

جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون العام

## حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق

التخصص: قانون عام اقتصادي

تحت إشراف الأستاذة:

فارح عائشة

إعداد الطلبة:

\*عثمانيو مريم

\*عزري فارس

أعضاء اللجنة المناقشة

-الأستاذة(ة).....رئيسا(ة)

-الأستاذة: فارح عائشة.....مشرفة

الأستاذة(ة).....ممتحن(ة)

تاريخ المناقشة .....

## \* شكر وتقدير \*

قال تعالى: " لئن شكرتم لأزيدنكم "

«الآية 07، سورة إبراهيم»

فان كان علينا أن نشكر فالشكر لله جلا و علا الذي وهبنا نعمة العلم ووقفنا في انجاز هذا العمل القيم، الذي نسأله أن يجعله خالصا لوجهه الكريم، وأن ينفعنا به وينفع الآخرين. كما نتقدم بالشكر الخالص، إلى من قدم إلينا يدّ العون والمساعدة لإنجاز هذا العمل القيم، الأستاذة المشرفة " فارح عائشة".

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في سبيل إتمام هذا البحث.

مريم/فارس

## إهداء

إلى روضة الأمل المعطاءة، وجداول الحنين المتدفقة إلى من أفنت عمرها من أجلي، إلى من نستمد  
منها الطاقة، الصبر والمقاومة

إلى أمي الغالية

إلى من أفنوا عمرهم شامخين لكي أرى النور، إلى من كانوا الأب والسند، إلى من جعلوا الحياة  
تشع نورا وسرورا، إلى من جعلوني أميرة متريعة على عرشي

إلى إخوتي: «فيصل، عبد السلام، عبد الحق، كمال»

إلى من أضافتنا جو البهجة والسرور واللطفة إلى حياتي

إلى أخواتي: «منية ووردة»

إلى أرواح أبي وجدّي وجدّتي الطاهرة، وأسأل الله العظيم أن يرزقهم الفردوس الأعلى

إلى الغاليات على قلبي، إلى من ساندوني قلبا وقالبا

إلى صديقاتي والأخوات التي لم تنجبنهم أمي: «ريمة، صبرينة، ربيعة، سهام، جميلة»

إلى كل من ساعدني وقدم يد العون لي، إلى كل من سقط قلبي عنه سهوا.

## إهداء

إلى من لا يمكن أن أنكر أن سيد أي نجاح في حياتي هو من سر دعائهما ورضائهما

والديّ العزيزين أطل الله في عمرهما

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل العائلة الكريمة

إلى كل الأصدقاء والزملاء

إلى كل من كان سببا أو سندا في نجاحي

إلى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد

أهدي هذا العمل

فارس

## قائمة أهم المختصرات

أولاً: باللغة العربية

الج، الج، الد، الش: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

ج، ر، ج، ج: الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية.

ع: عدد.

ص ص: من صفحة إلى صفحة.

ص: صفحة.

د، د، ن: دون دار النشر.

ثانياً: باللغة الفرنسية

ED : Edition

N° : Numéro

O.C.D.E : Organisation de Coopération et de Développement

Economique

OP- CIT : référence Précédemment Citée

P : Page

J.O : Journal Officiel

R.O.R.F : Radio Optical Référence Frame

مقدمة

## مقدمة

شهد العالم تطور كبير في شتى المجالات، لاسيما في مجال التكنولوجيا، حيث واكب هذا التطور ظهور أنواعا جديدة من العقود الإلكترونية والتي باتت هي أهم الأساليب الأكثر شيوعا واستخداما في شراء السلع والخدمات عبر الحدود، في بيئة رقمية جعلت من العالم قرية صغيرة أو كما يطلق عليها قرية واحدة إلكترونية.

وهذا التطور التكنولوجي السريع والمذهل الذي يعيشه العالم في الوقت الحالي أدى إلى ميلاد نوع جديد من العقود يتم إبرامها عبر الإنترنت التي لم تكن معروفة من قبل، حيث أصبح التجار يعرضون خدماتهم وسلعهم عبر المواقع الإلكترونية مع تبيان المواصفات الحقيقية للمنتجات وأسعارها، لذلك أصبح المستهلك يسرع إلى المواقع الإلكترونية المخصصة لهذا من أجل التسوق وتلبية حاجياته وهذا ما جعل التجارة الإلكترونية تفرض نفسها على الواقع باعتبارها أحد أدوار العولمة الاقتصادية، وصارت اليوم حقيقة يعيشها المستهلك والمجتمع ككل، وهي نتيجة حتمية لما يشهده العالم المعاصر من تطور وعولمة في كل المجالات.

فهي فتحت أبواب عديدة كانت مغلقة في وجه جمهور المستهلكين بصفة عامة ورجال الأعمال والشركات التجارية بصفة خاصة في عملية عرض السلع والخدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون لقاء مباشر بينهم.

ومن هنا أصبح موضوع حماية المستهلك الذي يجب الاهتمام به وخاصة في الوقت الحاضر باعتبار أن للاستهلاك دور أساسي في الحياة الاقتصادية، والعملية الاستهلاكية تتميز بوجود نوع من الخلل في طبيعة العلاقة بين المهني والمستهلك حيث أنّ هذا الأخير يعتبر الحلقة الضعيفة في هذه العلاقة لكونه أقل دراية بنوع المنتج أو الخدمة، كونه لا يتعامل مع المهني بشكل مباشر ولا يمكنه تفحص طلبه بشكل ملموس.

وقد شهدت الآونة الأخيرة فترة عصبية من جائحة كورونا "covid19" أين جعلت المستهلك أمام خيار واحد لا غيره، حيث يعتمد أكثر بشكل متزايد على المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي لشراء السلع والمنتجات التي يحتاجها.

## مقدمة

وهذا ما يتطلب إيجاد آليات وأساليب كفيلة لحماية المستهلك من الجرائم والغش والاحتيال والإعلان المبالغ فيه وهذه الآليات لا بد أن تكون على المستوى الداخلي والدولي، كي يكون المستهلك في أمان أكثر خلال لجوءه إلى التعاقد الإلكتروني، فالمستهلك بحاجة إلى وسائل حماية فنية وقانونية تعزز من وجود بيئة آمنة في التعاقد الإلكتروني والإتيان بوسائل جديدة لم تكن معهودة في القواعد العامة.

من بين الدوافع التي أدت إلى اختيار موضوع "حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية" حدثته ومواكبته للتعاقد الإلكتروني ، حيث أصبح العالم سوق كبيرة وظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية، ولجوء المستهلك إلى التعاقد الإلكتروني أكثر من التعاقد التقليدي نظرا لسرعته وسهولته وخاصة أنّ بحثنا هذا يتزامن مع ظهور جائحة "covid19" "كورونا" التي جعلت المستهلك لا يتسوق إلا من خلال البيئة الرقمية.

وهذا ما يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية: فما المقصود بحماية المستهلك الإلكتروني وما هي آلياتها؟

للإجابة على هذه الإشكالية وجب علينا أولا التطرق أولا إلى مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني (الفصل الأول) ثم دراسة آليات هذه حمايته (الفصل الثاني) حتى نتمكن في الخاتمة من الوصول إلى الإجابة عن إشكالية بحثنا، هذا البحث الذي نعتمد فيه على منهج تحليلي مقارنة.



# الفصل الأول

مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

ظهرت في منتصف القرن العشرين ثورة تكنولوجية مما أدى إلى ظهور مشكلة حماية المستهلك كون هذا الأخير هو الحلقة الضعيفة في العلاقة التعاقدية مع المهني صاحب مركز القوة.

ونظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها ومن أجل حماية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات، وجب على التشريعات أن تتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لإيجاد واستنباط الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية ما يرفع الضرر عن المستهلك وليس على المستوى الوطني فقط بل وأن المعاملات الإلكترونية في الغالب معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية للإنترنت ومن ثم فهي تمتد لتشمل كل أرجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي للتنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك.

سننطلق إلى المقصود بالمستهلك الإلكتروني ودواعي حمايته (مبحث أول) ثم إلى نطاق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني (مبحث ثاني).

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### المبحث الأول: المقصود بالمستهلك الإلكتروني ودواعي حمايته

إذا كانت المعاملات الإلكترونية التي تنشأ بين المهني والمستهلك في صورها المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية ما هي إلا انعكاس لآليات الإنتاج والتوزيع الاقتصادي فهي تعتبر برهاناً لمقتضيات الحياة الاقتصادية والاجتماعية القائمة ومدى تأثرها بالتقنيات السائدة في محيطها، فلا شك أن تتبع حركة القانون وتطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بهذه المستجدات.

لذا كان ولا بد من أن يستجيب القانون لكل مقتضى أو تطور اقتصادي أو تكنولوجي باعتباره أداة للتقدم والرقى، فحماية المستهلك أمر ضروري كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية وفي مواجهة المهني الطرف المحترف.

لذلك سوف نتطرق إلى المقصود بالمستهلك الإلكتروني (مطلب أول) ودواعي حمايته (مطلب ثاني).

### المطلب الأول: المقصود بالمستهلك الإلكتروني

تعدد الخلاف حول المقصود بالمستهلك الإلكتروني الذي يعتبر موضوع حماية مختلف القوانين سواء في التشريع الجزائري أو التشريعات المقارنة، بحيث اختلفت التفسيرات في ضبط فكرة المستهلك كونها من المفاهيم المهمة التي ينبغي تحديدها من خلال الفقه والتشريع وهذا ما سنعمل على الإحاطة به وذلك بتحديد تعريف المستهلك في الفقه (فرع الأول)، وتعريفه في بعض التشريعات (فرع الثاني).

### الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

لقد اختلف الفقهاء القانونيين في تعريف المستهلك، فظهر اتجاهين الاتجاه الأول هو الذي يضيّق من تعريف المستهلك والاتجاه الثاني يوسع من تعريفه، سنتطرق للاتجاهين فيما يلي:

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### أولاً-التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني

يعتبر المستهلك وفقا لهذا الاتجاه كل شخص طبيعي يقوم بتصرفات قانونية لإشباع حاجياته الشخصية والعائلية<sup>1</sup>، ويخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض مهنية أو حرفية.

فقد تم التشديد في تضيق مفهوم المستهلك حسب هذا الاتجاه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى ولو كان خارج مجال اختصاصاته المهنية على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيا محترفا أثناء تعاقدتهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه<sup>2</sup>.

فوفقا لهذا الاتجاه المستهلك هو الشخص الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض غير مهني، كما يمكن أن يشمل بعض الأشخاص الاعتبارية الخاصة، كالجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف إلى تحقيق الربح<sup>3</sup>.

وليكون الشخص مستهلكا وفق المفهوم الضيق فلا بدّ من توفر الشروط التالية:

#### 1- أن يكون من الأشخاص الذين يحصون أو يستعملون السلع أو الخدمات

فالمستهلك هو كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين.

<sup>1</sup> - نبيل محمد أحمد أبو صبيح، «حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية -دراسة مقارنة-» مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007، ص 174.

<sup>2</sup> - عبد الله ليندة، «المستهلك والمهني، مفهومان متباينان»، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و 14 أبريل 2008، ص 21.

<sup>3</sup> - أسامة محمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية، مصر، بدون طبعة، 2008، ص - ص. 76، 78.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

فهنا نلاحظ فئتين، الأولى هم من يحصلون على السلع والخدمات بهدف غير مهني كعقد التأمين، والفئة الثانية هم من يستعملون السلع والخدمات كأفراد العائلة.

### 2- أن يكون محل الاستهلاك هو السلع والخدمات

محل الاستهلاك هو كل الأموال التي تشتري أو تستعمل لغرض غير مهني، ولكن لا تقتصر عملية الاستهلاك على الأشياء التي تستهلك من أول استعمال لها كالمواد الغذائية، بل أيضا على أشياء تدوم كالمباني والسيارات.

### 3- أن يكون الغرض غير مهني

تبقى ضرورة القصد من استعمال الخدمة أو السلعة لغرض غير مهني، فهو يعتبر معيار جوهرى لاعتبار الشخص مستهلكا<sup>1</sup>.

### ثانيا -التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني

ذهب بعض الفقه إلى ضرورة الأخذ بمفهوم أوسع للمستهلك، ليشمل أشخاص آخرين ليعرف بصفة أكثر شمولاً بأنه "كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة كما يعرفه البعض الآخر بأنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه، أي أنه يعتبر مستهلكا ويدخل تحت الحماية القانونية للمستهلك كل من يبرم تصرف لإشباع حاجاته الشخصية أو المهنية"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - زوجال يوسف، مفهوم المستهلك في التشريع والفقه والقضاء المغربي المقارن [www.majalah.News.ma](http://www.majalah.News.ma) أطلع عليها يوم 2020/05/15 على الساعة 14:40.

<sup>2</sup> - شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012، ص 22، 23.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

يشمل المستهلك الشخص الذي يستخدم السلع والخدمات لاستخدامه الشخصي إضافة إلى المهني أو المحترف الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو شركة أو منتجا، فيعتبر مستهلكا عندما يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر ضعيفا مثله مثل المستهلك العادي، فقد يجد المهني نفسه في مواجهة المتعاقد المحترف كالتاجر حينما يشتري أثاث لمحلته والمحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لحاجات مهنية يعتبران غير مهنيين بالنسبة للمحترف في مجال الأثاث والآلات، فلا يدخل هذا في اختصاص صاحب المحال أو المحامي.

نلاحظ أن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك، والعبرة من إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذا الأخير يمكن أن يكون في مركز ضعف سواء اقتصاديا أم فنيا قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده المالية ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية، ويكون الضعف من الناحية الفنية حيث لا يتمتع بالقدرة الفنية لاقتنائه للمنتجات تماما مثل المستهلك العادي<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني

أثير جدل حول تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني حيث سعت أغلب الحكومات لحماية هذا الأخير بشتى الطرق، وهذا ما دفع بنا إلى محاولة تحديد مفهوم المستهلك في مختلف التشريعات.

### أولا-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في القانون الأول لحماية المستهلك الذي صدر سنة 1989 ، لكن تدارك الأمر المرسوم التنفيذي رقم 90. 39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة 02 الفقرة 09 حيث عرف المستهلك أنه «كل شخص يقتني بثمن أو مجانا<sup>2</sup> ، منتوجا

<sup>1</sup> - شعباني نوال، مرجع سابق، ، ص ص. 25، 26.

<sup>2</sup> - المنتوج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

أو خدمة الاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به<sup>1</sup>.

