وزارة 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 لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون إعلام ألي وأنترنت

التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك

إعداد الطلبة:

- بن مساهل زكرياء
- شليبي أحمد

إشراف:

الدكتوراه رمضاني مريم

لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
زاوي رفيق	أستاذ محاضر *ب*	رئيسا
رمضاني مريم	أستاذ مساعد *ب*	مشرفا ومقررا
سي حمدي عبد المؤمن	أستاذ محاضر *ب*	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

الإهداء

- أهدي هذا العمل المتواضع إلى:
- والدي العزيزين أطال الله في عمرهما
- إلى إخوتي وأخواتي
- إلى كل العائلة الكريمة
- إلى كل الأصدقاء وزملاء الدفعة
- إلى كل من كان سببا في نجاحي
- إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

بن مساهل زكرياء

الشكر والتقدير

بعد الحمد والشكر لله الذي أعانني على عملي هذا وماكنت منجزا له لولا بقدرة منه، فسبحان الذي ألهمنا بالصبر والعافية وهو على كل شيء قدير والحمد الله الذي تتم به الصالحات، ومن هذا المنبر أتوجه بالشكر إلى أستاذتي الفاضلة بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة برج بوعريريج.

الأستاذة والدكتورة القديرة:

رمضاني مريم

لقبولها الإشراف على هذه المذكرة وتوجيهاته الدقيقة وإرشاداتها بأسلوب سهل ممتنع، وتشجيعاتها وتفهمها منقطع النظير، فلها مني أسمى عبارات التقدير والاحترام، وأدامها الله أهلا للعلم، فجزاها الله خير جزاء، كما لا يفوتني تقديم جميل الشكر والعرفان إلى كل أساتذتي كل باسمه، وكما أتقدم بالشكر الجزيل للجنة المناقشة، وإلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في إعداد هذه المذكرة، ولو بكلمة تشجيع وشكرا ...

بن مساهل زكرياء

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي قرة العيني نبع الحنان، والتي علمتني الصبر ولم تدخر جهدا في سبيل إسعادي وإلى أبي سندي الذي طالما رافقني في السراء والضراء في مسيرتي الدراسية وإخوتي الأعزاء وإلى كل الأصدقاء والأحبة كل باسمه وإلى كل الأسرة الجامعية والأساتذة الكرام وكل من ساندنا من قريب أو من بعيد وشكرا...

شليبي أحمد

الشكر والتقدير

الحمد الله والصلاة والسلام على رسول الله – عليه الصلوات ربي وسلام – والحمد الله حمدا طيبا مبارك فيه والذي بيده تتم الصالحات ونحمد الله على توفيقه والذي رزقنا بالعقل وألهمنا الصبر بإتمام هذا العمل المتواضع، وبالتالي من هذا المنبر نتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذة القديرة *رمضاني مريم* على المجهودات المبذولة على إشرافها لهذا العمل والتي لم تبخل علينا بالمعلومات والنصائح والإرشادات وإلى لجنة المناقشة وإلى جميع أساتذة الكلية وإلى كل من ساعدنا على إتمام هذا العمل من قريب أو بعيد ولو بالكلمة الطيبة وشكرا...

شليبي أحمد

مقدمة

مقدمة

تمهيد:

منذ فترة غير بعيدة ولج عالم التجارة مظاهر جديدة للتبادل التجاري، تتمثل أبرز معالمها في أن التعامل التجاري أصبح يمارس على نطاق كوني بين مختلف أرجاء العالم بفضل ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وما نجم عنها من ظهور لشبكة الأنترنت، التي حولت العالم إلى قرية صغيرة، تمكن الأشخاص في مناطق نائية من العالم التعامل مع المراكز التجارية في مختلف الدول، ومكن التجار والمنتجين ومزودي الخدمات أن يعرضوا منتجاتهم على صعيد عالمي وكذا المستهلكين.

فظهور التجارة الإلكترونية وما رافقها من تطور، أثر تأثيرا كبيرا على النظام القانوني للعقود التقليدية فظهر ما يسمى بالتسوق الإلكتروني عبر الحدود، وما تبعه من اهتمام حول حماية جمهور المستهلكين المتعاملين عبر الوسيلة الحديثة، فلم يعد الاهتمام ينحصر في نطاق محلي وإنما امتد ليصبح شأنا عالميا.

ونظرا لنجاح التجارة الإلكترونية وتوسع وسرعة التعاملات بين التجار والمستهلكين نجم عنها التعرض للأخطار على أطراف العلاقة التعاقدية خاصة منها المستهلك، والذي تحول وصفه كذلك من التقليدي إلى الإلكتروني، حيث يعد طرفا ضعيفا في العلاقة التعاقدية، وأكثر عرضة للخطر، لذلك كان لزاما إقرار الحماية بصورها، المدنية والجنائية لهذا الأخير، ولعل هذه الحماية تتجسد في سعي الكثير من التشريعات، ومن بينها التشريع الجزائري إلى وضع ترسانة قانونية لتجسيدها.

ومن بين هذه القوانين القواعد العامة، كالقانون المدني الأمر رقم 75/58، وكذلك القانون التجاري رقم 59/75، وقانون العقوبات رقم 66/156، وبالإضافة إلى

استحداث قوانين أخرى المتعلقة بالتجارة، كقانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18، وقانون حماية المستهلك رقم 09/03.

أهمية الدراسة: تبرز أهمية البحث في موضوعنا هذا من خلال النقاط التالية:

- في ضوء التقدم التكنولوجي وما يترتب عليه من تنوع في السلع والخدمات وسرعة انتشارها، كذا خلق وسائل حديثة للتعاقد بشأنها، الأمر الذي وسع الهوة بين طرفي العقد من حيث القدرة والخبرة والمعرفة لصالح التاجر على حساب المستهلك، فأساس إيجاد آليات قانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية يكمن في حالة الضعف المسيطرة على المستهلك، ومن ثم يمكن القول أن تكريس هذه الحماية لا تهدف فقط إلى حماية أحد الطرفين ضد تجاوزات الآخر، وإنما تهدف أيضا بطريقة واضحة إلى حماية أحد المتعاقدين من نفسه.
- إن التطور الهائل في مجال التجارة الإلكترونية، أفرز معه توجه المستهلك نحو المواقع التجارية الإلكترونية لتعدد الخدمات المعروضة، مع المزايا المتعددة في العرض والأسعار، فأهمية الخدمات الإلكترونية على شبكة الانترنت زادت من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وجعلت منها محور طلب للكثير منهم، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية المستهلك بشكل ملح وواضح.
- كذا إن مبررات حماية المستهلك من المنظور التقني تفرض نفسها من خلال أن التطور التقني يمثل واقعا عمليا، يحمل العديد من المستجدات الدائمة، التي تقود إلى تحسين الروابط التجارية بين التاجر والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور يوضح أضرار التعاقد عبر شبكة الانترنت، مما يفرض معها حماية المستهلك ضد المخاطر التي يفرزها هذا النمط الحديث من التجارة.

- إن البيئة الإلكترونية التي ينشأ من خلالها التعاقد ، تدعم ضرورة وجود حماية خاصة للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، وذلك لقصور القواعد العامة التي تحمي المستهلك في عقود التجارة التقليدية عن توفير الحماية المنشودة للمستهلك الإلكتروني ، فالسمة البارزة للعقد الإلكتروني أنه يتم في ظل الغياب المادي لأطراف العقد ، كما أن طبيعة البيئة الإلكترونية المفتوحة عالميا والمتاحة لجميع الأشخاص ، تجعل المستهلك رهينة التعاقد في ظل جو يفتقر للعلم الكافي أو الشامل بحيثيات العقد وحقيقة السلع و الخدمات مما يجعله فريسة سهلة للغش والتدليس والاحتيال .

أسباب اختيار الموضوع:

1-الأسباب الموضوعية: تمثلت في:

– كون البحث في حماية المستهلك الالكتروني بوصفه أحد أهم موضوعات التجارة الإلكترونية يسلط الضوء على إشكالات عديدة تجعلنا نفتح باب البحث والتقصي للوصول إلى نتائج مرضية.

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

2-الأسباب الذاتية: تمثلت فيما يلي:

– من بداهة المعرفة إدراك أن كل فرد منا هو مستهلك قبل أن يكون طالبا، أو باحثا، أو أستاذا مهتما بموضوعات المستهلك وحمايته القانونية، ما يعني أن البحث عن أحكام حماية المستهلك قد تكون أولوية معرفية لكل فرد مستهلك، قبل أن تكون أولوية معرفية عند الباحث في المجال القانوني.

– شغف جيلنا الحالي بالوسائل التكنولوجية الحديثة وانتشار التعامل بها على نطاق واسع بين الأفراد لما لها من مميزات، وهو شغف يصحبه عند القانوني دافع قوي للتعرف على أحكام قانونية جديدة تتفرد بها هذه المعاملات الإلكترونية الحديثة التي تحظى بإقبال كبير من طرف جميع فئات المجتمع.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- بيان حاجة المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية من المنظور القانوني، وإبراز الآليات التشريعية لتحقيق هذه الحماية في مرحلة ما قبل إبرام العقد بترسيخ الإلتزامات الواقعة على التاجر الإلكتروني، وذلك بتوفير التنوير المعلوماتي للمستهلك على نحو يحقق إنشاء العقد وفق إرادة سليمة وواعية.
- كشف المستور عن قصور القواعد القانونية التقليدية، في إيجاد حماية فعالة للمستهلك، تتماشى وحكم السائل الجديدة التي ولدتها الثورة السريعة في مجال الاتصالات والمعلومات، وبالتالي بيان الحاجة لوضع نظام قانوني مرن يوفق بين المبادئ العامة الحماية المستهلك وتطويعها في خدمة حماية المستهلك الإلكتروني في عقد التجارة الإلكترونية.

دراسات السابقة:

حضي موضوع حماية المستهلك الإلكتروني الكثير من العناية، لكن ونظرا لحداثته خصوصا في الجزائر، فقد أولت بعض الدراسات الأهمية لبيان مدى تمكـــن القوانين المشرعة من توفير حماية قـــانونية له، مدنية كانت أو جزائية نذكر منها:

– **مذكرة للطالبة:** بن غيدة إيناس، لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق، بنفس الجامعة، تحمل عنوان الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، نوقشت عام 2015، قسمت الطالبة بحثها إلى فصلين الأول تحت عنوان حماية

المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، أما الفصل الثاني درست فيه حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني.

- **مذكرة الطالب:** جلول دواجي بلحول، لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق ، بجامعة أبي بكر بلقايد بتلمسان، تحمل عنوان الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، نوقشت سنة 2015، حيث قسم الطالب مذكرة بحثه إلى فصلين أساسيين، عالج في الأول حماية المستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية في مرحلة إبرام العقد، درسه في مبحثين الأول بعنوان المستهلك في مواجهة التجارة الإلكترونية والثاني حماية إرادة المستهلك أثناء إبرام العقد ، فيما عرض في الفصل الثاني حماية المستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية في مرحلة تنفيذ العقد، قسمه هو الآخر إلى مبحثين، عرض في المبحث الأول حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني والعيوب الخفية، والثاني حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وتقرير حق العدول.

صعوبات الدراسة:

لقد واجهتنا العديد من الصعوبات والعراقيل، ونحن بصدد إنجاز هذه الدراسة البحثية التي كانت تتمحور حول موضوع حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، ومنها ضيق الوقت ونقص المادة العلمية في المجال، وخاصة ندرة المراجع والكتب الجزائرية، وهذا نظرا لأن موضوعنا يعد من المواضيع المستحدثة، وهو ما دفعنا إلى اللجوء إلى البحث على المراجع الأجنبية والتي واجهتنا صعوبات كثيرة في الحصول عليها.

إشكالية الدراسة:

تبعا لما سبق الإشارة إليه، فإن الدراسة تتمحور حول إشكالية رئيسية مؤداها:

- فيما تتمثل الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية؟ وما مدى فعالية هذه الأليات في إقرار الحماية لهذا الأخير؟

من صلب الإشكالية السابقة، تتفرع جملة من التساؤلات الجزئية:

- ما مفهوم التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني؟

- فيما تتمثل أليات الحماية القانونية بصورتيها المدنية والجزائية؟

المنهج المتبع في الدراسة:

شملت الدراسة المزج بين المناهج الثلاث: الوصفي والتحليلي، قد تم إتباع المنهج الوصفي لعرض مختلف النصوص التشريعية، والآراء الفقهية، التي تحكم مختلف جوانب حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، وكذا اتباع المنهج التحليلي لتحليل النصوص القانونية، والآراء الفقهية بغية الوصول إلى أفضل الحلول في كل نقطة تثيرها إشكاليات الدراسة.

تقسيم الدراسة:

استدعت الدراسة إلى تقسيم البحث إلى فصلين، فالفصل الأول منهما خصص للإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمستهلك، حيث تطرقنا في المبحث الأول لمفهوم التجارة الإلكترونية، بينما في المبحث الثاني فقد تناولنا فيه مفهوم المستهلك العادي والإلكتروني، أما الفصل الثاني فقد خصص للحديث عن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، حيث تطرقنا في المبحث الأول للحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، بينما في المبحث الثاني حماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني للتجارة الإلكترونية.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمستهلك

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمستهلك

أدى التقدم والتطور الهائل في مجال المعلوماتية والاتصالات الإلكترونية، وسهولة الإبحار في صفحات الويب من خلال شبكة الانترنت إلى تزايد الضغوط على المستهلك لمحاولة جذبه وإغراءه بالدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية، وإقناعه بالتعاقد من خلال شبكة المعلومات الدولية، وبما أن المستهلك يعتبر مصدر ثقل في العلاقة التعاقدية لعقود التجارة الإلكترونية، ونظرا لأنه أكثر عرضة للخطر، وبالتالي تستوجب إقرار الحماية له وبالتالي للبحث في أليات حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية تستلزم بيان مفهوم التجارة الإلكترونية في (المبحث الأول)، وأما (المبحث الثاني) فيخصص لدراسة مفهوم المستهلك التقليدي والإلكتروني.

المبحث الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

لقد شاع استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية، حيث أصبح يوحي بشكل عام إلى إجراء المعاملات والصفقات والتبادلات التجارية عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة، ومن خلال شبكة المعلومات.

وقد أدى انتشار ممارسة التجارة الإلكترونية إلى الاهتمام بها على عدة مستويات نظرا لما تتيحه من مزايا، وما تقدمه من إيجابيات، فقد أصبح من الممكن للتجار والمنتجين والمتعاملين، تجنب مشقة السفر والانتقال من بلد لآخر، للقاء شركائهم وعملائهم، وبات بمقدورهم توفير الوقت والمال من أجل الترويج للمنتجات والخدمات، كما أصبح في متناول المستهلك الحصول على ما يريده من دون تنقل أو استخدام النقود التقليدية، وكل ما يحتاجه هو اقتناء جهاز كمبيوتر والاشتراك بشبكة الأنترنت، لتحقيق رغباته في شراء أي منتوج أو توفير أي خدمة يريدها .

إذن وبالتالي فالفكرة الرئيسية للتجارة الإلكترونية تدور حول تجميع البائعين والمستهلكين في المعارض أو المراكز التجارية الافتراضية، وهذا ما يتيح لهم فرصة التسوق واختيار المنتجات، والخدمات المحققة لرغبات المستهلك.

وللبحث في هذا الموضوع تطرقنا لتعريف التجارة الإلكترونية في (المطلب الأول) أما في (المطلب الثاني)، تطرقنا للأهمية وخصائص التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول

تعريف التجارة الإلكترونية

أصبح مصطلح التجارة الإلكترونية شائعا لدى مختلف القطاعات الاقتصادية مؤخرا وتعريف التجارة الإلكترونية ينقسم لمقطعين، الأول وهي التجارة والتي هي ممارسة البيع والشراء، وهي حرفة التاجر الذي يمارس الأعمال التجارية على وجه الاحتراف، والثاني الإلكترونية، والتي تدل على أن التجارة تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة المعالجة إلكترونيا[1].

فمفهوم التجارة قانونيا يمتد ليشمل عمليات الإنتاج والتصنيع للسلع وتداولها، وذلك بقصد تحقيق الربح،[2] وتعتبر كذلك إحدى أساليب التجارة الدولية الحديثة، ولا تختلف عن المفهوم التقليدي إلا من حيث أن الإعلان عن السلع والخدمات وعمليات التسويق وإبرام الصفقات التجارية، تتم عبر قنوات الاتصال، أهمها شبكة الأنترنت.[3]

وللإلمام بتعريف التجارة الإلكترونية تعرضنا إلى التعريف الفقهي (الفرع الأول) والتعريف التشريعي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

لقد تعددت التعاريف الفقهية لمصطلح التجارة الإلكترونية، وكل منهم حاول إعطاء تعريف شامل يحتوي على جميع المعاملات التي تبرم وفق تقنية إلكترونية، ومن أبرز

---

[1]– خالد ممدوح إبراهيم، **حماية المستهلك في العقد الإلكتروني**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 07.

