

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



لجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مذكرة بعنوان:

حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص: قانون أعمال

إعداد الطلب(ة)

- نعمة سعدوني
- مروى عماري

إشراف الأستاذ

بن نولي زرزور

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
نوال ملوك	أستاذة مساعدة (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	رئيسا
زرزور بن نولي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	مشرفا مقرر
صادق صياد	أستاذ مساعد (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020

الله أكبر
الحمد لله
الذي هدانا لهذا
ما كنا لنهتدي لولا
هدى الله لنا

شكر و عرفان

الحمد لله الذي تتم بفضلله النعم

اشكر الله تعالى الذي وفقنا في انجاز وإتمام هذا العمل

كما أتقدم بخالص الشكر وعظيم التقدير إلى الأستاذ المشرف

الدكتور بن نولي زرزور

على قبوله الإشراف وعلى توجيهاته القيمة

كما أتقدم بشكر الجزيل لكل من

أستاذ العايب نصر الدين

الذي لم يبخل علينا بنصائحه

والأستاذ كنانة سمير

ساعدنا كثيرا في توفير المراجع لإنجاز هذا العمل وشكر موصول إلى أعضاء اللجنة المناقشة الأفاضل

لقبول مناقشة هذه المذكرة واشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في انجاز هذا العمل

الإهداء

إلى أعز الناس و أقربهم إلى قلبي إلى والدتي العزيزة ووالدي العزيز اللذان كانا عوناً وسنداً لي

،وكان لدعائهما المبارك أعظم الأثر في إكمال ونجاح هذا العمل .

إلى أخواتي وأخي سندي في الحياة الذي كان لهم أثر في إنجاز هذا العمل

فهاهنا ابتهاج أحمد

إلى كل العائلة و الأصدقاء الذين لم يخلوا علينا بالسؤال وكانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء دراستي

نعمة

الإهداء

الى من وضع الله الجنة تحت قدميها ومن كانت دعواها تنير لي عقلي ودربي أمي حفظها الله وإلى

سندي في الدنيا ومن أفنى عمره لتوفير سبل الخير والسعادة أبي حفظه الله

وإلى من تزهروا بهم حياتي أخواتي

روميسة/ أسماء / سيرين

و إلى أعز الصديقات

مروى

قائمة لأهم المختصرات

ج، ر: جريدة رسمية.
ص: الصفحة.
ص ص: من الصفحة الى الصفحة
دج: دينار جزائري

المقدمة

مقدمة

يعتبر التقدم التكنولوجي العلمي من أهم المتغيرات التي شهدتها البشرية على الصعيد الدولي والمحلي ، ومن أهم هذه المتغيرات التي برزت على الساحة العالمية ظهور الأنترنت الذي شكل ثورة رقمية في جميع المجالات وبالتحديد على مستوى الاقتصاد الرقمي حيث يحمل في طياته العديد من المتغيرات ومن أهمها "التجارة الالكترونية".

لذلك فإن التجارة الالكترونية تعتبر من المصطلحات والمفاهيم الحديثة التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال والتي تمثل عملية تبادل السلع والخدمات عن طريق شبكة الاتصال العالمية الانترنت من خلال المواقع الالكترونية.

إن ظهور هذا النوع من التجارة ساهم في وضع الفارق بينها وبين التجارة التقليدية من خلال إلغاء الثوابت التي كانت تقوم عليها التجارة التقليدية، إلا أن التجارة الالكترونية ساهمت في دفع عجلة الاقتصاد من خلال مستخدميها وبالتحديد "المستهلك الالكتروني" الذي يعتبر الركيزة الأساسية في عملية التعاقد الالكتروني من خلال إلغاء مجلس العقد والتعاقد عن بعد واستخدام وسائل الدفع الالكترونية .

و لقد سارعت الدول ومنها الجزائر إلى استحداث قانون يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية، من خلال ضمان توفير السلع والخدمات عن بعد للمستهلك الالكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية.

إن القانون 05/18 المتعلق بقانون التجارة الالكترونية الجزائري ساهم في إبراز حقوق وواجبات المستهلك الالكتروني نظرا لأن هذا الأخير يعد الطرف الضعيف في عملية التعاقد الالكتروني خاصة مع التطور السريع لاتصالات والوسائط الالكترونية المختلفة مما استدعى الأمر إلى تبيان أهم الوسائل المعتمدة لحماية المستهلك الالكتروني في مراحل إبرام العقد.

- تحديد موضوع البحث:

يتمثل موضوع بحثنا في إبراز الإطار القانوني الذي يحكم المستهلك الإلكتروني وهو القانون 05 /18 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية ، وتبيان المفاهيم الأساسية التي حددها القانون وتوضيح الفروقات الأساسية بين التجارتين التقليدية والحديثة إضافة إلى تبيان الشروط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية.

كما تناولنا في هذه الدراسة الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني حيث ركزنا على أهم الآليات الواجب توفيرها للمستهلك الإلكتروني عند إبرام وتنفيذ العقد إضافة إلى الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني التي تشكل تهديدا على أمنه وسلامته.

- أهمية الدراسة :

يعتبر موضوع "حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية " من الدراسات أو الموضوعات التي تتسم بالحدثة خاصة فيما يتعلق بتسليط الضوء على قانون التجارة الإلكترونية من خلال إبرازه لأهم الحقوق الواجب توفيرها للمستهلك الإلكتروني وتحديد الجرائم الإلكترونية التي قد يقع ضحيتها نتيجة محدودية المعلومات التي تكون عند المستهلك الإلكتروني باعتباره طرف ضعيف في العقد .

-أسباب اختيار الموضوع:

هناك العديد من الأسباب تتراوح بين الأسباب الذاتية والموضوعية .

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في معرفة المزيد من المعلومات حول هذا الموضوع خاصة و أنه من الدراسات التي سبق التطرق إليها.
- دراسة القانون 05-18 الذي يتضمن قواعد قانونية مستحدثة و تقنية.

الأسباب الموضوعية:

- حداثة الموضوع و الأهمية التي يكتسبها من خلال معرفة موقف المشرع الجزائري تجاه هذا الموضوع و تبنيه أهم آليات حماية المستهلك الإلكتروني.

-أهداف الدراسة :

إن الغاية التي نريد التوصل إليها من هذه الدراسة هو إظهار أهم الآليات التي كرسها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني عند إبرامه وتنفيذه للعقد الإلكتروني وتوخي الحذر من الجرائم التي يقع ضحيتها وتقوية عناصر الثقة والأمان لممارسة هذه التجارة .

-إشكالية الدراسة:

تتمثل الإشكالية الرئيسة موضوع الدراسة كالتالي:

-ما مدى فعالية وسائل الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني في نطاق التجارة الإلكترونية؟

-تتمثل الإشكاليات الفرعية فيما يلي:

- ما المقصود بالتجارة الإلكترونية ؟
- ما المقصود بالمستهلك الإلكتروني ؟
- ما هي الضمانات الواجب توفيرها للمستهلك الإلكتروني ؟

-المنهج المتبع

بما أن موضوع الدراسة من المواضيع الحديثة فإننا تطرقنا إلى المنهج المقارن من خلال دراسة

المفاهيم المستحدثة مثل التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني في التشريعات المقارنة.

كما أننا استخدمنا المنهج التحليلي من خلال جمع المعلومات سواء كانت فقهية أو قانونية

وكذلك دراسة النصوص القانونية وتحليلها بما يتماشى مع موضوع الدراسة للوصول إلى أهم

النتائج.

- خطة البحث:

للإجابة على الإشكالية السابقة، تم تقسيم البحث إلى فصلين أساسيين :

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05/18.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: المقصود بالمستهلك الإلكتروني.

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني.

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني.

الفصل الأول :
الإطار القانوني للمستهلك
الالكتروني على ضوء
قانون 05-18

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 18-05

يشهد العالم المعاصر اليوم تطورا تكنولوجيا كبيرا من خلال استخدام تكنولوجيا الحديثة المتمثلة في الأنترنت و ذلك بداية من مطلع القرن العشرين ، حيث سيطرت الأنترنت على حياتنا و هو ما أحدث قفزة نوعية التي تعرف بالثورة الرقمية في جميع المجالات و على جميع الأصعدة و مثال على ذلك السياسية والثقافية والاجتماعية وخاصة منها المجالات التقنية و المجالات الاقتصادية. و مع ظهور هذه المجالات و المصطلحات و المفاهيم الجديدة من بينها الاقتصاد الرقمي ، و تكون هذه الأنشطة مبنية على نماذج اقتصادية كلاسيكية أو حديثة ، و من أهم هذه الأنشطة هي التجارة الإلكترونية التي تشير إلى مجموع المعاملات و المبادلات التي يقوم بها المستهلك الإلكتروني و الشركات ، من بيع أو شراء المنتجات عبر الأنترنت و تحويلات للأموال وتقديم الخدمات و المستلزمات اليومية.

و يعتبر المستهلك الإلكتروني من أهم الأطراف في هذه العلاقة التجارية فبدل من أن يعاني الصعوبات ويقطع آلاف الكيلومترات ليقضي حاجياته، جعلت الأنترنت من العالم قرية صغيرة حيث قربت المسافات و أزال العتبات، وذلك لاستخدام المستهلك للبريد الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت التي تسهل عليه التبادل الإلكتروني و عليه ساهمت الدول و سارعت في تشريع القوانين بهدف تنظيم مجال التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك من أي احتيال أو غش، قد يقع ضحية فيه وأيضا ضبط المفاهيم الحديثة للمستهلك الإلكتروني من خلال دراسته كمفهوم حديث و هذا ما سنتطرق إليه في الفصل الأول .

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: المقصود بالمستهلك الإلكتروني.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

الأصل في المعاملات التجارية تتميز بالسرعة و مواكبة مثل هذه الخاصية يجعلنا نواكب التطور السريع للتجارة الإلكترونية كمفهوم حديث على الساحة العالمية. و عليه فإن تحديد مفهوم حديث يقودنا بالضرورة إلى دراسة الفرق بينها و بين التجارة التقليدية كأساس و كذلك الضبط التشريعي و القانوني للتجارة الإلكترونية، وعليه لابد من تحديد الصور و المعايير الأساسية التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية ، و قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى (المطلب الأول) سنتناول فيه تعريف التجارة الإلكترونية و صورها (كمطلب ثاني) .

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

إن ظهور التجارة الإلكترونية أحدث تغييرات مختلف في المجال التسويقي و التجاري و قد رأى هذا الظهور تطورا كبيرا في مجال التجارة حيث أصبح يقدم الخدمات و إنجاز العمليات التجارية بين أطراف المستخدمين وذلك عبر شبكات الاتصال العالمية. و سنتناول في هذا المطلب تعريفات فقهية و تشريعية و قانونية للتجارة الإلكترونية و الفرق بينها و بين التجارة التقليدية و كذلك الشروط و خصائص هذه التجارة.

الفرع الأول: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

إن إنتشار التجارة الإلكترونية أدى إلى تعدد التفسيرات نظرا لحداثة المصطلح و اختلاف الآراء حوله مما جعل الفقهاء يختلفون في تحديد تعريف معين و هذا ما أدى إلى وجود تعريفات عديدة للتجارة الإلكترونية لذلك سيقسم التعريف الفقهي إلى قسمين .

أولا :التعريف الضيق للتجارة الإلكترونية :

إن استخدام مثل هذا التعريف الضيق على التجارة الإلكترونية راجع لمحدودية و اقتصار مجالات هذه التجارة .

و عليه قد عرفها الفقه على أنها مجموعة من الأنشطة التجارية التي تتم من خلال البريد الإلكتروني "email"، إضافة إلى أنها مجرد أعمال و معاملات تتم فقط بطريقة مباشرة فورية بخلاف الأشكال و صور التي تتم عن طريقها بحيث يمكن أن تتم بين أصحاب الأعمال أو المستهلكين أو أصحاب الأعمال أنفسهم⁽¹⁾.

كما جاء بعض من الفقهاء و عرفها على أنها نظام إلكتروني قائم على شروط عقد البيع أي اتفاق إرادتين أو أكثر أي أن عملية تتم بين طرفين بائع و مشتري عن طريق تبادل إلكتروني من خلال شبكات الاتصال⁽²⁾.

من خلال ما تقدم من هذا التعريف الضيق أن التجارة الإلكترونية مجرد عملية تبادل للسلع و الخدمات عن طريق وسائل إلكترونية بغض النظر عن طريقة التي تسلم بها البضاعة. كما نضيف بان التجارة الإلكترونية حسب المفهوم الضيق تتمثل في إنها "عمليات بيع و شراء و تسليم السلع و الخدمات و طلبها من منتجها أو بائعها ، ليس بالطريقة العادية و إنما الكترونيا و عادة ما تتم هذه العمليات عن طريق شبكة الانترنت"³.

(1) يامة إبراهيم، "التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر"، دراسة على ضوء القانون 05-18، "مجلة القانون و العلوم السياسية"، مجلد 5، ع 2، 2019، الجزائر، ص 03 .

(2) كوثر سعيد عدنان خالد، "حماية المستهلك الإلكتروني"، دار جامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021، ص ص 56 — 57
(3) ذهبي خوجة، "الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية" مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادراة الجزائر، 2014/2013، ص 18 .

وتجدر الإشارة ان عملية تبادل السلع و الخدمات التي تتم فيها عملية التسليم و تسوية المدفوعات بالطريقة التقليدية ، فإنها تجارة الكترونية تقليدية أو قديمة ، أما التجارة الإلكترونية الحديثة فهي التي تعتمد على مجموعة من الوسائل و الاتصالات الحديثة وتتم عمليات التبادل من خلال شبكة الانترنت من الإعلان إلى غاية تسوية الدفع .⁽¹⁾

ثانيا: التعريف الواسع للتجارة الإلكترونية

إن التعريف الموسع للتجارة الإلكترونية يشير إلى أنها ليست مجرد مواقع إلكترونية فحسب بل تتضمن عمليات إنتاج سلع و تسويقها و توزيعها و تقديم خدمات و إنجاز معاملات الكترونية بين المستهلكين و المنظمات و وحدات الأعمال.⁽²⁾

و لقد عرفت أيضا التجارة الإلكترونية بأنها تشمل كل أنواع المعاملات الدولية و الداخلية، التي تقع عبر الانترنت بين الشركاء و العملاء و الحكومات ، وقد تتمثل هذه المعاملات في رسائل بيانات أو محادثات بصوت و صورة و هي لا تقتصر على تبادل السلع و الخدمات بل تسويقها و توزيعها و تسليمها و ودفع ثمنها .⁽³⁾

وتمشيا مع ماتم ذكره نجد أن الأستاذ يونس عرب عرفها بأنها " تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكات الانترنت والأنظمة التقنية الشبيهة ، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة أولا خدمات أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني [...] "

(1) صراع كريمة ، "واقع و أفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر " ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير و العلوم التجارية ، وهران ، 2014 ، ص 04 .

(2) محمد عبد حسين الطائي ، "التجارة الإلكترونية " ، دار ثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2010 ، ص 18 _____ 19 .

(3) عصام عبد الفتاح مطر ، " التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية " ، دار للجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2009 ، ص 18 .

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الالكتروني على ضوء قانون 05-18

والثاني التسليم أو التزويد التقني للخدمات ، والثالث استعمال الانترنت كواسطة او وسيلة للتوزيع ... " (1)

كما عرفت على أنها شاملة لجميع الأنشطة من إنتاج سلع و خدمات و توزيعها . بمعنى جميع الأنشطة التي يمكن التعامل من خلالها على مستوى شبكة الانترنت الدولية . (2) من خلال تقديم الجانب الفقهي يجب أن نضيف بان التجارة الالكترونية تعتبر الاستعمال الأمثل لكل أنواع التكنولوجيا فهي تعمل من اجل دفع النشاط التجاري للمشروعات حسب ما تم تعريف من قبل الوثائق الحكومية الأمريكية . (3) و عليه فإن التعريف الموسع للتجارة الالكترونية يشمل على جميع المعاملات بغض النظر عن طبيعتها سواء كانت تجارية أو مدنية ، و لا تقتصر فقط على تبادل السلع و الخدمات و إنما تشمل التسويق و الإنتاج من خلال الوسائط الالكترونية .

الفرع الثاني: تعريف التجارة الالكترونية في التشريعات

يعتبر مصطلح تجارة الالكترونية حديث النشأة و إقبال المستهلك على هذا النوع من التجارة الالكترونية لجأت المنظمات الدولية و بعض الدول العربية و الأجنبية إلى تحديد مفهوم مصطلح تجارة الالكترونية لذلك سنتناول في ما يلي بعض التشريعات التي نصت على موضوع التجارة الالكترونية .

(1) محمد خميخ ، "الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية" ، دراسة مقارنة ص 9 . ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان الجزائر ، 2016/2017 ، ص 9 .

(2) يامة إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 03 .

(3) عبد الفتاح بيومي حجازي ، "التجارة الالكترونية" ، (في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت) ، دار الفكر

الجامعي ، الاسكندرية ، 2006 ، ص 53

أولا : تعريف التجارة الإلكترونية في المنظمات الدولية:

أ- منظمة الأمم المتحدة (UN)

وضعت الأمم المتحدة مشروع قانون التجارة الإلكترونية ، باعتبارها ممثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي اليونيسترال الذي يهدف إلى وضع بيئة قانونية لتسهيل استعمال وسائل الاتصال الحديثة إلا أن هذا القانون لم يتضمن تعريف واضح للتجارة الإلكترونية إلا أنه قام بوضع تعريف لتبادل المعلومات أي أنه نقل للمعلومات الإلكترونية في مابين الحواسيب بالاتفاق على معيار معين.⁽¹⁾

ب - منظمة التجارة العالمية

قد عرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة من العمليات أو تبادلات التجارية التي تشمل التسويق وبيع المنتجات عبر الوسيط الإلكتروني.⁽²⁾ وعرفتها أيضا على أنها نشاط لإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وترويجها وبيعها وتسليمها وهذا باستخدام البريد الإلكتروني.⁽³⁾

ج-الاتحاد الأوروبي

تفطن الاتجاه الأوروبي لتجارة الإلكترونية ومدى أهميتها في ظهورها الأول حيث كان له يد في تنظيمها ووضع برامج تخص التعامل بها في تبادل البيانات الإلكترونية وقد عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها نشاط تجاري بين وحدة الأعمال والمستهلكين أو بين وحدة الأعمال والحكومة ويكون هذا النشاط عبر الوسائل الإلكترونية.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ بلقاسم حامدي ، " ابرام العقد الإلكتروني "، أطروحة مقدمة لنيل شهادة درجة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق و

العلوم السياسية، الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2014، _____ 2015، ص 13 .