وكذا نص القانون رقم 04. 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على أن المستهلك هو "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"<sup>2</sup>، ويلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية والمعنوية شريطة أن تكون مجردة من الغرض المهني لها لهذه الصفة يجعلها محل حماية القانون المستهلك.

أما القانون 09. 03 وتحديدا في المادة 03 فقرة 01 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المستهلك كالتالي المستهلك "هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، وعليه فهذه المادة جاءت لتأكيد موقف المشرع من التعاريف السابقة وكذلك لبيان موقفه اتجاه التشريعات المقارنة، وبهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن التعريف الملائم<sup>3</sup>.

وقد تطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني لأول مرة في القانون الجديد رقم 05/18<sup>4</sup> المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 06 الفقرة 03 بقوله "المستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعي أو

<sup>1</sup> - أنظر المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ج، ر، ج، ج، ج العدد 05، الصادر في 1990/01/31.

<sup>2</sup> - أنظر المادة رقم 3 من القانون رقم 04 - 02 المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، ر، ج، ج العدد 41، الصادر بتاريخ 2004/06/23 معدل ومنتهم.

<sup>3</sup> - قانون رقم 09 - 03 المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج، ر، ج، ج، العدد 15، الصادر في 2009/03/08.

<sup>4</sup> - قانون رقم 18 - 05 مؤرخ في 2018/05/10، متعلق بالتجارة الإلكترونية، ج، ر، ج، ج العدد رقم 28، الصادر في 2018/05 /16.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي»<sup>1</sup>.

ونلاحظ هنا أنه حافظ على التعريف السابق في القوانين السابقة الذكر وأضاف إليه فقط الطريقة أو الوسيلة الاستهلاكية الإلكترونية فقط، وأخيراً يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في النشاط المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة، إذن المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية والاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة إلكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية، وهذا يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع للمستهلك العادي مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر الشبكة الإلكترونية<sup>2</sup>.

### ثانياً: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن

لقد تطرقت التشريعات المقارنة إلى تعريف المستهلك الإلكتروني، 1 (تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي)، 2 (تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري).

<sup>1</sup> -علي أحمد صالح مهداوي، «أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني»، دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية والقانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك، مجلة تشريعية والقانون عدد 42 ، ص 129.

2 - إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، دار الفكر الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2011، ص 21.



# مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

## 1- تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي

عرّف المشرع الفرنسي في القانون رقم 22/78 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عملية الائتمان من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية وحاجيات من يعيّلهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني، كما عرفه في المادة الثانية من نفس القانون المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على أنه «يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني»<sup>1</sup>.

فلاحظ أن المشرع الفرنسي تطرق إلى تعريف المستهلك بصفة عريضة وأعتد في تحديد ذلك على معيار الغاية وهو الاستعمال الشخصي للمنتج دون أن يكون لذلك ارتباط بالنشاط المهني للمستهلك.

أما التوجيه الصادر في 5 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين فقد نصت المادة الثانية منه "أن المستهلك كل شخص طبيعي وفي إطار العقود المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية، فعدم التصرف يكفي لإضفاء صفة المستهلك على الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء أو إيجار أو قرض أو انتفاع. وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>- Loi n°78-22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit, voir :

[www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr) , vue le 20/05/2020.

<sup>2</sup>- Directive 97-07/CE du parlement européen et du conseil du 20 Mai 1997, concernant la protection des consommateurs en matière des contrats à distance, J.O n° L144 du 4 juin 1997. [www.justicom.net](http://www.justicom.net) , vue le 16/06/2020.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

كما عرف المشروع القانون الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993 المستهلكون بأنهم «الأشخاص اللذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات لاستعمال غير مهني»<sup>1</sup>، ورغم ذلك صدر هذا القانون في صياغته خاليا من أي تعريف للمستهلك الإلكتروني.

كما تطرق لتعريف المستهلك التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، حيث اعتبر المستهلك " كل شخص طبيعي يتصرف خارج نشاطاته المهنية، ويعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معفي من الحماية المقررة للمستهلك ولو كان الشخص الذي يتصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا"<sup>2</sup>.

### 2 - تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري

عرف القانون المصري رقم 67 سنة 2006 بشأن حماية المستهلك في المادة الأولى بأن المستهلك هو "كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد في هذا الخصوص"، ويقصد بالشخص حسب هذه المادة "الأشخاص الطبيعيين والأشخاص المعنويين ومنها الشركات بجميع أشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات والمنشآت والروابط والتجمعات المالية وتجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها".

كما عرفت المادة المذكورة سابقا المنتجات على أنها "السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم عليها من خلال مورد"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- Loi n° 93-949, du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation, voir :

[www.justice.gouv.fr](http://www.justice.gouv.fr), vue le 20/05/2020.

<sup>2</sup>- Article 06 de la directive 97-07, concernant la protection des consommateurs en matières des contrats à distance, op, cite

<sup>3</sup> - قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

ونلاحظ في هذه المادة إغفال المشرع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك (الغرض المهني)، ومن خلال استقراءنا لهذه المادة نلاحظ من أول وهلة أن المشرع المصري أخذ بالمفهوم الواسع من خلال لفظ (كل شخص) إلا أنه يتعين لنا من عبارة إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية على أنه استقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك .

أما بالنسبة للفقهاء المصري يتنازع بين الاتجاه الضيق والواسع لمفهوم المستهلك ومن أنصار الاتجاه الضيق نجد "السيد محمد السيد عمران" الذي يعرف المستهلك بأنه "كل شخص يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية والعائلية"، وبالتالي لا يكتسب صفة مستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه، ويعارض هذا الاتجاه الفقيه "حمد الله محمد حمد الله" الذي يؤيد الاتجاه الواسع هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك<sup>1</sup>.

كما لم يرد أي تعريف للمستهلك الإلكتروني وبناء على ذلك يمكن أن نعرفه بأنه "ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع والخدمات لغير الأغراض التجارية ويتسلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية"<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: دواعي حماية المستهلك الإلكتروني

نظرا لارتفاع عدد مستخدمي شبكة الإنترنت على مستوى العالم، وتطور عقود التجارة الإلكترونية، مما جعل فكرة حماية المستهلك أمر ضروري ولا بد منه، التعاقد الإلكتروني مجالا تتعدد فيه وسائل الغش والخداع، لذا أصبحت الحاجة ضرورية لحماية المستهلك في نطاق هذا التعاقد، ونقسمه إلى فرعين التطور الحديث في شبكة الإنترنت (فرع أول) حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية (فرع ثاني).

وتتلخص مبررات ضرورة حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني في تطور الحديث في شبكة الإنترنت وحاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية مع الافتقار إلى التوفير المعلوماتي التقني.

<sup>1</sup> - زوجال يوسف، مرجع سابق، ص 145.

<sup>2</sup> - ابراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 21.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الإنترنت

تعدّ شبكة الإنترنت من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على التفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب تحتوي على خدمات متعددة كالخدمات العقارية، السياحية والمعرفة وغيرها من الخدمات الأخرى المهمة<sup>1</sup>، غير أنّ الجانب السلبي لها التطور التقني يتمثل في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية مما ينبغي أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي تمّ في موطن ومحل إقامة المستهلك وتمثل في ذلك عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية<sup>2</sup>، ولا تقتصر التجارة الإلكترونية على مجرد من بيع وشراء سلع وخدمات عبر الإنترنت، وإنما تتضمن معالجة حركات البيع والشراء كذلك تحويل الأموال إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني: حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية

يحتاج المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية كونها توفر خدمات ومنتجات وبيع ذات جودة عالية وأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، ومن المعروف أن المستهلك هو الطرف الأضعف في المعادلة الاقتصادية، وبالتالي كان لابد من تمكنه من الحصول على الفائدة المثلى من موارده المالية وحمايته من كل ما يضر بمصلحته الاقتصادية.

فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب الكثير من المستهلكين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 20.

<sup>2</sup> - أحمد السيد كردي، حماية المستهلك في التسوق عبر الإنترنت 2004، [www.alukah.net](http://www.alukah.net) اطلع عليه يوم 2020/06/16.

<sup>3</sup> - إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص. 181.

<sup>4</sup> - عبد الإله معداد، «مستهلك الخدمات الإلكترونية أية حماية في التشريع المغربي؟»، مجلة مغرب القانون، المغرب 2019، ص 56.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### الفرع الثالث: افتقار المستهلك للثقافة الإلكترونية

إنَّ جهل المستهلك للثقافة والتقنيات والمعلومات الإلكترونية الأمر الذي جعله يقوم بتصرفات دون معرفة حقوقه وكيفية حمايتها<sup>1</sup>، فافتقار المستهلك في التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الإنترنت يصعب عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها، وقد يؤدي إلى وقوع المستهلك لحيل وخداع قراصنة الإنترنت خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون خاص معمق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015، ص 76.

<sup>2</sup> - عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص.32.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### المبحث الثاني: نطاق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

على الرغم من المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية وأهميتها الاقتصادية التي تجعل الإقبال عليها يتزايد يوما بعد يوم، إلا أنها تنتج عنها مخاطر يواجهها مستخدمي شبكة الإنترنت منها إفساء الأسرار وانتهاك حقوق الملكية الفكرية ومشكلات الاحتيال والقرصنة، فضلا عن فقدان المستهلك الإلكتروني الثقة على التعامل عبر الإنترنت وهذه الثقة هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها التجارة ويحرص عليها المتعاملون فيها.

لذا كان من الطبيعي بروز الحاجة لتوحيد النظام القانوني للمعاملات الإلكترونية والتنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعلين واتساع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني والتنظيم القانوني لهذه المعاملات أخذ بعدين، بعد التنظيم الدولي الذي يظهر في مختلف الهيئات الدولية التي تسعى لتحقيق حماية المستهلك (مطلب أول)، وبعد التنظيم الداخلي من خلال وضع الدول تشريعات وطنية لتكريس حماية المستهلك الإلكتروني (مطلب ثاني).

### المطلب الأول: نطاق حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي

تتم المعاملات الإلكترونية عبر شبكة دولية للإنترنت فهي تتعدى حدود دولية معينة فقد تتعدّد مظاهر وأشكال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي كونه الطرف الضعيف والمهني المحترف الطرف القوي، فمن الهيئات الدولية التي تعمل على حمايته منها المنظمة الدولية للمستهلك (الفرع الأول)، وحماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي (الفرع الثاني) وأخيرا في منظمة التعاون الاقتصادي (الفرع الثالث).

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في المنظمة الدولية للمستهلك

تعاظمت الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة المشكلات التي تواجهه، وهذا ما ساعد بشكل كبير في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك التي تأسست سنة 1960 من قبل خمسة (05) منظمات المستهلكين، جمعت كل من الولايات المتحدة الأمريكية، بلجيكا، بريطانيا، هولندا وأستراليا، وقد بلغ عدد الدول الأعضاء فيها في حدود سنة 1995 أكثر من مائة دولة، وأكثر من مئتي عضو علما أنه يشترط في الدول والمنظمات المنخرطة فيها المقاييس التالية<sup>1</sup>:

- أن لا يكون لها أهداف تجارية.
- أن تكون متمتعة باستقلالية تامة.
- ألا تلجأ إلى الإشعار في منشوراتها أو في مجالاتها.

ومن الأهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك:

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية، الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحايل، المقارنة للمواد والخدمات، تبادل نتائج التحليل والخبرات.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم.

<sup>1</sup> - أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011، ص 24.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

- اعتماد المنظمة الدولية للمستهلك كهيكل لتبادل المعلومات والمجالات والنشرات الدورية التي تهتم بحماية المستهلك<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي

يعد التوجيه الأوروبي 07/97 الصادر في 20 ماي 1997 أهم توجيه على المستوى الأوروبي إذ أنه ينظم قواعد لحماية المستهلكين في العقود عن بعد بإلزام الموردين والمهنيين بواجب إعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الأساسية للسلعة أو الخدمة، وكذلك عن طريق الدفع والتسليم والتنفيذ كما أعطى له الحق في الرجوع عن التعاقد في المادة 06 منه «أنه وفي العقود المبرمة عن بعد بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل اعتباراً من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد في سبعة أيام عمل اعتباراً من تاريخ التسليم للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات ودون جزاء وغرامة ودون الحاجة لبيان الأسباب»<sup>2</sup>.

كما تضمن الإرشاد الأوروبي حول التجارة الإلكترونية الصادر في جوان 2000<sup>3</sup> النص على وجوب أن توفر المواقع الموردة للخدمات والسلع ضمن نطاق مجتمع المعلومات، كافة المعلومات الأساسية حولها كالاسم الكامل والعنوان وعنوان البريد الإلكتروني ورقم تسجيلها في السجل التجاري ورقمها الضريبي، وكذا تضمن هذا الإرشاد أحكاماً توجب على المواقع الموردة عبر الإنترنت أن

<sup>1</sup> - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص ص 38 - 39.

<sup>2</sup> - Article 06 de la directive 97-07, concernant la protection des consommateurs en matières des contrats à distance, op, cite.

<sup>3</sup> - Article 06 de la directive 97-07, concernant la protection des consommateurs en matières des contrats à distance, op, cite



## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

تقدم للمستهلكين وقبل التعاقد معهم سلسلة من المعلومات التوضيحية أبرزها حول المراحل التقنية الواجب إتباعها وتصحيحها من أجل إبرام العقد وحول وسائل وآلية تدارك الأخطاء في تزويد البيانات وتصحيحها وحول لغة التعاقد وأية قواعد سلوكية واجبة الإلتباع لضمان حسن سير العلاقات التعاقدية.

كما تبنى الاتحاد الأوروبي في 26 يونيو 2002 توجيهها يتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بعد وهو يهدف إلى توفير نوع من الأمان للتجارة والاتصالات الإلكترونية الذي يتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني، وحماية حياته الخاصة في مجال الاتصالات الإلكترونية<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

لعبت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية دور في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الإنترنت في 09 ديسمبر 1999، حيث أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات والمشروعات والمستهلكين على الصعيد الوطني والدولي<sup>2</sup>، من التوجيهات التي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية مايلي:

- يجب أن يكون هناك مستوى معين من الحماية للمستهلك الذي يقوم بعمليات تجارة إلكترونية أو عملية بيع عن بعد.

<sup>1</sup> - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية -دراسة مقارنة-، منشورات الحلبي، سوريا، بدون طبعة، 2009، ص 376.