[2]– عبد الفتاح البيومي حجازي، **حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت**، دار الكتب، القاهرة، 2008، ص 17.

[3]– محمد المطالقة، **الوجيز في العقود التجارة الإلكترونية**، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص12.

التعريفات للتجارة الإلكترونية أنها: " **المعاملات التجارية التي تتم بواسطة عمليات رقمية عبر شبكة الاتصال المختلفة، أي أنها عملية توصيل المعلومات والمنتجات والخدمات وإبرام الصفقات التجارية بطريقة إلكترونية عبر شبكة الأنترنت وأي شبكة دولية أخرى**".[1]

وبالرغم من تعدد التعريفات، وإختلافها يمكننا التطرق إلى إتجاهين رئيسين، هما الإتجاه الضيق والإتجاه الواسع.

1- الإتجاه الضيق:

يذهب أنصار هذا الإتجاه لتعريف التجارة الإلكترونية في إطار ضيق، بحيث تشمل أنشطة البيع والشراء، وتقديم الخدمات عبر شبكة الأنترنت، فالبعض يعرفها بأنها نظام إلكتروني يتيح التعامل في السلع والخدمات في صيغة إفتراضية أو رقمية، وتنفيذ العقود المتعلقة بهذه السلع والخدمات.[2]

كما يعرفها البعض الأخر من أنصار هذا الإتجاه، بأنها العملية التي تتم بين طرفي البائع والمشتري أو أكثر عن طريق استخدام كمبيوتر عبر شبكة الأنترنت.[3]

وإضافة إلى ذلك عرفتها المجلة العالمية للتجارة الإلكترونية، بأنها عمليات بيع وشراء وتسليم السلع والخدمات، وطلبها من منتجها وبائعها ليس بالطريقة العادية وإنما إلكترونيا، وعادة ماتتم هذه العمليات عن طريق شبكة الانترنت.[4]

---

[1]- خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 38.

[2]- عصام عبد الفتاح مطر، **التجارة الإلكترونية في تشريعات العربية والأجنبية**، دار جامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009، ص 09.

[3]- عبد الفتاح البيومي حجازي، **مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية**، دار الكتب، القاهرة، 2007، ص 16.

[4]- جمال زكي الجريدلي، **البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الأنترنت**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص63.

ويرى أنصار هذا الإتجاه من الفقه بأن التجارة الإلكترونية لاتتعدى جميع عمليات البيع والشراء بإستخدام وسيط إلكتروني وهو في الغالب شبكة الأنترنت، وبهذا تجدهم قد أغفلو جوانب كثيرة للتجارة الإلكترونية، والتي تتنوع بإختلاف الأعمال التجارية التي تتم عبر الشبكات الإلكترونية، ومنها الإعلان عن السلع والخدمات والمنتجات وتبادل المعلومات، والتزويد بخدمات الإتصال وإنشاء المواقع والمتاجر الإفتراضية.[1]

2- الإتجاه الموسع:

يرى أنصار هذا الإتجاه بأن التجارة الإلكترونية تتسع لتشمل جميع الأعمال الإلكترونية، بما فيها الأعمال التجارية والتي تتم عبر شبكة الأنترنت، أو بإستخدام الوسائط الإلكترونية المختلفة، فعرفت من قبل البعض على أنها تتمثل في مجمل الصفقات التجارية أو نشاطات الأعمال التي تتم بالوسائل الإلكترونية. [2]

ووفقا لقانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام الإلكترونية فلقد عرفت التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة الأعمال المنفذة بالوسائط الإلكترونية وبشكل خاص الأنترنت.[3]

وعرفت التجارة الإلكترونية، بأنها مجموع العلاقات التجارية بين رواد الأنترنت وهذا التعريف أوسع من سابقيه، فطبقا له تشمل التجارة الإلكترونية جميع العلاقات التجارية لمستخدمي الأنترنت.[4]

---

[1]- مصطفى موسى العجارمة، **التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الأنترنت**، دار الكتب القانونية والدراسات للنشر والبرمجيات، مصر، 2010، ص 30.

[2]- أسامة أحمد بدر، **حماية المستهلك الإلكتروني**، دار جامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004، ص 43.

[3]- محمد سعيد أحمد إسماعيل، **الحماية القانونية للمعاملات التجارة الإلكترونية**، دراسة مقارنة، منشورات حلبي دمشق، 2009، ص 29.

[4]- كوثر سعيد عدنان خالد، **حماية المستهلك الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2012، ص 60.

الفرع الثاني

التعريف التشريعي

إختلفت العديد من التشريعات حول تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، وكل حاول الوقوف على تحديد تعاريف لهذه الأخيرة، وبالتالي في مجمل هذا الفرع سنقوم بتحديد أهم هذه التعاريف التي جاءت بها هذه التشريعات، خاصة التشريع الجزائري.

أولا: التشريع الجزائري:

عرفها المشرع الجزائري في القانون رقم 05/18 في نص المادة 06 منه أنه:

يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي: " **التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الإتصالات الإلكترونية**"[1].

ثانيا: التشريعات المقارنة الأخرى:

1- في التشريع التونسي:

تعتبر تونس الأولى عربيا التي تصدر قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية، وذلك سنة 2000، من خلال نص المادة 02 من القانون التونسي المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، والتي عرفت المبادلات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بأنها: " **العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية** "، وعرفت المبادلات بأنها:" **المبادلات التي تتم بإستعمال الوثائق الإلكترونية** ".[2]

---

[1]- الجهمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 05،/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المادة 06، المؤرخ في 2018/05/10، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 2018/05/16.

[2]- خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**، المرجع السابق، ص 35.

ويتضح من النص أن التعريف جاء شاملا لكل العمليات والأنشطة التجارية التي تبرم بوسيلة إلكترونية، سواء تقديم سلعة أو آداء خدمة، كما لم يحصر وسيلة التعاقد الإلكترونية في تقنية معينة.

2- **في التشريع إمارة دبي:**

كما عرفها قانون إمارة دبي الصادر في 2002/02/12 المتعلق بالمعاملات والتجارة الإلكترونية في المادة 02 بأنها: "**المعاملات التجارية التي تباشر بواسطة المراسلات الإلكترونية**".[1] وهو لايختلف عن سابقه كونه لم يحدد الوسائل الإلكترونية التي تتم بها الأنشطة التجارية، والمبرر دائما راجع إلى تطور الوسائل مستقبلا، وإستعاب التجارة الإلكترونية.

ويمكن إعطاء تعريف للتجارة الإلكترونية، وفق حصرها في إطار التعاملات المبرمة بين المستهلك والتاجر والحرفي، إستنادا لبحثنا الخاص بحماية المستهلك بأنها: "**الأعمال التجارية التي تتم بين التجار والحرفيين والمستهلكين او بين بعضهم البعض عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات وبإستخدام وسيلة إلكترونية** ".[2]

وكما يتضمن هذا التعريف العناصر التالية:

- يقصد بالأعمال التجارية أعمال منصوص عليها في القانون التجاري رقم 59/75، والمتضمن للقانون التجاري بموجب المواد من 01 إلى 08 وعليه فكل عمل

[1]- المرجع نفسه، ص 36.

[2]- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 57.

من الأعمال إذ تمت بطريقة إلكترونية تسمى أعمالا إلكترونية وتخضع للنصوص المنظمة للتجارة الإلكترونية.[1]

- أطراف العلاقة التجارية هم التجار والمستهلكين، ولقد تم إقتصار أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية، في المعاملات التي تتم بين التجار والمستهلكين أو بين بعضهما البعض.

- وسيلة إتمام الأعمال التجارية هي وسيلة إلكترونية، أي بالتبادل الإلكتروني للمعلومات.[2]

المطلب الثاني

أهمية التجارة الإلكترونية وخصائصها

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد أشكال التجارة عموما، فالتجارة يمكن أن تكون رقمية بشكل كامل أو بصورة جزئية أو تقليدية، وكما أن التجارة الإلكترونية إستحدثت أفكار ومفاهيم جديدة، مما جعلها تكتسي أهمية على الصعيد الإقتصادي والتكنولوجي وتتميز بالعديد من الخصائص التي يمكن أن تستفيد منها الشركات والحكومات، والمجتمعات والمستهلكين، وهذا ماسنتطرق إليه في الفرعين التاليين: حيث تطرقنا في (الفرع الأول) إلى أهمية التجارة الإلكترونية، أما (الفرع الثاني)، فتناولنا خصائص التجارة الإلكترونية.

[1]- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 59/75، المتعلق بالقانون التجاري، من المادة 01 إلى 08، المؤرخ في 1975/09/26، المعدل والمتمم، للأمر رقم 27/96، المؤرخ في 1996/12/09، الجريدة الرسمية، العدد 77 الصادرة في 1996/12/11.

[2]- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 59.

الفرع الأول

أهمية التجارة الإلكترونية

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في الفوائد التي تحققها على كافة المستويات، فهي تحقق فوائد على المستوى المحلي والدولي، وبالنسبة كذلك للمستهلك، وبالتالي سنتطرق إلى ذلك بالتفصيل في مجمل هذا الفرع.

أولا: أهميتها على المستوى المحلي:

تتيح التجارة الإلكترونية فتح أسواق جديدة للمنتجات المحلية، تعمل على تسويق السلع والخدمات عالميا، إذ تستطيع كل شركة وطنية متخذة موقع على شبكة الأنترنت أن تروج لمنتجاتها وتوزعها على كافة دول العالم، مما يعود بالنفع على الدولة والإقتصاد المحلي.[1]

كما أن التجارة الإلكترونية تؤدي إلى إنشاء مشاريع متوسطة وصغيرة، ودخولها هذا المجال، مما يعود بالنفع على الإقتصاد العام الوطني، كما تؤدي التجارة الإلكترونية إلى رفع مستوى الكفاءة والإنتاجية، من خلال عملها على تلاقي عدد كبير من الموردين والمشترين، وكذلك تحقق وفرة هامة، تنتج من عدم حاجته إلى إقامة مشاريع فخمة بأقل التكاليف، وبالتالي فإن التجارة الإلكترونية تحقق تسويقا أكثر فعالية وأسرع وصولا للعملاء.[2]

---

[1]– محمد مدحت عزمي، **المعاملات التجارية الإلكترونية**، مركز الكتاب، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 43.

[2]– عمر خالد زريقات، **عقود التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الأنترنت**، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 48.

ثانيا: أهميتها على المستوى الدولي:

تعمل التجارة الإلكترونية على تحرير التجارة، والذي هي من أهم أهداف التجارة العالمية، فهي تدعو الدول الأعضاء بها بإتباع التجارة الإلكترونية، كما تعمل التجارة على إنفتاح الدول وتبادل الخبرات والثقافات التكنولوجية، وثقافة التسويق للمنتجات، مما يؤدي إلى دعم العلاقات بين الدول.[1]

كما تساهم التجارة الإلكترونية في زيادة الإنتاج والتسويق، والمبيعات والتنوع في السوق العالمية، لتقديم أفضل المنتجات والخدمات بما يتلائم مع طبيعة الأسواق الجديدة فكانت الحاجة إلى إيجاد أسواق جديدة، بحيث إستحوذت هذه التجارة على الإهتمام العالمي وخاصة من قبل الشركات العالمية الكبرى، التي وجدت فيه مجالا خصبا لإختراق الأسواق الدولية متجاوزة بذالك الحدود الزمانية والمكانية.[2]

ثالثا: أهميتها بالنسبة للمستهلك:

بالرغم مما تحمله التجارة من بعض المخاطر، إلا أنها تحقق فوائد عديدة للمستهلك فليس على المستهلك إلا الدخول على المواقع التجارية الإلكترونية، وفي ظرف قياسي يمكنه التسوق عبر الويب، مما يمكنه من التعاقد لإقتناء أي منتج أو خدمة وكذا يمكنه من تسلمها إلكترونيا، وعلى ذلك يتضح أن التجارة الإلكترونية تمنح للمستهلك بدلائل كثيرة للإختيار، من بينها إختيار أوسع للسلع والخدمات، كما يمكن أن يتعاقد مع شركات دولية لايمكنه أن يتوصل إليها إلا عن طريق التجارة الإلكترونية.[3]

---

[1]– كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 63.

[2]– محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع السابق، ص 27.

[3]– أحمد مداح، **التجارة الإلكترونية من المنظور الفقهي الإسلامي**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الفقه وأصوله، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2006/2005، ص 30.

والتجارة الإلكترونية تمنح للمتعاملين إمكانية إبرام أكبر عدد من الصفقات، بعد التفكير الهادئ في مواقعهم بأقل مجهود، وتتيح لهم فرصة تقديم خدمات وسلع لامادية إلكترونيا كالبرمجيات والمطبوعات والفيديوهات، دون تحمل نفقات النقل أو التأمين وتسمح للمستهلك بالحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات، عن طريق الأسواق والمنتجات وزيادة فرص العمل لذوي الإختصاصات والمهارات الفنية التسويقية المختلفة.[1]

الفرع الثاني

خصائص التجارة الإلكترونية

يتزايد يوم بعد يوم عدد الشركات والتجار والمستهلكين، الذين يعبرون عن ثقتهم وتفائلهم في مستقبل التجارة الإلكترونية والفوائد الموجودة منها، وإن التجارة بشكلها الحديث تسمح للشركات الصغيرة بمنافسة الشركات الكبيرة، وتساعد في تذليل العقبات التي تواجه الزبائن بشكل خاص على صعيد الأمن والسرية وحماية المعاملات التجارية والمالية والإلكترونية،[2] وبهذا تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي يمكن أن تستفيد منها الشركات والحكومات والمستهلكين على حد السواء، وهذا ما سنتناوله من خلال ما يلي:

-أولا: الطابع الدولي والعالمي للتجارة الإلكترونية:

تتبع التجارة الإلكترونية للشركات عرض المنتجات والخدمات في موقعها الإلكتروني على الشبكة العالمية، التي تتخطى الحدود الزمانية والمكانية، وتصل

[1]- أمير فرج يوسف، **جرائم التجارة الإلكترونية وأساليب مكافحتها**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2013، ص 11.

[2]- محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع السابق، ص 65.

خدماتها إلى مختلف دول العالم فهي ليست حبيسة مكان معين أو دولة معينة، ولكنها تنساب عبر الحدود في حرية تامة تفرض الخضوع إلى أي سيطرة سياسية، أو التقيد بحدود جغرافية معينة ويستطيع المستهلك التجول في الأسواق الإلكترونية بكل حرية، متى توافر كم هائل من المعلومات، كالمواصفات للسلع والأسعار، وهذا يقدم للمستهلكين خدمات أفضل ويستحوذ على رضاهم[1].

-ثانيا: غياب المستندات الورقية للمعاملات التجارة الإلكترونية:

من أهم الخصائص التي تميز هذه التجارة، هو عدم وجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء تنفيذ المعاملة التجارية، إذ أن كافة العمليات التفاعل بين طرفي العقد تتم إلكترونيا، وبالتالي تصبح الرسالة الإلكترونية، هي السند القانوني الوحيد المتاح لكل الطرفين في حالة نشوء نزاع بينهما[2].

إن التجارة الإلكترونية لاتعتمد على عقد مكتوب وفاتورة تسليم وقبض الثمن، حيث تحولت هذه الإجراءات بفضل التكنولوجيا إلى بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الإتصال الإلكترونية، ويترتب على ذلك العديد من الفوائد مثل: خفض التكاليف، تطوير الأداء التجاري الخدماتي، وكذلك الإرتقاء بمستوى الفرد والمجتمع.[3]

ثالثا: الغياب المادي لأطراف العقد التجاري الإلكتروني:

نظرا للطابع الدولي للتجارة الإلكترونية، فمن الممكن أن يكون بين تاجر في دولة ومستهلك في دولة أخرى، ويتم التعاقد على السلعة أو الخدمة وتنفيذ الإتفاق عبر وسيط

---

[1]- مصطفى موسى العجارمة، المرجع السابق، ص 32.

[2]- لزهر بن السعيد، **النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية**، دار المناهج للنشر، دون بلد النشر، 2012، ص 16.

[3]- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 60.