⁽²⁾ كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق ، ص 53 .

⁽³⁾ صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص 5 .

⁽⁴⁾ بلقاسم حامدي ، المرجع السابق، ص 14 .

د- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

إن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية تعرف التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة من العناصر والمعلومات التجارية التي تتم بين المستهلك والشركات وتمثل في تبادل البيانات الإلكترونية سواء مرئية كانت أو مسموعة أو عن طريق الكتابة وتشمل ما يترتب عن هذه التبادلات من آثار وما مدى تأثيرها على شركات التي تساند الأنشطة التجارية.⁽¹⁾

ثانيا : تعريف التجارة الإلكترونية في التشريعات الأجنبية

لقد حاولت مجموعة من الدول الأجنبية إص دار بعض تشريعات لضبط مصطلح التجارة الإلكترونية و تعريفه سنتناول البعض منها :

أ-إيطاليا:

أصدر المشرع الايطالي سنة 1999 قرارات في ما يخص قانون التجارة الإلكترونية هدفه تقيح البرلمان و المجلس الأوروبي لحماية المستهلك في مجال العقود الإلكترونية. و يمن خلال دراسة موقف المشرع الايطالي نجد انه يؤكد على وجود اختلاف بين مصطلح التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد، وذلك راجع لاتخاذ المستهلك موقف سلمي اتجاه البيع عن بعد وفي المقابل يتخذ موقف إيجابي اتجاه التعاقد عبر الانترنت.⁽²⁾

ب-فرنسا:

لقد جاء تقرير المقدم لوزارة الاقتصاد الفرنسية في جانفي سنة 1998 بتعريف لمصطلح التجارة الإلكترونية بأنها " مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض أو بين المشروعات و الأفراد وبين المشروعات والمؤسسات الإدارية"⁽³⁾

(1) صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص 06 .

(2) خالد ممدوح إبراهيم، "إبرام العقد الإلكتروني"، دراسة المقارنة ، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ،2011 ، ص ص 50

51

(3) مخلوفي عبد الوهاب، " التجارة الإلكترونية عبر الانترنت "، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر ،2011 — 2012 ، ص ص 23- 24 .

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن المشرع الفرنسي اعتمد على التعريف الموسع وذلك من خلال إبراز مفهوم التجارة الإلكترونية عن طريق عرض لأهم الصور والأشكال التي تعبر على النشاط الإلكتروني وتحديدتها فيما يتعلق بين الأفراد والإدارة.¹

و قد أصدرت فرنسا قانون رقم 2000 / 230 المتعلق بالتوقيع الإلكتروني إلا أنها لم تكتفي بذلك حيث أصدرت مرسوم رقم 741 / 2001 الذي يقوم بتنظيم شامل للتعاقد الإلكتروني.⁽²⁾

ج- كندا:

أصدر المشرع الكندي قانون التجارة الإلكترونية عام 1999 حيث عرف في المادة الأولى فقرة (١) مصطلح الكتروني بأنها " عملية إنشاء تسجيل نقل أو تخزين في صيغة رقمية أو أي صيغة أخرى ملموسة بواسطة وسائل الكترونية أو بأي وسائل أخرى متشابهة لديها القدرة على إنشاء التسجيل النقل أو التخزين الكترونيا " ⁽³⁾

من خلال هذا نرى أن المشرع الكندي قام بتعريف مصطلح الكتروني بطريقة موسعة غير محددة.

ثالثا : تعريف التجارة الإلكترونية في بعض التشريعات العربية

نظرا لتطورات الحاصلة للتجارة الإلكترونية أصدرت بعض الدول العربية قوانين خاصة بضبط المعاملات التجارية و إعطاء مفهوم لمصطلح تجارة الإلكترونية لذلك سنتطرق إلى البعض من الدول :

أ-الإمارات العربية المتحدة: لقد عرف قانون إمارة دبي رقم 02 لسنة 2002 التجارة الإلكترونية بأنها " المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية " ⁽⁴⁾

⁽¹⁾ عبد الفتاح بيومي حجازي، "التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق ، ص 28

⁽²⁾ بلقاسم حامدي، مرجع سابق، ص 16 .

⁽³⁾ مرجع نفسه، ص ص 16-17 .

⁽⁴⁾ كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق ، ص 53 .

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05-18

مباشرة المعاملات التجارية بطرق ووسائل حديثة الكترونية أو وسائل قد تظهر مستقبلا و يكون التعاقد و توقيع الكتروني.⁽¹⁾

ب-تونس :

عرف قانون التجارة الالكترونية التونسي الصادر بتاريخ 09 أوت عام 2000 في المادة الثانية بأنها : " العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية " حيث يوضح بأنه أي تبادل تجاري سواء أو خدمات يكون عبر وسائل الكترونية و عرفها بأنها المعاملات التجارية التي تشمل كل من الإعلانات و البيع و توزيع و الخدمات التي تقوم على الإيجاب و القبول و ذلك عن طريق التبادل الإلكتروني بوسائل الالكترونية الحديثة أي كانت .⁽²⁾

ج-المصري:

لقد جاءت المادة الأولى من مشروع القانون المصري المتعلق بالتجارة الالكترونية على انها " عملية بيع وشراء عبر شبكات الالكترونية على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الكمبيوتر وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية " ⁽³⁾ وعرفها الفقه المصري أيضا بأنها تنفيذ كل المعاملات من بيع وشراء سلع وخدمات التي تتم بين مستهلك ووحدة الأعمال أو بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى ⁽⁴⁾

د-الجزائر:

أقر المشرع الجزائري تنظيم الانترنت كنشاط اقتصادي أول مرة في المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 أوت 1998 المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت و استغلالها.

⁽¹⁾ بلقاسم الحامدي ، مرجع سابق ، ص 17 .

⁽²⁾ عبد الفتاح بيومي حجازي " التجارة الالكترونية العربية" ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية، 2006 ، ص ص 8 — 12 .

⁽³⁾ ذهبي خدوج ، مرجع سابق ، ص 16 .

⁽⁴⁾ عبد الفتاح بيومي حجازي " التجارة الالكترونية العربية" مرجع سابق، ص 19 .

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05-18

و تم تعديله في المرسوم التنفيذي رقم 307-2000 المؤرخ 14 أكتوبر 2000 و عدة تعديلات أخرى لهذا القانون.⁽¹⁾

و قد تم تنظيم المشرع للتجارة الإلكترونية في قانون خاص بها و هو قانون رقم 05/18 المنظم لتجارة الإلكترونية حيث عرفها في المادة 06 فقرة 01 بأنها " النشاط الذي يقوم بموجبه موزع الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية " ⁽²⁾

و قد أشار التشريع الجزائري للتجارة الإلكترونية في بعض النصوص القانونية ذات صلة. و من هذه النصوص المواد 323 و 323 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري " يعتبر الإثبات بكتابة في الشكل الإلكتروني كإثبات على الكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وان تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".⁽³⁾

الفرع الثالث: الفرق بين التجارة الإلكترونية و التقليدية

سنتناول في هذا الفرع أهم الفروقات بين التجارتين الإلكترونية و التقليدية من خلال إبراز طريقة التعامل بين كل منهما في مجال المعاملات التجارية هذا من جهة، و من جهة أخرى دراسة ووسائل الاتصال المعتمدة لكلاهما .

و من أهم هذه الفوارق ما يلي:

تشترك التجارة الإلكترونية و التقليدية في نفس الأنشطة حيث تتضمن التسويق و المبيعات و الدفع و تلبية الطلبات و خدمة الزبون ، و منه نستنتج أنه هناك تشابه كبير بينهم لكن يختلفان في كيفية تنفيذ هذه الأنشطة، حيث تكون المعاملات في التجارة التقليدية مادية بحتة فالمنتج مادي

⁽¹⁾ بلقاسم حامدي ، مرجع سابق ، ص 17 .

⁽²⁾ قانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ج.ر، ع28.

⁽³⁾ الامر رقم 75-58 المؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07، المؤرخ في 13/05/2007، ج.ر. ع31.

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05-18

والوكيل مادي أما التجارة الإلكترونية تركز معاملاتها على الرقمنة حيث تتم عمليات توصيل الكترونيا وكذلك الوكيل و المنتج إما الكتروني أو مادي .⁽¹⁾

تختلف التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية في الوسائل المستعملة للاتصال حيث أن الأولى تتميز بسرعة تبادل المعلومات و معالجتها و ذلك لاعتمادها الكلي على الانترنت، مثلا عند طلب السلعة التي تتم عن طريق البريد الإلكتروني على عكس التجارة التقليدية حيث تتعدد وسائل الاتصال فيها و هو ما يؤدي إلى حدوث تأخر في معالجة الطلبات و صعوبة التنسيق بين الأطراف خلافا للمثال الأول فإن طلب السلعة يتم برسالة بريدية أو استمارة .⁽²⁾

و من خلال ما قدمناه من اختلافات نستنتج أن هناك ثلاثة تقسيمات للتجارة و هي :

■ **التجارة الإلكترونية بحثة:** ويقصد بها أن تكون المعاملات فيها من خلال الأنترنت أي رقمية حيث تشمل الوسيط و السلعة و العملية .

■ **التجارة التقليدية بحثة:** و يقصد بها أن يتم النشاط التجاري بطريقة مادية ملموسة أي التوجه إلى المحلات .

■ **التجارة الإلكترونية الجزئية:** بمعنى أن تكون المعاملة جزء منها رقمي و جزء منها ملموس أي مادي، حيث يكون الطلب من خلال الموقع الإلكتروني و التسليم يكون مادي على طريقة التجارة التقليدية.⁽³⁾

الفرع الرابع: شروط التجارة الإلكترونية و خصائصها

تقوم التجارة الإلكترونية باعتبارها عملية تبادل بين طرفين عبر شبكة الاتصال للسلع و الخدمات على مجموعة من الخصائص و كذلك بعض الشروط التي قد حددها قانون 05-18 الجزائري الخاص بالتجارة الإلكترونية و يمكننا إبراز الشروط و الخصائص في ما يلي :

⁽¹⁾ محمد حسين الطاني ، مرجع سابق ، ص ص 22، 23 .

⁽²⁾ صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص 09 .

⁽³⁾ سمية ديمش " التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر "، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية الاقتصادية و علوم تسيير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2011 ، ص 40 .

-أولا : شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

أشار المشرع الجزائري في القانون 05-18 الخاص بالتجارة الإلكترونية إلى مجموعة من الشروط للممارسة التجارة الإلكترونية و ذلك في نص المادة 08 و المادة 09.

حيث نصت المادة 08 على أن نشاط التجاري يتطلب أولا التسجيل في سجل تجاري أو سجل صناعات التقليدية ثم نشر موقع الكتروني على شبكة الانترنت ممتدا بـ Com.Dz حيث يجب أن يتوفر هذا الموقع على وسائل تسمح للمورد بالتأكد من صحته.⁽¹⁾

و قد جاءت المادة 09 في مضمونها على وجوب إنشاء بطاقة وطنية للمورد الإلكتروني لدى المركز الوطني للسجل التجاري حيث تنشر هذه البطاقة عن طريق الاتصالات الإلكترونية مما يسمح للمستهلك الإلكتروني بالاطلاع كما يجب إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري قبل الشروع في ممارسة أي نشاط تجاري و هو ما يضمن للمستهلك الإلكتروني حقوقه في الحالة حدوث نزاع بين الأطراف.⁽²⁾

-ثانيا : خصائص التجارة الإلكترونية :

- تقوم التجارة الإلكترونية على مجموعة من الخصائص سنتناول البعض منها :
- تتميز الأنشطة التجارية الإلكترونية بالتداخل و تنوع في المنتجات سواء كان التنوع في المنتجات مادية أن يتم تسليمها بطريقة تقليدية أو منتجات رقمية يتم تسليمها بطريقة الكترونية مباشرة و هو ما يدفع الشركات إلى تغيير طرق التوصيل و التسليم .
 - تقوم التجارة الإلكترونية على التعاملات الكترونيا حيث يكون التفاوض على الشراء و التعاقد و الدفع و الاستلام الكترونيا دون استعمال ورقي .
 - إن تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف تفصل بينهم مسافات طويلة مما يصعب التعرف على هوية المتعاملين و هو ما يعتبر من سلبيات التجارة الإلكترونية.

(1) المادة 8 من القانون 05-18.

(2) المادة 09 من القانون 05-18.

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05-18

- تعتمد الأنشطة الإلكترونية على الانترنت التي تتميز بالسرعة لذلك فإن مفاهيم التجارة الإلكترونية تتغير بسرعة.⁽¹⁾
- إن التطور المتواصل للتجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور وظائف جديدة المتمثلة في برمجة التطبيقات والمواقع، وفي المقابل أدى هذا التطور إلى فقدان بعض الوظائف كعمال التوزيع والسماسة.⁽²⁾
- من أهم خصائص التجارة الإلكترونية أنها وسيلة للتأثير المباشر على أنظمة الحاسب الآلي ، بمعنى عملية التبادل الإلكتروني للبيانات مما يحقق عملية انسياب للمعلومات والبيانات التي تتم تداولها من قبل الجهات المشتركة للعملية التجارية والذي دون تكلفة أو تدخل بشري⁽³⁾
- الاعتماد على الركائز الأساسية الإلكترونية تنفيذ المعاملات التجارية التي تتم عن بعد ، بمعنى انعدام مركز العقد . حيث يكون التلاقي عبر شبكة الاتصالات .⁽⁴⁾
- الاعتماد على الوسيط الإلكتروني . بمعنى استخدام وسائل الكترونية مثل الكمبيوتر والتي تكون موصولة بشبكات العالمية المفتوحة او الشبكات الخاصة المغلقة . كما تساهم في تطوير كل من منشآت الأعمال وتعمل على تحسين مهامها من خلال التكيف بسرعة مع احتياجات العميل ، خاصة وان اعتماد التجارة الإلكترونية يساهم في انعدام استعمال المستندات الورقية ولو بشكل جزئي في عملية التعاقد الإلكتروني .⁽⁵⁾

(1) صراع كريمة ، مرجع سابق ، ص 20 - 21 .

(2) بلقاسم حامدي ، مرجع ، ص 21 .

(3) أحمد عبد الله العوضي، "العوامل المؤثرة في تسويق التجارة الإلكترونية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، كلية الدراسات التجارية ، عدد 6

الكويت، ص 169 .

(4) أحمد عبد الله العوضي ، مرجع نفسه ، ص 169 .

(5) بن وارث حكيمة ، " دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة - مع الإشارة للعالم العربي - مذكرة لنيل شهادة ماجستير

في العلوم الاقتصادية ، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي الجزائر ، 2007-2008 ، ص 46، 48

المطلب الثاني: صور التجارة الإلكترونية

هناك العديد من الصور للتجارة الإلكترونية حيث تصنف حسب طبيعة أطراف المعاملات الإلكترونية منها: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال و بين وحدة الأعمال و المستهلك، و بين وحدة الأعمال و الحكومة، و بين المستهلك والإدارة المحلية.

الفرع الأول: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال و وحدة الأعمال

و هي ما يطلق عليها رمز B2B و تتمثل في تبادل الخدمات أو المنتجات في ما بين الشركات عبر الوسيط الإلكتروني و تكون في أغلب الأحيان على مستوى الدولي.⁽¹⁾

و يستعمل هذا النوع من التجارة في ما بين الشركات، من خلال طلبت الشراء والفواتير و كيفية سدادها عبر شبكة الاتصال الإلكتروني.⁽²⁾

حيث يتم أغلب تعاملات هذه تجارة الإلكترونية في ما بين المؤسسات في شراء و توزيع و شحن و نقل و توصيل المنتجات و الخدمات، عن طريق استخدام التكنولوجيا الرقمية.⁽³⁾

و تعتبر هذه الفئة من التجارة الإلكترونية راسخة منذ سنوات طويلة حيث يعتمد عليها خاصة في التبادل الإلكتروني للبيانات.⁽⁴⁾

(1) عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سابق، ص 26 .

(2) يوسف حسن يوسف، " التجارة الإلكترونية و أبعادها القانونية الدولية "، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011، ص 16 .

(3) محمد حسين الطافي، مرجع سابق، ص 30.

(4) محمد خميخم، مرجع سابق، ص 10 .

الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال و المستهلك

يرمز لها B2C تتمثل في عرض المؤسسة أو الشركة للسلع أو الخدمات على المستهلك و الإعلان عنها و بيعها و إتمام التسليم و الدفع من خلال شبكة الانترنت و يتم الدفع عن طريق بطاقات الائتمان و الشبكات الإلكترونية و قد يكون نقديا عند تسليم⁽¹⁾.

و يطلق على وحدة الاعمال والمستهلك ، تجارة التجزئة حيث انتشرت ثقافتها كثيرا في هذه الفترة بين الدول و هذا راجع لا كتساح التكنولوجيا لوسائل الاتصال في العالم خاصة مع إدراك المستهلكين لهذه التطورات والسعي لاستخدامها، في إطار التجارة الإلكترونية.⁽²⁾

و سميت أيضا بالمراكز التجارية على الانترنت حيث أصبحت تسهل على المستهلك شراء السلع والخدمات ، ويكون التسديد عن طريق بطاقة الائتمان وكذلك المصارف الإلكترونية أو من خلال الدفع عند استلام السلع المطلوبة عبر الانترنت .⁽³⁾

إلا أن هذا الشكل من التجارة الإلكترونية يواجه عقبات متعددة في ما يتعلق بالبائع والمستهلك لافتقار ضمان سرية البيانات التي أدلى بها على الانترنت والخوف من التعدي على خصوصيته.⁽⁴⁾

الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال و الحكومة

يرمز لها (B2G) و هي كل ما يشمل من المعاملات بين الشركات و المنظمات الحكومية ، مثال ذلك تسوية الشركات لضرائبها عبر الانترنت أو الاطلاع على الرسوم و اللوائح و النماذج و الإجراءات التي تعرضها الحكومة عبر الانترنت .⁽⁵⁾

(1) كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق ، ص 80 .

(2) سمية ديمش ، مرجع سابق ، ص 46 .

(3) يوسف حسن يوسف ، مرجع سابق ، ص 16 .