<sup>2</sup> - نبيل محمد أحمد صبيح المرجع السابق، ص 168، ص 169.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك وبلغة مفهومة له، وأن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية وكذلك نوع السلع والخدمات التي يقدمها.
- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن وطريقة الدفع والضمانات المقدمة وطريقة تسليم المنتج.
- الحصول على موافقة صريحة من المستهلك الإلكتروني.
- إعطاء المستهلك الإلكتروني مهلة مناسبة للتفكير في إتمام التعاقد أو العدول عنه.
- التعريف بالقانون الواجب التطبيق على التعاقد الإلكتروني والمحاكم المختصة.
- إنشاء وسائل لتوثيق المعاملات الإلكترونية فيما بين التاجر والمستهلك.
- تطوير التعاون الدولي بين الدول والمنظمات الدولية المعنية لحماية المستهلك<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: نطاق حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الداخلي

انعكس الاهتمام الدولي لحماية المستهلك وألقى بضلاله على التشريعات الوطنية حيث صدرت مجموعة من التشريعات المتلاحقة لتوفير الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري (فرع أول)، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن (فرع ثاني).

<sup>1</sup> - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 40، ص 41.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

### الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

عالج المشرع الجزائري حماية المستهلك العادي بوضع القواعد العامة لحماية المستهلك، فالقانون رقم 89-02 الصادر في 1989/02/07<sup>1</sup> ينظم المبادئ الأولية والعامة للمستهلك تم إصداره ثلاثون (30) مادة موزعة على ثلاثة أبواب، الباب الأول يتضمن الأحكام العامة في ثلاثة عشر (13) مادة، والباب الثاني يتضمن أحكام جزائية وهذه المواد تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة.

-الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحته وأمنه ومصالحه.

-الحق في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة وحقه في تجربة المنتج.

-الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.

-وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ الإجراءات اللازمة لرقابة جودة المنتجات والخدمات<sup>2</sup>، وقد استدرك المشرع الجزائري ضرورة تأمين البيئة التجارية وذلك من خلال القانون 18-05<sup>3</sup> المتعلق بالتجارة الإلكترونية والاستفادة من الحماية لابد من توفير الشروط المنصوص عليها في المادة 2 من هذا القانون والتي تنص بأنه "يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية وفي حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني:

-متمتعاً بالجنسية الجزائرية .

-مقيماً إقامة شرعية في الجزائر .

-شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري.

<sup>1</sup> - القانون رقم 89-02، المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر ج ج عدد رقم 06، الصادر بتاريخ 1989/02/03 (ملغى).

<sup>2</sup> - سهام أمدالو، ليلي لحسن، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة شهادة الماستر، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2013، ص. 24.

<sup>3</sup> - المادة 02 من القانون 18-05، مرجع سابق.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

وحتى يستفيد من هذه الحماية اشترط المشرع أن تكون المعاملات التجارية الإلكترونية مسموح بها، وهذا من خلال نص المادة 3 من نفس القانون بأنه "تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول به، غير أنه تُمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يلي:

-لعب القمار والرهان واليانصيب.

-المشروبات الكحولية والتبغ.

-المنتجات الصيدلانية، والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

-كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به، كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي، تخفض كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما<sup>1</sup>.

-بالإضافة إلى نص المادة 5 من نفس القانون التي نصت بأنه "تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن

لقد تطرقت التشريعات المقارنة إلى حماية المستهلك الإلكتروني، أولاً (التشريع الفرنسي)، ثانياً (التشريع المصري).

<sup>1</sup> - المادة 2 من القانون 18-05، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 5 من القانون 18-05، مرجع سابق.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

أولاً: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي

وضع المشرع الفرنسي ترسانة هائلة من التشريعات والنظم الخاصة بحماية المستهلك ومن أهم هذه القوانين، القانون الصادر في 2 جويلية 1963 الخاص بالدعاية والإعلانات المضللة والقانون الصادر في 22 ديسمبر 1972 الخاص بتنظيم البيوع التي تتم في المنازل، والقانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المسمى بقانون روبيير والخاص بتنظيم وسائل الدعاية والإعلان المشروعة، ثم أصدر قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد رقم 949 الصادر في 2 يوليو 1993 وهو يتكون من خمس أجزاء يتعلق بضرورة التزام المزود أو التاجر بالإدلاء بالمعلومات التي تبصر المستهلك من خلال التعاقد والذي يكون بين غائبين.

كما أنه تماشياً مع السياسات التشريعية الفرنسية التي تهدف إلى حماية المستهلك نجد أن قانون التوقيع الإلكتروني رقم 230 لسنة 2000 ولائحته التنفيذية لم يشير صراحة إلى مبدأ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، إلا أن الشروط التي وضعها المشرع الفرنسي للقيام بعملية التصديق على شهادات مقدمي هذه الخدمة يبدو واضحاً منها أن هدفها هو حماية المستهلك<sup>1</sup>.

تناول المشرع الفرنسي في نص المادة 111 من القانون رقم 93-949 "على أن المزود الذي يعرض منتجاته عبر الإنترنت يجب أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة على وجه الخصوص الخصائص الكيفية والكمية والمدّة التي ستعرض فيها"، كما نصّ هذا القانون أيضاً على حق المستهلك في العدول حسب المادة 20/121 بمقتضى المرسوم 741 لسنة 2001 أنه

<sup>1</sup>- Loi n° 2000-230, de 13 mars 2000 portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relative à la signature électronique, J.O.R.F n° 62 du 14 mars 2000, voir : [www.justice.gouv.fr](http://www.justice.gouv.fr), vue le 04/07/2020.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

"...بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطى للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم طلبية لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع"<sup>1</sup>.

### ثانيا: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري

لم يكن في مصر قانون ينظم عقود الاستهلاك عدا بعض القوانين الخاصة بقمع الغش التجاري والتدليس وحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ومكافحة الإغراق، وحماية الاقتصاد القومي على الرغم من حتمية وجود تشريع لحماية المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية كون المستهلك يعجز عن الصمود اتجاه الشركات والمنشآت التجارية التي تملك مواقع الويب المنتشرة على شبكة الإنترنت التي تسيطر على أدوات المعلوماتية<sup>2</sup>.

فقد صدر قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 وهو يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام، وصون حقوق المستهلك الأساسية وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرف فيها، وحمايته كذلك من الغش والإعلان المخادع في المادة السادسة تنص على أنه "يجب على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط"، فالمشرع المصري أوجد التزام على المعلن والمورد بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة السلعة وخصائصها، بما يحمي المستهلك من تكوين اعتقاد غير صحيح ومضلل.

كما نجد المادة الرابعة من هذا القانون أيضا تنص على أنه "يجب على المورد التاجر أن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقد مع المستهلك بما في ذلك المحركات والمستندات الإلكترونية والبيانات التي من شأنها تحديد شخصيته

<sup>1</sup> - Ordonnance n° 2001- 741 du 23 aout 2001 portant transposition de directive communautaires et adaptation au droit communautaires en matière de la consommation, j.o 25 aout 2001, voir : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr).

<sup>2</sup> - إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 47.

## مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني

---

وخاصة بيانات قيده في السجل التجاري الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت"، إضافة إلى ضمان سلامة المنتجات والخدمات وتأكيد حق المستهلك في توافر معلومات تساعد على التمييز بين السلع والخدمات من حيث الجودة.

إضافة إلى حق المستهلك في الرجوع عن العقد الذي تنص عليه المادة الثامنة من قانون رقم 67 لسنة 2006، كما حرص هذا القانون على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك لأول مرة في مصر يكون هناك قانون مستقل وقائم بذاته في مجال حماية المستهلك ينظم الأداة التشريعية والتنظيمية والإجرائية للمستهلك بما يؤدي إلى تحديد الجهات الهيئات المسؤولة عن هذه الحماية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

### ملخص الفصل الأول

تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني بصفة عامة، حيث عرفنا عقد الاستهلاك وأطرافه بداية بالمستهلك الإلكتروني وصولاً إلى المهني أو المتدخل وهذا في مختلف التشريعات وبالخصوص التشريعات الأقرب إلى التشريع الجزائري كالتشريع المصري والتشريع الفرنسي، ووضعتنا مقارنة بينهم مع محاولة إعطاء تحليل لها، ووجدنا أن المستهلك الإلكتروني يحتاج إلى حماية مثل حاجة المستهلك العادي للحماية في السوق التقليدية بل أكثر نظراً لخصوص البيئة الرقمية المتعاقد فيها وما تتضمنه من مخاطر للمستهلك، لأن أثناء لجوء هذا الأخير إلى التعاقد الإلكتروني يواجه عدّة مخاطر يجب حمايته منها، وإلا فإنه قد يكون عرضة للنصب والاحتيال والغش، كما استنتجنا أنّ التعاقد الإلكتروني مجاله غير محدود فهو أتي نتيجة للعولمة الاقتصادية والتكنولوجية، فمن هنا حماية المستهلك الإلكتروني تكون على مستوى كل الأصعدة دولياً ومحلياً مع ضرورة تضافر الجهود بين الدول من جهة والمنظمات الدولية من جهة أخرى لضمان حماية ناجحة ومثالية.



## الفصل الثاني

آليات حماية المستهلك الإلكتروني

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

نظرا لما ينشأ من مشاكل قانونية مختلفة في العقود الإلكترونية المبرمة بين تاجر محترف ومستهلك، فإن العلاقة بينهما تتسم بعدم التوازن في المراكز القانونية، مما يستوجب ضرورة فرض حماية للطرف الضعيف من خلال توفير آليات لحماية المستهلك الإلكتروني، ويجب أن تكون هذه الأخيرة في المرحلة السابقة للعقد عن طريق تنويره بالمعلومات اللازمة قبل التعاقد، لكي يقدم على العقد دون أيّ أساليب غش أو تضليل في الإشهار، وكذا إلقاء التزام على عاتق التاجر المحترف بالإفشاء للمستهلك بالمعلومات الضرورية المتعلقة بالسلع أو الخدمة وتحديد هوية التاجر الإلكتروني، وكافة المعلومات الضرورية الأخرى، وكذا حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني تستدعي توفير ضمانات قانونية كافية، تدعم إنشاء العقد وفق إرادة سليمة تمنح للمستهلك الإلكتروني مركزا موازيا بالمهني الأقوى، ولعلّ أبرز وأهمّ هذه الضمانات نجد الدفع الإلكتروني المستخدم لسداد ثمن السلع أو الخدمات، وقد امتدت حماية المستهلك إلى حقه في العدول عن التعاقد والتزام التاجر بإعلام المستهلك بهذا الحق، لذلك سنتناول الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني (مبحث أول)، آليات الحماية في مرحلة تنفيذ التعاقد (مبحث ثاني).

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

**المبحث الأول: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني**

المستهلك الإلكتروني لا تتوفر له الإمكانية الفعلية والحقيقية لمعاينة السلع والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مما استوجب وضع آليات تؤدي إلى توفير حدّ أدنى من الحماية للمستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الإنترنت، لهذا سنتناول حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد من خلال تنظيم الإشهار التجاري الإلكتروني (مطلب أول) ومن خلال تكريس الالتزام بالإعلام (مطلب ثاني).

**المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من خلال تنظيم أحكام الإشهار التجاري الإلكتروني**

قد تلحق أضرار وخيمة بالمستهلك خلال الفترة التي تسبق إبرام العقد الإلكتروني، إذا كان الإشهار التجاري الإلكتروني كاذب، إذ أنّ آثار التضليل الإعلاني لا تقتصر على ما لحق المستهلك من أضرار تصيبه شخصيا، بل تمتد لتشمل الحياة الاقتصادية للمجتمع بأسره.

**الفرع الأول: مفهوم الإشهار الإلكتروني الموجه للمستهلك وطبيعته القانونية**

إنّ الإشهار الإلكتروني الموجه إلى المستهلك عبر الإنترنت ما هو إلاّ نتاج عقد أبرم بين طرفين هما المعني ووكالة الإعلان، ويعدّ من طائفة العقود التي تبرم وتنفذ عبر الإنترنت.

**أولا: تعريف الإشهار التجاري الإلكتروني**

عرّف المشرع الجزائري الإشهار في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش<sup>1</sup> بأنه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية".

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 /01/ 1990 متعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05، صادر في 31 /01/ 1990 معدل ومتم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01 - 315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج، ر، ج، ج عدد 61، صادر في 2001/10/21.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

فعلى الصعيد الأوروبي عرف الإعلان في التوجيه الأوروبي CCE/450/84 الصادر بتاريخ 10 سبتمبر 1984 المتضمن تقريب القوانين واللوائح والعمل الإداري بين دول الأعضاء بشأن الإعلانات المضللة في مادته الثانية، بأنه: "أي شكل من أشكال الاتصالات تتم في مجال الأنشطة التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو المهنية، وتهدف إلى تشجيع الإقبال على السلع والخدمات بما في ذلك العقارات والحقوق والالتزامات المرتبطة بها"<sup>1</sup>.

### ثانيا: الطبيعة القانونية للإشهارات التجارية الإلكترونية

تختلف الآراء الفقهية حول الطبيعة القانونية للإشهارات التجارية الإلكترونية بين من يصنفه إيجاب ومن يصنفه دعوة للتفاوض.

#### 1- الإشهار التجاري الإلكتروني إيجاب

يعتبر هذا الرأي الإشهار الموجّه إلى المستهلك عبر الإنترنت بمثابة إيجاب، يخدم المستهلك، لأن لحظة إبرام العقد ستكون هي اللحظة التي يستقبل فيها إفادة من المورد بتسلم القبول، ذلك لأنّ في اعتبار الإشهار على الإنترنت دعوة لتعاقد يكون طلب المستهلك فيها هو الإيجاب، بحيث يقوم المورد بإرسال قبوله ويخطر العميل بذلك عن طريق صندوق الخطابات الإلكتروني، وبعدها يقوم المستهلك بإرسال إفادة القبول للمورد، فيبرم العقد.

وكذلك في اعتبار الإشهار إيجاب، وإلزام المعنى بما أورده في رسالته الإشهارية، سوف يجعله يتوخى الحيطة والحذر وكذلك الموضوعية في جميع الكلام الذي يورده فيه قبل نشره، وهذا الشيء يخدم المستهلك، ويولد لديه شعور بالثقة فيما ينشر<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - Directive 84/450/CEE , du conseil du 10 septembre 1984, relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matières de publicité trompeuse, J.O n°250 du 19/09/1984, pp17-20 disponible sur le site : [www.legifrance.fr](http://www.legifrance.fr), vue le 02/08/2020.

