الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف
كلية الحقوق و العلوم السياسية
و قسم الحقوق

حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

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

من إعداد الطالبين :
–خنوشي إسماعيل
–شيبوني شعيب

تحت إشراف دكتور:
د. دغبوج تقي الدين

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د.هماش لمين	أستاذ محاضر (ب)	جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف–	رئيسا
د. دغبوج تقي الدين	أستاذ مساعد (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف	مشرفا
د.بومعزة مروة	أستاذ مساعد (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف	عضوا

السنة الجامعية :2025/2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف
كلية الحقوق و العلوم السياسية
و قسم الحقوق

مذكرة بعنوان :

حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

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

من إعداد الطالبين :
–خنوشي إسماعيل
–شيبوني شعيب

تحت إشراف دكتور:
د. دغبوج تقي الدين

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د.هماش لمين	أستاذ محاضر (ب)	جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف–	رئيسا
د.دغبوج تقي الدين	أستاذ مساعد (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف	مشرفا
د.بومعزة مروة	أستاذ مساعد (أ)	جامعة الشاذلي بن جديد –الطارف	عضوا

السنة الجامعية :2025/2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

Minister de L'enseignement Supérieur
Et de La Recherche Scientifique
Université el tarf
Faculté de Droit et des Sciences Politiques
Département de Droit

جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

المرجع: القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي
خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة): حنونشي اسماعيل

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 109881231001890007

الصادرة بتاريخ: 2021/04/15

عن دائرة: عين العسل الطارف

المسجل بقسم: الحقوق

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري

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

التاريخ: 09/06/2025

إمضاء المعني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit

جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

المرجع: القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي
خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة): شيبوني شكيب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 100001245000600005

الصادرة بتاريخ: 2022/03/16

عن دائرة: بوشلجة الطارف

المسجل بقسم: الحقوق

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري

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

التاريخ: 2025/06/09

إمضاء المعني

بسم الله الرحمن الرحيم

شهادة شكر وتقدير

قال الله تعالى ﴿ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ﴾

سورة إبراهيم ،الآية 07

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ،والشكر لله سبحانه

و تعالى الذي وفقنا و قدرنا و أعاننا على عملنا هذا و يسره لنا

و الصلاة السلام على خير الأنام سيدنا محمد صلوات ربي و سلامه عليه

أما بعد

بعد الإنتهاء من هذا العمل المتواضع لم ننسى الجهود التي تسببت في جعلها بهذه الصورة

و إتمامها على أكمل وجه

أولا إن هذا العمل تم بفضل الله سبحانه و تعالى و بعدها بتوجيه

و نصائح و تشجيع أستاذنا الدكتور

" دغبوج تقي الدين "

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و معلوماته التي أفادتنا في بحثنا العلمي

و ملاحظاته التي ساهمت في إنجاح هذه المذكرة

فله منا جزيل الشكر و الامتنان

كما نتوجه بالشكر و التقدير إلى أساتذة لجنة المناقشة

على قبولهم المتواضع لمناقشة مذكرتنا

و إلى كل أساتذة كلية الحقوق بجامعة الشاذلي بن جديد بالطارف

على الدعم الذي قدموه لنا طوال هذه الرحلة العلمية

و إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل المتواضع

وشكرا للجميع

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

قال الله تعالى

﴿ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾صدق الله العظيم

الحمد لله و شكرا و امتنانا على البدء و الختام

(و أخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين)

ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي و أرفع قبعتي بكل فخر، فالله لك الحمد قبل أن ترضى و لك الحمد إذا رضيت و لك الحمد بعد الرضا ،لأنك وفقتني على إتمام هذا النجاح و تحقيق حلمي و بكل حب أهدي ثمرة نجاحي و تخرجي

إلى والدي العزيزان ((أبي الغالي و أمي الحبيب حفظهما الله لي))

و إلى أخوتي و أخواتي و إلى عائلة خنوشي فردا فردا

و إلى كل زملائي و زميلاتي في كلية الحقوق دفعة 2025

و إلى أساتذة كلية الحقوق بجامعة الشاذلي بن جديد بالطارف

إلى كل أساتذة كلية الحقوق بجامعة الشاذلي بن جديد بالطارف

و أخص بالذكر الأستاذ الكريم **" صياد صادق"**

و إلى من ساعدني في إتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد

إليكم جميعا منا ألف شكر و ألف تحية

إسماعيل خنوشي

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

قال الله تعالى

﴿ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾صدق الله العظيم

الحمد لله و شكرا و امتنانا على البدء و الختام

(و أخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين)

ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي

و أرفع قبعتي بكل فخر، فالله لك الحمد قبل أن ترضى

و لك الحمد إذا رضيت و لك الحمد بعد الرضا ،لأنك وفقتني على إتمام هذا النجاح

و تحقيق حلمي و بكل حب أهدي ثمرة نجاحي و تخرجي

إلى والدي العزيزان ((أبي الغالي و أمي الحبيب حفظهما الله لي))

إلى داعمي الأول في مسيرتي و سندي و قوتي و ملاذي بعد الله فخري و اعتزازي

أخوتي و أخواتي

إلى من معهم أكبر و عليهم أعتمد و من بوجودهم

أكتسب قوة و محبة لا حدود لها و إلى من عرفت معهم معنى الحياة

و إلى كل طلبة كلية الحقوق دفعة 2025

و إلى أساتذة كلية الحقوق بجامعة الشاذلي بن جديد بالطارف

و إلى من ساعدني في إتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد

إليكم جميعا منا ألف شكر و ألف تحية

شيبوني شعيب

قائمة المختصرات

قائمة المختصرات

المعنى	الرمز
قانون العقوبات الجزائري	ق.ع.ج
القانون المدني الجزائري	ق.م.ج
المادة	م
الجريدة الرسمية	ج.ر
الصفحة	ص
العدد	ع
الطبعة	ط
دون سنة النشر	د.س.ن
الجزء	ج

مقدمة

مقدمـة:

نتيجـة للتقـدم العلمـي و التكنولـوجي الـذي يشـهده العـالم اليـوم في جميـع الميـادين أدى إلى إحـداث ثـورة الإتصـالات و المعلومـات، الـتي جعلـت الطريـق ممهـدا لعـدة أنـواع مـن المعـاملات الجديـدة الـتي لم تكـن موجـودة مـن قبـل حيـث أفـرزت تكنولوجيـا المعلومـات نوعـا جديـدا مـن الاقتصـاد التجـاري الرقمـي الـذي تجسـد في شـكل التجـارة الإلكترونيـة الـتي تعتـبر مـن المصـطلحات و المفـاهيم الحديثـة الـتي شـاعت و بـرزت بفضـل تكنولوجيـا الاتصـال بشـكل واسـع في الحيـاة المعاصـرة، والـتي تمثـل عمليـة تبـادل السـلع و الخـدمات عـن طريـق شـبكة الاتصـال العالميـة الأنترنـت الـتي جعلـت مـن العـالم قريـة صـغيرة، مـن خـلال المواقـع الإلكترونية.

إنّ بـروز هـذا النـوع مـن التعـاملات التجاريـة الإلكترونيـة، سـاهم في وضـع الفـارق بينهـا و بـين التجـارة التقليديـة مـن خـلال إلغـاء الثوابـت الـتي كانـت تقـوم عليهـا هـذه الأخـيرة، حيـث إنتقـل الفـرد اليـوم مـن العقـد التقليـدي الـذي يقـوم علـى الوجـود المـادي و الفعلـي و الحقيقـي للأطـراف و أصـبح أمـام العقـد الإلكـتروني الـذي يـبرم عـن بعـد في بيئـة رقميـة إفتراضـية بـين طـرفين أحـدهما يسـمى مسـتهلك إلكـتروني و أخـر مـورد فأصـبح المسـتهلك الإلكـتروني يسـد حاجياتـه و يشـبع رغباتـه في الزمـان و المكـان الـذي يريـد دون عناء التنقل و التعرض للمخاطر.

رغـم الجانـب المشـرق و الإيجـابي الـذي تقدمـه التجـارة الإلكترونيـة سـواء للمسـتهلك كفـرد، أو للمنشـأت التجاريـة مـن أرباح و إختفـاء للوسـطاء عـبر الشـبكة العنكبوتيـة الأنترنـت سـاحة العـرض لمختلـف المنتوجـات، لا ينفـي معـه الإنعكاسـات السـلبية الـتي أفرزتهـا تقنيـة المعلومـات مـن إسـاءة إسـتخدام الإتصـالات الحديثـة أصـبحت تشـكل خطـرا كبـيرا علـى المسـتهلك الإلكـتروني ممـا يجعلـه عرضـة للمخـاطر و التلاعـب أمـام القـوة العلميـة و النفوذ الإقتصادي و الخبرة و الدراية الفنية للطرف الأخر المورد الإلكتروني.

و مـا يعـوق تقـدم التجـارة الإلكترونيـة اليـوم، بـروز سـلوك إجرامـي مصـاحب للتطـور العلمـي و التكنولـوجي، حيـث يكـون المسـتهلك الإلكـتروني عرضـة للتلاعـب بمصـالحه و محاولـة غشـه و خداعـه مـن قبـل المـورد الإلكـتروني الـذي قـد يلجـأ إلى إغرائـه بمـزايا وهميـة عـن المنتوج.

و هـذا مـا أسـتوجب بالعديـد مـن التشـريعات المحليـة و الدوليـة إلى وضـع و تـوفير آليـات و ضمانات قانونية للحماية المستهلك الإلكتروني و إعادة التوازن العقدي .

فأصـدر **المشـرع الجزائـري** قـانونا خاصـا **بالتجـارة الإلكترونيـة** هـو 18-**05 المـؤرخ في 10مـاي 2018**، لكـن هـذا لا يعـني أنـه لم يتطـرق لهـذا الموضـوع بـل أشـار إليـه في عـدة قوانين و لو نسبيا.

- **موضوع البحث:**

يتمثـل موضـوع بحثنـا في **حمايـة المسـتهلك الإلكـتروني في التشـريع الجزائـري**، لـذلك حاولنـا بيـان بيئـة المعـاملات التجاريـة الإلكترونيـة و تمييزهـا عـن التبـادلات العاديـة، كمـا حاولنـا توضـيح كـل مـن مصـطلح الحمايـة المدنيـة والجنائيـة و الأليـات القانونيـة المسـتحدثة الـتي جـاء بهـا المشـرع الجزائـري لضـمان و سـلامة حقـوق المسـتهلك و إعـادة التـوازن العقـدي أمام المورد بإقرار إلتزامات على عاتق هذا الأخير.

وبعـد ذلـك تطرقنـا إلى المجهـوادت المبذولـة الدوليـة و المحليـة مـن أجـل ضـمان حقـوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة قبل إبرام العقد و بعد تنفيذ العقد.

- **أهمية الموضوع:**

يعتـبر موضـوع "**حمايـة المسـتهلك الإلكـتروني في التشـريع الجزائـري**" مـن الموضـوعات الهامـة الـتي يفرضـها الواقـع اليـوم، و أصـبح هـذا النـوع مـن المعـاملات التجاريـة الإلكترونيـة يثير الإهتمـام لعـدم وجـود الأمـان الكـافي لهـا و ذلـك بسـبب نقـص الأليـات القانونيـة اللازمـة لتنظـيم هـذا النـوع مـن التبـادلات نظـرا لمـا تحملـه مـن مسـتجدات قـد تـدفع الأفـراد لعـدم

الإقـدام عليهـا إلا بعـد تـوفير بيئـة قانونيـة فعالـة مؤمنـة الـتي تحفـز و تعـزز الثقـة للإقبـال علـى هذا النوع من الممارسات التجارية.

- **الصعوبات:**

البحـث في موضـوع **حمايـة المسـتهلك الإلكـتروني** تتخللـه صـعوبات، كـون هـذا الأخـير يقـوم بإبـرام معـاملات إلكترونيـة عـبر شـبكة الأنترنـت، وحـتى إن لم يكـن هـذا النـوع مـن المعـاملات حـديث النشـأة في بعـض الـدول خاصـة المتقدمـة منهـا، إلا أن الجزائـر بـدأت مـؤخرا بالتعامـل مـع هـذا النـوع مـن التعـاملات، حيـث أصـدر المشـرع الجزائـري قـانون خـاص بالتجـارة الإلكترونيـة لتنظـيم هـذه المعـاملات، و بالتـالي لا توجـد دراسـات كافيـة و معمقـة بعد بخصوص هذا الموضوع.

- **أسباب إختيار الموضوع:**

من الأسباب الذاتية التي دفعتنا إلى إختيار هذا الموضوع هي:

- الرغبة في معرفة المزيد من المعلومات حوله.
- بروز هذا الموضوع بشكل واسع اليوم و أصبح واقع عملي نعيشه اليوم.
- أما الأسباب الموضوعية التي قادتنا للبحث في هذا الموضوع كون هذا الموضوع:
- شـاع بشـكل واسـع و أصـبح حـديث السـاعة، موضـوع حمايـة المسـتهلك الإلكـتروني فقـد بـذلت التشـريعات كـل جهودهـا و سـنت ترسـانة قانونيـة لسـد الثغـرات وضـمان حقـوق المسـتهلك أمـام الجـرائم التقليديـة و الحديثـة نظـرا لمركـزه الضـعيف الأمـر الـذي دفعنـا كبـاحثين إلى تنـاول مختلـف مراحـل حمايـة المسـتهلك سـواء قبـل التعاقـد أو مرحلة بعد التعاقد.

➢ **أهداف الدراسة:**

يكمـن الهـدف مـن دراسـتنا هـذه في الآليـات القانونيـة الـتي جـاء بهـا المشـرع، لحاجـة المسـتهلك الإلكـتروني لحمايـة قانونيـة كافيـة تجعلـه يمـارس تجارتـه عـبر الوسـائط الإلكترونيـة بكـل ثقـة و أمـان، بالإضـافة إلى التعـرف علـى حقـوق المسـتهلك في مرحلـة تكـوين العقـد ومرحلة تنفيذ العقد.

➢ **إشكالية البحث:**

إن الإشكالية الرئيسية للدراسة تتمثل في الإجابة على التساؤل التالي:

- **مـا هـي الآليـات القانونيـة الـتي أقرهـا المشـرع الجزائـري لحمايـة المسـتهلك الإلكتروني ؟**

➢ **المنهج المستخدم:**

نظـرا لخصوصـية الموضـوع و حداثتـه و تشـعبه فقـد إعتمـدنا علـى المـنهج الوصـفي، وذلـك مـن خـلال عـرض لأهـم المشـاكل الـتي قـد تواجـه المسـتهلك الإلكـتروني في تعاقـده مـع المـورد لسـد حاجياتـه و إشـباع رغباتـه و أسـباب هـذه المشـاكل مـع محاولـة وضـع الحلـول لهـا من خلال النصوص التشريعية.

كمـا إتبعنـا علـى المـنهج التحليلـي مـن خـلال تتبـع النصـوص القانونيـة و تحليلهـا مـن أجـل الإحاطـة و الإلمـام بكافـة المسـائل القانونيـة الـتي تناولتهـا الدراسـة للوصـول إلى أهـم النتائج.

و كـذلك في بعـض الجزئيـات إتبعنـا علـى **المـنهج المقـارن** بالنظـر إلى القـوانين الأوروبيـة و العربيـة و مقاربتهـا بمـا جـاء في القـانون الجزائـري مـن قواعـد عامـة و خاصـة في حماية المستهلك.

➢ **خطة البحث:**

لدراسة الموضوع و الإجابة على الإشكالية المطروحة أعلاه و تحقيق الأهداف المرجوة قمنا بتقسيم الدراسة تقسيما ثنائيا حيث اعتمدنا على فصلين أساسين:

➢ **الفصل الأول :"الحماية المدنية للحماية المستهلك الإلكتروني".**

❖ **المبحث الأول:**آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد.

❖ **المبحث الثاني:**آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.

➢ **الفصل الثاني: "الحماية الجنائية للحماية المستهلك الإلكتروني".**

❖ **المبحث الأول:**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية.

❖ **المبحث الثاني:** الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة.

الفصل الأول :
الحماية المدنية
للمستهلك الإلكتروني

تمهيد:

تعد الحماية المدنية من المراحل السابقة لإبرام العقد، حيث تعتبر من أهم المراحل وأخطرها لما تتضمنه من أليات قانونية و تدابير، وضمانات تكفل حماية و أمن و سلامة حقوق المستهلك الإلكتروني من أي إنتهاك يمارس عليه، و يعزز من ثقته في التعاملات الإلكترونية بإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإستهلاكية، أمام مورد إلكتروني ذو قوة علمية و نفوذ إقتصادي و خبرة و دراية فنية بمحل التعاقد.

و عليه فإن في هذا الفصل سنتناول أهم الضمانات التي كفلها المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني إنطلاقا من مبحثين :

- **المبحث الأول:آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد.**
- **المبحث الثاني:آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.**

- **المبحث الأول:آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد:**

بإعتبار أن **المستهلك الإلكتروني** طرفا ضعيف في العلاقة التعاقدية إتجاه المورد المتمتع بصفة الإحتراف، و الدراية استدعت الضرورة لوجود ضمانات للحفاظ على التوازن العقدي من خلال إعلان المستهلك بكافة البيانات و المعلومات و كذلك حقه في العدول وفقا للضوابط القانونية لذلك سنحاول التطرق في **المطلب الأول (للإلتزام بالإعلام) والمطلب الثاني (خيار المستهلك في العدول).**

- **المطلب الأول: الحق في الإعلام الإلكتروني:**

إن **المستهلك الإلكتروني** يسد حاجياته و يشبع رغباته بإقتناء السلع والخدمات عبر شبكة الأنترنت دون أن تتسنى له فرصة فحص و الإلمام بخصائص السلعة، لذلك إن أهم ما يمثل الحماية المدينة له هو حقه في الإعلام بإعتباره من الإلتزامات التعاقدية التي فرضت على المورد الإلكتروني الواجب توفرها قبل إبرام العقد.

لذلك سنتطرق إلى المقصود بالإعلام الإلكتروني (**كفرع أول**)،و مضمون هذا الإلتزام (**كفرع ثاني**).

- **الفرع الأول:المقصود بالإعلام الإلكتروني.**

لتعريف الإلتزام بالإعلام نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض لتعريف مباشر ومستقل غير أنه تناوله عن طريق إبراز ألياته بواسطة نصوص قانونية موجودة ضمن قانون حماية المستهلك،نصت **المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 03-378** المتعلق بشروط و كيفيات إعلام المستهلك:"**كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الإتصال الشفهي**"[1]

[1]- المرسوم التنفيذي رقم(13-378)المؤرخ في :05 محرم1435 ،الموافق ل:09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ،الجريدة الرسمية العدد 58 الصادر بتاريخ:18نوفمبر2013.

بينما نصت **المادة 17 من القانون 09-03** المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه:"**يجب على كل مورد أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة**"[1]

كما نص المشرع الجزائري أيضا على هذا الإلتزام في المرسوم التنفيذي **رقم 06-306المؤرخ في 10سبتمبر 2006** ،الذي أوجب المشرع من خلاله إلى ضرورة الإعلام المسبق للمستهلك بشروط العقد من أجل تحقيق نزاهة و شفافية هذا النوع من العملية التجارية[2]

و تجدر الإشارة إلى أن الفقه يعرف هذا الإلتزام بأنه:"**إلتزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، و بكل شفافية و أمانة للطرف الأخر الذي لايمكن العلم بها بوسائله الخاصة**[3]

مما سبق يمكننا أن نلاحظ أن هذا الإلتزام يقع على المورد الإلكتروني تجاه المستهلك، و ذلك بتنويره بكافة بياناته الشخصية و المعلومات الجوهرية على العقد و عن المنتوج محل العقد.