(4) محمد خميخ م ، مرجع سابق ، ص 10 .

(5) سمية ديمش ، مرجع سابق ، ص 48 .

وتمشيا مع ما تم ذكره، فإنه بإمكان شركات الأعمال الاطلاع عليها عن طريق الوسائل الإلكترونية

حيث تقوم بإنهاء كافة المعاملات الكترونيا، دون اللجوء إلى المؤسسات الحكومية .⁽¹⁾
و نستنتج في الأخير أن هذا نوع من التجارة الإلكترونية هو عبارة عن تبادل معلومات بين الحكومة و الشركات باستخدام الانترنت .⁽²⁾

الفرع الرابع: التجارة الإلكترونية بين المستهلك و الإدارة المحلية (الحكومية)

يعتبر هذا النوع من تجارة الإلكترونية حديث النشأة حيث يتمثل في تنظيم المعاملات بين المستهلك و الإدارة مثلا في تسديد الضرائب عبر الانترنت.⁽³⁾
أو قيام الأفراد بتحديد رخص السيارات أو بطاقة الهوية أو تقديم للوظائف المعلن عنها في مواقع الانترنت.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ بولحية شهير، لكحل شهرزاد " أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني "، مجلة الدراسات القانونية و الاقتصادية

،المركز الجامعي سي الحواس -بريكة-، باتنة، الجزائر، ع03، جوان 2019، ص 107 .

⁽²⁾ صراع كريمة، مرجع سابق، ص 17.

⁽³⁾ يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 16 .

⁽⁴⁾ صراع كريمة، مرجع سابق، ص 17 .

المبحث الثاني: المقصود بالمستهلك الإلكتروني

يحتاج المستهلك إلى توفير الحماية وضمان أمنه وسلامته، وخاصة أن هذا الأخير هو طرف الضعيف و الركيزة الأساسية في هذا التعاقد الإلكتروني، وذلك لما قد يوجهه من غش واحتيال من طرف مقدمي الخدمات، لهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى تعريفات المستهلك الفقهية والتشريعية وكذلك أهمية ومبررات حمايته وتقسيمها كالتالي :

المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني.

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني

يعتبر المستهلك الإلكتروني أهم طرف في التبادل التجاري الإلكتروني و هو العنصر الأساسي لنجاح هذه التجارة و ازدهارها ، و ذلك لكون المستهلك هو الطرف المنشئ للعلاقة التجارية أو التعاقد القانوني الإلكتروني لذلك سنتعرض في هذا المطلب بعض التعريفات للمستهلك الإلكتروني منها فقهية و تشريعية و كذلك التطرق إلى أهمية حماية المستهلك الإلكتروني .

الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

لقد انقسم الفقهاء عند محاولة تحديد مفهوم للمستهلك الإلكتروني إلى قسمين فمنهم من كان يتخذ تعريفه الجانب الضيق و القسم الآخر الجانب الواسع و هذا ما سنوضحه في ما يلي :

- أولاً: التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني:

عرف الجانب الفقهي الضيق المستهلك بأنه كل شخص يبرم تصرفات قانونية بهدف إشباع حاجيته الشخصية و العائلية ، كما يعرف بأنه كل شخص يقوم بشراء السلع و الخدمات لاستعمال غير مهني .⁽¹⁾

و يجب أن نذكر بأن المستهلك يمكن أن يكون شخص طبيعي أو شخص معنوي كالجمعيات الخيرية و النقابات حيث يجب أن تكون نشاطات هذه الأخيرة غير هادفة لتحقيق الربح .⁽²⁾

و نرى أن الفقهاء في هذا الاتجاه أجمعوا في تعريفهم للمستهلك بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية ، و لا يكون الغرض من حصوله على السلع و الخدمات لاستغلالها في المجال المهني و التجاري " .⁽³⁾

و لاكتساب الشخص صفة المستهلك إلا بتوافر الشروط الثلاثة التالية :

- أن يكون من الأشخاص المستخدمين للمنتوج أو الخدمة .
- أن يكون المنتوج أو الخدمة المطلوبة للاستعمال الشخصي أو العائلي غير المهني
- أن يكون محل الاستهلاك عبارة عن سلع أو خدمات.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ كوثر سعيد عدنان ، مرجع سابق ، ص 36 .

⁽²⁾ عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص 30 .

⁽³⁾ بولحية شهيرة ، لكحل شهرزاد ، مرجع سابق ، ص 109 .

⁽⁴⁾ خالد ممدوح إبراهيم ، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني" ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2008 ، ص ص 24 - 25 .

- ثانيا : التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني:

و لقد اتجه جانب من لفقه إلى التوسع في تحديد مفهوم المستهلك ، حيث أنه يمكن لكل شخص طبيعي أن يكسب منه المستهلك بغض النظر إذا كانت السلعة أو الخدمة المطلوبة للاستخدام الشخصي أو لغرض مهني.

لا طالما محل العقد لا يندرج فيه نشاط الذي يقوم به المتعاقد، و لم يكن له علم بالنشاط التجاري الذي يمارسه المتعاقد.⁽¹⁾

كما يعرف المستهلك أيضا على أنه " كل شخص يقوم بتصرف قانوني من أجل استخدام السلع أو الخدمات لاستخدامه الشخصي أو المزود ، أي أن المزود قد يكون شخص طبيعي أو شركة أو منتجا " ⁽²⁾

كما عرف أيضا هذا المصطلح بأنه تعاقد كل شخص تاجر كان أو غير تاجر لأجل إشباع الحاجة الشخصية لشراء سلع أو خدمات من أجل تحقيق ربح مادي.⁽³⁾ و نلاحظ أنه تعددت التعريفات لهذا المصطلح إلا أنها كلها تصب في نفس المعنى. و استنتج لم سبق نجد أن مفهوم المستهلك حدد بأنه تعاقد شخص طبيعي أو معنوي لاستعمال السلع أو الخدمات سواء كان الاستهلاك شخصي أو مهني مزود.

⁽¹⁾ كوثر سعيد عدنان خالد ، مرجع سابق ، ص 40 .

⁽²⁾ عبد الله ذيب محمود ، " حماية المستهلك في تعاقد الإلكتروني " ، دراسة مقارنة ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، 2012 ، ص 38

⁽³⁾ الذهبي خدوجة ، مرجع سابق ، ص 29 .

الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض التشريعات

باعتبار المستهلك هو طرف الضعيف في التعاقد، لجأت بعض التشريعات و المنظمات الدولية إلى تحديد و ضبط مصطلح المستهلك خاصة بعد اقترانه بكلمة مزود و غير مزود . لذلك سنتطرق أولاً إلى مفهوم المستهلك في المنظمات الدولية و ثم إلى مفهومها في التشريعات المقارنة.

- أولاً : تعريف المستهلك الإلكتروني في المنظمات الدولية :

عرف المجلس الأوروبي في التوجيه رقم 97 / 7 المستهلك بأنه " كل شخص طبيعي يرم عقداً من تلك التي تخضع لهذا التوجيه لأغراض لا تدخل في مجال نشاطه المهني " و قد عرفته السوق الأوروبية بأنه كل شخص يتأثر مباشرة أو غير مباشرة باستهلاكه لمختلف الظواهر الاجتماعية، و أن المستهلك لا يقتصر فقط على كونه مشتري أو مستخدم لسلع أو خدمات لأغراض شخصية .

واعتمدت محكمة العدل الأوروبية على تعريف الذي أصدرته اتفاقية روما في سنة 1980 في المادة 1/5 حيث نصت على أن جميع بنود هذه الاتفاقية تطبق في حالة إبرام شخص مستهلك لعقد استيراد مجموعة من السلع أو الخدمات و هذه السلع و الخدمات لا تستخدم لأغراض تدخل في مجاله المهني .⁽¹⁾

إلا أنه ألغى هذا النص سنة 2011 و تم اعتماد القانون 83 / 2011 الذي دقق في عرض النشاط حيث نص على أن المستهلك يعد كل شخص طبيعي يقوم بعملية شراء لسلعة أو خدمة لأغراض لا تدخل في نشاطه التجاري أو صناعي أو حر في أو الحر بالتالي فإن هذا الإصدار الأخير قد وسع نطاق الحماية للمستهلك "⁽²⁾

⁽¹⁾ خالد ممدوح إبراهيم ، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني"، مرجع سابق ، ص 25 .

⁽²⁾ ذهبي خدوج ، مرجع سابق ، ص 34 .

- ثانيا : تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريعات المقارنة :

1 تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الفرنسي :

عرف المشرع الفرنسي في القانون الصادر في 26 يوليو 1993 بأنه كل شخص يستعمل السلع و الخدمات لاستخدام الشخصي إلا أنه في صدور نهائي للقانون لم يعرف المستهلك⁽¹⁾.

و كذلك لم يعرفه المرسوم الفرنسي رقم 741 لسنة 2001 الخاص بحماية المستهلك. إلا أنه جاء بعض الفقهاء الفرنسيين لضبط تعريف المستهلك مقيدين له ، حيث عرف على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يستعمل السلع و الخدمات للاستعمال الشخصي غير مهني، و في حالة ما إذا أراد المهني التعاقد من أجل حاجاته الشخصية او العائلية فهو يكتسب صفة المستهلك أما إذا كان بغرض مزود فلا يعتبر مستهلك⁽²⁾.

2-تعريف المستهلك الإلكتروني في الإمارات العربية المتحدة :

أصدر القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة سنة 2006 قانون في م يخص حماية المستهلك و قد عرف هذا الأخير في مادته الأولى حيث أعتبر كل شخص يستفيد من سلعة أو خدمة بمقابل مادي أو بدونه لغرض استخدام شخصي⁽³⁾.

1-تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الفلسطيني :

عرف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 في مادته الأولى المستهلك بأنه كل شخص يقوم بشراء سلعة أو خدمة حيث لم يقيّد المشرع الفلسطيني مفهوم المستهلك في حكمة بل جعله مفتوحا⁽⁴⁾.

(1) خالد ممدوح إبراهيم ، "حماية المستهلك الإلكتروني" المجمع سابق ، ص 27 .

(2) عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص 34 — 35 .

(3) خالد ممدوح ، "حماية المستهلك الإلكتروني" ، ص 34 - 35 .

(4) عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص 31 - 32 .

2-تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون المصري :

صرح القانون المصري لحماية المستهلك سنة 2006 في مادته الأولى منه أنه كل شخص تقدم له مجموعة من السلع و الخدمات لغرض استخدامها في سد حاجاته الشخصية أو العائلية و قد أكد في هذا التعريف على الغرض من تصرفه حيث عرف المستهلك على أنه كل شخص يقوم بإبرام عقد للاستفادة من المنتجات بهدف استغلال شخصي حيث أن غير ذلك لا يعتبر مستهلك لا يندرج تحت قانون حماية المستهلك .⁽¹⁾

و حسب ما ذكر سابقا فإنه يمكننا أن نعرف المستهلك الإلكتروني فإنه كل شخص تقدم أو مجموعة من السلع و الخدمات لأغراض غير تجارية حيث يتسلمها ماديا أو حكما عبر وسائل الاتصال الإلكترونية .⁽²⁾

3-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري :

وضع المشرع الجزائري في ما يخص القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، تعريفا للمستهلك الإلكتروني حيث اعتبره أنه كل شخص يستفيد من منتجات بمقابل أو بصفة مجانية عن طريق اتصالات الكترونية من المورد الكتروني لاستهلاكه النهائي الشخصي ، وبناء على ذلك فإن الصفة المجانية التي يستفاد منها المستهلك تتمثل في عملية تقديم السلع والخدمات للجمعيات الخيرية وكذلك تقديم الإعانات.⁽³⁾

لكننا نجد قبل ذلك اعتمد المشرع للمفهوم الضيق للمستهلك حيث عرفه في القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المعدل والمتمم والمتعلق بحماية المستهلك في مادته الثالثة من الفقرة الأولى قد ذكر أنه يقصد بالمستهلك بأنه هو كل شخص طبيعي أو معنوي .

⁽¹⁾ عبد الله ذيب محمود ، المرجع السابق ، ص 33 .

⁽²⁾ خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 32 .

⁽³⁾ بولحية شهير ، لكحل شهرزاد ، مرجع سابق ، ص 110 .

يقتني بمقابل أو مجاناً منتجات أو خدمات بهدف الاستعمال الشخصي في سد حاجياته أو حاجيات شخص آخر أو حيوان متكفل به.⁽¹⁾

ولقد أشار المشرع الجزائري في القانون 04 - 02، المتضمن قواعد الممارسات التجارية، فلقد اتخذ المشرع نفس الموقف في المادة الثالثة حيث ذكر أنه كل شخص يقتني سلع أو خدمات معروضة له لاستخدام لأي غرض مهني يقصد به المستهلك .

و قد أكد المشرع الجزائري هذا التعريف في المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المتعلق بالرخص المسبقة للإنتاج المواد الأساسية التي تشكل خطر من نوع خاص و استيرادها حيث ذكر فيها أن المنتج الاستهلاكي هي أي منتج موجه للاستخدام الشخصي بشكل نهائي.⁽²⁾

الفرع الثالث: أهمية حماية المستهلك الإلكتروني

بعدما تطرقنا إلى التعريفات الفقهية و التشريعية عن المستهلك يجدر بنا أن نذكر أهمية توفير الحماية للمستهلك إلا أنه يجب الإشارة إلى تحديد مفهوم حلقة المستهلك أولاً ثم بعد ذلك التطرق إلى الأهمية

أولاً : تعريف حماية المستهلك الإلكتروني :

حاجة المستهلك للحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي وذلك لكونه الطرف الضعيف في التعاقد ورغبة التجار والمنتجين في الربح السريع وهذا ما يجعلهم يتبعون أساليب غير مشروعة والاحتيال والغش في المنتجات خاصة وأن المعاملات الإلكترونية تكون عن بعد وهذا ما قد يعرض المستهلك لمخاطر كبيرة لذلك وجب حماية المستهلك ووضع قوانين وقائية من هذه المخاطر ورفع الضرر عليه.⁽³⁾

(1) صياد صادق " حماية المستهلك في ظل قانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش "؛ مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية ، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة ، الجزائر، 2014 ، ص 35 .

(2) ذهبي خلوجة ، مرجع سابق ، ص 28 .

(3) محمد خميخم ، مرجع سابق ، ص 15

ولقد تم تعريف حماية المستهلك على أنه " حفظ حقوق المستهلك و ضمان حصوله عليها من البائعين بكافة صورهم سواء كانوا تجارا أو صناعا أو مقدمي الخدمات " و بما أن تعريف حماية المستهلك يركز على كفالة حقوق المستهلك من أجل الحصول على السلع و الخدمات فإن حقوق المستهلك تتمثل في ما يلي:

- الحق في الاستلام.
- الحق في حماية مصالحه الاقتصادية .
- الحق في الإعلام .
- الحق في الاختيار. ⁽¹⁾

و قد تتمحور حماية المستهلك في بعض المجالات التي سندكرها على شكل نقاط كالتالي:

- حماية الامن الجسدي .
- حماية المصلحة الاقتصادية.
- حماية الإرادة التعاقد.
- حماية الفكر و الثقافة ⁽²⁾

- ثانيا: أهمية حماية المستهلك الإلكتروني:

تكمن أهمية توفير الوقاية للمستهلك باعتباره طرف ضعيف في تعاقد سواء اقتصاديا أو

قانونيا مقارنة بالمهني نظرا لاحترافه.

و كذلك فإن الثقافة في التبادلات الإلكترونية يكون عن طريق الانترنت حيث تكون السلع

أو الخدمات محل التعاقد عن بعد أي لا تكون بين يدي المستهلك .

⁽¹⁾ عبد الحميد الدسيطي ، " حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية للمسؤولية المنتج "، دراسة مقارنة ، دار الفكر و القانون للنشر و التوزيع ، مصر ، 2009 ، ص 35 .

⁽²⁾ خالد ممدوح إبراهيم ، "حماية المستهلك الإلكتروني في العقد الإلكتروني"، ص 40 .

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05-18

و أيضا من اجل حماية المستهلك من المخاطر و رفع الضرر الذي يمكن أن يتعرض إليه في هذه المعاملات الاستهلاكية أثناء التعاقد الإلكتروني سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي .⁽¹⁾

(¹) عبد الحميد الدسيطي ، مرجع سابق ، ص 41 ، 42 .

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

يعتبر المستهلك الإلكتروني الركيزة الأساسية في العملية الاستهلاكية، إلا أن هذا الأخير قد يتعرض لبعض التهديدات التي من شأنها أن تؤثر على أمنه وسلامته لذلك وجب تكريس حماية للمستهلك الإلكتروني .

وفي ذات المقام فإن استخدام المستهلك الإلكتروني لشبكة الانترنت يعبر عن تداوله للمعاملات التجارية الإلكترونية،

وعليه وجب تبيان أهم المبررات لحماية المستهلك الإلكتروني الذي يعتبر الطرف الضعيف مقارنة بالمزود، و تتمثل هذه المبررات في افتقار المستهلك لتقنيات الإلكترونية و كذلك التطوير الحديث لشبكة الانترنت، و أخير حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية و سنستعرضها في ما يلي:

الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الانترنت

إن ظهور و انتشار أجهزة الحاسوب في أواخر الثمانيات ، أدى إلى اعتماد الشركات التجارية لها خاصة بعد إنشاء شبكات تتضمن بريد الكتروني ، حيث يستعملونها المستخدمون في تبادل الرسائل فيما بينهم ، إلى أن تم اكتشاف شبكة الانترنت في أوائل التسعينات التي شملت تطور في التقنيات و الوسائل لهذه الشبكة حيث رأت تفاعل من جانب المستهلك بسبب وصول السلع و الخدمات بطريقة سهلة و تقنية .⁽¹⁾

وذلك لأن شبكة الانترنت تعتبر من أحدث الخدمات حيث يعتمد المستهلك للتواصل فيها على الوسائل الحديثة كالهاتف الذكي واللوح الإلكتروني وجهاز الحاسوب ويعبر هذا التطور التقني واقع علمي قابل لتحديث في كل لحظة.⁽²⁾

(1) عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص 59 .

(2) محمد خميخ ، مرجع سابق ، ص 15 .