<sup>2</sup> - محمد دمانه، نور الدين يوسف، «الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك»، مجلة المفكر، 2018، ص 293.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

### 2- الإشهار التجاري الإلكتروني دعوة للتفاوض

يرى جانب من الفقه<sup>1</sup> أنّ الإشهار الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الإنترنت لا يعدّ إيجاباً وإنما دعوة للتفاوض أو للتعاقد، أو إيجاباً ورجبة في التعاقد، كالقانون الفرنسي والإيطالي والبلجيكي، واشترط لذلك ألاّ يتضمن الإعلان عن الشروط الجوهرية للتعاقد، كعرض السلع في واجهات المحلات التجارية دون بيان أسعارها لا يعتبر إيجاباً.

فعرض البضائع والخدمات عبر الإنترنت يشبه إلى حدّ كبير نافذة المتجر الحقيقي فإذا تضمن عرض السلع عن طريق الإنترنت ثمن المبيع يعدّ هذا العرض إيجاباً شأنه في ذلك شأن عرض البضائع على واجهات المحلات التجارية مع بيان أثمانها<sup>2</sup>.

ففي الحالتين تتحقق للمستهلك رؤية الشيء المبيع سواء كانت رؤية حقيقية بملء العين، أم رؤية افتراضية داخل الموقع التجاري على صفحة الإنترنت من خلال شاشة الحاسوب<sup>3</sup>. أي اعتبار الإشهار الإلكتروني دعوة للتفاوض وليس إيجاباً إذا لم تذكر فيه الشروط الأساسية للتعاقد.

### الفرع الثاني: حماية المستهلك في مواجهة الإشهارات الإلكترونية المضلّة

بما أنّ الإشهار وسيلة مشروعة تستعمل بقصد جلب أقصى عدد من المستهلكين، لكن قد يتعدى هذا الإشهار إلى التعاقد لذلك لابد من اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني (أولاً) منع بعض الإشهارات الإلكترونية (ثانياً).

<sup>1</sup> - سي يوسف زاهية حورية، «حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد 04، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010، ص 188.

<sup>2</sup> - علوان رامي محمد، «التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني»، مجلة الحقوق، العدد 04، جامعة الكويت، 26 ديسمبر 2002، ص 244.

<sup>3</sup> - أحمد السعيد زقرد، «حق المشتري في إعادة النظر في عقود البيع بواسطة التلفزيون»، مجلة الحقوق، العدد 03، الكويت، 1995، ص 192.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

### أولاً: اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني

إنّ اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني يعني أن يتضمن هذا الأخير البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، والتي من شأنها خلق تفكير واعي يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد<sup>1</sup>.

ألزم المشرع الجزائري في نص المادة 10 من قانون التجارة الإلكترونية<sup>2</sup> المورد الإلكتروني بتقديم العرض التجاري، بطريقة مرئية، مقروءة ومفهومة. لعلّ أنّ نية المشرع في استخدام المصطلحات الثلاثة "مرئية"، "مقروءة"، "مفهومة" تنصرف إلى إلزام المورد الإلكتروني بتقديم العرض بطريقة واضحة لا لبس فيها، ليتسنى للمستهلك الإلكتروني استيعابه، كما ذكر المشرع بعض البيانات الإلزامية التي يجب أن يتضمنها العرض التجاري.

### ثانياً: منع بعض الإشهارات التجارية الإلكترونية

هناك بعض الإشهارات التجارية الإلكترونية التي منعت لأنها تضلل المستهلك وتتمثل هذه الإشهارات فيما يلي:

#### 1- منع الإشهار الإلكتروني المضلل أو الكاذب

يعتبر الإعلان الكاذب فعل غير مشروع، يلحق ضرراً بالمستهلك لذلك لابد من تقرير حماية لهذا الأخير.

نصّ المشرع الجزائري في المادة 28 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، على منع كل إشهار تضليلي لا سيما إذا تضمن تصريحات أو

<sup>1</sup> - ممدوح محمد خيربي هاشم، «الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة»، دار النهضة العربية، مصر، بدون سنة نشر، ص. 28، وطارق كميل، «حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الإنترنت»، دراسة مقارنة، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مجلد 5، العدد 5، بدون سنة نشر، ص 69.

<sup>2</sup> - قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج، عدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أوفرته أو مميزاته<sup>1</sup>، ونص على نفس المبدأ في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 في صلب المادة 56 "تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما، إحداث لبس في ذهن المستهلك" ولم يغفل المشرع الجزائري على منع الإعلان الكاذب عن تنظيمه لقانون التجارة الإلكترونية في المادة 29.

كما أنّ المشرع أوصى بضرورة حماية المستهلك من الوقوع في الخطأ ضمن المادة 06 من قانون حماية المستهلك المصري لسنة 2006<sup>2</sup>، التي تنصّ "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل"، هذا وقرر المشرع المصري عقوبة جنائية على المعلن في حالة قيامه بتضليل المستهلك.

### 2- الرقابة على الإشهار المقارن

يعتمد الإشهار المقارن على إبراز علامة تجارية من خلال عرض مقارنة بين مواصفات وخصائص العلامة موضوع الاهتمام مع خصائص العلامة الأخرى المنافسة، على سبيل المثال، الإعلان عن عطر علامة "أسكيب Esquipe" والذي تنتشر رائحته ست مرات بالمقارنة مع رائحة أية علامة أخرى منافسة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> -تنص المادة 28 على: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعاً، كل إشهار تضليلي.

<sup>2</sup> - راجع المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241، بتاريخ 2006/10/22، [www.justic.fr](http://www.justic.fr).

<sup>3</sup> - محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك -مدخل إستراتيجي-، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن 1998، ص.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

تطرق قانون الاستهلاك الفرنسي في المادة 121 - 1<sup>1</sup> المتعلق بالاستهلاك إلى الإشهار المقارن الذي يؤدي إلى المقارنة بين المنتجات وخدمات المعلنين وذلك باستعمال العلامة التجارية التابعة لتجار آخرين، وذلك بمراعاة الشروط التالية:

-أن لا يكون مضللاً.

-تكون المقارنة بين سلع وخدمات تلبى نفس الاحتياجات.

-أن يتضمن مقارنة موضوعية.

في حالة الإخلال بأحد الشروط السابقة، نكون أمام جنحة إشهار مقارن، وإخلال غير مشروع بعلامة تجارية.

وتباينت مواقع التشريعات بشأن الإعلان المقارن، فمنها من ارتأت إجازته واعتبرته مفيداً للمستهلك كونه يمثل جانباً من جوانب حماية المستهلك إذا ما تعلق الأمر بحقه في الحصول على معلومات بطريقة موضوعية ومتى تم الإعلان بطريقة صحيحة خالية من الغش، كالقانون الأمريكي الهولندي والسويسري<sup>2</sup>، ومنها من أجازته في ظل شروط معينة كالقانون الفرنسي كما سبق ذكره.

### المطلب الثاني: تكريس الالتزام بالإعلام

يعتبر العقد الإلكتروني الذي يتم خلال استخدام الوسائط الإلكترونية دون التقاء مادي بين أطراف العقد، وهذا يؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك وعدم علمه الحقيقي بالمنتج، لذلك وجد الحق في الإعلام كآليات قانونية في مجال حماية المستهلك، وقد حرصت التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني، ونحاول من خلال هذا المطلب أن نوضح مفهوم الالتزام

<sup>1</sup>- Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation voir : <https://www.legifrance.gouv.fr> vue le 14/08/2020.

<sup>2</sup> - Greffier PIERRE et Greffier FRANÇOIS, la publicité et la loi en droit français, 8ème édition, Litec, Paris, 1995, p. 811.



## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

بالإعلام الإلكتروني، ثم دراسة تحديد الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد.

### الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يفرض على عاتق المهني الالتزام بأن يبلي قبل إبرام العقد كافة أنواع البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد والتي من شأنها أن تساهم في إيجاد رضا كامل وسليم وتتنور بكافة تفاصيل العقد فهو لا يشدد الاعتداء على الإرادة وإنما على المسؤولية وحسن نية الطرفين<sup>1</sup>.

### أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

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

كما بين المشرع الجزائري بوضوح في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك «يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة»<sup>3</sup> كما عرفه جانب آخر بأنه «تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسباً في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد»<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عروبة سافي المعموري، التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد -دراسة مقارنة-، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون المدني، جامعة بابل، 2008، ص. 116، متوفر على الموقع: [www.uomisan-cdu.iq](http://www.uomisan-cdu.iq) تم الإطلاع عليه يوم 20/06/2020.

<sup>2</sup> - نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص. 138.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

<sup>4</sup> - سهير المنتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص. 41.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

حيث يتضح لنا من خلال هذه التعاريف أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام سابق عن نشوء العقد.

### ثانياً: شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يتم الالتزام بالإعلام سواء بشكله التقليدي أو الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد أي مرحلة المفاوضات<sup>1</sup>. ولذلك يجب أن يتوفر في الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد شرطين هما:

**الشرط الأول:** أن يكون أحد المتعاقدين مهنياً خبيراً على نحو يسمح له بالعلم الشامل والكافي ببيانات ومواصفات المبيع محل عقد الاستهلاك، ولا يقتصر علم المهني بالمعلومات المتعلقة بالمنتج بل يتعداها إلى العلم بأهميتها بدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك<sup>2</sup>.

**الشرط الثاني:** أن يكون المستهلك جاهلاً لهذه المعلومات، حيث أن هذا الجهل هو الذي يجعل المهني في عقود الاستهلاك الإلكترونية مدين بالإعلام للمستهلك، غير أن جهل المستهلك لا بد أن يكون مشروعاً، باعتبار أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني محدود، حيث لا يتعدى ما يجله المهني شخصياً ولا المعلومات التي يعلمها المستهلك أو يفترض علمه بها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة عين شمس، القاهرة، 2007، ص. 270. Thèses- Cu- edu- eg/ تم الاطلاع عليه يوم 2020/06/16.

<sup>2</sup> - محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2003، ص. 139.

<sup>3</sup> - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص. 38، أنظر كذلك: خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية الإسكندرية، 2008، ص. 85.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

الفرع الثاني: تحديد الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد

يعد الالتزام بالإعلام وسيلة قانونية لضمان حقوق المستهلك وحمايته من تظليل المحترف في مرحلة ما قبل التعاقد وذلك من خلال إدلاء المهني بكافة المعلومات التي على أساسها يستطيع أن يتدبر المتلقي أمره بالقبول أو الرفض فيما يخص العقد.

أولاً: حماية المستهلك عن طريق تحديد شخصية البائع الإلكتروني

من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وقد تحدّ من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه، فبيان شخصية المزود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته، اسمه، محله التجاري، بريده الإلكتروني، ووضعها تحت تصرف المستهلك للإطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة وقد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي والتوجيه الأوروبي الصادر في 1997 شخصية المزود<sup>1</sup>. وفي سبيل تسهيل معرفة كل هذه البيانات أمام المستهلك الإلكتروني، فقد قام المجلس الوطني للمستهلك الفرنسي بإصدار قرار يقتضي ضرورة وضع تحت تصرف المستهلك كافة المعلومات المتعلقة بالتجارة والوسطاء المعروضين على الشبكة وذلك بغية تسهيل المهمة في هذا الصدد بحيث يتيسر على المستهلك الرجوع إلى ذلك السجل قبل الدخول في العلاقة التعاقدية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>- MUNOZ Sandrina, «La Proposition de la directive à certains aspects juridiques du commerce électronique», revue du droit n°157, 1999, p. 10.

<sup>2</sup>- SCHUHT Cristiane Feral, «Les Relations juridique entre les acteurs du marché virtuel, les contrats du commerce électronique», revue du droit des contrats, n°14, 1999, p.21.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

ثانيا: حماية المستهلك عن طريق إعلامه بالصفات الأساسية للمنتج

يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بإعطاء المستهلك المعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه<sup>1</sup>، هذه البيانات والمعلومات عموما تمثل الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة ثمن السلعة أو الخدمة شاملة كل الضرائب، شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد، المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع والضمانات التجارية، البيانات المتعلقة بالشيء المبيع أو الانتفاع بالخدمة، فالبايع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعه لمن ليس له دراية بها حتى يقدم المستهلك على شرائها، فهو يعلم عن الحالة القانونية للمبيع والحالة المادية له وكيفية استخدامه فالحالة القانونية للمبيع تتضمن كل البيانات القانونية التي قد تثار بعد التعاقد، بحيث لو علم بها المستهلك قبل إبرام العقد لما أقدم على الشراء، فينبغي إعلامه بكل ما على المبيع من أعباء، أو تكاليف أو أية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالسلع محل التعاقد، أما الحالة المادية لشيء فتتضمن كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص والأوصاف المادية للمبيع محل التعاقد عملا على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية.

والمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد نص بدوره على ذلك صراحة في نص المادة 18 منه التي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات وطريقة الاستخدام ودليل استعماله وشروط ضمان المنتج، وكل معلومة أخرى باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص.102.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 18 من القانون رقم 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

ثالثاً: الوسائل التي يتم فيها الالتزام بالإعلام

من بين الوسائل التي تتم فيها الالتزام بالإعلام نجد الوسم وهو تلك البيانات الموضوعية على الغلاف والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك ويجب أن يكون بطريقة لا توهي بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك ولا يحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الظن أو الشك فيه<sup>1</sup>، والالتزام بالوسم التزام سلبي يتمثل على وجه الخصوص في إعطاء معلومات لا توهي إلى تغليب ولا يكون ماهية المنتج المستعمل والطريقة التي يتمكن بها من استعمال المنتج، ومن جهة أخرى يعد الالتزام بالوسم التزام إيجابي يتمثل في حماية المستهلك بإعطائه معلومات كافية وواضحة<sup>2</sup>.

يعدّ الإعلام بالأسعار شرطاً ضرورياً لحرية التعاقد ووسيلة فعالة لتحقيق شفافية الممارسة التجارية ومن ثم حماية المستهلك في المحافظة على قدرته الشرائية، إذا لا يكفي أن يكون السعر محدد وإنما يجب أن يكون في مقدر المستهلك (المشتري) أن يعلم به قبل مرحلة إبرام العقد والإعلام بالأسعار يمكن للمشتري المفاضلة بين الأسعار المعروضة، فيختار المستهلك السعر المناسب عبر إرادة حرة وسليمة، دون اللجوء إلى البائع أو عارض الخدمة لمعرفة السعر الذي يطلب دفعه ويعرف الإعلان عن الأسعار على أنه كل ما يستخدمه التاجر لتحفيز المستهلك على الإقبال على سلعته سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة، وهو ما يسمى "الإعلان الاستهلاكي"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- Calsseur Juris , Droit de la consommation et de la concurrence, lexisnexis canada volume3, fascicule, 845, p 06.