إلكتروني، وبالتالي يعبر مجلس العقد بمعناه التقليدي، ويتم التلاقي بين أطراف المعاملة التجارية عن طريق شبكات الإتصال، كما قد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع والمشتري رغم وجودهما على إتصال، عن طريق أجهزة الكمبيوتر، فالسمة التي تميز هذه التجارة إعتمادها على تقنية حديثة ومتطورة، لتذليل أي عقبات مادية وقانونية في المعاملات الدولية والمحلية .[1]

المبحث الثاني

مفهوم المستهلك العادي والإلكتروني

نظرا لظهور حركة الدفاع عن شريحة المستهلكين أصبح مفهوم المستهلك من المفاهيم التي تحتاج إلى ضبط وتحديد لماهيتها، حيث تباينت الأراء والتعريفات بخصوص تعريف المستهلك العادي والإلكتروني الذي يستخدم الأجهزة الإلكترونية المرتبط بشبكة الأنترنت، باحثا من خلالها عن الخدمات أو السلع، إذ يقدم عن طريق هذه الأجهزة التكنولوجية طلب وتعبيره بالقبول بالتعاقد، ومن ثم يواصل إجراءات التعاقد الإلكتروني إلى غاية الحصول على السلعة أو الخدمة، إما بالشكل الإلكتروني أو عن طريق التسليم اليدوي، وذلك حسب نوع الخدمة أو السلعة المطلوبة .

وإن الفرق بين المستهلك العادي والمستهلك الإلكتروني، يكمن في الوسائل المستخدمة في كل منهما بغرض التعاقد، وأيضا خصوصية الحماية للعقد المبرم إلكترونيا، إذ يتم هذا النوع من التعاقد عن بعد وليس حضوريا، وعليه نتطرق في هذا

[1]– طمين سهيلة، **الشكلية في عقود التجارة الإلكترونية**، رسالة لنيل شهادة ماجستير فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق، تيزي وزو، الجزائر، 2011، ص 15.

المبحث لتعريف المستهلك العادي في (المطلب الأول)، ثم نتطرق لتعريف المستهلك الإلكتروني في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم المستهلك العادي

لقد وجدت فكرة حماية المستهلك منذ فترة بعيدة، لكن نجد مصطلح الإستهلاك من مصطلحات الإقتصاد، التي دخلت القانون حديثا، فالمعنى الإقتصادي للإستهلاك هو هلاك السلع والخدمات، فالمستهلك هو من ينهي الدورة الاقتصادية، إذ يبدأ هذه الدورة بإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها ثم تنتهي بإستهلاكها.

أما في القانون فإن تحديد تعريف المستهلك العادي أثار جدلا واسعا، إذ تناولنا فيه التعريف الفقهي في (الفرع الأول)، والتعريف التشريعي في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الفقهي

أولا: التعريف الضيق:

يمكن تعريف المستهلك وفقا لهذا الإتجاه، بأنه ذلك الشخص الطبيعي الذي غايته الأساسية إشباع حاجياته وأغراضه، والحاجات التي يعول دون أي نية في إعادة إستخدامها أو إعادة بيعها، فالمستهلك في نظر هذا الإتجاه هو الشخص الذي يسعى لتحقيق حاجياته وحاجة أسرته.[1]

[1]– خالد طيهار، **حماية المستهلك الإلكتروني**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر، 2019/2018، ص10.

حيث أنهم وصلو في تذييقهم إلى إستبعاد صفة المستهلك عن الشخص الذي يقوم بالتصرف في الأغراض المهنية، ولو بشكل جزئي أو خارج مجال تخصصه المهني بإعتبار أن المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية، ويكون أكثر جهلا من هذا الأخير في حالة مواجهتهم للمورد.[1]

إذن فالمستهلك في نظر هذا الإتجاه، هو الشخص الذي يسعى لخدمة أو إستعمال لغرض غير مهني، فبالإضافة إلى الأشخاص الإعتبارية التي لاتهدف إلى تحقيق الربح والتي تمارس بعض الأنشطة الغير مهنية كالجمعيات.[2]

ثانيا: التعريف الواسع:

رغم الإنتشار الكبير للتعريف الضيق إلى أنه ظهر إتجاه آخر يناقضه تماما، والذي بدوره وسع من تعريف المستهلك والمقصود من هذا المصطلح، فقد منح هذا الإتجاه ميزة الحماية لعدد أكبر ممكن من الأشخاص، ويعتبر أول شخص نادى بهذا التوسع هو الرئيس الأمريكي "**كيندي**" سنة 1962، بأنه لاتوجد طبقتين من المواطنين" **كلنا مستهلكون** "، وبالتالي كل شخص طبيعي حتى ولو كان يمارس نشاط مهني من جهة، فمن جهة أخرى له أعمال تعطي له صفة المستهلك.[3]

وتعريف المستهلك إستنادا لهذا الإتجاه بأنه: " **كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل إستخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية** "[4]، كما

---

[1]– ليندة عبد الله، **المستهلك والمهني مفهومان متباينان**، الملتقى الوطني، **حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي**، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي، الوادي، الجزائر، 14/13 أفريل 2008، ص21.

[2]– أسامة أحمد بدر، **حماية المستهلك في التعاقد**، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص76، ص78.

[3]– كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 48.

[4]– خالد ممدوح إبراهيم، **أمن المستهلك الإلكتروني**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 22.

عرف بأنه: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بقصد إستهلاك مال أو إستعمال مال أو خدمة** "، وعليه وقفا لهذا الإتجاه يتسع لمفهوم المستهلك ولايقتصر على طائفة معينة، بحيث من يقتني منتوجا أو خدمة يعتبر مستهلكا بغض النظر عن غرضه[1].

الفرع الثاني

التعريف التشريعي

إن الخوض في التعريف التشريعي للمستهلك يفرض التعرض لأهم التشريعات التي سارعت إلى تبيان المقصود به وفك اللبس عنه، حيث إختلفت العديد من التشريعات حول تحديد مفهوم المستهلك العادي، وكل حاول الوقوف على تحديد تعاريف لهذا الأخير وبالتالي في مجمل هذا الفرع سنقوم بتحديد أهم هذه التعاريف التي جاءت بها خاصة التشريع الجزائري، والتشريعات المقارنة المختلفة.

أولا: في التشريع الجزائري:

عرف المشرع الجزائري المستهلك بموجب المادة 03 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه:" يقصد في مفهوم أحكام هذا القانون مايأتي: "**المستهلك وهو كل شخص طبيعي ومعنوي يقتضي بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجياته الشخصية أو تلبية حاجات شخص أخر أو حيوان متكفل به** "[2].

---

[1]– خليفي مريم، **الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية**، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، ص 240.

[2]– الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المادة 03، المؤرخ في 2009/02/25، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة في 2009/03/08.

ويؤكد المشرع الجزائري موقفه في تبين تعريف الضيق في الفقرة الأولى من المادة 02، من مرسوم التنفيذي رقم 97/254 المتعلق بالرخص المسبقة الإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع إسترادها، والتي تنص على أنه:" **يقصد بالمنتوج الإستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم، المنتوج النهائي الموجه للإستعمال الشخصي للمستهلك**"[1].

وهو نفس الموقف التي جاءت به نص المادة 03 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث تنص على أنه:" **يقصد بالمستهلك في مفهوم هذا القانون: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له ومجردة من كل طابع مهني**"[2].

ثانيا: التشريعات المقارنة الأخرى:

1- المشرع الفرنسي:

يعد المشرع الفرنسي السابق لحماية المستهلك منذ أمد بعيد، وأصدر العديد من القوانين، إلا أنه تأخر في إعطاء تعريف له إلى غاية صدور قانون المستهلك رقم 344/14 حيث جاء في المادة 03 منه على أنه:" **حسب المعنى القانون الحالي، يعتبر مستهلكا كل شخص مادي يتصرف قصد غرض لايدخل في إطار نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الحر** ".[3]

2- المشرع المصري:

[1]- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 254/97، المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع خاص وإسترادها، المادة 02، المؤرخ في 1997/07/08، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 1997/07/09.

[2]- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 02/04، والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المادة 02، المؤرخ في 2004/06/23، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

[3] - loi n° : 2014/344 du 17 mars 2014, relative à la consommation, J.O.R du 18 mars 2014.

وقفا للقانون المصري رقم 67/06 بشأن حماية المستهلك فإن تعريف المستهلك ورد في المادة 01 بقوله: " **كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجياته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص"، ويقصد بالمنتجات هنا السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص، وكذا التي يتم التعاقد عليها من خلال المورد.**[1]

فإستنادا لهذا التعريف فإن صفة المستهلك من عدمها تتوفق على مدى إعتبار التصرف المبرم يتعلق بالحاجيات اليومية والعائلية خلاف ما إذا تعلق التصرف بنشاط الشخص المهني، فهذا لايعد الشخص مستهلكا.

3-التشريع اللبناني:

أما القانون اللبناني خاص بحماية المستهلك رقم 13068 الصادر في 2008 عرف المستهلك في المادة 02 منه بأنه:" **هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعلمها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة نشاطه المهني**".[2]

4-التشريع الإماراتي:

كما أن القانون الإتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 24 الصادر في 2006 بشأن حماية المستهلك، كما عرف في مادته 01 المقصود بالمستهلك بأنه: " **كل من**

[1]- كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 48.

[2]- المرسوم اللبناني رقم 13068، المتعلق بشأن حماية المستهلك، المادة 02، المؤرخ في 2005/08/05، المعدل والمتمم بالقانون رقم 659، الصادر بتاريخ 2005/02/04 والمنشور في الجريدة الرسمية، الصادرة في 2005/02/10.

يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين".[1]

المطلب الثاني

تعريف المستهلك الإلكتروني

بات الأنترنت فضاءا تجاريا إلكترونيا، يتم الإقبال عليه من أجل عرض المنتوجات المتنوعة، التي توفر للمستهلك العديد من الإختيارات، التي تقوم على أساس المفاضلة بين ما يتم عرضه ضمن مختلف المواقع الإلكترونية، فالإستهلاك الإلكتروني لا يستبعد تطبيق أحكام حماية المستهلك، وإنما يتطلب تعزيز هذه الأحكام بشكل يتماشى مع مفهوم المستهلك الإلكتروني، وعليه في مجمل هذا المطلب سنتطرق إلى أهم التعاريف الفقهية في (الفرع الأول)، والتشريعية في (الفرع الثاني) وهذا لفك الغموض عن هذا المصطلح وتوضيح الصورة حوله.

الفرع الأول

التعريف الفقهي:

إختلف الفقه في تحديد تعاريف للمستهلك الإلكتروني وكل كان له وجهة نظره، وإنقسموا إلى إتجاهين، الإتجاه الأول يضيق من تعريف المستهلك الإلكتروني وآخر يوسع من مفهومه.

[1]– المرسوم الإتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 24، المتعلق بشأن حماية المستهلك، المادة 01، المؤرخ في 2006/08/13.

- **التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني:**

ويلاحظ أنه أخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك، فكل تعاقد يقوم به الشخص خارج تخصصه عن بعد، يعتبر المتعاقد مستهلكا، ونرى أن كلمة شخص الواردة بالنص تشمل الشخص الطبيعي والإعتباري على حد سواء، على عكس التعريفات الأوروبية، والتي قصرت مفهوم المستهلك الإلكتروني على الشخص الطبيعي فقط، ومن ثم أخرجت من الحماية المستهلك المعنوي، وكان من الأولى بها أن تشمل التعاريف الشخص الطبيعي والمعنوي على حد السواء، لحاجة الطرفين معا إلى الحماية في مثل هذه التعاقدات المليئة بالمخاطر[1].

ويجمع الفقه على أن المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي، ويكمن الفرق بينهما في وسيلة التعاقد، حيث أن المستهلك الإلكتروني يتعاقد عن بعد عبر وسائل إلكترونية[2].

كما عرف أيضا بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بوسيلة إلكترونية، بشأن المنتجات التي تلزمه هو وذويه، والتي لا ترتبط بمهنته أو حرفته، ويترتب على اعتبار المستهلك في نطاق معاملات التجارة الإلكترونية، هو ذاته المستهلك في عملية التعاقد التقليدية، وأن له كافة الحقوق والمزايا التي يتمتع بها المستهلك في نطاق التجارة التقليدية، بالإضافة إلى مراعاة خصوصية أن عقده يتم بوسيلة إلكترونية[3].

---

[1] – أسامة أبو الحسن مجاهد، **خصوصية التعاقد عبر الأنترنت**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص 30.

[2] – هدى حامد قشقوش، **الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص 65.

[3] – الذهبي خدوجة، **الأليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، قسم الحقوق، الجزائر، 2014/2013.

- **التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني:**

إن الإتجاه الغالب لتعريف المستهلك التقليدي يرى ضرورة تضييق مفهوم المستهلك وهو يقصره على الشخص الذي يتعاقد من أجل إشباع حاجاته الشخصية والعائلية، بينما في مجال تعريف المستهلك الإلكتروني فرأى جانب من الفقه ضرورة التوسع في مفهوم المستهلك، بحيث يعد مستهلكا إلكترونيا كل من يتعاقد على السلعة أو الخدمة لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية أومن يتعاقد من أجل إحتياجات مهنته خارج نطاق تخصصه التجاري، وذلك طبعا باستخدام أحد الوسائل الإلكترونية.

وقد ذهب البعض إلى أن التفسير الضيق لمفهوم المستهلك، إن جاز تبريره في معرض محدد وهو الحماية من الشروط التعسفية، حيث أن المستهلك المهني قد لايكون ضعيفا أمام البائع المهني، لكن عموما تتنوع المخاطر التي تلحق بالمستهلك في التجارة الإلكترونية تجعل من الأولى الأخذ بالمفهوم الموسع لبسط الحماية الكافية عليه[1].

الفرع الثاني

التعريف التشريعي

إتجهت العديد من التشريعات إلى تحديد تعريف للمستهلك الإلكتروني الذي يعد طرفا أساسيا في العلاقة التعاقدية بخصوص عقود التجارة الإلكترونية، وعليه في هذا الفرع سنتطرق إلى التعريفات ومنها التشريع الجزائري (أولا)، وكذا ماتطرقت إليه التشريعات الأخرى (ثانيا)، في تعريف هذا الأخير.

[1]– الذهبي خدوجة، المرجع السابق، ص 33.

أولا: التشريع الجزائري:

ورد تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وذلك في المادة 06 فقرة 03 منه كما يلي: " **المستهلك الإلكتروني، هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي**".[1]

وبالتالي نستنتج من هذا التعريف أن المستهلك الإلكتروني يتطابق مع المستهلك العادي، بحيث قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا يقتني المنتوج أو يحصل عليه مجانا بغرض الإستعمال النهائي[2]، إلا أن المشرع الجزائري إشترط على المستهلك الإلكتروني في كيفية حصوله على المنتوج في مجال معاملات التجارة الإلكترونية،[3] أن تكون عن طريق الإستعانة بالإتصالات الإلكترونية.

ثانيا: التشريع الفرنسي:

نص العقد النموذجي لغرفة التجارة والصناعة الفرنسية للمعاملات الإلكترونية، لسنة 1998، عند بيانه للمحل على أنه: " **إبرام العقد المتعلق بسلع وخدمات فيما بين تاجر مسجل في فرنسا سواء كان شخص اعتباري أو طبيعي يتعامل لأغراض مهنته ومستهلك يتعامل خارج نشاط مهنته في إطار نظام للبيع أو تقديم للخدمات عن بعد**"[4].

---

[1]– القانون رقم 05/18، المرجع السابق.

[2]– اكسوم عيلام رشيدة، **المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني**، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه الطور الثالث، في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 45.

[3]– المادة 06 من القانون 05/18، المرجع السابق.

[4]– كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 76، ص 77.

الفصل الثاني

الحماية القانونية

للمستهلك في

التجارة الإلكترونية

الفصل الثاني

الحماية القانونية للمستهلك في التجارة الإلكترونية

إن المستهلك الإلكتروني يعتبر طرف مهم في العلاقة التعاقدية، بخصوص التجارة الإلكترونية، ونظرا لهذا الأخير يتعامل بصفة إفتراضية، حيث نجد أن كل تعاملاته تكون على شبكة الويب أو شبكة الأنترنت، و هي الوسيلة التي أعطته وصف المستهلك الإلكتروني، وللإعتبار أن المستهلك الإلكتروني طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية، إذن وبالتالي يمكن أن يتعرض لأخطار قد تنجم عن هذه التصرفات القانونية، كالتعاقد على المواقع وهمية، أو تعرضه للغش والإحتيال الإلكتروني، لذلك أصبح لزاما إقرار الحماية القانونية لهذا الأخير لتجاوز هذه المخاطر، ولعل هذه الحماية تتجسد في وضع ترسانة قانونية، على ضوء القوانين التي جسدها المشرع الجزائري، خاصة قانون التجارة الإلكترونية 05/18، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش 09/03، وبالإضافة إلى القانون التجاري الجزائري 75/59، وهذه الحماية تتجسد في صورتين، حيث تطرقنا إلى الحماية المدنية في (المبحث الأول)، والحماية الجزائية في (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية

تمثل الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني حلقة مهمة في الحماية القانونية، حيث يمر تشكل العقد الإلكتروني بعدة مراحل، مرورا بمرحلة مهمة وهي المفاوضات، والتي تحمل في طياتها العديد من المخاطر التي قد تمس المستهلك الإلكتروني، لكونه العنصر الأقل دراية وقوة في التعاقد خاصة الإلكتروني، ذهابا إلى تشكل العقد الإلكتروني، وصولا لتنفيذه.