مما ينبغي تحسين العلاقة التجارية بين المستهلك و المزود من أجل أداء أفضل لعملية التبادل التجاري الإلكتروني.⁽¹⁾

الفرع الثاني: حاجة المستهلك للخدمات

إن تطور الواقع في مجال التجاري عبر الانترنت يجعل من المستهلك يهتم بالمواقع التجارية عبر شبكات الانترنت كونها تحتوي على مجموعة من الخدمات منها : العقارية و السياحية و المصرفية و بيع التذاكر الطائرات و الحجوزات في الفنادق و غيرها من الخدمات التي تسهل على المستهلك المشاغل الحياتية .⁽²⁾

لأن حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية كون الخدمات و السلع ذات جودة عالية، رجوعا إلى تنافس المواقع من أجل تقديم الأفضل للمستهلك.

و ذلك لحاجة المستهلك لهذه الخدمات و الإقبال عليها دون معرفة ما قد ينتج عن هذا التعاقد و باعتبار الطرف الضعيف في هذا التعاقد عكس التاجر فهو الطرف القوي نظرا لاحترافه في السوق الإلكتروني لذا فالواجب هو حماية المستهلك حماية شاملة و ضمان مصالحه و عدم التعدي على حقوقه .⁽³⁾

وهذا لما يفتقده المستهلك من خبرة ومعرفة في هذا المجال التكنولوجي الذي قد ينجر عنه دخوله في علاقات وهمية وبالتالي تعرضه للاحتيال والخداع.⁽⁴⁾

الفرع الثالث: افتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية الإلكترونية

إن شبكة الانترنت يصل استعمالها للعالم بأكمله حيث أنها متاحة للجميع الناس عبر الحدود فتعتبر الوسيلة التي تسير التبادل الإلكتروني ، فشبكة الانترنت تمثل حالة العرض للسلع و

(3) سليم لدغش ، "حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت و الحريات "، جامعة زيان عاشور ، ع 4 ، أبريل 2017 ، ص 107

(2) عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص ص 60 ، 61 .

(3) شلغوم مريم، " حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني "، مذكرة مكملة لشهادة الماستر ، حقوق تخصص قانون أعمال ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، الجزائر ، 2018 ، ص 26 .

(4) سليم لدغش ، مرجع سابق ، ص 362

الفصل الأول: الإطار القانوني للمستهلك الإلكتروني على ضوء قانون 05-18

المنتجات و الخدمات ، فمواقع الانترنت و البريد الإلكتروني هي الأساس لعرض السلع و الخدمات و كذلك الوسيلة لتعاقد بين المستهلك و المهني ، فهي تسهل على المستهلك الحصول على الخدمات و المنتجات .

و هذا ما يمثل مدى معرفة و مقدرة المستهلك على استعمال جهاز الحاسوب و شبكة الانترنت .⁽¹⁾

فلتقار المستهلك لىقتيات الإلكترونية إضافة إلى مشاكل التي قد تواجهه عند قيامه بتصرفات دون معرفة حقوقه و كيفية حمايتها هنا يجب إعلام المستهلك بكل الالتزامات التي سيتعهد بها أثناء التعاقد الإلكتروني و تحديد العلاقة وفق لمبدأ المساواة الطرفين .

خاصة بعد تطور مفهوم حماية المستهلك الذي يشمل الإجراءات و تنظيمات التي تحمي المستهلك ابتداء من الخدمة إلى السلعة و العقود المبرمة أيضا

(1) عبد الله ذيب محمود ، مرجع سابق ، ص ص 61 ، 62 .

الفصل الثاني :
آليات حماية المستهلك
الالكتروني

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

بم أن العالم اليوم يشهد تطورا سريعا في مختلف المجالات ، وخاصة المجال الاقتصادي يظهر لنا جليا هذا التطور وبالتحديد في الأنشطة والمعاملات التجارية التي باتت تأخذ شكلا جديدا تواكب التطور التكنولوجي الحاصل بفضل التحول الرقمي.

مما لاشك فيه فإن التحول الرقمي ساهم في خلق بيئة جديدة لعمليات عرض السلع والخدمات عبر الانترنت، وإبرام العقود الإلكترونية عن طريق التجارة الإلكترونية كبديل رقمي ساهم في خلق مسميات ومفاهيم جديدة كما سبق القول

ومن المقتضيات القانونية التي أوجب لها المشرع حماية قانونية وهو المستهلك الإلكتروني الذي يمثل إشكالية أساسية في عملية التعاقد الإلكتروني خاصة عند تعرضه إلى الانتهاكات الغير قانونية و التي يواجهها في العقد باعتباره طرفا فيه وان التجارة الإلكترونية ما هي إلا وسيلة لإشباع حاجاته الاستهلاكية .

وعليه فإن في هذا الفصل سنتناول فيه الآليات القانونية التي وضعت من أجل حماية المستهلك وكذلك الجزاءات المترتبة في حالة الإخلال بهذه الضمانات أو الالتزامات .وفي هذا المقام قسمنا الفصل إلى مبحثين كالآتي :

المبحث الأول : الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

من أهم الآليات القانونية التي وضعت لحماية المستهلك الإلكتروني ، هي الحماية المدنية باعتبارها من الضمانات القانونية التي تتماشى مع مراحل إبرام العقد الإلكتروني والتي تكفل حماية قانونية وفعالة لضمان حقوق المستهلك من أي انتهاك قد يمارس على المستهلك الإلكتروني وذلك بهدف تحقيق توازن عقدي بين الطرفين .

وعليه فإن في هذا المبحث سنت لول أهم الضمانات التي كفلها المشرع للمستهلك الإلكتروني.

- **المطلب الأول:** الضمانات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني في إبرام العقد.
- **المطلب الثاني:** الضمانات المقررة لحماية المستهلك في تنفيذ العقد.

المطلب الأول: الضمانات المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني في إبرام العقد

لقد تضمن المشرع مجموعة من الضمانات القانونية تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني في أهم مراحل العقد الإلكتروني، وهي مرحلة إبرام العقد و هذه الدراسة سنتناول ما يلي:

- أولا : حق المستهلك في تقرير حقه في الاعلام الإلكتروني.
- ثانيا : حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.
- ثالثا : حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلانات التجارية الإلكترونية.

الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في تقرير حقه في الإعلام الإلكتروني

إن أهم ما يمثل الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني ، هو حقه في الإعلام باعتباره من الالتزامات التعاقدية الواجب توفرها قبل إبرام العقد ، من خلال هذا الفرع سنقدم تعريف الالتزام بالإعلام بالالكتروني - أولا - ثم تحديد مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني - ثانيا - جزاء الإخلال بالتزام الإعلام .

-أولا: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

من أهم التعريف التي عرفت حق الالتزام في الإعلام الإلكتروني ما يلي:
عرفه الفقه بأنه "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بآن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات الأزمة لإيجاد رضا سليم على علم وكافة التفاصيل هذا العقد"⁽¹⁾
ولضمان حماية المستهلك الإلكتروني وجب " جعله في أمان ضد مخاطر المنتج الذي يشتريه، سواء كان سلعة أو خدمة وهو ما يفرض على المهني التزاما بإحاطة المستهلك بظروف العقد وملاساته"⁽²⁾

وعليه فإن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه أحد الطرفين على اعتبار امتلاك أحدهما المعلومات الأساسية والجوهرية فيما يخص العقد المراد إبرامه بتقديمها عن طريق وسائط الكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائط خاصة⁽³⁾.

-ثانيا: مضمون مبدأ الالتزام بالإعلام الإلكتروني:

يتمثل مضمون مبدأ الالتزام بالإعلام الإلكتروني في ما يلي:

أ- تحديد هوية المورد الإلكتروني

لقد تضمن المشرع الجزائري في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على إلزامية تحديد هوية المورد الإلكتروني سواء كان شخص طبيعي أو معنوي على أن يقوم هذا الأخير بتسجيل نفسه في السجل الوطني للسجل التجاري وإضافة اسم و موقعه و كذلك إنشاء بطاقة

⁽¹⁾ خالد إبراهيم ممدوح ، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني"، ص94

⁽²⁾ خليف مريم ، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، دفا تر السياسة والقانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بشار، الجزائر، ع 4، 2011، ص5

⁽³⁾ حوالف عبد الصمد، "الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية" الأكاديمية للدراسات الاجتماعية، قسم العلوم

الاقتصادية والقانونية ع 15، 2016، ص 125 .

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

وطنية بأسماء الموردين الإلكترونيين لدى مصالح السجل التجاري الوطني قبل ممارسة العمل التجاري ولتكون في متناول المستهلك الإلكتروني للتأكد من هوية المورد الإلكتروني.⁽¹⁾

ب - تحديد الصفات الأساسية للمنتوج محل الطلب :

إن تحديد الصفات الأساسية للمبيع من طرف المهني العادي أو الإلكتروني يجب أن تتضمن ذكر البيانات الأساسية له وكيفية الاستعمال وذكر المخاطر الممكن حدوثها عند استخدام المبيع.⁽²⁾

كما أشار القانون 05-18 في مواده على ضرورة تقديم العرض التجاري بطريقة مفهومة ومرئية وكل ما يتعلق بطبيعة وخصائص استعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب الرسوم.⁽³⁾

ج - تحديد بنود وشروط العقد

يتمثل تحديد بنود العقد من خلال إعلام المستهلك بجملة من الشروط التي تمثل شروط الضمان التجاري و خدمة ما بعد البيع وكذلك تبيان عملية مراحل تنفيذ العقد. إضافة إلى شروط فسخ العقد آجال العدول وتحديد موعد التسليم والشروط العامة للبيع .⁽⁴⁾

كما تجدر الإشارة أنه لا بد من تحديد اللغة المستعملة في العملية التعاقدية حيث نلاحظ أن معظم التشريعات المقارنة اشترطت أن يتم إعلام المستهلك باللغة الوطنية.⁽⁵⁾

(1) الزهرة جغريف، "الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراس على ضوء القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، ملج المعيار، مجلد 24، ع، 51، 2020، ص719

(2) دليلة معزو، الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني ومدى فعالية وشمولية قانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة معارف ع8، 2010، ص89.

(3) انظر المادة 11 من القانون 05-18.

(4) الزهرة جغريف، مرجع سابق، ص ص720-721

(5) نصيرة غزالي، "الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في التجارة الإلكترونية"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج6، ع02، 2019، ص76.

-ثالثا: جزاء الإخلال بالتزام الإعلام الإلكتروني :

لذلك فإنّ المشرع قد اعترف للمستهلك الإلكتروني بحقان هما:

أ - إبطال العقد الإلكتروني:

طبقا للقواعد العامة فإنه يشترط لصحة التراضي خلو الإرادة من العيوب مثل الغلط والإكراه والتدليس مما يجعل العقد قابلا لإبطال وهذا ما ينطبق كذلك على التعاقد الإلكتروني⁽¹⁾ ، حيث أن المشرع في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية قد أشار إلا أنه في حالة الإخلال بلبواد 10 و13، من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي قد يلحقه.⁽²⁾

ب - التعويض:

لقد أشارت المادة 14 إلى وجوب تقرير التعويض عن الضرر الذي يلحق بالمستهلك الإلكتروني.

وعليه فإنّ طلب التعويض بجانب يكون إرضاء للمستهلك في الحالات التي يقدم له معلومات وبيانات ناقصة ونقل إعلام مغلوطة لاسيما الترويج إلى دعاية كاذبة والتي تحمل المستهلك للتعاقد وعليه فإنّ التعويض هو الجزاء المناسب في مثل هاته الحالات.⁽³⁾

الفرع الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

إن المستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية لا يستطيع مناقشة شروط العقد ، وهذا راجع لخصوصية العقد من جهة ومن جهة أخرى فإنّ للمستهلك الإلكتروني يعتبر الطرف

(1) بوزكري انتصار، "الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني"، أطروحة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق جامعة الباز 2 سطيف، الجزائر، 2013، ص31.

(2) انظر المادة 10-13 من القانون 05-18.

(3) كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص381.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

الضعيف في العلاقة التعاقدية ويكون لهذا الأخير إلا قبول الشروط التعسفية و يكون أمام عقد من عقود الإذعان وهذا راجع إلى حقائق موضوعية ومعلوماتية يتمتع بها المورد.⁽¹⁾

-أولا: تعريف الشروط التعسفية:

لم يعرف المشرع الجزائري الضمانات الواجب توفرها لحماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية بالرغم من صدور القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ولكن تجدر الإشارة إلى أن المادة 4 من القانون 10-06 المعدل و المضمّن للقانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث نصت على التالي " كل اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة حررت مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن لهذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه.⁽²⁾

ولقد نصت المادة 3/5 من القانون رقم 04-02 على تعريف الشرط التعسفي "وهو كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى حتى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات أطراف العقد".⁽³⁾

-ثانيا: مميزات الشرط التعسفي:

أ - ميزة الشرط التعسفي الفاحش أو المفرطة:

لقد سبق القول و أن الشرط التعسفي يقوم على ميزة مفرطة والتي تحسب وتقدر للطرف القوي، الذي يستعمل نفوذه الاقتصادي لاستغلال الطرف الضعيف من خلال تعسفه في استعمال حقه للحصول على مزايا تخلق تباين واضح في حقوق والتزامات الطرفين واختلال التوازن العقدي.⁽⁴⁾

(1) أسامة أحمد بدر، "حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني" (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2005، ص 190.191

(2) زوليخة بن طاية، "الحماية القانونية للمستهلك الرقمي في الشروط التعسفية"، مجلة الأبحاث والدراسات الأكاديمية، جامعة بسكرة، الجزائر، مجلد 7 عدد 1، 2010، ص 215.

(3) القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر، ع 41، ص 3.

(4) حمار فتيحة، "الرقابة القانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية على عقود الاستهلاك" (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقره بومرداس، الجزائر، 2017، ص 13.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

وعليه تضمين الشرط التعسفي داخل العقد يؤدي خلق اختلال بين واجبات والتزامات الأطراف خاصة في عقد الاستهلاك الإلكتروني فهنا نكون أمام تعسف المورد في استعمال نفوذه الاقتصادي بما أن وضع هذا الشرط يمنح لهذا الأخير ميزة مفرطة لصالحه.⁽¹⁾

ب - ميزة التعسف في استعمال القوة الاقتصادية

إن مسألة التعسف في استعمال القوة الاقتصادية مسألة ينفرد بها طرف على آخر، وهو المستهلك لما يلحق له من ضرر ويعتدي على حقوقه وذلك راجع لانفراد المحترف وحده بوضع شروط العقد مسبقا ليعرضه على المتعاقد وعليه من مظاهر استعمال القوة الاقتصادية هو التحرير الأحادي والمسبق لبنود العقد.⁽²⁾

- ثالثا: مكافحة الشرط التعسفي في العقد الإلكتروني:

نظرا لخصوصية العقد الإلكتروني فلقد تضمن المشرع ضمانات قانونية تهدف إلى تحقيق التوازن بين الشروط العقدية.

أ - الضمانات الواجب توفرها لتحقيق التوازن بين الشروط التعاقدية أثناء تكوين العقد:

لقد نص المشرع في المادة 90 من القانون المدني الجزائري على ما يلي: "إذا كانت التزامات أحد المتعاقدين متفاوتة كثيرا في النسبة مع ما حصل عليه هذا المتعاقد من فائدة بموجب العقد مع التزامات المتعاقد الآخر، وتبين أن المتعاقد المغبون لم يبرم العقد إلا أن المتعاقد الآخر قد استغل فيه طيشا بينا أو هوى جامحا جاز للقاضي بناء على طلب المتعاقد المغبون أن يبطل العقد أو أن ينتقص التزامات".⁽³⁾

(1) زولبيخة بن طاية، مرجع سابق، ص 138.

(2) رباحي احمد، "اثر التفوق الاقتصادي للمحترف على الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن"، مجلة اقتصاديات

شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، ع 5، ص 376.

(3) المادة 90 من القانون المدني الجزائري

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

و في ذات السياق فإن ل لقضاء دور أساسي لتعديل الشروط التعسفية خاصة و أن الحماية الواجب توفرها تكون في حالة عدم قبول المستهلك لمثل هاته الشروط مما يترجم عدم رضا المستهلك من ذلك.⁽¹⁾

ب - الضمانات الواجب توفرها في تحقيق التوازن العقدي أثناء تنفيذ العقد:

بما أن المشرع في نص المادة 110 من القانون المدني الجزائري أعطى للقاضي السلطة التقديرية في تعديل أو إعفاء الشروط التعسفية في عقد الإذعان في حالة توفرها، فإن للمستهلك الإلكتروني أن يلجأ للقضاء للمطالبة بتعديل أو إعفاء من تلك الشروط والتي تهدف إلى تحقيق التوازن العقدي خاصة و أن المشرع قرر البطلان لكل اتفاق يقضي بغير ذلك حسب السالفة الذكر.⁽²⁾

الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلانات التجارية

إن الهدف من وراء تقرير الإعلان الإلكتروني، هو حق المستهلك في اقتناء المنتج أو السلعة وكذلك تنوير بصيرة المستهلك قبل إبرامه للعقد.⁽³⁾

سنطول تعريف الإعلان الإلكتروني (أولا) ثم نتطرق إلى أشكال الإعلانات التجارية الإلكترونية (ثانيا) وأخير الحماية تجاه هذا النوع من الإعلانات التجارية.

-أولا: تعريف الإعلان الإلكتروني:

عرف الإعلان الإلكتروني أنه "كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية"⁽⁴⁾

⁽¹⁾ اسامة بدر، مرجع سابق، ص 192

⁽²⁾ عبدلي امينة، "الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي قبل واثناء التعاقد" مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية

والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسي، جامعة خميس مليانة، الجزائر، ع 5، 2018، ص 74

⁽³⁾ عبدلي امينة، مرجع نفسه، ص 68.

⁽⁴⁾ عبدا الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص 67

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

فإن موضوع دراستنا هي الإعلانات المختصرة عبر الانترنت ، فبمجرد فتح صفحة الانترنت تظهر بعض العناوين والمواقع وكذلك رسائل الالكترونية عن طريق الإيميل بغض النظر سواء كانت موجهة للعامة أو لفئة معينة وتكون دائما على أعلى صفحات محركات البحث.⁽¹⁾

ولقد عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في نص المادة 6 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية بأنه "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج أو بيع السلع ترويج ببيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية"⁽²⁾

ومن هذا المنطلق فان الشروط المتعلقة الإعلان التجاري هي كالتالي:

أ - وضوح الإعلان التجاري:

إن المقصود بوضوح الإعلان الإلكتروني، بأنه يحتوي على البيانات الكافية للسلعة أو الخدمة المراد ترويجها والتي من شأنها خلق تفكير واع ومتبصر يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك من أجل الإقبال لا عن التعاقد.⁽³⁾

ب - منع الإعلان المظلل:

لقد نصت المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 والآتي نصها "يمنع طبقا للمادة 3 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المذكورة أعلاه استعمال أي إشارة أو أي علامة أو أي تسمية خيالية أو أي طريقة للتقديم أو الوسم ، أو أي أسلوب لإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبس في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة السلعة أو تركيبها.

