

جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم الحقوق



# مذكرة ماستر

ميدان: الحقوق والعلوم السياسية  
فرع: الحقوق  
تخصص: قانون أعمال

رقم:.....

إعداد الطالب(ة):

خليل طارق

يوم: 2024/06/11

حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية

## لجنة المناقشة:

رئيسا	الجامعة بسكرة	م	جرادي ياسين
مشرفا	جامعة بسكرة	ا	يوسف نور الدين
مناقشا	الجامعة بسكرة	م	خوني إلهام



# شكر و عرفان

الحمد لله على نعمة ما علمنا وما لم نعلم بجميع محامده

الحمد لله لأن الحمد واجب على من أحسن الله عليه

الحمد لله على كل النعم التي أنعم بها علينا ومنها نعمة التوفيق

في إتمام هذا العمل المتواضع

أتقدم بالشكر إلى الأستاذ المشرف " يوسف نور الدين " على ما قدمه لي

من مساعدات، والتي لم يبخل عليا بتوجيهاته وإرشاداته، وأشكره على

سعة صدره وصبره وجزاه الله عني ألف خير.

أتقدم بالشكر إلى السادة أعضاء اللجنة علي قبولهم مناقشة هذه

المذكرة.

كما أتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني في انجاز هذه المذكرة سواء

من بعيد أو من قريب وأخص بالذكر أختي منار.

شكرا لمن ساعد في نجاحي ولو بدعوة صادقة.

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله الذي مانحنا وما علونا إلا برضاه

الحمد لله الذي اجتزنا دربا و لا تخطينا جهدا إلا بفضلته.

" آخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين".

بعد مسيرة دراسية دامت سنوات، ها أنا أرى رحلتي الجامعية قد شارفت

على الانتهاء.

اهدي هذا النجاح لنفسي، ثم إلى كل من سعى معي لإتمام هذه المسيرة

دمتم لي سندا لا عمر له.

إلى نبراس أيامي، ووهج حياتي إلى الشمعة التي أضاءت لي شمس

الأمنيات أطال الله عمرك بالصحة و العافية

"أمي ست الحبايب"

إلى الذي علمني أن الحياة صبر واجتهاد وأولها اجتهاد وأخرها بإذن الله نجاح في الدنيا

والآخرة....

"أبي نور قلبي وتاج رأسي"

إلى سندي في الحياة إلى من يذكرهم القلب قبل أن يكتب القلم وينطق اللسان

إخوتي وأخواتي ليندة، خلود، منار و أنيس.

إلى من أعرفهم من قريب وبعيد ونسي أن يذكرهم قلمي.

وفي الأخير أنا راجي من رب العالمين التوفيق

لكل الطلبة.

مقدمة

طرأت على العالم في السنوات الأخيرة عدة تحولات مست كل جوانب الحياة خاصة الاقتصادية منها، عكست في مجمل تجلياتها للرقمي و الازدهار التجاري، وقد صاحب ذلك أن زادت معدلات الطلب علي المنتجات و الخدمات وفي الوقت ذاته اتسع نطاق التوزيع لها بسبب تطور الوسائل لطرق عرض المبيعات و السلع ، فأصبحت معظم الأنشطة التجارية تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات و عبر شبكة الانترنت في إطار ما يعرف بالمعاملات الالكترونية التي أصبحت احد ركائز الأساسية للتبادل التجاري و النمو الاقتصادي في معظم دول العالم في هذا القرن ، كما تعد احد دعائم الاقتصاد الرقمي، و معظم الشركات التجارية الكبرى تبنت أسلوب التجارة الالكترونية .

حيث أصبح بإمكان المستهلك أن يقوم بطلب السلع و الخدمات عن طريق شبكة الانترنت بسهولة و يسر،و ان يدفع ثمنها الكترونيا ، و يتلقى الشروحات الوافية حول مواصفاتها و أنواعها عبر شاشة الحاسوب الخاص به، وهذا ما يسمى بالتعاقد عن بعد ، و ذلك بإرسال المستهلك لبياناته و معلوماته الشخصية، و التوقيع عليه الكترونيا فيما بعد ،مما يتطلب توفير الثقة و الأمان فيه من جهة و من جهة أخرى يجب توفير حماية للمستهلك لان نجده دائما في مركز اقتصادي ضعيف لعدم خبرته و قلة احترافه و تأثيره الشديد بوسائل الدعاية و الإعلان علي عكس المهنيين من التجار و المنتجين الذين يملكون من خلال هذه الشبكة أن يضعوا أنفسهم خارج نطاق القانون عند قيامهم بممارسات التسوق الغير العادلة و عرضهم لمنتجات و خدمات غير آمنة و كذلك الاعتداء علي الخصوصية الشخصية للمستهلك و كيانه المعنوي.

و نظرا للمخاطر الكبيرة التي تتعرض لها هذه العملية الاستهلاكية، سعت مختلف التشريعات لسن قوانين خاصة لحماية المستهلك في السوق الإلكتروني و إعادة الثقة اللازمة التي يحتاج لها في سبيل تلبية احتياجاته، وذلك في العديد من النصوص و ضمانها لحقوقه و تشجيعا لخلق البيئة الجاذبة له حتى يتعامل عبر شبكة الانترنت، فتعاظمت حمايته خاصة في المجتمعات المعاصرة.

### ■ إشكالية الدراسة:

بناءً على ما سبق ذكره، تتبلور معالم الإشكالية الأساسية لهذا البحث، والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

### - ماهي آليات حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية ؟ ■ أهمية الدراسة:

توضيح مدى كفاية النصوص القانونية لضمان حماية أكبر للمستهلك الإلكتروني خصوصاً لما نلمحه من تخوف للفرد من الخوض في غمار التجارة الإلكترونية و اقتناء السلع و الخدمات عبر صفحات الانترنت. و لعل هذا ما زاده من أهمية موضوع البحث .

### ■ أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة الى:

- النظر في مدى ضمان النصوص القانونية التي أوردها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني في سياقها المدني و الجزائي.
- دراسة احد ابرز المواضيع المعاصرة.
- المساهمة في اثراء المكتبة الجامعة بمرجع علمي بالنسبة لموضوع حماية المستهلك الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية.

### ■ أسباب اختيار الموضوع:

تبرز أسباب اختيار الموضوع الى:

- شق شكلي: و الذي تمثل في وقوع الاختيار من قائمة العناوين المقترحة علي هذا الموضوع.
- الشق الموضوعي: وهو بزوغ ظاهرة حماية المستهلك في واقع العولمة ال سطح طاولة الدراسات العلمية القانونية ، و عليه توجب منا نحن الباحثين التطرق إلى هاته المواضيع جراء وفود المواطنين علي المحاكم للاسترداد حقوقهم.
- الطفرة النوعية التي إضافتها العولمة الي ميدان المعاملات التجارية.

### ■ منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج التحليلي و الذي يقوم على جمع المعلومات و تحليلها وتصنيفها للوصول ال حالة يمكن معها تقديم وصف للظاهرة المدروسة ،و يستخدم هذا المنهج في تحليل الأوضاع الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية القائمة في مجتمع لمعرفة عوامل و ظروف التغيير الاجتماعي.

### ■ صعوبات الدراسة:

- قلة الاجتهادات القضائية الخاصة بحماية المستهلك عن طريق التعاقد الالكتروني.
- قلة البحوث التي تعالج تدخل القانون الجنائي في مجال حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية و خلق صعوبات أخرى.

### ■ هيكل الدراسة:

تمت دراسة الموضوع وفقا لتقسيم ثنائي و ذلك من خلال فصلين:

- تطرقنا في الفصل الأول منهما الى ماهية المعاملات الالكترونية ، بعد أن قسمناه لمبحثين تناول أولهما مفهوم المعاملات الالكترونية ( المبحث الأول) و ثانيهما الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني ( المبحث الثاني).
- أما الفصل الثاني فقد خصصناه لدراسة الحماية الجزائية و المدنية للمستهلك الالكتروني و قد قسمناه كذلك لمبحثين تطرق أولهما للحماية المدنية للمستهلك الالكتروني ( المبحث الأول)، و ثانيهما الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني ( المبحث الثاني).



الفصل الأول:

ماهية المعاملات الإلكترونية

## الفصل الأول: ماهية المعاملات الإلكترونية

حظي موضوع المعاملات الإلكترونية باهتمام كبير ودراسات من قبل العديد من الباحثين وذلك راجع إلى التطورات المتسارعة في بنية الأعمال المصرفية والتي تتصف بالمنافسة الشديدة الأمر الذي تطلب من المصارف أن تتسم بطابع التقنية والسرعة لتلبية ضروريات وحاجيات الإنسان العصري الحالية والمستقبلية وهذا كله سيكون بالاعتماد على المعاملات المصرفية، مما يؤدي أو يفرض على المؤسسات المالية الاعتماد على المعاملات الإلكترونية ومن جهة أخرى أن القانون يتدخل لحماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة المتعاقد المحترف بسبب اختلاف المراكز الاقتصادية لذلك سوف ينص اهتمامنا في هذا الفصل على أعضاء صور واضحة على المعاملات الإلكترونية في المؤسسات المالية وكيفية حماية المستهلك الإلكتروني فقد تم هذا الفصل إلى مبحثين كما هي :

- **المبحث الأول:** مفهوم المعاملات الإلكترونية.
- **المبحث الثاني:** الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.

## المبحث الأول: مفهوم المعاملات الإلكترونية

تعدا لمعاملات الإلكترونية مفهوما جوهريا وهاما بالنسبة للمؤسسات المالية بشكل عام، كما تعد مفتاح التحقيق حاجات العملاء الحالية والمستقبلية بطريقة جيدة وفي الوقت المناسب وبتكاف اقل وعليه نحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى تعريف المعاملات الإلكترونية إلى جانب كل من خصائصه ومميزاته بالإضافة إلى أهمية والأهداف.

### المطلب الأول: تعريف المعاملات الإلكترونية

سننترق في هذا المطلب إلى تعريف المعاملات الإلكترونية من خلال تعريف كل المعاملات الإلكترونية:<sup>1</sup>

**المعاملات:** هي إجراء أو مجموعة من الإجراءات يتم بين طرفين أو أكثر لإنشاء التزامات على طرف واحد او التزامات متبادلة بين أكثر من طرف، ويتعلق بعمل تجاري أو التزام مدني أو بعلاقة من أي دائرة حكومية.

**الإلكترونية:** هي تقنية استخدام وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو أي وسائل في تبادل المعلومات وتخزينها

**المعاملات الإلكترونية:** هي المعاملات التي تنقيد بوسائل الإلكترونية.

**وتعريف المعاملات الإلكترونية بأنها:** شكل من أشكال المعاملات الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون الخدمة لنفسه بنفسه، فبدلا من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكان أو البحث إلى الشخص عبر الهاتف طلب المعلومات أو استفسارات يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة والآلة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> درقاني خولة، **المعاملات الإلكترونية و أثرها على الخدمة المالية في بريد الجزائر**، مذكرة ماستر في تسويق الخدمات ،

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة 2021 ، ص24

<sup>2</sup> عبد الجليل طواهرير، جمال الهواري ، **(محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمة الإلكترونية باستعمال مقياس**

**Netqual** )، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، العدد 02، جامعة الجيلالي ليايس ، سيدي بلعباس ، 2012، ص98.

أما بالنسبة لمفهومها القانوني يعرف بأنها انجاز الأعمال وإبرام العقود من خلال صيغة إلكترونية وهي تشمل كذلك جميع الأنشطة والأعمال الخاصة بتبادل البيانات والمعلومات وكذلك السلع والخدمات عبر الانترنت بين المستهلكين والشركات وتسمى «Business to B2C» أو «Business to Business» وهي تمثل طرفي العلاقات التعاقدية في بيئة الأعمال الإلكترونية<sup>1</sup>.

ومن التعاريف السابقة نجد أن المعاملات الإلكترونية :

بأنه تبادل أو انجاز أو إبرام العقود أو أي إجراء آخر ينفذ بالاستخدام الكامل لكافة تقنيات التكنولوجيا الخاصة بالاتصالات .

### المطلب الثاني: خصائص المعاملات الإلكترونية

يمكن الوقوف على ستة خصائص مميزة لها وهي على النحو التالي:<sup>2</sup>

- **اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات:** حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم الكترونياً دون استخدام لأي أوراق .
- **الاختيار في التعامل الإلكتروني:** تمتاز المعاملات الإلكترونية بأخذ بما يكون اختيارياً لطرفيها، لان هذا النظام يستوجب موافقة طرفي المعاملة عن التعامل فيها يتم بالوسائل الإلكترونية.
- **عدم إمكانية تحديد الهوية:** حيث لأي طرفي المعاملات الإلكترونية كل منهم الآخر.
- **سرعة تغيير القواعد الحاكمة:** ومن ثم لا بد من صياغة إطار شرعي يتسن بالمرونة وقابل للتعديل حتى يواكب إنجازات التقدم الإلكتروني.
- **فتح المجال أمام الشركات صغيرة الحجم:** لممارسة أنشطتها عبر العالم باستخدام شبكة الانترنت.

<sup>1</sup> فتيحة حزام ، قانون المعاملات الإلكترونية ، دار ألفا للوثائق للنشر و التوزيع ، عمان، ط1، ،2022، ص39.

<sup>2</sup> محمد الصرفي ، التجارة الإلكترونية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع ، إسكندرية، ط1

،2005، صص220،219.

• تعميم استخدام الوسائل الإلكترونية: إن نظام استخدام الوسائل الإلكترونية الحديث في المعاملات الجارية فيما بين الناس أصبح تطبيقاً عاماً، وخاصة ما يتعلق بالبنوك و المشروعات.

### المطلب الثالث: أهمية وأهداف المعاملات الإلكترونية.

هناك عدة أسباب ودوافع للتحويل من المعاملات التقليدية إلى المعاملات الإلكترونية أهمها الأهمية القصوى التي تكتسبها المعاملات الإلكترونية إضافة إلى أهدافها، وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب.

#### أولاً : أهمية المعاملات الإلكترونية.

للمعاملات الإلكترونية أهمية تكمن في كونها مؤهلة لتصبح ركيزة المعاملات الدولية نتيجة لاعتمادها على شبكة الانترنت الواسعة الانتشار، ويمكن إجمال المنافع المتأتية من دخول أنظمة التبادل الإلكترونية للبيانات والمعاملات الإلكترونية للحياة التجارية للأفراد والشركات والمعاملات الحكومية بما يلي:

- تخفيض الأجر الكلية للمراسلات البريدية والقضاء على ظاهرة فقدان الرسائل البريدية، وفي القطاع العام تسريع المراسلات وتبادل المعلومات بين الدوائر الحكومية المختلفة.
- تخفيض الوقت المطلوب لاستلام والإجابة على الطلبات وأوامر الشراء وتسريع أوامر دفع الفواتير قيد التحصيل وإرسال الفواتير.
- تيسير تقديم الخدمات للمستخدمين سواء كانوا أفراد ام مؤسسات حكومية او خاصة كما تكمن الأهمية الكبرى للمعاملات الإلكترونية في : "خلق مجتمع المعاملات اللاورقية أي إحلال دعائم الكترونية محل الدعائم الورقية"<sup>1</sup>.
- اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.
- قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع.
- توفير المزيد من الفرص العمل والاستثمار.