<sup>2</sup>- المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج، ر، ج، ج، عدد58، مؤرخة في 18 نوفمبر 2013، ص. 8.

<sup>3</sup>- بركات كريمة، «التزام المنتج بإعلام المستهلك»، مجلة معارف، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، 2009، ص 156.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

### المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني

الحماية القانونية المقررة للمستهلك في العقود الإلكترونية لا تتوقف في المرحلة السابقة لإبرام العقد أو انعقادها، بل نجدها ونحن في مرحلة تنفيذها تأخذ بعد أكثر خصوصية وجدية باعتبارها المرحلة التي ينتفع فيها المستهلك بمحل تعاقد.

لقد تم استحداث وسائل عديدة يستخدمها المتعاملون قصد الوفاء بما اقتنوه من السلع والخدمات وهي وسائل الدفع الإلكتروني (مطلب الأول)، ومن جهة أخرى تدخلت التشريعات الحديثة بنصوص قانونية أخرى تخول للمستهلك ضمان العدول (مطلب الثاني) في مرحلة تنفيذ التعاقد الإلكتروني.

### المطلب الأول: حماية المستهلك في مرحلة الدفع الإلكتروني

إنّ التطور الكبير في التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت فرض بالمقابل تطورا في وسائل الدفع لتسديد ثمن السلع والخدمات التي يتم التعاقد عليها باستخدام وسائل الاتصال الحديثة، وتتمثل هذه الوسائل في الدفع الإلكتروني، حيث سنتناول تعريف الدفع الإلكتروني ومخاطره اتجاه المستهلك (فرع أول)، ضمانات حماية المستهلك اتجاه مخاطر الدفع الإلكتروني (فرع ثاني).

### الفرع الأول: تعريف الدفع الإلكتروني ومخاطره اتجاه المستهلك

لقد تطرقنا في هذا الفرع إلى تعريف الدفع الإلكتروني (أولا) ومخاطره اتجاه المستهلك (ثانيا).

### أولا: تعريف الدفع الإلكتروني

يقصد بالدفع الإلكتروني تلك الأنظمة الحديثة المستحدثة للدفع التي لم تكن معروفة في الأنظمة التقليدية للدفع<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية -دراسة مقارنة-، قسم القانون التجاري، كلية الحقوق، جامعة دمشق، 2009، ص. 327.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

ونجد القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال الصادر في عام 1992 عن لجنة الأمم المتحدة "الأونسترال"، يعرف الدفع الإلكتروني تحت مسمى التحويل المصرفي بأنه "وفاء مجموعة العمليات التي تبدأ بأمر الدفع الصادر عن الأمر بهدف وضع قيمة الحوالة تحت تصرف المستفيد<sup>1</sup>.

أما مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري فقد عرف الدفع الإلكتروني بأنه: "وفاء بالتزام نقدي بوسيلة إلكترونية كالشيكات والكمبيالات الإلكترونية وبطاقات الدفع الممغنطة وغيرها<sup>2</sup>.

أما عن موقف التشريع الجزائري من تعريف نظام الدفع الإلكتروني، فيعتبر الأمر 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003 الموافق عليه بموجب القانون رقم 15.03 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويلاحظ ذلك من خلال نص المادة 69 التي نصت على ما يلي: "يعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويتبين من خلال النص نية المشرع الانتقال من وسائل الدفع التقليدية إلى وسائل حديثة إلكترونية<sup>3</sup>.

بعد صدور الأمر 05-06 المؤرخ في 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وبالضبط في نص المادة الثالثة منه استعمل المشرع مصطلح "وسائل الدفع الإلكتروني"، حيث اعتبرها من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - أنظر المادة 02 من القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال الصادر عن لجنة الأمم المتحدة 1992 "uncitral" «Credit transfer means the series of operations, beginning with the originator's payment order, made for the purpose of paying a friend and at the disposal of a beneficiary the term includes any payment order issued by the originator bank or any intermediary bank intended to carry out the originator's payment...» disponible sur : [www.uncitral.org](http://www.uncitral.org)

تم الإطلاع عليه يوم 20/06/2020.

<sup>2</sup> - كوثر سعيد عدنان، مرجع سابق، ص 551.

<sup>3</sup> - أمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت 2003 متعلق بالنقد والقرض ج، ر، ج، ج عدد 52، سنة 40، ص 223 موافق عليه بالقانون 03-15 مؤرخ في 25 أكتوبر 2003، ج، ر، ج، ج عدد 64، سنة 40، ص 5.

<sup>4</sup> - أمر 05-06 مؤرخ في 23 أوت 2005 متعلق بمكافحة التهريب ج، ر، ج، ج عدد 59 سنة 42، ص 83 موافق عليه بقانون رقم 05-17 المؤرخ في 31 ديسمبر 2005، ج، ر، ج، ج عدد 02، سنة 43، ص 03.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

وبذلك نلاحظ أن المشرع قد انتقل من عبارة "مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" الواردة في نص المادة 69 الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني المذكور في نص المادة الثالثة في الأمر 05-06 المتعلق بمكافحة التهريب<sup>1</sup>.

### ثانياً: مخاطر الدفع الإلكتروني

يتم الوفاء الإلكتروني من خلال الاتصال الإلكتروني بين التاجر والمستهلك، ويتم هذا الاتصال غالباً باستخدام أجهزة الحواسيب وفق نظام تبادل البيانات الإلكترونية، لذلك فإن أي خلل في النظام المعلوماتي لهذه الأجهزة سيكون خطراً يواجه مصلحة المستهلك الإلكتروني، بالإضافة إلى المخاطر الناتجة عن ما يطلق عليهم باسم قرصنة الإنترنت والذين يستخدمون كل الوسائل الفنية من أجل السطو وسرقة الأموال<sup>2</sup>.

وتتنوع هذه المخاطر بين مخاطر ناتجة عن الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الإلكترونية (1) المخاطر الفنية (2) المخاطر القانونية (3).

### 1- الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الإلكتروني

قد يقع المستهلك فريسة الاستخدام غير المشروع لبطاقة الدفع الإلكتروني الخاصة من قبل التاجر المتعامل معه في عقد التجارة الإلكترونية، وذلك في حالة تبليغ المستهلك التاجر برقم البطاقة عن طريق الاتصال الإلكتروني، أو من خلال كتابة الرقم في خانة ضمن بنود العقد على موقع التاجر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، مصر، سنة 2006، ص 408.

<sup>2</sup> - خالد عبد التواب عبد الحميد، نظام بطاقات الدفع الإلكترونية من الناحية القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، حلوان، مصر، سنة 2006/2005، ص 293.

<sup>3</sup> - محمد أحمد طه، الاستخدام غير المشروع لبطاقة الائتمان، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة وغرفة تجارة وصناعة دبي، بتاريخ 10-12 ماي 2003، ص 1146.



## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

ويلتزم التاجر عند حصوله على الرقم السري للبطاقة أن يحيطه بالسرية والتأمين، كما يجب أن لا يسحب من البطاقة أكثر من قيمة المبلغ المتفق عليه وفاء لثمن السلعة أو الخدمة، إلا أن بعض التجار يمارسون بعض أساليب الغش والاحتيال بالسحب أكثر من المبلغ المستحق أو استخدام الرقم السري للبطاقة في غير إطاره الشرعي بما يمثل أضراراً بمصلحة المستهلك<sup>1</sup>.

كما قد يصدر الاستخدام غير المشروع للبطاقات الإلكترونية من الغير وهو طرف خارج عن عملية التعاقد، وذلك بحصوله على بطاقة الدفع عن طريق سرقتها أو الحصول عليها بعد فقدها من حاملها الشرعي، أو الحصول على الرقم السري بأية وسيلة غير مشروعة، كأن يقوم الغير بتزوير البطاقة عن طريق إنشاء بطاقة خاصة ببنك معين لبعض العملاء على الشبكة واستغلالها بالحصول على السلع والخدمات<sup>2</sup>.

### 2- المخاطر الفنية

تتنوع المخاطر الفنية وأهمها أسلوبين: تقليد المواقع التجارية الإلكترونية، وتقنية تفجير المواقع التجارية الإلكترونية.

#### أ- تقليد المواقع التجارية الإلكترونية

ينطوي هذا الأسلوب على مخاطر كبيرة تحيط بمصلحة المستهلك، بحيث يقوم هذا الأسلوب على إنشاء مواقع مبيعات مقلدة مماثلة لمواقع ويب حقيقية للبيع، والتشابه بينها قد يكون كبيراً إلى

---

<sup>1</sup> - فتحة محمد قوراري، «الحماية الجنائية للمعاملات المصرفية الإلكترونية -دراسة تطبيقية- على بطاقات الائتمان الممغنطة في القانون الإماراتي والمقارن»، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، جويلية سنة 2005، ص ص 257-259، أنظر أيضاً عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب الأول - الحماية المدنية، المرجع السابق، ص 127، أنظر أيضاً محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع السابق، ص 343.

<sup>2</sup> - إيهاب فوزي السقا، الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان، دار الجامعة الجديدة، مصر، سنة 2007، ص

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

حدّ التماثل من خلال التخطيط والبيانات والنماذج والرسومات وهذا بغرض تمويه المستهلكين والحصول على معلومات وبيانات بطاقات الائتمان وأرقامها السرية الخاصة بهم<sup>1</sup>.

فبعد إنشاء هذه المواقع، يعمل قرصنة الإنترنت بعرض منتجات عامة بأسعار منخفضة ومبهرة لإغراء المستهلكين وحثهم على إرسال طلبات الشراء، التي يتبعها عملية الإرسال لمعلوماتهم الائتمانية، وهذا الأسلوب يطلق عليه بعض الفقه بالصنارة أو الفخ<sup>2</sup>.

### ب- تفجير المواقع التجارية الإلكترونية

يستند مجرمو الإنترنت على تقنية تفجير المواقع التجارية المستهدفة، وذلك بضخ مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية (E-mail) من جهاز الحاسوب الخاص بالمجرم إلى الجهاز المستهدف بهدف التأثير على السعة التخزينية، بما يؤدي إلى تفجير الموقع العامل على الشبكة، وتشتت المعلومات الخاصة به<sup>3</sup>، ليتمكن هؤلاء القرصنة من التجول بحرية في هذه المواقع والحصول على جميع المعلومات المتضمنة ببيانات وبطاقات الائتمان وجميع أسرار المعاملات التجارية القائمة عن طريق التحويل الإلكتروني أو أي أسلوب آخر من وسائل الدفع، وبهذا تكون مصلحة المستهلك معرضة للتعدي نتيجة هذه التصرفات الإجرامية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - كوثر سعيد عدنان، مرجع سابق، ص 486.

<sup>2</sup> - محمد أمين أحمد الشوابكة، جرائم الحاسوب والإنترنت، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر، الأردن، سنة 2004، ص

144.

<sup>3</sup> - إيهاب فوزي السقا، مرجع سابق، ص 115.

<sup>4</sup> - ومن هذه الطرق ما ذكر على أحد رؤساء مجلس إدارة أحد المصارف السويسرية الشهيرة، الذي وقع ضحية هؤلاء القرصنة، بحيث أن رئيس مجلس الإدارة أراد أن يوجد تقنية شراء آمنة عبر شبكة الإنترنت، فحشد طاقات فنية هائلة متخصصة في تطوير برمجيات الحاسوب، وعند نجاحه في إيجاد التقنية، ومحاولته لعرضها للتجربة من خلال مؤتمر صحفي، تبين أنّ هذه المجموعة قد اخترقت الخط الآمن، وأجرت حركة واحدة بسقف بطاقة رئيس مجلس الإدارة كاملا والبالغ 80 ألف دولار أمريكي من خلال أحد مراكز التسوق الكبرى في لندن، للمزيد أنظر د. كوثر سعيد عدنان، مرجع سابق، ص 600.

### 3- المخاطر القانونية

يثير الدفع الإلكتروني العديد من المشكلات القانونية التي تتنافى ومصالحة المستهلك، وذلك ناتج عن طبيعة هذا النظام حيث يتم في بيئة إلكترونية، وكذلك يتم على نطاق عالمي، مما يشكل خطورة كبيرة تتمثل في عدم كفاية القواعد القانونية الحالية لتنظيم هذه الآلية الحديثة في الوفاء، وكذا الحاجة إلى إصدار قواعد قانونية خاصة تضبط مجال الحماية المدنية والجنائية سواء على المستوى المحلي أو الدولي<sup>1</sup>.

وكذلك فإن مجال الدفع الإلكتروني يثير مخاطر مواجهة جرائم غسل الأموال وإفشاء أسرار المستهلك وانتهاك سرية البيانات الشخصية، وهذا كله يحفز من ضرورة إيجاد الآليات القانونية الفعالة لضمان حماية المستهلك في إطار عقود التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: ضمانات حماية المستهلك من مخاطر الدفع الإلكتروني

تتم مواجهة مخاطر الدفع الإلكتروني عن طريق وضع معالجة وحلول لهذه المخاطر، ومن ثم لا بد من تأمين الدفع الإلكتروني لهذا النوع من الوفاء، وذلك بتأمين المواقع التجارية الإلكترونية، وابتكار بعض التقنيات كالتشفير والتوقيع الإلكتروني، وذلك بغرض بث الثقة لدى المستهلك وتجنب العزوف عن التعامل في إطار التجارة الإلكترونية، وكذلك لا بد من وضع ضمانات قانونية تدعم الوسائل التقنية لتكريس أسس الحماية الفعالة في هذا المجال.

### أولاً- الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني

تعتبر أول حماية للمستهلك فيما يتعلق بالدفع الإلكتروني، هو تأمين وسائل الدفع بوضع تقنيات حديثة من شأنها درء المخاطر المتوقعة من جراء الأساليب غير الشرعية لقرصنة

<sup>1</sup> - أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، مصر، بدون طبعة، سنة 2009، ص 308.

<sup>2</sup> - واقد يوسف، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 21.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

الإلترنيت، وسيتم إلقاء الضوء على أهم هذه الضمانات وهي: تأمين المواقع الإلكترونية (1)، استخدام لكل من آليتي التشفير (2)، والتوقيع الإلكتروني (3).

### 1- تأمين المواقع الإلكترونية

ويتم تأمين المواقع الإلكترونية من خلال برامج متخصصة، بحيث يصعب على الغير اختراق الموقع ومعرفة المعاملات التي تتم من خلاله، بالإضافة إلى خلق حماية بواسطة استعمال الرمز السري وهو إجراء يضيف على الموقع صفة الأمان، بحيث أن إجراءات فتح النافذة واستعمال الرمز السري يسمح لصاحب الموقع التأكد من هوية المستعمل الذي يحاول الدخول إلى الموقع التجاري الإلكتروني أو جزء منه، وذلك عند محاولته الدخول لنافذة مؤمنة، يجب استعماله للرمز السري الصحيح حتى يتمكن من الحصول على مختلف المعطيات والبيانات الخاصة بالمعاملة التجارية الإلكترونية<sup>1</sup>.