و عليه الإشهار المضلل هو مظهر من مظاهر الخداع التي يقع ضحيتها المستهلك لما تحمل من غلط وكذب في تغيير في اتصاف المنتج.⁽⁴⁾

(1) عبد الله ذيب محمود، مرجع نفسه، ص 69.

(2) المادة 6 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

(3) ذهبي خدوجة ، مرجع سابق، ص 50

(4) عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق ، ص 76-77

-ثانيا: أشكال الإعلان الإلكتروني المضلل:

أ - الإعلان المضلل الذي يكون بالبريد الإلكتروني Spam

يعتبر البريد الإلكتروني خط اتصال مفتوح في كل أنحاء العالم حيث يستطيع الفرد من خلاله استقبال وإرسال ما يريد صوت صورة ⁽¹⁾، وعليه فإن الإعلان المضلل هو الاعلان الذي يتم بأي وسيلة كانت ،تتضمن عرضا أو بيانا أو إدعاء خادعا يحمل المستهلك الإلكتروني على التعاقد .²

ب - الإعلان المضلل الإلكتروني المقارن:

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى هذا النوع من الإعلانات لكن عرفه المشرع الفرنسي في قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993 حيث عرفه كالتالي "هو الإعلان الذي يقارن الممتلكات والخدمات والعلامات التجارية والأسماء التجارية وعلامة المتجر ومثلياتها. وهذا الإعلان يكون مشروعا إلا إذا كان حقيقيا و ليس من شأنه أن يلحق ضررا بالمستهلك.⁽³⁾

وتجدر الإشارة أن الهدف من تجريم الإعلان المقارن هو ما يشكله من صور المنافسة الغير مشروعة من خلال اتخاذ التاجر المنافس مجموعة من الوسائل تؤثر على العناصر الأساسية للمحل التجاري ألا وهي ثقة العملاء من خلال تضليلهم وإيقاعهم في اللبس الإشارة إلى عيوب سلع والخدمات التي يقدمها المنافس وتحقيق أرباح وفوائد على حساب الحساب الغير.⁽⁴⁾

⁽¹⁾حسان دواجي سعاد".المسؤولية المدنية والجزائية عن الإعلان الإلكتروني"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم

السياسية ، جامعة وهران 2.الجزائر، 2018- 2019، ص9

⁽²⁾خالد ممدوح ابراهيم ، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني"، مرجع سابق،ص149

⁽³⁾ليث عزيز ضباب، "لطبيعة القانونية لإعلان الإلكتروني المضلل"، (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة القادسية

العراق، 2018، ص18 .

⁽⁴⁾احمد سامي مرهون المعموري، "الحماية المدنية المترتبة عن الإعلان التجاري الإعلان المقارن"، (دراسة مقارنة)، كلية القانون

والعلوم السياسي، جامعة الكوفة، ع4، مج41، ص8.

- ثالثاً: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من الإعلانات المضللة:

أ - دعوى التدليس:

قبل أن نتناول دعوى التدليس لابد من تحديد مفهوم التدليس وعليه فإن التدليس هو إيهام الشخص بغير الحقيقة عن طريق استخدام طرق احتيالية وخادعة تحمل الشخص على التعاقد.⁽¹⁾ ولقد اعتبر القضاء الفرنسي على وجوب مراعاة ثقة التي منعها المستهلك للبائع أو المنتج المحترف عند اقتناء السلعة. بالإضافة إلى أن محكمة النقض الفرنسية سنة 1958 اعتبرت أن السكوت من أنواع التدليس وعليه وجب على البائع أن يذكر جميع المعلومات عن السلعة دون إخفاء أي شيء.⁽²⁾

تعتبر دعوى التدليس من الوسائل المكرسة لحماية المستهلك الإلكتروني وعليه يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى بتعويض على الأضرار الناجمة من استعمال المعلن لوسائل احتيالية وفي المقابل يستطيع المعلن أن يدفع بعدم صحة التدليس مثل بيع برامج الكمبيوتر عبر شبكة الانترنت فيدفع عنه المسؤولية كون هذا النوع من الإعلانات يحتوي على معلومات تكنولوجية وفنية يصعب على المعلن العادي التأكد من صحتها.⁽³⁾

ب - دعوى التنفيذ العيني:

إذا لم يقيم المعلن بتنفيذ التزامه جاز له أن يلجأ إلى دعوى التنفيذ العيني يلزمه بطلب تسليم السلعة أو الخدمة التي تضمنها الإعلان التجاري وهو ما يساهم في إعادة التوازن بين أطراف العقد.⁽⁴⁾

(1) محمد صبري السعدي، "الواضح في شرح القانون المدني"، (دراسة مقارنة في القوانين العربية) دار الهدى، الجزائر، ص 176

(2) عبد الحميد الديسبي، مرجع سابق، ص 309

(3) خالد ممدوح إبراهيم، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني" مرجع سابق، ص 159-160

(4) خالد إبراهيم ممدوح، مرجع نفسه، ص 162-163

المطلب الثاني: الضمانات المقررة لحماية المستهلك وقت تنفيذ العقد

من أهم الضمانات التي قررت لصالح المستهلك الإلكتروني وقت تنفيذ العقد في القواعد العامة وخاصة ضمن القانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية وهي حماية المستهلك الإلكتروني في كل من : الدفع الإلكتروني (أولا) ، إضافة إلى تقرير حقه في العدول (ثانيا) و كذلك حماية المستهلك الإلكتروني في حقه في الضمان.

الفرع الأول : حماية المستهلك الإلكتروني في عملية الدفع الإلكتروني

أول ما يقع على عاتق المستهلك الإلكتروني هو عملية الدفع الإلكتروني ، لقد تطرق المجلس الأوروبي عام 1998 لموضوع الدفع الإلكتروني لما يشكل من آلية تساهم في تطوير التجارة الإلكترونية وزيادة ثقة المتعاملين وضمان عملية السداد الإلكتروني خاصة و أن عملية الدفع الإلكتروني مؤمنة عن الدفع التقليدي.⁽¹⁾

-أولا: المقصود بعملية الدفع الإلكتروني:

يعتبر الدفع الإلكتروني من الوسائل الأكثر استخداما من طرف المستهلك ،فهو يعمل على تسهيل المعاملات و تبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون ، وتدخل كذلك في زمرة وسائل الدفع النقود القانونية تلك السندات التجارية وسندات القرض التي يدخلها حاملها في التداول عندما يؤدون أعمالهم.⁽²⁾

-ثانيا : وسائل الدفع الإلكتروني:

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني من الوسائل التي تمثل التطبيق الفعلي لعمليات الدفع.فهو تواكب التطور الذي يلحق بالتجارة الإلكترونية خاصة وأنها وسائل تتميز بالطابع الدولي و أن

(1) عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق.ص90

(2) زهير رواش . "دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية"، (دراسة حالة الجزائر) مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ،كلية العلوم الاقتصادية والتسيير.جامعة العربي بن مهيدي.ام البواقي، الجزائر، 2011.ص107.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

المعاملات تتم عبر فضاءات الكترونية إضافة إلى أنها تساهم في تسوية المعاملات الالكترونية نظرا لانعدام مجلس العقد حيث يتم الدفع وفقا لمعطيات الكترونية ومن أهمها نذكر: ⁽¹⁾

أ - بطاقة الدفع الالكتروني :

هي أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات .مقبولة على النطاق الدولي والمحلي لدى الأفراد والتجار والبنوك. كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل توقيع التاجر على الإيصال بقيمة الالتزام الناشئ عن شرائه للسلعة والخدمة. ⁽²⁾

وعليه فلن بطاقات الدفع الالكتروني توفر لمستخدميها الحماية والفعالية في استعمال البطاقة البنكية الالكترونية وكذلك الخدمة التي توفرها من خلال سحب الأموال في أي وقت وكذلك الاطلاع على الرصيد و الدفع في أي وقت. ⁽³⁾

ب - الشيك الالكتروني :

يعتبر الشيك الالكتروني من الوسائل الحديثة للدفع الالكتروني والتي تتناسب وتطور التجارة الالكترونية حيث تهدف إلى ضمان حقوق الأطراف المتعاملين بها وكذلك تحقيق الثقة و الائتمان ⁽⁴⁾ ، ولم يتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف هذا النوع من الوسائل لكن بتعريفه بالموازاة مع الشيك الورقي بأنه وسيلة للدفع ولكن يختلف الشيك الالكتروني كونه يقبل المعالجة الالكترونية بمعنى انتقال المعلومات عن طريق الحواسيب. ⁽⁵⁾

(3) الوصيف عمار. "استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة الى التجربة الجزائرية" مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منثوري قسنطينة، الجزائر ، 2008-2009، ص30.

(2) حوالف عبد الصمد، "النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة ابو بكر بالقاضي. تلمسان ، الجزائر، 2014-2015، ص97.

(3) البنك الوطني الجزائري: www.bna.com.

(4) كردي نبيلة، "الشيك الالكتروني"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تبسة، الجزائر ، ع3، ص248.

(5) كردي نبيلة، مرجع سابق ، ص250

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

وتتم عملية الوفاء بالشيك الإلكتروني بقيام المستهلك بفتح حساب لدى بنك يحدد توقيعه الإلكتروني. وكذلك التاجر لابد من أن يكون له حساب لدى البنك ويسجل توقيعه الإلكتروني خاص به لدى البنك.⁽¹⁾

أ - الكمبيالة الإلكترونية

الكمبيالة الإلكترونية محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بصورة كلية أو جزئية. يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى شخص وهو المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لشخص ثالث وهو المستفيد لدى الاطلاع أو في تاريخ معين.⁽²⁾

- ثالثا: حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني

تختلف طرق حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد لكن يبقى أهمها هو عرض وسائل تأمين الوفاء الإلكتروني والمتمثلة في:

أ - تأمين الوفاء الإلكتروني:

لقد تعرض المجلس الأوروبي لهذه المسألة حيث صدرت توصية عن المجلس الأوروبي عام 1998 تهدف إلى إنعاش التجارة الإلكترونية عن طريق زيادة الثقة في المتعاملين خاصة السداد الإلكتروني حيث توفر له حماية من السرقة أو فقدان أمواله.⁽³⁾

ب - تأمين المواقع الإلكترونية للتجارة

يتم تأمين المواقع الإلكترونية من خلال برامج متخصصة تأمين الموقع من اختراق المعاملات التجارية إلى إن الموقع مؤمن⁽⁴⁾، حيث يشير <https> والبيانات المتعلقة بالتاجر وكذا الرقم السري

⁽¹⁾ كوثر سعيد عدنان خالد..مرجع سابق.ص.586

⁽²⁾ كوثر سعيد عدنان،مرجع نفسه،ص 587

⁽³⁾عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص ص89-90.

⁽⁴⁾كوثر سعيد عدنان مرجع سابق.ص.605

ج - التشفير والتوقيع الإلكتروني:

التشفير هو وسيلة جديدة تسمح بحجب المعلومات والبيانات موضوع التشفير من خلال منع أي تعديل أو استخدام غير مشروع ، مع إعطاء حق الدخول لأشخاص معينين من خلال رقم سري خاص.

أما بالنسبة للتوقيع الإلكتروني يستخدم بشكل واسع في نطاق المعاملات المصرفية فبواسطته يتم التحقق من هوية العميل الموقع ورسالة الممهورنة بتوقيعه. وبالتالي لا يستطيع القراصنة التلاعب في التوقيع والرسالة المشفرة فالكمل عميل توقيع خاص به.⁽¹⁾

الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في الضمان ومواجهة العيوب الخفية

إن الالتزام بالضمان بالالتزامات المقررة في المواد العامة. والتي تهدف إلى إحاطة المنتج بضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تهدد سلامة المستهلك وتضر بمصالحه المادية. على أن يلتزم المتدخل بضمان الضرر وتحمل الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب وتحمل الجزاء الذي يقره القانون.⁽²⁾

⁽¹⁾جلول دواجي بلحول ، مرجع سابق ، ص ص 120-121

⁽²⁾ علي فتاك "حماية المستهلك وتأثيره على الضمان سلامة المنتج"، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية ، ص ص 196-194

-أولاً: حماية المستهلك الإلكتروني حقه في الضمان

أ - تعريف الالتزام في الضمان

نصت المادة 379 من القانون المدني الجزائري على أنه "يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته [...]"⁽¹⁾

كما نصت المادة 9 من القانون 06-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على التالي " يجب أن تكون المنتجات الموضوعة لاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه وذلك ضمن الشروط العادية لاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين."⁽²⁾

وعليه فإن الالتزام بالضمان هو التزام يوفر الحيازة الهادئة للشيء الذي يبيع للغير. وفي حالة عدم تمكن هذا الأخير من تحقيق هذا الضمان وجب تعويض المشتري وفقاً لأسس معينة.⁽³⁾

ب - أنواع الضمان:

بالرجوع إلى أحكام المادة 18 من القانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية على إلزامية المورد الإلكتروني بضمان حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عليه وفقاً للمادة السالفة. حيث ينصب نطاق هذا الضمان حول حق المستهلك الإلكتروني في ضمان التعرض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ المادة 379 من القانون المدني .

⁽²⁾ القانون 03-09، المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، ع15.

⁽³⁾ تريكي هدى، "الحماية المدنية والإجرائية للمستهلك"، (دراسة مقارنة)، المركز القومي لإصدارات القانونية، القاهرة، 2017،

ص51

⁽⁴⁾ هبة بن حمزة .بن قادة محمود. "الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة

الإلكترونية"، مجلة القانون الدولي والتنمية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، جامعة محمد بن أحمد وهران، الجزائر مج 8، ع1، 2020، ص202.

1 - ضمان التعرض والاستحقاق:

يستفيد المستهلك الإلكتروني الذي يتعاقد عبر الانترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموماً ، وعليه فإن عقد البيع إلى جانب أنه يوفر الالتزام بنقل الملكية فهو يضمن الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق لأن هذا الضمان هو التزام من البائع على كل فعل يصدر منه أو عن غيره من شأنه أن يهدد حق المشتري في التمتع بملكية المبيع.⁽¹⁾

2 - ضمان التعرض الشخصي :

يلتزم البائع بالامتناع عن أي عمل قد يعيق انتفاع المشتري بالمبيع أو يؤدي إلى سلب المشتري لملكية المبيع كله أو بعضه أو حتى الحقوق المتفرعة عنه ، كحق الانتفاع أو يجعل المبيع مستحقاً كله أو بعضه للغير على النحو الذي أعد له، ويشكل ضمان البائع بعدم التعرض عن كل عمل مادي يتمثل في قيام البائع بالحيلولة على المشتري بعدم انتفاعه بالمبيع ، كما يحق للمشتري رفع دعوى على أساس الإخلال بالتزام عقدي وهو الالتزام بضمان التعرض الشخصي. بمعنى التعرض القانوني .⁽²⁾

3 - ضمان التعرض الصادر من الغير:

يعتبر ضمان التعرض الصادر من الغير أحد الأشكال التي تعيق حق الانتفاع بمحل العقد وذلك من خلال الشروط التالية :

● أن يكون التعرض قانونياً وذلك بضمان التعرض القانوني دون التعرض المادي الصادر من الغير.

● أن يكون سبب التعرض فعلاً من العقد. بمعنى وجود الحق الذي يستند إليه موجوداً قبل العقد.

⁽¹⁾ عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص 181-182.

⁽²⁾ خالد ممدوح إبراهيم، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني"، مرجع سابق، ص 185-186.

- أن يكون التعرض فعلا بمعنى يلتزم البائع بدفع تعرض الغير إذا كان هذا التعرض حالا ووقع بالفعل.⁽¹⁾

-ثانيا -حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة العيوب الخفية

من أهم ما يجب أن يلتزم به المورد أو المحترف في ضمان المنتج هو حماية المستهلك في مواجهة العيوب الخفية وفق ما تقرره القواعد لجميع العقود.⁽²⁾

أ - تعريف العيب الخفي:

وعليه العيب الخفي هو التزام ناتج عن طبيعة الأشياء، فالمستهلك الذي يتعاقد الكترونيا مع المهني من أجل اقتناء منتج معين أو خدمة يفترض به أن يكون خال من العيوب الخفية وصالح للعرض الذي عد من أجله وفي المقابل فلو كان المستهلك يعلم بالعيوب لما تعاقد من أجل شرائه ودفع فيه الثمن مقابل الخدمة أو المنتج.⁽³⁾

ب - شروط العيب الخفي:

- أن يكون العيب خفيا: والمقصود بذلك هو عدم استطاعة المشتري أن يتبين العيب بنفسه ولو قام بفحصه شخص عادي. وعليه إذا كان العيب ظاهرا ويمكن اكتشافه بمجرد فحص المشتري للمبيع فهنا لا يقوم البائع بضمانه.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ (بوزيدي إيمان، "ضمانات المشتري في البيع الإلكتروني"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص ص88-89.

⁽²⁾ (عبد الحميد الديسبي، مرجع سابق، ص218.

⁽³⁾ (زاموش نذير، حدرباش لمياء، حماية المستهلك في ظل عقود التجارة الإلكترونية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي. المركز الجامعي عبد الحميد بلجواط، الجزائر بعنوان ضرورة الانتقال وتحديات الحماية. يوم 23-24 فيريل 2018، ص4.

⁽⁴⁾ (سلوى قداش، "الالتزام بالضمان بين القواعد العامة وقانون حماية المستهلك في التعاقد"، مجلة الباحث لدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، ع12، 2012، ص305 .