<sup>1</sup> عمر حسن المومني، التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر ، الطبعة الأولى ، عمان، الأردن، 2003، ص26.

- تعزيز راس المال الفكري وتطوير التكنولوجيا التقليدية.<sup>1</sup>

### ثانياً: أهداف المعاملات الإلكترونية.

سنتطرق إلى أهداف المعاملات الإلكترونية والتي سنذكر بعض منها فيما يلي:<sup>2</sup>

- **تحسين الكفاءة:** فليس هناك حاجة لإعادة إدخال البيانات، وبالتالي لا توجد أخطاء في عملية إدخال بيانات العملاء في هذه المعاملات.
- **قلة التكلفة:** حيث يؤدي نظام تبادل البيانات بطريقة الكترونية بدرجة كبيرة إلى الاستغناء عن وجود المخازن، ويقلل دورات البيع والشراء بدرجة كبيرة.
- **علاقات متقاربة بين العملاء والموردين:** حيث تكون مواقع المعاملات الإلكترونية دائماً محدثة على الشبكة الإنترنت الأمر الذي يجعل العملاء و الموردين على فوري بأي تغييرات.
- **نيل رضا المستخدم:** توفر الإنترنت يساهم بتوفر الاتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للمؤسسات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضائهم.
- **تقليل الوقت اللازم لإتمام سلسلة الأعمال وتبسيط الإجراءات**
- **تمكين الشعوب العالم الثالث والمناطق الريفية من التمتع بالخدمات التي لم تكن متاحة لها من قبل.**

<sup>1</sup> أحمد بوراس، العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007، ص 203.

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 15.

## المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.

لقد أضحى المستهلك في ظل التكنولوجيا الحديثة عرضة للتلاعب لمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ التاجر الإلكتروني إلى التفاوضي عن سلامة وامن المستهلك باتهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه.

لذلك فالعقود الإلكترونية و نظرا لما يتميز به من تعقيدات فيجب ان تتوفر فيها ما يتطلبها غيرها من العقود التقليدية، وعليه وجب حماية المستهلك و البحث على وسائل اللازمة لذلك وعليه سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني إلى جانب التعرف على حاجة المستهلك الإلكتروني للخدمات الإلكترونية و حقوق المستهلك الإلكتروني آلية للحماية.

## المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني

هناك إجماع لدى العلماء الاقتصاد حول مفهوم المستهلك لان الإنسان يعد مستهلكا، وأن الاستهلاك من نظرهم يعد المرحلة الأخيرة في عملية الاقتصادية التي تأتي بعد عمليتين الإنتاج والتوزيع لذلك سنحاول التعرف في هذا المطلب على موقف كل من التشريع الجزائري والتشريع المقارن لمفهوم المستهلك الإلكتروني لكن أولا نتعرف على بعض التعارف للمستهلك

## أولا: تعريف للمستهلك.

يعرف المستهلك بأنه " ذلك الزبون الغير محترف للمؤسسة أو المشروع فهو شخص يقتني أو يستعمل الأموال أوالخدمات لغرض غير مهني، أي لأجل تلبية حاجياته الشخصية أو العائلية".<sup>1</sup>

كما عرف بأنه " كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك، بإبرام التصرفات، التي تمكنه من الحصول على المنتجات و الخدمات، من اجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلية".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، 2006، الجزائر، صص 23.24..

## ثانيا : تعريف المستهلك الإلكتروني.

سنقوم بتحديد لمفهوم المستهلك في مختلف التشريعات.

## 1. تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري.

نص القانون رقم 02.04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على أن المستهلك هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمة عرضت و مجردة من كل طابع مهني ".<sup>2</sup>

و كذا نص القانون 03.09 و تحديدا في المادة 03 فقرة 01 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش غرف المستهلك كالتالي هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" و عليه فهذه لمادة جاءت لتؤكد موقف المشرع من التعاريف السابقة و كذلك لبيان موقفه اتجاه التشريعات المقارنة، و بهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه و القضاء عناء البحث عن التعريف الملائم.<sup>3</sup>

إما القانون الجديد رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 06 الفقرة 03 بقول "المستهلك الإلكتروني شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة، 2014، ص29.

<sup>2</sup> انظر المادة 3 من القانون 02-04 المؤرخ في 23/06/2004، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 14، الصادر بتاريخ 23/06/2004، معدل و متمم.

<sup>3</sup> قانون رقم 03-09، المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 15 الصادر 08/03/2009.

<sup>4</sup> قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10/05/2018، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد رقم 28، الصادر في 16/05/2018.



## 2. تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن

## ▪ تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي.

لقد نصت المادة الثانية من القانون الفرنسي رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على أنه: "يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص التابعين أو المعنويين و التي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني".

غير انه و في سنة 1993 و بصور القانون الفرنسي في 26 جويلية 1993 فقد عرف المشرع الفرنسي المستهلكين بأنهم: "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات لاستعمال غير مهني".

وما يلاحظ على هذا التعريف أن المشرع الفرنسي اخذ بالمعيار المضيق في تعريف المستهلك من جهة ، و قد جاء هذا القانون خاليا من أي تعريف للمستهلك الإلكتروني من جهة مقابلة.<sup>1</sup>

## ▪ تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري.

قد عرفه المشرع المصري بموجب القرار رقم 886 الصادر عن التجارة و الصناعة المصرية سنة 2006 الخاص بإصدار اللائحة التنفيذية و القانون رقم 67 سنة 2006 في الباب الأول من الفصل الثاني في المادة 1 منه على أنه: "كل شخص يقدم إليه احد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عزوز سعدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجزائري ، مجلة آفاق للبحوث و الدراسات، العدد 2، المجلد 2، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البلدة 2، جوان 2018 ص 259.

<sup>2</sup> مناصرة حنان، تأصيل مدلول المستهلك الإلكتروني، مجلة جيل للأبحاث القانونية العميقة، العدد 22، جامعة لونيبي علي ، البلدة 2، 2018، ص 93.

## المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

انه و باتساع استخدام الشبكة العنكبوتية في إبرام مختلف المعاملات الإلكترونية عبر مختلف أنحاء المعمورة، و نظرا لخصوصية هذا الوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات فان مسألة حماية الطرف الضعيف من هذه العلاقة و هو المستهلك الإلكتروني قد بدا يتبلور مفهومها على صعيد مختلف التشريعات القانونية الوطنية منها و الدولية ، و لكن هذه الحماية ظهرت نتيجة مقتضيات عديدة منها ما يعود للطبيعة التقنية للوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات، و منها مقتضيات قانونية سنتطرق إليها بنوع من التفصيل كما يلي:

## أولا: مقتضيات حماية المستهلك الإلكتروني التقنية:

يمكن حصر مقتضيات حماية المستهلك الإلكتروني فيما يلي:

1-تطور شبكة الإنترنت:<sup>1</sup>

لقد ظهرت العديد من التقنيات و الأدوات التي تساهم كثيرا في تطوير الشبكة العنكبوتية مما جعلها من احدث الخدمات التقنية التي تعتمد على تفاعل المستهلك من جهاز الكمبيوتر فمن خلالها يمكن الوصول إلى اكبر عدد ممكن من السلع و الخدمات بطريقة سهلة و سريعة،و عليه فان التطور التقني في هذا المجال يعد واقعا علميا يأتي بتطورات مستمرة،مما ينبغي أن يقود إلى تحسين و تمكين الروابط التجارية بين المزود و المستهلك،بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية.

<sup>1</sup>عزوز سعدي ، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجزائري ، مرجع سابق،ص 261.

غير ان التطور التقني قد يكون له جانب سلبي يتجسد في قهر المستهلك بطريقة عدائية، مما سيؤثر حتما على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر الشبكة العنكبوتية مقارنة بالبيع التقليدي الذي يتم في موطن و محل إقامة المستهلك.

## 2 - حاجة المستهلك الخدمات الإلكترونية:

إن حاجة المستهلك إلى السلع و الخدمات الإلكترونية التي تقدم عبر شبكة الانترنت

( كالخدمات السياحية، و المصرفية، و التامين....الخ) تدفعه إلى الإقبال عليها و إبرام التصرفات من خلال الشبكة الانترنت، فحاجو المستهلك للخدمات الإلكترونية تتبع من كونها توفر منتجات و خدمات ذات جودة عالية، و بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع التجارية مما يؤدي إلى زيادة المنافسة بين هذه المواقع لتقديم أفضل الخدمات، غير انه و بالرغم من حاجة المستهلك لهذه الخدمات إلى انه قد يفتقر إلى الخبرة و الدراية و المعرفة في مجال تكنولوجيا المعلومات الأمر الذي يدفعه إلى الدخول في علاقات من خلال مواقع وهمية و تعرضه للاحتيال و الخداع.<sup>1</sup>

## ثانيا: مبررات توفير الحماية للمستهلك القانونية:

إن أهم المبررات التي دفعت إلى وجود توفير حماية للمستهلك الإلكتروني تتمثل في قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير حماية المستهلك الإلكتروني، فمثلا لو تمعنا في مجمل القواعد التي قررها المشرع الجزائري لحماية للمستهلك العادي بموجب القانون رقم 09/03 والنصوص التنظيمية الصادرة بشأنه، يمكن القول بأنه وان كانت هذه القواعد على درجة عالية من الأهمية في حماية المستهلك التقليدي، فإنها لا تصلح لحماية المستهلك الإلكتروني الذي يبرم تعاقداته في طبيعة تقنية لكونها تتسم بخصوصيات تميزها عن المعاملات التقليدية أين يتلقى المستهلك العادي بالمهني وجها لوجه ويتم التعاقد بشكل مادي و ملموس، عكس

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص262.

المستهلك الإلكتروني الذي يبرم تعاقدات بدون الحضور المادي للمتعاقدين من جهة، ودون إمكانية معاينة السلعة أو الخدمة بشكل ملموس، مما يجعله ادعى الحصول على ضمان أكبر وتبصير أعمق بمحل التعاقد حتى يكون على بينة هو مقدم عليه.

كما وجد أن المشرع الجزائري وان كان قد أشار في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 إلى تقنيات الاتصال عن بعد وإمكانية استعمالها في التعاقد حيث عرفها بموجب المادة 22/3 بنصه على أنها "كل وسيلة بدون الحضور الشخصي والمتزامن للمستهلك والمتدخل يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين"

غير انه يبرز جانب النقص في عدم تنظيم المشرع لكيفية إبرام العقود بهذه الوسيلة، كما لم ينظم أساليب إعلام المستهلك الإلكتروني عن طريق هذه الوسائل، كما لم يتناول مسألة استبدال شهادات الضمان الورقية بشهادات الضمان الإلكترونية وغيرها من المسائل التي لم تشير إليها النصوص القانونية الحالية التي قلنا أنها لا تستجيب لمعايير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل ضرورة التحول نحو الاقتصاد الرقمي.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: حقوق المستهلك الإلكتروني كآلية للحماية.

يتخطى المستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية على عدت صعوبات التي تواجهه في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني التي تبرز حقوقه من خلالها:

#### الفرع الأول: حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل إبرام العقد:

تغيرت أنماط الممارسات التجارية في الآونة الأخيرة بشكل كبير، الأمر الذي خول المهنيين وسائل جديدة للتعاقد، كالتعاقد عبر الانترنت فتنامي دور الشبكة في هذه المعاملات وبلغت استنارة المستهلك بذلك ذروتها.

<sup>1</sup>درار نسيم، المستهلك الرقمي و قصور القوانين الكلاسيكية النازمة لحمايته ، مجلة المنار للبحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، العدد 1، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدية، جوان 2017، صص 154.

فأصبح الفريسة المستهدفة للكثير سواء كانوا أشخاص أو شركات تجارية و ذلك لجلبه للتعاقد دون النظر في مخاطر هذه العملية الاستهلاكية كونها تتم عن بعد ولا يتسنى لمشتري معاينة السلعة أو الخدمة المعروضة له.

فكثيرا ما يقع ضحية للإعلانات المزيفة من قبل المحترف.ومن اجل وقاية المستهلك و أمنه سعت الكثير من التشريعات لوضع حماية تضمن له حقوقه و ترفع الضرر عنه و مازال حتى اليوم تعمل لتوسيع أكثر من نطاق الحماية القانونية .

و في من هنا وللتعرف أكثر على حقوق المستهلك نمر في مرحلة إبرام العقد بمرحلتين مرحلة حق المستهلك في التفاوض و مرحلة حق المستهلك في الإعلام.<sup>1</sup>

#### • حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة التفاوض.

تسبق مرحلة التعاقد مرحلة تمهيدية يطلق عليها مرحلة التفاوض، و تعتبر هذه المرحلة هي المرحلة التمهيدية لإبرام العقد وهي ذات أهمية قصوى لمن ينوي التعاقد عبر شبكة، خاصة من جهة أن يتأكد من مدى مشروعية التعبير عن إرادته في العقد المراد إبرامه، و مدى إمكانية إبرام هذا العقد عبر الوسيلة المستحدثة، فإذا ما أجازت التشريعات التعبير عن الإرادة و إبرام هذا العقد عبر الانترنت، فيمكن للمتعاقد أن يتنبه إلى وجود أية مشاكل قانونية قد تنثور من جراء التعبير عن الإرادة عبر الانترنت، و يحاول البحث عن الحلول المناسبة لها قبل الدخول في العملية التعاقدية.<sup>2</sup>

#### • حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة الإعلام.

إن حق في الإعلام بصفة عامة هو إلزام المتعاقد أن يمد الطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار التعاقد من عدمه ، و الحق في الإعلام يعني حق المستهلك في الإعلام الرئيسي المتعلق بالمنتجات المعروضة و ثمنها ،وهو شرط يدرج ضمن

<sup>1</sup>حاني حميدة، مزماط سامية، حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة ماستر في قانون خاص، كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014، ص3 .

<sup>2</sup>احمد أمين نان، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر قانون الشركات، كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2017، ص5 .