وبحكم إلحاح فكرة إحاطته بالحماية في مختلف مراحل التعاقد، خصوصا أثناء المفاوضات أو ما تنتجه وما يتبلور عنها في شكل عقد إلكتروني، سعى المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية، لحماية المستهلك الإلكتروني في مختلف المراحل من بدء المفاوضات إلى غاية تنفيذ العقد.

وبناءا على ذلك سنتناول في فصلنا هذا مطلبين، (المطلب الأول) يتمثل في حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة قيام العقد، أما (المطلب الثاني) فخصص لدراسة حماية المستهلك الإلكتروني عند تنفيذ العقد الإلكتروني.

المطلب الأول

حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقـــد

العقد الإلكتروني كغيره من العقود ينشأ بتلاقي الإيجاب والقبول المستوفيين للشروط القانونية، غير أن ما يميزه هو استخدام الوسيلة الإلكترونية كليا أو جزئيا في التعاقد علما أنه يخضع عموما للأحكام والقواعد التي تخضع لها العقود العادية، مع مراعاة خصوصيته الوسيلة المستخدمة، التي قد تتسبب بطبيعتها في تعرض المستهلك الإلكتروني للخطر.

ولما كان العقد الإلكتروني يمر بعدة مراحل قبل أن يصدر في شكله النهائي القابل للتنفيذ، وبالتالي يستدعي ذلك تبيين الحمايـــة التـــي أقرها المشرع الجزائـــري فـــي أي مرحلة من هذه المراحل ومن بينها مرحلة إبرام العقد بصورها، وعليه في مجمل هذا المبحث تناولنا هذه الصور، حيث تناولنا في (المطلب الأول) الإعلان الإلكتروني، وفي (المطلب الثاني) تطرقنا إلى عيوب الرضا.

الفرع الأول

الإعلان التجاري الإلكتروني

الإعلان التجاري الإلكتروني يهدف لجذب إنتباه المستهلك الإلكتروني، والتأثير عليه لغرض جعله يقتني السلعة أو الخدمة، ولكن ونظرا للخطورة التي قد يتعرض لها وجب حمايته من التضليل الإعلاني.

أولا / مضمون الإعلان التجاري الإلكتروني:

أ-تعريف الإعلان الإلكتروني:

1-التعريف اللغوي: الإعلان إسم مشتق من annoncer ويقصد به نشر الخبر وإطـــلاع الجمهور بتعميم رسالة منشورة، بصفة إنذار، ويقصد به عموما إظهار الشيء أما في المجال التجاري، فيقصد به اتباع أسلوب تأثيري على النفس بهدف تقديم السلع والخدمات للمستهلكين تعريفا بها ودفعهم للحصول عليها.[1]

2-**التعريف القانوني:** نص التوجيه الأوروبي الصادر في 1989/09/10، عن المعني الواسع للإعلان، يراد بالإعلان جميع وسائل الدعاية والنشر في الصحف أو التلفزيون أو السينمـــا أو البلاستيك أو الملصقات الجدارية وكذلك الأدلة بمختلف أنواعها.[2]

أما إطلاق تسمية الإلكتروني على الإعلان، فمعناه إستعمال الإتصالات الإلكترونية دون غيرها.

ولقد تناول قانون التجارة الإلكترونية الجزائري تعريف الإشهار الإلكتروني، في القانون رقم 08/15 في المادة 06 الفقرة 05 حيث عرفه كالتالي: **الإشهار الإلكتروني: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"**[3]، فنجد أن المشرع الجزائري فـــي هـــذا

---

[1]- عبد الرزاق سلطاني، **الحماية القانونية للمستهلك لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، شعبة حقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2019/2018.

[2]- موفق حماد عبد، **الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية**، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، جامعة بغداد، العراق، 2011، ص 39، ص 40.

[3]- المادة 06، من القانون 08/15، المرجع السابق.

القـــــــــــــانـــون لـــم يختلف كثيرا عن تعريف الإعلان الذي ورد في القانون 02/04، المتعلق بالممارسات التجارية في المادة 03 الفقرة 03، حيث عرف الإشهار كالتالي :" **الإشهار: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع السلع أو الخدمات، مهمـــا كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة** "[1]، فنجد الآن الفرق بينهما في الوسيلة المستخدمة .

ومما سبق نجد أن الإعلان الإلكتروني وسيلة فنية للتأثير على المستهلك الإلكتروني لتسويق وبيع السلع عن طريق الإتصالات الإلكترونية.

ب-سبل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الإعلان الإلكتروني:

ب.أ / شرط وضوح الإعلان الإلكتروني

وضع أي إعلان تجاري عبر شبكة الأنترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى تفيد التعاقد الإلكتروني يخضع لعدة شروط، منها عدم المساس بالآداب العامة والنظام العام كما يخضع لشرط هام، يتمثل في وضوح الإعلان أو الإشهار الإلكتروني، وذلك حماية للطرف المتلقي للإعلان، ويعني أن يتضمن وأن يدرج الإعلان المعلومات الأساسية والكافية للسلعة أو الخدمة المعروضة، وهذا ما من شأنه تبصير المستهلك الإلكتروني وتوجيه إختياره وإرادته توجيها صائبا للتعاقد.[2]

هذا وقد تناول قانون التجارة الإلكتروني موضوع وصرح الإعلان الإلكتروني في الفصل السابع، الذي جاء تحت عنوان الإشهار الإلكتروني، حيث وضعت المادة 30

[1]- المادة 03، من القانون 02/04، المرجع السابق.

[2]- بن غيدة إيناس، **الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، قانون الخاص المعمق، تلمسان، الجزائر، 2015، ص 36.

منه مجموعة الشروط عن وضوح الإعلان الإلكتروني أو الرسالة الترويجية ذات الطبيعة أو الهدف التجاري لذكرها كالآتي:

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية، فقرة 02.
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه، فقرة 03.
- أن تحدث بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافيا أو ترويجها، فقرة 05.[1]

ومنه نستنتج أن وضوح الإعلان الإلكتروني سوءا بالنسبة لرسالة الإشهار أو مصممها أو محلها يترتب عنه تبصير المستهلك، وهو الأمر الذي يجعل إرادته التي تتجه للتعاقد من عدمه سليمة من العيوب.

ب/ الحماية المدنية من الإعلان المظلل:

ب1 /تعريف الإعلان المضلل وأساليب التضليل:

لإعلان المضلل هو الذي يؤدي أو قد يؤدي إلى خداع المستهلك بأن يتضمن معلومات مغايرة للواقع، تؤثر في فهم المستهلك الإلكتروني للصفات والمكونات الجوهرية للمنتج، والذي يوقعه في التغرير والتدليس، إيجابيا كان كإستعمال طرق احتيالية عبر شبكة الأنترنت، أو سلبيا كالسكوت أو كتمان ذكر معلومات لو علمها المستهلك الإلكتروني لأحجم عن التعاقد[2].

---

[1]– المادة 30، من القانون 08/15، المرجع السابق.

[2]– عبد الله ذيب عبد الله محمود، **الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني**، –دراسة مقارنة–، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 76، ص 81.

والوسيلة الإلكترونية المستعملة في التعاقد، هي من زادت من احتمال تعرض المستهلك الإلكتروني للتضليل، نظرا للخصوصية الغير مادية للتعامل عبرها.

ب2 / أساليب التضليل الإعلاني: تتعدد أساليب التضليل عبر الإعلان بين العناصر الذاتية المشكلة أو الداخلة في تركيب السلعة أو الخدمة أو الخارجة عنها، ومنها:

أ-التضليل عبر التوفر ونوعية السلعة أو الخدمة: والتي يتم التضليل فيها بدءا من وجود السلعة من عدمها، والعناصر المتعلقة بها من تركيب ومنشأ وغيرها، ومن بينها:

* **توفر السلعة أو الخدمة:** يتجلى التضليل الإعلاني هنا في صورتين، أولهما أن توجد سلعة من نوعية غير المشار إليها في الإعلان أي أن تكون ذات جودة رديئة مقارنة بالتي وردت في الإعلان، والصورة الثانية التي تكون فيها السلعة غير متوفرة أصلا، [1]غير أن الملاحظ في الإعلانات الإلكترونية في الجزائر، إستخدام عبارة في حدود الكمية المتوفرة لضمان عدم احتجاج المستهلك الإلكتروني بعدم توفر السلعة محل الإعلان.

* **التضليل غير العناصر المتعلقة بالسلعة أو الخدمة:** يرد التضليل الإعلاني في هذا الباب من أوجه عدة قد يمس طبيعة السلعة كأن يعلن عن كونها شيئا نادرا، والواقع خلاف ذلك، أو ترد في أصل منشأ السلعة كأن يوهم المورد الإلكتروني المستهلك الإلكتروني بأن منشأ للسلعة دولة أوروبية بإلصاق علمها بحجم كبير على المنتج، في حين أن عبارة صنع في بلد مـــا – المنشأ الحقيقي للمنتج – تكون مغايرة للعلم لكن مكتوبة بخط لا يسع المستهلك الإلكتروني رؤيته في الإعلان، نظرا لصغر الحجم الذي

[1]– موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص 63.

كتب به في الإعلان، وهذا من قبيل الخداع والتضليل، كما قد يكون التضليل في تاريخ منشأ السلعة أو الخدمة تقديما أو تأخيرا عن التاريخ الأصلي.[1]

ب-التضليل عبر العناصر المشكلة للسلعة أو الخدمة:

يكون التضليل بحسب هذه الطريقة كأن يعلن أن السلعة أو الخدمة منفردة بخصائصها عن مثيلاتها خلافا للواقع، أو أن توضع ألفاظ تؤثر على المستهلك الإلكتروني خصوصا التخفيضات بالنسب 50% مثلا، بيد أن السلعة في الحقيقة معروضة بسعرها الحقيقي دون تخفيض، أو أن توضع شهادات لخبراء ومتخصصين كالأطباء مثلا لإثبات جودة السلعة خلافا للحقيقة.[2]

ب3/ حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلان المضلل في قانون التجارة الإلكترونية:

لقد حرص المشرع الجزائري من خلال تأكيده في الفصل السابع من قانون التجارة الإلكترونية السالف الذكر، على وضوح الإعلان الإلكتروني، وهذا تجنبا لوقوع المستهلك الإلكتروني في التضليل والخداع، وأضاف شرطا هاما إذ ورد في نص المادة 30 الفقرة الأخيرة ما يلي:" **التأكد من أن جميع الشروط الواجب إستيفاؤها للإستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة** ".[3]

فالمشرع في هذه الفقرة من المادة 30 أكد على ضرورة ألا يكون الإعلان مضللا أي يؤدي إلى تكوين تصور خاطئ، في ذهن المستهلك الإلكتروني يحمله على التعاقد

---

[1]- المرجع نفسه، ص64، ص 65.

[2]- بسام فنوش الجنيد، **مسؤولية المدنية عن الإعلان التجاري عبر الأنترنت**، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، دون سنة النشر، ص206.

[3]- المادة 30، من القانون 08/15، المرجع السابق.

بإرادة معتلة وعن غير بصيرة بحقيقة محل التعاقد أو المتعاقد معه (المورد الالكتروني) في حد ذاته.

وبعد التحليل الإعلامي للجريمة، إذ تتوفر ركنين كغيرها من الجرائم، المادي المتمثل في التحايل عبر الواسطة الإلكترونية، والمعنوي المتمثل في النية الإجرامية، وتعد من قبيل التدليس إذا توفرت ثلاثة شروط، الأول المتمثل في إستعمال الطرق الإحتيالية، والثاني يتمثل في النية السيئة للوصول للغرض الغير مشروع، والثالث أن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد.

الفرع الثاني

عيوب الإرادة

عيوب الإرادة ليست خاصة بالعقد الإلكتروني ولا تصيب المستهلك الإلكتروني على وجه الخصوص، ولكنها من صميم النظرية العامة للالتزامات العقدية، لكن في هذا الفرع تناولناها بنوع من التخصيص للمستهلك الإلكتروني لتبيان كيفية حمايته منها:

أولا / حماية إرادة المستهلك الإلكتروني من عيب التدليس:

التدليس حسب القانون المدني الجزائري في نص المادة 86 يقضي بأنه:" **يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد** ". وهو إستعمال حيل من طرف أحد المتعاقدين أو النائب عنه، وهو المورد الإلكتروني، بحيث تكون تلك الحيل من الجسامة لو علمها المستهلك الإلكتروني لعدل عن إبرام العقد الإلكتروني، والتدليس قد

يرد بفعل شيء وهو التدليس الإيجابي، أو قد يسكت المورد الإلكتروني عن تفصيل جوهري عمدا بنية التدليس وهو ما يعرف بالتدليس السلبي[1].

لكن الجدير بالذكر أن التدليس في التعاقد الإلكتروني يقع في أغلب مراحل التعاقد، بدأ بالإشهار ووصولا إلى الإبرام، ولعل وقت الإبرام من أهم المحطات التي يستغلها المورد الإلكتروني للتدليس، كونه وقت الإفصاح بالمعلومات الجوهرية عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد، كما أن المستهلك الإلكتروني لا يعاين الشيء المبيع معاينة حقيقية عينية بصورة ملموسة، بل يعاينه عبر صورة أو فيديو مفبرك في شاشة الحاسوب أو الهاتف المحمول، فالتكنولوجيا سهلت وبشكل كبير عبر البرامج التي توفرها التلاعب بالصور والفيديوهات، ما يجعل المستهلك الإلكتروني يقع في التدليس والتضليل وقت إبرام العقد الإلكتروني، أي بتعبير أخر فإن طرق الغش تتنوع عبر النت والتي نذكر منها إستعمال علامة تجارية لمورد الكتروني آخر، أو ترويج أخبار كاذبة عن محل التعاقد عند إبرام العقد الإلكتروني[2].

أما بخصوص حرص المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية على حماية المستهلك الإلكتروني من الوقوع في التدليس، لا يظهر في ذكر التدليس بوجه الخصوص، بل يظهر في حرصه على إلزام المورد الإلكتروني من إعطائه كافة المعلومات الصحيحة التي تجعله يبرم العقد الإلكتروني بعلم ودراية وهو ما ورد في الفقرة الثانية من المادة 12 من قانون التجارة الإلكترونية والتي سبق ذكرها.

[1] – الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، من الأمر 75/58، المتعلق بالقانون المدني، المادة 86 المؤرخ في 1975/09/26، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة في 1975/09/30، المعدل والمتمم إلى غاية القانون رقم 07/05، المؤرخ في 2007/05/13.

[2] – خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**، المرجع السابق، ص 181، ص 182.

ثانيا / حماية إرادة المستهلك الإلكتروني من عيب الغلط:

الغلط هو توهم الشخص بالأمور تخالف الحقيقة والواقع، وتكون مجرد تصور ذهني بعقله، وقد تناول القانون المدني الجزائري الغلط في نص المادتين 81و82[1]، حيث ورد فيها أنه: "**يجوز إبطال العقد بشرط أن يكون الغلط جوهريا، أي الذي يبلغ حدا من الجسامة بحيث لو علمه الطرف الثاني أي المستهلك الإلكتروني في مقامنا هذا لما أبرم العقد**".

وصفة الجوهرية تختلف من عقد لآخر، حيث ترتبط خصوصا بالصفات والمكونات التي يراها المتعاقدان جوهرية في السلعة أو الخدمة محل التعاقد، بشرط حسن النية.

هذا وقد توسع مجال تعرض المستهلك الإلكتروني للغلط في التعاقد الإلكتروني، فالتوهم توسع نظرا للتعاقد عبر الشاشات، فنوافذ عرض السلع والخدمات تتشابه في أغلب الأحيان، إضافة إلى الغلط الذي يقع في شخص المورد الإلكتروني، كون المعاملة في العقد الإلكتروني لا تتم بمجلس حقيقي أي وجها لوجه وإنما تتم عن بعد، عبر نوافذ أو رسائل إلكترونية، هذا ولا ننسى ذكر الغلط الذي قد يقع فيه المستهلك الإلكتروني في محل التعاقد من سلعة أو خدمة، نظرا لإنتشار أساليب التقليد والتحايل التي يصعب كشفها في التعاقد الإلكتروني.