- أن يكون العيب مؤثراً: لقد نص المشرع الفرنسي في قانونه المدني في مادة 1641 على أن العيب يجب إن يكون مؤثراً إذا بلغ حداً من الجسامة ، حيث لو علمه المشتري وقت التعاقد لامتنع عن الشراء أو اشتراه بثمن يقل عن ثمنه.⁽¹⁾

- أن يكون العيب قديماً:

يقصد بالعيب القديم، العيب الموجود قبل انعقاد العقد وهو في يد البائع وقبل التسليم بمعنى وجود العيب قبل التسليم ولقد نصت المادة 2/588 من القانون المدني العراقي على وجوب أن يكون العيب موجوداً في المبيع وقت العقد أو وقع في يد البائع قبل التسليم.⁽²⁾

- ثالثاً: آليات حماية المستهلك الإلكتروني في تنفيذ الالتزام بالضمان

نصت المادة 13 من القانون 03-09 على أنه يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحدد. في حالة ظهور عيب في المنتج يجب على المتدخل أو المهني استبدال المنتج أو إرجاعه أو تعديل الخدمة.⁽³⁾

الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في حقة في العدول

يعتبر حق العدول من الحقوق التي يجب أن تكفل للمستهلك الإلكتروني كونها من الآليات التي تمكن المستهلك من تراجعته عن التعاقد
أولاً: تعريف حق العدول:

⁽¹⁾ خالد ممدوح ، إبراهيم ، "حماية المستهلك في العقد الإلكتروني"، ص 208.

⁽²⁾ حسن عباس جمال العبيدي، "العيوب الخفية وأثرها على العقد"، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 15، 2020، ص 59.

⁽³⁾ خلوي عنان نصيرة ، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت "دراسة مقارنة" ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراء ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تزي وزو الجزائر ، ص 121.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

لم يعرف المشرع الجزائري حق العدول في القانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية، وإنما حول لأطراف العقد إدراج مجموعة من شروط والآجال في العقد الإلكتروني، وعليه فلن الحق في العدول هو الخيار الذي يقرره القانون للمستهلك الإلكتروني أو يتم الاتفاق عليه في العقد من خلال إعلان رغبة هذا الأخير في التراجع خلال فترة معينة.⁽¹⁾

وفي ذات السياق حددت المادة 22 و من القانون 05-18 الآجال التي بموجبها يمكن للمستهلك الإلكتروني، إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج⁽²⁾

وعليه فلن الحق في العدول من الحقوق الشخصية التي تقرر للمستهلك وحق يكفل في العقد الإلكتروني وفقا للضوابط القانونية.⁽³⁾

– ثانيا: تقرير حق العدول بالنسبة لطرفي العقد

أ – العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني

إن انقضاء المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لاستعمال حقه في العدول تسقط إذا لم يستغلها المستهلك الإلكتروني فأصبح العقد ملزما للطرفين وواجب التنفيذ وفي مقابل ذلك استغلال المستهلك حقه خلال هذه المدة يجعل التاجر ملزما برد الثمن وذلك من مدة أقصاها 30 يوم.⁽⁴⁾

ب – العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني

بمجرد تمسك المستهلك بحق العدول فإنه يلتزم برد المنتج في حال تسلمه له . فإذا أصابه تلف يتحمله المستهلك باعتباره تابعا له وحسب المادة 20-121 من قانون الاستهلاك الفرنسي

⁽¹⁾ هبة بن حمزة ، بن قادة محمود، مرجع سابق، ص203.

⁽²⁾ المادة 22 قانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية .

⁽³⁾ عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق ، ص199.

⁽⁴⁾ مديحة بن زكري بن علو ، فكنوس سميرة ، "الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة إلكترونيا تطبيقاً لحكام

القانون 05./18، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية مج 4، ع2، 2020، ص585

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

فالمستهلك لا يتحمل أي جزاء أو مصاريف عن استعماله لحقه في الرجوع ماعدا مصاريف الرد إن وجدت على اعتبار حق العدول حقا مجانيا. ⁽¹⁾

- ثالثا: جزاء الإخلال بحق الرجوع للمستهلك الإلكتروني:

لقد نص المشرع الفرنسي على معاقبة التاجر في حالة عدم قيامه بإعلام المستهلك بحقه في الرجوع في المرحلة قبل و بعد التعاقد بإعلامه بكيفية ممارسة الحق في الرجوع حيث يكون الجزاء هو مد أجل ممارسة الحق في الرجوع من 7 أيام إلى 3 أشهر وعليه فإذا قام التاجر بتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك من خلال 3 أشهر من تاريخ استلام السلع أو قبول العرض تسري مدة 7 أيام وهو ما نص عليه التوجيه الأوروبي 7/97 في المادة 1/6 (الفقرة الثانية). ⁽²⁾

ومن الجدير بالملاحظة أن مد الأجل لا يكفي وإنما لابد من المطالبة بغرامة مالية توقع على التاجر والتي يتم مضاعفتها في حالة العود وبالتالي تكون رادعة للتجار. ⁽³⁾

⁽¹⁾ غياشة اميرة. مخلوفي عبد الوهاب، "الحق في العدول عن تنفيذ العقد كآلية لحماية المستهلك المتعاقد إلكترونيا من مبدأ القوة الملزمة للعقد"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج8، ع1، 2020، صص 260-261.

⁽²⁾ كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص632.

⁽³⁾ كوثر سعيد عدنان، مرجع نفسه، ص633.

المبحث الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

تتمثل الحماية الجنائية في الجانب الردعي لحماية المستهلك الإلكتروني و التي تكفل التطبيق الفعلي للعقوبة و تنفيذها ،و عليه في هذا المقام سندرس ما يلي كمطلب أول الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية ،والحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة كمطلب ثاني

المطلب الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية

تمثل الجرائم التقليدية التي يقع المستهلك الإلكتروني ضحيتها ، و التي تدفعه إلى التعاقد من خلال استخدام بعض الأكاذيب و الحيل التي تؤثر على المستهلك الإلكتروني و من أهم هذه الجرائم هي جريمة الخداع (أولا)، والغش (ثانيا) و الاحتيال الإلكتروني (ثالثا).

الفرع الأول: جريمة الخداع

تعتبر جريمة الخداع من الجرائم المؤسسة لسلسلة من الجرائم الأخرى كونها تخرق مبدأ الثقة والائتمان التي تقوم عليها المعاملات التجارية. فهي جريمة تهدد أمن وسلامة المستهلك.⁽¹⁾

-أولا: تعريف جريمة الخداع:

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف جريمة الخداع ولكن ترك المجال لاجتهاد الفقهي حيث عرفه على أنه "إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه"⁽¹⁾

⁽¹⁾ مجدوب نوال ، "حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية التسويق المواد الغذائية"، دفا تر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ع5، 2016، ص275.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

في ذات السياق يرى البعض الآخر الخداع مجموعة من الحيل والأكاذيب التي من شأنها إظهار الشيء على غير طبيعته تدفع بالمستهلك إلى التعاقد رغم وجود غلط حول المنتج.⁽²⁾

من خلال ما تقدم من فإلن الخداع كجريمة يقوم من خلال قيام التدخل أو المورد بمجموعة من الوسائل تهدف إلى التأثير على المستهلك ودفعه على التعاقد .

-ثانيا: أركان جريمة الخداع:

تتحقق جريمة الخداع من خلال تحقق أركانها المتمثلة في الركن المادي والمعنوي:

أ - الركن المادي:

طبقا لأحكام القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 68 على الصور أو مظاهر الخداع التي يقع ضحيتها المستهلك والآتي نصها كالتالي:

- كمية المنتجات المسلمة.
- تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقا.
- قابلية استعمال المنتج ،تاريخ صلاحية المنتج .
- النتائج المنتظرة من المنتج.
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج:⁽³⁾

من خلال نص المادة فلن الركن المادي في جريمة الخداع يتحقق في حالة وجود مثل هذه الوسائل في القواعد العامة، وعليه فلن عملية التعاقد الإلكتروني تتم عبر وسائط الكترونية وعن بعد يقع ضحيتها المستهلك مما يصعب تحديد أشكالها وصورها.⁽⁴⁾

ب - الركن المعنوي:

⁽¹⁾ بن سماعيل سلسيل ،"الحماي الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية ، الجزائر ، ع2، 2017، ص293.

⁽²⁾ كمال بلاور . "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري" المجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، الجزائر ، ع7، 2019، ص ص 76-77.

⁽³⁾ المادة 68 قانون 03/09 المعدل والمتمم و المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

⁽⁴⁾ كمال بلاور ، مرجع سابق ، ص77.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

يتوفر الركن المعنوي على قيام عنصر الإرادة والعلم لتحقيق الجريمة. وعليه فإن جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي تقوم على اتجاه إرادة الجاني إلى خداع المستهلك وهو فعل يعاقب عليه القانون نظرا إلى أن جريمة الخداع من جرائم الخطر.⁽¹⁾

- ثالثا: الجزاءات المترتبة على جريمة الخداع

لقد نصت المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إلى المادة 429 من قانون العقوبات بالنسبة للعقوبة الأصلية المقررة لجريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك، بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 20.000 دج إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من يرتكب الأفعال المذكورة سابقا. وكعقوبة تكميلية و في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

وتشدد العقوبة حسب نص 69 طبقا للحالات المذكورة آنفا لترفع إلى خمس (5) سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر (500.000) د ج.

بالإضافة إلى عقوبة تكميلية طبقا للمادة 82 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مضمونها مصادرة المنتوجات و الأدوات و كل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادتين 68 و 69.⁽²⁾

الفرع الثاني : جريمة الغش

تعتبر جريمة الغش من الجرائم التقليدية التي تهدد أمن وسلامة المستهلك بوجه عام والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة كون هذا الأخير لا يختلف كثيرا عن الغش داخل الوسائط الإلكترونية.

-أولا: تعريف جريمة الغش:

⁽¹⁾ اسماعيل سلسيل ، مرجع سابق ، ص 249

⁽²⁾ المادة 168، لقانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

لم يعرف المشرع الجزائري الغش لكن ترك المجال لاجتهاد الفقهاء حيث عرّف الغش على أنه مجموعة من الأفعال العمدية التي تقع على سلع أو خدمات تكون مخالفة للقواعد المقررة في القانون التي تؤثر في طبيعة وخواص المواد الموجهة لاستهلاك وعليه فلن الاستهلاك لا ينحصر على الاستهلاك والاستعمال البشري فقط وإنما حتى الحيواني .⁽¹⁾

- ثانيًا: أركان جريمة الغش:

أ - الركن المادي:

بالرجوع إلى أحكام المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش فلن المشرع قد حصر السلوكات أو الأفعال المادية التي تكون جريمة الغش من أفعال إيجابية واردة على السلعة من تزوير أو غش في المنتج مثل الإنقاص في طبيعتها أو حتى إضافة مواد غريبة من شأنها أن تؤثر على المواصفات المطابقة للقانون .⁽²⁾

وعليه فلن جريمة الغش لا تقوم إلى في حالة تغيير العناصر الأساسية الباهظة المراد التعاقد من شأنها.

ب - الركن المعنوي :

بما أن جريمة الغش من الجرائم العمدية فهي تقوم على توفر القصد الجنائي بمعنى اتجاه إرادة الجاني أو المتدخل إلى الغش أو محاولة غش المستهلك وهو يعلم بأنه معاقب عليه قانوناً وتجدد الإشارة أن جرائم الوقتية التي تقع بمجرد وقوع الغش .⁽³⁾

- ثالثًا: الجزاءات المترتبة على جريمة الغش:

نص المشرع الجزائري على تجريم الغش التجاري و الصناعي في المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي أحالت العقاب عليها إلى نص المادة 431 من قانون العقوبات على

(1) مجدي محمود محب حافظ ، "موسوعة تشريعات الغش والتدليس" دار محمود للنشر والتوزيع . القاهرة . 2003 ص 72.

(2) شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة

ماجستير علوم قانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 142

(3) خلوي عنان نصيرة ، مرجع سابق ص 99.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

اعتبارها جنحة. وخصص لها عقوبة تتمثل في سنتين إلى خمس سنوات و غرامة من 20000 إلى 100000 دج وعقوبة تكميلية حسب قانون 09-03 المتمثل في مصادرة المنتوجات و الأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت في ارتكاب الجرائم المنصوص عليها في المادة 70 من القانون 09/03⁽¹⁾.

الفرع الثالث : جريمة الاحتيال الإلكتروني

تعتبر جريمة الاحتيال من الجرائم الأكثر إضراراً بالمستهلك بحسب القواعد العامة والأكثر إضراراً بالمستهلك الإلكتروني خاصة من حيث عدم حصر الوسائط الإلكترونية التي يقع ضحيتها هذا الأخير.

-أولاً: تعريفها

لم يحدد المشرع الجزائري تعريفا لهذه الجريمة وإنما اكتفى بالنص على العناصر المشكلة لجريمة النصب. وعليه عرفت جريمة النصب على أنها تقوم على استعمال الجاني لوسائل خداع تؤدي بالجاني إلى وقوعه في الغلط.⁽²⁾

إن الاحتيال يقوم على استخدام الجاني لطرق احتيالية تقوم على الاستيلاء على أموال المستهلك الإلكتروني عن طريق تغيير حركة مرور الانترنت من مواقع الويب الإلكتروني أي مواقع أخرى مشابهة وتكون هذه العمليات موجودة خاصة على مستوى المواقع البنكية والمالية من خلال تحويل البيانات والمعطيات بصفة غ شرعية.⁽³⁾

-ثانياً: أركان جريمة الاحتيال

تقوم جريمة الاحتيال على ركنتين هما الركن المادي والمعنوي:

(1) خميخ محمد، مرجع سابق، ص 274.

(2) محمد هشام صالح عبد الفتاح، "جريمة الاحتيال"، (دراسة مقارنة) أطروحة لنيل الماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2008، ص 7.

(3) حاني حميدة، زمراط سامية، "حقوق المستهلك في العقد" مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد عبد الرحمن ميرة بجاية، الجزائر، 2013-2014، ص 54.

أ - الركن المادي:

حسب نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، فإن قيام الركن المادي لهذه الجريمة يقوم على التالي :

استعمال وسائل احتيالية ، حيث يقوم الفاعل باستعمال وسائل احتيالية من ش أنها إيقاع الضحية في الغلط ، وحسب المادة سالفه الذكر فإن الوسائل المستعملة في الاحتيال تكون في استعمال وسائل كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد خيالي الخ لكن نجد المستهلك الإلكتروني هو الأكثر عرضة لهذه الوسائل الغير محدودة.⁽¹⁾

- تسلم القيم بغض النظر عن استعمال أسماء وألقاب أو صفات كاذبة فإن هذا لا يكفي لقيام هذا الفعل وإنما لا بد أن يتحصل على قيم وأموال غير شرعية تضر بالغير وبالمستهلك الإلكتروني.⁽²⁾

إضافة إلى ذلك من الأفعال التي يمكن ذكرها وتمثل إحدى صور الركن المادي هي :

- عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها رغم سداد ثمنها.
- انتحال اسم أحد مواقع التسويق الشهيرة وهذا يوهم المستهلك الإلكتروني ويتم النصب عليه.
- الترويج لسلع وخدمات غير معروفة باستخدام إعلانات كاذبة وذلك من ش أنها النصب والاحتيال على المستهلك تدفعه للتعاقد دون معرفة الحقيقة.⁽³⁾

ب - الركن المعنوي:

تعتبر جريمة الاحتيال من الجرائم العمدية التي تقوم على القصد الجنائي العام ، المتمثل في علم الجاني بلف الأفعال والأسماء والوسائل المستعملة الاحتيالية من ش أنها خداع المستهلك وحمله على

⁽¹⁾ لحسن بن شيخ. مذكرات في القانون الجزائري الخاص دار هومة ، الجزائر ، 2006 ، ص 189.

⁽²⁾ بن سماعيل سلسيل، مرجع سابق، ص 299

⁽³⁾ كمال بلارو، مرجع سابق، ص 80

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

تسليم الثروة يعاقب عليها قانونا. إما القصد الخاص فهو نية الاستيلاء على مال المستهلك أو حتى الشروع في ذلك.⁽¹⁾

- ثالثا: الجزاءات المترتبة على جريمة الاحتيال الإلكتروني:

تضمنت المادة 372 من قانون العقوبات على الحبس من سنة إلى 5 سنوات على الأكثر وغرامة من 5.00 دج إلى 20.000 دج. على أن تشدد العقوبة إذا لجأ الشخص إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو اذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية. و تصل مدة الحبس إلى 10 سنوات و إلى غرامة 20.000. بالإضافة أي تقرير عقوبات تكميلية وردت في المادة 14 من ذات القانون بالحرمان من الحقوق وكذلك المنع من الإقامة سنة على الأقل إلى 5 سنوات.⁽²⁾

المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة

يعتبر الاعتداء على المعطيات الشخصية من التجاوزات التي دفعت بالدول إلى إرساء منظومة قانونية تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني. وعليه فإن الجزائر من الدول التي نظمت هذا النوع كجرائم حديثة تهدد أمن وسلامة المستهلك الإلكتروني هذا ما جعل المشرع الجزائري يكفل هذه الحماية من خلال القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

الفرع الأول: التزام المورد بحماية المعطيات الشخصية

بما أننا بصدد ممارسة التجارة الإلكترونية وخاصة دراسة الواجبات المتعلقة بالمورد الإلكتروني والتي ترتب له إذا الأخير مسؤولية تجاه المستهلك الإلكتروني وفق القانون 18-05 حيث نصت المادة 26 من ذات القانون على منع المورد من جمع البيانات التي لا تكون ضرورية وليست من مقتضيات إبرام المعاملات التجارية من قبله.⁽³⁾

- أولا: تعريف المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

(1) كمال بلارو مرجع نفسه، ص 82.

