية"، **مجلة افاق البحوث الدراسات السياسية**، المركز الجامعي ايليزي، العدد 2019 04
- ✓ إيناس مكي عبد نصار، "التفاوض الالكتروني دراسة مقارنة في ظل بعض التشريعات العربية المعاصرة"، **مجلة جامعة بابل**، المجلد 21، العدد، 3، 2013
- ✓ بختة موالك، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، **المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية**، العدد، 2، 1992

- ✓ بساعد سامية،" حماية البيانات الشخصية للمستهلك من مخاطر الدفع الالكتروني"، **مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية**، جامعة الجزائر، 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، المجلد، 15 العدد،1، 2022
- ✓ حدوش كريمة، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الاكتروني"، **مجلة السياسة العالمية**، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، المجلد، 06 العدد، 02 ديسمبر، 2022
- ✓ خلقي عبد الرحمان، "حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري"، **مجلة النجاح لألبحاث والدراسات**، نابلس، فلسطين، المجلد01، العدد01، 2017.
- ✓ روشو عبد القادر، " الحماية القانونية للمستهلك الاكتروني في ظل التشريع الجزائري "، **مجلة شعاع الدراسة الاقتصادية**،جامعة تيسمسيلت، الجزائر، العدد 06، 2022
- ✓ زوليخة بن طاية، حورية لشهب، "الحماية القانونية للمستهلك الرقمي من الشروط التعسفية"، **مجلة الباحث للدراسات القانونية**، المجلد 07، العدد 01، جانفي 2020
- ✓ عبدي حبيبة، عبدلي وفاء، "حق المستهلك الالكتروني في الرجوع عن التعاقد بين قصور النص القانوني وواقع الممارسة العملية في التشريع الجزائري"، **مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية**، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد 05، 2020
- ✓ قاسيمي حمزة، ميهوب يزيد،" ضمان معالجة معطيات المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري"، **مجلة صوت القانون**، جامعة خميس مليانة، المجلد 08، العدد الخاص، مارس 2022
- ✓ كمال بلارو،" الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري"، **مجلة البحوث في العقود و قانون الأعمال**، العدد السابع، قسنطينة، 2019.

- ✓ محمد عساف محمد السلامات، " الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية"، **المجلة القانونية**، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد 3، 2018
- ✓ مصطفى ثابت، بدر الدين بلموالي، "الاشهار الالكتروني في الجزائر بين حتمية الالتزام بأخالقيات النشر وجدل خصوصيات المستهلك"، **مجلة الحكمة للدراسات الاعالمية والاتصالية**، المجلد، 10 العدد، 4 سنة، 2022
- ✓ منصف زغاب،" العقد والعالمية"، **المجلة العربية للفقه والقضاء**، العدد 337، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2008
- ✓ هشام صادق، « القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية"، **مجلة الدراسات القانونية** كلية الحقوق جامعة بيروت العربية، العدد 1، 2004

ثالثا: الرسائل والأطروحات

- ✓ بن عقون حمزة،" السلوك الاجرامي للمجرم المعلوماتي "، **رسالة ماجستير**، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012-2011
- ✓ بن غيدة إيناس،" الحماية المدنية للمستهلك في العقود الالكترونية"، **رسالة ماجستير**، جامعة تلمسان، 2015
- ✓ جلول دواجي بلحول، "الحماية ية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية"، **رسالة ماجستير**، جامعة تلمسان، 2015
- ✓ شعباين نوال، "التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، **رسالة ماجستر**، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012
- ✓ عبد الله ذيب، عبد الله محمود " حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة "، **رسالة ماجستير**، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009
- ✓ فلاح فهد العجمي، " الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني "، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2011

- ✓ منال بوروح، "ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، **رسالة ماجستر**، جامعة الجزائر 2014-2015 .
- ✓ رشيدة أكسوم عيلام، "المركز القانوني للمستهلك الاكتروني"، **اطروحة دكتوراه**، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي و ز و، 12 جوان، 2018

رابعا: المراسيم

- ✓ المرسوم التنفيذي 90-367 المؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1411 الموافق ل10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية الجريدة الرسمية،العدد50 .
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 06-306مؤرخ في 2006/09/10 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية العدد 56 الصادرة في 2006/09/11.
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 08-44المؤرخ في /03 02/2008 المعدل والمتمم للمرسومالتنفيذي رقم، 06-306 يحدد العناصر ألساسية للعقود المبرمة بين ألعوان القتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 07 الصادرة في 10/02/2008.

خامسا: المواد والقوانين

- ✓ المادة 08 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.
- ✓ المادة 17 من القانون 09-03المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق لـ 25 فيفري، 2009 المتعلق بحماية المستهلك
- ✓ المادة 2 من القانون 04-09 المتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، المؤرخ في14 شعبان 1430 الموافق 05 أوت 2009.

