

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون الخاص



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa



المركز القانوني للمستهلك

الإلكتروني

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

فرع: القانون الخاص

تخصص: القانون الخاص

تحت إشراف الدكتور:

معيفي لعزیز

من إعداد الطالبتين:

إبراقن وردية

إزباطن لبنی

لجنة المناقشة:

د/ إملول ريمة ، جامعة عبد الرحمان ميرة – بجاية رئيسا

د/ معيفي لعزیز، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية..... مشرفا

د/نايت جودي مناد، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ الْعَلِيُّ الْعَلِيُّ

فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ
يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴿١١٤﴾

صدق الله العظيم

طه، الآية 114



شكر وتقدير

أشكر الله سبحانه وتعالى الذي أعاننا على إنجاز هذه المذكرة وأتوجه أيضا بالشكر والتقدير لأستاذنا الفاضل "معيفي لعزیز" الذي تقبل منا الإشراف على هذه المذكرة ونسأل الله أن يجازيه بكل خير وبديم عليه الصحة والعافية إن شاء الله.

ونشكر أيضا كل من ساهم في المساعدة على إنجاز هذه المذكرة، والشكر موصول لسادة اللجنة المحترمة التي وقفت على مناقشة هذه المذكرة.



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى

أبي العزيز أدامه الله تاجا فوق رأسي.

أمي الغالية حفظها الله ورعاها وأدامها نورا ودفئا في حياتي.

أخي وسندي الوحيد أسأل الله أن يحفظه ويرزقه من الخير

كله عاجله وأجله.

ورديّة.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي العزيزة حفصها الله التي سهرت الليالي من أجلي والتي ضحت من أجل تعليمي ونجاحي، كما أهديه إلى أبي العزيز يحفظه الله الذي دعمني وشجعني للمضي قدما.

وأهدي أيضا هذا العمل إلى إخوتي وأخواتي الأعتاء والأقارب وكل من ساهم في تشجيعي على إنجاز هذه المذكرة.

لبنى.

قائمة لأهم المختصرات

أولاً: باللغة العربية

الجزء.	- ج
الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية.	- ج.ر.ج.ج
دون سنة النشر.	- د.س.ن
دون طبعة.	- د.ط
الصفحة.	- ص
من الصفحة إلى الصفحة.	- ص.ص
القانون المدني الجزائري.	- ق.م.ج
الطبعة.	- ط

ثانياً: باللغة الفرنسية

- ED	Edition.
- N°	numéro.
- P	page.
- J.O.	journal official.

مقدمت

نظرا للتطور العلمي الكبير الذي شهده العالم في عصرنا هذا خاصة في مجال التكنولوجيا، فإنه ساهم وبشكل كبير من القطاعات المختلفة وفي العديد من المجالات، وجعل الحياة أسهل، حيث أن هذا التطور أحدث ثورة في عالم الاتصالات، وهذا ما أدى إلى تغير كيفية التواصل بين الناس وبشكل جذري خاصة في مجال المعاملات التجارية وذلك ما أدى بالانتقال من تجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية تتم عبر شبكة الأنترنت ومن هنا ظهر نوع جديد من العقود سميت بالعقود الإلكترونية التي تغير من الأساليب الأكثر شيوعا في شراء السلع والخدمات عبر الحدود واستعمال شبكة الأنترنت أداة لإبرام العقود وإجراء المعاملات التجارية بين أشخاص متواجدين في أماكن مختلفة ومتباعدة كل البعد.

هذا التطور مكن التجارة وسهل لهم عملية عرض سلعهم وخدماتهم عبر المواقع الإلكترونية دون لقاء مباشر مع المستهلك أي دون التنقل أو استعمال النقود التقليدية باعتبار أن هذه العملية تتم فقط عبر مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الأنترنت دون الحاجة إلى بذل الجهد أو تكاليف. إن ظهور هذه الأشكال الجديدة من العقود التي يطلق عليها اسم العقود الإلكترونية، التي بدورها أفرزت ظهور نوع جديد من المستهلكين وهو ما أطلق عليه بالمستهلك الإلكتروني، ويبقى المستهلك أحد الأطراف الأساسية في التعاقد الإلكتروني، ومن هنا أصبحت حماية المستهلك الإلكتروني ضرورية لأن الثقة في مثل هذه التعاملات هو كل ما يحتاجه المستهلك الإلكتروني وذلك باعتبار أن هذا الأخير طرفا ضعيفا بينما التاجر يحتل مركز قوة.

أصبح المستهلك أكثر عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، أيضا أكثر عرضة للخطر في إطار التجارة عبر الأنترنت، كون أنه عاجز عن معاينة البضاعة ويجهل هوية المهني، ومن جهة أخرى قد يتلاعب المهني بالمستهلك وذلك بإبهامه بمزايا غير موجودة في منتوجه. لذلك وجب حماية المستهلك الإلكتروني وكذلك البحث عن الوسائل اللازمة لذلك من أجل تنمية التجارة الإلكترونية. فالمستهلك بحاجة إلى وسائل حماية قانونية توفر له بيئة آمنة في مجال التعاقد الإلكتروني وذلك بوضع آليات وأساليب تسعى لتحقيق أمنه، كي يكون المستهلك في أمان أكثر خلال لجوء إلى التعاقد الإلكتروني.

أصبح موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي حظت بأهمية بالغة، وهذا ما جعل كافة التشريعات المقارنة تسعى إلى تكريس حماية للمستهلك، وذلك بوضع قوانين وآليات من شأنها تحمي المستهلك أثناء التعاقد وتكفل حقوقه، خاصة وأنه لا يزال يتعرض للغش والتحايل، الأمر الذي يجعله ضحية لهذه المعاملات الاقتصادية.

وكباقي التشريعات المقارنة تدخل المشرع الجزائري ونظم أحكام التعاقد الإلكتروني من خلال القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018¹، وذلك لأن في الآونة الأخيرة بدأ التعامل مع هذا النوع من المعاملات التي يقوم بها المستهلك عبر شبكة الأنترنت، وجاء هذا القانون بغرض بناء منظومة تجارية إلكترونية داخلية لمواكبة المنظومة العالمية.

تطرقنا إلى دراسة موضوع المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني باعتباره من المواضيع الحديثة التي تتطلب دراسة معمقة من أجل التفصيل فيه، ذلك نظرا للتطور الحاصل في مجال التعاقد الإلكتروني والذي يعتبر فيه المستهلك الطرف الرئيسي والضعيف في معظم الحالات.

تعدد الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع أهمها الميول الشخصي والرغبة الكبيرة في دراسة وفهم كل ما يتعلق بالمستهلك الإلكتروني خاصة أنه من المواضيع الحديثة هذا فيما يخص الأسباب الذاتية، أما الأسباب الموضوعية تتمثل في إثراء الرصيد المعرفي كذلك محاولة تزويد المكتبة بهكذا مواضيع. والمساهمة ولو بالقليل لإثراء هذا المجال.

كل بحث علمي تواجهه عوائق، ونحن ككل الطلبة واجهتنا بعض الصعاب في إنجاز هذا البحث من بينها قلة وندرة المراجع بالإضافة إلى عدم تمكننا على التنقل للبحث عن المصادر، وأيضا قلة المراجع الجزائرية.

ومن بين الدراسات السابقة التي لها علاقة ببحثنا نجد:

أكسوم علام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون خاص داخلي، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

¹ قانون رقم 05/18 مؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، عدد 28، صادر بتاريخ 2018/05/16.

خاوي سعاد، حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020.

فيروز بوزيان، جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2019.

وبالنظر إلى أن المستهلك الإلكتروني بحاجة ماسة لتوفير الحماية القانونية هذا ما دفعنا لدراسة هذا الموضوع والتفصيل فيه، وتوضيح ما جاء به المشرع الجزائري في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وعلى هذا الأساس قمنا بطرح الإشكالية التالية:

ما مدى فعالية الحماية القانونية التي تبناها المشرع في أحكام قانون 05/18؟

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع إلى إتباع المنهج الوصفي والتحليلي وذلك من خلال تحليل بعض النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع محل الدراسة.

وفي سبيل عرض هذا البحث قسمنا خطة الدراسة إلى فصلين، بالنسبة للفصل الأول جاء تحت عنوان الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني.

أما الفصل الثاني جاء تحت عنوان حماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.

لننهي بحثنا بخاتمة تتضمن مجموعة من النتائج والتوصيات التي توصلنا إليها.