عقود التجارة الإلكترونية و منها الإعلام بقوانين المعلوماتية و الحريات و حقه في الاطلاع على البيانات الخاصة به لتحقيق منها ، و حمايته.<sup>1</sup>

لذلك أصبح اليوم الالتزام بالإعلام ببناء قانونيا جديدا تمليه ضرورات الحياة الحديثة و متطلباتها، و بالتالي لابد من ضرورة توسيع نطاق تطبيقه و بسطه على كافة العقود، و ذلك رغبة في الحد من حالات عدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد المراد إبرامه

و يكون هذا الالتزام مطلوباً أكثر في مجال العقد الإلكتروني، ذلك إن هذا النوع من التعاقد يتم باستخدام وسائل إلكترونية دون التقاء مادي بين أطرافه، و فيه الكثير من المخاطر التي تؤدي إلي التأثير علي رضا المستهلك.

لذا كان حرص التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني على نحو معين يختلف عن حق في الإعلام في الحالات العادية.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد:

إن المستهلك بوصفه شخص ضعيف يتعامل مع شخص يفوقه تجربة و محترف في إطار مجاله، لذا لابد من توفيراً لحماية و هو بصدد إبرام العقد الإلكتروني، لأنه ستلي هذه المرحلة مرحلة التنفيذ، و تمثل هذه الحماية التزامات تقع على عاتق المهني، تتمثل في حق المستهلك في الحصول على كل المعلومات المتعلقة بشخصية المهني و مواصفات المنتج أو الخدمة، الالتزام بالنصح و الإرشاد و كذا حماية رضا المستهلك من عيوب الإرادة و التي من بينها التدليس و الغلط... الخ كما انه و من بين ما فرضته القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية، إلزام المحترف على تحديد وقت صلاحية إيجابه على شبكة الانترنت و انتظار صدور القبول و تطابق الإرادتين و هذا الإيجاب قد يكون على صفحات الويب، و هو موجه للجمهور و مستمر على الساعة، الإيجاب على المحادثة أو المشاهد يكون بواسطة الكمبيوتر، الإيجاب عن طريق البريد الإلكتروني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط1 ، دار الفكر الجامعي، إسكندرية، 2008، ص38.

<sup>2</sup> زريقات عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، 2007، ص339.

<sup>3</sup> أحمد بورزق، الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، ط1، دار ألفا للنشر، عمان، الأردن، ص116-122.

و تتمتع بالحقوق التالية :

• **حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية :**

تظهر هذه الشروط التعسفية في مرحلة تكوين العقد، شروطا تتعلق بتحديد ثمن و طريقة السداد و موضوع العقد و غيرها.

• **حماية المستهلك الإلكتروني من خلال البيانات الشخصية:**

و يقصد بها المحافظة علي سرية، كل المعلومات و عدم الإدلاء بها إلا في الحالات المنصوص بها في القانون.<sup>1</sup>

• **حماية المستهلك الإلكتروني من خلال توقيعه الإلكتروني:**

باعتبار التوقيع الإلكتروني شكلا جديدا من أشكال التوقيع يحتج به، فلا بد من توافر شروط معينة فيه التي تجعل منه ذا قيمة قانونية و هي كما يلي:

- إن يكون متميزا و مرتبطا بشخص صاحبه.
- إن يكون كافيا بتعريف الشخص صاحبه
- سيطرة الموقع وحده دون غيره علي الوسيط الالكتروني
- وجوب توثيق التوقيع.
- ارتباط التوقيع الإلكتروني بالمحرر ارتباطا وثيقا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>البقور حمزة، جميع عمار و آخرون ، آليات حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول التسويق الإلكتروني كآلية لرفع تنافسية المؤسسات الاقتصادية، 30 افريل 2021، 2021، جامعة اكلي محند اولحاج، لبيورة، ص8.

<sup>2</sup>احمد بورزق، مرجع سابق ، ص122.

**الفرع الثالث: حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد:**

من بين حقوق المستهلك في هذه المرحلة حقه بضمان التعرض و الاستحقاق، و حقه بضمان العيب الخفي، و حقه في العدول.

**• حق المستهلك الإلكتروني بضمان التعرض و الاستحقاق:**

يستفيد المستهلك الذي يتعاقد عبر الانترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموماً، فعقد البيع يرتب بجانب الالتزام بنقل الملكية، و ضمان العيوب الخفية، و التزام على البائع بضمان ملكية و الاستفادة منها بطريقة هادئة و كاملة، فلا يتعرض للمستهلك شخصياً، ولا يسمح للغير المبيع بالتعرض له أيضاً و يعرف ضمان التعرف بأنه "ضمان البائع كل فعل صادر منه نفسه، أو من غيره، ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه".<sup>1</sup>

**• حق المستهلك الإلكتروني بضمان العيب الخفي :**

من الضمانات التي وفرها المشرع للمستهلك في العقود البيع سواء اكانت تقليدية ام الكترونية التزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع ، و يعد هذا الضمان وسيلة فعالة لحماية المستهلك من العيوب التي قد توجد في المبيع و تنال من صلاحيته للانتفاع به على نحو تخالف الغرض من التعاقد.<sup>2</sup>

**• حق المستهلك الإلكتروني من خلال حقه في العدول :**

يعد هذا الحق خروجاً على مبدأ القوة الملزمة للعقد، الذي يقتضي ضرورة الوفاء بالعهد كمبدأ خلقي و قانوني، ولا يجوز لأي طرف أن يستقل بنقض هذا العقد أو تعديل أحكامه إلا في حدود ما يسمح به الاتفاق أو النص القانوني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>البقور حمزة، جعيجع عمار و آخرون، مرجع سابق ، ص8.

<sup>2</sup>احمد بورزق، مرجع سابق ، ص127.

<sup>3</sup>خالد ممدوح إبراهيم ، إیرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي، إسكندرية، 2005 ، ص374.



## خلاصة الفصل :

يعد تعرضنا للمعاملات الإلكترونية نجد أن الفضاء الإلكتروني أصبح حقيقة قائمة بذاتها و لا يمكن تجاهلها و تتركز أساسا على علم المعلوماتية و التكنولوجيا، و لقد أصبحت غالبية الالتزامات و العقود و المعاملات تقوم بالوسائل الإلكترونية (مما توفره الانترنت كوسيلة سهلة و فعالة) و أيضا نجد أنها فتحت أفقا جديدة في عالم المصارف، بحيث أتاحت للمنظمة فرص استهدفت العملاء بصورة فردية، و أن لها أيضا أهمية كبيرة في تسويق الخدمات المصرفية و في مجال نشر الصناعة و نمو الخدمات المالية، و تقديمها للعملاء العديد من المزايا التي حرموا منها باستعمالهم للوسائل التقليدية، و منه نجد أن المعاملات الإلكترونية أصبحت في الوقت الراهن تلعب دورا كبيرا في تحسين مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية في قطاع الخدمات.

الفصل الثاني:

الحماية الجزائية و المدنية للمستهلك  
الالكتروني

## الفصل الثاني: الحماية المدنية و الجزائية للمستهلك الإلكتروني

إننا جميعا مستهلكين وكلنا نحتاج إلى الشراء أو استئجار السلع والخدمات بشكل دوري ومستمر من هنا تبرز أهمية حماية المستهلك الإلكتروني سواء من الناحية الجزائية أو المدنية وحتى يتفادى المستهلك اللجوء إلى الإجراءات الجزائية التي اوجب لها القانون نوع آخر من الحماية للطرف الضعيف فقد قرر عقوبة جنائية لبعض المخالفات التي ترتكب في مواجهة العديد من مواد القانون ويمنع في ذات الوقت من تطبيق أية عقوبة جنائية في أي قانون آخر في حال ارتكاب هذه المخالفات ولذلك كرست له مختلف التشريعات حماية وقائية والمتمثلة الحماية المدنية وهي تلك الحماية الغير عقابية التي تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني من عدم الوقوع فريسة للغش والاحتيال وحتى يعلم حقيقة التصرفات التي ينشرها وطبيعة المتعاملين معه ولتوضيح أكثر قسمنا الفصل إلى مبحثين :

**المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني**

**المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني**

### المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

إن الحماية المدنية للمستهلك عبر شبكة الانترنت هي مسألة قانونية في غاية الأهمية فرصتها التطور التكنولوجي وزيادة التوجه نحو المعاملات الإلكترونية في نطاق التعامل التجاري مما أدى إلى زيادة فكرة الطلب الإلكتروني للمنتجات والخدمات عبر مختلف أنحاء العالم للتعرف أكثر على الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قسمنا هذا البحث إلى مطلبين حيث سنتطرق في المطلب الأول إلى الحماية المدنية قبل التعاقد المتمثلة في مواجهة الإعلانات التجارية والالتزام بها وفي المطلب الثاني إلى الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني بعد التعاقد و التي تشمل كل من مخاطر الوفاء وحقه في العدول بالإضافة الكيفية مواجهة الشروط التعسفية.

#### المطلب الأول: الحماية المدنية قبل التعاقد (الالتزام بالإعلام و مواجهة الإعلانات):

يتأثر المستهلك في الكثير من الأحيان كونه هو الطرف الأضعف في هذه العملية بالإعلام و الإعلانات الذي تجعله أحيانا ضحية لذلك سنتطرق إلى ما يلي:

#### الفرع الأول: حق المستهلك بالالتزام بالإعلام.

تظهر أهمية الالتزام بالإعلام في كونه الالتزام الوحيد الذي يسعى إلى حماية الفرد ليس بوصفه متعاقدًا كما هو موجود في باقي الالتزامات وإنما بحقه في معرفة المنتج على النحو جامع خاصة في مواجهة تاجر محترف ذو دراية واسعة تراكمت له الخبرة في مجال المعاملات الأمر الذي يستتبع معه وجود اختلال فادح في ميزانية العلم بين هاذين الطرفين المقبلة على التعاقد ولذلك سنحاول من خلال هذا الفرع الثاني إلى مواجهة إعلانات التجارية.

#### أولا : المقصود بالإعلام الإلكتروني.

يتعين على التاجر الإفضاء إلى المستهلك بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستتير إرادته ويجب الإدلاء بكل المعلومات طالما كانت لها أهميتها في التعاقد والمشرع الجزائري بين بوضوح في المادة 17 من القانون حماية المستهلك إلزامية إعلامه ولكن هذا في العقود

العادية دون الإشارة إلى العقود الإلكترونية على عكس المشرع الفرنسي الذي ضمن في قانون المستهلك ما يعرف بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد وتعد المعاملات الإلكترونية من ضمنها إلا أنه كان أكثر وضوحاً حين عدل هذا القانون بالأمر رقم 684-2005 بتاريخ 06/06/2005 وقرر أن أحكام التعاقد عن بعد والمتعلقة بالحق في الإعلام الواردة بنص المادة 121-18 تنطبق على العقود الإلكترونية سواء تضمنت منتج أو خدمة<sup>1</sup>.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني و تحديد مبرراته على النحو

التالي:

### 1 - تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني :

يعرف البعض الالتزام بالإعلام الإلكتروني على انه التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المهني بإعلام المستهلك في ظروف معينة إعلاماً صحيحاً وصادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه والتي يعجز عن الإطاحة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضاه بالعقد.<sup>2</sup>

كما بين المشرع الجزائري بوضوح في المادة 17 من القانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامي إعلام المستهلك يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة.<sup>3</sup>

### 2- مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

إن الحق في الإعلام الإلكتروني أضحي ضرورة عملية تقتضيها طبيعة الحياة المعاصرة بالنظر للتطور الهائل في وسائل الاتصال الحديثة وانتشارها السريع والمذهل في مختلف نواحي الحياة والهدف منه تنوير إرادة المستهلك قبل إقدامه على إبرام العقد وهذا ما يجعل

<sup>1</sup> عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص9.

<sup>2</sup> تضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2005، ص138.

<sup>3</sup> انظر المادة 17 من القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية ج.ج، عدد15، صادر في 08/03/2009.

هذا الحق يحقق المساواة بين الطرفين العقد من حيث المعرفة وبالتبعية لذلك يحقق التوازن العقدي وهما الهدفان اللذان سنسعى إلى توضيحهما.

### • تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين:

إعادة أو تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين من خلال تحقيق الرضاء السليم الواعي والمستنير ذلك لأن التفاوت الذي تولد من التقدم العلمي و التكنولوجي والصناعي وما نتج عن ذلك من انتشار وسائل الاتصال الحديثة والتي ظهرت أنواع كثيرة من السلع و المنتجات أدى إلى التفاوت في العلم والمعرفة الفنية بين المتعاقدين لذلك أكد الفقه أن رضاء المتعاقد لا يكون مستنيرا بصورة كافية تتحقق لديه المعرفة بجميع العناصر المتصلة بموضوع التعاقد<sup>1</sup>.

### • ضمان تحقيق التوازن العقد الإلكتروني:

من أهم مميزات العقود الالكترونية أنها تتم بتبادل الإرادتين عبر شبكة الانترنت مع الغياب المادي للمتعاقدين وبالتالي فهما حاضرين من حيث الزمان إلا إنها غائبين من حيث المكان وهو ما لا يسمح للمتعاقد من التحقق من أهلية وصفة من يتعاقد معه وهو ما يفرد العقود المبرمة عن بعد بأحكام خاصة، لكون المستهلك لن يكون بوسعه الحكم على المنتج أو الخدمة التي يتعاقد عليها لذلك يترتب الالتزام بالإعلام حتى يتم وضع المتعاقد الآخر في نطاق العلم أو إمكانية العلم بالعقد المراد إبرامه وفقا للقواعد العامة في القانون المدني لذا نجد أن العقود التي تتم عبر شبكة الانترنت تتسم بالغالبا بالإذعان التي فيها القبول مقتصر على مجرد التسليم بما ورد فيها من الشروط وهو ما جعل المشرع يتصدى لها حيث فرض على الطرف القوي التزاما بإعلام الطرف الضعيف بكل المعلومات الجوهرية بما يحقق توازن طرفي العلاقة العقدية من حيث العلم بكافة جوانب العقد.

<sup>1</sup>عبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قانون خاص، مذكرة دكتوراه، جامعة حسبية بن بو العيد، الشلف، ص141.

ومن هنا بات الأمر ضروريا لإعادة التوازن المفقود بين المورد و المستهلك وهذا لا يتحقق إلا بتحديد التزامات كل طرف على حدا باعتبار ان اجل هذه الالتزامات تقع على التاجر منها الالتزام بالإعلام باعتبار الطرف الأقوى اقتصاديا فضلا عن امتلاكه الخبرة الفنية الأزمة .<sup>1</sup>

### 3- جزاء الإخلال بالحق في إعلام الإلكتروني :

إن المصدر الأساسي للدول الأوروبية في حماية المستهلك الإلكتروني هو التوجيه الأوروبي رقم 97-07 سالف الذكر خاصة ما تعلق بجزء مخالفة الحق في الإعلام ونرجع في ذلك إلى نص المادة 1-11 منه التي تحت الدول على إيجاد الوسائل الفعالة احترام نصوص هذا التوجيه.