### 2- التشفير كآلية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني

يأتي التشفير كأحد وسائل تأمين المعاملات التجارية الإلكترونية، وكأحد ضمانات حماية المستهلك في مجال الدفع الإلكتروني.

يستلزم استخدام تشفير المعلومات تركيب برامج مخصصة لذلك على حاسوب كل من المرسل ومتلقي المعلومة أو البيانات، فبعد كتابة الرقم السري للبطاقة أو رقم الحساب يستعمل البرنامج المخصص للتشفير هذه الأرقام قبل بعثها إلى التاجر أو البنك، فيتلقى التاجر أو البنك هذه الرسالة مشفرة ويستعمل بدوره البرنامج المخصص لفك التشفير ليتمكن من قراءتها، وإذا تمكن

<sup>1</sup>- F. Rayport JEFFERY , et Bernard J.JAUROSKI, Commerce électronique, traduit de l'américain par Francine Nézina Johanne champoux et elisabeth.rochette, édition chemelier, Montréal-toronto, 2003, page 56.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

شخص بطريقة أو بأخرى الحصول على نسخة من الرسالة فلا يمكنه قراءتها لأنها محمية بتقنية التشفير<sup>1</sup>.

### 3- التوقيع الإلكتروني

تم اللجوء إلى تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني حتى يتم رفع مستوى الأمن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الإنترنت، حيث أنه وبفضل هذه التكنولوجيا يمكن الحفاظ على سرية المعلومات وسرية الرسائل المرسله، وكذا التحقق من مصداقية الأشخاص، والمعلومات وكبح إمكانية التعديل أو التحريف للبيانات المتعلقة بالتعامل التجاري الإلكتروني<sup>2</sup>.

وتنقسم التوقيعات الإلكترونية إلى نوعين:

أ- **التوقيع المحمي**: وهذا يتم تزويد الوثيقة الإلكترونية بتوقيع رقمي مشفر، يقوم بتشخيص "الموقع" الذي قام بالتوقيع، وتحديد وقت التوقيع، ومعلومات الشخص الموقع.

ب- **التوقيع البيومتري**: يقوم الموقع هنا باستخدام قلم إلكتروني يتم توصيله بجهاز الكمبيوتر، ويبدأ الشخص بالتوقيع باستخدام القلم، مما يسجل نمط حركات يد الشخص للبصمة الإلكترونية التي تعمل بنفس التقنية<sup>3</sup>.

### ثانياً: الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني

مع اتساع العمليات التجارية الإلكترونية على المستوى الدولي والداخلي، وبالرغم من التطور الكبير في الوسائل التقنية المستعملة لحماية التجارة الإلكترونية، إلا أنها غير كافية لحماية المستهلك في مجال الدفع الإلكتروني لذا يجب التطرق إلى أهم الحماية سواء على المستوى الداخلي أو الدولي.

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب الأول - الحماية المدنية-، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص 209.

<sup>2</sup> - د. عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 88.

<sup>3</sup> - عمر المومني، التوقيع الإلكتروني، وقانون التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، سنة 2003، ص 65.

### 1- موقف التشريع الجزائري

إنّ التقدم التكنولوجي وانتشار وسائل الاتصال الحديثة أدى إلى بروز أشكال جديدة للإجرام، مما اضطر الكثير من الدول من تعديل قوانينها الجزائية والنص على عقوبات خاصة بهذا النوع الحديث من الجريمة.

والمشرع الجزائري على غرار هذه الدول سعى من خلال التعديل الخاص بقانون العقوبات بموجب القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 والمعدل والمتمم للأمر رقم 156/66 إلى توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية وأساليب المعالجة الآلية للمعطيات وذلك بغرض سد الفراغ القانوني في بعض المجالات<sup>1</sup>.

ف نجد المشرع قد أفرد القسم السابع تحت عنوان "المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات" الذي تضمن 8 مواد من المادة 394 مكرر حتى المادة 394 مكرر 7، ولقد جاء في نص المادة 394 مكرر 1: "يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 4.000.000 دج كل من أدخل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو أزال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي يتضمنها"<sup>2</sup>.

وبهذا فالمشرع لم يشر إلى التجريم المباشر للأفعال الماسة بوسائل الدفع الإلكتروني، ولكن يتضح أنه اتجه إلى كبح الجريمة المعلوماتية من خلال حظر جميع أساليب الغش والاحتيال الصادرة في مجال التعامل بالأنظمة المعلوماتية وه حكم عام يشمل الخاص ويفرض الحماية غير المباشرة لوسائل الدفع الإلكتروني.

<sup>1</sup> - واقد يوسف، مرجع سابق، ص 179.

<sup>2</sup> - أمر 66-156 مؤرخ في 8 جوان 1966 متضمن قانون العقوبات ج، ر، ج، ج عدد 49، سنة 3، ص 702-753 معدل ومتمم بقانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر سنة 2004 ج، ر، ج، ج عدد 71، سنة 41، ص 8-12.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

### 2 - موقف التشريع الأوروبي والفرنسي

لقد اهتمت اللجنة الاقتصادية الأوروبية بالحماية التشريعية للمعاملات الإلكترونية وسعت وراء ضرورة حماية الدفع الإلكتروني، ويظهر ذلك من خلال جملة من التوصيات أهمها:

-التوصية رقم 87-598 التي أصدرتها اللجنة الأوروبية في 08 ديسمبر 1987 حول القانون الأوروبي للسيرة الحسنة الخاصة بالدفع الإلكتروني، وهي تحرص على حث جميع المتعاملين للمثول لهذا القانون من أجل ترقية الحماية والضمان للمستهلكين.

كما تتص على إضفاء الطابع الشخصي والسري للمعطيات من طرف المستهلك، كما حرصت على النص على التزام المستهلك أو حامل البطاقة الإلكترونية ضرورة الأخذ بالعناية اللازمة للطريقة الآمنة لاستعمال هذه البطاقات<sup>1</sup>.

وأضفت صفة الدولية على العقد الذي يتم عبر وسائط إلكترونية، فوسيلة الدفع الإلكتروني تستجيب لهذه السمة، حيث أنها تمثل وسيلة وفاء لتسوية المعاملات التي تتم عن بعد، فبنشأ الدفع من خلال إعطاء أمر بالدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين أطراف العقد وهذا يصب في إلغاء الحواجز والحدود الدولية<sup>2</sup>.

وصدر كذلك عن الاتحاد الأوروبي التوصية رقم 489/97 في 27 جويلية 1997 والمتعلقة بالمعاملات التي تتم بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني، وخاصة تنظيم بين مصدر البطاقة والحامل، كما حرصت هذه التوصية على ضرورة استعمال وسائل الدفع الإلكتروني بالطريقة الصحيحة وفقا

<sup>1</sup> - Recommandation N° : 87/598/CE du 08-12-1987 portant sur un code européen de bonne conduite en matière de paiement électronique JOL 365, 24-12-1987. Disponible sur : <http://europa.eu/législation-séminaire/international>.

<sup>2</sup> - نبيل محمد أحمد أبو صبيح، «بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والانتماء المصرفية»، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، مارس، 2003، ص 220.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

للشروط المتفق عليها باستعمال أو إصدار هذه الوسائل وأخذ كافة الاحتياطات اللازمة لحماية هذه الوسائل<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: العدول كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني

الأصل أن العقود أهم مصادر الالتزام فلا يجوز التراجع عنها وأهم مبدأ يخول ذلك هو العقد شريعة المتعاقدين، وتبعاً لذلك فإن المستهلك الإلكتروني قد يجد نفسه بعد إتمام العقد وتسلم المنتج أنه لا يتوافق مع احتياجاته الاستهلاكية أين لا يتطابق وصف المنتج عبر الإنترنت لطبيعته الحقيقية، الشيء الذي يمنح المستهلك الحق في العدول والذي يتم وفقاً لأحكام محددة.

### الفرع الأول: مفهوم الحق في العدول

يعدّ حق العدول في العقد الإلكتروني حق إرادي محض يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقاً للضوابط القانونية، فهو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الإلكتروني.

### أولاً: تعريف حق العدول

يرى جانب من الفقه بأن المستهلك الإلكتروني يتمتع بخيار الرؤية ويعرف هذا الحق بأنه إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المعقود عليه، إذا لم يكن رآه عند العقد أو قبله، والمستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الإنترنت لم يكن قد رأى البضاعة وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها مكتوبة على الشاشة، فإذا ما استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - Recommandation N° : 97/489/CE du 30-07-1997 concernant les opérations effectuées au moyens d'instrument de paiement électronique, relation entre émetteur et titulaire. JOL 208 du 02-08-1997 disponible sur : <http://europa.eu/législation-séminaire/international>.

<sup>2</sup> - عبد الحق حميش، حماية المستهلك الإلكتروني من عيوب المنتجات الصناعية، بحث مقدم في مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون - المجلد الخامس -، جامعة الإمارات العربية المتحدة وغرفة تجارة وصناعة دبي، بتاريخ 10-12 ماي، 2003، ص 131، أنظر كذلك علي أحمد صالح مهداوي، «أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني»، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 5 ماي، سنة 2009، ص 177.



## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

ثانياً: الطبيعة القانونية لحق المستهلك في العدول عن العقد

انقسمت الاتجاهات الفقهية إلى ثلاثة في تحديد الطبيعة القانونية في الحق في العدول وهي:

### 1 - العدول كحق شخصي:

معناه أن للمستهلك الحق في مطالبة المتدخل وإجباره على القيام بعمل معين أو الامتناع عنه، لكن يردّ على هذا القول أنّ في خيار العدول لا وجود لمثل هذه السلطة، إذا لا يحق للدائن مطالبة المدين بأي دور إيجابياً كان أم سلبياً، فهذا الحق يخول له فقط إمّا إتمام العقد أو نقضه.

### 2 - خيار العدول حق عيني

ما نوع للدائن أي للمستهلك سلطة مباشرة على شيء معين يكون له بمقتضاه الحق في استغلاله والانتفاع به، لكن لقي هذا الرأي معارضة من خيار العدول لا يعدّ حقاً عينياً ولا يمنح للمستهلك سلطة مباشرة على شيء معين بل يمنح له هذا الحق سلطة إتمام العقد أو التحلل منه فقط دون أية مسؤولية<sup>1</sup>.

### 3 - خيار العدول مكنة قانونية

خيار العدول مكنة قانونية وحق إرادي محض، يختلف مضمونه عن الحقوق العادية لأنّ هذه المكنة لها ميزة خاصة هي قدرة صاحبها على إنشاء مركز قانوني أو منع نشوءه بإرادته المنفردة حيث يتوقف استعمال هذا الحق على إرادة صاحبها دون الأخذ برأي من يمارس هذا الخيار<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات زين الحقوقية، العراق، سنة 2011، ص. 231 - 232.

<sup>2</sup> - موفق حماد عبد، المرجع نفسه، ص. 233 - 236.

### ثالثا- مجال الحق في العدول

نصّ التوجيه الأوروبي رقم 97-07 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد<sup>1</sup>، والتشريع الفرنسي على تقييد الحق في العدول بوجود اتفاق بين أطراف العلاقة الاستهلاكية واستبعاد ممارسة هذا الحق في بعض العقود.

نصّت المادة 121 مكرر 20 فقرة 02 ت، إ فرنسي على توقف ممارسة الحق في العدول على جود اتفاق بين الأطراف في حالة عقود الخدمات، التي طالب المستهلك بالبدء في تنفيذها قبل انتهاء المدة الممنوحة للمستهلك ليمارس حقه في العدول خلالها، على غرار عقود توريد السلع أو الخدمات التي يتباين سعرها وفقا لأسعار السوق، وكذلك السلع المخصصة وفقا لطلبات المستهلك المشخصة أو بالنظر إلى طبيعتها التي تسمح بإعادتها أو أنها قابلة للفساد أو التلف بسرعة.

تستبعد ممارسة الحق في العدول في ظل التشريع الفرنسي في حالة عدم وجود اتفاق مسبق عليه، وذلك عند توريد تسجيلات سمعية، أو بصرية أو البرامج المعلوماتية، وكذا توريد الصحف، المجلات، الدوريات، وخدمات الرهان أو اليانصيب المسموح بها، إلا أنّ العقد النموذجي الفرنسي في البند التاسع منه نص على استبعاد أساسا ممارسة حق العدول، في هذا النوع الأخير من العقود<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: الالتزام بإعلام المستهلك بحقه في العدول

يعتبر الالتزام بإعلام المستهلك يعتبر أحد أبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة، خاصة في مجال التعاقد عن بعد، فهو لا يقتصر على المرحلة السابقة على إبرام العقد بل يمتد إلى المرحلة اللاحقة على إبرامه، حيث نصّت المادة 1/352 ق. م. ج على أنه:

<sup>1</sup> - Article 06 de la directive 97-07, concernant la protection des consommateurs en matières des contrats à distance, op, cite.

<sup>2</sup> - تنص المادة 09 من العقد النموذجي الفرنسي على ما يلي: «...لا تنطبق مدة العدول على توريد التسجيلات السمعية والسمعية البصرية وبرامج الحاسوب التي فضّ المستهلك عبوتها، وتوريد الجرائد، والدوريات والمجلات».

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

«يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيانات المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه»<sup>1</sup>، وأكد المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة ولم يتم تحديده هل الإعلام قبل التعاقد أم أثناءه، وذلك حسب المادة 04 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهذا الالتزام بإعلامه في النطاق العقدي فهو الإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد<sup>2</sup>.

### أولاً: الالتزام بإعلام المستهلك بحقه في العدول في المرحلة ما قبل التعاقدية

نصّ العقد النموذجي الفرنسي المتعلق بالتجارة الإلكترونية على إعلام المستهلك بالضمانات وخدمة ما بعد البيع من قبل البائع وتشمل مما لا شكّ فيه الحق في العدول، ويتضح أنّ المشرع الفرنسي يحرص على إلزام التاجر بإعلام المستهلك حول حقه في الرجوع وكيفية ممارسته، لما له من أهمية بالنسبة للمستهلك وعلى المهني الوفاء<sup>3</sup> بهذا الإلزام في المرحلة قبل التعاقد حتى يكون المستهلك على علم بها، يتعاقد بشأنه حول مدى تطبيق التاجر المتعاقد على وسائل الاتصال الحديثة سياسة الرجوع أم لا، حيث يقضي قانون المستهلك الفرنسي والتعليمات الأوروبية بأحقية المستهلك بالعدول عن الصفة التي قبلها دون التعرض لجزاء خلال مدة 7 أيام، وإذا لم يعترف فيها المورد بالزامه بالإعلام فإنّ هذه المدة تصل إلى ثلاثة أشهر<sup>4</sup>.