والغلط يشترط فيه أن لا يكون مانعا للتعاقد أو ماديا أو في القانون، وإنما نقصد بالغلط في مقامنا هذا الغلط الذي يعيب إرادة المستهلك الإلكتروني ولا يعدمها، مثال ذلك أن يقدم المورد الإلكتروني عرضا الكترونيا لبيع جهاز حاسوب من نوع acer

[1] – المادة 81 و82، من الأمر 58/75، المرجع السابق.

بمبلغ 20.000 دج، لكن في الرسالة الإلكترونية التي تصمم لحساب المورد الإلكتروني لا يظهر أحد الأصفار بصورة واضحة، فيقع المستهلك الإلكتروني في غلط باعتقاده أن السعر 2000 دج فقط، ففي بادئ الأمر يظهر أنه مجرد غلط عادي يصحح، لكنه يخلق تصورا خاطئا في ذهن المستهلك الإلكتروني، ويكون هو دافعه للتعاقد، وهذا مايجعل إرادته معيبة[1].

أما بخصوص المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية، لا نجده يذكر عيب الغلط ولكن نلمح من خلال نص المادة 12 السالفة الذكر، حرصه على عدم إيقاع المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني في عيب الغلط من خلال تأكيده على منحه كافة المعلومات التي تمكنه من التعاقد بعلم ودراية، أي بتعبير آخر بإرادة سليمة[2].

وقد منحت الحماية للمستهلك الإلكتروني، من خلال القانون المدني حيث منحه المشرع حق البطال العقد الالكتروني إن وقع في عيب الغلط.

ثالثا / حماية إرادة المستهلك الإلكتروني من عيب الإكراه:

الإكراه هو ضغط مادي أو أدبي يفرضه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني، فيخلق ذلك في نفسه رهبة تؤثر على إرادته، سواء بدفعه للتعاقد، أو تحميله فوق التزاماته العقدية العادية والمعهودة، أي يجعل من رضاه غير سليم ومن تعبيره عن إرادته مقيدا[3].

[1]– خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**، المرجع السابق، ص 185، ص 186.

[2]– المادة 12، من الأمر 05/18، المرجع السابق.

[3] – بن غيدة إيناس، المرجع السابق، ص 48.

وقد ورد ذكر عيب الإكراه في القانون المدني الجزائري في نص المادتين 88 و89[1]، ويجب أن تتوفر شروطه ليعتبر الإكراه مؤثرا في التعاقد، وهي:

_ أن يرد من المورد الإلكتروني أو الغير ويعلم به.

- أن يؤثر في إرادة المستهلك الإلكتروني ويولد في نفسه رهبة.

- أن يكون الإكراه هو الدافع للتعاقد[2].

ويعد الإكراه مستبعد الحدوث إلى حد كبير في التعاقد الإلكتروني، نظرا لكون مجلس العقد يكون حكميا وليس حقيقيا، أي يفصل بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني فاصل مكاني، وحتى زماني في غالب الأحيان، لكن هذا لا يعني أنه لا يوجد إطلاقا وإنما قد يرد إن كان المورد الإلكتروني يحتكر سلعة أو خدمة وفقا لما يعرف بالتبعية الاقتصادية[3].

والإكراه لم يذكر هو الآخر صراحة في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، لكن ورد ما يحمل على البناء بأنه قصد الإكراه، وذلك في نص الفقرة 6 من المادة 12 التي نصت على ما يلي " **يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف لتوجيه اختياره** "، أي المستهلك الإلكتروني يجد نفسه مكرها أو مرغما على سلوك منحى يختاره له المورد الإلكتروني، بتعبير آخر يقيد إرادته عبر تقييد اختياره[4].

---

[1] – المادة 88 و89، من الأمر 58/75، المرجع السابق.

[2] – خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**، المرجع السابق، ص 189.

[3] – بن غيدة إيناس، المرجع نفسه، ص 48.

[4] – المادة 12، من القانون 05/18، المرجع السابق.

رابعا / حماية إرادة المستهلك الإلكتروني من عيب الغبن والإستغلال:

الغبن في التعاقد الإلكتروني يقصد به عدم التعادل في الالتزامات بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، ويدور عادة ما بين اليسر والفحش، ويرد خاصا بعقود المعاوضات[1].

أو هو عدم تعادل بين ما يعطيه المتعاقد وما يأخذه أي إختلال يحدث بالعقد على مستوى الأداءات المتقابلة بين الطرفين[2].

أما الإستغلال في العقد الإلكتروني، فهو أن يستغل المورد الإلكتروني طيشا بينا أو هوى جامحا في المستهلك الإلكتروني، وقد ورد الغبن والإستغلال في القانون المدني الجزائري في نص المادة 90، في حين لم يتناول قانون التجارة الإلكترونية الغبن والإستغلال، رغم أنه في صميمه ركز على حماية المستهلك الإلكتروني، والغبن والاستغلال كغيرهما من العيوب من أخطر ما قد يؤثر على الإرادة السليمة للمستهلك الإلكتروني أو على مصالحه.

ومن التشريعات التي اهتمت بحماية المستهلك الإلكتروني، المشرع التونسي الذي نجده نص في المادة 50 من قانون التجارة الإلكترونية على ما يلي: "**يعاقب كل من استغل ضعف أو جهل شخص في إطار عمليات البيع الإلكتروني بدفعه للإلتزام حاضرا**

---

[1] – خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني**، المرجع السابق، ص 189.

[2] – رباحي أحمد، **المجال المادي للغبن في العقود بين التوسعة والتضييق**، دراسة مقارنة، المجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2010، ص 23.

أو أجلا بأي شكل من الأشكال بخطية تتراوح ما بين 1000 و2000 دينار إذا ثبت في ظروف الواقعة أن هذا الشخص غير قادر على تمييز أبعاد تعهداته أو كشف المحيل أو الخدع المعتمدة بالإلتزام أو ثبت أنه كان تحت الضغط مع مراعاة أحكام المجلة الجنائية ".

والغبن يبطل العقد في حالتين، إذا كان الغبن فاحشا، أو كان الذي وقع في الغبن قاصرا، هذا الذي يقع كثيرا عبر شبكة الأنترنت التي يصعب التأكد بأن الذي يتعاقد معه المورد الإلكتروني، هو مستهلك إلكتروني بلغ سن الرشد، كأن يقوم أحد القصر بسرقة البطاقة البنكية لوالده ويتعاقد بها الكترونيا[1].

المطلب الثاني

حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

بالرغم مما تطرقنا إليه من حماية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام التعاقد الإلكتروني، إلا أنه لا تكتمل تلك الحماية إلا إذا أتممنا ذكر الحماية الذي يجب توفيرها للمستهلك الإلكتروني وقت تنفيذ العقد الإلكتروني، وهذا نظرا لكون مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، وما تنتجه من التزامات أساسية من تسليم للمبيع للمستهلك الإلكتروني، أم دفع الثمن للمورد الإلكتروني، والتي تعد الأساس الذي بني عليه التعاقد من أوله.

لذلك تناولنا لأجل ضمان هذه الحماية، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية (الفرع الأول)، وكما تناولنـــا فـــي (الفرع الثاني) حماية المستهلك الإلكتروني في حقه في العدول.

[1]– بن غيدة إيناس، المرجع السابق، ص 48.

الفرع الأول

حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

يهدف المورد الإلكتروني أساسا في كل تعاقد إلى جذب المستهلك الإلكتروني، وفي سبيل تلك يستخدم كافة الوسائل من ترويج أو دعاية، بهدف تسويق السلع والخدمات لكن عندما يتجه المستهلك الإلكتروني بإرادته للتعاقد يفرض عليه المورد الإلكتروني شروطا لم ولا يستطيع التفاوض معه عليها وهي ما يعرف بالشروط التعسفية، وعليه سنتناول (أولا) تعريف الشرط التعسفي، و(ثانيا) كيفية حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية في قانون التجارة الإلكترونية.

أولا / تعريف الشرط التعسفي في التعاقد الالكتروني:

هو الشرط الذي يفرض على غير المهني، أي المستهلك الإلكتروني من قبل المورد الإلكتروني عن طريق تعسف الأخير في إستعمال سلطته الإقتصادية.

وقد عرفه قانون حماية وإعلام المستهلكين الفرنسي الصادر في 10 يناير 1978 في نص المادة 35 بأنه: " **تلك الشرط الذي يتم فرضه على المستهلك بطريقة التعسف في إستعمال السلطة الإقتصادية من جانب المهني أو المحترف**".

فالمشرع الفرنسي أكد أن التعسف ينتج عن أملاك المورد السلطة الاقتصادية في وجه المستهلك التي تجعله في مركز قوة ما يخوله فرض شروط تعسفية عليه[1].

[1] – خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 189.

أما المشرع الجزائري فقد نص على حماية الطرف الأضعف أي المستهلك الإلكتروني في مقامنا هذا من الشرط التعسفي في نص المادة 110 من القانون المدني[1]، كما نجد قانون التجارة الإلكترونية الجزائري نص في الفقرة 6 من المادة 12 على ما يلي " **يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره** ".

كما تناول التوجيه الأوروبي المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين، رقم 93/13 الصادر عن البرلمان في البند الأول من مادته الثالثة كالآتي: " **يعتبر الشرط الذي لم يكن محلا لتفاوض عقدي شرطا تعسفيا، إذا كان ينشئ عدم توازن كبير على حساب المستهلك بالرغم من مطلب حسن النية، بين حقوق والتزامات الأطراف الناشئة للعقد**" [2].

أما من ناحية الحديث عن حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، فإن ذلك يعني بالضرورة الحديث عن البنود التعسفية، فمنعها يعني بالضرورة منع الشروط التعسفية، ولعل حماية المستهلك الإلكتروني منها، يتطلب توحيدا للجهود الدولية، نظرا للطابع الدولي العابر للحدود الذي يميز التجارة الإلكترونية.

ثانيا: كيفية حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية في قانون التجارة الإلكترونية:

لم ينص المشرع الجزائري على أي حماية للمستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية، لكن هذا لا يعني أن المستهلك الإلكتروني لا يحظى بأي حماية، فقد تم مسبقا إنشاء لجنة البنود ذات الطابع الإستشاري بموجب المادة 06 من المرسوم

[1] – المادة 110، من الأمر 58/75، المرجع السابق.

[2] – عمر خالد زريقات، المرجع السابق، ص 303.

التنفيذي 306/06 والتي خولتها المادة 07 من ذات المرسوم البحث في العقود ما بين كل تاجر أو مورد بما في تلك الإلكتروني وكل عون إقتصادي بما في ذلك المستهلك الإلكتروني والتي تحدد إذا ما كانت تعسفية أم لا، وقد كانت مشكلة من 07 أعضاء وعدل تكوينها إلى عشر أعضاء بموجب المرسوم 44/08،[1]وللمستهلك الإلكتروني طبقا للمادة 10 من القانون المدني السالفة الذكر، أن يطلب من القاضي المكلف بالتحقيق خفض الإلتزامات الناتجة عن الشرط التعسفي أو الغائها وفقا لأحكام العدالة أو يطلب إبطال العقد .

الفرع الثاني

حق المستهلك الإلكتروني في العدول

القاعدة العامة أن العقد ينعقد بمجرد تلاقي إرادتين، تمثل الأولى إيجابا، والثانية تعد قبولا، ولا يمكن بعدها نقضه أو تعديله بالإرادة المنفردة، غير أن خصوصيات عقود التجارة الإلكترونية، أدت إلى الخروج عن المبدأ الراسخ وهو مبدأ القوة الملزمة للعقد وذلك بإرادة المشرع الذي منح المستهلك خيار العدول عن العقد بعد إبرامه، بإعتباره الطرف الضعيف في معاملات التجارة الإلكترونية، وعليه في مجمل هذا الفرع سنتطرق إلى تعريف حق العدول (أولا)، ومبررات تقرير حق العدول (ثانيا).

أولا: تعريف حق العدول:

لم يتناول قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية تعريفا لحق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد في المادتين 22 و23[2]، بل تطرق فقط للحالات التي

[1] – الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 306/06، اللذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، المادة 06و07، المؤرخ في 2006/09/10، الجريدة الرسمية، عدد 56، المؤرخة في 2006/09/11.

[2] – المادة 22 و 23، من القانون 05/18، المرجع السابق.

يلجأ فيها المستهلك الإلكتروني إلى إستعمال هذا الحق، فيمكن لهذا الأخير العدول إذا لم يحترم أجال التسليم، أو شاب السلعة عيب أو كانت غير مطابقة للطلبية، وتجدر بنا الإشارة أن ما أقره المشرع الجزائري هو تطبيق للقواعد العامة في إخلال المورد الالكتروني بضمان عيوب المبيع، في المقابل أدرج المشرع الجزائري ضمن قانون 09/18 المعدل و المتمم للقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفقرة 02 من المادة 19 منه تعريفا للعدول بقولها "**العدول هو حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتوج ما دون وجه سبب**".[1]

وغني عن البيان أنّ المشرع الجزائري كرس خيار العدول بموجب القانون 08/19 وأن حق العدول لا يرتبط بحماية المستهلك الإلكتروني أو المستهلك المتعاقد عن بعد فقط بل مرتبط وجوده بكل تشريع يهدف إلى حماية المستهلك، لكن خصوصية العقد الإلكتروني تجعل الحق في العدول أكثر من ضرورة بالنسبة للمستهلك فهو الطرف الضعيف في العقد في مواجهة المورد الإلكتروني.

وخلاصة القول أن ما نصت عليه المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمادتين 22 و23 من قانون التجارة الإلكترونية، هو بمثابة إقرار من المشرع الجزائري على تكريس حق العدول بصورة مطلقة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش و بشروط وفي حالات معينة في قانون التجارة الالكترونية.

ثانيا: مبررات تقرير حق العدول:

أ- إن إقرار حق العدول هو بمثابة إعطاء فرصة للمستهلك الإلكتروني إلى التريث في اتخاذ قرار إبرام العقد.

[1] - المادة 19 من 03/09، المرجع السابق.

ب-إن التقنيات الحديثة قد تأثر سلبا على المستهلك الالكتروني لإتخاذ القرار المناسب لإبرام العقد، بناء على إرادة حرة بعيدا على كل الضغوطات، ومن ثم فإن حق العدول يحميه من كل التأثيرات ويعطيه الثقة اللازمة لإبرام العقد.

ج- إن عدم المساواة بين طرفي العقد، وعدم معاينة السلع والخدمات عن قرب من قبل المستهلك في البيئة الرقمية، وعدم إمكانية مناقشة شروط العقد، أضف إلى ذلك القصور في القواعد العامة (القانون المدني)، بحيث لم تساير التطور الحاصل في المجال المعاملات الإكترونية، من خلال عدم إقرار الحماية اللازمة للمستهلك في البيئة الرقمية، وكل هذه المعطيات جعلت المشرع يتخلى على القواعد العامة واللجوء إلى إستحداث قواعد أخرى تحمي المستهلك الالكتروني، من خلال منحه حق العدول في العقود المبرمة في البيئة الرقمية بواسطة وسائل جد متطورة[1].

[1] - عمر محمد عبد الباقي، **الحماية العقدية للمستهلك**، (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 761.

المبحث الثاني

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية

لقد خلقت التجارة الإلكترونية مشكلات عملية وقانونية، فقد كانت سببا هاما لتطور الجريمة المعلوماتية، لا سيما تلك التي تمس بالمستهلك الإلكتروني لكونه الحلقة الأضعف في مختلف مراحل العقد الإلكتروني، وهو الأمر الذي دعى إلى تحرك الجهات التشريعية ومنها المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية، إلى ضبط الحماية الكافية من كل تلاعب قد يتسبب فيه المورد الإلكتروني أو غيره.

وتجدر الإشارة أن المستهلك الإلكتروني كالمستهلك العادي، عرضة لجريمة الغش التجاري وكذا جريمة الإحتيال إضافة إلى صور أخرى من الجرائم، تجعلنا نتطرق للحماية التي كفلها له المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية وبالتالي يترتب عليه إقرار الحماية في مرحلتي العقد، ولذلك قسمنا المبحث الثاني المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني جزائيا في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري إلى مطلبين، تطرقنا في (المطلب الأول) إلى الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني في مرحلة إبرام العقد، فيما تطرقنا في (المطلب الثاني) إلى الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.