---

[1]-القانون رقم 09-03 ،المؤرخ في 25فيفري2009 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،ج ر،عدد15،الصادر بتاريخ08مارس 2009،المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10جوان 2018 ،ج ر ،عدد35الصادر بتاريخ 13جوان 2018.

2- خليفي مريم :"**الإلتزام بالإعلام الإلكتروني و شفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية** "، **مجلة دفاتر السياسة و القانون** ،جامعة بشار، ع04 ،جانفي 2011 ،ص210.

3-أحمد بورزق: "**التجارة الإلكترونية في الجزائر**"،الطبعة الأولى ،ألفا للوثائق ،الجزائر،ص ص394-395.

- **الفرع الثاني :مضمون الإلتزام بالإعلام الإلكتروني.**

أدى إنتشار ظاهرة الغش و الخداع المعلوماتي إلى حاجة ملحة لإلتزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات و البيانات التي يقدمها لذلك لا بد من تحديد هوية البائع (أولا) وأيضا تحديد أوصاف السلعة أو الخدمة محل العقد (ثانيا)

أولا:تحديد هوية البائع:

لقد نص **المشرع الجزائري في القانون 18-05** 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، و إضافة اسم و موقعه وكذلك إنشاء بطاقة وطنية بأسماء الموردين الإلكترونيين لدى مصالح السجل التجاري الوطني[1].

كما حدد المشرع الجزائري من خلال **المادتين 53 و55** من المرسوم التنفيذي **رقم13-378 المتعلق** بشروط و كيفيات إعلام المستهلك يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية و الوسائل الملائمة حسب طبيعة الخدمة.

ما يلاحظ على هاتين المادتين أن المشرع الجزائري ألزم المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بكل الخصائص و البيانات الأساسية محل الطلب دون أن يفرق في الأداة أو الوسيلة التي يتم بها الإعلام إلكترونية كانت أو تقليدية إستنادا **للمادة 03**[2].

ثانيا:تحديد أوصاف السلعة أو الخدمة محل العقد.

1-الزهرة جغريف :"**الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني**"، درا على ضوء القانون رقم 18-05 المتعلق بتجارة الإلكترونية ،مذكرة نعمة سعدون ،ص43

2- سميرة زايدي :"**الإلتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني** "،مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر،تخصص قانون أعمال ،كلية الحقوق ،جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي ،2015-2016 ،ص ص51-52.

إن تحديد الصفات الأساسية للمبيع من طرف المورد الإلكتروني، يجب أن تتضمن ذكر البيانات الأساسية له، و كيفية الاستعمال و ذكر المخاطر الممكن حدوثها عند استخدام المبيع.[1]

بالرجوع إلى نص **المادة 11من القانون رقم 09-03** بأنه"**يجب أن يلبي كل منتوج مفروض للإستهلاك الرغبات المتنوعة للمستهلك، من حيث طبيعته و منشأته و صوتته، و كمياته و قابليته للإستعمال و الأخطار الناجمة عن إستعماله**[2].

ما يفهم من ما سبق يجب أن تكون هناك مطابقة شكلية و موضوعية للمنتوج محل الطلب، لأن المستهلك لم تتحقق له رؤية مادية ملموسة للسلعة بل قد أطلع فقط بشكل إفتراضي.

ثالثا:جزاء الإخلاء بالإعلام.

نظرا لغياب مجلس فعلي حقيقي بين أطراف العقد، الأمر الذي يجعل المورد الإلكتروني ملزما بإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بموضوع العقد، من أجل تكوين إرادة سليمة لدي المستهلك الذي تواجهه صعوبة عدم إمكانية معاينة المنتوج ماديا، إما بإتخاذ قرار الإقبال أو التراجع عن التعاقد.

1) الجزاء المدني:

أغفل المشرع الجزائري مسألة تنظيم الجزاء القانوني لمخالفة الإلتزام بالإعلام الإلكتروني، و بالرجوع إلى القواعد العامة فإن الجزاء المترتب عن هذا الإخلال يؤدي إلى تعيين إرادة المستهلك الإلكتروني عديم الخبرة لإكتشافه عدم ملائمة الشيء المبيع لتحقيق أهدافه مما يسمح له بالمطالبة بإبطال العقد أو المطالبة بالتعويض.

- **أ)إبطال العقد:**

3-نعمة سعدوني: "**حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون تجارة الإلكترونية الجزائرية**"، مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الشادلي بن جديد، الطارف، 2020-2021، ص43.

2- قانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بتاريخ 08 مارس2009، الجريدة الرسمية، العدد 15.

قد يبطل العقد إذا لجأ التاجر إلى تقديم معلومات مخالفة للحقيقة حول السلعة أو الخدمة التي يعرضها أو قد يكتم معلومات جوهرية التي من شأنها أن تضلل المستهلك وتعيب إرادته و تدفعه للتعاقد و هذا ما يسمى بعيوب الإرادة.

أعتبر بعض الفقهاء أن التدليس يخول للمتعاقد إبطال العقد كجزاء مدني، إذا أستعمل التاجر طرق إحتيالية مخالفة لإلتزامه بإعلام المستهلك[1].

- ب)**التعويض:**

قد يتلقى المستهلك إعلام غير صحيح و يرغب في الحفاظ على العلاقة التعاقدية، لذلك كان التعويض الجزاء المناسب في مثل هذه الظروف مع إبقاء العقد لسد حاجة المستهلك من المنفعة التي كان يأمل تحقيقها من لإبرام العقد، إذ أنه لو كان على علم بكافة البيانات و المعلومات التي إمتنع المورد عن تزويده بها لما أقدم على التعاقد معه لأنه قصر في إعلامه[2].

ففي الحكم بالتعويض مع إبقاء العقد ردع للمدين في نقل إعلام مغلوط فهو جزاء المسؤولية يجبر الضرر الذي لحق بالمستهلك، فهذا الجزاء بطبيعة الحال يجد مصدر في تعيب إرادة الأخير طبقا لأحكام المسؤولية التقصيرية **المادة 124 من القانون المدني المعدلة بالقانون رقم 05-01**.

رأى المشرع الجزائري أن مسؤولية المورد من الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد ذات طبيعة تقصيرية، من خلال نص **المادة 352 من القانون المدني** أن الإلتزام بالإعلام هو إلتزام

1-الذهبي خدوجة: **"الآليات القانونية لحماية المستهلك لعقود التجارة الإلكترونية"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أدرار، 2013-2014، ص 78.

2- عبد العزيز مرسي حمود: **"الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام بعقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة دراسة مقارنة"، مجلة البحوث القانونية و الإقتصادية**، كلية الحقوق، جامعة المانوفية، مصر، العدد 18، السنة التاسعة، أكتوبر 2002، ص398.

قانوني ينتج عن مخالفة قيام المسؤولية التقصيرية و هذا ما تبناه المشرع الفرنسي في نص **المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي**[1].

2) العقوبات الجزائية:

بما أن مخالفة المورد لإلتزامه بالإعلام يؤثر على صحة رضا المستهلك، فألزم المشرع عقوبات جزائية لحماية هذا الأخير الطرف الضعيف، من الأفعال التي تضر بماله و معاملاته منها ما يتعلق بعدم الإعلام بشروط البيع، و عقوبات أخرى ترتب في حال عدم الإعلام عن الأسعار و عدم وسم المنتوج.

أ)جزاء عدم الإعلام بشروط البيع:

إذا إمتنع المورد عن إعلام المستهلك قبل إختتام عملية البيع و بأي طريقة كانت بالمعلومات النزيهة أو الصادقة المتعلقة بمميزات المنتوج و شروط البيع، بمعنى أنه أخل بإلتزامه بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد و نكون أمام جريمة يعاقب عليها القانون[2].

فقد تضمنت **المادة 09 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد** المطبقة على الممارسات التجارية بيان شروط البيع منها كيفيات الدفع إضافة إلى الرسوم التخفيضات و المسترجعات.

من خلال إستقراء **المادتين 08 و 09** من نفس القانون يترتب جزاء جنائي في حالة إخلال المورد بإلتزاماته، وذلك ما نصت عليه **المادة 32 من القانون رقم 04-02** و التي جاء فيها"**يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، المخالفة لأحكام المادتين 08 و09**

1- عبد الفتاح حجازي: "**التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية**"، دار الفكر الجامعي، إسكندرية، مصر، 2004، ص10.

1-رفاري شهيناز:"**الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقود الإستهلاك**"، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة سطيف 02، 2015-2016، ص 181.

من هذا القانون و يعاقب عليه بغرامة من عشرة ألاف دينار 10.000 دج، إلى مائة ألف دينار 100.000 دج[1].

أما في مجال التعامل التجاري الإلكتروني، أقر المشرع بتقديم عدة معلومات متعلقة بالعرض التجاري بالنسبة للمورد الإلكتروني من بينها الشروط العامة للبيع لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي و كيفيات و إجراءات الدفع.

و إذا إمتنع المورد عن تنفيذ إلتزاماته الواردة في **المادة 11 يعاقب بموجب المادة 39 من القانون رقم 18-05** الخاص بالتجارة الإلكترونية التي جاء في نصها"**يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج على كل مورد إلكتروني يخالف أحد الإلتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من هذا القانون كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوة أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز (06) أشهر**"[2].

ب)جزاء عدم الإعلام بالأسعار:

يرتكز المستهلك عند رغبته في إقتناء سلعة أو إستفادة من خدمة على السعر الذي يعتبر عنصر أساسي، حيث يهدف الإعلان عن أسعار السلع و الخدمات المقدمة للمستهلك هو حمايته من مقدم الخدمة.

و هذا ما تضمنته **المادة 04 من قانون رقم 04-02** بنصها"**يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعاريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع**"[3].

فالمورد الإلكتروني له الحرية في إختيار الطريقة المناسبة لإعلام المستهلك عن الأسعار و ذلك بطرق و كيفيات مختلفة وردت على سبيل المثال، فإن إمتنع عن تنفيذ إلتزامه

1-المادة 32 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم.

2-المادة 39 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

3-المادة 04 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم.

بالإعلام يرتب جزاءا جنائيا نصت عليه **المادة 31 من قانون رقم 04-02 السالف الذكر، أما في مجال العقود الإلكترونية فإنه يعاقب بغرامة من 50.000 دينار جزائري إلى 5000.000 دينار جزائري.**

ج) جزاء عدم وسم المنتوج:

يعتبر الوسم بمثابة بطاقة تعريفية و إشهارية حول منتوج معين و هو من بين أهم الوسائل التي تؤدي إلى إعلام المستهلك حول التفاصيل و المكونات التي تدخل في تركيب المنتوج[1].

وقد عرفه المشرع الجزائري في **المادة 03 فقرة 04 من القانون رقم 09-03** المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش"**بأنه كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على محل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريق وضعها**"[2].

يجب على كل مورد إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج محل الإستهلاك، و ذلك من خلال الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة مناسبة أخرى، على أن يتم الإلتزام بطريقة قانونية في وضع الوسم بحيث لا يزول عرض المنتج للإستهلاك إلا بعد إستيفاء المتطلبات[3].

الفرع الثالث:حماية المستهلك الإلكتروني من تأثير الإعلانات التجارية.

1-زوبير رزقي: "**حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة**"، رسالة ماجيستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص126.

2-المادة 04/03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

3-زوبير أرزقي، مرجع نفسه، ص126.

نظرا لغياب التكافئ بين طرفي العلاقة الإستهلاكية التعاقدية في التجارة الإلكترونية، التي تتم عن بعد بدون مجلس فعلي و حقيقي للأطراف، بين مورد إلكتروني ذو خبرة و دراية فنية في المجال التجاري، و مستهلك إلكتروني ضعيف عديم الخبرة لهذا السبب قد تؤثر في إرادة هذا الأخير بعض الإعلانات التجارية الإلكترونية مسبوقة بدعاية مضللة تعتبر مصدر خطورة يقع ضحيتها، لهذا سنتطرق (أولا) إلى تعريف الإعلان التجاري، و (ثانيا) إعادة التوازن العقدي،و (ثالثا) تأثير التطور الصناعي و التكنولوجي على أساليب العقود التجارية.

-أولا:تعريف الإعلان التجاري الموجه إلى المستهلك.

المشرع الجزائري عرف الإعلان التجاري في **المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39** المتعلق بالرقابة و قمع الغش بأنه"**جميع الإقتراحات أو الدعايات أو البيانات و العروض أو الإعلانات أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية**"، **كما عرفه في المادة 03من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 تحت مصطلح الإدعاء"أنه كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئة و خصائصه الغذائية، عند الإقتضاء، و طبيعته و تحويله و مكوناته أو كل خاصية أخرى"**[1].

أما في **قانون التجارة الإلكترونية 18-05** عرفه المشرع الجزائري في نص **المادة 06/05** بأنه"**كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات عن طريق الإتصال الإلكتروني**"[2].

1-خلوي نصيرة، "**آليات حماية المستهلك من الإعلان التجاري عبر الأنترنت**"، **مجلة تجسير للأبحاث و الدراسات متعددة التخصصات**، جامعة باتنة 1، العدد 01، 2023، ص 108.

2 -المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

و يتبين لنا من خلال التعاريف السابقة أن المشرع الجزائري قرب لنا تعريف الإعلان التجاري، من خلال قانون التجارة الإلكترونية الذي جاء به خصيصا لهذا النوع من التجارة و ذلك لأنه تطرق إلى الهدف من الإشهار الإلكتروني الذي يتمحور في الترويج للسلع والخدمات.

و يعرفه جانب من الفقه بأنه عبارة عن"مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى توجيه إنتباه أفراد المجتمع إلى سلعة أو خدمة محددة لحثهم على شرائها أو طلبها، أو هي عبارة عن أنواع الأنشطة المختلفة التي تتم من خلالها نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها[1].

- **ثانيا:التوازن العقدي.**

نظرا للتفاوت في القدرة العلمية و الإقتصادية للصالح المورد الإلكتروني، برزت ضرورة إلزام المورد بإعلام المستهلك الطرف الضعيف بكافة المعلومات الأساسية قبل إبرام العقد، و يهدف هذا الإلتزام إلى تحقيق توازن إرادتين متكافئتين و ضمان حماية المستهلك[2].

-ثالثا:تأثير التطور الصناعي و التكنولوجي على أساليب العقود التجارية الإلكترونية.

نتيجة للتطور الذي يشهده العالم في جميع المجالات خاصة في المجال الصناعي و التكنولوجي، أصبحت أساليب البيع الإلكترونية تشهد تجاوزات كبيرة، حيث فقدت هذه الأخيرة البساطة و الوضوح كما هو الحال في العقود التقليدية فأصبح المستهلك يجهل

1-خلوي نصيرة، مرجع سابق، ص 109.

2- عبد الرحمان خلفي: " **حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري**"، دراسة مقارنة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرا، بجاية، الجزائر، ع1، 2013، ص08.

معلومات تخص السلع و الخدمات أمام مورد ذو دراية فنية، و لعل الوسيلة الإلكترونية التي تبرم بها هذه العقود هي السبب في إنعدام التكافئ ما بين المستهلك و المورد الإلكتروني.

فنظرا لهذه الكيفية التي تبرم عقود التجارة الإلكترونية أصبح تنوير و تبصير المستهلك شرط وضرورة قصوى حتى يتم حمايته و لم يتم خداعه[1].

الفرع الرابع:حماية البيانات الشخصية للمستهلك و مواجهة الشروط التعسفية.

نظرا لعدم تكافئ في القدرة العلمية و الإقتصادية بين المستهلك و المورد الإلكتروني، هذا الأخير يتمتع بحقائق موضوعية و معلوماتية، ما يدفع بالمستهلك بقبول الشروط التعسفية، لذا سارع المشرع الجزائري لحمايته من هذه الشروط التعسفية و كذا حماية بياناته الشخصية.

سنحاول تعريف الشرط التعسفي(أولا) و(ثانيا) طرق مواجهة الشروط التعسفية.

-أولا:تعريف الشرط التعسفي.

تناول المشرع الجزائري تعريف الشرط التعسفي في **المادة 05/03 من قانون رقم 04-02** الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم على أنه"**كل بند أو شرط بمفرده، أو مشتركا أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد**"[2].

أشار المشرع الجزائري إلى البنود التي تعتبر تعسفية في العقود بين المستهلك والمورد (المهني، البائع) على سبيل المثال في **المادة 29 من القانون رقم 04-02 و** المذكور أعلاه، و عزز في **المادة 30 منه**، حماية مصالح المستهلك و حقوقه عن طريق صدور

1- الذهبي خدوجة، مرجع سابق، ص 69.

2- المادة 05 فقرة 03 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بالجريدة الرسمية الجزائرية، ع 41 بتاريخ2004/06/27 المعدل و المتمم بالقانون رقم 06/10 المؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل:05 أوت 2010، ج ر، ع 46 مؤرخة في :08 رمضان 1431 الموافق ل:18 أوت 2010.

المرسوم التنفيذي رقم **09-306** الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية[1].

وعليه يجب على المورد الإلكتروني تبصير المستهلك بكافة شروط البيع حتى يتسنى له معرفة واجباته لحظة تنفيذ العقد، و بذلك حماية المستهلك الإلكتروني من كل عيب.

-ثانيا:طرق مواجهة الشروط التعسفية.

تتمثل طرق حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية في الحماية المباشرة وغير المباشرة.

تقتضي الحماية الغير مباشرة للمستهلك المتمثلة في عدد من القواعد و المبادئ العامة، ضرورة مراعاة العقود التي يكون المستهلك طرفا فيها خاصة من حيث الشكلية، و يفرض على المورد الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، و هو ما نص عليه المشرع الجزائري في **المادة 01 من القانون 04-02 السالف الذكر**[2].

أما فيما يخص الحماية المباشرة المشار إليها في نص المادة السالفة الذكر تتمثل في النص على الشروط التي إعتبارها على أنها تعسفية في العقود التي يكون المستهلك طرفا فيها، سواء في مرحلة تنفيذ العقد أو مرحلة ما قبل التعاقد[3].

1- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، عدد 56، الصادر بتاريخ:2006/09/11.

2- زرادي عبد العزيز:**" مواجهة الشروط التعسفية كألية لحماية المستهلك، *"مجلة الحقوق و الحريات"***، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ع 04، أفريل 2017، ص77.

3-زرادي عبد العزيز، نفس المرجع، ص78.

المطلب الثاني:خيار المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني.

يعتبر حق العدول للمستهلك من أهم الآليات لأن المستهلك الإلكتروني ليس لديه الإمكانية الفعلية و الحقيقية لمعاينة السلعة أو الخدمة ،لأن التعاقد يتم عن بعد أي دون الحضور الفعلي للأطراف .

و على هذا الأساس سنتناول مفهوم العدول (**الفرع الأول**) ثم أحكام الحق في العدول (**الفرع الثاني**)

الفرع الأول:تعريف العدول.

يعتبر حق العدول من الحقوق الثابتة للمستهلك في التعاقد الإلكتروني و يعد هذا الأخير خروجا عن مبدأ القوة الملزمة للعقد الإلكتروني، حيث يكفل هذا الحق إمكانية المستهلك الإلكتروني من تراجعه عن التعاقد .

أولا:التعريف التشريعي.

عرف المشرع الجزائري العدول في **المادة 02 الفقرة 02 من القانون رقم 18-09 المعدل و المتمم للقانون رقم 09-03** المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أن :"**العدول هو حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتوج ما دون وجه سبب**"[1].

و في هذا السياق حددت **المادة 22 ،23 من القانون 18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث يتمتع المستهلك الإلكتروني بحقه في العدول عن المنتوج الذي إقتناه في

1- المادة 02 الفقرة 02 من القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10جوان 2018،ج ر،عدد 35 الصادر بتاريخ 12 جوان 2018 ،تعدل و تتمم المادة 19 من القانون رقم 09 -03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر، عدد 15 الصادر بتاريخ 08 مارس 2009 .