### ثانياً: آثار ممارسة الحق في العدول

تتبع آثار ممارسة الحق في العدول عبر الإنترنت، على كل من المستهلك الإلكتروني(1)، والمحترف الإلكتروني(2).

<sup>1</sup> - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص ص. 649 - 650.

<sup>2</sup> - زهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، د. ط، دار هومة للنشر والتوزيع، 2009، ص. 138.

<sup>3</sup> - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص. 630.

<sup>4</sup> - محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، مصر،

2006، ص. 153.

# آليات حماية المستهلك الإلكتروني

## 1- آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمستهلك

يترتب على ممارسة المستهلك لحقه في العدول فسخ عقد الاستهلاك الذي يجمعه مع المحترف، ويكون ذلك مبررا لكون العقد يتأسس دون الفحص المادي للمنتج، وإنما مجرد رؤيته عن بعد بالوسائل الإلكترونية، من خلال الوصف والخصائص التي يضعها المحترف عبر شاشة العرض، فإذا ما تبين للمستهلك عدم مطابقة الوصف الذي تقدم به المحترف مع المنتج الذي حصل عليه، أين لا يتماشى مع رغباته ومتطلبات احتياجاته الاستهلاكية، فلا يكون المستهلك حينها مجبرا على استهلاكه لسلعة أو خدمة لا تناسبه، مما يببر حقه في العدول.

لا يرتبط حق المستهلك في العدول بدفع مقابل، على خلاف العدول في التعاقد بالعربون<sup>1</sup>، لكن يقع على عاتقه تحمل مصاريف إرجاع المنتج، ولا يشكل ذلك إجحافا بحق المستهلك، فقواعد العدالة تفرض عدم تحمل المحترف نفقات إرجاع المنتج الذي عدل المستهلك عنه ما لم يرتكب هذا الأخير خطأ يكون سببا في إرجاع المنتج والعدول عن تعقد وتحمله لنفقات ذلك دون المستهلك.

## 2- آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمحترف

يتجسد الحق في العدول في إرجاع المستهلك للسلعة أو رفضه للخدمة، فيلتزم المحترف برد ثمن المنتج الذي سبق دفعه من قبل المستهلك، وذلك خلال مدة قصيرة يتم تحديدها قانونيا، حيث يجب على المحترف ردّ الثمن خلال مدّة معينة من ممارسة هذا الحق، مما يشكل تعزيز حماية المستهلك الذي يمكن أن يكون محل المساومة مع المحترف من أجل إرجاع الثمن، الأمر الذي قد يؤدي به إلى عزوفه عن ممارسة هذا الحق<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - تنص المادة 72 مكرر ت. م. ج على أن: « يمنح دفع العربون وقت إبرام العقد لكل من المتعاقدين الحق في العدول عنه خلال المدّة المتفق عليها، إلا إذا قضى الاتفاق بخلاف ذلك، فإذا عدل من دفع العربون فقده، وإذا عدل من قبضه رده ومثله ولو لم يترتب عن العدول أي ضرر».

<sup>2</sup> - بوزيدي إيمان، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص. 111.

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

---

لا يكفي إلزام المحترف برد ثمن المنتج في حالة عدول المستهلك وتحديد أجل لتنفيذ التزامه هذا، وإنما يجب فرض عليه جزاء عند الإخلال بتنفيذ هذا الالتزام، أين نصّ المشرع الفرنسي في هذا الصدد على دفع مستحقات قبل التاجر دون إعداره بموجب المادة 121-20-1 التي تنص على أنه «ينتج المبلغ المستحق في تجاوز ذلك الفوائد بالسعر القانوني السائد تلقائياً».

## آليات حماية المستهلك الإلكتروني

### ملخص الفصل الثاني

توصلنا في هذا الفصل إلى أهم الآليات التي تضمن للمستهلك الإلكتروني حماية حقوقه وبياناته الشخصية من القرصنة بأساليب تقنية كالتشفير، وكذا ضمان الحقوق المعقولة له وفقا للقواعد العامة للعقود، كالحق في الإعلام وحقه في الإشهار الغير المضلل والغير المبالغ فيه، إضافة إلى حقه في ضمان تسليم المنتج خالي من العيوب، وضمن التعرض، أو الحقوق المستحدثة بنصوص خاصة بحماية المستهلك سواء وطنية أو دولية، كالحق في ضمان سلامة المستهلك وحقه في المطابقة والضمان ما بعد البيع، وحقه في العدول وضمن تحويل آمن لثمن المنتج، وهذه الحقوق في جميع المراحل يجب أن تدعمها آليات قوية لتفعيلها وتطبيقها، وزيادة ثقة المستهلك الإلكتروني، كالتوثيق الإلكتروني والهيئات والجمعيات والمواقع المهمة بشؤون المستهلك، كما أن له الحق في اللجوء إلى القضاء كآخر مرحلة سواء من تلقاء نفسه أو بتوكيل يمنحه لجمعية حماية المستهلك التي يمنحها القانون الحق في تمثيله كطرف مدني أو رفع دعوى مدنية لجبر الضرر وردع المخادعين وفقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش 03.09 وكذا القانون رقم 02.04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

**خاتمة**

## خاتمة

خلال تطرقنا إلى دراسة موضوع "حماية المستهلك في مجال المعلومات الإلكترونية" تبين لنا أنّ حماية المستهلك الإلكتروني هي ضرورة حتمية يقتضيها التطور العلمي والتقني الذي يمَسّ جميع المجالات، فلا بد من تفعيل آليات تتلاءم مع طبيعة الحياة الاجتماعية ورغبات المستهلك نظرا لأثر التجارة الإلكترونية في تغيير طريقة إنتاج وبيع وتوزيع السلع والخدمات التي أصبحت أساس من أسس عالم اليوم.

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة المتعلقة بحماية المستهلك في البيئة الرقمية إلى عدّة نتائج متمثلة في:

- عقد الاستهلاك المبرم عبر شبكة الإنترنت هو نفسه عقد الاستهلاك التقليدي من ناحية الأطراف والمحل، ويكمن الاختلاف بينهم في البيئة التي يبرم فيها العقد.

- المستهلك الإلكتروني معرض للمخاطر عند إبرامه للعقد عبر شبكة الإنترنت في أي مرحلة من مراحل التعاقد لاقتناء المنتجات، ابتداء من مرحلة التسوق والبحث عن المنتج، ثم إبرام العقد وانتهاء بتنفيذ التزامات كل متعاقد.

- حقوق المستهلك عبر شبكة الإنترنت وخلال جميع مراحل التعاقد تحكمها القواعد العامة للعقود والقوانين الخاصة بحماية المستهلك سواء كانت وطنية أو دولية.

- الحماية المنصوص عنها في التشريع الجزائري سواء كانت حماية عقدية أو مستحدثة رغم أنها لا تتناول شبكة الإنترنت كسوق استهلاك مفترضة، إلا أننا يمكن أن نسقطها ونطبق أحكامها على هذه البيئة.

- رغم إمكانية تطبيق أحكام الحماية التقليدية على المستهلك، إلا أنه يبقى هناك قصورا تشريعيًا من طرف المشرع الجزائري، وتأخر غير مفهوم في مواكبة التطورات الحاصلة في التجارة العالمية.

- هناك بعض الحقوق المستحدثة للمستهلك، كحقه في العدول غير مكفولة بالشكل الكافي رغم إقرارها مؤخرا في القانون 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجديد.



## خاتمة

-هناك آليات حماية جديدة مرتبطة تماما بالعقد الإلكتروني، كالحماية بالتشفير والبرامج المضادة للاختراق، تقنية التصديق الإلكتروني، والدفع الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية المهمة بحماية المستهلك وشؤونه.

من خلال ما سبق يتضح أنه يجب توفير حماية للمستهلك غير شبكة الإنترنت وفق خصوصية هذه الأخيرة، لأن الأحكام التقليدية للحماية قاصرة وغير كافية وقد لا تتوافق في بعض أو كثير من الأحيان معها.

ومن أهم التوصيات التي خرجنا بها:

- ضرورة وضع قانون واضح وخاص بحماية المستهلك.

- ضرورة الإسراع في إصدار النصوص التطبيقية الخاصة بقانون التجارة الإلكتروني الجزائري رقم 05-18.

- يجب على الشركات معرفة كيفية إدارة معلوماتها الخارجية والداخلية والحفاظ عليها، أو للتعرف أكثر وبشكل أفضل على المخاطر المرافقة لخصوصية المعلومات الواردة عبر شبكة الإنترنت.

- تعزيز وتطوير سياسات المستهلك وعدم الاكتفاء بالمعايير العادية، ويجب الإفصاح عن هذه السياسات بطرق علمية والتي يمكن من خلالها إقناع المشرع بفعاليتها العلمية.

- ضرورة مواكبة المشرع الجزائري للتطورات الحاصلة على مستوى آليات الاستهلاك وترويج المزودين للسلع الاستهلاكية في الفضاء الرقمي.

- إنشاء مكتب توثيق إلكتروني يتولى توثيق المعاملات الإلكترونية وهو الأمر الذي يضيف مزيدا من الثقة والأمان للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.

- يجب على المشرع الجزائري أن يكرس في تشريعاته مبادئ وآليات لحماية المستهلك الذي يسعى للتعاقد عبر الإنترنت، سواء تعلق الأمر بالحماية في الإشهار كي لا يخدع و يضلّل أو في

## خاتمة

---

الإعلام، أو حقه في العدول عن اقتناء السلعة أو الخدمة خلال مدّة معينة، أو في حقه في حماية بياناته الشخصية ضمن تعاملاته اليومية من خلال بريده الإلكتروني أو بأي وسيلة أخرى.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

### 1-الكتب:

- 1- أسامة محمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية، مصر، بدون طبعة، 2008.
- 2- أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، مصر، بدون طبعة، سنة 2009.
- 3- إيهاب فوزي السقا، الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان، دار الجامعة الجديدة، مصر، بدون طبعة، سنة 2007.
- 4- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني - دراسة مقارنة-، دار الفكر الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2011.
- 5- زوجال يوسف، مفهوم المستهلك في التشريع والفقہ والقضاء المغربي المقارن [www.majalah.News.ma](http://www.majalah.News.ma) تم الإطلاع عليه يوم 2020/05/15 على الساعة 14:40.
- 6- سهير المنتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، مصر، بدون طبعة، 1990.
- 7- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2002.
- 8- عمر المومني، التوقيع الإلكتروني، وقانون التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، بدون طبعة، سنة 2003.
- 9- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، بدون طبعة، 2012.
- 10- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، بدون طبعة، 2003.

## قائمة المراجع

- 11 - محمد محمد حسن الحسني، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، مصر، بدون طبعة، لسنة 2000.
- 12 - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقد التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة -، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، العراق، بدون طبعة، 2011.
- 13 - نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، بدون طبعة، 2005.
- 14 - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، - الكتاب الأول/ الحماية المدنية -، دار الكتب القانونية، مصر، بدون طبعة، 2007.
- 15 - عمر المومني، التوقيع الإلكتروني، وقانون التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، بدون طبعة، سنة 2003.
- 16 - محمد أمين أحمد الشوابكة، جرائم الحاسوب والإنترنت، دار الثقافة للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2004.
- 2 - الأطروحات والمذكرات الجامعية:  
أ - أطروحات الدكتوراه:
- 1 - عجالي خالد، النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري - دراسة مقارنة -، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 16 جوان 2014.
- 2 - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة عين شمس، القاهرة، 2007. متوفرة على الموقع Thèses- Cu- edu- eg/ تم الاطلاع عليه يوم 2020/06/16.
- 3 - خالد عبد التواب عبد الحميد، نظام بطاقات الدفع الإلكترونية من الناحية القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، حلوان، مصر، سنة 2006/2005.

## قائمة المراجع

ب-المذكرات الجامعية:

\*-مذكرات الماجستير:

- 1- أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011.
- 2- إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، مذكرة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2006/2005.
- 3- بوزيدي إيمان، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.
- 4- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.
- 5- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون خاص معمق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015.
- 6- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة -، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009.
- 7- عروبة سافي المعموري، التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد - دراسة مقارنة -، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون المدني، جامعة بابل، 2008، متوفر على الموقع: [www.uomisan-cdu.iq](http://www.uomisan-cdu.iq) تم الإطلاع عليه يوم 20/06/2020 .
- 8- شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012.
- 9- واعد يوسف، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011.

## قائمة المراجع

\* - مذكرات الماستر:

1 - سهام أمالو، ليلي لحسن، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة شهادة الماستر، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، السنة الجامعية 2012-2013.

3-المقالات:

1 - بركات كريمة، «التزام المنتج بإعلام المستهلك»، مجلة معارف، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، 2009، ص 156.

2 - سي يوسف زاهية حورية، «حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد 04، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010، ص 188.

3 - عبد الإله معداد، «مستهلك الخدمات الإلكترونية أية حماية في التشريع المغربي؟»، مجلة مغرب القانون، المغرب 2019، ص 56.

4 - علوان رامي محمد، «التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني»، مجلة الحقوق، العدد 04، جامعة الكويت، 26 ديسمبر 2002، ص 244.

5 - علي أحمد صالح مهداوي، «أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني»، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 5 ماي، سنة 2009، ص 177.

6 - علي أحمد صالح مهداوي، «أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني»، دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية والقانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك، مجلة تشريعية والقانون، عدد 42، ص 129.

7 - فتيحة محمد قوراري، «الحماية الجنائية للمعاملات المصرفية الإلكترونية -دراسة تطبيقية- على بطاقات الائتمان الممغنطة في القانون الإماراتي والمقارن»، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، جويلية سنة 2005، ص ص 257-259.

8 - محمد دمانه، نور الدين يوسف، «الإشهار الإلكتروني التجاري والمستهلك»، مجلة المفكر، 2018، ص 293.

## قائمة المراجع

9 - ممدوح محمد خيرى هاشم، «الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة»، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص. 28، وطارق كميل، «حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الإنترنت -دراسة مقارنة-»، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مجلد 5، العدد 5، بدون سنة نشر، ص 69.

10 - نبيل محمد أحمد أبو صبيح، «بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والائتمان المصرفية»، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، مارس، 2003، ص 220.