الفصل الأول
الإطار المفاهيمي للمستهلك
الإلكتروني

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني

في عصرنا هذا وبظهور التجارة الإلكترونية وتطوير تقنيات علمية وذلك بإبرام المعاملات الإلكترونية بين المستهلك الإلكتروني والمهني، بالنسبة للمستهلك الإلكتروني لم تضع له التشريعات المقارنة مفهوما خاصا وهذا لعدم وجود الفرق بين المستهلك العادي والمستهلك الإلكتروني، إلا أن الفرق الوحيد هو في وسائل التعامل فقط¹، فنجد المستهلك الإلكتروني يتعامل بالمعاملات الإلكترونية، أما المستهلك العادي يتعامل بالطريقة التقليدية، فالمستهلك الإلكتروني يعتمد كثيرا على تقنيات التواصل التي توفرها شبكة الأنترنت لدخول المواقع الإلكترونية الخاصة بالمحترف من أجل إشباع حاجياته الشخصية عن بعد.

ولهذا وضع له المشرع مكانة مهمة وذلك بحمايته من الضرر الملحق به من الغش ومن المنتوجات المقلدة باعتباره الطرف الضعيف في التعاقد الإلكتروني، وفي هذا الصدد سنتطرق إلى مفهوم المستهلك الإلكتروني (المبحث الأول)، ومن ثم سنتطرق الى نطاق حماية المستهلك الإلكتروني (المبحث الثاني).

¹- خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: القانون العام، جامعة ابن بكر بلقايد، تلمسان، 2017، ص 12.

المبحث الأول

مفهوم المستهلك الإلكتروني

المستهلك الإلكتروني في نطاق التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت هو المتعامل في نطاق التجارة، وهو الذي يتلقى الإعلان عن السلعة ويقوم بشرائها¹. ويعتبر أيضا أحد أطراف التعاقد الإلكتروني كونه يتعامل بالمعاملات الإلكترونية بهدف الاستهلاك من أجل اقتناء حاجيته الشخصية، ويمكن للمستهلك الإلكتروني أن يكون شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا.

وكون هذا الأخير يتعاقد عن بعد وجب حمايته، والحماية المقررة له يجب أن تتمتع بطبيعة وقواعد خاصة عن تلك المقررة في التعاملات الأخرى²، لأن المستهلك الإلكتروني يتعرض لكل أنواع الأضرار سواء في الغش أو التقليد لأنه عنصر ضعيف يمكن تأديته للاستغلال والاحتيال والتدليس.

لذا يقتضي الأمر التعرض لمقصود المستهلك الإلكتروني في (المطلب الأول)، ثم إلى عناصر تحديد صفة المستهلك الإلكتروني في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المقصود بالمستهلك الإلكتروني

المستهلك الإلكتروني هو كل شخص طبيعي ومعنوي الذي يتعامل عبر شبكة الأنترنت من أجل هدف واحد وهو تلبية حاجاته الشخصية ورغباته، لأنه يقوم باستخدام جهاز إلكتروني مرتبط على شبكة الأنترنت وذلك من أجل البحث عن السلعة أو الخدمة التي يريدتها.

كون المستهلك الإلكتروني يتعاقد عن بعد، عبر موقع إلكتروني، فإنه أكثر عرضة للتلاعب بمصالحه وصحته من طرف المورد الإلكتروني الذي يسعى إلى استخدام وسائل غير مشروعة من

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 25.

² خميخ محمد، مرجع سابق، ص 12.

أجل تسويق منتجاته¹، ولهذا وضع المشرع الجزائري قواعد خاصة لحمايته ضمن قانون التجارة الإلكترونية.

سننتقل إلى التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني في (الفرع الأول) والتعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

لقد انقسم الفقه في تحديد مفهوم المستهلك إلى اتجاهين أحدهما قدم تعريف ضيق، أما الجانب الآخر قدم تعريف واسع يشمل أكبر قدر من المستهلكين الذين يمكنهم التمتع بالحماية المقررة في قوانين حماية المستهلك².

أولاً: التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني

يقصد بالمستهلك الإلكتروني وفق لهذا الاتجاه كل شخص يتعاقد لأجل اشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، وليس الغرض من الحصول على هذه السلع والخدمات للاستعمال المهني أو التجاري³.

وأيضا يعرف هذا الاتجاه على أنه ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية ويستلمها ماديا أو حكما، سواء بمقابل أو بدون مقابل غير شبكات الاتصالات الإلكترونية⁴.

¹ - خميخ محمد، مرجع سابق، ص 12.

² - عزوز سعدي، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، مجلة أفاق للبحوث والدراسات، جامعة لونيس علي البليدة 2، العدد الثاني، مجلد 2، جوان 2018، ص 258.

³ - 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 ص 25-26.

⁴ - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة، مصر، 2012، ص 79.

نستخلص أن أصحاب الاتجاه الضيق أن المهني الذي يروج خدمته واحتياجاته المهنية لا يد مستهلكا لأنه له القوة التجارية والاقتصادية ما يمكنه لحماية نفسه على عكس المستهلك فهو يحتاج للحماية القانونية فإنه يتعرض للاستغلال والغش والتقليد من طرف البائع المهني. وما يعاب وينقد على هذا الرأي أو الاتجاه أدى إلى إخراج مجموعة من الأشخاص التي تنطبق عليهم عناصر صفة المستهلك ويتم استبعاد بالنظر لكونهم محترفون أو مهنيون، وبالتالي يملكون خبرة وقدرة اقتصادية ولا يحتاجون لقواعد قانونية خاصة لحمايتهم وحماية معاملاتهم التجارية وأن قواعد القانون التجاري تكفي لحمايتهم¹.

ثانياً: التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني

يقصد بالمستهلك الإلكتروني في هذا الاتجاه هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد مع المهني من أجل إشباع حاجاته باستخدام مال أو خدمة. ووفقاً لهذا الاتجاه فإن من يشتري غرض للاستعمال الشخصي أو لاستعماله في مهنته يعتبر في كلتا الحالتين مستهلكاً، بينما من يشتري هذا الغرض بهدف إعادة بيعه لا يعتبر مستهلكاً لأن هذا الغرض لم يستهلك بعد². ويعرفه على أنه "الذي يقوم بشراء السلع والخدمات لاستعماله الشخصي أو استعمال أفراد أسرته أو الأفراد الذي يعيلهم"³.

نستخلص من التعريف الأول التاجر أو المهني عند اقتناء منتجات لاستهلاكه الشخصي هو أفراد أسرته يعد مستهلكاً ويكون مهنياً عندما يشتري المنتجات والخدمات ليستخدمها في مجال

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص 81.

² - رمزي عبد الله علي حجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2016، ص 17

³ - عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، د ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،

2012، ص 29.

مهنته، ويعتبر أيضا أن المهني الذي يخرج في نطاق عمله اختصاصه يعد مستهلكا، لأن المهني إذا وجد نفسه في مواجهة المحترف وبالتالي لا فرق في وصفه مستهلك العادي¹.

لقد كان هذا الاتجاه من التوسع بحيث أنه جعل البعض ينادون بتوسيع دائرة الإفادة من قواعد الحماية لتشمل جميع المتعاقدين الأضعف اقتصاديا معتمدين على أن قرينة الضعف التي يتحدد بناءا عليها المستهلك هي قرينة بسيطة مما يحتم دراسة كل حالة على حدة لتحديد من هو المستهلك.

يعتمد الفقه المؤيد لهذا الاتجاه على التمييز بين المستهلك المهني والمستهلك غير المهني والتفريق بين المهني وغير المهني وذلك بارتكاز على معيارين أساسيين:

1) معيار عدم الاختصاص

إن معيار عدم الاختصاص هو الأكثر اتساعا، وهو يتوافق مع المقابلة التي أجزتها قوانين الاستهلاك بين المهني وغير المهني، وعليه يكون المستهلك الشخص الذي لا يمارس اختصاصه المهني بمعنى أنه يتعاقد للحصول على المنتجات والخدمات للاستعمال الغير المهني بالتالي إن المهني الذي يتعاقد خارج نطاق اختصاصه المهني يعد مستهلكا تجب له الحماية القانونية².

2) معيار العلاقة المباشرة

تتحدد فكرة المستهلك وفقا لهذا المعيار من خلال العلاقة التي تربط بين تصرف قانوني والمهنة التي تمارس، فإذا تعاقد المهني من أجل الحصول على منتج أو خدمة ليست لها علاقة مباشرة بنشاطه المهني عد مستهلكا.

وقد أخذ على هذا الاتجاه من قبل أصحاب الاتجاه الضيق أنّ هذا التوسع في مفهوم المستهلك توسع غير مبرر ومن شأنه أن يثير نزاعات لا مبررة لها بحيث ينزع عن قانون الاستهلاك فاعليته لأنه يعتد بالمؤهلات الخاصة بكل مستهلك.