حالة ما إذا لم يحترم المورد الإلكتروني أجال التسليم، أو في حالة تسليم عرض غير مطابق للطلبية، أو في حالة ما إذا كان المنتوج معيبا، يقوم المستهلك الإلكتروني بإعادة إرسال المنتوج في حالته، وفي غلافه الأصلي مع الإشارة إلى سبب الرفض في أجل (04) أربعة أيام من تاريخ تسليم المنتوج بل المقابل يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشرة (15) يوم من تاريخ إستلام المنتوج[1].

- **ثانيا:التعريف الفقهي.**

يرى جانب من الفقهاء أن تعريف الحق في العدول هو "ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد، بعد أن يتم إبرام العقد صحيحا أو قبل إبرامه دون أن يترتب على ذلك مسؤولية المستهلك عم ذلك الرجوع أو مسؤولية المتعاقد الأخر عما قد يصيبه من أضرار بسبب الرجوع[2].

في حين يرى جانب من الفقه أن للمستهلك الإلكتروني الحق في العدول،بكونه يشتري السلعة عن طريق الأنترنت و هو لم يراها فعليا، و إنما رأى صورتها على شاشة الحاسب الألي فإذا تسلم نموذجا منها كان له حق العدول و هذا حماية له من أي تلاعب أو تغرير أو تدليس من تسلم نموذجا منها كان له حق العدول و هذا حماية له من أي تلاعب من المورد في نطاق التجارة الإلكترونية[3]

1- المواد 22 و 23 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

2- عصام نجاح:**"حق المستهلك في العدول في التشريع الجزائري"،مجلة العلوم القانونية و السياسية**،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قالمة (الجزائر)، العدد 1، 2020، ص 483.

3-درار نسيمة:"**المستهلك الرقمي و قصور القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايته"،مجلة الفكر،كلية الحقوق و العلوم السياسية**، جامعة محمد حيضر (بسكرة)، العدد 15، 2017، ص 225.

- **الفرع الثاني :أحكام الحق في العدول.**

في حالة ثبوت للمتعاقد الحق في العدول عن العقد الذي أبرمه، فإنه لابد من تحديد المدة التي يحق له فيها إستخدام هذا الحق، كما أنه متى إستخدم هذا الحق فّإنه سيؤثر على المركز القانوني لكلا الطرفين[1].

وعليه يتم دراسة مهلة ممارسة الحق في العدول (أولا)، ثم أثار ممارسة هذا الحق (ثانيا).

أولا:مهلة ممارسة الحق في العدول.

بالرجوع للقواعد العامة مبدأ سلطان الإرادة (العقد شريعة المتعاقدين)، فإن طرفي العقد لا يتمتعان بحق العدول فمتى توافق الإيجاب و القبول تم العقد، و لكن في عقود الإستهلاك الإلكترونية كون المستهلك الإلكتروني ليس لديه الإمكانية الواقعية لمعاينة السلعة، و الإلمام بخصائص الخدمة، لأن التعاقد يتم دون مجلس حقيقي و فعلي، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري إلى النص على إعطاء المستهلك الإلكتروني أجالا زمنية محددة للإعادة النظر في إبرام العقد [2].

تكمن ثبوت هذا الحق في الرجوع عن العقد للمستهلك الإلكتروني، لإعادة التوازن والمساواة في العلاقة الإستهلاكية بين المستهلك و المورد الإلكتروني.

1 – عجالي خالد :**"لنظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري – دراسة مقارنة–"** رسالة دكتوراه في العلوم ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،2014 ،ص 236.

2–خالد حسن أحمد :**"الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي و القانون الوضعي (دراسة مقارنة)"** ،ص 244، مطلع عليه على الموقع : https//books.google.dz.

وعليه يتعين على المستهلك الإلكتروني ممارسة حقه في العدول خلال أجال محددة[1].

و تبعا لذلك فقد حدد **المشرع الجزائري مدة (04)** أربعة أيام للممارسة الحق في العدول وفق **المواد 22 و23 من قانون التجارة الإلكترونية** [2].

و بداية سريان الآجال التي يكون للمتعاقد أن يمارس خلالها حقه في العدول عن العقد تختلف بإختلاف محل العقد[3].

- **ثانيا:أثار ممارسة الحق في العدول.**

يعتبر حق العدول حق ثابت أقره المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني الضعيف في العلاقة التعاقدية أمام المورد الإلكتروني قد ينجر عنه عدة أثار على الأطراف و بذلك يمكن تقسيم هذه الآثار بالنسبة للمستهلك (01)، و بالنسبة للمورد(02).

1) أثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني.

إذا قرر المستهلك الإلكتروني العدول عن العقد الذي أبرمه مع المورد في المدة المقررة قانونا، أوجب المشرع عليه رد السلعة الذي إقتناها إلى المورد على حالتها، أو التنازل عن الخدمة التي طلبها قبل الشروع في تنفيذها، دون إدخال أي تغيير عليه و دون إحداث أي خلل فيه[4].

1-جلول دواجي بلحول:**" الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكتروني"ة**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015،ص99.

2- المواد 22 و 23 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ،المرجع السابق .

3- عجالي خالد ،المرجع السابق ،ص 236.

4- عصام نجاح، المرجع السابق،ص 491.

نص المشرع الجزائري في **المادتين 22، 23** من قانون التجارة الإلكترونية أنه تقع تكاليف أو نفقات إعادة إرسال المنتوج على عاتق المورد[1].

2) أثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمورد.

عند تلقي المورد الإلكتروني قرار العدول من المستهلك عن تعاقده في المهلة القانونية المحددة وفقا للشروط المطلوبة، فليس له سوى قبول ذلك العدول، دون طلب أي تبرير عن سبب التراجع[2].

أقر المشرع الجزائري في نص **المادة 22 فقرة 02 من القانون 18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية،"**يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع و النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج خلال أجل (15) خمسة عشرة يوم إبتداءا من تاريخ إستلامه للمنتوج**"[3].

1- المواد 22-23 من قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

2- عصام نجاح، المرجع السابق، ص 492.

3- المادة 22 الفقرة 02 من قانون رقم 18 -05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

- **المبحث الثاني:آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.**

لا يختلف العقد المبرم عبر الوسائل الإلكترونية عن سواه من العقود التقليدية في أنه يتم بتطابق الإرادتين الإيجاب و القبول، و يتم التعبير عن هاتين الإرادتين بوسائل معينة حددها المشرع، على غرار أن العقد الذي يبرم عن بعد يخضع للأحكام و القواعد العامة التي تنظمها النظرية العامة للعقد.

لذلك قسمنا هذا المبحث إلى مطلب أول (حماية المستهلك الإلكتروني في التعبير عن إرادته) و كمطلب ثاني(زمان و مكان إبرام العقد الإلكتروني).

المطلب الأول:حماية المستهلك الإلكتروني في التعبير عن إرادته.

كون واقع التجارة الإلكترونية يتم في بيئة خاصة فإن التعبير عن مضمون إرادة الطرفين يتم بصفة معينة عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات.

لهذا سنتطرق إلى حماية المستهلك الإلكتروني في الإيجاب(كفرع أول)، و حماية المستهلك الإلكتروني في القبول(كفرع ثاني).

الفرع الأول:حماية المستهلك الإلكتروني في الإيجاب.

تتعدد صور و أساليب التعبير عن الإيجاب التي تتيحها الوسائل الإلكترونية لذلك سنتطرق(أولا) التعبير عن الإيجاب من خلال المواقع، (ثانيا)التعبير عن الإيجاب عبر البريد الإلكتروني، (ثالثا) التعبير عن الإيجاب عبر المحادثة.

أولا:التعبير عن الإيجاب من خلال الموقع (web site).

يعد الموقع الإلكتروني أكثر إستخداما عبر شبكة الأنترنت حيث يعرض المورد الإلكتروني، سلعه و خدماته للمستهلك الإلكتروني من خلاله[1]

يعد عرض البضائع على الموقع إيجابا موجها إلى الجمهور إذا ما إقترن ببيان السعر و المواصفات و تحديد طريقة الدفع[2].

ثانيا:الإيجاب عبر البريد الإلكتروني(offer via Email).

حل محل البريد التقليدي البطيء البريد الإلكتروني السريع، حيث يمثل الإيجاب عن طريق البريد الإلكتروني نظاما لاتفاعليا بحيث تكون الرسالة في إتجاه واحد في اللحظة الواحدة، فالمورد يرسل إيجابه إلى جهات محددة أفرادا كانت أم مؤسسات[3].

فإذا كان الإيجاب غير متزامن مع القبول، فالموجب يحتاج مثلا لفترة زمنية لإستلام الإجابة، و لا يكون الموجب ملزما بالبقاء على إيجابه لأجل مفتوح إذا عين أجل القبول، أو كانت طبيعة التعامل تقتضي ذلك، و هذا ما نص عليه المشرع الجزائري في نص **المادة 63 من القانون المدني**[4].

1- موفق حماد عبد: "**الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**" ،دراسة مقارنة "ط 1،مكتبة السنهوري، بغداد شارع المتنبي، 2011، ص 145.

2- نضال سليم برهم: "**أحكام عقود التجارة الإلكترونية** "، الطبعة 3، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص 59.

3- نضال سليم برهم، مرجع سابق، ص 57.

4- المادة 63 من القانون المدني :"**إذ عين أجل القبول، إلتزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى إنقضاء هذا الأجل، و قد يستخلص الأجل من ظروف الحال، أو من طبيعة المعاملة**".

ثالثا:الإيجاب عبر المحادثة أو المشاهدة المباشرة offerviaconversation or (viewing)

يمكن أن تتحول الأنترنت إلى شبكة أو تلفزيون مرئي تجعلنا أمام مجلس عقد إفتراضي يقترب كثيرا من مجلس العقد الحقيقي[1].

و يعتبر الإيجاب في هذه الحالة ملزما إذا كان القبول فوريا و صريحا من الطرف الأخر خلال نفس الجلسة، و في حال تأخر القبول فإنه يعد إيجابا جديدا، ما لم يكن هناك إتفاق صريح بخلاف ذلك، و ينطبق هذا المبدأ وفقا لما نصت عليه **المادة 64 من القانون المدني**[2].

الفرع الثاني:حماية المستهلك الإلكتروني في القبول.

يعتبر القبول اللفظ الثاني في العقد الصادر ممن وجه إليه الإيجاب، و هو يعبر عن رضاه لذلك سنخصص هذا الفرع للتعبير عن القبول من خلال التطرق إلى (أولا) صور القبول الّإلكتروني، (ثانيا) شروط القبول الإلكتروني (ثالثا) موقف المشرع الجزائري من القبول الإلكتروني.

1- حمودي محمد الناصر:" **عقد البيع الدولي الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع**"، ط 1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن،2012، ص 181.

2- بوعيس يوسف: "**التراضي في العقود الإلكترونية**"، **مجلة الضياء للدراسات القانونية**، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، العدد2019،01 ، ص 154.

أولا:صور القبول الإلكتروني.

01- القبول عبر البريد الإلكتروني.

و تعتبر هذه الصورة الأكثر تداولا، و هي الأرجح في الدلالة على القبول لأنها لا تحمل أدنى شك بين المتعاملين، بشروط أن يكون البريد الإلكتروني صحيحا غير مخترق[1].

حيث أن الكتابة بواسطة البريد الإلكتروني لا تختلف عن الكتابة العادية سوى في أنها تكون على دعامة إلكترونية عوض على ورقية، إضافة **للمادة 60 من القانون المدني** نصت على حرية التعبير و صدورها من خلال الكتابة مهما كان نوعها تقليدية أو إلكترونية خاصة أن المشرع الجزائري تبني الكتابة الإلكترونية كحجية في الإثبات [2]، طبقا **للمادة 323 مكرر 1 القانون المدني "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها، و أن تكون معدة و محفوظة في ظروف تضمن سلامتها"**[3].

2)القبول عبر الموقع:ACCEPTANCE VIA WEB.

يتم إثبات القبول عبر الموقع من خلال الضغط على أيقونة المخصصة لإعلان الموافقة و القبول الموجودة على جهاز الكمبيوتر أو بالنقر على الفأرة[4].

1- محمودي سليم:"**عدول المستهلك عن القبول في التعاقد الإلكتروني،" مجلة الدراسات القانونية**، جامعة يحي فارس ،المدية،الجزائر، العدد 02، 2024، ص 452.

2- بن حسان أحمد و بن حسان عبد الرحمان: "**التراضي في العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري**"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020، ص 46

3-الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني ، ج.ر، العدد 78 المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005.

4- عقوني محمد:"**التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني على ضوء التشريع الجزائري "، مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، العدد01، 2022، ص 249.

و يذهب الرأي الراجح في الفقه بأنه يجب الضغط على الأيقونة مرتين من أجل تأكيد القبول و تفادي الوقوع في الخطأ[1].

قد يكون التعبير عن القبول قيام القابل بإرسال معلومات بطاقة الإتمان أو يقوم بتنزيل المنتجات الإلكترونية عبر الموقع بعد أداء مقابلها و قد يحمل الموجب على إتخاذ بعض الإجراءات اللاحقة لصدور القبول كتحديد محل لإقامته مثلا لتأكيد القبول وإبرام العقد[2].

3)القبول الإلكتروني عبر المحادثة :ACCEPTANCE VIA CHAT

تسمح غرف المحادثة بإلتقاء المستهلك مع المورد مباشرة و يتبادلون المفاوضات حول التعاقد، إلى أن يتم تقديم عرض يكون هو الإيجاب، و يلقي قبولا من الطرف الأخر، فهنا يصدر القبول موافقا للإيجاب في كل ما جاء به من شروط، و حيث أن هذا النوع من التعاقد عبر المحادثة و المشاهدة يعطي للطرفين فرصة رؤية كل منهما للأخر على الشبكة([3])، و في ظل التطور التكنولوجي ووسائل الاتصال يمكن أن يتم القبول الإلكتروني من خلال إستعمال الوسائل الأتية:wechat، skype، viiv، whatsapp، وبذلك نكون أمام مجلس عقد إفتراضي يتعاقد من خلاله المنتج و المورد بطريقة عادية[4].

ثانيا:شروط القبول الإلكتروني.

لكي نكون أمام قبول إلكتروني صحيح إشترط المشرع الجزائري مجموعة من الشروط و هي كما يلي:

1- بن حسان أحمد ، و بن حسان عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 47.

2- عقوني محمد، مرجع سابق، ص 250.

3-لزعر وسيلة: "**القبول في التعاقد الإلكتروني** "، **مجلة العلوم القانونية و الإجتماعية**، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد 9، 2018، ص 375.

4- بن حسان أحمد و بن حسان عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 46.

1)أن يكون القبول مطابق للإيجاب الإلكتروني.

أوجب **المشرع الجزائري في قانون 18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية ألا يتضمن القبول تغييرا من الإيجاب وتوجيها له [1].

فالقبول الذي يغير من الإيجاب يعتبر إيجابا جديدا أي لا يجب أن يتضمن القبول زيادة أو نقصان، و هذا ما نصت عليه **المادة 66 من القانون المدني بقولها"لا يعتبر القبول الذي يغير الإيجاب إلا إيجابا جديد"**[2].

2)أن يكون القبول الإلكتروني صريحا وواضحا.

يشترط في القبول الإلكتروني أن يكون معبرا عن إرادة واضحة، صادرة عن وعي وإدراك قائم على دراية و علم كاملين بشروط العقد، كذلك أن يكون القبول حرا بحيث لا يكون القابل قد وقع تحت ضغط أو إكراه لقبول العقد فيجب أن يكون القبول نابعا عن إرادة حرة متجهة إلى قبول التعاقد[3].

و تنص **المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المورد الإلكتروني** أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة[4].

3)أن يكون القبول الإلكتروني باتا و جازما.

إن القبول الإلكتروني مثل الإيجاب الإلكتروني تماما، يجب أن يكون جازما متجها إلى تكوين العقد و الإلتزام به، أي أن يتضمن القبول نية صريحة ممن صدرت منه، تنصب على

1-ماني عبد الحق: **"التنظيم القانوني لقيام التراضي في العقود الإلكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة العلوم القانونية و السياسة** ، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، العدد 02، 2018، ص 145.

2-المادة 66 من القانون المدني الجزائري" لا يعتبر القبول الذي يغير الإيجاب إلا إيجابا جديدا".

3- لزعر وسيلة، مرجع سابق، ص 374-375.

4- المادة 11 من قانون رقم 18-05 المتعلق التجارة الإلكترونية.

عناصر الإيجاب بقصد إنشاء العقد، لذا إذا تضمن القبول أي تحفظ أو كان معلق على شرط فإنه لا يصلح أن يكون قبولا يتم به العقد[1].

4)أن يصدر القبول الإلكتروني و الإيجاب مزال قائما.

أكد المشرع الجزائري بضرورة إلتزام الموجب بالبقاء على إيجابه إذا عين أجل للقبول إلى أن ينقضي هذا الأجل و يحدد الأجل في ظروف الحال أو من طبيعة المعاملة[2].

يتضح لنا مما سبق ذكره أن بتوافر هذه الشروط في القبول يتم إنعقاد العقد الإلكتروني و يكون صحيحا، و غيابها يعبر عن إرادة غير جادة و بالتالي غياب القبول.

ثالثا: موقف المشرع الجزائري من القبول الإلكتروني.

بالرجوع إلى ال**قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية** نستنتج أن المشرع الجزائري أستعمل مصطلح الطلبية للدلالة على القبول الإلكتروني، و هذا ما نصت عليه **المادة 12** من نفس القانون[3].

من خلال ما سبق يتضح أنه لا يوجد اختلاف في القبول الإلكتروني عن القبول في العقود التقليدية إلا في الوسيلة التي يتم بها و التي تكون عبر الوسائل الإلكترونية[4]، كإرسال رسالة عبر البريد الإلكتروني و الضغط على شاشة الكمبيوتر للموافقة على عرض البيع و يشترط أن يكون القبول متوافق مع الإيجاب، كإرسال رسالة قبول إلى البائع عبر الأنترنت[5].

1- لغلام عزوز: **"القبول الإلكتروني صور التعبير عنه و شروطه"**، جامعة غرداية، الجزائر، العدد09، 2017، ص 271.

2- عقوني محمد، مرجع سابق، ص 102.

3- المادة 12 من قانون التجارة الإلكترونية، **"تمر طلبية منتوج أو خدمة .....تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد."**

4- عقوني محمد، مرجع سابق، ص 101.

5- شيروف نهى: **"الآليات القانونية في إبرام العقد الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري :بين النص و الترجمة"**، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان :الإطار القانوني للممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02-03 أكتوبر 2018، ص 19.

المطلب الثاني:زمان و مكان إبرام العقد الإلكتروني.

نظرا لغياب إنعقاد مجلس فعلي حقيقي في العلاقة الإستهلاكية الإلكترونية مما يصعب تحديد زمان إبرام العقد الإلكتروني ومكانه، وهذا ما يستوجب منا تحديد لحظة زمان إنعقاد العقد الإلكتروني (كفرع أول)، ثم تحديد مكان إبرام العقد الإلكتروني(كفرع ثاني).

- **الفرع الأول:زمان إبرام العقد الإلكتروني:**

تبرز المشكلة في مجال زمان إنعقاد العقد الإلكتروني في الفاصل الزمني الذي يبين صدور القبول و علم الموجب.

ولهذا سنتطرق إلى (03) ثلاث نظريات من أجل توضيح زمان إبرام العقد الإلكتروني و هي (أولا) نظرية إعلان القبول، (ثانيا) نظرية تصدير القبول (ثالثا) نظرية تسلم القبول.

أولا:نظرية إعلان القبول.

وفقا لنظرية إعلان القبول، يتحقق القبول في العقود الإلكترونية عند لحظة قيام الطرف القابل بالتعبير عن إرادته بوسيلة إلكترونية مثل الضغط على زر القبول أو إرسال رسالة إلكترونية تتضمن القبول، دون إشتراط وصوله إلى الموجب[1].