وبالرجوع إلى قانون المستهلك الفرنسي الذي نظم عن بعد والتعاقد عبر الانترنت بالخصوص وجعل لهما إحكاما متطابقة تقريبا ومنها جعل هذا النوع من التعاقد من النظام العام مما يجعل مخالفة أي التزام من طرف التاجر الإلكتروني مصيره البطلان.

ولكن لا نجد نصوصا مفصلة تحكم مخالفة الإخلال بالحق في الإعلام وهذا ما يجعل الفقه يغلب أعمال القواعد العامة في هذا الشأن.<sup>2</sup>

فالإخلال بهذا الحق قبل التعاقد يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك عديم الخبرة مما يسمح له بالمطابقة بإبطاله إذا وقع في غلط أو تدليس ويمكن الرجوع على التاجر الإلكتروني بمقتضى قواعد المسؤولية العقدية إسنادا على وجود عقد سابق على هذا العقد الأصلي وان العقد السابق هو عقد ضمان مفترض قبل التعاقد كما يمكن الرجوع عليه بقواعد المسؤولية التقصيرية والمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر بسبب عدم إعلامه على نحو سليم .

<sup>1</sup>بوعون فاطمة ، بلقندوز وئام،الحماية المدنية للمستهلك قبل و أثناء تكوين العقد الإلكتروني، مذكرة شهادة ماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريبيج،ص18.

<sup>2</sup>أمنة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد،مداخلة تم تقديمها في الملئقي الوطني المنعقد لمهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي،تحت عنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومي 13و14 أفريل 2008،ص115.

ويمكن الإشارة إن المشرع الجزائري الذي نظم الحق في الإعلام في نص المادتين 17 و18 من قانون حماية المستهلك قد جعل جنائيا لمخالفته و ارد في نص المادة 78 منه تجعل التاجر يعاقب بغرامة من مئة ألف دينار إلى مليون دينار على مخالفته لذلك.<sup>1</sup>

**ثانيا: محل الحق في الالتزام قبل التعاقد بالإعلام الإلكتروني :**

إن وجود الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد هو ضرورة حتمية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين فهو بمثابة صمام الأمان لتحقيق الرضا المستتير للمستهلك في العقود الإلكترونية ولا يختلف التاجر عبر الأنترنت عن أي تاجر آخر فهو ملزم بتمكين المستهلك من كل البيانات الضرورية لإتمام العقد إذ يجب أن تكون كافة المعلومات صادقة وكافية وشاملة وذات طبيعة جوهرية .

ومن أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وتحد من إقباله على إبرام العقود الإلكترونية هي عدم معرفته بشخصية المزود وعدم معرفة مواصفات المنتج أو السلعة محل العقد.

#### • تحديد شخصية المهني أو مزود الخدمة:

إن تحديد شخصية المهني أمر يحمل المستهلك على الاطمئنان قبل التعاقد خاصة إذا كان هذا الاسم محل اعتبار إذا توجد أسماء تجارية لأشخاص وشركات لها سمعة محلية ودولية تجعل من المستهلك يثق في تعاملاتها ومحتوى المعاملات الواردة على موقعها ويكون ذلك بتحديد الاسم والصفة واسم الشركة و طبيعتها القانونية وعنوانها أو مركز إدارتها الرئيسي هذا في حالة ما إذا كان المتعاقد مؤسسة أو شركة إما إذا كان شخصا طبيعيا فيتوجب تحديد اسمه وعنوانه وصفته والبيانات الخاصة بتجارته كنوع التجارة ورقم سجله التجاري وغير ذلك.

ويلاحظ مما سبق أن المعلومات المتعلقة بهوية المزود هي من أهم المعلومات التي يجب تبصير المستهلك بها في التعاقد الإلكتروني حتى يتحقق الرضا الكامل له وذلك إن المستهلك يهمله معرفة المزود الذي يتعاقد معه حتى يطمئن بان هذا المزود حسن السمعة في تنفيذ التزاماته كما

<sup>1</sup>كحول وليد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 34، العدد 4، ص 264.



أنا المستهلك يهتم بالتعرف على هوية المزود الذي يتعاقد معه حتى يستطيع تقديم شكوى إلى جمعيات حماية المستهلك في حالة إخلال المزود بالتزاماته تجاه المستهلك.<sup>1</sup>

• إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة و الخدمة:<sup>2</sup>

قبل هذا معرفة السلعة أو الخدمة في التشريع كي نتمكن من المعرفة المقصود بالبيانات:

✓ **سلعة أو المنتج:** عرفت الفقرة الأولى من المادة 3 من القانون حماية المستهلك الصادر تحت رقم 03-09 بتاريخ 2009/2/25 السلعة بأنها كل الشئ مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا كما عرفت المنتج بأنه كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل أو مجانا.

✓ **الخدمة :** عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة النوعية وقمع الغش الخدمات بأنها كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان تسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له وعليه تكون الخدمات مادية كالفندقة والتنظيف و الإصلاح أو مالية كالتعاقد مع المؤسسات التامين والقرض وقد تكون معنوية كالتعاقد مع الوكالات السياحية .

تطرق المرسوم التنفيذي رقم 09-65 لمبدأ إعلام المستهلك وخاصة المادة 05 منه ولقد اخذ المشرع الجزائري بمبدأ الالتزام بالإعلام عن خصائص أو مميزات الخدمات أو المنتجات فكان نتيجة هذا وضع نظام خاص تكمله له وتشجيعا لحماية المستهلك عرف بنظام الوسم والتغليف حيث عرف الوسم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة 5/2 على انه جميع العلامات و البيانات و عناوين المصنع أو التجارة و الصور و الشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بها.

<sup>1</sup> رفاوي شهباز، أوجه الحماية المدنية للمستهلك في العقود التجارية الالكترونية، ملقي الوطني الثالث حول المستهلك و الاقتصاد الرقمي، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل ، افريل 2018، ص6.

<sup>2</sup> رحمون شتوح، حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الالكترونية، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية، جامعة زيان عاشور ، الجلفة، العدد 11 ، سبتمبر 2018، ص 433.434.

يرى جانب من الفقه القانوني أن هذا الالتزام بالتنوير أو التبصير وحسب القانون الفرنسي يجب أن يتضمن ثلاث طوائف :

- تنوير بالخصائص أو الصفات المميزة للسلعة أو الخدمة المعروضة.
- التنوير بالثمن وشروط البيع خاصة ما تعلق منها بالمسؤولية
- البيانات الإلزامية في بعض العقود كحالة المحامي أو الطبيب بان يحرر العقد كتابة.

إلا أن جانب آخر من الفقه في فرنسا يرى أن هذا الالتزام لم يحقق حماية للمستهلك لكونه التزام عام غير محدد ولا توجد عقوبة جزائية لمن يخالفه فالجزاء الوحيد هو المسؤولية المدنية والتي لا تقوم إلا بعد رفع دعوى فردية من الضحية .

#### الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلانات.

إن الإعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك ماهو إلا ناتج عن عقد إبرام بين الطرفين هما المعلن ووكالة الإعلان الإلكتروني من طائفة العقود التي تبرم وتنفذ عبر الانترنت أو أي وسيلة الكترونية أخرى وهو ينشأ شأنه شأن سائر العقود يتبادل التعبير عن الإرادتين المتطابقتين لطرفيه المعلن ووكالة الإعلان وهو من العقود الرضائية فليس هناك شكل محدد لهذا العقد فلم يشترط شكل معين لإبرامه كما لم تسن التشريعات المختلفة تنظيمًا خاصًا له لذا فهو من العقود الغير مسماة .

مما سبق يتوجب علينا أن نقسم هذا المطلب إلى فرعين نتحدث في الفرع الأول عن تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني الموجه للمستهلك والفرع الثاني عن طبيعة القانونية للإعلان.<sup>1</sup>

#### أولاً: المقصود بالإعلان الإلكتروني:

لقد تباينت واختلفت تعريفات الإعلان الإلكتروني الذي ما هو إلا نتاج عقد إبرام بين طرفين هما المعلن ووكالة الإعلان كما يمكن أن نستخلص من مجموع محاولات تعريف الإعلان

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، دراسة مقارنة ، ط1، مصر، الدار الجامعية للنشر و التوزيع، 2007، ص83.

الإلكتروني بأنه الإعلان الذي يتم بالوسائل الإلكترونية و أشهرها الذي ينشر عبر الشبكة العنكبوتية و يهدف إلى الترويج لبضاعة أو تسويق أو خدمة أو دعاية لموقع إلكتروني أو غيره.<sup>1</sup>

أما المشرع الجزائري فقد جاء بتعريفه في المادة 2-8 من المرسوم التنفيذي 39-90 في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات والعروض أو الإعلانات أو الخدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية من كل هذه التعريفات يفهم أن الإعلان هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور بهدف جذبهم وإقناعهم بالسلعة أو الخدمة.<sup>2</sup>

### ثانيا: قواعد حماية المستهلك من الإعلانات الإلكترونية الخادعة

بحكم انتشار وتتنوع أساليب الإعلانات التجارية الإلكترونية وتطورها التقني فان المستهلك يبني قراره بناء عليها في إقبال على التعاقد إذ قد يلجا المهني أحيانا إلى استخدام أساليب دعائية مبنية على الغش والخداع والتضليل وذلك بذكر مواصفات خاطئة وغير صحيحة للمنتج أو الخدمة المعلن عنها بقصد دفع المستهلك المتعاقد ولهذه الأسباب فقد تم اشتراط بعض الشروط في الإعلان وهي :

- أن لا يكون الإعلان كاذبا أو خادعا أو مضللا أو من شأنه أن يوقع المستهلك في الخطأ.
- أن يضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة التي من شأنها خلق تغير واعي يحمل المستهلك على تكوين إرادة واضحة هو بصدد الإقبال على التعاقد.

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، دراسة مقارنة ، ط1، مصر، الدار الجامعية للنشر و التوزيع، 2007، ص133.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج.ر، العدد 05؛ الصادرة بتاريخ 31 جانفي 1990، معدل و متم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، المؤرخ في 16 اكتوبر 2001، ج.ر، عدد 61، الصادر بتاريخ 21 اكتوبر 2001، (ملغي).

▪ أن يكون الإعلان خاليا من العبارات التي تعمل على تكوين أفكار خاطئة في ذهن المستهلك  
مثلا : الإعلانات التي تمدح التدخين أو تؤكد بان المشروبات الكحولية نتائج إيجابية أو مزايا  
صحية.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى هذه القواعد والشروط هناك شروط خاصة بالإعلانات الإلكترونية تتمثل في :

### 1 - اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني:

لقد أشار القانون الفرنسي بأنه يجب أن تكون العمليات التجارية الإلكترونية و الدعاة  
المصاحبة لها واضحة وغير غامضة ويجب الالتزام باللغة الفرنسية في الإعلان عن السلع  
عبر شاشة الإنترنت وتزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة  
بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي و إدراك كاملين.<sup>2</sup>

### 2- حماية المستهلك من الإعلان الإلكتروني المضلل :

إن الإعلان التجاري مظهر من مظاهر المنافسة المشروعة أو عامل من عوامل التسويق أو  
أداة من أدوات إعلام الجمهور بالمنتجات و الخدمات وإذا كان الإعلان مظللا أو خادعا  
انعكس ذلك سلبا على المنافسة الحرة وحق المستهلك في الحصول على معلومات الصحيحة  
عن المنتجات و الخدمات المعلن عنها عبر شبكة الانترنت .

والإعلان المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك و  
الإعلان الخادع هو كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى الغش وتضليل المخاطبين أو  
هو ذلك الإعلان المتضمن معلومات قد تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط فيما يتعلق  
بعناصر جوهرية بالمنتج وذلك من اجل إخفاء أو حجب الحقيقة عن المستهلكين الخاصة

<sup>1</sup> بن غيدة يناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة الماجستير ، قانون الخاص المعمق، كلية الحقوق  
و العلوم السياسية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، 2015، ص35.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك الإلكتروني، مرع سابق، ص89.

بالمنتوج باستعمال أي وسيلة كما الخداع الإلكتروني يمثل جريمة وهذه الجريمة لا تقوم إلا بتوافر أركانها المتمثلة في :

- ✓ الركن المادي وهو التضليل الذي من شأنه إيقاع الملتقي في اللبس و الخداع.
- ✓ الركن المعنوي والمتمثل في قصد المعلن في الخداع الملتقي من اجل حملة على التعاقد وذلك باتخاذ موقف سلبي فيه عن ذكر بيان جوهرى بالسلعة محل الدعاية.<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: الحماية المدنية بعد التعاقد(مخاطر الوفاء الإلكتروني و الحق في العدول، الشروط التعسفية).**

بعد تطابق إيجاب و قبول كلا طرفي العقد، فيتولد عن هذا القبول مجموعة من المخاطر و الحقوق لمواجهة البائع سننطرق إليها في ما يلي:

#### الفرع الأول: مخاطر الوفاء علي المستهلك الإلكتروني

مما لا يدعو للشك ان الوفاء و باتساع وسائل الدفع لتشمل السبل الإلكترونية ، اتسعت معها دائرة الخطر تعرض المستهلك الإلكتروني الذي قد يأتيه من أي طرف ، ولعل أهم طرف يشكل خطرا عليه هو المورد الإلكتروني كونه صاحب الالتزامات المقابلة للدفع، هذا لا يحصر دائرة الخطر الذي قد يأتيه أيضا من موظفي البنك و المؤسسات المالية المختلفة التي تدخل كوسيط في الوفاء.

#### • الضرر المتوقع على المستهلك الإلكتروني من المورد الإلكتروني عند الوفاء :

المورد المعني هذا هو الطرف الذي يتعاقد معه المستهلك ويقبل الوفاء الكترونيا بمقابل السلع والخدمات المقدمة للمستهلك ولا شك إن تحاليل التجار كطرف في عقد التجارة الإلكترونية من الأمور التي تعيق هذه التجارة وتزعزع ثقة المستهلك فيها ولذلك يتعين على التاجر حين

<sup>1</sup>بن غيدة ايناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية مرجع سابق ، ص36.37.