(2) اسماعيل بن سلسبيل، مرجع سابق، ص 300

(3) رقيعي اكرام، بلال سليمة، "اشكالية حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 11، ع 02، 2020، ص 695.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

يمكن تعريف المعطيات الخاصة بالمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية و التي تتعلق ببيانات الشخصية هي العناصر المشكلة لعملية التعاقد الإلكتروني و المتمثلة في الأشخاص وعملية طلب السلع و الخدمات المتعلقة بالمستهلك عن طريق شبكة المعلومات. (1)

وعليه فلن المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية تتعلق ببياناته الشخصية الاسمية والمالية والمهنية والاستهلاكية لذلك فلن السبب من تقرير المسؤولية على المرد الإلكتروني هي خطورة هذه المعطيات في حالة عدم تأمينها بشكل كاف و انعدام بيئة رقمية تحمي خصوصية المعطيات. (2)

- ثانيا: أشكال الاعتداء على حق المستهلك الإلكتروني

أ - جمع بياناته الشخصية دون موافقة

يتحقق هذا الشكل من الاعتداء عند قيام المستهلك بعملية الشراء السلعة أو الخدمة عبر الانترنت، وذلك بمراقبة أو الرسائل المتبادلة بين المستهلك الإلكتروني والمتدخل حيث يجمع الجاني المعلومات بشكل غير مشروع و دون موافقة المستهلك باستخدام برامج الكترونية متخصصة. (3)

ب - الاطلاع الغير مشروع على البيانات:

يتمثل هذا الاطلاع في قدرة الجاني على الاطلاع على البيانات الشخصية للمستهلك ويتمثل هذا الاطلاع في عقود التجارة الإلكترونية عن طريق اختراق شبكات الاتصال و المواقع الإلكترونية والوصول إلى قاعدة البيانات. (4)

وتماشيا مع تم ذكره فان المشرع الجزائري قد نص في قانون العقوبات على الأفعال التي من شأنها أن تشكل اعتداء على البيانات الآلية الشخصية للمستهلك الإلكتروني وذلك في كل من

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي ، "التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية"، دار الكتب القانونية ، مصر، 2007، ص230.

(2) سهام قارون ، "التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

"مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية"، ج07، ع02، 2020، ص ص10.17

(3) خميخ محمد مرجع سابق ص142

(4) خميخ محمد .مرجع نفسه ص142

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

المادة 394 مكرر⁽¹⁾، في ما يتعلق بجريمة التلاعب بالمعطيات الآلية والتي تتمثل حسب نص المادة سالفة الذكر على تجريم الإدخال الغير مصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو إزالة أو حتى تعديل بغير تصريح قد يشكل ضررا للمستهلك.⁽²⁾

وفي هذا المقام لا بد أن نذكر كذلك أن قانون العقوبات قد تضمن على صورة أخرى لاعتداء على أنظمة المعالجة الآلية والتي تهدد كذلك سلامة المستهلك الإلكتروني والمتمثلة في جريمة التعامل في المعطيات الغير شرعية حيث يتمثل سلوكها الإجرامي في جمع المعطيات المتحصل عليها من الأفعال المنصوص عليها في المادة 394 مكرر² من قانون العقوبات على أي إفشاء أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من إحدى جرائم المعالجة الآلية للمعطيات الآلية مما يجب عليه أن يخضع المستهلك لحماية جنائية في ما يتعلق بالمعطيات الشخصية.⁽³⁾

- ثالثا: العقوبات المقررة على جريمة الإخلال بالمعطيات الشخصية

لقد خص المشرع الجزائري في مادته 39 في القانون 18-05 على عقوبة مالية تتمثل في " غرامة من 50.000 دج. كل مورد الكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون.⁽⁴⁾

ولقد نصت ذات المادة على عقوبة أخرى تتمثل في تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكتروني و لمدة 6 أشهر كعقوبة تكميلية لكل مورد يخالف قواعد العرض التجاري الإلكتروني حيث يصدر في حق المورد حكم قضائي يقضي بتعليق نفاذه على مستوى جميع منصات الدفع الإلكتروني.⁽⁵⁾

الفرع الثاني: تجريم بعض السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية

⁽¹⁾ الامر 66-156 المؤرخ في 08 جوان المتضمن قانون العقوبات ، الجريدة الرسمية ، عدد 49 ، المعدل و المتمم للقانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 جوان 2016 ج. ر. ، ع 37

⁽²⁾ كمال بلارو . مرجع سابق . ص 82.81

⁽³⁾ بن اسماعيل سلسيل ، مرجع سابق ، ص 302.

⁽⁴⁾ المادة 39 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .

⁽⁵⁾ سهام قارون ، "التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية" ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، مج 7 ، ع 2 ، 2020 ، ص 10.26 .

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

لقد عالج المشرع الجزائري مسألة مهمة تهدد الاقتصاد الوطني بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة. مما دفعه إلى فرض حماية جنائية لبعض المعاملات التجارية التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية والمتمثلة في :

-أولا: تجريم بيع المشروبات الكحولية والمواد الصيدلانية:

أ - تجريم بيع المشروبات الكحولية

بالنظر إلى القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي حرم عرض وبيع المشروبات الكحولية عبر مواقع التجارة الإلكترونية حيث يعاقب المورد الإلكتروني بغرامة من 200000 إلى 1000000 دج مع إمكانية غلق الموقع الإلكتروني لمدة شهر إلى 6 أشهر.

ب - تجريم بيع المواد الصيدلانية

تعتبر الصيدلة مؤسسة مخصصة لصرف المواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية بالتجزئة باعتبارها نشاط تجاري متمثل في عرض أو بيع المنتجات الصيدلانية.⁽¹⁾

ولقد جرم المشرع الجزائري في المادة 37 كل ما يعرض أو يباع عن طرق الاتصال الإلكتروني هذا بالنسبة للقانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. أما القانون المتعلق بالصحة فلقد شدد لعقوبة في المادة 422 على غرامة من 5.000.000 دج إلى 10.000.000 دج وبالحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات.⁽²⁾

لكن تجدر الإشارة أن منع تداول هذه السلع لا يحقق الأهداف التي ترمي لها إلى إشباع حاجات المستهلك الإلكتروني في المجال الصيدلي خاصة مع تداولها من الخارج والذي كان من الأجدر به الاعتراف للصيدلية بالتداول التجاري الإلكتروني.⁽³⁾

-ثانيا : تجريم عرض وبيع المنتجات الماسة بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية

أ - تجريم عرض وبيع المنتجات الماسة بحقوق الملكية الفكرية:

(1) قانون 18-11، المؤرخ في 02 يوليو 2018 المتعلق بالصحة، الجريدة الرسمية . ع 46

(2) المادة 422 من قانون الصحة رقم 11/18.

(3) موسى لسود، مرجع سابق ، ص 502

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

لقد أشار المشرع إلى مسألة هامة وهي منع تداول المعاملات الإلكترونية الماسة بحقوق الملكية الفكرية من الأفعال الغير مشروعة التي تمثل اعتداء على حقوق المؤلف. لذلك فإن المشرع قد نظمها في القانون 05/03 المتعلق بحماية حقوق المؤلف وحقوق الماثلة فأكد عاقب كل من يقوم باستنساخ المصنف بأي أسلوب من الأساليب الإلكترونية الخاصة ببيع النسخ المقلدة أو تصدير وتأجير أو رهن نسخ المقلدة أو حتى استيراد وتصدير نسخ مقلدة من مصنف أو أداء. إذ رتب مشرع على هذه الأفعال غرامة مالية 500.000 دج إلى 1.000.000 دج وبالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات.⁽¹⁾

ب - عرض أو بيع خدمات ماسة بالملكية التجارية:

إن الاهتمام بالحماية القانونية للعلامات التجارية يرجع إلى أهميتها في تمييز المنتجات والخدمات والمحافظة على حقوق التجار و المنتجين في نسبة بضائعهم وخدماتهم إليهم. وحقوق المستهلكين في ضمان الحصول على المنتج الذي يرغبون به بناء على العلامة التي تمثله². وبناء على ما تم ذكره فلن المشرع قد منع عرض أو حتى البيع الإلكتروني الخدمات الماسة بالملكية التجارية عن طريق الاتصالات الإلكترونية حسب المادة 3 من القانون 05/18.

حيث عاقب المشرع كل من يقوم باستعمال أو عرض أو بيع علامة مقلدة أو حتى عرض أو بيع منتجات بعلامات من طرف الغير بالحبس من شهر إلى سنة وغرامة 500.00 دج إلى 2.000.000 دج.⁽³⁾

ج - عرض أو بيع المنتجات أو خدمات تمس بالملكية الصناعية

لقد سبق القول أن المشرع في المادة 3 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية قد منع إلى تعامل قد يمس بالمنتجات الصناعية و أولى لها تنظيم خاص والمتمثل في الأمر 07/03 ،

⁽¹⁾ الأمر رقم 03-05، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، جريدة الرسمية، ع. 44.

⁽²⁾ بوترفاس حفيظة، "حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016-2017، ص 12

⁽³⁾ الأمر 06/03، المؤرخ في 32 يوليو، 2003، متعلق بالعلامات، جريدة الرسمية، ع. 44.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

والمتمثل في معاقبة كل سلوك يقوم على عرض أو بيع شيء مقلد أو استعمال طريقة صنعه دون ترخيص من مالك براءة الاختراع أو حتى صناعة المنتج دون رضا صاحب الاختراع وعليه يعاقب كل من يقوم بهذه السلوكيات بعقوبة من 6 أشهر إلى سنتين وغرامة مالية من 2500000 إلى 10000000 دج.¹

وفي ذات السياق فإن المادة 5 من الأمر 08/03 المتعلق بالتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة على أنها هذا الأمر أعطى حماية مدنية وجزائية وإدارية من خلال منع الغير من بعض السلوكيات التي أهمها استيراد أو بيع أو توزيع بأي شكل آخر لإغراض تجارية فقط أي تصميم شكلي أو دائرة متكاملة بحيث يكون تصميمه الشكلي المحمي قانونيا يتضمن هذه الدائرة بحيث يظل يحتوي على التصميم الشكلي المنسوخ بطريق غير شرعية. لذلك فلقد اعد المشرع نفس العقوبة سالفة الذكر للجنحة التقليد.⁽²⁾

ولكن لا يفوتنا أن ننوه السلع والخدمات المتبقية المذكورة في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والأتي نصها كالتالي :

- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
 - كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.
- وأضافت المادة أن كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول.⁽³⁾

الفرع الثالث: الوسائل الإجرائية والعقابية في قانون التجارة الإلكترونية

استنادا إلى ما تم تقديمه فإن الحماية سواء كانت جنائية أو مدنية لا تكفي لتقريرها للمستهلك الإلكتروني إذ لابد من تقرير آليات ردعية تقرر للمورد في حالة خرقه لأحد التزاماته وكذلك لحماية المستهلك الإلكتروني من تلك الخروقات وعليه سنتطرق في هذا الفرع إلى

⁽¹⁾ الأمر 07/03، مؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع. ج.ر، ع44

⁽²⁾ لسود موسى، مرجع سابق، ص505.

⁽³⁾ المادة 3 من القانون 05/18.

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

المتطلبات القانونية الواجب اتخاذها ضد المورد الإلكتروني ظل القانون 05-18 (أولا). أما (ثانيا) فإننا سنطرق إلى العقوبات النصوص عليها في ذات القانون .

-أولا :المتطلبات القانونية لمتابعة المورد الإلكتروني

يهدف المشرع من وضع هذه المتطلبات القانونية إلى حماية المستهلك الإلكتروني حيث نص المشرع الجزائري في كل من قانون إجراءات جزائية جزائري على الهيئات المكلفة التي تسند لها مهمة الرقابة والمتمثلة في ضباط وأعوان الشرطة القضائية .

ولكن لا يفوتنا أن ننوه أن المشرع الجزائري بموجب المادة 36 من قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حول لأعوان المنتمون الأسلاك الخاصة بالرقابة ومعاينة كل المخالفات المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني. غير أنه يجب أن نذكر أن الأعوان المكلفون بالمراقبة والمعاينة ليس من صلاحياتهم القيام بهذه المهام لانعدام كفاءتهم العلمية في مجال التكنولوجيا الحديثة وتتم عن طريق ورسائل الكترونية.⁽¹⁾

-ثانيا: العقوبات المقررة على المورد في قانون التجارة الإلكترونية 05-18

لقد خص المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بمجموعة من العقوبات في حالة إخلاله بأحد التزاماته في المواد 37 إلى 41 من القانون 05-18 و الأتي نصه كالتالي:

نصت المادة 37 على غرامة مالية ب 200.000 د ج إلى 1.000.000 د ج كل من يعرض للبيع أو عن طريق الاتصالات الإلكترونية المنتجات المنصوص عليه في المادة 03 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية . حيث أضافت المادة بأنه يمكن للقاضي أن يغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر إلى 6 أشهر.⁽²⁾

⁽¹⁾ هبة بن حمزة ،مرجع سابق ، ص 208-209.

⁽²⁾ المادة 37 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

الفصل الثاني: آليات الحماية للمستهلك الإلكتروني

تضمن كذلك القانون على غرامة مالية من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 والتي نصت على منع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به.⁽¹⁾

كما أضافت المادة 39 على معاقبة المورد الإلكتروني بعقوبة مالية تتمثل في 50.000 دج إلى 500.000 دج في حالة إخلاله بالحد الالتزامات المنصوص عليهما في المادتين 11 و12 من القانون 05-18 وكذلك بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 6 أشهر.⁽²⁾

كما يعاقب بغرامة مالية من 20.000 دج إلى 200.000 دج كل مورد الكتروني يخالف أحكام المادة 25 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.⁽³⁾

إلا أنه بلوغهم من تقرير المشرع للعقوبات سألقة الذكر إلا أنه منح المورد غرامة من نوع خاص وهي غرامة الصلح وذلك في كل من المادة 45 الى 47 من خلال قيام الأعوان المكلفون بالرقابة باقتراح غرامة الصلح . إذ تقوم المصالح التابعة لإدارة التجارة بإعلام المورد الإلكتروني في أجل 7 أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر . الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة المصحوبة بإشعار بالاستلام حيث يتضمن هوية المورد الإلكتروني وعنوان البريد الإلكتروني والاهم تاريخ وسبب المخالفة ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة إضافة إلى مواعيد و كيفية الدفع . كما تضيف المادة 47 على أنه في حالة عدم دفع المورد للغرامة في أجل 45 يوم يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة

(4).

(1) المادة 38 و5 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

(2) المادة 39 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

(3) المادة 41 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

(4) المادة 45 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

الخاتمة

خاتمة

في ختام دراستنا لموضوع "حماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية". نستنتج أن قانون التجارة الإلكترونية من القوانين ذو طبيعة تقنية قابل للتطور التكنولوجي المستمر خاصة فيما يتعلق بوسائل الاتصال واعتماده على الاقتصاد الرقمي. إذ أننا في هذه الدراسة سلطنا الضوء على عنصرين أساسيين فمن جهة تناولنا قانون التجارة الإلكترونية وما يحمله من مصطلحات قانونية ومفاهيم حديثة تتمثل في التعريف بالمستهلك الإلكتروني وكذلك إبراز أهم الصور للتجارة الإلكترونية

من جهة أخرى تناولنا مسألة هامة وهي المستهلك الإلكتروني الذي يعتبر الركيزة الأساسية في العملية الاستهلاكية وفي نفس الوقت الطرف الضعيف لذلك طرحنا في هذه الدراسة أهم الآليات القانونية والضمانات التي يجب أن توفر للمستهلك الإلكتروني بهدف حمايته من الاعتداءات التي تهدد سلامته وكذلك إبراز بعض الجرائم التي قد يقع ضحيتها في العملية التعاقدية .

- من أهم النتائج التي توصلنا إليها من هذه الدراسة

- إن قانون التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة والتقنية وأنه يخضع للديمومة تجعله دائم التطور حيث لا بد من مواكبة هذا التطور.
- أن المشرع الجزائري قد حدد في القانون 05/18 القواعد المتعلقة بمجال المعاملات التجارية الإلكترونية وعمليات تبادل السلع والخدمات والسلع والخدمات
- كرس قانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في الجزائر في مواده جملة من الإجراءات التي تعمل على معاقبة المورد في حالة إخلاله بالتزاماته.

ومن أهم المقترحات نلخصها في ما يلي :

- لابد من القيام مخططات تساهم بالتعريف بهذا النوع من التجارة وتقديم أهم الضمانات للمستهلك الإلكتروني.
 - بما أن مجال التجارة الإلكترونية يقوم على تبادل السلع والخدمات، وجب رفع المنع على بعض المنتجات التي تتم عبر الاتصالات الإلكترونية وإخضاعها للتنظيم قانوني خاص يتيح التعامل بهذه المواد لما يخدم المستهلك الإلكتروني.
 - ما تجدر الإشارة أن أعوان الرقابة التي تضمنهم قانون التجارة هم أعوان لا يتمتعون بالخبر الكافية أو الخبرة التقنية والتكنولوجية التي يقوم عليها قانون التجارة الإلكترونية مما قد لا يوفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني وضمان استرجاع حقوقهم.
 - لابد على المشرع وضع قوانين أكثر ردية لحماية المستهلك الإلكتروني تماشي وطبيعة القانون المنظم .
 - بالنسبة لوسائل الدفع الإلكتروني التي يقوم بها المستهلك الإلكتروني فان ما يعاب عليها أنها لا تشمل الشبكة العالمية لوسائل الدفع بمعنى تقتصر على الجانب المحلي دون غيره.
 - يجب أن على المشرع أن يقوم بتنظيم قانوني جزائي ينفرد به قانون التجارة الإلكترونية دون الإحالة إلى تنظيمات قانونية أخرى .
 - لابد أن تشارك الدول في تنظيم قانونين تحمي المعطيات الشخصية لأفراد والتي تكون عابرة للحدود.
- قانون التجارة الإلكترونية من القوانين التي لابد أن توفر ضمانات تعزز ثقة المستهلك الإلكتروني لاستخدامها ومواكبة التطور الحاصل في السوق الرقمية .

المصادر والمراجع

أولاً: النصوص القانونية :

أ - النصوص التشريعية:

- 1-الأمر 156/66 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات الجريدة الرسمية ،عدد49 المعدل والمتمم بالقانون ، رقم 02/16 المؤرخ 19 جوان 2016، الجريدة الرسمية ،العدد37.
- 2- الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975. المتضمن القانون المدني الجزائري. المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13/05/2007 الجريدة الرسمية ، العدد31.
- 3- الأمر 05/03 المؤرخ 19 يونيو 2003. المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ، الجريدة الرسمية ، العدد44
- 4-الامر 06/03، المؤرخ في 23 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات التجارية ، جريدة رسمية ،العدد،44.
- 5-الأمر 07/03، المؤرخ في 13 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع ، الجريدة الرسمية ، العدد44.
- القانون رقم 02/04، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، العدد، 41 .
- 6-القانون 03/09 المؤرخ في 02/25 / 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، جريدة رسمية، العدد15، المؤرخة في 2009/3/8 .
- 7-القانون 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018. المتعلق بقانون التجارة الالكترونية . جريدة رسمية ،العدد28.