¹ - أوداينية هدى، الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري المضلل (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة اليرموك، الأردن، 2011، ص 08.

² - رمزي بيد الله علي حجازي، مرجع سابق، ص ص 18-19.

كما يجعل من حدود قانون الاستهلاك غير دقيقة لمعرفة ما إذا كان المهني يعمل في إطار تخصص أم لا، حتى نحدد القانون الواجب التطبيق عليه، كما أنّ هؤلاء المهنيين الذين يتعاقدون خارج نطاق تخصصهم في وضعية ضعف فإنهم لن يحتاجوا لقواعد حماية المستهلك ما دام هناك قواعد خاصة بحمايتهم¹.

الفرع الثاني

التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني

يتم تعريف المستهلك الإلكتروني من ناحية التشريع الجزائري ومن ناحية التشريعات المقارنة.

أولاً: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

تكاد القوانين الخاصة بتنظيم المعاملات الإلكترونية تخلو من تعريف المستهلك الإلكتروني على غرار المحترف الإلكتروني، حيث تهتم بالتعاقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية بصفة عامة، دون الاعتناء بالاستهلاك الإلكتروني الذي يعتبر تطبيقاً خاصاً للمعاملات الإلكترونية مما يستوجب الرجوع للقواعد التقليدية الخاصة بحماية المستهلك².

عرّف المشرع الجزائري المستهلك عامة بموجب القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنّه:

"كل شخص طبيعي ومعنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"³.

¹ - رمزي بيد الله علي حجازي، مرجع سابق، ص ص 19-20.

² - أكسوم عيلام رشيد، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 44.

³ - المادة 03 من القانون رقم 02/04 مؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، عدد 41، صادر بتاريخ 27/06/2004، معدل ومتمم.

نستخلص من هذه المادة أن المستهلك يشمل كل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يقتنون سلعا موجهة للبيع أو خدمات يستفيدون منها، لكن بشرط أن تكون مجردة من الغرض المهني.

كما عرفته المادة الثالثة التي تنص على:

"كل شخص طبيعي ومعنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"¹. من خلال هذا التعريف يمكن أن نستخلص أن المستهلك هو الشخص الذي تنتهي عملية التداول عنده.

وقد تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف المستهلك الإلكتروني لأول في نص المادة 06 فقرة 03 من القانون رقم 05/18 بأنه:

"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"².

نلاحظ أن هذا القانون احتفظ بالتعريفات السابقة التي تم التعرض إليها في القوانين السالفة الذكر، لكنه أضاف فقط الطريقة والوسيلة الاستهلاكية الإلكترونية.

وعرّف المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة 02 فقرة 09 وحيث عرف المستهلك أنه:

"كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي، لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"³.

¹ - قانون رقم 03/09 مؤرخ في 05 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 15، صادر بتاريخ 08 مارس 2009.

² - المادة 06 فقرة 03 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 05، الصادر بتاريخ 31/01/1990.

لم يحدد هذا المرسوم إذا كان المستهلك شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا، إذ أن الشخص يشمل كل المستخدمين، نفهم إذا أن المستهلك هو الذي يقوم باستعمال المنتج، ويقصد بالمستهلك النهائي الذي يقتني سلعة لغرضه الخاص به. أما المستهلك الوسيط هو الذي يقتني من أجل أغراض إنتاجية لإعادة بيعها.

ثانيا: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريعات المقارنة

إن تحديد تعريف المستهلك الإلكتروني يكتسي أهمية كبيرة، فهو كمعيار لتحديد الشخص المقصود بالحماية، وما دفع بنا إلى محاولة تحديد مفهومه في بعض التشريعات المقارنة، وفي هذا العنصر حددنا بعض هذه التشريعات منها تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي، وتعريف المستهلك في بعض قوانين الدول العربية.

أ) تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي

عرف المشرع الفرنسي المستهلك الإلكتروني في المادة الثانية من القانون 22/78 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على أنه:

"يطبق القانون الحالي على كل العمليات تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي لا تكون مخصصة بصفة عرضية لتمويل نشاط مهني"¹.

نلاحظ في هذه المادة أن المشرع الفرنسي عرف المستهلك بصفة عرضية، معتمدا في ذلك على معيار الغاية، الذي هو الاستعمال الشخصي للمنتج بشرط أن يكون منفصل بالنشاط المهني للمستهلك.

¹- Loi n°78-22, relative à la protection de la consommation en matière d'opération de crédit, voir : www.legifrance.gouv.fr , vue le 07/03/2022, à 20h35.

أما مشروع القانون الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993، عرف المستهلكون بأنهم: "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات لاستعمال غير مهني"¹. نلاحظ أن هذا القانون جاء 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 تصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا"².

نلاحظ من تعريف التوجيه الأوروبي، أن المستهلك يقتصر فقط على الشخص الطبيعي الذي يسعى لسد حاجياته، وأن تكون تصرفاته مجردة من الغرض المهني، ويكون معفي من الحماية القانونية كل من يخالف هذه القاعدة حتى ولو كان شخصا معنويا. (ب) تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض قوانين الدول العربية

نجد في هذا العصر صدور العديد من التشريعات العربية التي أفردت نصوصا خاصة لحماية المستهلك سواء من الناحية المدنية أو الجزائية.

عرف قانون الإمارات العربية المتحدة رقم 24 لسنة 2006 حماية المستهلك في المادة الأولى بأنه: "كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين"، ونجد أيضا القانون اللبناني الخاص بحماية المستهلك رقم 13068 لسنة 2004 عرف المستهلك في المادة الثانية من القانون المخصصة للتعريفات

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

www.Justice.gouv.fr, vu le 25/06/2022.

² - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997، عبر الموقع

www.Juriscom.net : الإلكتروني

بأنه: "هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني"، كما عرف قانون سلطنة عمان بشأن حماية المستهلك رقم 81 سنة 2002 المستهلك بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعة أو خدمة أو يستفيد من أي منهما"¹.

نستخلص من خلال هذه التعاريف، أن معظم الدول العربية اجتمعت على أن المستهلك هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي، الذي يحصل على سلعة أو خدمة قصد إشباع حاجته الشخصية، ولأغراض غير مهنية.

كما عرفه القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك في المادة الأولى بأن المستهلك هو:

"كل شخص نقدم إليه أحد المنتجات لإتباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد في الخصوص"².

ويقصد بالشخص حسب هذه المادة كل الأشخاص الطبيعية كالإنسان والأشخاص المعنوية بين كالشركات والجمعيات والمؤسسات والاتحادات والمنشأة والروابط المالية على اختلاف طرق تأسيسها، ومنه نلاحظ هنا إغفال المشرع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك، لكنه أخذ بالمفهوم الواسع من خلال لفظ "كل شخص"، إلا أنه يتعين لنا من عبارة "إشباع الحاجيات الشخصية والعائلية" أنه أستقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.

المطلب الثاني

عناصر تحديد صفة المستهلك

وفقا لقواعد قانون الاستهلاك، فإن الشخص يتمتع بحماية قانونية، وذلك متى توفرت صفة المستهلك في الشخص الذي يتعامل مع المهني بحيث أنه يتعاقد مع المحترف من أجل الحصول

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 27.

² - قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في الجريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

على المنتجات، وذلك لتلبية حاجياته ورغباته اليومية. عكس المحترف الذي يسعى دائما إلى تحقيق الربح.

صفة المستهلك تتحقق في كل شخص يتمتع بالشخصية القانونية (الفرع الاول)، حصول المستهلك على السلع والخدمات (الفرع الثاني)، الغرض من استهلاك المنتج (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الشخصية القانونية للمستهلك

تباينت الآراء الفقهية في وضع تعريف للمستهلك، إذ يذهب البعض إلى ضرورة تضيق مفهوم، بحيث يقتصر على الشخص الذي يتحصل على المنتج بهدف تلبية أغراضه الشخصية، مما يجعل صفة المستهلك تقتصر على الشخص الطبيعي.

بينما يرى البعض الآخر ضرورة توسيع مفهوم المستهلك ليشمل كل شخص يقتني المنتج لتلبية أغراضه الشخصية أو المهنية خارج تخصصه المهني، مما يسمح بإضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي إلى جانب الشخص الطبيعي¹.

أولاً: المستهلك شخص طبيعي

يعتبر المستهلك وفقا للاتجاه الضيق كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة أو من يعولهم من الأشخاص وليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته أو مشروعه فالمستهلك هو الذي يسعى لتحقيق احتياجاته الشخصية او احتياجات أفراد أسرته². ووفقا 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 الربح¹.

¹ - أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص 33.