11 - نبيل محمد أحمد أبو صبيح، «حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية -دراسة مقارنة - «مجلة الحقوق، العدد 02، الكويت، 2007، ص 174.

12 - أحمد السعيد زقرد، «حق المشتري في إعادة النظر في عقود البيع بواسطة التلفزيون»، مجلة الحقوق، العدد 03، الكويت، 1995، ص 192.

### 4-المدخلات

1 - عبد الحق حميش، حماية المستهلك الإلكتروني من عيوب المنتجات الصناعية، بحث مقدم في مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، -المجلد الخامس-، جامعة الإمارات العربية المتحدة وغرفة تجارة وصناعة دبي، بتاريخ 10-12 ماي، 2003.

2 - عبد الله ليندة ، المستهلك والمهني، مفهومان متباينان، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادى، حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و 14 أبريل 2008.



## قائمة المراجع

### 5-النصوص القانونية

#### أ-النصوص التشريعية

#### أ-1-النصوص الوطنية

1- القانون رقم 89-02، المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر ج ج عدد رقم 06، الصادر بتاريخ 03/02/1989 (ملغى).

2- أمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت 2003 متعلق بالنقد والقرض ج، ر، ج، ج عدد 52، سنة 40، موافق عليه بالقانون 03-15 مؤرخ في 25 أكتوبر 2003، ج، ر، ج، ج عدد 64، سنة 40.

3- أمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 جوان 1966 يتضمن قانون العقوبات، ج، ر، ج، ج عدد 49، سنة 3، ص 702-753، معدل ومتمم بقانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر سنة 2004، ج، ر، ج، ج عدد 71، سنة 41.

4- أمر 05-06 مؤرخ في 23 أوت 2005 متعلق بمكافحة التهريب ج، ر، ج، ج عدد 59 سنة 42، موافق عليه بقانون رقم 05-17 المؤرخ في 31 ديسمبر 2005، ج، ر، ج، ج عدد 02، سنة 43.

5- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25/02/2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج، ر، ج، ج عدد 15، صادر في 08/03/2009.

6- قانون رقم 04-06 مؤرخ في 23/06/2004 متعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج، ر، ج، ج عدد 15، صادر في 08/03/2009.

7- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج ج، عدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

#### أ-2-انصوص الأجنبية

1- قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241، بتاريخ 22/10/2006 .

## قائمة المراجع

### ب-النصوص التنظيمية

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 يناير 1990 متعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج، ر، ج، ج عدد 05، صادر في 31 يناير 1990 معدل ومتم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج، ر، ج، ج عدد 61، صادر في 2001/10/21.

### 6 - مواقع الإنترنت

- 1- عروبة سافي المعموري، التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد - دراسة مقارنة -، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون المدني، جامعة بابل، 2008، متوفر على الموقع: [www.uomisan-cdu.iq](http://www.uomisan-cdu.iq) تم الإطلاع عليه يوم 2020/06/20 .
- 2- أحمد السيد كردي، حماية المستهلك في التسوق عبر الإنترنت 2004، [www.alukah.net](http://www.alukah.net) اطلع عليه يوم 2020/06/16.
- 3- راجع المادة 24 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241، بتاريخ 2006/10/22، [www.justic.fr](http://www.justic.fr).
- 4- محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة عين شمس، القاهرة، 2007، ص. 270. [Theses- Cu- edu- eg/](http://Theses-Cu-edu-eg/) تم الاطلاع عليه يوم 2020/06/16.
- 5- أنظر المادة 02 من القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال الصادر عن لجنة الأمم المتحدة 1992 "uncitral" «Credit transfer means the series of operations, beginning with the originator's payment order, made for the purpose of playing friend et the disposal of à beneficiary the term includes any payment order issued by the origination bank or any intermidary bank intended carry out the originator's payement...» disponible sur : [www.uncitral.org](http://www.uncitral.org)

6- Loi n°78- 22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit, voir : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr) , vue le 20/05/2020.

7- Directive 84/450/CEE , du conseil du 10 septembre 1984, relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matières de publicité trompeuse, J.O n°250 du 19/09/1984, pp17- 20 disponible sur le site : [www.legifrance.fr](http://www.legifrance.fr) , vue le 02/08/2020.

8- Loi n° 93- 949, du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation, voir : [www.justice.gouv.fr](http://www.justice.gouv.fr), vue le 20/05/2020.

9- Directive 97- 07/CE du parlement européen et du conseil du 20 Mai 1997, concernant la protection des consommateurs en matière des contrats à distance, J.O n° L144 du 4 juin 1997. [www.justicom.net](http://www.justicom.net) , vue le 16/06/2020.

10- Recommandation N° : 87/598/CE du 08- 12- 1987 portant sur un code européen de bonne conduite en matière de paiement électronique JOL 365, 24- 12- 1987. Disponible sur : <http://europa.eu/législation-séminaire/international>

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

### 1- Ouvrages

1- Calsseur JURIS, Droit de la consommation et de la concurrence, lexisnexis canada volume3, fascicule, 845.

2- F. Rayport JEFFERY, et Bernard J.JAUROSKI, Commerce électronique, traduit de l'américain par Francine Nézina Johanne

champoux et elisabeth.rochette, édition chemelier, Montréal-toronto, 2003.

3- Greffier PIERRE et Greffier FRANÇOIS, la publicité et la loi en droit français, 8ème édition, litec, paris, 1995.

### 2- Article

1-MUNOZ Sandrina, «La proposition de la directive à certains aspects juridiques du commerce électronique», revue du droit n°157, 1999 , p p 8- 22.

2-SCHUHT Cristiane Feral, «Les relations juridiques entre les acteurs du marché virtuel, les contrats du commerce électronique», revue du droit des contrats, n°14, 1999, p p 12- 35.

### 3- Textes juridiques

1-Ordonnance n° 2001- 741 du 23 aout 2001 portant transposition de directive communautaires et adaptation au droit communautaires en matière de la consommation.

2-Loi n°78-22, du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit, voir : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr) , vue le 20/05/2020.

3-Loi n° 93-949, du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation, voir : [www.justice.gouv.fr](http://www.justice.gouv.fr), vue le 20/05/2020.

4-Loi n° 2000- 230, de 13 mars 2000 portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relative à la signature

électronique, J.O.R.F n° 62 du 14 mars 2000, voir : [www.justice.gouv.fr](http://www.justice.gouv.fr),  
vue le 04/07/2020.

5- Loi n°214- 344, du 17septembre 2014 an 6 abrogé par ordonnance  
n°2016- 301 du 14 mars 2016.

6- Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie  
législative du code de la consommation, voir :  
<https://www.legifrance.gouve.fr> vue le 14/08/2020.

#### 4- Directives

1- Directive 84/450/CEE , du conseil du 10 septembre 1984, relative au  
rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et  
administratives des Etats membres en matières de publicité trompeuse,  
J.O n°250 du 19/09/1984, pp17- 20 disponible sur le site :  
[www.legifrance.fr](http://www.legifrance.fr) .

2- Directive 97-07/CE du parlement européen et du conseil du 20 Mai  
1997, concernant la protection des consommateurs en matière des  
contrats à distance, J.O n° L144 du 4 juin 1997.

الفهرس

الموضوع الصفحة

مقدمة.....2

## الفصل الأول

مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني.....5

المبحث الأول: المقصود بالمستهلك الإلكتروني ودواعي حمايته.....6

المطلب الأول: المقصود بالمستهلك الإلكتروني.....6

الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني.....6

أولا-التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني.....7

ثانيا-التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني.....8

الفرع الثاني: التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني.....9

أولا-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري.....9

ثانيا-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن.....11

1-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي.....12

2-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري.....13

المطلب الثاني: دواعي حماية المستهلك الإلكتروني.....14

الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الإنترنت.....14

الفرع الثاني: حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية.....15

الفرع الثالث: افتقار المستهلك للثقافة الإلكترونية.....16

## الفهرس

- 17.....المبحث الثاني: نطاق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني
- 17.....المطلب الأول: نطاق حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي
- 18.....الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في المنظمة الدولية للمستهلك
- 19.....الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي
- 20.....الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
- 21.....المطلب الثاني: نطاق حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الداخلي
- 22.....الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري
- 23.....الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن
- 24.....أولاً: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي
- 25.....ثانياً: حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري
- 27.....ملخص الفصل الأول:

## الفصل الثاني

- 29.....آليات حماية المستهلك الإلكتروني
- 30.....المبحث الأول: الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني
- 30.....المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من خلال تنظيم أحكام الإشهار التجاري الإلكتروني
- 30.....الفرع الأول: مفهوم الإشهار الإلكتروني الموجه للمستهلك وطبيعته القانونية
- 30.....أولاً: تعريف الإشهار التجاري الإلكتروني
- 31.....ثانياً: الطبيعة القانونية للإشهارات التجارية الإلكترونية



## الفهرس

- 1-الإشهار التجاري الإلكتروني إيجاب.....31
- 2-الإشهار التجاري الإلكتروني دعوة للتفاوض.....32
- الفرع الثاني: حماية المستهلك في مواجهة الإشهارات الإلكترونية المضللة .....32
- أولاً: اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني.....33
- ثانياً: منع بعض الإشهارات التجارية الإلكترونية.....33
- 1-منع الإشهار الإلكتروني المضلل أو الكاذب.....33
- 2-الرقابة على الإشهار المقارن.....34
- المطلب الثاني: تكريس الالتزام بالإعلام.....35
- الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الإلكتروني.....36
- أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني.....36
- ثانياً: شروط الالتزام بالإعلام الإلكتروني.....37
- الفرع الثاني: تحديد الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد.....38
- أولاً: حماية المستهلك عن طريق تحديد شخصية البائع الإلكتروني.....38
- ثانياً: حماية المستهلك عن طريق إعلامه بالصفات الأساسية للمنتوج .....39
- ثالثاً: الوسائل التي يتم فيها الالتزام بالإعلام.....40
- المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني.....41
- المطلب الأول: حماية المستهلك في مرحلة الدفع الإلكتروني.....41
- الفرع الأول: تعريف الدفع الإلكتروني ومخاطره اتجاه المستهلك.....41

## الفهرس

- أولاً: تعريف الدفع الإلكتروني.....41
- ثانياً: مخاطر الدفع الإلكتروني.....43
- 1- الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الإلكتروني.....43
- 2- المخاطر الفنية.....44
- 3- المخاطر القانونية.....46
- الفرع الثاني: ضمانات حماية المستهلك في مواجهة مخاطر الدفع الإلكتروني.....46
- أولاً: الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني.....46
- 1- تأمين المواقع الإلكترونية.....47
- 2- التشفير كآلية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني.....47
- 3- التوقيع الإلكتروني.....48
- ثانياً: الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني.....48
- 1- موقف التشريع الجزائري.....49
- 2- موقف التشريع الأوروبي والفرنسي.....50
- المطلب الثاني: العدول كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني.....51
- الفرع الأول: مفهوم الحق في العدول.....51
- أولاً: تعريف حق العدول.....51
- ثانياً: الطبيعة القانونية لحق المستهلك في العدول عن العقد.....52
- 1- العدول كحق شخصي.....52

## الفهرس

---

- 2- خيار العدول حق عيني.....52
- 3- خيار العدول مكنة قانونية.....52
- ثالثا: مجال الحق في العدول.....53
- الفرع الثاني: الالتزام بإعلام المستهلك بحقه في العدول.....53
- أولا: الالتزام بإعلام المستهلك بحقه في العدول في المرحلة ما قبل التعاقدية.....54
- ثانيا: آثار ممارسة الحق في العدول.....54
- 1- آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمستهلك.....55
- 2- آثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمحترف.....55
- ملخص الفصل الثاني.....57
- خاتمة.....59
- قائمة المراجع.....63

## المخلص

تعتبر السوق الإلكترونية ملاذا مهما للمستهلك على المستوى الوطني والدولي، لهذا فهو يحتاج للحماية فيها مثل حاجته للحماية في السوق التقليدية، بل أكثر، نظرا لخصوصية البيئة المتعاقد فيها وما تتضمنه من مخاطر للمستهلك، فعند ولوجه شبكة الإنترنت للبحث عن المنتجات التي تلبى رغباته، يواجه عدّة مخاطر يجب حمايته منها، كالجهد بمضمون العقد وشخصية الطرف الآخر لانعدام المعاينة المادية، وكذا خطر الإعلانات المضلّة، مما يجعله عرضة للنصب والاحتيال، وعند إبرام عقد الاستهلاك يجب حمايته من الشروط التعسفية بسبب طبيعة هذا العقد الإذاعانية، وأيضا حماية المنتج محل العقد من الغش والخداع، وحماية شكلية العقد وإعطائها القوة الإثباتية اللازمة، مع حماية بيانات المستهلك الخصوصية من القرصنة بأساليب تقنية كالتشفير، أما في مرحلة تنفيذ العقد فيجب ضمان الحقوق المكفولة وفقا للقواعد العامة للعقود، كالحق في ضمان تسليم المنتج، وخلوه من العيوب، وضمن التعرض، أو الحقوق المستحدثة بنصوص خاصة بحماية المستهلك سواء وطنية أو دولية، كالحق في ضمان سلامة المستهلك وحقه في المطابقة والضمان ما بعد البيع، وحقه في العدول وضمان تحويل آمن لثمن المنتج، وهذه الحقوق في جميع المراحل يجب أن تدعمها آليات قوية لتفعيلها وتطبيقها، وزيادة ثقة المستهلك الإلكتروني، والهيئات والجمعيات والمواقع المهتمة بشؤون المستهلك، والقضاء كآخر ملجأ حماية له.

## Abstract

The electronic market has become very important for the consumer at the national and international levels, so it needs protection such as its need for protection in the traditional market and more because of the privacy of the environment and the risks it poses to the consumer. The most important of which are : ignorance of the content of the contract and the personality of the other party because of the lack of physical inspection, as well as the risk of misleading advertising which makes it liable to fraud and fraud. When the contact of consumption must be protected from arbitrary conditions because of the nature of this contract. And protect the formality of the contract and give it the necessary force of proof, while protecting consumer privacy data from piracy by technical methods such as encryption. At the stage of execution of the contract, the rights guaranteed in accordance with the general rules of contracts, such as the right to guarantee the delivery of the product. Or the right created by consumer protection laws. Whether national or international, such as the right to ensure consumer safety. The right to conform and after-sales warranty, and the right to redress and ensure safe conversion of the product price. These rights must be supported by strong mechanisms for their activation and application. I trust the consumer for the acquisition of its products through the internet, electronic market, bodies, associations and websites interested in consumer affairs, and the judiciary as the last refuge to protect him.