المطلب الأول:

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة قيام العقد

يسبق مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني دون أي شك مرحلة قيام العقد الإلكتروني، التي تتوجـــه بإبرام العقد الإلكتروني، مرورا بالعديد من المراحل المهمة لطرفي التعاقد، وغيرها وهذا ما يجعل المستهلك الإلكتروني بحاجة ماسة لحماية جزائية خلال هذه المرحلة.

فقيام العقد الإلكتروني ينطوي على الكثير من المخاطر التي قد تمس المستهلك الإلكتروني، حيث نجده عرضة للعديد من الجرائم الإلكترونية كجريمة الغش، أو جريمتي الإحتيال والخداع أثناء إبرام العقد الإلكتروني التي تستوجب حمايته جزائيا منها، حيث ستنطرق لحماية هذا الأخير من جريمة الغش في (الفرع الأول)، وكذلك جريمتي الخداع في (الفرع الثاني)، وجريمة الإحتيال في (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من جريمة الغش

كان الغش منذ القدم ينخر جسد التجارة، ولعل قوم نبي الله شعيب أحد أهم الأقوام اللذين فشي فيهم الغش في المكيال والميزان، لقوله تعالى: ﴿ **وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ**﴾[1]، هذا ولقد أثر الغش في التجارة الإلكترونية، بشكل كبير ما دفع لتشريع نصوص قانونية

[1]– الآية 85، من سورة هود.

تحمي المستهلك الإلكتروني منه، وعليه في مجمل هذا الفرع سنتطرق إلى تعريف جريمة الغش وأركانها (أولا)، وإلى العقوبات المقررة على مرتكبيها(ثانيا).

أولا: تعريف جريمة الغش وأركانها:

أ/تعريف جريمة الغش:

ولا يوجد له لحد الآن مفهوما موحدا ولكن قد عرفته دراسة (Graycar and Russell) بأنه: "**يتضمن استخدام الكذب أو الخداع أو التضليل للحصول على ميزة أو مصلحة غير مستحقة وكانت من طرف آخر، وتشير الدراسة إلى أن الغش مثله مثل كافة الجرائم الأخرى يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية ، وهي الدافع من حيث وجود العامل المحرك للإرادة والذي يوجه السلوك الإحتيالي، وغياب القدرة على توفير الحماية منه**".

هذا وقد عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الغش أو الاحتيال الإلكتروني بأنه: "**كل سلوك غير مشروع أو أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو نقلها**"[1].

أما قانونا فإن الغش لم يعرفه قانون التجارة الإلكتروني الجزائري، وإنما نرجه إلى ما عرفته به محكمة النقض الفرنسية، وإستخدمت لفظي Tromper et falsifier ، وأوردت له التعريف التالي:" **بأنه كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة،**

[1]– أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص 105، ص 106.

التي لا تتفق مع التنظيم، وتؤدي بطبيعتها إلى تحريف في التركيب المادي للمنتوج" [1]

. ب/ أركان جريمة الغش:

1 -الركن المادي لجريمة الغش وصوره:

أ/ صور جريمة الغش: بالرجوع إلى نص المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري، نجد أنه حدد الأفعال المادية المشكلة للركن المادي لجريمة الغش بشكل عام وهي ثلاث حالات كالآتي:

- إنشاء مواد مغشوشة.
- العرض أو وضع للبيع أو البيع (التعامل بها).
- التعامل في مواد خاصة تستخدم في الغش أو التحريض على إستخدامها.

بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09/03 نجده أعطى أهمية بالغة لجريمة الغش وتخصص فيها، حيث أورد لها بابا كاملا، هو الباب الرابع حيث نص في المادة 70 منه على: "**يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري كل من:**

*** يزور أي منتوج موجع للاستهلاك أو الإستعمال البشري أو الحيواني.**

*** يعرض أو يضع تقبيع أو يبيع منتوجا يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للإستعمال البشري أو الحيواني.**

[1]– محمد بودالي، **حماية المستهلك في القانون المقارن**، (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 317.

*** يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مع علمه بموجباتها مواد أو أدوات أو أجهزة لو كل مادة خاصم من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتوج موجه للإستعمال البشري أو الحيواني".**[1]

ولكي نكون أمام جريمة الغش يجب أن يكـــون هناك عقد ومستهلك ومنتج، وذلك لا يعني الجانب الإلكتروني فالعقد يصير إلكترونيا والمستهلك كذلك[2].

ب-الظروف المشددة لجريمة الغش:

هي تلك التي أوردتها المادة 432 من قانون العقوبات، وهي التي لا تكون فيها أمام غش في السلعة فقط، وإنما تصبح اعتناء على المستهلك وهي:

- إلحاق المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالمجني عليه مرضا أو عجزا في العمل: أي أن تتسبب السلع في أي نوع من الأمراض أو تتسبب في عجز المستهلك عن العمل، لكن الأمر الذي نسجله في هذه المادة أن المواد الطبية الصيدلانية لا تسوق إلكترونيا بموجب المادة 03 من قانون التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يضيق المجال كما أن اقتناء المواد الغذائية عبر الأنترنت محدود في المجتمع الجزائري يوما هذا، وأغلب ما يتم إقتنـــاؤه هو مجرد أجهزة وألبسة، لكن هذا لا يجعلها تخلو من تأثير على صحة المستهلك الإلكتروني، فبعض الأجهزة قد تصدر إشعاعات ضارة أو حتى ألبسة تحوي مواد مسرطنة أو حتى أمراضا من كونها مستعملة .

- إلحاق المادة المغشوشة أو الفاسدة بالمجني عليه مرضا غير قابل للشفاء، أو عاهة مستديمة أو فقد إستخدام عضو من الأعضاء.

---

[1] - المادة 70، القانون 09/03، المرجع السابق.

[2] - مجدوب نوال، **حماية المستهلك الجنائية من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية**، مقال منشور في مجال الدفاتر السياسة والقانون، العدد 15، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، جوان 2016، ص 276.

– أن تسبب المادة المغشوشة وفاة المجني عليه.[1]

2–الركن المعنوي لجريمة الغش:

يتحقق الركن المعنوي كركن ثان تقوم عليه جريمة الغش بتوفر نيتهـــا، أي إنصراف إرادة المورد الإلكتروني إلى تحقيق الواقعة الإجرامية المتمثلة في الغش.[2]

كما يعرف الركن المعنوي أو القصد الجنائي لجريمة الغش بأنه علم الجاني – المورد الإلكتروني- بما ينطوي عليه فعله من غش وخداع، كأن يعلم بأن سلعته التي عرضها للبيع البوابة الإلكترونية مغشوشة فاسدة أو مسمومة، وذلك بنية خداع المستهلك الإلكتروني، وتتوفر وإن جهلها المورد الإلكتروني في البداية، ثم علمها فيما بعد دون أن يسحب سلعته فهنا يثبت بأنه قصد الغش، لكن التحقيق في النية الإجرامية من أصعب الأمور خصوصا في الأمور الإلكترونية.

وجريمة الغش بمختلف أشكالها جريمة عمدية تستلزم القصد الجنائي لقيامها، أي أن المورد يعلم بما ينطوي عليه سلوكه من غش بنية خداع المستهلك، وتكون جريمة وقتية إن كانت مجرد غش راهن، بينما تكون جريمة مستمرة إن كانت من جرائم الوضع والعرض للبيع ذلك مرتبط بجهله بالغش في بادئ الأمر لكنه يكتشفه مع الوقت أثناء العرض.[3]

كما قد يقع الغش حتى صاحب البوابة الإلكترونية الذي يعرض السلعة فيتلاعب بالبينات، أو حتى مصمم الإشهار الإلكتروني الذي قد ينطوي على كثير من الغش البصري.

---

[1]– محمد بودالي، المرجع السابق، ص 325، ص 326.

[2]– عبد الذيب عبد الله محمود، **كتاب حماية المستهلك في التعاقد الكتروني**، المرجع السابق، ص 163.

[3]– حسن صادق المرصفاوي، **قانون العقوبات الخاص**، منشأة المعارف، القاهرة، مصر، 1985، ص 784.

أما بالنسبة لقانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم الذي تضمن في بابه الرابع الغش، تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، فإن مادته 429 نصت على: "**العقوبة الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين لكل من يخدع وحتى يحاول يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد ...** "[1]، كما أضافت المادة التي تلتها 430 العقوبة إلى الحبس لمدة خمس (5) سنوات والغرامة إلى 500.000 دج في إحدى حالات الغش التي ذكرتها.

وأما بخصوص العقوبة التي أقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09/03، نجد المادة 68 منه أحالت على العقوبة التي أقرتها المادة 429 من قانون العقوبات " **لكل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول:**

*** كمية المنتوجات المسلمة.**

*** قابلية استعمال المنتوج.**

*** تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج.**

*** النتائج المنتظرة من المنتوج.**

*** طرق الاستعمال لو الإحتياطات اللازمة لإستعمال المنتوج".**

[1]– الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 47/75، المتعلق بقانون العقوبات، المادة 429، المؤرخ في 1975/08/17، المعدل والمتمم للأمر رقم 156/66، المتعلق بقانون العقوبات، المؤرخ في 1966/06/08، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة في 1966/08/11.

كما نجد المادة 69 رفعت من العقوبة كما فعلت المادة 430 من قانون العقوبات لبعض حالات الغش، والمادة 70 أيضا عاقبت من يضع للبيع منتوجا مزورا أو فاسدا أو خطير للإستعمال البشري أو الحيواني[1].

أما برجوعنا إلى قانون التجارة الإلكترونية في مجال بحثنا، فلا نجد المشرع الجزائري عرف جريمة الغش كجريمة يقترفها المورد الإلكتروني أو الغير في حق المستهلك الإلكتروني، أو حتى نص عليها لفظا في إحـــدى مـــواده، لكنه وفي المادة 23 التي ذكر حالة السلعة الغير مطابقة أو المنتوج المعيب، التي ألزمت المورد الإلكتروني بإستبداله أو إصلاحه أو تسليم منتوج جدىد مطابق للطلبية دون أي عقاب جنائي ، لكن ما يلفت إنتباهنا هو العيب في المنتوج الذي جعله معيب أو حتى غير مطابق بدون عيب فالمهم أن يخرج عن ذلك بتلاعب عمدي من طرف المورد الإلكتروني أم بخطأ منه فالمشرع لم يكلف نفسه نطاق الإتفاق، نية ومصدر العيب، واكتفى بإلزام المورد بما سبق ذكره، لكن ذلك لا يعد كافيا لردع كل منتوج معيب للمستهلك الإلكتروني بنية غشه خصوصا أن المستهلكين ولقلة خبرتهم طلما يكتشفون العيب.

ثانيا: الغش في التجارة الإلكترونية وأثره على المستهلك الإلكتروني:

لعل الغش أيا كان الطريق الذي يسلكه أو الوسيلة التي يتم عبرها، وله مضار كثيرة على المستهلك والمستهلك الإلكتروني على حد سواء، لذلك نجد الحديث الشريف الذي رواه أبو هريرة عن رسول الله **-صلى الله عليه وسلم-** الذي قال فيه : " **من**

[1]- المواد 68،69، من القانون 03/09، المرجع السابق.

غشنا فليس منا والمكر والخداع في النار"[1]، وتتجاوز خطورته حسب الضرر الذي يتسبب به للمستهلك لعل أخطره ذلك الذي يمس صحته الجسدية.[2]

لكن الأمر الذي يدور حوله التساؤل حول الغش في التجارة الإلكترونية هو مدى تحقق ركنيه في العالم الإفتراضي والوسائل التكنولوجية الحديثة.

ما دام الركن المادي لجريمة الغش يتمثل في العرض أو الطرح للبيع لمواد ومنتجات مغشوشة، أو حتى تساعد في الغش بناءا على نصوص قانون العقوبات المذكورة سالفا فنلاحظ أن ذلك موجود في التجارة الإلكترونية بالبيع أو العرض للبيع، لكن الإختلاف يكمن في كون العرض غير حقيقي، لكن الضرر يقع على المستهلك الإلكتروني حتى وإن كان العرض غير واقعي، فالمستهلك الإلكتروني يستلم لا محالة السلعة أو الخدمة المغشوشة في وقت لاحق عن التعاقد ، أما بالعودة للركن المعنوي لجريمة الغش في التجارة الإلكترونية نجده يتحقق بتوفر نية الغش، أي انصراف إرادة المورد الإلكتروني إلى تحقيق الواقعة الإجرامية مع العلم بها وبتوفر أركانها في الواقع، فالمورد الإلكتروني يستبعد أن يكون جاهلا بالسلعة أو الخدمة التي يعرضها للبيع أو يبيعها للمستهلك الإلكتروني، وبالعيوب التي فيها حتـــى بالنسبة لتلك التي كانت خلال الإنتاج الصناعي كالعلامات المقلدة وغيرها.[3]

كما سبق ذكره فإن قانون التجارة الإلكترونية وفي فصله الأخير المخصص للعقوبات، لم يذكر أي عقاب للمورد الإلكتروني أو الغير الذي يرتكب جريمة الغش في حق المستهلك الإلكتروني، ولعل ذلك راجع إلى كونه أعطى عقاب لمرتكبيه إلى

---

[1]– عبد الرزاق سلطاني، المرجع السابق، ص 63.

[2]– عبد الذيب عبد الله محمود، المرجع سابق، ص 164.

[3]– نسيمة درار، **المستهلك الرقمي وعدم راهنية القوانين الكلاسكية الناضمة لحمايته**، مقال في مجلة الفقه والقانون، عدد رقم 20، جامعة أبوبكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، جوان 2014، ص 145.

القوانين التقليدية المتخصصة السالفة الذكر، كونها تناولت الغش بشيء من التفصيل، لكن ذلك لا يكفي من جهة كون الغش إلكترونيا، فطرق الغش في مجال العولمة أصبحت لا تعد ولا تحصى، كما أن طرق الإثبات صعبة التحقيق فيها.

ثالثا: العقوبات المقررة لجريمة الغش:

تكيفت جريمة الغش على أنها جنحة: "**يعاقب عليها بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج**" وهذا وفقا للمادة 431 من قانون العقوبات الجزائري[1]، وكما نصت المادة 432 إضافة إلى ذلك فإن: "**العقوبة ترتفع من 5 سنوات إلى 10 سنوات وغرامة مالية من 50.000 إلى 1.000.000 دج إذا ألحقت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو قدمت له إلى مرض أو عجز في العمل**"، وكذلك المادة 432 الفقرة 2 على: "**معاقبة الجنات بالسجن المؤقت من 10 إلى 20 سنة، وبغرامة مالية من 1.000.000 إلى 2.000.000 دج ، إذا تسببت المادة المغشوشة بمرض غير قابل للشفاء أو تسببت في عاهة مستديمة**". أما إذا تسببت هذه المادة في موت الإنسان فيعاقب بالسجن المؤبد. [2]

كما لم يخل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، من إضافة عقوبات على مرتكب هذه الجريمة في نص المادة 82 التي تنص على الآتي: "**إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68-69-70-71-73-78 أعلاه، تصادر المنتوجات**

[1]- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 04/82، المتعلق بقانون العقوبات، المادة 431، المؤرخ في 1982/02/13، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتعلق بقانون العقوبات سالف الذكر.

[2]- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 06/23، المتعلق بقانون العقوبات، المادة 432، المؤرخ في 1982/02/13، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتعلق بقانون العقوبات سالف الذكر.

والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لإرتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون" .[1]

ما يمكن قوله من كل ما سبق، أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش قد جاء بعقوبات تكميلية لما جاء به في قانون العقوبات الجزائري.

الفرع الثاني

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من الخداع

يعرف الفقه جريمة الخداع بكونها: إرادة تجر المستهلك للخطأ حول خصائص ومميزات سلعة جديدة[2]، كما يعرف بأنه: "**القيام بالأكاذيب والحيل البسيطة التي قد تؤدي إلى إظهار الشيء على حقيقته**"،[3] وفي تعريف آخر عرف على أنه: " **إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه**"[4].

أولا: أركان جريمة الخداع:

لتحقق أي جريمة لابد من توافر الركن المادي والمعنوي.

---

[1]– المادة 82، من القانون 03/09، المرجع السابق.

[2]– نورة جحايشية، **الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب بموجب قانون العقوبات والقواعد الخاصة، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وأثارها، قالمة**، الجزائر، يوم 12/05/ 2018، ص 06.

[3]– أحمد محمد محمود علي خلف، **الحماية الجزائية للمستهلك في القانونين الخاصة**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص188.

[4]– منال شعباني، **إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012، ص 137.