² - نبيل محمد أحمد صبيح، "حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)"، مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007، ص 174.

إن الغرض من استعمال المنتوجات هو توليد علاقة استهلاكية بين المحترف الذي يتميز بمؤهلات فنية واقتصادية والشخص المستهلك الذي يسعى لتلبية احتياجاته الشخصية.

ثانيا: المستهلك شخص معنوي

عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في المادة 06 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه:

"المستهلك الإلكتروني، كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".²

نلاحظ أن المشرع احتفظ بالتعريف السابق للمستهلك، لكنه أضاف فقط الوسيلة في لفظة "عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

ذهب بعض الفقه إلى ضرورة الأخذ بمفهوم أوسع للمستهلك ليشمل أشخاص آخرين فيعرفه البعض 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 تصرفاً قانونياً للحصول على منتج يقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة للمهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه"، أي أنه يعتبر مستهلكاً ويدخل تحت الحماية القانونية للمستهلك كل من يبرم تصرف لإشباع حاجاته الشخصية أو المهنية. كما أن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك، فالعبرة من إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذا الأخير يمكن أن يكون في مركز ضعف سواء اقتصادياً أم فنياً قد لا يمارس نشاطاً مهنيًا يحصل منه على موارده المالية، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع

¹ - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتاب القانونية، مصر، 2008، ص 76-78.

² - المادة 06 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

حاجاته الشخصية، ويكون من الناحية الفنية حيث لا يتمتع بالقدرة الفنية لاقتنائه للمنتجات تماما مثل المستهلك العادي¹.

الفرع الثاني

حصول المستهلك على السلع والخدمات

إن العقود التي يبرمها المستهلك مفادها الحصول على السلع والخدمات وذلك من أجل الانتفاع بها. من دون أن تكون لديه نية مسبقة للمضاربة، أي إعادة بيعها أو تصنيعها. فعندما يحصل الشخص على أغذية مثلا يكون ذلك من أجل أكلها هو أو أحد أفراد عائلته كذلك نجد صانع الأدوات الكهرو منزلية يكون منتجا وفي نفس الوقت مستهلك لسلع وأدوات أخرى. إذن كل شخص يمكن أن يكون مستهلكا ومنتجا في آن واحد، وعليه فإن الشخص يستحق الحماية بما أنه يسعى دائما للحصول على سلع استهلاكية له ولعائلته.

أشار المشرع الجزائري في تعريفه للمستهلك أنه يجب أن يكون غرضه عند اقتناء السلعة أو الخدمة موجها للاستعمال النهائي في عملية الإنتاج.

كما تطرق أيضا إلى تعريف المنتج في المادة 140 مكرر فقرة 02 ق. م. ج التي نصت: "يعتبر منتوجا، كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعية والغذائية والصيد البحري والطاقة الكهربائية".²

يتبين لنا من خلال هذا التعريف أن المنتج يقتصر فقط على السلعة دون الخدمة. أما المادة 03 فقرة 10 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرفته كالتالي: "المنتج كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"³.

مفاد هذه المادة أن المنتج يشمل السلع والخدمات.

¹- شعباني نوال، مرجع سابق، ص ص 25-26.

²- أمر رقم 58/75 المؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني، ج. ر.ج.ج، عدد 78، صادر بتاريخ 30/09/1975، معدل ومتمم.

³- المادة 03 فقرة 10 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

أولاً: حصول المستهلك على سلعة

حسب المادة 03 فقرة 17 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإنّ المشرع الجزائري حصر السلعة في الأشياء المنقولة المادية التي يتحصل عليها المستهلك إما بمقابل أو مجاناً. كما أن المشرع بين لنا أيضاً في المادة 140 مكرر فقرة 02 ق.م.ج مجموعة من الأشياء المنقولة المادية التي تتمثل في المنتج الزراعي والصناعي، تربية الحيوانات، الصناعية، الغذائية، الصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية، كما أنّ ذكرها جاء على سبيل المثال¹.

لم يتطرق المشرع الجزائري في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الى تعريف السلعة بل اكتفى فقط بالسلع الممنوع التعامل فيها والمتمثلة في كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية المتعلقة بلعب القمار والرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية او الصناعية او التجارية، منع أيضاً التعامل بكل سلعة محضورة وأيضاً المنتجات التي تمس بمصالح الدفاع الوطني².

يمكن ان تكون السلعة وطنية او مستوردة، ولا يشترط ان يكون المنتج في شكله النهائي فالعبرة في وضع السلعة محل التداول من خلال عرضها للاستهلاك فلا يصح اعتبار المنقول منتوجاً إذا كان الغرض منه القيام بتجارب، او كان متداولاً بدون رضا الشخص المحترف الذي يمتلكه ففي حالة سرقة منتج لم يتم عرضه في السوق للتداول لا يمكن لمن يحوزه ان يستفيد من الحماية المقررة لمستهلك³.

¹ - المادة 03 فقرة 17، من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² - المواد 03 و05 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

³ - أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص 39.

ثانيا: حصول المستهلك على خدمة

تتمثل الخدمة في كل عمل يؤديه المحترف لصالح المستهلك، بحيث يمكن تقويم هذا الأداء بتمن¹، سواءا كان العمل مادي ملموس مثل تصليح الأشياء المادية أو تركيبها، أو معنوية على غرار التشخيصات الطبية أو الاستشارات القانونية، ويثار التساؤل في هذا الإطار حول الخدمات المالية التي تؤديها بعض المصاريف، حيث تثير مركز الزبون المدخل ومدى إمكانية إضفاء عليه صفة المستهلك، أين أقر التشريع الأوروبي ضرورة عدم استبعاده من دائرة الحماية رغم تناقض مفهوم الاستهلاك مع الادخار².

عرف المشرع الجزائري الخدمة في المادة 03 فقرة 16 من القانون رقم 03/09 على أنها: "كل عمل غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"³.

يتبين لنا من خلال هذه المادة أن الخدمة تشمل كل الخدمات التي يؤديها المهني لصالح المستهلك، وتستثنى منها عملية التسليم، حتى ولو كانت تابعة للخدمة.

الفرع الثالث

الغرض من استهلاك المنتج

يرى الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك أن إضفاء صفة المستهلك على الشخص الطبيعي أو المعنوي تتحدد بمعيار الغرض من التصرف، أي المستهلك الذي يسعى إلى تلبية أغراضه الشخصية. على عكس الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك الذي يرى أن صفة المستهلك تمتد إلى الذي يسعى إلى تلبية أغراضه الشخصية والمهنية.

¹ - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمحترف في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، عدد 01، جامعة الجزائر، الجزائر، 2011، ص ص 189-190.

² - CALAIS-AULOY jean et STEINMETZ Frank, droit de la consommation, 6^{eme} éd, Dalloz, paris, 2003, p.p. 08-14.

³ - المادة 03 فقرة 16 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

أولاً: اقتصار الغرض من استهلاك المنتج إلى تلبية الحاجيات الشخصية

يقتصر غرض من استهلاك المنتج حسب الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك على تلبية حاجات شخصية أو عائلية، بحيث تستبعد الأغراض المهنية من الحماية المقررة للمستهلك، فالشخص الذي يقوم بإبرام تصرفات قانونية لتلبية حاجات في المجال اختصاص نشاطه المهني، يتمتع بمؤهلات وقدرات تبرر اقصاءه من دائرة الحماية. فالخبرة والمعرفة التي يتمتع بها الشخص المحترف تجعله في مركز مساو لمركز الطرق المقابل له، حيث تنتفي فيه صفة الضعف التي تستدعي الحماية في حالة التعامل الذي يتم بين المستهلك والمحترف¹.

حدد المشرع الجزائري في المادة 03 فقرة 01 من القانون 03/09 الغرض من استهلاك المنتج على أنه يكون:

"من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"².

يتضح لنا من خلال هذه المادة الغرض من هذه العملية، الذي هو إشباع الاحتياجات الخاصة، أو حاجة شخص آخر، أو حيوان نتكفل به.

ثانياً: امتداد الغرض من الاستهلاك المنتج لأغراض غير شخصية

يذهب الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك إلى توسيع نطاق الحماية المقررة للمستهلك، لتشمل الشخص المحترف الذي يتعامل خارج مجال اختصاص نشاطه المهني دون وجود رابطة مباشرة بين اختصاصه والتعامل محل الاستهلاك، فالتصرف يكون خارج مؤهلاته المهنية، ويكون طرفاً ضعيفاً عند مواجهة المحترف الذي يتعاقد معه، مما يجعله في وضعية مماثلة لوضعية المستهلك³.

¹- أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص 41.

²- المادة 03 فقرة 01 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³- أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 61-62.