فوفقا لنظام التعاقد الإلكتروني يتم إبرام العقد عند قيام القابل بتحرير القبول إلكترونيا، دون إشتراط إرساله أو وصوله إلى الموجب، و تستبعد هذه النظرية في نطاق التجارة الإلكترونية التي تتطلب وصول القبول لإبرام العقد[2].

1- لزهر وسيلة: **"التراضي في العقود الإلكترونية "**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي ، 2019،ص 133.

2- ماني عبد الحق: **"التنظيم القانوني لقيام التراضي في العقود الإلكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية "، مجلة العلوم القانونية و السياسية**، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، ع 02، 2018، ص 145.

ثانيا:نظرية تصدير القبول.

تنص هذه النظرية على أن تعبير القابل عن إرادته بقبول العقد يصبح نافذا بمجرد إرساله، و ليس عند وصوله إلى الموجب و بالتالي، فإن القبول يعتبر مكتملا و ملزما بمجرد الإرسال، وما يعيب البعض على هذه النظرية أنه إذا كان الإعلان كافيا لتمام العقد، فلا ضرورة لتصديره لاسيما أن التصدير ليس له قيمة قانونية، حيث أن بعض الدول تسمح بتدارك الخطاب ما لم يصل إلى المرسل إليه[1].

ثالثا:نظريه تسلم القبول.

وفقا لهذه النظرية أن القبول لا يصبح نافذا، إلا عند وصوله إلى الموجب بغض النظر عن علمه الفعلي به، و يفترض علم الموجب عند وصول القبول ما لم يثبت العكس بسبب إهماله[2].

بالرجوع إلى القانون الخاص **بالتجارة الإلكترونية 18-05** نجد أن المشرع الجزائري لم ينص على زمان إبرام العقد الإلكتروني، فمن خلال بحثنا نلاحظ أن هذه النظرية هي الأكثر تقديما لزمان العقد الإلكتروني حيث راعت مصالح الطرفين بصورة عادلة.

الفرع الثاني:مكان إبرام عقد التجارة الإلكتروني:

الأصل في تحديد مكان إبرام العقد هو المكان الذي ينتج فيه القبول أثره و نظرا لغياب مجلس عقد فعلي حقيقي بين الطرفين في البيئة الإلكترونية، فزمان إبرام العقد هو الذي يحدد مكانه[3].

1- نضال سليم برهم:"**أحكام عقود التجارة الإلكترونية** "، ط 3، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص 84.

2- نضال سليم برهم، مرجع سابق، ص 84.

3- علي محمد أحمد أبوالعز:"**التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي**"،ط 1، دار النفائس للنشر و التوزيع،الأردن، 2006، ص 205.

فإذا تبين سكوت الطرفين عن القواعد التي تطبق على صحة التعاقد أو تفسيره يجب الرجوع إلى مكان الإرسال الذي إنطلقت منه مبادرة التعاقد[1].

المطلب الثالث:حماية المستهلك الإلكتروني في الضمان و مواجهة العيوب الخفية.

أقر المشرع الجزائري عدة ضمانات من أجل إشباع رغبات و سد حاجيات المستهلك من خلال الإنتفاع بالمنتوج أو الخدمة إتجاه المخاطر التي تهدد سلامته، وذلك من خلال إلتزام المورد بنقل و تسليم المبيع إضافة إلى ضمان التعرض و الإستحقاق وضمان العيوب الخفية.

الفرع الأول:إلتزام المورد بتسليم محل التعاقد.

إن المورد الإلكتروني ملزم بتسليم المنتوج المحدد في العقد بحيث يكون مطابق في ذاته بدون زيادة أو نقصان، و يعد هذا الإلتزام إلتزاما بتحقيق نتيجة خاصة بالنسبة للمستهلك من الإنتفاع بالمبيع.

أولا:إلتزام بنقل الملكية.

يعرف فقه القانون عقد البيع بأنه (عقد يلتزم البائع بمقتضاه أن ينقل المشتري ملكية شيء أو حقا ماليا أخر مقابل ثمن نقدي، أي أن عقد البيع ينشيء إلتزاما بنقل الملكية في ذمة المورد الذي يلتزم بنقل هذا الحق للغير، و بالتالي يكون المورد ملزما بنقل ملكية المبيع للمشتري و هو نفسه ما يطبق في عقود البيع عبر شبكة الأنترنت و يجوز له أن يبيعه أو يرهنه[2].

1- لزعر وسيلة، مرجع سابق، ص209.

2-القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

ثانيا:إلتزام المورد بتقديم خدمة.

صنفت التجارة الإلكترونية عالميا ضمن مفهوم الخدمات، و ذلك في إطار سعي منظمة التجارة العالمية إلى إيضاح طبيعتها و إصدارها القانوني، و ذلك في التقرير الصادر عن مجلس منظمة التجارة الدولية الخاص بالتجارة في الخدمات بتاريخ:**17 مارس 1999**، حيث ذهب هذا التقرير إلى أن تزويد الخدمات يكون بالطرق التقنية، يقع ضمن نطاق الإتفاقية العامة للتجارة بإعتبار أن الإتفاقية تطبق على كافة الخدمات بغض النظر عن طريق تقديمها[1].

ثالثا:حق المستهلك في تسلم السلعة.

فالمورد الإلكتروني ملزم بإرسال السلعة على العنوان الخاص بالمستهلك بواسطة الوسائل الإلكترونية المستخدمة، و الشيء محل التعاقد هنا (المبيع) واجب على المورد تسليمه بالحالة و الأوصاف مطابق قانونا و قياسا التي تم الإتفاق عليها[2].

حيث وجد الإلتزام بالتسليم في العقود الإلكترونية التي يكون محلها منتج أو سلعة مثل البيع أو الإيجار الإلكتروني أو إنجاز مشروع معين مثل تصميم أو إقامة برامج و منشئات معلومات[3].

الفرع الثاني:إلتزام المورد بالضمان بعدم التعرض و الإستحقاق.

إن الغاية المرجوة من هذا الإلتزام هو أن لا يعيق إنتفاع المستهلك من محل التعاقد منه لذلك فهو لا يقل أهمية عن غيره من الإلتزامات لأنه يساهم من تمكين المستهلك من

1-إمادالوسهام، لحسن ليلى: "**حماية المستهلك الإلكتروني**"، مذكرة لنيل شهادة الماستر،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، 2013، ص39.

2-بركات كريمة، المرجع السابق، ص 95.

3-رواقي سميحة و قتاتي خلود: " **النظام القانوني للعقد الإلكتروني**"، مذكرة لنيل شهادة الماستر،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2019، ص 40.

الإنتفاع لذلك ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بضمان تنفيذ الإلتزامات خلو المبيع من العيوب الخفية و ضمان عدم التعرض و الإستحقاق، وفق **المادة 18 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**[1].

أولا:ضمان المورد الإلكتروني عدم التعرض و الإستحقاق.

عرف ضمان التعرض بأنه:"**ضمان المورد كل فعل صادر من نفسه أو غيره و يكون من شأنه المساس بحق المستهلك في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه**"، فإما أن يقع التعرض من المورد الإلكتروني نفسه أو أن يقع من الغير و في كلتا الحالتين يلتزم المورد بالضمان[2].

وعليه يجب أن نميز بين ضمان التعرض الشخصي و ضمان التعرض الصادر من الغير.

01-ضمان عدم التعرض الشخصي.

و يقصد به إمتناع المورد عن إتيان أي فعل من شأنه أن يعرقل إنتفاع المستهلك إنتفاعا سالما و هادئا بالمبيع سواء كان التعرض قانونيا كإدعاء المورد أم له حق في المبيع في مواجهة المستهلك و الذي من شأنه نزع المبيع من المستهلك، أو التعرض المادي كقيام المورد بأي فعل يؤدي إلى الحيلولة دون إنتفاع المورد بالمبيع و يحق للمستهلك هنا رفع دعوى على أساس الإخلال بالتزام عقدي هو الإلتزام بضمان عدم التعرض و الإستحقاق[3].

1-قالية فيروز: "**إلتزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، "**مجلة القانون و المجتمع**، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ع02، 2020، ص 390.

2-قالية فيروز، المرجع السابق، ص 394.

3-بركات كريمة، المرجع السابق، ص 95.

02-ضمان عدم التعرض الصادر من الغير.

يلتزم المورد أن يدفع للمستهلك التعرض الصادر من الغير متى كان هذا التعرض مستندا إلى حق ثابت للغير وقت البيع أو ألا إلى الغير يعد من المورد نفسه و لا يلتزم المورد بأن يدفع التعرض إلا إذا كان قانونيا[1].

الفرع الثالث:ضمان العيوب الخفية.

يعتبر إلتزام ضمان العيوب الخفية من أحد أهم الواجبات التي تقع على عاتق المورد إتجاه المستهلك الإلكتروني، حيث يفترض أن يكون المنتوج أو الخدمة محل التعاقد خالية من العيوب و صالحا للعرض الذي إشتراه المستهلك من أجله و هذا ما يدعونا إلى (أولا) تعريف العيب الخفي، و(ثانيا):شروط العيب الخفي.

أولا:تعريف العيب الخفي.

نص المشرع الجزائري على العيب الخفي في نص **المادة 379 القانون المدني الجزائري** التي تنص على مايلي يكون البائع ملزما بالضمان، إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الإنتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسب ما هو مذكور بعقد البيع، أو حسب ما يظهر من طبيعته أو إستعماله فيكون المورد ضامنا لهذه العيوب و لو لم يكن عالما بوجودها.

غير أن المورد لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المستهلك على علم بها وقت البيع، أو كان في إستطاعته أن يطلع عليها لو انه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المستهلك أن المورد أطد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشاشة[1].

1-إمادالوسهام، لحسن ليلى، المرجع السابق، ص41.

في حين نجد أن المشرع المصري أتي بمفهوم العيب الخفي في أحكام القانون رقم **67 لسنة 2006** المتعلق بحماية المستهلك حيث عرضه في مادته الأولى بأنه(كل نقص في قيمة المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة و يؤدي إلى حرمان المستهلك كليا أو جزئيا من الإستفادة بها فيما أدت من أجله بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، و ذلك كله مالم يكن المستهلك سبب وقوعه [2].

من خلال ما سبق ذكره يمكننا القول أن العيب الخفي هو كل ما يطرأ على الشيء من أمر يفوت أو ينقص المنفعة المرجوة منه بحيث يؤدي ذلك إلى نقصان قيمته و كان الغالب في أمثال الشيء عدم وجوده [3].

و تقوم مسؤولية المورد الإلكتروني بضمان العيوب الخفية يجب أن لا يعلم المستهلك بوجوده، و إن ما تم إكتشافه بعد تفحصه للمنتج بعد إبرام العقد، ليقوم حينئذ و خلال مدة معقولة أو فور ظهوره بإخطار المورد الإلكتروني لتنفيذ إلتزامه بالضمان، و إلا عد سكوته قبولا منه للمنتج بحالته[4].

ثانيا:شروط العيب الخفي.

لا يكون المورد ضامنا لعيوب المبيع إلا إذا توفرت شروط معينة في العيب ألا و هي:

1-المادة 379 القانون المدني الجزائري.

2-الذهبي خدوجة، المرجع السابق، ص134.

3- الطاهر ويسام عبد محمد و حسام عبد محمد ضار: **"العيب الخفي في عقد البيع الإلكتروني"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية،** كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، ع 12، 2012، ص 305.

4-قالية فيروز، المرجع السابق، ص 394.

1)أن يكون العيب خفي.

يشترط لضمان العيب الخفي أن يكون العيب غير ظاهر، بحيث لا يستطيع المستهلك إكتشافه بنفسه عند إجراء الفحص المعتاد للبضاعة، و يقصد بعدم القدرة على الإكتشاف أن يكون العيب خفيا رغم الفحص الدقيق الذي يتوقع من المستهلك إجراؤه، ما لم يكن المستهلك مختصا أو محترف فيتوجب عليه بذل عناية أكبر، أما إذا كان العيب ظاهرا و يمكن إكتشافه بمجرد فحص المستهلك للمبيع فهناك لا يقوم المورد بضمانه[1].

2)أن يكون العيب قديما.

إن المقصود بالعيب القديم هو العيب السابق لإنعقاد العقد أو على وجه الأصح العيب الموجود قبل إنتقال الملكية للمستهلك، أما إذا كان العيب لا يظهر إلا بعد إنعقاد البيع وإنتقال الملكية فيكون الضمان ملزما على المورد الإلكتروني إذن فهو من أهم الشروط الواجب توافرها لكي يتحقق الضمان[2].

3)أن يكون العيب مؤثرا.

ليكون العيب مؤثرا إشترط المشرع في نص **المادة 1/379 قانون المدني الجزائري شرطين،** و هما إما إنقاص من قيمة المبيع أو الإنقاص من الإنتفاع به حسب الهدف المقصود منه[3].

الفرع الرابع:حماية المستهلك الإلكتروني في عملية الدفع.

1-سلوى قداس:**'' الإلتزام بالضمان بين القواعد العامة و قانون حماية المستهلك في التعاقد''، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية،** كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، ع 12، 2012، ص 305.

2-لدغش سليمة:**''حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع و الضرورة''، مجلة الحقوق و الحريات،** كلية الحقوق والعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ع 04، أفريل 2017.

3-بركات كريمة، المرجع السابق، ص 102.

تقع على المستهلك الإلكتروني واجبات و التي هي حقوق للمورد الإلكتروني، لهذا تطرق المجلس الأوروبي **عام 1998** للموضوع الدفع الإلكتروني لما يشكل من آلية تساهم في تطوير التجارة الإلكترونية، و ضمان عملية السداد الإلكتروني و زيادة ثقة المتعاملين وتعتبر عملية الدفع الإلكتروني مؤمنة و ضامنة عن الدفع التقليدي[1].

لهذا سنحاول التطرق إلى المقصود بعملية الدفع الإلكتروني (أولا)، و آليات الدفع الإلكتروني (ثانيا).

أولا: تعريف عملية الدفع الإلكتروني.

يقصد بالدفع الإلكتروني تسوية المعاملات المالية إلكترونيا تنفيذا لعمليات الدفع عبر أجهزة و تقنيات الحاسوب أو بواسطة الناقل الإلكتروني و هي شبكة الإنترنت أو وسائل الإيصال الحديثة[2].

تسهل عملية الدفع الإلكتروني المعاملات و تبادل السلع و الخدمات، و كذلك تسديد الديون لذلك تعتبر من الوسائل التي يستخدمها المستهلك الإلكتروني بكثرة حيث تدخل في زمرة وسائل دفع النقود القانونية تلك السندات التجارية و سندات القرض التي يدخلها حاملها في التداول عندما يؤدون أعمالهم[3].

ثانيا:آليات الدفع الإلكتروني.

نظرا لنوع التجارة الإلكترونية التي أفرزتها ثورة الإتصالات و المعلومات التي تتم في بيئة رقمية دون مجلس عقد فعلي حقيقي إذا تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني من الوسائل التي تمثل

2- عبد الله ذيب عبد الله محمود:" **حماية المستهلك في تعاقد الإلكتروني**"، دراسة مقارنة دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2012، ص 38.

2-سقر أحمد: "**أنظمة الدفع الإلكتروني**"، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص 39.

1-زهير رواش: "**دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية**"، (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الإقتصادية و النشر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011، ص 107.

التطبيق الفعلي لعمليات الدفع حيث تصاحب التجارة الإلكترونية المتطورة خاصة و أنها وسائل دولية و المعاملات تتم عبر فضاءات إلكترونية إلا أنها تساهم في تسوية المعاملات الإلكترونية حيث يتم الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية [1].

تكون عملية الدفع في المعاملات الإلكترونية من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض حيث نص المشرع الجزائري في **المادة 27 من ق 18-05** على مايلي :"**يتم الدفع في المعاملات الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتوج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقا للتشريع المعمول به**"[2].

كما نص المشرع الجزائري في قانون النقد و القرض في **المادة 69** منه على ما يلي:" **تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل**" [3].

و من أهم وسائل الدفع الإلكترونية نذكر منها:

1)بطاقة الدفع الإلكتروني.

هي أداة مصرفية للوفاء بالإلتزامات مقبولة على النطاق الدولي و المحلي لدى الأفراد و التجار و البنوك، كبديل للنقود لدفع قيمة السلع و الخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل توقيع التاجر على الإيصال بقيمة الإلتزام الناشيء عن شرائه للسلعة و الخدمة [4].

2-لوصيف عمار: "**إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرون مع الإشارة إلى التجزئة الجزائرية**"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008-2009، ص 30.

2-المادة 27 القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

4-الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 أوت 2003، يتضمن قانون النقد و القرض، ج.ر، ج.ج، ع 52، الصادر بتاريخ 28 جويلية 2003.

1-حوالف عبد الصمد: "**النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2014- 2015، ص 97.

وعليه فإن بطاقات الدفع الإلكتروني توفر لمستخدميها الحماية و الفعالية في إستعمال البطاقة البنكية الإلكترونية و كذلك الخدمة التي توفرها من خلال سحب الأموال في أي وقت و كذلك على الرصيد و الدفع في أي وقت[1].

2)الشيك الإلكتروني.

يعتبر الشيك الإلكتروني من الوسائل الحديثة للدفع الإلكتروني و التي تتناسب و تطور التجارة الإلكترونية حيث تهدف إلى ضمان حقوق الأطراف المتعاملين بها و كذلك تحقيق الثقة و الإئتمان[2]

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف هذا النوع من الوسائل لكن بالموازاة مع تعريف الشيك الورقي بأنه وسيلة للدفع، و لكن يختلف الشيك الإلكتروني كونه يقبل المعالجة الإلكترونية بمعنى إنتقال المعلومات عن طريق الحواسيب[3].

وتتم عملية الوفاء بالشيك الإلكتروني بقيام المستهلك بفتح حساب لدى بنك يحدد توقيعه الإلكتروني، و كذلك التاجر لابد من أن يكون له حساب لدى البنك و يسجل توقيعه الإلكتروني خاص به لدى البنك[4]

3)الكمبيالة الإلكترونية.

الكمبيالة الإلكترونية محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيا 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 الإطلاع أو في تاريخ معين. [1]

1-البنك الوطني الجزائري :www.bna.com

3-كردي نبيلة، "**الشيك الإلكتروني**، "**مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية**"، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تبسة، الجزائر، ع 3، ص 248.

3-كردي نبيلة، مرجع سابق، 250.

4-كوثر سعيد عدنان خالد: "**حماية المستهلك الإلكتروني**"، دار جامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021، ص 586.

ثالثا:حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني.

تختلف طرق حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد لكن يبقى أهمها هو عرض و سائل تأمين الوفاء الإلكتروني و تتمثل في :

1) تأمين الوفاء الإلكتروني.

لقد تعرض **المجلس الأوروبي** لهذه المسألة حيث صدرت توصية عن **المجلس الأوروبي عام 1988** تهدف إلى إنعاش **التجارة الإلكترونية** عن طريق زيادة الثقة في المتعاملين خاصة السداد الإلكتروني حيث توفر له حماية من السرقة أو الفقدان أمواله[2].

2)تأمين المواقع الإلكترونية للتجار.

يتم تأمين المواقع الإلكترونية من خلال برامج متخصصة تأمين الموقع من إختراق المعاملات التجارية إلى أن الموقع مؤمن [3].

حيث يشير HTTPS و البيانات المتعلقة بالتاجر و كذا الرقم السري.

التشفير و التوقيع الإلكتروني.

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

1-كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع نفسه، ص 587.

2-عبد الله ذيب محمود: **"حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني"**، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2012، ص 90.

3-كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص 605.