1-الركن المادي لجريمة الخداع : نص القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في المادة 68 منه على جريمة الخداع، أو محاولة خداع المستهلك المتعاقد في المعلومات المتعلقة بالشيء المعقود عليه كطبيعته، أو صفاته الجوهرية، أو في التركيب أو كمية السلع، وما يمكن قوله هو أن المشرع الجزائري من خلال المادة السالفة الذكر، قد وسع من حماية المستهلك ، وبالتالي لم يقتصر على واقعة الخداع على السلع فقط ، وإنما جعلها في المنتوج بصفة عامة ، فيكون ارتكاب الجريمة كما بينت المادة 69 إما بواسطة الوزن أو الكيل أو أدوات أخرى مزودة أو غير مطابقة وعموما يمكن القول أن الركن المادي لجريمة الخداع ، أو محاولة خداع المستهلك بأي وسيلة ، أو طريقة كانت حول [1]:

- كمية المنتجات المسلمة.
- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا.
- قابلية إستعمال المنتوج.
- النتائج المنتظرة من المنتوج.
- طرق الإستعمال والإحتياطات اللازمة.

إضافة إلى ذلك، نجد أن المادة 68 من القانون السالف الذكر أنها أحالتنا إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، والتي تنص على أنه: " **يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة مالية من 20.000 إلى 100.000 دينار**

[1] – سلسبيل بن سماعيل، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**، مجلة المعالم للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، غرداية، الجزائر، العدد 02، ديسمبر 2019، ص 10.

جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط ، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد"

.

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

في جميع الحالات، فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها دون حق.

يستخلص من هذه المادة، أن الركن المادي يتوفر في كل فعل يصدر من يحاول أن يخدع المتعاقد، سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في الترك المقومات اللازمة لكل هذه السلع، وما يمكن إستنتاجه أن هذه الجريمة تكون بكثرة في التجارة الإلكترونية خاصة وأن التعاقد الإلكتروني يكون عن بعد.

2 -الركن المعنوي لجريمة الخداع:

تعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي لابد من تحقيق القصد الجنائي في المورد الالكتروني ويقصد بالقصد الجنائي أنه: "اتجاه إرادة الجاني إلى القيام بالنشاط الإجرامي، وإلى إحداث النتيجة المترتبة على هذا النشاط الذي قام به، مع توافر العلم لديه بكافة العناصر والشروط التي يتطلبها القانون من أجل قيام الجريمة، أي تنصرف

إرادة الجاني إلى إرتكاب الجريمة مع توفر العلم لديه بكافة عناصرها الجنائية، ونستنتج من التعريف السابق أن القصد الجنائي يتكون من عنصري العلم والإرادة."[1]

بمعنى اتجاه إرادته إلى الواقعة، مع العلم بجميع أركانها مستعينا بذلك بالوسائل الإلكترونية، ويمكن القول أن الركن المعنوي، هو تلك العلاقة النفسية بين السلوك الإجرامي ونتائجه، وما تجدر الإشارة أن المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ولم تشترط ضرورة إلحاق الضرر بالمستهلك، وهذا مادفع بالبعض إلى اعتبارها من جرائم الخطر وليست من جرائم الضرر[2].

ثانيا: العقوبات المقررة لجريمة الخداع:

بالرجوع إلى القواعد العامة نجد أن المشرع قد تطرق لمختلف هذه الجرائم، فإذا نظرنا للمادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، قد أحالتنا إلى المادة 429 من قانون العقوبات التي حددت العقوبات الواجب تطبيقها على مرتكب جريمة الخداع.

فيعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وغرامة من ألفين إلى عشرين ألف دينار جزائري، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط **(وتشدد العقوبة المقررة حسب المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وكذا المادة 430 من قانون العقوبات إلى خمس سنوات حبس وغرامة خمس مائة ألف دينار جزائري إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها قد تم بأحد الوسائل المنصوص عليها في المادتين السابقتي الذكر)**، إضافة الى ما اقرته المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري.

---

[1]– عبد الله أوهيبة، **شرح قانون العقوبات الجزائري قسم العام**، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 241.

[2]– المادة 68، من القانون 03/09، المرجع السابق، ص.

يستنتج من هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يستثني الشخص المعنوي من الجزاء المقرر عن جريمة الخداع وتطبق عليه العقوبة المذكورة حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر من قانون العقوبات، وعقوبة من التكميلية، وهذا إضافة إلى مصادرة المنتوجات والأدوات، وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الجريمة. [1]

الفرع الثالث

الحماية الجزائية لحماية المستهلك الإلكتروني من جريمة الاحتيال

يعتبر الإحتيال من أخطر المظاهر الإجرامية التي لقت انتشارا ورواجا في الآونة الأخيرة، وهذا راجع للتطور السريع في الوسائل التقنية الحديثة، مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك الإلكتروني الذي يقع ضحية التعاقد عن بعد، وهذا ما دفع بالتشريعات المقارنة إلى تجريم الإحتيال الإلكتروني والسعي إلى توفير حماية كافية للمستهلك من كل أنواع الإحتيال باعتباره الطرف الضعيف، إلا أن المشرع الجزائري لم يتناول نصوصا خاصة تجرم الإحتيال الالكتروني وإنما اعتمد على تطبيق القواعد العامة، الخاصة بجريمة النصب وقد تم تعريف جريمة الإحتيال الإلكتروني في بعض التشريعات المقارنة على أنها: " **تلك الجريمة التي يقوم بها الشخص بالاستيلاء على مال منقول أو منفعة أو على سند أو توقيع ضد السند، وذالك على بالاستعانة على أي طريقة احتيالية أو باتخاذ اسم كاذب أو انتحال صفة غير صحيحة عن طريق الشبكة المعلوماتية أو نظام معلوماتي إلكتروني أو إحدى وسائل تقنية المعلومات**".[2]

وما يمكن ملاحظته على هذا التعريف أنه اعتمد على تعريف الإحتيال التقليدي، وغير

---

[1]– المادة 82، من القانون 03/09، المرجع السابق.

[2]– ليلى عمريوي، **الحماية الجائية للمستهلك الإلكتروني**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون جنائي وعلوم إجرامية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2018، ص 30.

فقط في الوسيلة التي تتم بها الجريمة، وسيتم التطرق إلى أركان جريمة الاحتيال (أولا)، والعقوبات المقررة على مرتكبي هذا الجرم من جهة ثانية (ثانيا).

أولا: أركان جريمة الإحتيال:

قبل التطرق إلى أركان جريمة الإحتيال، لابد أن تبرز الركن الشرعي لجريمة الاحتيال والمتمثل في المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري، والتي نصت على الاحتيال التقليدي مع التغير في الوسيلة، التي تختلف في مجال التعاقد الإلكتروني بحيث تكون باستعمال وسيلة حديثة.

أ -الركن المادي:

يعتبر الركن المادي في أي جريمة هو الفعل الإجرامي المعاقب عليه والذي يؤدي إلى نتيجة إجرامية، مع ضرورة وجود العلاقة السببية بين الفعل والنتيجة، وباستقراء المادة 372 من قانون العقوبات يفهم بأن جريمة النصب يجب أن تتوفر على مجموعة من العناصر والتي تكمن في:

1-الوسائل الاحتيالية المستعملة: لقيام جريمة الاحتيال لابد من إقدام المورد الإلكتروني على استعمال طرق احتيالية تدفع بالضحية للوقوع في الغلط، وتم تحديد هذه الوسائل من خلال المادة السالفة الذكر وهي استعمال أسماء كاذبة، أو صفات كاذبة،

أو استخدام سلطة خيالية، أو اعتمادا ماليا خياليا، أو بإحداث الأمل بالفوز بأي شيء، أو بوقوع حادثة أو واقعة وهمية أخرى.

2 –تسلم القيم: تطرق المشرع الجزائري في المادة 372 من قانون العقوبات إلى تحديد الوسائل المستعملة، لكن هذا يعتبر غير لوحده لقيام جريمة الاحتيال، بل لابد أن يتحصل الفاعل كنتيجة لاستعمال هذه الوسائل على قيم أو أموال غير مشروعة تؤدي إلى الإضرار بالغير.

3–سلب كل ثروة الغير أو بعضها أو البعض منها أو الشروع في ذلك: لا تكفي العناصر السابقة وحدها لقيام الركن المادي لجريمة الاحتيال، بل لا بد أن تتم سلب كل أو بعض ثروة الغير أو الشروع في ذلك، بحيث تكون أمام واقعة الإضرار بالضحية ما ينتج عنها جنحة الاحتيال.[1]

ب – الركن المعنوي:

تعتبر جريمة الاحتيال من الجرائم العمدية، التي تستلزم توافر القصد الجنائي العام بالإضافة إلى الخاص، حيث يعرف القصد الجنائي العام على أنه: مدى علم الجاني بالأفعال التي يأتيها من الوسائل الاحتيالية والتي تتسبب في خداع المستهلك وإجباره على التسليم، أما القصة الخاص فيتمثل في نية الاستيلاء على مال المستهلك[2].

ثانيا: العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال:

نصت على العقوبات المقررة لجريمة الاحتيال المادة 372 من قانون العقوبات التي حدثت عقوبة جريمة الاحتيال: "**بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وغرامة مالية من 20.000 إلى 100.000 دج، كما تشتد العقوبة إذا لجأ المورد إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو**

[1]– سلسبيل بن سماعيل، المرجع السابق، ص 12.

[2]– عبد الله أوهيبة، المرجع السابق، ص 245.

مشروعات تجارية ، أو صناعية وتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 400.000 دج ، كما أحالت المادة 372 على المادة 14 من نفس القانون كعقوبات تكميلية تتمثل في الحرمان من الحقوق أومن بعض منها ، والمنع من الإقامة وذالك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر"[1].

المطلب الثاني

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

ألزمت هذه المعاملات الحديثة ضرورة إدلاء المستهلك ببيانات شخصية سرية له في بيئة رقمية، بغية تأكيده على اقتناء السلعة أو الخدمة التي قد تكون بيانات إسمية أو أرقام بطاقة الائتمان مما يجعلها الهدف الأول من قبل المجرمين، وسعيا للحفاظ على هذه البيانات ، فقد أقرت معظم التشريعات الدولية والوطنية ضرورة توفير حماية قانونية لهذه البيانات السرية، إلى درجة أن المساس بها يؤدي إلى اعتبارها جريمة إلكترونية، وتتلخص هذه الجريمة في عنصرين، جريمة التلاعب بالمعطيات (الفرع الأول)، وجريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

جريمة التلاعب بالمعطيات

لعل أهم جريمة يجب تنظيمها من قبل التشريعات، هي جريمة التلاعب بالمعطيات نظرا لخطورة ما قد ينجر عن تسربها من مخاطر للمستهلك الإلكتروني، وقد لقت تنظيما من قبل المشرع الجزائري، بموجب القانون رقم 07/18 المتعلق بحماية

[1]– المادة 372، من الأمر 66/156، المعدل والمتمم

الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي ، إضافة الى تنظيمها وفقا للقواعد العامة، وهذا حسب ما جاءت به المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري والتي تنص على أنه : "**يعاقب بالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات ، وبغرامة من 500.000 دج إلى 2000.000 دج ، كل من أدخل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو أزال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي يتضمنها**".[1]

وقد عرف المشرع الجزائري المعطيات الشخصية بنص المادة 03 من القانون 07/18 كما يلي : "**تتضمن على كل معلومة مهما كانت دعامتها ، تتعلق بشخص معرف بالهوية أو قابل للتعرف عليها بصفة مباشرة ، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية النفسية أو الثقافية أو الاجتماعية**"، أما المعالجة الآلية للمعطيات الشخصية تتضمن على: "**كل عملية أو مجموعة العمليات المنجزة بطرق أو بوسائل آلية أو بدونها على معطيات ذات طابع شخصي، مثل الجمع أو التسجيل أو التنظيم أو الحفظ أو الملائمة أو التغيير أو الإستخراج أو الاطلاع أو الاستعمال أو الإيصال عن طريق الإرسال والنشر أو أي شكل آخر من أشكال الإتاحة أو التقريب أو الربط البيني وكذا الإغلاق أو التشفير أو المسح أو الإتلاف**"[2].

أولا: أركان جريمة التلاعب بالمعطيات:

---

[1]– الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 15/04، المتعلق بقانون العقوبات، المادة 394 مكرر 1، المؤرخ في 2004/11/10، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتعلق بقانون العقوبات سالف الذكر.

[2]– الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 07/18، المتعلق بالأشخاص الطبيعين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي، المادة 03، المؤرخ في 2018/07/10، الجريدة الرسمية، العدد 34، الصادرة في 2018/07/10.

تستمد هذه الجريمة شرعيتها من القانون 07/18 الخاص بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وسيتم التفصيل في الركن المادي والمعنوي كالآتي:

1 –الركن المادي: يتمثل الركن المادي لجريمة التلاعب بالمعطيات في نص المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات التي بينت على سبيل الحصر المتمثل في التدخل الغير مصرح به في المعطيات عن طريق الغش أو إزالة هذه المعطيات أو تعديلها دون تصريح ، وقد بين القانون 07/18 هذا الأمر، حيث تعد جميع هذه الأفعال إلى تغيير المعطيات التي تكون محل اعتداء، والمتمثلة في بيانات المستهلك[1]، وكملاحظة تجدر الإشارة إلى أن جريمة التلاعب بالمعطيات تعتبر من الجرائم المادية التي لا يمكن بقيامها أن تكون مهددة لسلامة المعطيات، بل يجب أن يقع الضرر فعليا.[2]

2 –الركن المعنوي: تعتبر جريمة التلاعب بالمعطيات من الجرائم العمدية التي تستلزم القصد الجنائي للجاني، بحيث تنفعه إرادته للإقدام على هذا الإجرام، فيسعى من خلالها إلى إزالة أو تعديل غير مصرح به للمعطيات أو البيانات الممنوحة له من قبل المستهلك.

ثانيا: العقوبات المقررة لجريمة التلاعب بالمعطيات:

إذا تحدثنا عن العقوبات المقررة لهذه الجريمة نجد أن المشرع الجزائري قد أفرد لها عقوبات في القواعد العامة، كما خصها بقوانين خاصة (القانون 18/07)، فطبقا للمادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات فقد جعل كعقوبة أصلية للجاني من 06 أشهر إلى 03 سنوات وغرامة من 500.000 إلى 2000.000 دج، كما نصت المادة 394

[1]– سلسبيل بن سماعيل، المرجع السابق، ص 17.

[2]– المرجع نفسه.

مكرر 6 على عقوبات تكميلية، تتمثل في مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المعاقب عليها"،[1] بالإضافة إلى الأحكام الجزائية التي جاء بها القانون 07/18.

الفرع الثاني

جريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة

سعى التشريع الجزائري كغيره من التشريعات المقارنة، إلى الحماية الفعلية للمستهلك الإلكتروني، فلم يكتف بتجريم التلاعب بالمعطيات فقط، إنما جرم كذلك التعامل في المعطيات غير المشروعة.

أولا: أركان جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة:

تطرق المشرع الجزائر لهذه الجريمة في نص المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات كمبدأ شرعي لهذه الجريمة غير أنها لا تكتمل الا بتوفر ركنين آخرين، يتمثلان في الركن المادي والمعنوي.

1 –**الركن المادي:** يعتبر الركن المادي السلوك الإجرامي في الجريمة، وتتمثل في صورتين:

أ–التعامل في معطيات صالحة لارتكاب جريمة: تعتمد هذه الصورة على القيام بتصميم أو بحث أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسلة عن طريق منظومة معلوماتية، يمكن أن ترتكب بها إحدى جرائم المعالجات الآلية للمعطيات.

[1]– المادة 394 مكرر 6، من القانون رقم 15/04، المعدل والمتمم، للأمر 66/156 ، المرجع السابق.

ب-التعامل في معطيات متحصل عليها من جريمة: وتتعلق هذه الصورة بضرورة توفر أحد الأفعال الأربعة المنصوص عليها في المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات 156/66 والتي تتمثل في: "**النشر أو الاستعمال أو الحيازة أو الإنشاء، لأي غرض كان المعطيات التحصل عليها من إحدى جرائم المعالجة الآلية للمعطيات**"[1].

2 -الركن المعنوي: تعتبر هذه الجريمة كسابقها من الجرائم في إنتسابها إلى الجرائم العملية، فلا بد من توفر القصد الجنائي العام لقيامها، ويكمن في علم الجاني بكل الخصائص التي تساهم في بناء الجاني أنه يقوم بالتعامل في معطيات غير مشروعة وأن تتجه إرادته إلى الجريمة، فيجب أن التعامل في تلك المعطيات.