ومنه فإنّ أنصار هذا الاتجاه استندوا في تحديد مفهوم المستهلك على معيار الخبرة، فكما افتقدت لدى أحد الأطراف يكون بحاجة للحماية، مما أدى ذلك لتوسيع الحماية القانونية لتشمل المهنيين اللذين لا يملكون الخبرة لما يتعاملون مع مهنيين مختصين¹.

يضيفي هذا الاتجاه صفة المستهلك على كل من الشخص الطبيعي والمعنوي وهذا ما يتلاءم أكثر على معاملات الاستهلاكية التي تم في العالم الافتراضي بواسطة الوسائل الإلكترونية، حيث تتميز إلى جانب عدم وجود توازن بين أطراف العلاقة الاستهلاكية الإلكترونية²

¹ - خاوي سعاد، حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر: تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، ص 10.

² - كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص ص 80-82.

المبحث الثاني

نطاق حماية المستهلك الإلكتروني

رغم أنّ العملية الاستهلاكية الإلكترونية تحظى بمزايا متعددة، إلاّ أنّه تنجر عنها مخاطر كبيرة يوجهها المستهلك، ومن بينها الغش والخداع كذلك فقدان الثقة على التعامل عبر الأنترنت حيث أنّ هذه الأخيرة تعتبر الركيزة الأساسية التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية، وباعتبار أنّ المستهلك هو الأساس في تطور المجتمعات لذا استلزم الأمر الحرس على حمايته واستنباط الآليات لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية الإلكترونية من أجل الحد من التصرفات التي تضر بالمستهلك. لذا وجب على التشريعات حماية المستهلك الإلكتروني سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي ذلك أنّ المعاملات الإلكترونية في غالب الأحيان معاملات دولية وهذا ما يستدعي توسيع نطاق الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني وذلك من خلال توحيد النظام القانوني الدولي.

سنتطرق إلى مبررات حماية المستهلك الإلكتروني (المطلب الأول)، ثم إلى نطاق الحماية المستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

باعتبار أنّ المستهلك الإلكتروني هو الطرف الضعيف في العلاقة العقدية فإنّه أكثر عرضة للخطر، حيث أنّ باتساع عدد مستخدمي شبكة الأنترنت في العالم أصبحت العقود تتم عن بعد، وأنّ المهنيون يتعاقدون إلكترونياً أي أنهم يقومون بعرض سلعهم وخدماتهم عبر شبكة الأنترنت، وبالتالي تصبح معاملاتهم بطرق سهلة دون حاجتهم إلى التنقل وبالنظر إلى أنّ هذه العقود أصبحت مجالا تتعدد فيه وسائل الغش والاحتيال، وأنّ المستهلك أكثر عرضة لشراء بضائع

مغشوشة وهذا ما جعل من فكرة حماية المستهلك أمر ضروري. فأمام كثرة حاجيات الإنسان أصبح إقباله على التعاقد عبر شبكة الأنترنت كبيراً.

تتلخص مبررات حماية المستهلك الإلكتروني في التطور الحديث في شبكة الأنترنت (الفرع الأول)، حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية (الفرع الثاني)، افتقار المستهلك للتعاقد الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول

التطور الحديث في شبكة الأنترنت

أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة، في أواخر الثمانينات زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة وبالرغم من أنّ هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني والذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال وسائل كل منهم لآخر إلا أنّ هذه الشركات عملت على أنّ يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها ففي أوائل التسعينات ظهر ما يسمى بشبكة الأنترنت¹. والأنترنت كغيرها من الاختراعات الحديثة التي لم تأتي فجأة، وإنما تطورات باستمرار حق وصلت في العصر الحالي إلى شبكة عالمية، شمل جميع نواحي الحياة².

ظهرت العديد من التقنيات والأدوات التي ساهمت في تطوير عالم الأنترنت مما جعلها من أحدث الخدمات التقنية³ التي تعتمد على تفاعل المستهلك م جهاز الحاسوب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة⁴.

¹ طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية (المفاهيم التجاري-التحديات-الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية)، ط1، الدار الجامعة، مصر، 2003، ص ص 36-37.

² أبو الهيجاء محمد إبراهيم، التعاقد بالبيع بواسطة الأنترنت، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، 2002، ص 44.

³ أوثن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الإداري، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2012، ص 04.

⁴ شاهين بهاء، الأنترنت والعولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999، ص 46.

ويتمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسة التجارية الإلكترونية¹. وبالرغم أن للتطور الحديث لشبكة الأنترنت في مجال التجارة الإلكترونية إيجابيات كثيرة، إلا أنه قد يكون له جانب سلبي يتجلى في قهر المستهلك بمختلف الطرق والإضرار به عن طريق غشه أو بمختلف طرف الاحتيال.

الفرع الثاني

حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية

إنّ التطور الحاصل في شبكة الأنترنت أدى إلى الاهتمام بالمواقع التجارية التي تحتوي على خدمات متعددة الخدمات العقارية السياحية والمصرفية وغيرها من الخدمات الأخرى المهمة². تتبع حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة الموقع الإلكترونية التجارية وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي السياق فإنّه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الأنترنت تريد من إقبال المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية المستهلك يشكل ملح وواضح³.

رغم أن المستهلك بحاجة ماسة إلى هذه الخدمات إلا أنه قد تنقصه الخبرة الكافية لكي يتعامل عبر شبكة الأنترنت هذا لأنّ مجال التكنولوجيا والمعلومات هو مجال واسع يتطلب الخبرة الكافية لكي لا يكون المستهلك ضحية للاحتيال والخداع.

¹ - بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الأنترنت، ط1، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2004، ص 10.

² - طيهار خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص 19.

³ - خميخم محمد، مرجع سابق، ص 23.

الفرع الثالث

افتقار المستهلك للثقافة الإلكترونية

تدفع الحاجة المستهلك إلى السلع والخدمات المعروضة عبر شبكة الأنترنت إلى إبرام تصرفات عبر هذه الشبكة، وغالبا ما يفتقد إلى الخبرة والمعرفة والدراية في مجال التكنولوجيا لا سيما شبكة الأنترنت، الأمر الذي يدفع إلى الدخول في علاقة وهمية من خلال مواقع إلكترونية، مما قد يوقعه ضحية للاحتلال والخداع¹. فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الأنترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة²، ويظهر ذلك من خلال عدم قدرة المستهلك في معرفة كل ما يحدث في الشاشة الصغيرة، وأيضا فإن جهل المستهلك لما يحدث عبر شبكة الأنترنت وكذلك عبر المواقع الإلكترونية يجعله يقع بحيل وخداع ويجد نفسه أمام مواقع وهمية أو حق أمام عقد وهمي.

فافتقار المستهلك في التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الأنترنت يصعب عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها³.

وقد لا يكون جميع المستهلكين أصحاب معرفة، وإدراك بالأدوات المعلوماتية، وهذا ما يظهر في عدم التوازن بين طرفي العقد بصورة واضحة⁴، إذن فعلى المستهلك فهم اللغة المستخدمة في العقود الإلكترونية فهما جيدا وسليما وبهذا سيتمكن من إعادة التوازن للعملية الاستهلاكية الإلكترونية وذلك سيكون عن طريق إرادته المتبصرة وإدراكه أو معرفته لكل العبارات التي تحمل له الإيجاب من حيث معناها.

¹ - سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص ص 362-363.

² - بشار طلال مومني، مرجع سابق، ص 16.

³ - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجستير كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية طرابلس، فلسطين، 2009، ص 32.

⁴ - أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 109.

المطلب الثاني

مجال حماية المستهلك الإلكتروني

يتعرض المستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية إلى عدة مخاطر، تجعله ضحية للإعلانات الكاذبة أو العقود الوهمية ويحتل مركز الضعف أمام المحترفين والمهنيين، ذلك نظرا لنقص خبرته ومعلوماته في هذا المجال. وهذا ما تسبب في ظهور جرائم جديدة مثل جريمتي الاحتيال والخداع. ومن هنا بدأت الحاجة لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية وذلك من أجل إعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية عن طريق وضع قوانين وآليات لحمايته، وباعتبار أنّ المعاملات الإلكترونية في الغالب تكون معاملات دولية فإنّ حماية المستهلك الإلكتروني لا تقتصر فقط على المستوى الوطني وإنما تتسع لتشمل كل الدول أي حمايته على المستوى الدولي.