أما بالنسبة للتوقيع الإلكتروني يستخدم بشكل واسع في نطاق المعاملات المصرفية، فبواسطته يتم التحقق من هوية العميل الموقع و رسالة المهورة بتوقيعه، و بالتالي لا يستطيع القراصنة التلاعب في التوقيع و الرسالة المشفرة فكل عميل لديه توقيع خاص به[1].

- **خلاصة الفصل الأول :**

أدى التطور الهائل الذي شهده العالم للتكنولوجيا ووسائل الإعلام و الإتصال الحديثة، إلى ظهور أنواع جديدة من التبادلات التجارية الإلكترونية ركيزة الإقتصاد، حيث نجد أن هذا الأخير إستقبل مفاهيم تواكب التطور الحاصل ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، فأصبح إقبال المستهلك الإلكتروني بشكل رهيب الذي يعتبر الطرف الضعيف أمام القوة العلمية

1-جلول دواجي بلحول، مرجع سابق، ص ص 120-121.

والنفوذ الإقتصادي للمورد الإلكتروني، الأمر الذي إستدعى تكريس حماية فعالة له من أجل خلق التوازن العقدي، إذا يحق له أن يكون عالما بالمنتوج علما كافيا، كما يتعين ضمان هذا المنتوج من حيث العيوب و المطابقة و حتى من الشروط التعسفية، كما أقر له المشرع ضمن الحماية المدنية حق العدول عن التعاقد.

الفصل الثاني:
الحماية الجنائية
للمستهلك الإلكتروني

- **تمهيد:**

نظرا للتطور الرقمي المتسارع التي يشهدها العالم اليوم، خاصة في المجال التجاري الإلكتروني، أصبحت التجارة الإلكترونية تحتل أهمية كبيرة نظرا لمزاياها العديدة و المتنوعة ومع بروز هذه الأخيرة نتجت عدة مخاطر و جرائم متعددة تنتهك حقوق المستهلك، منها ما هو تقليدي كالغش و الخداع و الإحتيال و منها ما هو حديث كالجريمة المعلوماتية، تعترض تعاملات المستهلك الإلكتروني الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإستهلاكية أمام المورد الإلكتروني الطرف القوي ذو دراية و خبرة فنية بمحل التعاقد.

و لهذا برزت الحاجة إلى توفير حماية قانونية فعالة للمستهلك الإلكتروني لاسيما في المجال الجنائي حيث تتطلب بعض الجرائم الإلكترونية تشريعات خاصة و عقوبات ردعية يستطيع من خلالها المتعاملون ضمان حقوقهم.

و عليه سنتطرق في هذا الفصل إلى الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية (**كمبحث أول**)، و الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة(**كمبحث ثاني**).

- **المبحث الأول :الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية.**
- **المبحث الثاني:الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة.**

المبحث الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية.

بسبب البيئة الرقمية الإفتراضية، و عدم معاينة السلعة في نطاق المعاملات الإلكترونية قد يقع المستهلك الإلكتروني ضحية عدة جرائم كجريمة الخداع و الغش و الإحتيال التي تصنف ضمن الجرائم التقليدية، و لهذا أقر المشرع الجزائري حماية له من خلال إصدار قانون خاص بالتجارة الإلكترونية **18-05 و قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل و المتمم، و قانون العقوبات.**

لذلك سنتناول في المطلب الأول (جريمة الخداع الإلكتروني)، والمطلب الثاني (جريمة الإحتيال الإلكتروني).

المطلب الأول: جريمة الخداع الإلكتروني.

تعتبر جريمة الخداع من الجرائم التي تنتهك حق المستهلك كونها تمس بمبدأ الثقة والإئتمان التي يقوم عليها التعامل التجاري، و هي من الجرائم الخطيرة الممتدة لسلسلة من الجرائم الأخرى فهي جريمة تهدد سلامة و أمن المستهلك الإلكتروني..

من خلال هذا سنتطرق إلى تعريف جريمة الخداع (كفرع أول) ،و أركان جريمة الخداع (كفرع ثاني)، والجزاءات المترتبة على جريمة الخداع (كفرع ثالث).

الفرع الأول:تعريف جريمة الخداع الإلكتروني.

لم يعرف المشرع الجزائري جريمة الخداع و ترك ذلك للفقه حيث عرفه على أنه "**إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه**"[1].

يقصد بالخداع في نطاق الجرائم المعلوماتية، كل سلوك ينطوي على إيهام أو تضليل من شأنه التأثير في إرادة المتعاقد، و ذلك من خلال صور متعددة منها الإخلال بالإلتزام بالإعلان أو الإعلام، أو تقديم معلومات غير صحيحة تتعلق بعدد البضاعة أو مقاديرها

1- بن سماعيل سلسبيل: "**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**"، **مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية**، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة غرداية، الجزائر، العدد 02، 2017، ص 293.

أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو طبيعتها، كما يشمل الخداع تسليم منتج يختلف عن ما تم الإتفاق عليه سواء من حيث حقيقته أو عناصره المكونة أو نوع المادة أو مصدره أو منشأة، متى كان ذلك سببا في إبرام العقد[1].

كما تعرف جريمة الخداع بأنها سلوك مادي من قبل المعلن يتمثل في التضليل والأكاذيب و الحيل، و الكذب قد يكون سلبيا أو إيجابيا أي علم المتعاقد بها أو بالسكوت عن واقعة إذا أقدم المتعاقد على إبرام العقد[2].

وعرف أيضا بأنه"**كل تصرف من شأنه إيقاع أحد المتعاقدين في الغلط حول البضاعة أو حمل المشتري للخدمة أو السلعة على الإعتقاد بأن لهذه السلعة أو الخدمة من السيمات ما يفوق الحقيقة، كما يعرف كذلك على انه:**"القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته، أو إلباسه مظهرا يخالف ما هو عليه في الحقيقة و الواقع[3].

كما يرى البعض الأخر أن الخداع هو الإدلاء ببيانات كاذبة أو إستخدام وسائل إحتيالية بسيطة بقصد إظهار محل التعاقد على خلاف حقيقته، مما يؤدي إلى تضليل المتعاقد الأخر و التأثير على إرادته [4].

1-عصام أحمد البهجي: **"الإلتزام بالشفافية و الإفصاح في عقود الإستثمار و الإستهلاك و العلاج الطبي"**، دار الكتب و الوثائق القومية، المكتب الجامعي الحديث، 2013، ص 201.

2- رضا متولي وهدان:**" الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس"**، دراسة مقارنة في القانون المدني و قانون حماية المستهلك و الفقه الإسلامي، دار الفكر و القانون للنشر و التوزيع، ص ص 28-39.

3- دلولي الطاهر و بوطالب أمينة: **"الإشكالات القانونية لتجريم الخداع التجاري على ضوء قانون العقوبات و قانون حماية المستهلك"**، **المجلة الأكاديمية للبحث القانوني**، جامعة العربي التبسي، 12000 تبسة، الجزائر، مج:11، ع 03، 2020، ص 250.

4-كمال بلاور: "**الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**"، **مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية**، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، العدد 07، 2019، ص 76.

من خلال ما تقدم ذكره يمكن القول أن الخداع في التعامل التجاري الإلكتروني جريمة يعاقب عليها القانون الجزائري، بإعتبارها تؤثر على إرادة المستهلك مما يؤدي إلى وقوعه في غلط بشأن طبيعة السلعة أو الخدمة محل التعاقد.

الفرع الثاني:أركان جريمة الخداع.

لقد عبر المشرع الجزائري على جريمة الخداع بقوله كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد معه، حيث كل ما يتطلبه التشريع في جريمة الخداع هو صدور تأكيدات كاذبة من المستورد، إذا أنصب على صفة من صفات المحددة[1].

ويستوجب لقيام هذه الجريمة أن تقع وسائل الخداع في إحدى خصائص المنتوج التي عددتها **المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري**[2].

ويكاد يحظى هذا التعداد جميع فرضات المألوفة عمليا، و المتمثلة في الخداع في طبيعة السلعة، كبيع الشمعدان من نحاس و هو في الحقيقة حديد مطلي بالنحاس، و الخداع المنصب على الصفات الجوهرية التي لو علم المتعاقد إنعدامها في المنتوج أو الخدمة ما كان ليقدم على التعاقد.

حيث تتمثل عناصر الركن المادي في جريمة الخداع في كل فعل مادي يقوم به الجاني، أو محاولة خداع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتجات المسلمة، تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقا، قابلية إستعمال المنتوج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج، النتائج المنتظرة من المنتوج، طرق الإستعمال و الإحتياطات اللازمة[3].

1-خديجة بوطبل:**" الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتوجات المستوردة "**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2010، ص 105.

2- المادة **429** من الأمر رقم **66-156 المؤرخ في 08 جوان 1966**، المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم.

3- بوحزمة كوثر:**'الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة ضياء للدراسات القانونية**، جامعة ابن خلدون ،تيارت، الجزائر، ع02، 2021، ص 101.

لم يشترط المشرع الجزائري وسيلة أو طريقة معنية للخداع، بل لم يتطلب أكثر من الكذب، سواء بالإشارة أو شفويا حول ذاتية البضاعة، أي إستبدال محل التعاقد بغير علم[1].

نلاحظ مما سبق لكي نكون أمام جريمة خداع ويقوم العقوبة على الجاني أن يكون النوع أو المنشأ أو الأصل أو المصدر المسند غشا إلى البضاعة هو السبب الأساسي الدافع إلى التعاقد، إضافة إلى أن المشرع الجزائري لم يشترط وجود عقد لإكتمال جريمة الخداع، فيكفي وجود إيجاب بالتعاقد أي الشروع فيها تقوم الجريمة،كذلك ذهب المشرع الجزائري إلى الإكتفاء بإيجاب المتعاقد أي الشروع فيها، لأنها من جرائم الخطر لم يشترط إلحاق الضرر بالمستهلك.

الفرع الثالث:الجزاءات المترتبة على جريمة الخداع.

لقد أحالت **المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، إلى المادة 429** من العقوبات بالنسبة للعقوبة الأصلية المقررة لجريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك، بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات و بغرامة من **20.000 دج إلى 100.000 دج** أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يرتكب الأفعال المذكورة سابقا[2].

بالإضافة إلى العقوبات التكميلية و في جميع الحالات فإن على مرتكبي المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

وتشدد العقوبة حسب نص **المادة 69** طبقا للحالات المذكورة أنفا لترفع إلى خمس (05) سنوات حبسا و غرامة مالية تقدر **500.000 دج.**

1- سي يوسف زاهية حورية:"**تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك**"، **المجلة النقدية**،كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، العدد02، 2017، ص31.

2- أنظر المادة **429** من الأمر رقم **66-155**، **المؤرخ في 08 يونيو 1966**، المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم.

بالإضافة إلى عقوبة تكميلية طبقا **للمادة 82 من القانون رقم 09-**03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مضمونها مصادرة المنتوجات و الأدوات و كل وسيلة أخرى استعملت لإرتكات المخالفات المنصوص عليها في **المادتين 68-69** [1].

المطلب الثاني:جريمة الإحتيال الإلكتروني.

تعتبر جريمة الإحتيال الإلكتروني من الجرائم المستحدثة التي تقع عبر الأنترنت، و نظرا لخطورتها و ما يترتب عليها من أضرار مادية و معنوية، فقد تصدت لها الأنظمة القانونية من خلال وضع نصوص تجرمها، و تحدد أركانها المادية و المعنوية إلى جانب العقوبات المقررة لمرتكبها، و هذا ما يدفعها لدراسة تعريف جريمة الإحتيال الإلكتروني (كفرع أول)، و أركان جريمة الإحتيال الإلكتروني (كفرع ثاني)، الجزاءات المترتبة (كفرع ثالث).

الفرع الأول:تعريف جريمة الإحتيال.

لم يضع المشرع الجزائري تعريفا لجريمة الإحتيال و إكتفى بذكر الطرق الإحتيالية الموجبة لقيام هذه الجريمة.

و عليه عرفت جريمة الإحتيال بأنها إستخدام وسائل تقنية لخداع المجني عليه مما يؤدي إلى إيقاعه في الغلط لتحقيق مكاسب غير مشروعة[2].

أما المشرع الجزائري فقد تناول جريمة الإحتيال الإلكتروني في قانون العقوبات نص **المادة 372**، كما ربط مفهوم هذه الجريمة بإنتحال الوظائف و الألقاب أو الأسماء و إساءة إستعمالها و إعتبرت من قبيل جريمة إحتيال، لأن الإحتيال لا يكون الغرض العائد

1-أنظر المادتين **68-69** من القانون **09-03 المؤرخ في 08 فبراير 2009**، المتعلق **بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية**، ع15، المؤرخة في 08فبراير 2009، المعدل و المتمم.

2- محمد هشام عبد الفتاح:"**جريمة الإحتيال**"، (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل الماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2008،ص 07.

المالي فقط، بل قد يعود إلى إعتبارات أخرى كالإنتقام، و يأخذ أشكالا متعددة مثل ما أشارة إليه **المواد 243، 246 من قانون العقوبات الجزائري**[1].

الفرع الثاني:أركان جريمة الإحتيال الإلكتروني.

إنطلاقا من نص **المادة 372 قانون العقوبات الجزائري** نجد أن جريمة الإحتيال الإلكتروني تقوم على ركنين، و لهذا سنتناول الركن المادي (أولا)، و الركن المعنوي (ثانيا).

أولا:الركن المادي.

يتكون الركن المادي من ثلاث عناصر و هي كالتالي:

النشاط الإجرامي المتمثل في قيام الجاني بنشاط إجرامي يتمثل في إستخدام وسيلة من الوسائل الإحتيالية التي حددها القانون على سبيل الحصر، كإستعمال أسماء أو صفات كاذبة، أو سلطة خيالية، حيث غالبا ما يكون المستهلك الإلكتروني هو الضحية.

- ✓ النتيجة الإجرامية هي إستلام أو تلقي أموال أو منقولات و غيرها من المجني عليه[2].
- ✓ العلاقة السببية بين النشاط الإجرامي المتمثل في قيام الجاني بإستخدام وسيلة التدليس النتيجة المتمثلة في سلب مال الغير.

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

- ✓ عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها رغم سداد ثمنها.
- ✓ إنتحال إسم أحد مواقع التسويق الشهيرة و هذا يوهم المستهلك الإلكتروني و يتم النصب عليه.
- ✓ الترويج لسلع و خدمات غير معروفة بإستخدام إعلانات كاذبة و ذلك من شأنها النصب والإحتيال على المستهلك تدفعه للتعاقد دون معرفة الحقيقة[1].

1- سويح دنيا زاد، بولحية شعيرة: "**الإحتيال الإلكتروني**"، **مجلة الدراسات القانونية و الإقتصادية**، المركز سي الحواس بريكة، جامعة باتنة 01 الجزائر، ع 04، 2019، ص 39.

2-بوحزمة كوثر، مرجع سابق، ص105.

ثانيا:الركن المعنوي.

تعتبر جريمة الإحتيال الإلكتروني من الجرائم العمدية يشترط فيها جنائي عام و قصد جنائي خاص، فالقصد الجنائي العام في هذه الجريمة هو علم الجاني بأفعاله الإحتيالية المكونة لأركان الجريمة وفق ما نص عليه القانون، و ذلك بإنصراف إرادته إلى تحقيق أركان الجريمة بالأفعال و الأموال المكذوبة، أما القصد الخاص فيتمثل في نية الإستلاء على مال الغير و تملكه[2].

الفرع الثالث:الجزاءات المترتبة على جريمة الإحتيال الإلكتروني.

تضمنت **المادة 372 من قانون العقوبات عقوبة** جريمة النصب هي الحبس من سنة إلى (05) خمس سنوات على الأكثر و غرامة من **5.000 دج إلى 20.000 دج.**

وتشدد العقوبة إذا لجأ الشخص إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية، وتصل مدة الحبس إلى **10 سنوات و الغرامة إلى 200.000 دج.**

بالإضافة إلى عقوبات تكميلية يمكن تقريرها تتمثل في الحرمان من الحقوق الواردة في **المادة 14** أو من البعض منها و المنع من الإقامة و ذلك لمدة سنة على الأقل إلى **05 سنوات على الأكثر**[3].

المطلب الثالث:جريمة الغش.

تلعب الشبكة العنكبوتية دورا كبيرا من حيث الدعاية و التأثير على المستهلك الذي يكون ضحية العديد من الجرائم المرتكبة ضده، و التي تهدد أمنه و سلامته و من بين هذه الجرائم جريمة الغش التي تعتبر من الجرائم التقليدية بوجه عام، و التي تطورت مع الوسائل

---

[1]-كمال بلارو، مرجع سابق، ص80.

[2]-بوحزمة كوثر، مرجع سابق، ص105.

[3]-بن سماعيل سلسبيل، مرجع سابق، ص300.

الإلكترونية فأصبحت ما تعرف بجريمة الغش التجاري الإلكتروني من خلال هذا قسمنا هذا المطلب إلى تعريف جريمة الغش (كفرع أول)، و أركان جريمة الغش (كفرع ثاني)، والعقوبات المترتبة على جريمة الغش (كفرع ثالث).

الفرع الأول:تعريف جريمة الغش.

تعتبر جريمة الغش من الجرائم التي تهدد أمن و سلامة المستهلك بوجه عام و المستهلك الإلكتروني بصفة خاصة، كون هذا الأخير لا يختلف كثيرا على الغش داخل الوسائط الإلكترونية.

أولا:التعريف الفقهي.

عرف الفقهاء الغش بأنه"**كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة و يكون ذلك مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان شأنه أن ينال من خواصها و فائدتها أو ثمنها**"[1].

حيث يعرفه البعض الأخر على أنه مجموعة من الأفعال العمدية التي تقع على سلع و خدمات تكون مخالفة للقواعد المقررة في القانون التي تؤثر في طبيعة الإستهلاك و خواص المواد الموجهة للإستهلاك و عليه فإن الإستهلاك لا ينحصر على الإستعمال البشري فقط و إنما حتى الحيواني[2].

كما يعرف أيضا"**كل فعل عمدي إيجابي ينصب على منتوج فيكون هذا مخالفا لما هو وارد في النصوص القانونية و التنظيمية التي تحدد معايير المنتوجات لكي تعد صالحة**

1-روسم عطية موسى نو: "**الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية**" - دراسة مقارنة- دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص52.

2- روسم عطية موسى نو، المرجع السابق، ص 53.

للإستهلاك فهو يتحقق بإضافة مادة غريبة عن المنتوج مما قد يؤدي إلى تغيير وظيفته أو بإنتزاع عنصر من عناصر المنتوج أو بإخفاء رداءته و إظهاره في صورة في حسنة"[1].

يمكننا القول مما سبق ذكره أن الغش التجاري هو كل فعل عمدي من شأنه أن يغير من طبيعة المواد أو فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل، فقد يتم الغش بإحلال مواد أقل قيمة مكان الأخرى أعلى منها فيما يراد إدخال الغش عليه أو بإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخرى تزيد من كميته، و يظهر جليا أن الغش ينطوي على عدة أفعال كالخداع و الإحتيال أو التدليس أو التزييف، ما يجعلها أوسع نطاق بإعتبارها صورا يلجأ إليها الغشاش لإيقاع المستهلك في الغش.

ثانيا:التعريف التشريعي.

1)تعريف الغش في التشريع الفرنسي.

إستعمل المشرع الفرنسي لفظ **Tromer** للخداع و لفظ **Falsifer** للغش، ولم تورد النصوص القانونية تعريفا شاملا للغش و إنما إكتفت بمجموعة من التعاريف منها:

عرف الغش من قبل محكمة النقض الفرنسية بأنه:**" يعني كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة التي لا تتفق مع التنظيم و تؤدي بطبيعتها إلى التحريف في التركيب المادي للمنتج"**[2].

و قد أوضحت محكمة إستئناف **Colmar** الفرنسية أن التعريف الشائع يجعل من الغش عمل صادرا عن سوء النية، مشوبا بالخدمة يضر بمصالح الغير في التركيب المادي للمنتوج.