- ✓ مشروع القانون المتعلق بالاشهار، مجلس الامة، الدورة العادية، العدد العاشر، سنة . 1999
- ✓ المادة 6 من القانون 04-15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني،الجريدة الرسمية المؤرخ في 11 ربيع الثاني1436 الموافق 01 فيفري سنة2004.
- ✓ القانون رقم 02-05 المؤرخ في 06 فيفري، 2005 المعدل والمتتم للامر 59-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 متضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد رقم 11 المؤرخة في 29 فيفري 2005.
- ✓ القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر بتاريخ 16 ماي سنة 2018 م، الموافق لـ 30 شعبان عام 1439 هـ.
- ✓ القانون رقم 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، المؤرخ في25 رمضان 1439 الموافق 10 جوان، 2018 الجريدة الرسمية، العدد 34.
- ✓ المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966، الجريدة الرسمية الجزائرية، 1966.
- ✓ المادة 110الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 1975/10/26 يتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية العدد 78، صادر في 1975/09/30.
- ✓ المادة 03قانون رقم04-02مؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41 الصادرة في 2004/06/27.

سادسا: المواقع الالكترونية

- ✓ مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة، الموقع الرسمي، متاح على:

https://www.unodc.org/unodc/index.html ، تاريخ الاطلاع: 02 ماي 2025.

سابعا: المراجع الأجنبية

✓ Ahmad AL-GHADYAN، "Digital Signatures and Liability Issues Arising Out of Their certification"، **Journal of Law**، No.2،Vol 28، June 2004، the Academic Publication Council، Kuwait University،Kuwait،2004

الفهرس

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	
إهداء	
مقدمة	1
الفصل الاول: الإطار المفاهيمي و الحماية الاولية للمستهلك الالكتروني	
تمهيد:	10
المبحث الاول: المستهلك الالكتروني و مبررات حمايته:	11
المطلب الاول:المفاهيم الاساسية للمستهلك:	11
الفرع الاول: مفهوم المستهلك	12
الفرع الثاني: تعريف المستهلك الالكتروني:	13
المطلب الثاني:ضرورات و مبررات حماية المستهلك الالكتروني:	16
الفرع الاول: ضرورات حماية المستهلك المتعاقد الالكتروني:	16
الفرع الثاني: مبررات حماية المستهلك الالكتروني:	19
المبحث الثاني: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية:	21
المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية:	21
الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني:	21
الفرع الثاني: آليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الالكتروني:	25
خلاصة الفصل:	29
الفصل الثاني: اليات حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري	
تمهيد	31

المبحث الاول: حماية المستهلك الالكتروني في قانون التجارة الالكترونية:	32
المطلب الاول: حماية المستهلك في مرحلة ما قبل العقد	32
الفرع الاول: ضوابط الاعلان الالكتروني و سبل حماية المستهلك من التضليل الاعلاني	32
الفرع الثاني: التزام المورد بحسن النية في المساومة:	34
الفرع الثالث: التزام المورد الإلكتروني بالإعلام:	36
المطلب الثاني: ضمانات المستهلك الالكتروني في مرحلة ابرام و تنفيذ العقد	39
الفرع الاول: حماية المستهلك الالكتروني من مخاطر الوفاء وحقه في العدول:	39
الفرع الثاني: ضمانات المورد الإلكتروني والحقوق المستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني	42
المبحث الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في قانون العقوبات الجزائري:	47
المطلب الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التعاقدية و الاعلانية	47
الفرع الاول: الحماية من الجرائم الإلكترونية المتعلقة بالتعاقد و التضليل الاعلاني :	47
الفرع الثاني: التجريم الجزائي لجرائم الغش و الخداع الالكتروني ضد المستهلك	52
المطلب الثاني: الحماية الجزائية للبيانات المستهلك ووسائل التعاقد الالكتروني	56
الفرع الاول: الحماية الجزائية للمعلومات الشخصية للمستهلك الالكتروني	57
الفرع الثاني: الحماية الجزائية للتوقيع و التصديق الالكتروني	61

الفرع الثالث: العقوبات المحددة في النصوص التقليدية والمستحدثة في قانون التجارة الإلكترونية	64
خلاصة الفصل	70
خاتمة	72
المصادر والمراجع	75
فهرس المحتويات	83
الملخص	

ملخص

هذه الدراسة إلى تحليل الإطار القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، من خلال التطرق إلى الجوانب النظرية للمستهلك في البيئة الرقمية، وتبيان مبررات وضرورات توفير حماية فعالة له. كما تناولت الدراسة حماية المستهلك عبر قانون التجارة الإلكترونية وقانون العقوبات، مسلطةً الضوء على الضمانات القانونية في مراحل التعاقد الإلكتروني، والحماية من الجرائم الإلكترونية مثل الغش والخداع. وقد خلصت إلى أن الحماية الحالية غير كافية، مما يستدعي تطوير نصوص أكثر تكاملًا وتفعيل الآليات الرقابية والإدارية والقضائية.

كلمات المفتاحية: حماية المستهلك الإلكتروني – التشريع الجزائري – التجارة الإلكترونية.

This study aims to analyze the legal framework for the protection of electronic consumers under Algerian legislation, by exploring the theoretical aspects of consumer rights in the digital environment and the need for effective safeguards. It examines the protection mechanisms outlined in the Electronic Commerce Law and the Penal Code, highlighting legal guarantees during e-contracting and protection against cybercrimes such as fraud and deception. The study concludes that the current protection is insufficient and calls for more comprehensive laws and stronger oversight mechanisms.

Keywords: Electronic Consumer Protection – Algerian Legislation – Electronic Commerce.