سنتطرق إلى دراسة مجال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الوطني (الفرع الأول)، ثم إلى مجال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

مجال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الداخلي

نظرا للتطورات الهائلة في مجال التجارة الإلكترونية في وقتنا هذا، فإنّ حماية المستهلك أمر ضروري، هذا لأنّه يعد الطرف الضعيف في العملية الاستهلاكية، وكثيرا ما يكون عرضة للمخاطر والإضرار بمصالحه، وهذا نظرا لكثرة العروض وتنوع الخدمات التي يتلقاها عبر شبكة الأنترنت. علما أنّه تنقصه الخبرة في هذا المجال.

تسهر التشريعات الوطنية لوضع قوانين فعالة وخاصة تكون أكثر صلاحية لحماية مصالح المستهلك الإلكتروني غير تلك القواعد العامة نظرا لخصوصية التعامل¹. كما أنّ هذه التشريعات

¹ – HOUTAIT Mazen, Protection de consommateur dans les contrats conclus sur internet (étude comparative droit français- droit libanais.), thèse de doctorat en droit privé, 2008, p 267.

تسعى أيضا لحماية التجارة الإلكترونية على وجه العموم وحماية المستهلك الإلكتروني على وجه الخصوص لأنه أصبح من أولويات التشريع الوطنية، ومن بين هذه التشريعات نذكر التشريع الجزائري (أولا)، ثم التشريعات المقارنة (ثانيا).

أولا: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

لم يعالج المشرع الجزائري حماية المستهلك في البداية، لكنه تدارك الأمر وأصدر أول قانون خاص بحماية المستهلك العادي وهو القانون رقم 02/89 الصادر في 1989/02/07¹ المتعلق بالقواعد العامة وتنظيم المبادئ الأولية، هذا القانون يتضمن 30 مادة مقسمة على أبواب، الباب الأول حول الأحكام العامة الباب الثاني يتضمن الأحكام الإجرائية والإدارية والوقائية، أما الباب الثالث يتضمن أحكام جزئية. تمحور هذا القانون حول الالتزام العام بالسلامة الصحية، وضرورة مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية، إلزامية الضمان، إلزامية الإعلام وإلزامية الأمن الاقتصادي.

ألق المشرع الجزائري قانون 02/89 بعدة قوانين وذلك سعيا منه إلى تنظيم العلاقة القائمة بين عملية الإنتاج والاستهلاك نذكرها كالتالي:

- قانون رقم 04/04 المؤرخ في 2004/06/23 المتعلق بالتقييس².
- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 1990/01/30 المتعلق بالجودة وقمع الغش³.
- المرسوم التنفيذي رقم 266/90 مؤرخ في 1990/09/15 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات⁴.

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

² - قانون رقم 04/04 المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بالتقييس، ج.ر.ج.ج، عدد 37، الصادر بتاريخ 2004/06/23.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 39/90، المؤرخ في 1990/01/30، يتعلق بالجودة وقمع الغش، مرجع سابق، (ملغى).

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 266/90 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتضمن ضمان المنتجات والخدمات، ج.ر.ج.ج، عدد 40، الصادر في 1990/09/19.

- مرسوم تنفيذي رقم 355/96 مؤرخ في 19/10/1996 يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها¹.

- مرسوم تنفيذي رقم 315/01 مؤرخ في 16/10/2001 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش².

تطرق المشرع الجزائري كذلك ولأول مرة بموجب المرسوم التنفيذي 257/98 المؤرخ في 25/08/1998 المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها. إلى تنظيم الأنترنت كنشاط اقتصادي. لكن تم تعديل هذا المرسوم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 307/2000 المؤرخ في 14/10/2000.

وجاء بعد ذلك القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هذا الأخير جاء وألغى القانون رقم 02/89، وألقى بالتزامات جديدة على المتدخل، ووضع آليات وقائية لتوفير الحماية أكبر للمستهلك. بحيث نجد أنّ المشرع الجزائري قد تطرق إلى وضع تعريف للمستهلك في المادة 03 فقرة 01 منه، ونلاحظ أنّ هذا القانون اقتصر فقط إلى تعريف المستهلك العادي دون إشارة إلى المستهلك الإلكتروني³.

وقد استدرك المشرع الجزائري في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقدم فيه تعريفا واضحا للمستهلك الإلكتروني، وأشار أيضا في مادته الثانية إلى الشروط الواجب توفرها في الشخص المتعاقد إلكترونيا المتمثلة لتمتع بالجنسية الجزائرية، الإقامة الشرعية في الجزائر وأن يكون شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري⁴.

¹- مرسوم تنفيذي رقم 355/96، مؤرخ في 19/10/1996، يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها، معدل ومتمم بالمرسوم رقم 459/97، ج.ر.ج.ج، عدد رقم 80، الصادر في 07/12/1997.

²- مرسوم تنفيذي رقم 315/01، المؤرخ في 16/10/2001، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد رقم 76، الصادر في 21/10/2001، (ملغى).

³- المادة 3 فقرة 01 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

⁴- المادة 02 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

غير أنّ المادة 03 منه تبين لنا المعاملات التي تمنع القيام بها عبر الاتصالات الإلكترونية والتي تتمثل في لعب القمار والرهان، واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية، أو التجارية، وكل 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 بهما¹.

وضح لنا هذا القانون أنّ المشرع الجزائري وحد بين المستهلك العادي الذي يتعاقد في مجال عمليات التعاقد التقليدي والمستهلك الإلكتروني الذي يتعامل عبر الوسائل الإلكترونية وبين لنا أيضا الاختلاف الموجود بينهما والذي يكمن في الوسيلة التي يتعاقدان بها. فالمستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية التي أقر بها المشرع للمستهلك العادي.

ثانيا: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في التشريعات المقارنة

إنّ حماية المستهلك ليست بالفكرة الحديثة على التشريعات الوضعية بل هناك كثيرة من التشريعات المختلفة التي اهتمت بنوعية المستهلك وتتوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود، كما أنشأت أيضا جمعيات تهدف إلى حمايته، وهي جمعيات مدنية لا تهدف إلى تحقيق الربح، وتتبع في دفاعها عن المستهلكين عدة طرق ومن أهمها النوعية والدعاية المعتادة *Contre publicité* والامتناع عن الشراء *Grève des Achats* والامتناع عن الدفع *Grève des paiement*².

ومن التشريعات المقارنة التي سعت إلى حماية المستهلك، نذكر على سبيل المثال التشريع الفرنسي والتشريع المصري.

1- مجال حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي

أصدر المشرع الفرنسي العديد من القوانين مثله مثل باقي التشريعات الأخرى التي اهتمت بحماية المستهلك ومن أبرز تلك القوانين، القانون الصادر في 02 جويلية الخاص بالدعاية

¹ - المادة 03 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سابق، ص 41.

والإعلانات المضللة، والقانون الصادر في 22 ديسمبر 1972 الخاص بتنظيم البيع التي تتم في المنازل، والقانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 وهو القانون المسمى بقانون روبير والذي يهدف إلى تنظيم وسائل الدعاية والإعلان المشروعة.

ثم جاء المشرع الفرنسي بقانون الاستهلاك الجديد رقم 93/949 الصادر في 02 يوليو 1993 الذي يتعلق بإعلام المستهلك وحمايته والذي ينظم جمعيات المستهلكين وتطابق وأمان المنتجات والخدمات.

لم يشير المشرع الفرنسي في القانون 230 لسنة 2000 المتضمن التوقيع الإلكتروني، صراحته إلى مبدأ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، إلا أنّ وضعه لشروط القيام بعملية التصديق على شهادات مقدمي هذه الخدمة يبدو واضحا منها أنّ هدفها هو حماية المستهلك¹. نصت المادة 111 من القانون الفرنسي رقم 93/949 على أنّ:

"المزود الذي يعرض منتجاته عبر الأنترنت يجب أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة وعلى وجه الخصوص الخصائص الكيفية والكمية والمدة التي ستعرض فيها". وبمقتضى المرسوم 741 لسنة 2001 نجد المادة 20/121 المتعلقة بحق المستهلك في العدول التي تنص على ما يلي:

"بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطي للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم الطلبة لإعادتها أو استبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع"².

(2) مجال حماية المستهلك في التشريع المصري

حمى المشرع المصري المستهلك من خلال عدة تشريعات منها ما هو منصوص عليه في قانون العقوبات الاقتصادي، وهي نصوص خاصة بحماية الاقتصاد، وبدأ الاهتمام بحماية

¹ - القانون الفرنسي بشأن تطويع قانون الإثبات لتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الإلكتروني رقم 230 لسنة 2000، المنشورة في الجريدة الرسمية عدد 62 سنة 2000، www.Justice.gouv.fr

² - 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

المستهلك منذ سنوات طويلة حيث بدأت ببداية تجريم الاحتيال عندما لجأ محافظ القاهرة في سنة 1830 إلى فرض عقوبات الحبس والأشغال الشاقة تبعا لجسامة الجريمة¹.