حصوله على الرقم السري لبطاقة الدفع من طرف المستهلك المشتري أن يحافظ عليه و يحيطه بالسرية و التامين كما يجب عليه إلا يسحب من البطاقة إلا مبلغ الوفاء المتفق عليه مقابل السلعة أو الخدمة المقدمة للمستهلك صاحب البطاقة و عليه ألا يحتفظ بالرقم السري للبطاقة بعد انتهاء عملية الوفاء غير أن بعض التجار قد يقومون بالتلاعب و التحايل للحصول على مكاسب مادية كان يتم تزوير توقيعات العملاء على فواتير عن مشتريات لم يحصلوا عليها وتقديمها إلى البنك الذي يتولى خصم قيمتها من حاملي البطاقات كما أنهم قد يسحبون مبالغ غير مستحقة باستعمال الرقم السري للبطاقة الذي احتفظ به بعد تعامل سابق.<sup>1</sup>

• الضرر المتوقع على المستهلك الإلكتروني من قبل موظفي البنك :

باعتبار البنك هو المصدر بطاقات الدفع وهو الذي يسهر على تنفيذ عمليات الوفاء واقتطاع المبالغ المالية من حسابات الزبائن المستهلكين وصبها في حسابات التجار المتعاملين معهم فان يسهل عمليات التلاعب والاحتيال وذلك كان يتوطأ احد موظفي البنك مصدر البطاقة من الحامل أو التاجر أو الغير لاستخدام البطاقة استخداما مشروع كالسماح بالحصول على بطاقة بوثائق مزورة أو قبول الصرف ببطاقة منتهية الصلاحية أو الوفاء بما يجاوز مبلغ البطاقة وقد يتفق موظف البنك مع التاجر على الوفاء ببطاقات غير سلمية أو مزورة أو منتهية الصلاحية وقد يتفق كذلك مع الغير على تزويده دون وجه حق ببيانات خاصة ببطاقات متداولة ويكون موظف البنك بهذه التصرفات قد ارتكب أفعالا جزائية كشريك أو تفاعل أصلي ليسهل الحصول على أموال ائتمانية .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص المعمق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015، ص117.

<sup>2</sup> كوثر سعيد، عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص13.

أولا : طرق حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الوفاء .

مما لا يدعونا لأي شك أن المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية سعى لحماية المستهلك الإلكتروني خصوصا في مرحلة الوفاء حيث جاء فيه ما يلي:

### 1. زمان ومكان الوفاء وحماية المستهلك الإلكتروني :

كما سبق ذكره في نص المادة 16 من التجارة الإلكترونية فان المستهلك الإلكتروني ملزم بالدفع الثمن بمجرد انعقاد العقد ما لم ينص العقد على خلاف ذلك مراعاة لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين و الدفع يحدد وفقا المادة 11 في فقرتها 10 حيث رد المشرع بقوله كيفيات و إجراءات الدفع تحديد السعر في العرض التجاري الإلكتروني كالتزام من التزامات المورد الإلكتروني لنرجع بعدها لنجد المشرع أيضا يؤكد على الدفع في الفقرة 06 من المادة 13 المتضمنة المعلومات الواردة في العقد الإلكتروني بقوله شروط و كيفيات الدفع لكن المشرع لم يلتزم المورد الإلكتروني بتحديد السع في نص المادة 27 في قوله يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج وتركها للاتفاق بين المستهلك و المورد الإلكترونيين لكنه اشترط فقط في حال التجارة العابرة للحدود أن يتم الدفع عن بعد عبر الاتصالات الإلكترونية في الفقرة الثالثة من ذات المادة و حصر من باب الحماية الدفع عن بعد في الفقرة 2 من نفس المادة عندما يكون الدفع الكترونيا فانه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض...حصريا البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر...<sup>1</sup>

### 2. لحماية التي اقرها قانون التجارة الإلكتروني بخصوص مخاطر الوفاء:

عندما يدفع المستهلك الإلكتروني الثمن لا يضمن بأن المبيع فيما بعد سيكون خاليا من العيوب لذا فان الثمن كان قد دفعه يلزم المورد الإلكتروني بإعادته طبقا لما جاء في الفقرتين 06 و 07 من المادة 23 وذلك في اجل لا يتعدى خمسة عشر يوما من استلامه للمنتج المعاد.

<sup>1</sup>ياسين جاب الله، عويسي عبد الحميد، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2021، ص.22، 23.

فيمي نجد المشرع الجزائري بخصوص الطلبية المؤكدة حمى المستهلك الإلكتروني في المادة 15 السالفة الذكر فالمشرع راعى أن يتم خداع المستهلك الإلكتروني بان يدفع ثمن غير متوفر أصلا واقره يدفع الثمن وان تم دفعه يرجعه المورد الإلكتروني في اجل خمسة عشر 15 يوما .

وحمى أيضا المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني من خلال حرصه على رقابة منصات الدفع في نص المادة 29 التي تنص تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة و المستغلة طبقا للمادة 27 أعلاه لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وامن تبادلها .<sup>1</sup>

### الفرع الثاني :الحق في العدول لحماية المستهلك الإلكتروني :

تختلف تسمية الحق في العدول بين هذه التسمية من يطلق عليه اسم الرجوع كالمشرع الفرنسي وقد تطرق التوجيه الأوروبي 97-07 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد إلى الحق في العدول في المادة 06 كالأتي يملك المستهلك في كل عقد عن بعد مدة سبعة أيام عمل على الأقل للرجوع أو العدول دون جزاءات ودون بيان و المصاريف الوحيدة التي يمكن أن يتحملها المستهلك لممارسة حق العدول هي المصاريف المباشرة لرد البضائع.

أما المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية فقد تناول الحق في العدول في مرحلة تقديم العرض التجاري الإلكتروني حيث تضمنت الفقرة 14 من نص المادة 11 شروط وآجال العدول عند الاقتضاء كما أن المشرع الجزائري لم يغلق المجال للمعلومات التي وجب أن يتضمنها العقد الإلكتروني في نص المادة 13 إنما ذكر البعض منها على سبيل المثال وليس الحصر وترك الباب مفتوحا لإضافة شروط أخرى في العقد الإلكتروني بما في ذلك الحق في العدول.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق ص ص.23،24.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق،ص24.



الفرع الثالث: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية:

في إطار العلاقات التعاقدية القائمة علي الاستهلاك بين المستهلك و المهني ، أصبحت الممارسات التجارية التي تمارس ضمنها توصف بأنها تعسفية تكون مدرجة في العقود نموذجية يتم فيها إدراج كل الشروط التي تخدم مصلحة المهني و العموم الاقتصادي و لو كانت هذه الشروط التعسفية ، و التي تؤدي إلي ترتيب الالتزامات عقديّة علي المستهلك ، و لا يمكن بوسع هذا سوي الإذعان لها ، مما يؤدي إلى اختلال التوازن العقدي. الأمر الذي يستلزم تعريف الشروط التعسفية بالاضافة إلى أنني سأتناول ما يدور في فلك عقود الإذعان والعقود النموذجية والشروط النموذجية حيث سأفرق بين هذه المفاهيم ليسهل الفهم القانوني لها.

أولاً: عقود الإذعان.

يعرف حق الإذعان بأنه العقد التي يتحدد مضمونه العقدي كلياً أو جزئياً ، بصورة مجردة و عامة قبل الفترة التعاقدية ، و هذا و غيرت المبادئ القانونية المعاصرة من مفهوم عقود الإذعان، فالمبادئ التقليدية تشترط ليعتبر العقد إذعانا أن يكون هناك احتكار للسلعة او الخدمة من قبل مقدمها، وان تكون السلعة أو الخدمة ضرورية للمستهلك ، و أن تكون شروط العقد تفرض علي المستهلك دون أن يكون من حقه مناقشتها أو تعديلها.

و لقد تناول المادة 104 من القانون المدني الأردني بأنها "القبول في عقود الإذعان يقتصر على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يتقبل مناقشة فيها".

كما نصت المادة 100 من القانون المدني المصري بأنها "القبول في عقود الإذعان يقتصر على التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشة فيها".

و أيضا نصت المادة 89 من القانون المدني الفلسطيني بأنها "القبول في العقود الإذعان على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يتقبل مناقشة فيها".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2012، ص117.

أما بالنسبة للقانون الجزائري لم يعرف المشرع الجزائري عقد الإذعان في القانون المدني رقم 75-58 باستثناء بعض الإشارات التي لا تكفي أن تعطي مفهوما كاملا ، و التي اكتفت بتباين بعض الأحكام المتعلقة بتكوينه و تفسيره و هذا من خلال ما نصت عليه المادة 110 من القانون المدني و التي تنص على انه : "إذا تم العقد بطريق الإذعان و كان قد تضمن شروطا تعسفية..."<sup>1</sup>

و يري البعض بأنه: "العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب و لا يقبل مناقشة فيها ،و ذلك فيها يتعلق بسلعة أو مرفق ضروري يكون محل احتكار قانوني أو فعليا و تكون المناقشة محدودة النطاق في شأنها".<sup>2</sup>

و يجب الإشارة إلى أن البعض اعتبر العقد الالكتروني عقد إذعان، بالنسبة للمستهلك ، باعتباراه الطرف الضعيف دائما، و انه بحاجة إلى الحماية و ذلك برفع مظاهر الإذعان التي قد يكون تعرض لها، و المتمثلة في الشروط التعسفية التي قد يتضمنها العقد.

و من هذا اعتبار العقد الالكتروني عقد الإذعان إذا لم يكن هناك تفاوض ، فالأمر يتوقف علي مدى إمكانية التفاوض و هو غالبا ما يتم من خلال البريد الالكتروني (حول شوط العقد)،فان كان العقد الالكتروني يجيز التفاوض ، و يسمح للمستهلك بمراجعة بنود العقد و تعديله أحيانا، فانه لا يعتبر عقد الإذعان، إما إذا انعدمت سمة التفاوض أو المساومة، و جاءت بنود العقد بطريقة جامدة لا تقبل المراجعة أو التمحيص و غالبا ما يتم من خلال مواقع الانترنت فهو عقد إذعان.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>يداوي سميحة، صدراتي مروى،الشروط التعسفية في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة

الماستر في الحقوق، قانون الأعمال، جامعة محمد البشير الإبراهيمي ، برج بو عريريج، 2020، ص11.

<sup>2</sup>عبد الله نيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مرجع سابق، ص 120

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص119.

ثانيا: الشروط التعسفية .

لتحديد مدلول الشرط التعسفي نتطرق إلى التعاريف التالية:

عرفه التشريع الفرنسي في المادة 132 فقرة 01 من قانون 96/95 لسنة 1995 بقوله: " في العقود المبرمة بين المهنيين و غير المهني أو المستهلكين تعد تعسفية ، الشروط التي تخلق في الجانب غير المهني أو المستهلك عدم توازن ظاهرة في حقوق و الالتزامات أطراف العقد سواء تعلق هذه الشروط بمحل العقد أو آثاره".<sup>1</sup>

أما المشرع الألماني لم يتطرق إلى تعريف الشرط التعسفي، و إنما اكتفي فقط بالإشارة إلى تعريف الشرط ضمن نص المادة الأولى من القانون المتعلق بالشروط العامة للعقد الذي صدر سنة 1976 التي جاءت بما يلي " تلك الشروط التي تصاغ في العديد من العقود و التي يفرضها احد المتعاقدين و هو المستعمل على المتعاقد الآخر أثناء إبرام العقد، و كما يمكن أن تكون هذه الشروط منفصلة علي العقد فأنها تكون مندمجة في نصوص دونها اعتبار لموادها و لا للشكل الذي ترد فيه".<sup>2</sup>

أما بالنسبة للمشرع الجزائري لم يغفل في القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أمر تعريف الشرط التعسفي ، إذا جاء النص عليه في الفقرة الخامسة من المادة 3 كما يلي : " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات أطراف العقد".<sup>3</sup>

و يعرف الشرط التعسفي بأنه "الشرط الذي يفرض علي المستهلك من قبل المزود نتيجة التعسف في استعمال الأخير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة مجحفة".

<sup>1</sup> بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك،مذكرة الماجستير في قانون العقود المدنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن المهيدي ، أم البواقي،2012،ص53.

<sup>2</sup> بوعكاز خليل، مكافحة الشروط التعسفية الية للمحافظة على الرابط التعاقدية ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية، مجلد 07،العدد01،جوان ،المركز الجامعي مغنية،2022،ص1637.

<sup>3</sup> بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مرجع سابق ،ص55.

و للشرط التعسفي خصائص وهي كونه أنه شرط يترتب عليه عدم التكافؤ بين الحقوق و الالتزامات الناشئة عن العلاقات التعاقدية ، و كذلك يختص غير خاضع للمفاوضات الفردية بين المزود و المستهلك ، و كذلك يختص بكونه انه شرط مكتوب بصفة مسبقة، و دون ان تكون للمستهلك أي تأثير في المحتوى العقد الإلكتروني.

وهذا و يتميز الشرط التعسفي عن عقود الإذعان في أن عقود الإذعان تعتبر عقودا حقيقية قائمة بذاتها، أي تتعلق بتوافق إرادتي الطرفين، حيث يهيمن الطرف القوي اقتصاديا على شروط العقد دون أن تكون فرصة للطرف الضعيف أن يعدل شرطا من شروطه، أما الشرط التعسفي فهو شرط وارد في العقد المراد إبرامه يغطي في مضمونه جميع المسائل المتعلقة به، أو يقتصر على البعض منها، أي انه لا يعتبر عقدا حقيقيا قائما بذاته.<sup>1</sup>

### ثالثا: العقد النموذجي

ينبغي عدم الخلط بين العقد النموذجي و عقود الإذعان، فالعقد النموذجي ليس بالضرورة أن يكون عقود الإذعان، إلا انه يمكن اعتباره وسيلة من الوسائل لإبرام عقود الإذعان، لاسيما في المعاملات الإلكترونية عبر الانترنت.

يعرف العقد النموذجي بأنه "مجموعة من الشروط النموذجية في الصيغة مكتوبة يتفق عليها تجارة سلعة معينة في منطقة جغرافية معينة ويلتزمون بإرادتهم الحرة تباعها فيما يبرمونه من صفقات تتعلق بالسلعة".<sup>2</sup>

و يعرف أنه " مجرد صيغة معدة من قبل منظمة مزودة أو شركة، وهذه الصيغة مخصصة للعمل بها كنموذج لعقود تبرم مستقبلا، و التي تتعلق بموضوعات قانونية ستبرم عند الحاجة فيها بعد".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص120.121.

<sup>2</sup> حاسي جهاد، التنظيم القانوني للعقود النموذجية في قانون التجارة الدولية، مجلة الجزائرية للعلوم السياسية و الاقتصادية، المجلد 57، العدد4، 2020 ص245.

<sup>3</sup> عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص128.129.