2)تعريف الغش في التشريع الجزائري.

1- مجدي محمود محب حافظ:"**موسوعة تشريعات الغش و التدليس**"، دار محمود للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص 72.

2- روسم عطية، نفس المرجع، ص 51.

لم تشمل **المادة 70 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش 09-03 المعدل و** المتمم على تعريف الغش التجاري بل إستبدل المشرع لفظ" **الغش" بلفظ "التزوير"** ويستدل على ذلك من الإحالة إلى نص **المادة 431 من قانون العقوبات** الخاصة بالغشن، كما أن **المادة 83 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش** إستعملت لفظ الغش الذي يقضي إلى مرض أو عجز عن العمل و أحالت إلى العقوبة المنصوص عليها في **المادة 432 من قانون العقوبات**[1].

إن الغش حسب قانون حماية المستهلك و قمع الغش ينصب على كل المنتوجات سواء كانت مواد إستهلاكية أو تجهيزية بإستثناء بعض المنتوجات و ينطبق أيضا على الخدمات بإعتبارها منتوجات حسب نفس القانون، كما يمتد ليشمل المنتوجات الموجهة للإستهلاك الحيواني أيضا[2].

الفرع الثاني:أركان جريمة الغش.

يرتبط الغش بالتجارة في المجتمع الإلكتروني و أيضا داخل نطاق الجريمة الإلكترونية فضلا عنه يقع داخل نطاق الجرائم الإقتصادية، لذا وجب تحديد أركان جريمة الغش التجاري.

أولا: الركن المادي.

أوردت **المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري** الأفعال المادية التي يتكون منها الركن المادي لجريمة الغش:

- ✓ إنشاء مواد أو بضائع مغشوشة.
- ✓ عرض أو وضع سلع مغشوشة للبيع.

1- ضيف الله فاطمة: **"الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري"**، **مجلة أفاق للعلوم**، جامعة يحي فارس بالمدية، **الجزائر**، مج 05، ع 04، 2021، ص 439.

2- ضيف الله فاطمة، المرجع نفسه، ص440.

✓ التعامل في مواد تستعمل في الغش و التحريض على إستعمالها.

✓ الغش الصادر من المتصرف أو الحاسب.

و لقد عددت وسائل جريمة الغش **في المادة 431 على سبيل الحصر، و هي الغش بالإضافة أو الخلط، الغش بالإنقاص، الغش بالضناعة**[1].

بالرجوع إلى أحكام **المادة 70 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش** فإن المشرع الجزائري قد حصر السلوكات أو الأفعال المادية التي تكون جريمة الغش من أفعال إيجابية واردة على السلعة من تزوير أو غش في المنتوج مثل الإنقاص في طبيعتها أو حتى إضافة مواد غريبة من شأنها أن تؤثر على المواصفات المطابقة للقانون[2].

و عليه فإن جريمة الغش لا تقوم إلا عن طريق العرض أو الطرح للبيع بالنسبة للسلع الفاسدة أو المغشوشة أو تغيير العناصر الأساسية الباهضة التي تصل إلى المستهلك.

ثانيا:الركن المعنوي.

لكي يقوم الركن المعنوي لهذه الجريمة لابد من توافر نية الغش أي إنصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها[3].

1-بوحزمة كوثر، مرجع سابق، ص 102.

2-شعباني حنين نوال: **إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير، علوم قانونية، فرع المشؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 142.

3- درار نسيمة، مرجع سابق، ص 228.

بالإضافة إلى أنه يمكن الإشارة إلى أن المورد في عقد البيع الإلكتروني يصعب تصور جهله بحقيقة العيوب التي في بضاعته أو المنتج خاصة، و يلحق الغش كذلك حالات التقليد التي تقع في مرحلة الإنتاج الصناعي و كذلك تقليد العلامات التجارية المضللة للمستهلك [1].

يمكننا القول مما سبق ذكره أن جريمة الغش من الجرائم العمدية التي تقوم على توفر القصد الجنائي أي إتجاه إرادة الجاني إلى محاولة غش المستهلك مع العلم بأنه معاقب عليه قانونا.

الفرع الثالث:الجزاءات المترتبة على جريمة الغش.

نص المشرع الجزائري على تجريم الغش التجاري و الصناعي في **المادة 70 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش** و التي أحالت العقاب عليها إلى نص **المادة 431 من قانون العقوبات** على إعتبارها جنحة ، و خصص لها عقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات، و غرامة من **10.000 دج إلى 50.000 دج**، و إذا ألحقت المواد المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو قدمت له إلى مرض أو عجز عن العمل ترفع العقوبة بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات و غرامة من **500.000 دج إلى 1000.000 دج**.

أما سبب عاهة مستديمة أو مرض غير قابل للشفاء أو يترك أحد الأعضاء أو وفاة فيعاقب بالسجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرون سنة و غرامة من **1000.000 دج إلى 2000.000 دج** و كعقوبة تكميلية مصادرة الوسيلة إرتكاب الجريمة أو منتوج الجريمة[2].

1- بوحزمة كوثر، المرجع نفسه، ص 103.

1- خميخم محمد، المرجع السابق، ص 274.

المبحث الثاني:الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة.

نظـرا للتطـور التكنولـوجي الـذي مـس المجـال التجـاري أفـرزت لنـا مسـميات جديـدة مـا يعـرف بالتجـارة الإلكترونيـة، الـتي تـتم عـبر الوسـائط الإلكترونيـة الحديثـة، هـذه الأخـيرة أدت إلى المسـاس بالمسـتهلك الإلكـتروني و جعلتـه ضـحية لهـا فأصـبحت تصـنف مـن جـرائم العصـر

الحديث، هذا ما دفع بأغلب التشريعات من بينها المشرع الجزائري إلى إقرار حماية لهذا المستهلك الضغيف بإصداره قانون خاص متعلق **بالتجارة الإلكترونية 18-05**.

من خلال ما تقدم ذكره سنتناول إلتزام المورد بالمعطيات الشخصية (**كمطلب أول**) و الوسائل الإجرائية و العقابية في قانون التجارة الإلكترونية (**كمطلب ثاني**).

المطلب الأول :إلتزام المورد بالمعطيات الشخصية.

يلتزم المورد في إطار المعاملات التجارية الإلكترونية بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، و يعد هذا الإلتزام أحد الشروط الأساسية لممارسة التجارة الإلكترونية، ووفقا **للمادة 26 من القانون 18-05**، فإن جمع البيانات يجب أن يكون لغرض مشروع و ضروري، و لا يجوز أن يعد شرط لإبرام العقود التجارية، كما يحمل القانون المورد المسؤولية القانونية عند الإخلال بهذا الإلتزام.

هذا ما يدفعنا بالتطرق إلى أشكال الإعتداء على حق المستهلك الإلكتروني (كفرع أول)، العقوبات المقررة على جريمة الإخلال بالمعطيات الشخصية.

الفرع الأول :جريمة التلاعب بالمعطيات الشخصية.

مع التقدم التكنولوجي و إستعمال وسائل الإتصال و الأنترنت، أفرزت جرائم مستحدثة ماسة بالبيانات الشخصية للمستهلك في تعاملاته التجارية الإلكترونية، فأصبح ضحية هذه الجرائم و هذا ما دفع المشرع الجزائري إلى سن قوانين خاصة من شأنها حمايته، لذلك سنحاول (أولا):تعريف المعطيات الشخصية، (ثانيا): أركان جريمة التلاعب بالمعطيات الشخصية،و (ثالثا):أشكال الإعتداء على حق المستهلك الإلكتروني و(رابعا):العقوبات المقررة على جريمة الإخلال بالمعطيات الشخصية.

أولا:تعريف المعطيات الشخصية.

عرف الكثير من الفقهاء المعطيات الشخصية، و كذا فعل المشرع الجزائري لذا سنتناول التعريف الفقهي ثم التشريعي.

1)التعريف الفقهي:

إختلف الفقه في تحديد تعريف المعطيات الشخصية فهناك من يرى بأن المعطيات هي تلك المتعلقة بالحياة الخاصة للفرد كتلك الخاصة بحالته الصحية و المالية و المهنية و الوظيفية و العائلية[1].

كذلك عرفت بأنها:بيانات يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر في إطار التأكد على عملية البيع، و قد يكون عبارة عن معطيات إسمية أو عدة صور في شكل إلكتروني، و قد تشمل أيضا مقر إقامة المستهلك و أيضا طبيعة العمل الذي يقوم به[2].

2)التعريف التشريعي.

يمكن تعريف المعطيات الخاصة بالمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية، و التي تتعلق بالبيانات الشخصية هي العناصر المشكلة لعملية التعاقد الإلكتروني و المتمثلة في الأشخاص و عملية طلب السلع و الخدمات المتعلقة بالمستهلك عن طريق شبكة المعلومات[3].

و عليه فإن المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية تتعلق ببياناته الشخصية، و الإسمية و المالية و المهنية و الإستهلاكية، لذلك فإن السبب من تقرير المسؤولية على المورد الإلكتروني هي خطورة هذه المعطيات في حالة عدم تأمينها بشكل كاف و إنعدام بيئة رقمية تحمي خصوصية المعطيات[4].

ثانيا:أركان جريمة التلاعب بالمعطيات.

1-كريمة بركات: "**الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني**"-دراسة مقارنة- **مجلة العلوم القانونية و السياسية**، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 13، ع1 ، 2022، ص 488.

2-كريمة بركات، مرجع نفسه، ص489.

3-عبد الفتاح بيومي حجازي: "**التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية**"، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص 230.

1-سهام قارون:"**إلتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، **مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية**، مج 07، ع02، 2020، ص ص 17.10.

لقيام هذه الجريمة يجب توافر ركنين مادي و أخر معنوي.

1) الركن المادي.

يتحقق الركن المادي لجريمة التلاعب بالمعطيات بالقيام بإحدى الأفعال الواردة على سبيل الحصر في **المادة 394 مكرر 1من قانون العقوبات** و هي :

فعل الإدخال غير المصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو فعل إزالة هذه المعطيات أو تعديلها بغير تصريح.

جميع هذه الأفعال تؤدي إلى التغيير من الحالة التي توجد عليها المعطيات محل الإعتداء، ألا و هي بيانات المستهلك في هذا الإطار[1].

وتجدر الإشارة إلى أن جريمة التلاعب بالمعطيات من الجرائم المادية التي لا يكفي لقيامها أن تهدد سلامة المعطيات فقط، و إنما لابد أن يقع ضرر فعلي على المعطيات يتمثل في تغيير حالتها[2].

2)الركن المعنوي.

جريمة التلاعب بالمعطيات جريمة عمدية تتطلب لقيامها القصد الجنائي العام لدى مرتكبها دون القصد الخاص.

إذا لابد أن يعلم الجاني أنه يقوم بإدخال أو إزالة أو تعديل غير مصرح به على بيانات المستهلك و معطياته مع إرادة الجاني إلى تحقق ضرر.

ثالثا:العقوبات المقررة على جريمة الإخلال بالمعطيات الشخصية.

2-بن سماعيل سلسبيل، مرجع سابق، ص 301.

3-بن سماعيل سلسبيل، المرجع نفسه، ص 301.

لقد نص المشرع الجزائري في **المادة 39 من القانون 18 -05 الخاص بالتجارة الإلكترونية** على عقوبة مالية تتمثل في غرامة من **50.000 دج** كل مورد إلكتروني يخالف أحد الإلتزامات المنصوص عليها **في المادتين 11 و 12 من هذا القانون**[1].

كذلك نص **المادة 394 مكرر1 من قانون العقوبات** على عقوبة أصلية للجاني و هي الحبس من **06 أشهر إلى 03 سنوات و غرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000دج**.

بالإضافة إلى ذلك نصت **المادة 394 مكرر6** على عقوبات تكميلية تتمثل في مصادرة الأجهزة و البرامج و الوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا للجريمة، و كذا إغلاق المحل أو مكان الإستغلال إذا إرتكبت الجريمة بعلم مالك.

و لقد تضمنت نفس المادة على عقوبة أخرى تتمثل في تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكتروني و لمدة **06 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[2].

رابعا:أشكال الإعتداء على المعطيات الشخصية.

1) جمع بياناته الشخصية دون موافقته.

جمع البيانات الشخصية دون موافقة المستهلك يعد إنتهاكا لخصوصيته، و يرتكب هذا الفعل عند قيام الجهات المعنية بمراقبة أو إعتراض الرسائل أو البيانات المتبادلة إلكترونيا أثناء

1- المادة 39 من القانون 18 -05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

2- سهام قارون، المرجع السابق، ص26.10.

شراء السلع أو الخدمات عبر الأنترنت، أو عند إستخدام برامج متخصصة لجمع المعلومات دون إذن مسبق من المستهلك[1].

2)الإطلاع الغير مشروع على البيانات.

يتمثل في قدرة الجاني للإطلاع على البيانات الشخصية للمستهلك، و يتمثل هذا الإطلاع في عقود التجارة الإلكترونية عن طريق إختراق شبكات الإتصال و المواقع الإلكترونية من أجل الوصول إلى قاعدة البيانات[2].

إضافة إلى أن المشرع الجزائري نص في قانون العقوبات في نص **المادة 394 مكرر 1** على الأفعال التي من شأنها أن تشكل إعتداء على البيانات الآلية الشخصية للمستهلك الإلكتروني[3].

و حسب نص المادة السالفة الذكر المتعلقة بجريمة التلاعب بالمعطيات الآلية، التي تضمنت صورة تجريم الإدخال الغير مصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات، أو إزالة أو حتى تعديل بغير تصريح قد يشكل خطورة للمستهلك[4].

وقد تضمن قانون العقوبات صورة أخرى لأشكال الإعتداء على أنظمة المعالجة الآلية تهدد أمان و سلامة المستهلك الإلكتروني، و التي تتمثل في جريمة التعامل بالمعطيات غير شرعية، حيث يتمثل سلوكها الإجرامي في جمع المعطيات المتحصل عليها من الأفعال المنصوص عليها في **المادة 394 مكرر2 على** أي إستعمال أو إفشاء لأي غرض كان

1-محمد خميخم: "**الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**"، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراء، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016-2017، ص 142.

2-محمد خميخم، مرجع نفسه، ص142.

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

4-كمال بلارو، مرجع سابق، ص ص 81-82.

المعطيات المتحصل عليها من إحدى جرائم المعالجة الآلية للمعطيات مما يجب إقرار حماية جنائية لهذا المستهلك الإلكتروني فيما يتعلق بالمعطيات الشخصية[1].

المطلب الثاني:الجرائم التي تقع على السلع و الخدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية.

مع التقدم التكنولوجي و استعمال الأجهزة الألية ووسائط الإتصال و الأنترنت في المجال التجاري الرقمي، أدى إلى سرعة إنتقال المعلومات و التطفل و الإختراق فبرزت عدة جرائم خاصة ببعض السلع و الخدمات حيث جرم المشرع الجزائري و حدد صور هذه الجرائم في **المواد 03، 05، 20 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية** و هذا الأخير منع عرض للبيع أو البيع في **المادة 03 من نفس القانون** و من خلال هذا سنتناول أركان هذه الجريمة(كفرع أول)، و الجزاءات المترتبة على هذه الجريمة (كفرع ثاني).

الفرع الأول:الأركان.

تقوم هذه الجريمة على ركنين هما كالأتي:

أولا:الركن المادي.

يتحقق الركن المادي في البيع الإلكتروني سواء بعرض للبيع أو البيع عبر الوسائط الإلكترونية، و يستثنى من ذلك المنتجات و الخدمات المحظورة بموجب **المادة 03 من القانون 18-05** مثل: ألعاب القمار و الرهان، المشروبات الكحولية، التبغ و المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كما يحضر بيع أو تقديم أي سلعة أو خدمة تستوجب قانون إعداد عقد رسمي أو تتطلب تشكيلات قانونية خاصة، مثل بيع و شراء السيرات[2].

1-بن سماعيل سلسبيل، مرجع سابق، ص 302.

1- بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 109.

تمنع بموجب **المادة 05 من القانون 18-05**، المنتجات و الخدمات التي تشمل العتاد و التجهيزات الحساسة المحددة قانون، أو ذلك التي تمس بمصالح الدفاع الوطني أو النظام العام أو الأمن العمومي، كما يحظر بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا كانت موجهة التحويل وفق لما نصت عليه **المادة 20 من القانون 04-02** المحدد لقواعد الممارسات التجارية المعدل و المتمم[1].

ثانيا:الركن المعنوي.

تعتبر جريمة عمدية تتطلب توافر القصد الجنائي العام بحيث يتمثل في علم الجاني بأن القانون يمنع عرض للبيع أو البيع هذه السلع و الخدمات و التي جاءت على سبيل الحصر إلا أن المخالف يقوم بذلك.

ثالثا: العقوبات المترتبة على هذه الجريمة.

1)تجريم بيع المشروبات الكحولية و المواد الصيدلانية.

أ)تجريم بيع المشروبات الكحولية.

بالرجوع إلى **قانون 18-05 الخاص بالتجارة الإلكترونية** الذي جرم عرض للبيع و بيع المشروبات الكحولية عبر فضاءات البيئة الرقمية للتجارة الإلكترونية حيث يعاقب المورد الإلكتروني بغرامة من:**200000 دينار جزائري إلى 1000000 دينار جزائري مع إمكانية غلق الموقع الإلكتروني لمدة شهر إلى (06)ستة أشهر.**

ب)تجريم بيع المواد الصيدلانية.

نظم القانون الجزائري مهنة الصيدلة بجملة من الضوابط، حتى تمارس وفق غايتها و هو ما جاءت به الشريعة الإسلامية من قبل و كثيرة هي الأضرار التي تقع نتيجة الخطأ

2- القانون رقم 04-02، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالفة الذكر.

الصيدلاني و التي تصل إلى حد الوفاة، و يرجع ذلك إلى ممارسة هذه المهنة من قبل أشخاص غير مؤهلين أو ممن يمارسها في إطار تجاري بحث.

حيث تعتبر الصيدلة مؤسسة مخصصة لصرف المواد الصيدلانية و المستلزمات الطبية بالتجزئة بإعتبارها نشاط تجاري متمثل في عرض أو بيع المنتجات الصيدلانية[1].

و لقد جرم المشرع الجزائري في **المادة 37** كل ما يعرض للبيع أو يباع عن طريق وسائل الإتصال الإلكتروني، هذا بالنسبة **للقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، أما القانون المتعلق بالصحة فلقد شدد العقوبة في **المادة 422 على غرامة من 5.000.000 دينار جزائري إلى 10.000.000 دينار جزائري و بالحبس من 05 سنوات إلى 10 سنوات**[2].

لكن تجدر الإشارة أن حظر و منع تداول هذه المواد الصيدلانية لا يحقق الأهداف المرجوة إلى إشباع رغبات و سد حاجيات المستهلك الإلكتروني في المجال الصيدلي خاصة مع تداولها من الخارج و الذي كان من الأجدر به الإعتراف للصيدلية بالتداول التجاري الإلكتروني[3].

2)تجريم عرض و بيع المنتوجات الماسة بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

أ)تجريم عرض و بيع المنتوجات الماسة بحقوق الملكية الفكرية.

لقد أشار المشرع الجزائري إلى تجريم التصرفات التي تنطوي على تداول المعاملات الإلكترونية الماسة بحقوق الملكية الفكرية، و ذلك لما تشكله من إعتداء غير مشروع على

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: **"الحماية الجنائية الموضوعية للسلع و الخدمات المحظورة في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05"**، **مجلة العلوم القانونية و السياسية**، جامعة تبسة، الجزائر، المجلد 11، ع 02، سبتمبر 2020، ص 502.