قام المشرع المصري بإصدار قوانين أخرى من بينها قانون رقم 10 لسنة 1966 المتعلق بمراقبة الأغذية وتنظيم تداولها، والذي عدل بموجب القانون رقم 30 لسنة 1976، كما نجد المشرع المصري قد أصدر قانون آخر متعلق بتجريم الأغذية غير المطابقة للمواصفات أو الغير صالحة للاستعمال الأدمي بسبب غشها أو فسادها أو لأنها ضارة بصحة، أو أنّ أماكن تداولها لا يستوفي شروط الصحة وهو القانون رقم 106 لسنة 1980.

صدر قانون حماية المستهلك لأول مرة في مصر وهو قانون رقم 67 لسنة 2006، وجاء هذا القانون لتحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام، وصوت حقوق المستهلك الأساسية، وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرفا فيها وحمايته من الغش والإعلان الخادع، وضمان سلامة المنتجات والخدمات وجودتها، كما أنّ هذا القانون جاء أيضا ليكون مستقلا بذاته من خلال حمايته للمستهلك، كما نجد أنّه حدد الجهات والهيئات المسؤولة عن هذه الحماية ومسؤوليتهما، كما بين لنا العقوبات التي يجوز فرضها في حالة القيام بمخالفة أحكامه الخاصة، وتجدر الإشارة إلى أنّ هذا القانون لم يتطرق إلى تنظيم المعاملات الإلكترونية².

ومن الاعتبارات التي دعت المشرع المصري إلى اصدار تشريع لحماية حقوق المستهلك ما

يلي:

- تعتبر حماية حقوق المستهلك جزء لا يتجزأ من منظومة حماية حقوق الإنسان بصفة عامة، بحيث يتعين ضمان حقوق الإنسان في الحصول على معاملة كريمة في الأماكن التي يرتادها ودون تمييز، وأن تقدم له الخدمة والسلعة الجيدة بسعر مناسب.

¹- بوزيان فيروز، جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلاني بونعامة، خميس مليانة، 2019، ص 13.

²- قانون حماية المستهلك المصري، رقم 67 لسنة 2006، مرجع سابق.

- يمثل قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 إضافة للقوانين القائمة التي تنظم الجوانب المختلفة لعلاقة المنتج والمستهلك والتي تؤكد اهتمام المشرع المصري بهذه القضية منذ منتصف القرن الماضي. وأيضاً يكمل منظومة سياسات وإجراءات حماية الاقتصاد المصري من السياسات التجارية غير المشروعة¹.

الفرع الثاني

مجال حماية المستهلك على المستوى الدولي

باعتبار أنّ المستهلك الطرف الضعيف والمهني أو المزود هو الطرف القوي في العملية الاستهلاكية الإلكترونية فإنّ مظاهر حماية المستهلك على المستوى الدولي تختلف، وذلك بغرض إعادة التوازن بين هذين الطرفين ولهذا تعددت الاتفاقيات والهيئات الدولية التي تسعى لحماية المستهلك من كل المخاطر التي يواجهها عبر شبكة الأنترنت، فمن الهيئات الدولية التي تعمل على حمايته نجد المنظمة الدولية للمستهلك (أولا)، ومنظمة التعاون الاقتصادي (ثانياً)، حماية المستهلك الإلكتروني في المعاهدات الدولية (ثالثاً)، وأخيراً حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي (رابعاً).

أولاً: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في المنظمة الدولية للمستهلك

هناك مجهودات دولية جبارة قصد حماية المستهلك، وهذه المجهودات ساهمت بشكل كبير في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك، والتي تأسست عام 1960 من طرف خمس منظمات للمستهلكين، المتمثلة في كل من أستراليا، هولندا، الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، وبلجيكا. وفي ظرف خمسة سنوات بلغ عدد دول الأعضاء فيها أكثر من مائة دولة، وأكثر من مئتي عضو.

يشترط في الدول والمنظمات المنخرطة فيها المقاييس التالية:

- ألا يكون فيها أهداف تجارية.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 48.

- أن تكون متمتعة باستقلالية تامة.
- ألا تلجأ إلى الإشهار في منشوراتها أو في مجالاتها¹.
- ومن أهم الأهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك منذ عام 1960 هي:
- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في: التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تنقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم.
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجاملات والنشرات الدورية التي تهتم بحماية المستهلك².

ثانياً: مجال حماية المستهلك الإلكترونية في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

كان لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية دور في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الأنترنت في 09 ديسمبر 1999، حين أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات والمشروعات والمستهلكين على الصعيد الوطني والدولي³. ظهرت العديد من المبادرات الدولية لهذا الشأن وعلى وجه الخصوص المتعلقة بوضع معايير موحدة، ومن هذه المبادرات ما أوصت به منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية من عمل توجيهات وإرشادات تتعلق بالخطوط العريضة لحماية المستهلك وذلك من خلال الإطار العام للتجارة الإلكترونية. ومن التوجيهات المفردة التي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ما يلي:

¹ - طيهار خالد، مرجع سابق، ص 22.

² - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 39.

³ - نبيل محمد أحمد صبيح، مرجع سابق، ص ص 168-169.

- يجب أن يكون هناك مستوى معين من الحماية للمستهلك الذي يقوم بعمليات تجارة الإلكترونية أو عمليات بيع عن بعد.
- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك وبلغة مفهومة له، وأن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية وكذلك نوع السلع والخدمات التي تقدمها.
- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن وطريقة الدفع والضمانات المقدمة وطريقة التسليم المنتج.
- الحصول على موافقة صريحة وواضحة من المستهلك
- إعطاء المستهلك 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 المعينة لحماية المستهلك¹.

ثالثاً: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في المعاهدات الدولية

هناك اهتمام عالمي بحماية المستهلك وتعددت الاتفاقيات الدولية لحمايته وإذا كانت لا تتعلق مباشرة بذلك، ومن هذه الاتفاقيات، اتفاقية بروكسل لعام 1968، بشأن تنفيذ الأحكام الأجنبية، واتفاقية لاهاي سنة 1978، بشأن القانون الواجب التطبيق على عقود الوساطة والتمثيل التجاري واتفاقية فيينا بشأن البيع الدولي للبضائع لعام 1980، واتفاقية روما لسنة 1980 بشأن القانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية².

رابعاً: مجال حماية المستهلك الإلكترونية في التوجيه الأوروبي

تعددت التوجيهات الأوروبية الصادرة في هذا الشأن، ومنها التوجيه الأوروبي رقم 93/13 الصادر في 5 أبريل 1993 بشأن حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي

1 - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ب ط، دار الفكر الجامعي، مصر، 2011، ص ص 429-430.

2- خالد ممدوح، المرجع نفسه، ص 428.

تعرض عليه من جانب البائع المحترف، كما صدر التوجيه الأوروبي رقم 144/99 الصادر في 25 مايو 1999 بشأن حماية المستهلك في عمليات البيع وضمائنات الأموال الاستهلاكية¹.

بعد 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 وبواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل اعتباراً من تاريخ التسليم للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء وغرامة ودون الحاجة لبيان الأسباب"².

أصدر المجلس الأوروبي عدة توجيهات منها التوجيه الذي نص على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك عمل مؤتمرات دولية للمعاملات التجارية الإلكترونية، وخاصة تلك التي تتم خارج أوروبا، إضافة إلى التوجيه المتعلق بالقواعد التي تحدد المحكمة الأفضل للمستهلك وبصفة خاصة في معاهدة روما الصادرة في 19 مايو 1980³.

كما تبني 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 الإلكترونية⁴.

1- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 40.

2- التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 مايو 1997، مرجع سابق.

3- أوشن حنان، مرجع سابق، ص 06.

4- محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 376.

خلاصة الفصل الاول

تطرقنا في هذا الفصل إلى الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني وكان ذلك بدء من المفهوم العام، حيث عرفنا المستهلك الإلكتروني في مختلف التشريعات وبالخصوص تلك التشريعات الأقرب للتشريع الجزائري، كالتشريع الفرنسي كذلك التشريع المصري الذي يصنف من بين التشريعات الدول العربية الأقرب إلى التشريع الجزائري.

كما تناولنا عناصر تحديد صفة المستهلك الإلكتروني ووجدنا أنه يجب أن تتوفر ثلاثة شروط ليكتسب هذه صفة وهي الشخصية القانونية للمستهلك الإلكتروني، حصوله على السلع والخدمات، والغرض من استهلاك.