ثانيا: العقوبة المقررة في جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة:

أطرت هذه الجريمة المواد (394 مكرر2 إلى 394 مكرر 6) وتستخلص العقوبات المقررة لهذه الجريمة من المواد السالفة الذكر، حيث يعاقب مرتكب الجريمة بالحبس من شهرين إلى 03 سنوات وغرامة من 1000.000 دج إلى 5000.000 دج، أما المادة 394 مكرر6 فقد جاءت بعقوبات تكميلية، وتتمثل في مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المعاقب عليها في هذا القسم، إضافة إلى إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الحريمة قد ارتكت بعلم مالكه.

[1]- المادة 394 مكرر 2، من الأمر رقم 15/04، المعدل والمتمم للأمر 66/156، المرجع السابق.

خاتمة

خاتمة

بعد بحثنا في موضوع الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكتروني، وجدنا بأن المشرع قد انتبه إلى حاجة هذه الفئة من المستهلكين والتي تتعاقد عبر الوسائل الحديثة للحماية، كما أننا وجدنا بأن قانون التجارة الالكترونية نظم الكثير من مراحل التعاقد الإلكتروني، وأقر حماية القانونية بصورها المدنية والجزائية للمستهلك الإلكتروني في كل مراحل العقد.

وقد خلصنا إلى أن المشرع الجزائري قد وفق في توفير الحماية بصورها في الكثير من الأمور، وذلك تحفيزا له للدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية دون مخاوف، وسعيا كذلك من المشرع الجزائري إلى النهوض بالتجارة الإلكترونية بصورها الحديثة للأفضل.

ومن الملاحظات التي سجلناها أثناء بحثنا نذكر ما يلي:

– لم يعتبر المشرع في قانون التجارة الإلكترونية التضليل الإعلاني جريمة خطرة يعاقب عليها، كونه قد يبني عليه التعاقد بأكمله ويكون معيبا أو باطلا، فقد اكتفى باشتراط وضوح الإعلان وألا يكون مضللا لكن يصعب كشف التضليل في المجال الإلكتروني.

– أهمل المشرع بعض المراحل المهمة في التعاقد الإلكتروني التي قد تحمي المستهلك الإلكتروني، أهمها مرحلة المفاوضات التي تعد أساس فرض الشروط التعسفية وحق العدول للمستهلك الإلكتروني.

– كما لاحظنا عدم ذكر العيوب التقليدية للتعاقد ذكرا مباشرا كالغلط والتدليس والإكراه والغبن والاستغلال عكس القانون المدني المتخصص في العقود، رغم كونها تؤثر بشكل كبير على التعاقد ليصل إلى حد إبطاله إن بلغت حدا كبيرا من الجسامة.

– كما لاحظنا عدم نص المشرع في قانون التجارة الإلكترونية على حماية خاصة من الإذعان والشروط التعسفية عدا نصه على عدم تضمين العرض خانات توجه الاختيار.

– المشرع نص على الحق في العدول ضمن المعلومات التي يتضمنها المرض التجاري الإلكتروني والأولى أن يتضمنها العقد التجاري الإلكتروني، لكن المشرع وفر حماية مقبولة للمستهلك الإلكتروني بما يمرض بالضمانات المستحدثة كاحترام آجال التسليم وضمان تسليم مطابق وتحميل المورد كافة تبعات إخلاله بأحد التزاماته المترتبة من ذلك.

– لم يفرد المشرع في تعديل قانون العقوبات الذي أدرج فيه فصل " الجرائم الماسة بنظام المعالجة الآلية للمعطيات أحكاما خاصة بجرائم المعلومات المتعلقة بالتجارة الالكترونية، فقد نص على الجرائم المتعلقة بمعالجة البيانات بوجه عام وبالتالي لم يوفر حماية كاملة تخول قانون التجارة الإلكترونية الاعتماد عليه.

– لم يدرج المشرع في قانون التجارة الالكترونية أي نصوص تعاقب جرائما معروفة تمس المستهلك الإلكتروني خصوصا كجرائم الغش والخداع والاحتيال مما صعب علينا إيجاد أركان كل جريمة، لأنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص قانون.

– بالنسبة للعقوبات المقررة لمختلف الجرائم تجنب المشرع عقوبة الحبس ما قد يفتح المجال أمام الممارسات الغير نزيهة من قبل الموردين الإلكترونيين والغير.

التوصيات:

– بالرغم من النقائص التي شابت قانون التجارة الإلكترونية إلا أنه وبالنظر لحداثته وعلى اعتباره أول قانون يهتم بحماية المستهلك الإلكتروني فإن الفرد الجزائري كان أحوج ما يكون إليه، وفي هذا السياق بالإمكان الإشارة إلى بعض التدابير التي يمكنها تدعيمه:

– تدعيم التطبيق الفعلي للصوص قانون التجارة الإلكترونية التي جاءت فيه وعدم الاعتداء بتركها حبرا على ورق.

– تدعيم الرقابة الميدانية وتدعيم الدور الفعال للجان المراقبة والأعوان المكلفين بذلك خصوصا في الجانب المعلوماتي بوضع منصات رقابة (قاعات الكترونية بالمركز الوطني للسجل التجاري والغرف الجهوية للتجارة وغيرها).

–تسريع استصدار نصوص تنظيمية تدعم قانون التجارة الإلكترونية، ويبدو أن المشرع بدء في هذه العملية بإصداره للقانون 19/89 المحدد لكيفيـــات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري الصادر في الجريدة الرسمية عدد رقم 17 الصادرة بتاريخ 10 رجب 1440 هـــ الموافق لـــ 17 مارس 2019. – بخصوص التجارة الدولية الإلكترونية العمل على تدعيم التعاون مع الدول الأجنبية والعربية لضمان مكافحة أنجع للجرائم العابرة للحدود بالاستناد على القوانين الدولية المتخصصة كقواعد اليونيسترال UNICTRAL والقوانين الإرشادية وغيرها.

وتجدر الإشارة أخيرا إلى أن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني لن تكون ناجعة ما لم تواكب القوانين الجزائرية الجرائم الإلكترونية التي تتطور يوما بعد يوم بسبب التطورات المتلاحقة التي تعرفها وسائل الاتصال الإلكترونية.

المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1/ القرأن الكريم:

- الأية، 85 من سورة هود.

2/النصوص القانونية:

1- القوانين:

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 2018/05/10، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 2018/05/16.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 2009/02/25، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة في 2009/03/08.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 02/04، والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 2004/06/23، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 07/18، المتعلق بالأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي، المؤرخ في 2018/07/10 الجريدة الرسمية، العدد 34، الصادرة في 2018/07/10.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 04/82، المتعلق بقانون العقوبات، المؤرخ في 1982/02/13، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتعلق بقانون العقوبات سالف الذكر.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 06/23، المتعلق بقانون العقوبات، المؤرخ في 1982/02/13، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتعلق بقانون العقوبات سالف الذكر.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 15/04، المتعلق بقانون العقوبات، المؤرخ في 2004/11/10، المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتعلق بقانون العقوبات سالف الذكر.

2- الأوامر:

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 59/75، المتعلق بالقانون التجاري، المؤرخ في 1975/09/26، المعدل والمتمم، للأمر رقم 27/96، المؤرخ في 1996/12/09، الجريدة الرسمية، العدد 77، الصادرة في 1996/12/11.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر 75/58، المتعلق بالقانون المدني، المادة 86 المؤرخ في 1975/09/26، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة في 1975/09/30، المعدل والمتمم إلى غاية القانون رقم 07/05، المؤرخ في 2007/05/13.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 156/66، المتعلق بقانون العقوبات، المؤرخ في 1966/06/08، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة في 1966/08/11.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 47/75، المتعلق بقانون العقوبات، المادة 429، المؤرخ في 1975/08/17، المعدل والمتمم للأمر رقم 156/66، المتعلق بقانون العقوبات، المؤرخ في 1966/06/08، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة في 1966/08/11.

3- المراسيم التنفيذية:

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 254/97، المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع خاص وإستيرادها، المؤرخ في 1997/07/08، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 1997/07/09.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 306/06، اللذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، المؤرخ في 2006/09/10، الجريدة الرسمية، عدد 56، المؤرخة في 2006/09/11.

4- المراسيم العربية:

- المرسوم اللبناني رقم 13068، المتعلق بشأن حماية المستهلك، المؤرخ في 2005/08/05، المعدل والمتمم بالقانون رقم 659، الصادر بتاريخ 2005/02/04 والمنشور في الجريدة الرسمية، الصادرة في 2005/02/10.
- المرسوم الإتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 24، المتعلق بشأن حماية المستهلك، المؤرخ في 2006/08/13.

5- القوانين باللغة الفرنسية:

- loi n° : 2014/344 du 17 mars 2014, relative à la consommation, J.O.R du 18 mars 2014.

3/ الكتب:

1- أوهيبة عبد الله، **شرح قانون العقوبات الجزائري قسم العام**، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.

2- البيومي حجازي عبد الفتاح، **حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت**، دار الكتب، القاهرة، مصر، 2008.

3- المطالقة محمد، **الوجيز في العقود التجارة الإلكترونية**، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

4- العجارمة مصطفى موسى، **التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الأنترنت**، دار الكتب القانونية والدراسات للنشر والبرمجيات، مصر، 2010.

5- الجريدلي جمال زكي، **البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الأنترنت**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.

6- الجنيد بسام فنوش، **مسؤولية المدنية عن الإعلان التجاري عبر الأنترنت**، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، د س ن.

7- المرصفاوي حسن صادق، **قانون العقوبات الخاص**، منشأة المعارف القاهرة، مصر، 1985.

8- إسماعيل محمد سعيد أحمد، **الحماية القانونية للمعاملات التجارة الإلكترونية**، دراسة مقارنة، منشورات حلبي، دمشق، 2009.

9- بدر أسامة أحمد، **حماية المستهلك الإلكتروني**، دار جامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004.

10- بدر أسامة أحمد، **حماية المستهلك في التعاقد**، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.

11- بودالي محمد، **حماية المستهلك في القانون المقارن**، (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.

12- حجازي عبد الفتاح البيومي، **مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية**، دار الكتب، القاهرة، مصر، 2007.

13- خلف أحمد محمد محمود علي، **الحماية الجزائية للمستهلك في القانونين الخاصة**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.

14- زريقات عمر خالد، **عقود التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الأنترنت**، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

15- عزمي محمد مدحت، **المعاملات التجارية الإلكترونية**، مركز الكتاب، الإسكندرية، مصر، .2008

16- قشقوش هدى حامد، **الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000.

17- كوثر سعيد عدنان خالد، **حماية المستهلك الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2012.

18- ممدوح إبراهيم خالد، **إبرام العقد الإلكتروني**، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.

19- ممدوح إبراهيم خالد، **حماية المستهلك في العقد الإلكتروني**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.

20- ممدوح إبراهيم خالد، **أمن المستهلك الإلكتروني**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.

21- مجاهد أسامة أبو الحسن، **خصوصية التعاقد عبر الأنترنت**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000.

22- موفق حماد عبد، **الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية**، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، جامعة بغداد، العراق، 2011.

23- مطر عصام عبد الفتاح، **التجارة الإلكترونية في تشريعات العربية والأجنبية**، دار جامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2009.

24- محمود عبد الله ذيب عبد الله، **الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني**، -دراسة مقارنة-، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

25- يوسف أمير فرج، **جرائم التجارة الإلكترونية وأساليب مكافحتها**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2013.

4/ المقالات والمجلات:

1- بن سماعيل سلسبيل، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**، مجلة المعالم للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية غرداية، العدد 02، ديسمبر 2019.

2- درار نسيمة، **المستهلك الرقمي وعدم راهنية القوانين الكلاسكية الناضمة لحمايته**، مقال في مجلة الفقه والقانون، عدد رقم 20، جامعة أبوبكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، جوان 2014.

3- رباحي أحمد، **المجال المادي للغبن في العقود بين التوسعة والتضييق**، دراسة مقارنة، المجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، عدد 3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر 2010.

4- مجدوب نوال، **حماية المستهلك الجنائية من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية**، مقال منشور في مجلة الدفاتر السياسة والقانون، عدد 15، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، جوان 2016.

5/ الملتقيات:

1- جحايشية نورة، **الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب بموجب قانون العقوبات والقواعد الخاصة**، الملتقى الوطني، **حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وأثارها، قالمة**، الجزائر، يوم 12/05/ 2018.

2- ليندة عبد الله، **المستهلك والمهني مفهومان متباينان**، الملتقى الوطني، **حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي**، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي، الوادي، الجزائر، 14/13 أفريل 2008.

6/ المذكرات والأطروحات العلمية:

أ/ دكتوراه:

1- اكسوم عيلام رشيدة، **المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني**، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه الطور الثالث، في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2018.

2- خليفي مريم، **الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية**، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2007.

ب/ ماجستير:

1- الذهبي خدوجة، **الأليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، قسم الحقوق، الجزائر، 2014/2013.

2- بن غيدة إيناس، **الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، قانون الخاص المعمق، تلمسان، 2015.

3- سلطاني عبد الرزاق، **الحماية القانونية للمستهلك لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، شعبة حقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2019/2018.

4- شعباني منال، **إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012.

5- طمين سهيلة، **الشكلية في عقود التجارة الإلكترونية**، رسالة لنيل شهادة ماجستير فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق، تيزي وزو، الجزائر 2011.

6- مداح أحمد، **التجارة الإلكترونية من المنظور الفقهي الإسلامي**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الفقه وأصوله، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2006/2005.

ج/ ماستر:

1- طيهار خالد، **حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر** تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر 2019/2018.

2- عمريوي ليلى، **الحماية الجائية للمستهلك الإلكتروني**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون تخصص قانون جنائي وعلوم إجرامية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2018.

الفهرس

الفهرس

العناوين	الصفحة
الإهداء	
التشكرات	
المختصرات	
المقدمة	06-01
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمستهلك	08
المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية	09
المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية	10
الفرع الأول: التعريف الفقهي	13-11
الفرع الثاني: التعريف التشريعي	15-13
المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية وأهميتها	16
الفرع الأول: خصائص التجارة الإلكترونية	18-16
الفرع الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية	20-19
المبحث الثاني: مفهوم المستهلك العادي والإلكتروني	21
المطلب الأول: تعريف المستهلك العادي	22

الفرع الأول: التعريف الفقهي	22-24
الفرع الثاني: التعريف التشريعي	24-26
المطلب الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني	27
الفرع الأول: التعريف الفقهي	27-29
الفرع الثاني: التعريف التشريعي	29
الفصل الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية	30
المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية	33
المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد	34
الفرع الأول: الإعلان الإلكتروني	34-40
الفرع الثاني: عيوب الرضا	40-46
المطلب الثاني: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد	46
الفرع الأول: الشروط التعسفية	47-49
الفرع الثاني: حق العدول	49-51
المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية	52
المطلب الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد	53
الفرع الأول: جريمة الغش	53-62
الفرع الثاني: جريمة الخداع	62-65

الفرع الثالث: جريمة الإحتيال	68-66
المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد	69
الفرع الأول: جريمة تلاعب بالمعطيات	72-69
الفرع الثاني: جريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة	73-72
خاتمة	77-75
قائمة المصادر والمراجع	
الفهرس	

ملخص المذكرة

إن التطور الهائل في التكنولوجيا ووسائل الاتصال، أثر تأثيرا كبيرا على النظام القانوني للعقود التقليدية، مما أدى إلى ظهور أنماط حديثة من التعاملات على المستوى الإلكتروني، وعلى رأسها ظاهرة المعاملات التجارية الإلكترونية، والتي جلبت معها تحديات على المستوى الإقتصادي، وإنعكست آثارها على مستوى التنظيم التشريعي، وأبرز خصوصياتها أنها تتم في عالم إفتراضى وغياب مادي لأطراف العقد، وهو الأمر الذي ظهر معه ضرورة النظر إلى هذه النوعية الحديثة من العقود، من خلال البحث في تكريس حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني، وهو الطرف الأضعف في هذه العلاقة، وذلك بإيجاد آليات الحماية القانونية بصورها المدنية والجزائية، سواء في المرحلة السابقة على العقد، وصولا إلى مرحلة تنفيذ للعقد.

Summary

The dramatic development of technology and means of communication has had a significant impact on the legal system of traditional contracts, This has led to the emergence of modern patterns of electronic transactions. and, above all, the phenomenon of e-business transactions, with which it brought challenges at the economic level and reflected its effects on the level of legislative regulation, and its specificities highlighted that it takes place in a world of assumption and material absence for the parties to the Decade which has shown the need to look at this modern type of contract, By looking at dedicating effective protection to the electronic consumer, the weakest party in this relationship, by establishing legal protection mechanisms in their civil and criminal forms, both in the pre-contract phase and in order to reach the Decade's implementation phase.