و عرفها أيضا المشرع الجزائري في نص المادة 54 من القانون المدني أنها " العقد اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو بفعل أو عدم فعل شيء ما ". و كلمة نموذجي هي بمثابة النهج أو الخلطة التي يتبعها المتعاقدان في صياغة عقدهما و اكتفي المشرع الجزائري بالنص على أن العقد لا ينعقد إلا بتبادل التعبير عن الإيجاب و القبول و ارتباطهما ببعضهما ( المادة 59 من القانون المدني الجزائري). و انه لا بد من الاتفاق علي جميع المسائل الجوهرية التي تفاوض عليها للقول بانعقاد العقد ( المادتين 65 و 71 من ق.م.ج) كما نصت المادة 107 من ق.م.ج علي انه " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه و بحسن نية".<sup>1</sup>

#### رابعاً: الشرط النموذجي

يعتبر الشرط النموذجي شبيها للعقد النموذجي ، حيث يمكن أن يعد هذا الشرط سالفاً كالعقد النموذجي، و بالتالي هو صيغة تعد مسبقاً من قبل طرف له قدرة نافذة علي التعاقد ، فالطرف الأخر يقبل الإيجاب كما ورد من الطرف القوي دون أن يفاوض أو يناقش في هذا الشرط النموذجي ، كما أن الشرط النموذجي شرط أساسي في العقد لا يمكن تعديله ، أي يمكن أن يكون هناك صيغ أخرى للعقد النموذجي ، إلا أن الشرط النموذجي يبقى ثابتاً، كما إن هذا الشرط الذي يعتبر جزءاً من العقد يمكن أن يوجه إلى عدد غير محدد من الأشخاص و ليس لشخص محدد بذاته.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حاسي جهاد ، الأحكام القانونية للعقود النموذجية، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في عقود مدنية و تجارية، كلية

الحقوق و العلوم السياسية، جامعة ابن خلدون ، تيارت، 2020، ص12.

<sup>2</sup> عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص131.

وعرفه بعض الفقه بأنها " أحكام عامة، أعدت سلفا من قبل احد أطراف العقد المتمتع بمقدره فائقة على التفاوض كي تشكل شروط عقدية للاستخدام العام و المتكرر، دون إجراء مفاوضات مع الطرف الآخر حولها".<sup>1</sup>

وتتميز الشرط النموذجي عن عقد الإذعان فهو أن الشرط النموذجي يعد قبل من منظمة مزودة أو شركة ليتم الاستفادة منه مستقبلا في التعاقد ، حيث يكون جزءا أساسيا في التعاقد لا يملك المستهلك تعديله ، أما عقد الإذعان فهو ليس بالضرورة أن يعد مسبقا.

أما بالنسبة للشروط التعسفي، فان الشرط النموذجي يتفق مع الشرط التعسفي في أن كلا الشرطين لا يقبلان التفاوض، أما بالنسبة للتفريق بين الشرط التعسفي و الشرط النموذجي ، فان الشرط التعسفي لا يشترط ان يعد مسبقا من قبل منظمة أو هيئة على عكس الشرط النموذجي .

و أما بالنسبة للعقد النموذجي فانه يتفق مع الشرط النموذجي في انه يعد مسبقا ، و يكون علي شكل صيغة ، و موجهة إلي العامة ، إلا انه يختلف عن الشرط النموذجي في انه يكون معدا من قبل جمعيات تجارية ، و منظمات مزودة دولية ، يضاف إلي ذلك الشرط النموذجي يمكن أن يقوم بإعداده احد طرفي العقد المتمتع بقدرة تفاوضية فائقة .

ومن هذا نجد أن الشرط النموذجي هو عقد يوجه للعامة ، أي لعدد غير محدد من الأفراد ، بحيث يعد مسبقا من احد أطرافه ، الذي يتعين أن يتمتع بمقدره نافذة عل التعاقد. و ان يقبل الطرف الآخر العقد كما ورد من الطرف القوي ، ولا يحق للطرف الضعيف المفاوضة حول بنوده، فإما أن يقبل أو يدع .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> د. اشرف عبد العظيم عبد القادر عبد الواحد، حماية المستهلك من اختلال التوازن العقدي الناشئ عن استخدام الشروط النموذجية بعقود الاستهلاك، مذكرة دكتوراه ، دراسة تحليلية مقارنة ( في ضوء احكام القانون المصري لحماية المستهلك الصادر برقم 181 لسنة 2018). ص 21.

<sup>2</sup> عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني مرجع سابق، ص ص 132، 134، 133.

المبحث الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني .

تطورت المسؤولية الجزائية للمهني وأصبح الاستغلال الغير مشرع للمستهلك، عن طريق ما يقترحه من منتجات ضارة بالصحة ومنتجات مغشوشة ، مما يستوجب المساءلة لذلك أوجب القانون نوع آخر من الحماية للطرف الضعيف فقد قرر عقوبة جنائية لبعض المخالفات التي ترتكب في مواجهة العديد من المواد القانونية ، ولم يمنع ذات الوقت من تطبيق أية عقوبة جنائية اشد في أي قانون آخر في حال ارتكاب هذه المخالفات ما دفع بنا لدراسة الجانب الجزائي لحماية المستهلك الإلكتروني

المطلب الأول: الحماية الجزائية في نطاق إبرام العقود الإلكترونية.

سنتطرق أولا إلى ما المقصود بالحماية الجزائية:

إن الحماية الجزائية في التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت من خلال تجريم الأفعال التي تقوم بها الجاني اتجاه المستهلك بقصد الإضرار به، فالعديد من القوانين أضافت هذه الحماية في القوانين التجارة الإلكترونية لان المخاطر التي يتعرض لها في هذا المجال اكبر من تلك التي تقع في الحالات العادية ، و فرصة وقوع الغش كذلك يكون أوسع في حال التعاقد عبر الانترنت بسبب انعدام المعاينة للسلعة زيادة على أن الدعاية و الإعلام في نطاق العقد الإلكتروني يلعب دورا كبيرا في إيقافه في غلط التعاقد ، فيجد المستهلك نفسه في أحيان كثيرة ضحية لمؤامرة مزدوجة من وسائل والإعلام ومن قبل المهني.<sup>1</sup>

الفرع الأول: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة علي المستهلك

تتميز الجريمة الإلكترونية عن الجريمة التقليدية في أن الجريمة الإلكترونية تكون الأداة فيها تقنية عالية ، و أيضا مكان الجريمة لا يتطلب انتقال الجاني إليه انتقالا ماديا ، فالجريمة الإلكترونية تتم عن بعد باستخدام شبكات الانترنت بين الجاني و المستهلك تتشابه الجريمتان

<sup>1</sup> خلوي نصيرة، حماية القانون للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجستير في قانون، فرع المسؤولية

المهنية، كلية الحقوق و العلوم الساسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، ص90.

في أن أطراف الجريمة من مجرم ذي دافع لارتكاب والجريمة و ضحية و الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو شخص اعتباريا.

### أولا : الركن المادي في الجريمة الإلكترونية المرتكبة ضد المستهلك

إن السلوك الإنساني المحظور الذي يؤدي إلى الضرر أو التهديد بوقوعه يشكل الركن المادي للجريمة الالكترونية ، فالفعل و هو السلوك الإنساني المحظور ، و النتيجة التي ترتكب على و وقوع هذا الفعل ، و علاقة السببية بين الفعل و النتيجة هي التي تشكل عناصر الركن المادي للجريمة الإلكترونية .

فالنشاط أو السلوك المادي في جرائم الانترنت يتطلب وجود بيئة اتصال بالانترنت و يتطلب أيضا معرفة بداية هذا النشاط و الشروع فيه و نتيجته ، فمن يقوم بسرقة رقم البطاقة الائتمانية للمستهلك عبر الانترنت ، يحتاج إلى تجهيز الحاسوب لكي يحقق له حدوث الجريمة ، فيقوم بتحميل الحاسوب ببرامج اختراق ، أو أن يقوم بإعداد هذه البرامج بنفسه ، و كذلك قد يجد إلى تهيئة صفحات تحميل فيروسات لسرقة معلومات هذه البطاقة أو أرقام الحساب أو غير ذلك من المعلومات المهمة تحميلها علي جهاز المستهلك ، كم يمكن أن يقوم بجريمة إعداد البرامج فيروسات تمهيدا لبثها ، مع العلم انه لا يشترط أن يكون هناك أعمال تحضيرية لوقوع الجريمة ، هذا و يعتبر شراء برامج الاختراق و معدات لفك الشفرات و كلمات المرور من الأشياء التي تمثل جريمة في حد ذاتها.<sup>1</sup>

### ثانيا: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية.

يعرف الركن المعنوي علي انه اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب فعل ضد حق يحميه القانون و يعاقب عليه ، و هو عالم انه يقوم بعمل غير مشروع ينطوي علي اقتناف جريمة محددة بوعي و إدراك بالظروف و الملابسات المكونة للجريمة ، فالأساس الذي يقوم عليه الركن المعنوي للجريمة الالكترونية، هو توافر إلا رادة الأثمة لدى الفاعل ، و توجيه هذه الإرادة إلى القيام بعمل غير مشروع جرمة القانون، كانتحال شخصية المزود عبر الانترنت ،و

<sup>1</sup> عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص154.155.



سرقة أرقام البطاقات الائتمانية، فتكتسب إرادة الجاني الصفة الجريمة من العمل غير المشروع الذي بيت النية على ارتكابه، و هو عالم بالآثار الضارة الناشئة عنه.

و هذا و بتوافر الركن المعنوي في جرائم الانترنت في المثال التالي، بقيام احد المحتالين بانتحال شخصية ومزود عبر الانترنت بقصد الإضرار بالمستهلك، و الحصول علي أمواله، و بالتالي إيقاع الأذى بالمستهلك.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني : المسؤولية الجنائية في الجرائم المرتكبة ضد المستهلك.

المسؤولية الجزائية من أهم الموضوعات التي تمس بشكل مباشر فلسفة القانون والفقه الجنائي، فهو تعتبر بوجه عام المحور الأساسي الذي يدور حوله الفلسفة الجنائية فالمسؤولية الجزائية بشكل عام تحمل الشخص تبعة عمله و عقابه على أساسه، ولكي يسأل أي شخص جزائياً عن جريمة ارتكبتها ، فلا بد أن يكون أهلاً لتحمل المسؤولية الجزائية بشرطها الإدراك أو التمييز وحرية الإرادة أو الاختيار.

### أولاً: مسؤولية الشخص الطبيعي (المنتج والمحترف، والناقل، والمستورد).

تنص المادة 3 في الفقرة السابعة من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "أن المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك " وما يمكن ملاحظته من خلال نص المادة ، أن المشروع الجزائي حاول توسيع نطاق الحماية الجزائية للمستهلك ، وذلك من خلال تضيق فرصة الإفلات من العقاب ، بحيث أنه استعمل مصطلح متدخل التي تشمل جميع أشخاص السلسلة الاقتصادية باعتبارها مسؤولة جزائياً عن مختلف الجرائم الواقعة للمستهلك بحيث تتعدى المنتج إلى الموزع، الناقل المستورد.

<sup>1</sup> محمد علي السالم عياد الحلبي، شرح قانون العقوبات ، ط1، الأردن ، دار الثقافة ، 1997، ص ص 231 ، 232.

1)مسؤولية المنتج:

تقوم نتيجة تصنيع منتجات معينة ، أو طرحها في السوق على الرغم من عدم توفرها على المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية ، أو شروط تغليفها وترتيبها ، أو عدم احتوائها على الوسم المطلوب ، أو بسبب الأضرار التي ألحقتها بالمستهلكين، والمستهلكين نتيجة لعدم توخي الحذر والحيطه في لفت انتباه هؤلاء إلى مخاطر الاستعمال ، أو الأخطار الملازمة للمنتجات بطبيعتها على الرغم من أن تصنيعها غير مشوب بأي عيب يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالمستهلكين كأنفجار شاشة جهاز التلفاز ... إلخ.

ويتصور أن يقوم مسؤولية المنتج عندما يعرض المنتج مباشرة في السوق ، أو عند تقديمه للاستهلاك، ويكون المنتج شأنه شأن أي محترف آخر مسؤولاً في مواجهة المستهلك والتزامه بالضمان إذا لم يتوفر في المنتجات المباعة وقت الاقتناء الصفات التي كفل بها القانون وجودها. وإذا كانت موجودة بهذه المنتجات عيب ينقص من قيمتها ، أو من نفعها بحسب الغاية المقصودة مما هو مبين، أو ظاهرة من طبيعتها ، أو الغرض الذي أعدت له.<sup>1</sup>

2)مسؤولية المحترف (عارض السلعة):

يكون المحترف أو كل متدخل في عملية عرض سلعة للاستهلاك مسؤول عن كل مخالفة يحتوي،عليها المنتج، حتى لو لم يحدث ضرر للمستهلك، كمخالفة عدم توفر المواصفات والمقاييس القانونية، أو سوء التغليف، أو الرزم، أو نقص، أو الزيادة في السعر أو رفض تسليم شهادة الضمان للمستهلك. مسؤولية المحترف أو عارض السلعة مفترضة بقوة القانون، ولا يمكن انتقائها إلا بإثبات القوة القاهرة، أو خطأ المضرور، أو فعل الغير.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي بولحية خميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى،

عين مليلة ، الجزائر،2000،ص84.

<sup>2</sup> نفس المرجع ،ص 85.

### 3) مسؤولية الوسيط (الناقل أو الموزع):

تبدأ مسؤولية الوسيط من وقت استلامه للمنتجات إلى غاية تسليمها لصاحبها وتقوم مسؤوليته عن صيانتها الكلية، أو الجزئية، كالمحافظة على السلعة وصيانتها أثناء نقل، أو تخزين، أو الحفظ حتى لا يتسبب في تعريضها لأي خطر يؤدي إلى التأثير على سلامتها وفقدانها لمقوماتها، والمواصفات و المقاييس المقررة قانونياً، وإلا تتحمل المسؤولية المدنية و الجزائية، إذا ما تسبب ذلك في إلحاق الأضرار بالمستهلك، وتقوم مسؤولية الناقل أو الموزع عندما يعرض المنتج للاستهلاك، و يثبت عارض السلعة أو المحترف انه غير مسؤول عن فساد المنتج، وإن تأثيره و فساده كان نتيجة لعدم مراعاة الناقل، أو الموزع للشروط و الوسائل القانونية في المجال النقل، وهي المسؤولية مفترضة في حقه لا يمكن التخلص منها إلا بإثبات العكس.<sup>1</sup>

### 4-مسؤولية المستورد :

لقد أوجب المشرع على المستورد أن يراعي عند استيراد المنتجات والسلع توفير المقاييس والمواصفات القانونية الجزائرية، دون أن يهمل المقاييس والمواصفات الدولية، وعلى هذا الأساس فقد افترض المشرع قيام مسؤولية المستورد بمجرد حيازته للمنتجات الأجنبية، وفرض عليه أن يبحث في مدى توافرها على المواصفات والمقاييس، وتدعيمها لحماية المستهلك و ضع جهاز خاص لرقابتها وإخضاعها لتحاليل مخبريه قبل إخضاعها لعملية الجمركة أي لفحص عام وفحص معمق، وقد نظم ذلك بالمرسوم التنفيذي المتعلق بكيفيات مراقبة المنتجات المستوردة ونوعيتها رقم 345/96 المؤرخة 1996/01/19 في حتى يتأكد من أن المنتج يستجيب للرغبات المشروعة للاستهلاك وأنه مطابق لشروط تداوله ونقله و خزنه.