حقوق المؤلف، بإعتبارها من الأفعال المجرمة وفقا لأحكام التشريعات المتعلقة بالملكية الفكرية، لذلك فإن المشرع قد نظمها في **قانون 03-05 المتعلق بحماية حقوق المؤلف و الحقوق المماثلة.**

حيث عاقب المشرع كل من يقوم بإستنساخ المصنف بأي أسلوب من الأساليب الإلكترونية الخاصة كبيع النسخ المقلدة أو تصدير و تأجير أو رهن نسخ المقلدة أو حتى إستيراد و تصدير نسخ مقلدة من مصنف أو أداء، إذ رتب المشرع على هذه الأفعال **غرامة مالية 500.000 دج إلى 1.000.000 دج و بالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات**[1].

ب)عرض أو بيع خدمات ماسة بالملكية التجارية.

إن الهدف من وضع المشرع الجزائري آليات قانونية للحماية العلامات التجارية، راجع إلى أهميتها في تمييز المنتجات و الخدمات و المحافظة على حقوق التجار و المنتجين في نسبة بضائعهم و خدماتهم إليهم، و حقوق المستهلكين في ضمان الحصول على المنتج الذي يرغبون به بناءا على العلامة التي تمثله [2].

و يتضح لنا مما سبق ذكره أن المشرع الجزائري قد منع عرض للبيع أو حتى البيع الإلكتروني للخدمات الماسة بالملكية التجارية عن طريق الإتصالات الإلكترونية حسب **المادة 03 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.**

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

2-بوترفاس حفيظة: **"حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني"**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016-2017، ص 12.

حيث رتب المشرع عقوبة على كل من يقوم باستعمال أو عرض للبيع أو بيع علامة مقلدة أو حتى عرض للبيع أو بيع منتجات بعلامات من طرف الغير بالحب من شهر إلى سنة و غرامة من **500.00 دج إلى 2.000.000 دج**[1].

3)عرض للبيع أو بيع المنتوجات أو الخدمات تمس بالملكية الصناعية.

لقد أشرنا مما سبق أن المشرع الجزائري في القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية **18-05 في مادته 03** قد منع التعامل الذي قد يمس بالمنتوجات الصناعية، و أولى لها تنظيم مميز و المتمثل في الأمر **07/03**، و المتمثل في معاقبة كل سلوك يقوم على عرض للبيع أو بيع شيء مقلد أو إستعمال طريقة صنعه دون ترخيص من مالك براءة الإختراع أو حتى صناعة المنتوج دون رضا صاحب الإختراع .

و عليه فإن عقوبة من يقوم بهذه التجاوزات السلوكية **من (06) ستة أشهر إلى (02) سنتين، و غرامة مالية من 2500000 دج إلى 10000000 دج**[2].

و في ذات سياق الموضوع تضمت **المادة 05 من الأمر 08/03** المتعلق بالتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة على أن هذا الأمر أعطى حماية مدنية و جزائية و إدارية من خلال منع الغير من بعض السلوكات التي أهمها استيراد أو بيع أو توزيع بأي شكل أخر لأغراض تجارية فقط أي تصميم شكلي أو دائرة متكاملة بحيث يكون تصميمه الشكلي المحمي قانونا يتضمن هذه الدائرة بحيث يظل يحتوي على التصميم الشكلي المنسوخ بطريق غير شرعية، لذلك رتب المشرع الجزائري لجنحة التقليد نفس العقوبة السالفة الذكر ألا و هي **06) ستة أشهر إلى (02) سنتين**، و غرامة مالية من **2500000 دج إلى 10000000 دج**[3].

1-الأمر **06/03**، المؤرخ في: **32 يوليو 2003**، المتعلق بالعلامات، ج.ر، ع 44.

2- الأمر **07/03**، مؤرخ في: **19 يوليو 2003**، المتعلق ببراءة الإختراع، ج. ر، ع 44.

1-لسود موسى، المرجع السابق، ص505.

و لكــن لا يفوتنــا أن الســلع و الخــدمات المتبقيــة المــذكورة في القــانون 18-05 الخــاص بالتجارة الإلكترونية و الأتي نصها كالتالي:

- **كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.**
- **كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.**

و أضـافت المـادة أن كـل المعـاملات الـتي تـتم عـن طريـق وسـائل الإتصـالات الإلكترونيـة إلى الحقوق و الرسوم التي ينص عليها التشريع و التنظيم المعمول[1].

المطلب الثالث:الوسائل الإجرائية و العقابية في قانون التجارة الإلكترونية.

بالإضـافة إلى الحمايـة الجنائيـة و المدنيـة الـتي أقرهـا المشـرع الجزائـري فإنهـا غـير كافيـة لضـمان حقـوق المسـتهلك الإلكـتروني فكـان لزامـا تقريـر أليـات ردعيـة للمـورد الإلكـتروني في حالـة إتباعـه أسـاليب غـير مشـروعة لخرقـه لأحـد إلتزاماتـه و عليـه سـنتطرق في هـذا المطلـب إلى المتطلبـات القانونيـة لمتابعـة المـورد الإلكتروني(فـرع أول)، والعقـوبات المقـررة علـى المـورد الإلكـتروني في ظـل قانون **18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (فرع ثاني).**

الفرع الأول:المتطلبات القانونية لمتابعة المورد الإلكتروني.

نـص المشـرع الجزائـري في قـانون الإجـراءات الجزائيـة علـى الهيئـات المكلفـة بمهمـة الرقابـة، والمتمثلـة في ضـباط و أعـوان الشـرطة القضـائية مـن أجـل وضـع المتطلبـات القانونيـة لضـمان حماية للمستهلك الإلكتروني.

كمـا نـوه المشـرع الجزائـري بموجـب **المـادة 36 مـن قـانون رقـم 18-05** المتعلـق بالتجـارة الإلكترونيـة خـول لأعـوان المنتمـون للأسـلاك الخاصـة بالرقابـة و معاينـة كـل التجـاوزات المرتكبـة من طرف المورد الإلكتروني.

2-المادة **03** من القانون **18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

غير أن إنعدام الكفاءة العلمية في مجال التكنولوجيا الحديثة للأعوان المكلفون بالمراقبة و المعاينة، التي ليست من صلاحياتهم القيام بهذه المهام و التي تتم عن طريق وسائل إلكترونية حديثة و فرق مختصة[1].

الفرع الثاني:العقوبات المقررة على المورد في قانون التجارة الإلكترونية.

لقد رتب المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني في حالة إرتكابه مخالفات و تجاوزات ضد المستهلك الإلكتروني، مجموعة من العقوبات من خلال **المواد 37 إلى 41 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كالأتي:**

نصت **المادة 37** على غرامة مالية بـ:**200.000 دج إلى 1000.000 دج** كل من يعرض للبيع أو عن طريق الإتصالات الإلكترونية المنتجات المنصوص عليها في المادة **03 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث أضافت المادة بأنه يمكن للقاضي أن يغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر إلى 06 ستة أشهر**[2].

تضمن كذلك القانون على غرامة مالية من **500.000 دج إلى 2.000.000 دج** كل من يخالف أحكام **المادة 05** و التي نصت على منع كل معاملة عن طريق الإتصالات الإلكترونية في العتاد و التجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به[3].

كما أضافت **المادة 39 على معاقبة المورد الإلكتروني** بعقوبة مالية تتمثل في **50.000 دج إلى 500.000 دج في** حالة إخلاله بأحد الإلتزامات المنصوص عليها في

1- هبة بن حمزة: "**الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، **مجلة القانون الدولي و التنمية**، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، الجزائر، مج8، ع1، 2020، ص 208-209.

2-المادة **37** من القانون **18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

3-المادة **38** من القانون **18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المادتين 11 و 12 من القانون 18-05 و كذلك بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز **06 أشهر**[1].

كما يعاقب بغرامة مالية من **20.000 دج إلى 200.000 دج** كل مورد إلكتروني يخالف أحكام **المادة 25 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**[2].

إلا أنه بالرغم من تقرير المشرع للعقوبات سالفة الذكر إلا أنه منح المورد غرامة من نوع خاص و هي غرامة الصلح، وذلك في كل من **المادة 45 إلى 47** من خلال قيام الأعوان المكلفون بالرقابة بإقتراح غرامة الصلح، إذا تقوم المصالح التابعة لإدارة التجارة بإعلام المورد الإلكتروني في أجل **07 أيام إبتداءا** من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة المصحوبة بإشعار الإستلام حيث يتضمن هوية المورد الإلكتروني و عنوان البريد الإلكتروني، و الأهم تاريخ و سبب المخالفة و مراجع النصوص المطبقة، ومبلغ الغرامة المفروضة إضافة إلى مواعيد و كيفيات الدفع، كما تضيف **المادة 47 على انه في حالة عدم دفع المورد للغرامة في أجل 45 يوم يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة**[3].

أولا:غرامة الصلح المقررة.

1)غرامة الصلح المقررة للمورد في قانون حماية المستهلك و قمع الغش.

يمكن لأعوان قمع الغش فرض غرامة الصلح على المورد[4]، و تدفع هذه الغرامة لمرة واحدة لدى قابض الضرائب، بمكان إقامة المورد أو مكان المخالفة، في أجل **30 يوما** إحتسابا من تاريخ الإنذار، تقوم المصالح المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش بإنذار المورد برسالة موصى عليها مع إشعار بالإستلام يبين فيه محل إقامته، و مكان و تاريخ و

1-المادة **39** من القانون **18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

2-المادة **41** من القانون **18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

3-المادة **45** من القانون **18-05** المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

1-المادة **86** من القانون رقم **09-03**، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

سبب المخالفة، و مراجع النصوص المطبقة و مبلغ الغرامة المفروضة، و هذا في جل لا يتعدى سبعة أيام إبتداءا من تاريخ تحضير المحضر[1].

يعلم قابض الضرائب المصالح المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش بحصول الدفع في أجل 10 أيام من تاريخ دفع الغرامة، و في حالة عدم تسديد الغرامة في الأجل المحدد يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة، و ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى[2].

تقدر غرامة الصلح ما بين **50.000 دج إلى 300.00 دج**، و هذا حسب المخالفة كما تقدر **بـ %** في حالة رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع[3].

و إذا تعددت المخالفات على نفس المحضر، يدفع المورد مبلغا إجماليا لكل غرامات الصلح المستحقة[4].

2)غرامة الصلح المقررة للمورد في قانون التجارة الإلكترونية.

يقوم الأعوان المكلفون بالرقابة إقتراح غرامة الصلح، و للإدارة المكلفة بحماية المستهلك القيام بإجراءات غرامة الصلح مع المورد، حيث تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الإلكتروني في أجل لا يتجاوز سبعة أيام إبتداءا من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار بالإستلام، يتضمن هوية المورد الإلكتروني، عنوانه و بريده الإلكتروني، و تاريخ و سبب المخالفة، و مراجع النصوص المطبقة و مبلغ

2-المادة **90 و 92** من القانون رقم **09-03**، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

3- المادة **86 و 92** من القانون رقم **09-03**، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

4-المادة **88** من القانون رقم **09-03**، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

5- المادة **89** من القانون رقم **09-03**، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

الغرامة المفروضة إضافة إلى مواعيد و كيفيات الدفع، إن لم يدفع المورد الغرامة في أجل خمسة و أربعين يوما، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة[1].

في حالة قبول المورد لغرامة الصلح، تقوم الإدراة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10(%)بالمئة[2].

يضاعف مبلغ غرامة الصلح في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز إثنى عشر شهرا من تاريخ عقوبة الجريمة السابقة[3].

- **خلاصة الفصل الثاني:**

إن التطور العلمي و التكنولوجي الرهيب الذي يشهده العالم في جميع المجالات خاصة المجال الإقتصادي، و ما صاحبه من بروز التجارة الإلكترونية بشكل واسع أوجب على المشرع الجزائري تنظيم هذه المعاملات التجارية الإلكترونية بموجب القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية و كرس عن طريق هذا القانون حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني ضد

1- المادة **45 و 47** من القانون رقم **18-05**، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

2- المادة **46** الفقرة **02**من القانون رقم **18-05**، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

3- المادة **48** من القانون رقم **18-05**، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

السلوكيات التي قد يرتكبها المورد الإلكتروني، كما رتب عن هذه السلوكيات عقوبات ردعية من شأنها الحد من هذه التجاوزات.

خاتمة

- **خاتمة:**

بعد الإنتهاء من إنجاز هذه الدراسة المتواضعة، تبين لنا أن موضوع **"حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"**، ذو أهمية بالغة فرضها التقدم العلمي و التكنولوجي و ما صاحبه من بروز معاملات تجارية إلكترونية، و ظهور ما يعرف بالمستهلك الإلكتروني، لذا كان لابد من معرفة مدى كفاية القواعد القانونية في تحقيق حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني أمام المخاطر و الأضرار التي قد تنتج أثناء معاملاته التجارية، و ذلك نظرا لخصوصية الوسائل الإلكترونية الحديثة المستعملة.

لكن ما يجب قوله من خلال هذه الدراسة بأن معظم الدول الغربية قطعت شوطا كبيرا و بذلت مجهودا تشريعيا كافيا في تهيئة إقليم قانوني خاص بالتبادلات التجارية الإلكترونية حماية للمستهلك.

رغم تأخر المشرع الجزائري في خلق بيئة قانونية فعالة لضمان حقوق المستهلك الإلكتروني إلا أنه تدارك الأمر بخطوة عملاقة تصب في مصلحة هذا الأخير و خدمة **للتجارة الإلكترونية بسنه القانون رقم 18-05 المؤرخ في :10 مايو 2018**، إلى جانب القواعد التي تحكم المستهلك بصفة عامة.

➢ **النتائج** :

من أهم النتائج التي خلصنا بها من خلال هذه الدراسة :

- ✓ أن المجهودات التشريعية المبذولة من قبل الدول العربية، ومن بينها الجزائر غير كافية للإلمام بجميع الإنتهاكات التي تلحق بالمستهلك الإلكتروني.
- ✓ أن فكرة حماية المستهلك جاءت لإحداث التوازن في العلاقة العقدية بين المستهلك الإلكتروني من جهة و المورد من جهة أخرى.
- ✓ على الرغم من إصدار **المشرع الجزائري قانون 18-05 الخاص بالتجارة الإلكترونية**، وتطبيق القواعد العامة على المستهلك يبقى هناك قصور في مواكبة هذا التطور.

➢ **التوصيات** :

و من أهم التوصيات التي يمكن الخروج بها في هذه الدراسة.

- ✓ ضرورة مواكبة المشرع الجزائري و التكيف مع التطورات الحاصلة على مستوى البيئة الرقمية بشكل دائم و مستمر.
- ✓ لابد من القيام بحملات توعوية و تحسيسية و مخططات للتعريف بهذا النوع من المعاملات الإلكترونية و ما ينطوي عليها من الجانب القانوني.
- ✓ وضع قوانين موحدة بين الدول نظرا لعالمية و دولية هذا النوع من التبادلات الإقتصادية.
- ✓ على المشرع الجزائري وضع قوانين أكثر ردعية تعزز ثقة المستهلك من أجل إقباله على هذا النوع من الممارسات التجارية.

قائمة المصادر و المراجع

– قائمة المصادر و المراجع

أولا: المصادر:

1–الدساتير:

– أ/الأوامر:

1. الأمر رقم 03-05، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، **ج.ر**، ع 44.
2. الأمر 07/03، مؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الإختراع، ج. ر، ع 44.
3. الأمر 06/03، المؤرخ في 32 يوليو، 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر،ع 44
4. الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 أوت 2003، يتضمن قانون النقد و القرض، ج.ر، ج.ج، ع 52، الصادر بتاريخ 28 جويلية 2003.
5. الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني ، ج.ر، العدد 78 المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005.
6. الأمر 66-156 المؤرخ في 08 جوان المتضمن قانون العقوبات، ج.ر، ع 49، المعدل و المتمم للقانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 جوان 2016، ج.ر، ع 37.

ب/القوانين العادية:

1. المادة 429 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم.
2. المادة 429 من الأمر رقم 66-155، المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم.
3. القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج ، ع 41 بتاريخ2004/06/27 المعدل و المتمم بالقانون رقم 06/10 المؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق ل:05 أوت 2010، ج ر، ع 46 مؤرخة في :08 رمضان 1431 الموافق ل:18 أوت 2010.
4. القانون رقم 09-03 ،المؤرخ في 25فيفري2009 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،ج ر،عدد15،الصادر بتاريخ08مارس 2009،المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10جوان 2018 ،ج ر ،عدد35الصادر بتاريخ 13جوان 2018.
5. القانون رقم: 18 -05 المؤرخ في :10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، ع 28..
6. القانون 18-11، المؤرخ في 02 يوليو 2018 المتعلق بالصحة، ج.ر، ع 46.
7. المادة 63 من القانون المدني :"إذ عين أجل القبول، إلتزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى إنقضاء هذا الأجل، و قد يستخلص الأجل من ظروف الحال، أو من طبيعة المعاملة".
8. المادة 66 من القانون المدني الجزائري" لا يعتبر القبول الذي يغير الإيجاب إلا إيجابا جديدا".

9. المادة 379 القانون المدني الجزائري.

ج/المراسيم:

1. مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، عدد 56، الصادر بتاريخ:2006/09/11.

2. المرسوم التنفيذي رقم(13-378)المؤرخ في :05 محرم1435 ،الموافق ل:09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ،ج.ر، العدد 58 الصادر بتاريخ:18نوفمبر2013.

ثانيا: المراجع

أ/المراجع باللغة العربية

1/الكتب

1. أحمد بورزق "**التجارة الإلكترونية في الجزائر**"،ط.1، ألفا للوثائق، الجزائر.

2. حمودي محمد الناصر،" **عقد البيع الدولي الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع**"، ط 1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن،2012.

3. رضا متولي وهدان، **الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس**، دراسة مقارنة في القانون المدني و قانون حماية المستهلك و الفقه الإسلامي، دار الفكر و القانون للنشر و التوزيع.

4. روسم عطية موسى نو، "**الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية – دراسة مقارنة–** دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2014.

5. عبد الفتاح بيومي حجازي، **"التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية"**، دار الكتب القانونية، مصر، 2007.

6. عبد الفتاح حجازي، **التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية**، دار الفكر الجامعي، إسكندرية، مصر، 2004.

7. عبد الله ذيب عبد الله محمود،" **حماية المستهلك في تعاقد الإلكتروني"**، دراسة مقارنة دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2012.

8. عصام أحمد البهجي، **الإلتزام بالشفافية و الإفصاح في عقود الإستثمار و الإستهلاك و العلاج الطبي**، دار الكتب و الوثائق القومية، المكتب الجامعي الحديث، 2013.

9. علي محمد أحمد أبوالعز، **"التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي"**،ط 1، دار النفائس للنشر و التوزيع،الأردن، 2006.

10. كوثر سعيد عدنان خالد، **"حماية المستهلك الإلكتروني"**، دار جامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021.

11. مجدي محمود محب حافظ، **"موسوعة تشريعات الغش و التدليس"**، دار محمود للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003.

12. موفق حماد عبد، **"الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية"**، -دراسة مقارنة-ط 1، مكتبة السنهوري، بغداد شارع المتنبي، 2011.

13. نضال سليم برهم، **"أحكام عقود التجارة الإلكترونية** "، الطبعة 3، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010.

2/الأطروحات والرسائل والمذكرات

أ/أطروحات

1. إمادالوسهام، لحسن ليلى، **"حماية المستهلك الإلكتروني"**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، 2013.

2. بن حسان أحمد و بن حسان عبد الرحمان، **"التراضي في العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري"**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020.

3. بوترفاس حفيظة، **"حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني"**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016-2017.

4. جلول دواجي بلحول، "**الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية**"، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015.

5. حوالف عبد الصمد، **"النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني"**أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر يلقايد، تلمسان، الجزائر، 2014- 2015.