- خالد ممدوح إبراهيم، "إبرام العقد الالكتروني" (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2011.
- _____، "حماية المستهلك في العقد الالكتروني" ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2008.
- عبد الحميد الديسبيطي ، "حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج" (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع. مصر. 2009.
- عبد الله ذيب محمود ، "حماية المستهلك الالكتروني في التعاقد الالكتروني" (دراسة مقارنة). دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2012
- عبد الفتاح بيومي حجازي . "التجارة الالكترونية " . (القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر و الانترنت).. دار الفكر الجامعي. الإسكندرية . 2006.
- _____ "التجارة الالكترونية العربية" دار الفكر الجامعي الاسكندرية 2006.
- _____ " التجارة الالكترونية" وحمايتها القانونية، دار الكتب القانونية، مصر، 2007.
- عصام عبد الفتاح مطر. " التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والاجنبية " . دار الجامعة الجديدة للنشر. الاسكندرية. 2009
- علي فتاك. "حماية المستهلك وتأثيره على الضمان وسلامة المنتج"، دار الفكر الجامعي . الإسكندرية.
- لحسن بن شيخ . "مذكرات في القانون الجزائي الخاص " .. دار هومة . الجزائر ، 2006.
- محمد عبد حسن الطائي "التجارة الالكترونية" دار الثقافة للنشر والتوزيع. 2010.

قائمة المصادر و المراجع

- محمد صبري السعدي ، "الواضح في شرح القانون المدني" (دراسة مقارنة في القوانين العربية)، دار الهدى، الجزائر
- مجدي محمود محب حافظ. "موسوعة تشريعات الغش و التدليس" دار محمود .القاهرة 2003.
- هدى تريكي. "الحماقي المدنية والاجرائية للمستهلك" (دراسة مقارنة).المركز القومي لإصدارات القانونية.القاهرة .2017.
- كوثر سعيد عدنان خالد . "حماية المستهلك الالكتروني" دار الجامعة الجديدة الاسكندرية .2012.
- يوسف حسن يوسف. "التجارة الالكترونية و أبعادها القانونية الدولية" .ط1.المركز القومي لإصدارات القانونية،2011.

-ثالثا المقالات

- أحمد سامي مرهون المعموري. "الحماية المدنية المترتبة عن الاعلان التجاري المقارن" (دراسة مقارنة).كلية القانون والعلوم السياسية.الكوفة.مج41. ع4.
- أحمد عبد الله العوضي . "العوامل المؤثرة في تسويق التجارة الالكترونية" . مجلة الاقتصاد والمجتمع .كلية الدراسات التجارية . ع 06 . الكويت .ص169
- بالقواس سارة . "الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الالكتروني".مجلة منار للبحوث والدراسات القانونية و السياسية. باترق 1.ع2. 2017.
- بن سماعيل سلسيل . الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري".مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية . كلية الحقوق والعلوم السياسية غرداية . ع2. 20
- بولحية شهيرة .لكحل شهرزاد . "اثر التجارة الالكترونية على المستهلك الالكتروني".مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية .المركز الجامعي سي الحواس.ع2019.3

قائمة المصادر و المراجع

- بالقواس سارة . "الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الالكتروني " مجلة منار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية.باتنة1.ع2. 2017
- حسن عباس جمال العبيدي. «العيوب الخفية واثرها على العقد " المجلة الدولية للعلوم الانسانية و الاجتماعية . ع15. 2020
- خلفني مريم . "الالتزام بالإعلام الالكتروني وشفافية التعامل في التجارة الالكتروني".دفاتر السياسة والقانون . كلية الحقوق والعلوم السياسية. بشار. ع 4. 2015.
- حوالف عبد الصمد. "الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية " الأكاديمية للدراسات الاجتماعية . قسم العلوم الاقتصادية والقانونية . ع 15، 2016 .
- الزهرة جغريف. "الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني كضمانة لحماية -المستهلك الالكتروني " (دراسة على ضوء القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية) مجلة المعيار.مج24. ع51. 2020
- دليلة معزوز . "الالتزام بالإعلام المستهلك الالكتروني و مدى فعالية وشمولية القانون 09/03 لحماية المستهلك وقمع الغش". مجلة المعارف. ع8. 2010.
- رباحي احمد. "اثر التفوق الاقتصادي للمحترف على الشروط التعسفية". مجلة اقتصاديات شمال افريقيا. الشلف". ع5.
- رقيعي اكرام .بلال سليمة . "إشكالية حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الالكتروني". المجلة الأكاديمية للبحث القانوني.مج11. ع2. 2020.
- زليخة بن طاية . "الحماية القانونية للمستهلك الرقمي في الشروط التعسفية". مجلة الباحث والدراسات الأكاديمية"الجزائر مج 7. ع1. 2010.
- سلوى قداش . "الالتزامات بالضمان بين القانون العامة في التعاقد وقانون حماية المستهلك". مجلة الباحث لدراسات الأكاديمية . كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- باتنة. ع12. 2012

قائمة المصادر و المراجع

- سهام قارون . "التزام المورد الالكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية" . مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية .مج 7. ع02 2020.
- عبدلي امينة . " الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في مرحلتي قبل واثناء التعاقد" مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية . مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية . خميس مليانة . ع5. 2018.
- عبدلي امينة . "الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في مرحلتي قبل واثناء التعاقد" . مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية . مخبر المؤسسات الدستورية و النظم السياسية . جامعة خميس مليانة . ع5. 2018.
- غبابشة أميرة . مخلوفي عبد الوهاب . " الكترول من مبدأ القوة الملزمة الحق في العدول عن تنفيذ كآلية لحماية المستهلك المتعاقد .." مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية .مج 8. ع1 2020.
- كردي نبيلة . "الشيك الالكتروني" . مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية . كلية الحقوق والعلوم السياسية . تبسة . ع3.
- كمال بلارو . "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري" مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال قسنطينة . ع7. 2019.
- مجدوب نوال . "حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية التسويق المواد الغذائية" . دفا تر السياسة والقانون . كلية الحقوق والعلوم السياسية . تلمسان ع5.. 2016.
- مديحة بن زكري بن علو . فكنوس سميرة . " الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة الكترونيا تطبيقيا لأحكام القانون 05/18" . الجلية الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية .مج 4. ع2. 2020.
- موسى لسود . "الحماية الجنائية الموضوعية للسلع والخدمات المحظورة في القانون 05/18" . مجلة العلوم القانونية والسياسية .مج 11. ع2. 2020

قائمة المصادر و المراجع

- نصيرة غزالي. " الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في التجارة الإلكترونية " مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية .مج6.ع.2019.2

- هبة بن حمزة .بن قادة محمود. "الآليات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني. وفق القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية". مجلة القانون الدولي والتنمية .مج8.ع21. 2020

- يامنة ابراهيم. " التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر". دراسة على ضوء القانون 05/18. مجلة القانون والعلوم السياسية .مج5.ع. الجزائر. 2019

رابعاً الرسائل والمذكرات

- الذهبي خوجة. "الآليات القانونية لحماية المستهلك في حقوق تجارة الالكترونية" مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق .كلية الحقوق والعلوم السياسية .جامعة ادرار .2014

- بلقاسم حامدي. " ابرام العقد الالكتروني " أطروحة لنيل دكتوراه في العلوم القانونية .كلية الحقوق والعلوم السياسية .الحاج لخضر .باتنة .2015/2014

- بوزكري انتصار. "الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الالكتروني ". أطروحة لنيل شهادة ماجستير.كلية الحقوق جامعة بازل2.سطف 2013

- بوزيدي ايمان " ضمانات المشتري في البيع الالكتروني " . مذكرة لنيل شهادة الماجستير.جامعة ملود معمري. تيزي وزو، الجزائر2016

- بن وارث حكيمة. "دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة"-مع الإشارة للعالم العربي - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية .معهد العلوم الاقتصادية

وعلوم التسيير.جامعة العربي بن مهيدي .الجزائر2007-2008 ص 48- 46

- حاني حميدة .مزماط سامية. "حقوق المستهلك في العقد الالكتروني" مذكرة لنيل شهادة ماستر. كلية الحقوق والعلوم السياسية .جامعة عبد الرحمان ميرة .بجاية.2014/2013

- حسان دواجي سعاد "المسؤولية المدنية والجزائية عن الاعلان الالكتروني"، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة وهران ، 2018/2019.

قائمة المصادر و المراجع

- حمار فتيحة. "الرقابة القانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية على عقود الاستهلاك" (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس، 2017
- حوالف عبد الصمد، "النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه. كلية الحقوق والعلوم السياسية. جامعة ابي بكر بالقبلي، تلمسان، الجزائر 2011/2014
- خلوي عنان نصيرة . " الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت " . (دراسة مقارنة). أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه. كلي الحقوق والعلوم السياسية . جامعة مولود معمري. تيزي وزو. 2018
- خميخم محمد . "الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية " . (دراسة مقارنة). أطروحة لنيل شهادة دكتوراه. كلية الحقوق و العلوم السياسية . جامعة مولود معمري . تيزي وزو . 2012.
- دواجي جلول . "الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق "جامعة ابي بكر بالقبلي تلمسان. 2015/2014
- زهير رواش ، "دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين التعاملات المصرفية"، (دراسة حالة الجزائر). مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير. جامعة العربي بن مهيدي .ام البواقي . 2011
- شعباني حنين نوال. "التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش." مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية . كلية الحقوق والعلوم السياسية . جامعة مولود معمري . تيزي وزو. 2012.
- صراع كريمة . "واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر" مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية . كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و التجارة . جامعة وهران. 2014

قائمة المصادر و المراجع

- لوصيف عمار، " استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية ".مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية . كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 2009/2008
- ليث عزيز ضباب، " الطبيعة القانونية لإعلان الالكتروني المضلل "، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة القادسية، العراق، 2018
- مخلوفي عبد الوهاب . "التجارة الالكترونية عبر الانترنت. " أطروحة لنيل شهادة دكتوراه. كلي الحقوق و العلوم السياسية . جامعة لخضر .باتنة . 2012/2011
- ميساء صادق . "حماية المستهلك في ظل قانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش". مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. الإدارية . كلية الحقوق . جامعة سطيف ، 2011
- هشام صالح عبد الفتاح . " جريمة الاحتيال " (دراسة مقارنة). أطروحة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام. جامعة النجاح .فلسطين. 2008
- خامسا :المواقع الالكترونية
- www.bna.com البنك الوطني الجزائري
- سادسا: الملتقيات
- زاماموش نذير، حدر باش لمياء، " حماية المستهلك في ظل عقود التجارة الالكترونية"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك و الاقتصاد الرقمي ، المركز الجامعي عبد الحميد بالقواط، بعنوان ضرورة الانتقال وتحديات الحماية ، يوم 23-24 افريل 2018 .

الفهرس

الصفحة	العنوان
1	البسملة
2	الشكر
3	الإهداء
4	قائمة المختصرات
9-6	المقدمة
10	الفصل الأول :الإطار القانوني للمستهلك الالكتروني على ضوء القانون 05/18
12	المبحث الأول :مفهوم التجارة الالكترونية
12	المطلب الأول : تعريف التجارة الالكترونية
12	الفرع الأول: التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية
13	أولا: التعريف الضيق للتجارة الالكترونية
14	ثانيا :التعريف الواسع للتجارة الالكترونية
15	الفرع الثاني :تعريف التجارة الالكترونية في التشريعات
16-15	أولا : تعريف التجارة الالكترونية في المنظمات الدولية
17	ثانيا :تعريف التجارة الالكترونية في التشريعات الأجنبية
19-18	ثالثا : تعريف التجارة الالكترونية في بعض التشريعات العربية
20	الفرع الثالث : الفرق بين التجارة الالكترونية و التقليدية
21	الفرع الرابع :شروط ممارسة التجارة الالكترونية
21	أولا :شروط ممارسة التجارة الالكترونية

23-22	ثانيا : خصائص التجارة الالكترونية
24	المطلب الثاني : صور التجارة الالكترونية
24	الفرع الأول : التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال
25	الفرع الثاني : التجارة الالكترونية بين وحدة الأعمال و المستهلك
25	الفرع الثالث : التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال و الحكومة
26	الفرع الرابع : التجارة الالكترونية بين المستهلك و الإدارة
27	المبحث الثاني : المقصود بالمستهلك الالكتروني
27	المطلب الأول : التعريف بالمستهلك الالكتروني
27	الفرع الأول : التعريف الفقهي للمستهلك الالكتروني
28	أولا : التعريف الضيق للمستهلك الالكتروني
29	ثانيا : التعريف الواسع للمستهلك الالكتروني
30	الفرع الثاني : تعريف المستهلك الالكتروني في بعض التشريعات
30	أولا : تعريف المستهلك الالكتروني في المنظمات الدولية
32-31	ثانيا : تعريف المستهلك الالكتروني في التشريعات المقارنة
33	الفرع الثالث : أهمية حماية المستهلك الالكتروني
34-33	أولا : تعريف حماية المستهلك الالكتروني
35	ثانيا: أهمية حماية المستهلك الالكتروني
36	المطلب الثاني : مبررات حماية المستهلك الالكتروني
36	الفرع الأول : التطور الحديث في شبكة الانترنت
37	الفرع الثاني : حاجة المستهلك للخدمات
38-37	الفرع الثالث : افتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية الالكترونية
39	الفصل الثاني : أليات حماية المستهلك الالكتروني

41	المبحث الأول : الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني
41	المطلب الأول : الضمانات المقررة لحماية المستهلك الالكتروني في إبرام العقد .
41	الفرع الأول : حق المستهلك الالكتروني في تقرير حقه في الإعلام
42	أولا :تعريف الالتزام بالإعلام الالكتروني
43-42	ثانيا : مضمون مبدأ الالتزام بالإعلام الالكتروني
44	ثالثا : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام الالكتروني
44	الفرع الثاني : حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية
45	أولا : تعريف الشروط التعسفية
45	ثانيا : مميزات الشرط التعسفي
46	ثالثا : مكافحة الشرط التعسفي في العقد الالكتروني
47	الفرع الثالث : حماية المستهلك الالكتروني من الإعلانات التجارية
48-47	أولا : تعريف الإعلان الالكتروني
49	ثانيا : أشكال الإعلان الالكتروني
50	ثالثا : الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني من الإعلانات المضللة
51	المطلب الثاني : الضمانات المقررة لحماية المستهلك الالكتروني في تنفيذ العقد
51	الفرع الأول : حماية المستهلك الالكتروني في عملية الدفع الالكتروني
51	أولا : المقصود بعملية الدفع الالكتروني
52-51	ثانيا : وسائل الدفع الالكتروني
53	ثالثا : حماية المستهلك الالكتروني من مخاطر الدفع الالكتروني
54	الفروع الثاني : حماية المستهلك الالكتروني في الضمان و مواجهة العيوب الخفية
55	أولا : حماية المستهلك الالكتروني في حقه في الضمان
57	ثانيا : حماية المستهلك الالكتروني في مواجهة العيوب الخفية

58	ثالثا : آليات حماية المستهلك الالكتروني من تنفيذ الالتزام بالضمان
58	الفرع الثالث : حماية المستهلك الالكتروني في حقه في العدول
58	أولا: تعريف حق العدول
59	ثانيا : تقرير حق العدول بالنسبة لطرفي العقد
60	ثالثا : جزاء الإخلال بحق الرجوع للمستهلك الالكتروني
61	المبحث الثاني : الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني
61	المطلب الأول : الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في الجرائم التقليدية
61	الفرع الأول: جريمة الخداع
62-61	أولا : تعريف جريمة الخداع
62	ثانيا : أركان جريمة الخداع
63	ثالثا : الجزاءات المترتبة على جريمة الخداع
63	الفرع الثاني : جريمة الغش
63	أولا : تعريف جريمة الغش
64	ثانيا : أركان جريمة الغش
64	ثالثا : الجزاءات المترتبة على جريمة الغش
65	الفرع الثالث : جريمة الاحتيال الالكتروني
65	أولا : تعريفها
65	ثانيا : أركان جريمة الاحتيال
66	ثالثا : الجزاءات المترتبة على جريمة الاحتيال الالكتروني
67	المطلب الثاني : الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في الجرائم الحديثة
67	الفرع الأول : التزام المورد بالمعطيات الشخصية
68	أولا : تعريف المعطيات الشخصية للمستهلك الالكتروني

68	ثانيا : أشكال الاعتداء على حق المستهلك الالكتروني
69	ثالثا : العقوبات المقررة على جريمة الإخلال بالمعطيات الشخصية
69	الفرع الثاني : تجريم بعض السلع و الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية
69	أولا : تجريم بيع المشروبات الكحولية و الصيدلانية
72-70	ثانيا : تجريم عرض و بيع المنتجات الماسة بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية
72	الفرع الثالث : الوسائل الإجرائية و العقابية في قانون التجارة الالكترونية
72	أولا : المتطلبات لقانونية متابعة المورد الالكتروني
74-73	ثانيا : العقوبات المقررة على المورد في قانون التجارة الالكترونية
	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الفهرس
	الملخص

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة ثورة تكنولوجيا مست جميع المجالات، و خاصة المجال الاقتصادي باعتباره الركيزة الأساسية للدول.

حيث نجد أن المجال الاقتصادي بدأ يستقبل مفاهيم جديدة تواكب التطور الحاصل وأساليب مستحدثة لتسيير المعاملات التجارية ومن أهمها التجارة الالكترونية التي تعتبر النموذج المثالي للقيام بعمليات تبادل السلع والخدمات العابرة للحدود، وعليه اعتماد المشرع للتجارة الالكترونية جعله يكرس أهم الآليات لحماية المستهلك الالكتروني باعتباره طرفا في العلاقة التعاقدية هذا من جهة، وكذلك تحقيق التوازن العقدي .

الكلمات المفتاحية :

التجارة الالكترونية –المستهلك الالكتروني –حماية المستهلك الالكتروني

Abstract

The world has recently witnessed a technological revolution that included all fields, especially the economic field as it is the mainstay of countries.

The economic one is beginning to receive new concepts that keep pace with development and new methods of conducting business transactions, one of the most important is electronic commerce, which is the ideal model for conducting cross-order exchanges of goods and services. The adoption of electronic commerce by the legislator must make it possible to devote the most important mechanisms to protect the electronic consumer as a party of this contractual relationship on the one hand, as well as to achieving a contractual balance.

keyword:

E-Commerce, electronic consumer , Electronic consumer protection