<sup>1</sup>نفس المرجع، ص86.

أما إذا كانت الفحوصات العامة والمعقدة سلبية فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول المنتج إلى الجزائر ، ويتم تحويل هذا المنتج من الحدود الجزائرية على مسؤولية وتكاليف المستورد دون الإخلال بالعقوبات المقررة في القانون 03/09 والقانون 07/79 المعدل والمتمم والمتضمن قانون الجمارك، ومن ثم على المستورد مسؤولية مدنية تمنعه من دخول السلعة المستوردة إلى الجزائر.<sup>1</sup>

### ثانيا : المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

نص قانون العقوبات على المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية، حيث تعتبر هذه الأخيرة مسؤولة جزائيا عن الجرائم التي يرتكبها ممثله القانوني أثناء التصرف لحساب الشخص المعنوي ومصالحته.

وتعرف الأشخاص المعنوية بأنها مجموعة من الأموال والأشخاص ترمي إلى تحقيق أهداف معينة يمنحها القانون الشخصية القانونية بالقدر الذي يجعلها تحقق أهدافها المسطرة.

حيث نظم المشرع أحكام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في الباب الأول مكرر الذي تضمن المواد 18 مكرر و 18 مكرر 1 و 18 مكرر 2 و 18 مكرر 3 بالإضافة إلى ذلك ما ورد في المادة 51 مكرر في الباب الثاني من قانون العقوبات .

إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تعفي الشخص الطبيعي من المساءلة كفاعل أصلي ، أو شريك في الجريمة المرتكبة .

ولذلك يسأل الشخص المعنوي جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه مهما كان هدفه سواء تحقيق أرباح، أو غرضه خيريا مثل الجمعيات الخيرية أو ذات الطابع السياسي، وفي المقابل من هذا لا تسأل الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع ،ص 86.

<sup>2</sup> حليلة بن شعاعة ، **الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري** ،مذكرة ماستير في الحقوق و العلوم السياسية،

قانون العام للاعمال، جامعة قاصدي مرياح ،ورقلة،2013،ص18.

وللقيام مسؤولية الشخص المعنوي يجب توافر الشروط التالية:

### 1) ارتكاب الجريمة لمصلحة وحساب الشخص المعنوي :

يكون الشخص المعنوي مسؤول جزائيا إذا ارتكبت الجريمة لهدف تتطلبه مقتضيات العمل من أجل تحقيق منفعة للشخص المعنوي، وهذا ما تستلزم به المادة 51 مكرر من قانون العقوبات ، وفي نطاق جرائم الغش والتدليس نجد أن المشرع نص في المادة 435 مكرر من قانون العقوبات على أنه "يكون الشخص المعنوي مسئولا جزئيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب، وذلك طبقا للشروط لمنصوص عليها في المادة 51 مكرر...."

وعليه نجد نص المادة 03 الفقرة 07 من القانون 03/09 و تعرف المتدخل على أنه "كل شخص طبيعي ، أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك " وكذلك ما تقرره مواد من عقوبات على هذا المتدخل المتمثلة في الغرامة كعقوبة أصلية تطبق على الشخص المعنوي في حالة إخلاله بمبدأ المطابقة المنتجات وسلامتها من التدليس والغش.

ونتيجة لتطور التكنولوجيا التي أدت إلى كثرة الإنتاج وتخلي الإنسان عن صناعة المنتج لصالح الآلة الصناعية التي دخلت كل المجالات ،فانه أصبح من الضروري تقرير مبدأ مسؤولية الشخص المعنوي كذلك بالنسبة للمخاطر التي تخلفها المواد المغشوشة المستوردة من طرف الشركات التجارية.<sup>1</sup>

### 2) ارتكاب الجريمة من طرف أحد الأجهزة أو الممثل القانوني للشخص المعنوي :

يجب أن ترتكب الجريمة من طرف أحد أجهزة الشخص المعنوي، أو من يملك سلطة التمثيل القانوني للشخص المعنوي لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي باعتبار أن الشخص المعنوي لا يمكنه ارتكاب السلوك الإجرامي إلا عن طريق الأشخاص الطبيعيين .

<sup>1</sup> حليلة بن شعاعة ، نفس المرجع ، ص 19.

وقد عرفت المادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية الممثل القانوني للشخص المعنوي بأنه الشخص الطبيعي الذي يخوله القانون، أو القانون الأساسي للشخص المعنوي تفويضا لتمثيله .

كما يمكن أن ترتكب الجريمة عن طريق أحد أجهزة الشخص المعنوي، مثل مجلس الإدارة، أو الجمعية العامة للشركة.... وفي حالة ارتكاب الجريمة من طرف موظف عادي يعمل لدى الشخص المعنوي ، تنتفي مسؤولية الشخص المعنوي الجزائية ويسأل هذا الموظف وحده جنائيا ، حتى ولو كان يتصرف باسم ولحساب الشخص المعنوي.<sup>1</sup>

### ثالثا: المسؤولية الجنائية عن فعل الغير

وجدت هذه الفكرة صدى لها في نطاق الجرائم الاقتصادية، لأن المسألة الاقتصادية، وتنظيمات من المسائل المهمة في و الدولة، لدفع القائم بالإشراف، والرقابة على المؤسسات الاقتصادية، إلى التصرف بمسؤولية، لأنه سيكون مسئولا عن أفعال من لا يحسن اختيارهم أو بهمل مراقبتهم، والاتجاه القضائي منذ مدة يعتبر أصحاب العمل، والمديرين مسئولون شخصيا عن الجرائم الاقتصادية التي ترتكب في مشروعهم، وعليهم يقع ضمان تنفيذ القوانين، والأنظمة واللوائح، حتى ولو جهلوا المخالفة التي يرتكبها تابعوهم.<sup>2</sup> منه يقصد بالمسؤولية عن عمل الغير، تلك المسؤولية التي لا يتحمل تبعها للفاعل الأصلي الذي سبب بخطئه ضررا للغير، إنما يتحمل نتائجها شخص آخر يكون مسئولا عن الشخص الذي قام بالفعل الضار .

وبمراجعة النصوص القانونية الإجرائية المتعلقة بالجرائم الاقتصادية، تكتشف من خلالها أن المشرع الجزائري يذهب في بعض الأحيان إلى إمكان الأخذ بما يسمى(المسؤولية عن فعل الغير).

في المادة 51 مكرر التي تقرر مسؤولية الشخص الطبيعي لا تمنع الشخص الطبيعي كفاعل أصلي، أو كشريك في نفس الأفعال أي لا تمنع المسؤولية الجنائية لمالك المؤسسة والمدير المستخدم الذي يعمل تحت إدارته مع الفاعل الأصلي في الجريمة المرتكبة بالمخالفة لأحكام هذا المرسوم. فالأمر تعلق بأشخاص لم يرتكبوا الجريمة، ومع ذلك يعاقبون بذات العقوبة

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص19.

<sup>2</sup> غسان رياح ، قانون حماية المستهلك الجديد، دراسة مقارنة ، زين الحوقية للنشر، ط1، لبنان، 2006، ص69.

التي يتقاضاها الفاعل، ولا تعن المسؤولية عن فعل الغير ازدواج في المسؤولية، أو تعداها عن الفعل الواحد سواء كان فاعلا، أو مالكا، أو شريكا، ويبرز الأخذ بهذا النوع من المسؤولية الرغبة في تضيق فرصة إفلات الكثير من نطاق العقاب رغم أن دورهم يكون ضالعا ورئيسيا في ارتكاب هذه الجرائم .

ويلتقي ذلك مع توصية المؤتمر الدولي السادس لقانون العقوبات بروما وتنص على أن "عقاب الجرائم الاقتصادية - يقضي بعض المرونة في فكرة الفاعل وأشكال المساهمة الجنائية...".<sup>1</sup>

ومع ذلك فإن جانب من الفقه يبدي ارتياحه للأحكام السابقة، نظرا لأن المسؤولية عن فعل الغير هي نوع غريب من المسؤولية في مجال الجنائي الذي لا ينبغي أن يعرف أو يعترف بغير المسؤولية الشخصية، وكان الأحرى بالمشرع أن يعتبر المالك أو المدير مرتكبا لجريمة مستقلة، أو متميزة عن جريمة الفاعل قوامها العقود عن القيام بواجب الرقابة سواء حصل ذلك عمدا أو، بإهمال إذا ترتب عليه وقوع الجريمة من إحدى التابعين. ولعل هذا ما ذهب إليه على نحو ما قانون العقوبات الجزائية إذ أن هذا النوع من المسؤولية لا يقوم وفق أحكام إلا إذا كان هناك تقصير في الرقابة من جانب المسؤول عنها .

وبالرغم من أن هذه المسؤولية ليس لها محل في نطاق القانون الجنائي كما ذكر سابقا، إذ لا يعرف هذا القانون إلا المسؤولية الشخصية الخالصة، ولا يتصور أن يتهم شخص، أو أن يقضي بإدانته في جريمة ليس فاعلا فيها أو شريكا. ففكرة المسؤولية عن عمل الغير هي فكرة غريبة عن القانون الجنائي. وقد حرص الشارع الفرنسي في القانون على أن ينص على هذا المبدأ صراحة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق ، ص 72

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق ، ص 72.

المطلب الثاني : صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني.

تتعدد صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني بتعدد الجرائم الممارسة ضده، فهناك جرائم تتعلق في الغش التجاري و الصناعي، و كذلك جرائم تتعلق بسرقة أرقام البطاقة الائتمانية، الخاصة بالمستهلك، و جرائم التحايل و الخداع ضد المستهلك في التعاقد الإلكتروني وهو ما سأعرض له في ما يلي :

### الفرع الأول : الحماية الجنائية ضد الغش التجاري و الصناعي

أصبح الغش آفة المجتمعات المعاصرة، و أصبح ينتشر علي نطاق واسع وفي مختلف المجالات و الميادين لذلك قبل التطرق إلي الصور التي قد جاء عليها يمكن تعرفه بأنه: كل فعل عمدي، ينال سلعة ما بتعيين خواصها او ذاتيتها أو صفاتها الجوهرية، و يشكل عام العناصر الداخلية في تركيبها بحيث يندفع المتعاقد .

أولا : صور الغش التجاري و الصناعي: يقع الغش بأحدي الوسائل التالية:

• **الغش بالإضافة:** قد يرتكب فعل الغش من خلال إضافة مادة إلى السلعة ما تماما عنها في الكم والكيل ،أو من نفس الطبيعة لكن أقل جودة، وبذلك يتحقق الغش في مثل هذه الصور، وغالبا ما يكون الغرض من ارتكاب هذا الفعل هو إخفاء رداعتها أو إظهارها بصفة تظهرها أنها ذات جودة عالية، كأمثلة على ذلك إضافة الماء إلى اللبن أو إضافة الزيت إلى العسل، على أن يكون هذا الفعل المرتكب الخلط المسموح به قانونا كالإضافة مادة خافضة إلى الغذاء .<sup>1</sup>

• **لغش بالإنقاص و الغش بالصناعة:** يتم هذا النوع من الغش بمجرد إنقاص جزء من العناصر المكونة للمنتج الأصلي ،ويتم ذلك من خلال التغيير الذي يدخله الجاني على وزنها أو مكوناتها، وذلك بغرض الاستفادة من العنصر المسلوب، ويشترط في الطريقة التي استخدمت أن للسلعة المظهر الخارجي الذي يوحي باعتبارها السلعة الأصلية، إما

<sup>1</sup>لامية بن عاشور ، الحماية الجنائية للمستهلك في قانون 89-02، مذكرة ماجيستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية



الغش بالصناعة فيعتبر هذا النوع من الغش يقوم عن طريق الاستحداث الكلي أو الجزئي لسلعة ما بمواد لا تدخل في تركيبها المادي، كما محدد في النصوص القانونية أو التنظيمية أوفي العادات المهنية والتجارية.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: الحماية ضد جريمة الاحتيال.

حضت جريمة الاحتيال منذ بداية ظهورها، باهتمام فقهي كبير سواء علي الصعيد العربي أو الغربي، حيث ساهم في وضع عدت تعريفات من أهمها عرفت بأنها: لجوء المنتج أو الموزع عمدا ولأجل الترويج عن منتجاته إلى الدعاية المضللة التي قد تتطوي في بعض الأحيان علي مغالطات علمية، بهدف تحقيق أقصى قدر ممكن من الربح على حساب المستهلك الالكتروني الذي يكون ضحية لهذه الإعلانات.

### أولا : صور الاحتيال الواقعة على المستهلك الالكتروني.

من المعلوم انه طبقا للقواعد العامة، إن صور النصب و الاحتيال في التجارة الالكترونية لا يمكن عدّها و لا حصرها ، حيث تشير الدراسات إلي أن حجمها في التزايد مستمر ، لاسيما في ظل الثورة العلمية و الأنشطة التجارية للبضائع و الخدمات، التي تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات ، عبر شبكة اتصال دولية عن طريق التبادل الالكتروني للبيانات، ذلك لتنفيذ العمليات التجارية سواء بين الأفراد أو بين الأفراد و الهيئات.و أدت المعرفة التقنية في مختلف دول العالم إلي ظهور المنافسة التجارية، التي أدت إلي نقشي ظاهرة الاحتيال الواقعة على المستهلك بمختلف صورها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد بودالي، حماية المستهلك بالقانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مرجع سابق، ص ص 320.321.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 166.

و سنذكر عدد منها علي سبيل المثال، لاعتبارها من الأنواع الأكثر شيوعا و تتمثل في:

✓ الترويج لسلعة مقلدة بمنتج أصلي أو سلعة غير معروفة باستخدام الإعلان الكاذب: إن تقليد بعض العلامات التجارية أصبح ظاهرة عالمية لها مظاهر عالمية لها مظاهر متعددة، كتغيير حرف واحد من اسم العلامة التجارية الأصلية، حيث أوردت المادة 48 من القانون حماية المستهلك المصري علي انه: " يتوجب على المحترف أو المصنع الامتناع عن قيام بأي من الأعمال التالية: صنع أو إعداد أو حيازة، نقل أو توزيع أي سلعة أو خدمة ،من أي نوع كانت بشكل يخفي حقيقتها أو صفاتها الجوهرية او نسبة عناصرها الأساسية المكونة لها .