6. خديجة بوطبل، "**الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتوجات المستوردة**" ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2010.

7. الـذهبي خدوجـة، "**الأليـات القانونيـة لحمايـة المسـتهلك لعقـود التجـارة الإلكترونيـة**"، مـذكرة لنيـل شـهادة الماجسـتير في القـانون الخـاص، كليـة الحقـوق و العلوم السياسية، جامعة أدرار، 2013-2014.

8. رفـاري شـهيناز، "**الإلتـزام قبـل التعاقـد بالإعـلام في عقـود الإسـتهلاك**"، رسـالة ماجسـتير، تخصـص قـانون أعمـال، كليـة الحقـوق و العلـوم السياسـية، جامعـة سطيف 02، 2015-2016.

9. رواقـي سميحـة و قتـاتي خلـود، " **النظـام القـانوني للعقـد الإلكـتروني**"، مـذكرة لنيـل شـهادة الماسـتر، كليـة الحقـوق و العلـوم السياسـية، جامعـة أكلـي محنـد أولحـاج، البويرة، 2019.

10. زهـير رواش، "**دور نظـام الـدفع الإلكـتروني في تحسـين المعـاملات المصـرفية**"، (دراسـة حالـة الجزائـر)، مـذكرة لنيـل شـهادة ماجسـتير في العلـوم الإقتصادية و النشر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011.

11. زوبـير رزقـي، "**حمايـة المسـتهلك في ظـل المنافسـة الحـرة**"، رسـالة ماجيسـتير في القـانون، كليـة الحقـوق و العلـوم السياسـية، جامعـة مولـود معمـري تيـزي وزو، 2011.

12. سميرة زايـدي، "**الإلتـزام بالإعـلام في العقـد الإلكـتروني** "،مـذكرة تكميليـة لنيـل شـهادة الماستر،تخصـص قـانون أعمـال ،كليـة الحقـوق ،جامعـة العـربي بـن مهيدي ،أم البواقي ،2015-2016 .

13. شـعباني حنـين نـوال، "**إلتـزام المتـدخل بضـمان سـلامة المسـتهلك في ضـوء قـانون حمايـة المسـتهلك و قمـع الغـش**"، مـذكرة لنيـل شـهادة الماجيسـتير، علـوم قانونيـة، فـرع المشـؤولية المهنيـة، كليـة الحقـوق و العلـوم السياسـية، جامعـة مولـود معمري، تيزي وزو، 2012.

14. عجالي خالد، **النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري – دراسة مقارنة–** رسالة دكتوراه في العلوم،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2014.

15. لزهر وسيلة، **"التراضي في العقود الإلكترونية "**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي ، 2019.

16. لوصيف عمار، **"إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرون مع الإشارة إلى التجزئة الجزائرية"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008-2009.

17. محمد خميخم، **"الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية"**، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراء، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016-2017.

18. محمد هشام عبد الفتاح، **"جريمة الإحتيال"**، (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل الماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2008.

19. نعمة سعدوني، **"حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون تجارة الإلكترونية الجزائرية"**، مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، 2020-2021.

ج/المجالات:

1. بوحزمة كوثر، **"الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"**، **مجلة ضياء للدراسات القانونية**، جامعة إبن خلدون تيارت، الجزائر، العدد02، 2021.
2. بن سماعيل سلسبيل، **"الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"**، **مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية**، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة غرداية، الجزائر، العدد 02، 2017.
3. بوعيس يوسف، **"التراضي في العقود الإلكترونية"**، مجلة الضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، العدد01، 2019 .
4. خلوي نصيرة، **"أليات حماية المستهلك من الإعلان التجاري عبر الأنترنت"**، **مجلة تجسير للأبحاث و الدراسات متعددة التخصصات**، جامعة باتنة 1، العدد 01، 2023.
5. خليفي مريم، **"الإلتزام بالإعلام الإلكتروني و شفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية "**، **مجلة دفاتر السياسة و القانون**، جامعة بشار ع 4، جانفي 2011.
6. درار نسيمة، **"المستهلك الرقمي و قصور القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايته"**، مجلة الفكر،كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد حيضر (بسكرة)، العدد 15، 2017.
7. دلولي الطاهر و بوطالب أمينة، **"الإشكالات القانونية لتجريم الخداع التجاري على ضوء قانون العقوبات و قانون حماية المستهلك"**، **المجلة الأكاديمية**

للبحث القانوني، جامعة العربي التبسي، 12000 تبسة، الجزائر، مج:11، ع 03، 2020.

8. زرادي عبد العزيز، "**مواجهة الشروط التعسفية كألية لحماية المستهلك**"، مجلة الحقوق و الحريات، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ع 04، أفريل 2017.

9. الزهرة جغريف، "**الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراس على ضوء القانون رقم 18-05 المتعلق بتجارة الإلكترونية**"، مجلة المعيار، مج 24، ع 51، 2020.

10. سقر أحمد، "**أنظمة الدفع الإلكتروني**"، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.

11. سلوى قداس، "**الإلتزام بالضمان بين القواعد العامة و قانون حماية المستهلك في التعاقد**"، **مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية**، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، ع 12، 2012.

12. سهام قارون، "**إلتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، **مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية**، مج 07، ع02، 2020.

13. سويح دنيا زاد، بولحية شعيرة، "**الإحتيال الإلكتروني**"، **مجلة الدراسات القانونية و الإقتصادي**ة، المركز سي الحواس بريكة، جامعة باتنة 01 الجزائر، العدد 04، 2019.

14. ضيف الله فاطمة، "**الأليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري**"، **مجلة أفاق للعلوم**، جامعة يحي فارس بالمدية، الجزائر، مج 05، ع 04، 2021.

15. الطاهر ويسام عبد محمد و حسام عبد محمد ضار، "**العيب الخفي في عقد البيع الإلكتروني**"، **مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق و العلوم السياسية**، جامعة باتنة، الجزائر، ع 12، 2012.

16. عبد الرحمان خلفي، "**حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري**"، دراسة مقارنة، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث**، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرا، بجاية، الجزائر، ع1، 2013.

17. عبد العزيز مرسي حمود، "**الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام بعقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة دراسة مقارنة**"، **مجلة البحوث القانونية و الإقتصادية**، كلية الحقوق، جامعة المانوفية، مصر، العدد 18، السنة التاسعة، أكتوبر 2002.

18. عصام نجاح، "**حق المستهلك في العدول في التشريع الجزائري**"، **مجلة العلوم القانونية و السياسية**، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قالمة (الجزائر)، العدد 1، 2020.

19. عقوني محمد،"**التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني على ضوء التشريع الجزائري** "، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، العدد01، 2022.

20. قالية فيروز، "**إلتزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، **مجلة القانون و المجتمع**، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ع02، 2020.

21. كـردي نبيلـة، "الشـيك الإلكـتروني"، **مجلـة العلـوم الإجتماعيـة و الإنسـانية**، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تبسة، الجزائر، ع 3.

22. كريمـة بركـات، "**الحمايـة الجنائيـة للمعطيـات الشخصـية للمسـتهلك الإلكـتروني**"-دراسـة مقارنـة- **مجلـة العلـوم القانونيـة و السياسـية**، جامعـة البـويرة، الجزائر، المجلد 13، ع1 ، 2022.

23. كمـال بـلاور، "**الحمايـة الجنائيـة للمسـتهلك الإلكـتروني في ظـل التشـريع الجزائـري**"، **مجلـة معـالم للدراسـات القانونيـة و السياسـية** ،جامعـة الإخـوة منتـوري قسنطينة، الجزائر، العدد 07، 2019.

24. لـدغش سـليمة، "**حمايـة المسـتهلك عـبر شـبكة الأنترنـت بـين الواقـع و الضـرورة**"، **مجلـة الحقـوق و الحـريات**، كليـة الحقـوق و العلـوم، جامعـة زيان عاشـور، الجلفة، ع 04، أفريل 2017.

25. لزعـر وسـيلة، "**القبـول في التعاقـد الإلكـتروني** "، **مجلـة العلـوم القانونيـة و الإجتماعية**، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد 9، 2018.

26. لغـلام عـزوز، "القبـول الإلكـتروني صـور التعبـير عنـه و شـروطه"، جامعـة غرداية، الجزائر، العدد09، 2017.

27. مـاني عبـد الحـق، "**التنظـيم القـانوني لقيـام التراضـي في العقـود الإلكترونيـة علـى ضـوء مشـروع القـانون المتعلـق بالتجـارة الإلكترونيـة**"، مجلـة العلـوم القانونيـة و السياسة، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، العدد 02، 2018.

28. مـاني عبـد الحـق، "**التنظـيم القـانوني لقيـام التراضـي في العقـود الإلكترونيـة علـى ضـوء مشـروع القـانون المتعلـق بالتجـارة الإلكترونيـة** "، **مجلـة العلـوم القانونيـة و السياسية**، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، ع 02، 2018.

29. محمودي سليم،"**عدول المستهلك عن القبول في التعاقد الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية**، جامعة يحي فارس ،المدية،الجزائر، العدد 02، 2024.

30. موسى لسود، "**الحماية الجنائية الموضوعية للسلع و الخدمات المحظورة في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-"05**، **مجلة العلوم القانونية و السياسية**، جامعة تبسة، الجزائر، المجلد 11، العدد 02، سبتمبر 2020.

31. هبة بن حمزة، "**الأليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**"، **مجلة القانون الدولي و التنمية**، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، الجزائر، مج8، ع1، 2020.

هـ)المواقع الالكترونية :

1. https//books.google.dz.

2. www.bna.com:

و)الملتقيات:

1. شيروف نهى، "**الآليات القانونية في إبرام العقد الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري** :بين النص و الترجمة"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان :الإطار القانوني للممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02-03 أكتوبر 2018.

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
بسم الله	
شكر و عرفان	
إهداء	
مقدمة	أ.هـ
الفصل الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني	
تمهيد	08
المبحث الأول : أليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد	09
– المطلب الأول: الحق في الإعلام الإلكتروني	09
– الفرع الأول : المقصود بالإعلام الإلكتروني	09
– الفرع الثاني: مضمون الإلتزام بالإعلام الإلكتروني.	11
– أولا: تحديد هوية البائع.	11
– ثانيا: تحديد أوصاف السلعة أو الخدمة محل العقد.	12
– ثالثا: جزاء الإخلاء بالإعلام.	12
3) الجزاء المدني:	13
- أ)إبطال العقد:	13
- ب)التعويض:	13

4) العقوبات الجزائية:	13
أ)جزاء عدم الإعلام بشروط البيع:	14
ب)جزاء عدم الإعلام بالأسعار:	15
– ج) جزاء عدم وسم المنتوج:	16
–الفرع الثالث:حماية المستهلك الإلكتروني من تأثير الإعلانات التجارية.	17
– أولا:تعريف الإعلان التجاري الموجه إلى المستهلك.	17
– ثانيا:التوازن العقدي.	18
الفرع الرابع: حماية البيانات الشخصية للمستهلك و مواجهة الشروط التعسفية.	19
-أولا: تعريف الشرط التعسفي.	19
-ثانيا: طرق مواجهة الشروط التعسفية.	20
– المطلب الثاني:خيار المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني.	21
– الفرع الأول: تعريف العدول.	21
–أولا: التعريف التشريعي:	22
– ثانيا :التعريف الفقهي.	22
–الفرع الثاني: أحكام الحق في العدول.	23
–أولا: مهلة ممارسة الحق في العدول.	23

– ثانيا:أثار ممارسة الحق في العدول.	24
2): أثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني.	25
2): أثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمورد.	25
المبحث الثاني:آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.	26
المطلب الأول :حماية المستهلك الإلكتروني في التعبير عن إرادته.	26
الفرع الأول:حماية المستهلك الإلكتروني في الإيجاب.	26
أولا:التعبير عن الإيجاب من خلال الموقع (web site).	26
الإيجاب عبر البريد الإلكتروني	27
ثالثا:الإيجاب عبر المحادثة أو المشاهدة المباشرة	27
حماية المستهلك الإلكتروني في القبول.الفرع الثاني	28
صور القبول الإلكتروني.أولا	28
02– القبول عبر البريد الإلكتروني.	28
02–القبول عبر الموقع:	29
03–القبول الإلكتروني عبر المحادثة	30
ثانياّ:شروط القبول الإلكتروني. 1)أن يكون القبول مطابق للإيجاب الإلكتروني.	30 31
2)أن يكون القبول الإلكتروني صريحا وواضحا.	31
3)أن يكون القبول الإلكتروني باتا و جازما.	31

4)أن يصدر القبول الإلكتروني و الإيجاب مزال قائما.	31
ثالثا: موقف المشرع الجزائري من القبول الإلكتروني.	32
المطلب الثاني:زمان و مكان إبرام العقد الإلكتروني.	32
الفرع الأول:زمان إبرام العقد الإلكتروني:	33
أولا:نظرية إعلان القبول.	33
ثانيا:نظرية تصدير القبول.	33
ثالثا:نظريه تسلم القبول.	34
الفرع الثاني:مكان إبرام عقد التجارة الإلكتروني.	34
المطلب الثالث:حماية المستهلك الإلكتروني في الضمان و مواجهة العيوب الخفية.	35
الفرع الأول:إلتزام المورد بتسليم محل التعاقد.	35
أولا:إلتزام بنقل الملكية.	35
ثانيا:إلتزام المورد بتقديم خدمة.	35
ثالثا:حق المستهلك في تسلم السلعة.	36
الفرع الثاني:إلتزام المورد بالضمان بعدم التعرض و الإستحقاق.	36
أولا:ضمان المورد الإلكتروني عدم التعرض و الإستحقاق.	37
01-ضمان عدم التعرض الشخصي	37
02-ضمان عدم التعرض الصادر من الغير.	38
الفرع الثالث:ضمان العيوب الخفية.	38

أولا:تعريف العيب الخفي.	38
ثانيا:شروط العيب الخفي.	39
1)أن يكون العيب خفي.	39
2)أن يكون العيب قديما.	40
3)أن يكون العيب مؤثرا.	40
الفرع الرابع:حماية المستهلك الإلكتروني في عملية الدفع.	40
أولا: تعريف عملية الدفع الإلكتروني.	41
ثانيا:آليات الدفع الإلكتروني.	41
01-بطاقة الدفع الإلكتروني.	42
2)الشيك الإلكتروني.	43
3)الكمبيالة الإلكترونية.	43
ثالثا:حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الدفع الإلكتروني.	44
2)تأمين المواقع الإلكترونية للتجار.	44

خلاصة الفصل الأول	46
الفصل الثاني : الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني.	
تمهيد	48
➢ المبحث الأول : الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم التقليدية.	49
– المطلب الأول : جريمة الخداع الإلكتروني.	49
– الفرع الأول : تعريف جريمة الخداع الإلكتروني.	49
– الفرع الثاني : أركان جريمة الخداع.	51
– الفرع الثالث : الجزاءات المترتبة على جريمة الخداع.	52
– المطلب الثاني : جريمة الإحتيال الإلكتروني.	53
- الفرع الأول : تعريف جريمة الإحتيال.	53
- الفرع الثاني : أركان جريمة الإحتيال الإلكتروني.	54
- أولا : الركن المادي.	54
- ثانيا : الركن المعنوي.	55
- الفرع الثالث : الجزاءات المترتبة على جريمة الإحتيال الإلكتروني.	55
- المطلب الثالث : جريمة الغش.	56
الفرع الأول : تعريف جريمة الغش.	56

- أولا : التعريف الفقهي.	56
- ثانيا: التعريف التشريعي.	57
- 01 : تعريف الغش في التشريع الفرنسي.	57
- 02 : تعريف الغش في التشريع الجزائري.	58
- الفرع الثاني : أركان جريمة الغش.	58
– أولا: الركن المادي.	59
– ثانيا: الركن المعنوي.	60
– الفرع الثالث: الجزاءات المترتبة على جريمة الغش.	60
– المبحث الثاني : الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في الجرائم الحديثة.	62
– المطلب الأول: إلتزام المورد بالمعطيات الشخصية.	62
– الفرع الأول : جريمة التلاعب بالمعطيات الشخصية.	62
- أولا : تعريف المعطيات الشخصية.	63
- 01 : التعريف الفقهي.	63
- 02 : التعريف التشريعي.	63
- ثانيا : أركان جريمة التلاعب بالمعطيات.	64
–01:الركن المادي.	64
–02:الركن المعنوي.	65

– ثالثـــا:العقوبات المقـــررة علـــى جريمـــة الإخـــلال بالمعطيـــات الشخصية.	65
– رابعا:أشكال الإعتداء على المعطيات الشخصية.	66
–01:جمع بياناته الشخصية دون موافقته.	66
–02:الإطلاع الغير مشروع على البيانات.	66
– المطلـب الثـاني:الجرائم الـتي تقـع علـى السـلع و الخـدمات عـن طريق الإتصالات الإلكترونية.	67
– الفرع الأول:الأركان.	67
– أولا:الركن المادي.	67
– ثانيا:الركن المعنوي.	68
– ثالثا:العقوبات المترتبة على هذه الجريمة.	68
– 01:تجريم بيع المشروبات الكحولية و المواد الصيدلانية.	68
– 01أ:تجريم بيع المشروبات الكحولية.	68
– 01ب:تجريم بيع المواد الصيدلانية.	69
–02:تجـريم عـرض و بيـع المنتوجـات الماسـة بحقـوق الملكيـة الفكريـة أو الصناعية أو التجارية.	70
– 02أ:تجـــريم عـــرض و بيـــع المنتوجـــات الماســـة بحقـــوق الملكيـــة الفكرية.	70

– 02ب:عرض أو بيع خدمات ماسة بالملكية التجارية.	70
– 03:عرض للبيع أو بيع المنتوجات أو الخدمات تمس بالملكية الصناعية.	71
– المطلب الثالث:الوسائل الإجرائية و العقابية في قانون التجارة الإلكترونية.	72
– الفرع الأول:المتطلبات القانونية لمتابعة المورد الإلكتروني.	72
– الفرع الثاني:العقوبات المقررة على المورد في قانون التجارة الإلكترونية.	73
– أولا:غرامة الصلح المقررة.	75
– 01:غرامة الصلح المقررة للمورد في قانون حماية المستهلك و قمع الغش.	75
– 02:غرامة الصلح المقررة للمورد في قانون التجارة الإلكترونية.	76
– خلاصة الفصل الثاني	77
– خاتمة	79
– قائمة المصادر و المراجع	82
– فهرس الموضوعات	96
– ملخص	106

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة باللغة العربية:

ساهمت ثورة تكنولوجيا الإتصالات و المعلومات في بروز أنماط حديثة ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، فأصبح إقبال المستهلك الإلكتروني عليها بشكل رهيب فصاحبه ظهور مخاطر تهدد أمنه و سلامته، بإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإستهلاكية أمام المركز القوي للمورد الإلكتروني، مما إستوجب تكريس آليات قانونية فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي و المحلي، في جميع مراحل العلاقة التعاقدية قبل و بعد تنفيذ العقد، فأصدر المشرع الجزائري قانونا خاصا بمثل هذا النوع من التعاملات التجارية الإلكترونية هو **القانون رقم 18-05**.

الكلمات المفتاحية :

الحماية المدنية، الحماية الجنائية، التجارة الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني.

Summary
The revolution in information and communications technology has contributed to the emergence of modern patterns known as e-commerce. The electronic consumer's interest in it has become terrifying, accompanied by the emergence of risks that threaten his security and safety, as he is the weak party in the consumer contractual relationship in front of the strong position of the electronic supplier, which necessitated the establishment of legal mechanisms.

Effective in protecting the electronic consumer at the international and local levels, at all stages of the contractual relationship before and after the contract is executed, the Algerian legislator issued a special law for this type of electronic commercial transactions, Law No. 18-05.

Keywords:
Civil protection, criminal protection, e-commerce, e-consumer, e-supplier.