✓ أما بالنسبة لترويج السلع الغير المعروفة باستخدام الإعلان الكاذب أو المضلل: فإن هذا الأخير يعد من أهم مصادر الأضرار التي تلحق بالمستهلك الالكتروني، وذلك بعدما أصبحت دول العالم تهتم بالدعاية و الإعلان بسبب تأثيرهما علي المستهلك و إقناعه باقتناء مختلف السلع و الخدمات بطريقة الكترونية و بصفة سريعة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ص ص66.56

## خلاصة الفصل :

إن المستهلك الالكتروني هو شخص متعاقد أساسا مع موقع الكتروني يحمل مجموعة من المعلومات تخص المنتجات، ويحتاج تبعا لحماية من اجل خلق توازن في العقود الالكترونية، إذا يحق له أن يكون عالما بالمنتج علما كافيا، كما يتعين ضمان هذا المنتج من حيث العيوب و المطابقة وحتى من الشروط التعسفية التي يخاطر المستهلكين في الإذعان فيها نظرا لحاجتهم الماسة للمنتج، ويمكن للمستهلك إذا الالتزام يفوق طاقته أو أن العقد الالكتروني لا يناسبه أن يعدل عن التعاقد على أن يرد المبيع على نفقته، في مقابل التزام المنتج برد ثمن المبيع، ولذلك وضع المشرع حماية شاملة للمستهلك تتوقف بالأساس على الآليات القانونية التي تتماشى مع الواقع الحال، و تحمي المستهلك من جل هاته الممارسات التي تهدد حياته و تلحق الضرر بأمواله، هذه الحماية تركز على أمرين أولهما مدني أساسه جبر الضرر والثاني جزائي وهو ردي لما فيه من عقوبات متعددة، يلجأ المستهلك إلى الاختيار بين القضائيين.

الخاتمة

يعتبر موضوع حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية من أكثر المواضيع القانونية أهمية وقد حاولنا في هذه الدراسة استعراض جوانب هذه الحماية التي اقرها المشرع و الذي وفق إلى حد بعيد في حماية المستهلك في هذا النوع من المعاملات سواء منها ما تعلق بالشق الموضوع أو تلك المتعلقة بشقها الإجرائي.

فالمعاملات الالكترونية تحتاج إلى نظاما قانونيا يتلاءم مع طبيعة الانترنت بشأن العقود على المستوى الوطني، كما أنها بحاجة إلى قواعد تحقق نوعا من التنسيق على المستوى الدولي أيضا، لذلك عينت التشريعات الوطنية بتأطير المبادلات أو المعاملات التجارية الالكترونية، عن طريق إصدار تشريعات شاملة ومستقلة تخص التجارة الالكترونية، أو عن طريق تشريعات جزائية ومدنية تشمل تعديلات في قوانينها القائمة بما يتلاءم البيئة التكنولوجية والتقنية المستجدة.

ومن جهة أخرى لان المستهلك الالكتروني يحتاج إلى حماية حقوقه أيا كان النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة، حيث تسجل عدة تغيرات في القوانين، وذلك من اجل مواكبة التطور التكنولوجي الذي غزى جميع مجالات الحياة خصوصا المجال (الاقتصادي و التجاري)، ولان موضوع حماية المستهلك الالكتروني في مجال المعاملات الالكترونية يخص بأهمية كبيرة من قبل المشرع، لان حاجة المستهلك الالكتروني السلع والخدمات تدفعه إلى التعاقد عبر الانترنت مع محترفين في البيع، وهذه الحاجة وجدت مع وجود الإنسان الذي أصبحت حمايته ضرورة ملحة ومطلبا لا يمكن إهماله بأي حال من الأحوال .

لان المستهلك الالكتروني يعتبر الطرف الضعيف، وهذا ما يؤدي إلى وقوعه فريسة سهلة في يد المهني المحترف، ويتحقق ذلك من خلال ما تسميه بالشروط التعسفية والتي تشكل خطرا حقيقيا عليه، ما دفع المشرع إلى منح هذه النقطة أهمية كبيرة، يتعرض حصول المستهلك

على حاجات من السلع والخدمات الأساسية بأسعار عادلة ومعقولة، في ظل كافة الظروف،  
والمواصفات المتفق عليها .

يضاف إلى ذلك أن الزيادة التنافسية بين الشركات والمنتجين أنتج طرقاً ذكية لتسويق  
والتوزيع والتي تكون مضللة، خاصة في ظل وجود مشتري يفتقر إلى القدرة الفنية.

وبذلك يمكن وفي أي لحظة أن يتعرض لعمليات الغش والاحتيال من خلال إيهامه وخداعه  
على نحو يدفعه إلى التعاقد الإلكتروني وفي غير صالحه، فهو يحتاج إلى وسائل حماية  
قانونية تؤمن له التواجد في بيئة معاملات الكترونية آمنة بحماية جزائية أو مدنية.

## قائمة المصادر و المراجع

أولاً : قائمة المصادر

أ) النصوص القانونية

1-نصوص التشريعية( الأوامر)

- المادة 3 من القانون 04-02 المؤرخ في 23/06/2004، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 14، الصادر بتاريخ 23/06/2004، معدل و متمم.
- المادة 17 من القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية ج.ج، عدد15، صادر في 08/03/2009.
- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10/05/2018، متعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد رقم 28، الصادر في 16/05/2018.
- قانون رقم 09-03، المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 15 الصادر 08/03/2009.

2- النصوص التنفيذية ( المراسيم)

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج.ر، العدد 05؛ الصادرة بتاريخ 31 جانفي 1990، معدل و متمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ح.ر، عدد61، الصادر بتاريخ 21 أكتوبر 2001، (ملغي).

ثانياً: قائمة المراجع

أ) الكتب:

- احمد بورزق، الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، ط1، دار ألفا للنشر عمان، الأردن.
- خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي إسكندرية.



- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، دراسة مقارنة ط1، مصر الدار الجامعية للنشر و التوزيع، 2007.
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، دراسة مقارنة ، ط1، مصر الدار الجامعية للنشر و التوزيع، 2007.
- زريقات عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان 2007.
- عبد الفتاح بيومي حجازي ، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط1 ، دار الفكر الجامعي إسكندرية، 2008.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي ط1، الإسكندرية، مصر، 2006.
- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى ، عمان-الأردن، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2012.
- علي بولحية خميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة ، الجزائر.
- عمر حسن المومني، التوقيع الإلكتروني و قانون التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر الطبعة1، عمان، الأردن، 2003.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، دار منشأة المعارف، الإسكندرية 2008،
- غسان رياح ، قانون حماية المستهلك الجديد، دراسة مقارنة ، زين الحقوقية للنشر، ط1 لبنان، 2006.
- فتيحة حزام ، قانون المعاملات الإلكترونية ، دار ألفا للوثائق للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2022،

- كوثر سعيد ،عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2012.
- محمد الصرفي ، التجارة الإلكترونية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع، إسكندرية ط1 ، 2005.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث ، 2006، القاهرة.
- محمد علي السالم عياد الحلبي ، شرح قانون العقوبات ، ط1، الأردن ، دار الثقافة ، 1997.
- نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن 2005.

(ب) الرسائل الجامعية:

1- أطروحة الدكتوراه

- اشرف عبد العظيم عبد القادر عبد الواحد، حماية المستهلك من اختلال التوازن العقدي الناشئ عن استخدام الشروط النمذجية بعقود الاستهلاك، مذكرة دكتوراه ، دراسة تحليلية مقارنة ( في ضوء احكام القانون المصري لحماية المستهلك الصادر برقم 181 لسنة 2018.
- حاسي جهاد ، الأحكام القانونية للعقود النمذجية، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في عقود مدنية و تجارية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة ابن خلدون ، تيارت. 2020.
- عيوب زهيرة ، حق المستهلك في الإعلام، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قانون خاص ،مذكرة دكتوراه، جامعة حسبية بن بو العيد، الشلف.

2- شهادة الماجستير

- بن غيدة إيناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة الماجستير ، قانون الخاص المعمق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان.
- بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة الماجستير في قانون العقود المدنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن المهدي ، أم البواقي، 2012.

- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص المعمق، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2015.
- خلوي نصيرة، حماية القانون للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجستير في قانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم الساسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.
- صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة.
- لامية بن عاشور ، الحماية الجنائية للمستهلك في قانون 89-02، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، 2012.
- 3-شهادة الماستر
- احمد أمين نان، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر قانون الشركات، كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة.
- بوعون فاطمة ، بلقندوز ونام، الحماية المدنية للمستهلك قبل و أثناء تكوين العقد الإلكتروني، مذكرة شهادة ماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج.
- حاني حميدة، مزماط سامية، حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة ماستر في قانون خاص، كلية حقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.
- حليلة بن شعاعة ، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة ماستر في الحقوق و العلوم السياسية، قانون العام للاعمال، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة، 2013.
- درقاني خولة، المعاملات الإلكترونية و أثرها علي الخدمة المالية في بريد الجزائر، مذكرة ماستر في تسويق الخدمات ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسير ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة 2021 .
- ياسين جاب الله، عويسي عبد الحميد، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري ، مذكرة ماستر قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2021.

- يداوي سميحة، صدراتي مروى، الشروط التعسفية في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة الماستر في الحقوق، قانون الأعمال، جامعة محمد البشير الإبراهيمي ، برج بو عريريج، 2020.

(ج) المجلات:

- أحمد بوراس، العمليات المصرفية الإلكترونية ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد11، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2007.
- بوعكاز خليل، مكافحة الشروط التعسفية الية للمحافظة على الرابط التعاقدية ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية، مجلد 07، العدد01، جوان ،المركز الجامعي مغنية، 2022.
- حاسي جهاد، التنظيم القانوني للعقود النموذجية في قانون التجارة الدولية،مجلة الجزائرية للعلوم السياسية و الاقتصادية، المجلد 57، العدد4، 2020.
- عبد الجليل طواهير، جمال الهواري ، (محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمة الإلكترونية باستعمال مقياس Netqual )، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، العدد 02، جامعة الجبالي ليابس ، سيدي بلعباس ، 2012.
- عزوز سعدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجزائري ، مجلة أفاق للبحوث و الدراسات، العدد 2، المجلد2، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة لونيبي علي، البلدية 2، جوان 2018 .
- كحول وليد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد34، العدد4.
- مناصرية حنان، تأصيل مدلول المستهلك الإلكتروني، مجلة جيل للأبحاث القانونية المعمقة، العدد 22، جامعة لونيبي علي ، البلدية2، 2018.

(د) الملتقيات:

- البقور حمزة ،جميع عمار و آخرون،آليات حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر الملتقي الوطني الأول حول التسويق الإلكتروني كآلية لرفع تنافسية المؤسسات الاقتصادية، 30 أفريل 2021، 2021، جامعة آكلي محند أو لحاج ، لبويرة.
- رحمون شتوح،حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية،مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية ،جامعة زيان عاشور ، الجلفة، العدد 11 ، سبتمبر 2018.
- رفاوي شهيناز، أوجه الحماية المدنية للمستهلك في العقود التجارية الإلكترونية،ملقي الوطني الثالث حول المستهلك و الاقتصاد الرقمي، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل ، أفريل 2018.

(ذ) المدخلات:

- أمنة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد،مداخلة تم تقديمها في الملتقي الوطني المنعقد لمهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي،تحت عنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومي 13 و14 أفريل 2008.

# فهرس المحتويات

.....	البسمة
.....	شكر و عرفان
.....	إهداء
أ.....	المقدمة
6.....	الفصل الأول : ماهية المعاملات الإلكترونية
7.....	المبحث الأول: مفهوم المعاملات الإلكترونية
7.....	المطلب الأول : تعريف المعاملات. الإلكترونية
8.....	المطلب الثاني: خصائص المعاملات. الإلكترونية
9.....	المطلب الثالث: أهمية و أهداف المعاملات الإلكترونية
9.....	الفرع الأول: أهمية المعاملات الإلكترونية
10.....	الفرع الثاني: أهداف المعاملات الإلكترونية
11.....	المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الإلكترونية
11.....	المطلب الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني
14.....	المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني
16.....	المطلب الثالث: حقوق المستهلك الإلكتروني كآلية للحماية
16.....	الفرع الأول: حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل إبرام العقد
18.....	الفرع الثاني: حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد
20.....	الفرع الثالث: حقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

23.....	الفصل الثاني: الحماية الجزائية و المدنية للمستهك الإلكتروني.
24.....	المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهك الإلكتروني.
24.....	المطلب الأول: الحماية المدنية قبل التعاقد.
24.....	الفرع الأول: حق المستهلك بالالتزام بالإعلام.
30.....	الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلانات.
33.....	المطلب الثاني: الحماية المدنية بعد التعاقد.
33.....	الفرع الأول: مخاطر الوفاء للمستهك الإلكتروني.
36.....	الفرع الثاني: الحق في العدول لحماية المستهلك الإلكتروني.
37.....	الفرع الثاني: : حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية.
43.....	المبحث الثاني : الحماية الجزائية للمستهك الإلكتروني.
43.....	المطلب الأول: الحماية الجزائية في نطاق العقود الإلكترونية.
43.....	الفرع الأول: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة علي المستهلك.
45.....	الفرع الثاني: المسؤولية الجنائية في الجرائم المرتكبة ضد المستهلك.
52.....	المطلب الثاني: صور الحماية الجزائية للمستهك الإلكتروني في التعاقد.
52.....	الفرع الأول: الحماية الجنائية ضد الغش التجاري و الصناعي.
53.....	الفرع الثاني: الحماية ضد جريمة الاحتيال.
57.....	الخاتمة.
65.....	قائمة المصادر و المراجع.



67..... فهرس المحتويات

70..... الملخص

إن حماية المستهلك في ظل المعاملات الالكترونية، تحث أهمية كبيرة بالنظر للتطور التكنولوجي الهائل وافتقار المستهلك للخبرة و المعرفة، مما يجعله عرضة للمخاطر بالنظر لطبيعة التعاقد بين المستهلك و المهني و قصور القواعد العامة في توفير الحماية المنشودة.

مما دفع بالتشريعات بالاهتمام بالمستهلك و تكريس آليات قانونية فعالة لحمايته من كافة الأخطار التي تمسه من خلال إبرامه للعقود الالكترونية.

**الكلمات المفتاحية :** المعاملات الالكترونية،المستهلك،حماية المستهلك الالكتروني، الحماية الجزائية و المدنية.

**Summary:**

Consumer protection in light of electronic transactions is of great Importance in view of the tremendous technological development and the consumer's lack of experience and knowledge, which makes him unprotected from risks in view of the nature of the contract between the consumer and the professional and the lack of general rules in providing the desired protection.

This prompted legislation to pay attention to the consumer and establish effective legal mechanisms to protect him from all the dangers that affect him through concluding electronic contracts.

- **Keywords:** electronic transactions, consumer, consumer protection Electronic criminal and civil protection.