توصلنا أيضا إلى دراسة نطاق الحماية وذلك ليس على المستوى الوطني فقط بل حتى على المستوى الدولي، هذا لأن المعاملات الإلكترونية أصبحت تشغل حيزا هاما في الحياة الأفراد والمجتمعات، حيث أنه في يومنا هذا أصبحت هذه المعاملات مصدر لتطور والتقدم، كما استنتجنا مما سبق أن المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني يختلفان في الوسيلة المستخدمة في التعاقد، ومنه فإن حاجة المستهلك الإلكتروني للحماية لا تقل عن حاجة المستهلك التقليدي بل أن المستهلك الإلكتروني بحاجة أكبر للحماية وذلك نظرا لما تنظمه البيئة الرقمية من مخاطر.

الفصل الثاني

الحماية القانونية للمستهلك

الإلكتروني

الفصل الثاني

الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

نظرا للتطورات الهائلة التي عرفها عصرنا الحالي في شبكة الأنترنت، أصبح التعاقد الذي يبرم بين المستهلك الإلكتروني والمهني يجرى عن بعد، هذا لأنّ التعامل عبر الأنترنت يسهل القيام بالمعاملات والتبادلات الاقتصادية والخدماتية، ونظرا لكثرة رغبات المستهلك الإلكتروني، فإنه يلجأ الى هذا النوع من التعاقد، سعيا منه للحصول على كل لوازمه ومتطلباته سواء الشخصية أو العائلية، ولهذا استدعى الأمر إلى وضع قوانين صارمة بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، لأنّ المستهلك الإلكتروني يكون ضحية لممارسات ونشاطات احتيالية كالغش والاحتيال، وهذا ما دفع بالمشرع الجزائري إلى تجريم هذه الأفعال الخطيرة.

سنتطرق في هذا الفصل إلى دراسة الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني (المبحث الأول)، وإلى الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

إنّ المستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الطبيعي والمعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المهني أو المحترف وتسليمها ماديا أو حكما، فهو يعتبر شخص واحد إلا أنّ الفرق الوحيد أنّ المستهلك الإلكتروني يتعامل عبر وسيلة إلكترونية ولهذا فإنّ المستهلك الإلكتروني له نفس الحقوق ونفس الحماية التي يتمتع بها المستهلك العادي، نجد أيضا كرسيت بعض التشريعات المقارنة الحماية القانونية لهذا المستهلك باعتباره محور هذه التجارة، ونجد أنّ المشرع اكتفى بتطبيق القواعد العامة لحماية المستهلك من العلاقات الاستهلاكية ولم يضع تشريعات خاصة بالمعاملات الإلكترونية.

وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى دراسة الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد الإلكتروني (المطلب الأول) لنبيّن بعد ذلك الحماية المدنية بعد التعاقد الإلكتروني في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد الإلكتروني

نظرا لتنوع أساليب الغش والاحتيال في مجال التعاقد الإلكتروني الى فان المشرع سعى الى توفير حماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، كذلك لنقص خبرته في هذا المجال وعدم قدرته لمعاينة السلع والخدمات قبل ابرام العقد، ولهذا استوجب الامر وضع اليات من اجل حماية المستهلك الذي يتعاقد الكترونيا خاصة في المرحلة التي تسبق التعاقد. سوف نركز في هذا المطلب على دراسة الالتزام بالإعلام الإلكتروني (الفرع الأول)، والحق في العدول عن التعاقد (الفرع الثاني)، ثم على حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يعرف الحق في الإعلام بأنه التزام المنتج أو المهني بوضع المستهلك في مأمن ضد مخاطر المنتج المسلم له، سواء كانت سلعة أو خدمة وهو ما يتطلب أن يبين المهني أو المحترف للمستهلك مخاطر التي تكون مرتبطة بالملكية العادية للشيء المسلم له، وقد فرض هذا الالتزام على المنتج أو البائع حرصاً على سلامة العقود في ظل عدم المساواة بين المستهلك من جهة وبين المنتج الذي يمتلك تفوقاً على الطرف الآخر، ونتيجة هذا الاختلال في المعرفة بتعيين على المهني الإفصاح إلى المستهلك، بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد طالما لها أهميتها في التعاقد¹.

فقد يفرض على البائع أيضاً توجيه بيانات وملحقات إعلامية، يبين فيها وبشكل مفصل المعلومات التي تفيد المشتري والتي تتعلق بالكافلات والضمانات التجارية التي يقدمها البائع، وكذلك الشروط المطلوبة لحل العقود غير محددة المدة أو التي تزيد مدتها عن سنة من تاريخ إبرام العقد².

وستتطرق في هذا العنصر على تعريف بالالتزام بالإعلام الإلكتروني (أولاً)، والأساس القانوني للالتزام بالإعلام (ثانياً)، ووسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام (ثالثاً).

أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام هو التزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، فهو التزام قانوني نجد مجاله في حسن النية قبل التعاقد واثناء التعاقد طالما انه يتم بكل شفافية وامانة،

¹ - إسماعيل نضال برهيم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 134.

² - عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص

بالإضافة الى ان هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائط الكترونية يسهل استعمالها والتطرق الى محتواها في شكل واضح ومقروء¹.

الالتزام المهني بالإعلام وتبصير المستهلك ينشأ من أجل حمايته باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وبموجبه ينبغي على البائع أن يعلم المشتري بكل ما يمكن أن يؤثر على قراره في إبرام العقد الإلكتروني من عدمه، وبذلك تكون إرادة المستهلك حرة في التعبير عن القبول².
أما بالنسبة للمشرع الجزائري فنجد انه لم يتطرق الى تعريف الالتزام بالإعلام في مجال العقود الإلكترونية بل اكتفى بتعريفه في ظل العقود العادية وذلك في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على انه:

"يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج والذي يقدمه، بأي وسيلة"³. مضمونها هو ان المتدخل ملزم بتقديم كل المعلومات الخاصة بالمنتج للمستهلك، وبأي وسيلة.

ثانيا: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام

هناك اختلاف بين الفقهاء على تحديد الأساس القانوني للالتزام بالإعلام، فهناك من يرى أنه هناك حتمية على إضفاء التوازن بين أطراف العقد، في حين يرى جانب آخر أن مبدأ حسن النية هو المثل الأساسي الذي يتبع منه الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

(1) - التوازن العقدي

يرى بعض الفقه أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر، قبل تكوين العقد كل البيانات اللازمة، لإيجاد رضا سليم،

¹ - خلفي عبد الرحمان، حماية المستهلك الإلكتروني، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول " المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة عبد الرحمان ميرة بجاية يومي 17 و 18 مارس 2009.

² - محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص 368.

³ - المادة 17 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

كامل، وعلى علم بكافة تفاصيل العقد المراد إبرامه¹. من أبرز الضروريات العملية التي أدت الى تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد انعدام التكافؤ بين المزود والمستهلك من حيث العلم بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك ولذلك فان وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين². حيث أنّ الالتزام بالإعلام التعاقدية الإلكتروني أساسه القانوني يستمد من التفاوت وعدم المساواة في العلم بين المتعاقدين³. وخاصة وأنّ هذا التفاوت تزايد بسبب التقدم العلمي والتطور التكنولوجي، وظهور أشكال عدة من السلع والخدمات ذات التقنيات الحديثة والعالمية⁴.

(2) - مبدأ حسن النية

يعتبر مبدأ حسن النية حسب رأي الفقهاء أساس ومصدر الالتزام بالإعلام ذلك لان هذا المبدأ يولد الثقة بين الطرفين، وفي نفس الوقت يهدف الى توفير الأمانة بين المتعاقدين. وفي مجال حماية المستهلك لا يتسنى ذلك، إلاّ من خلال إلزام البائع المهني بأن يدلي بكافة البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة والتي من شأنها أن تؤثر على رضا المستهلك، أي كتمانها ينفي حسن النية⁵. أكد المشرع الجزائري على مبدأ حسن النية في المادة 107 من القانون المدني التي تنص على:

"يجب تنفيذ العقد طبقا كما اشتمل عليه حسن نية ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول ما هو من مستلزماته وفقا للقانون، والعرف، والعدالة، وبحسب طبيعة الالتزام"¹.

¹ - أمانج رحيم أحمد، المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، د س ن، ص 68.
² - عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 55.
³ - موفق حماد عيد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري للنشر والتوزيع، د.ب.ن، 2011، ص 95.
⁴ - المرجع نفسه، ص 95.
⁵ - منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر 2013، ص 71.

نستخلص من هذه المادة أنّ مبدأ حسن النية في مرحلة تنفيذ العقد له دور فعال على تكريس الالتزام بالإعلام التعاقدية في العلاقة العقدية.

ثالثاً: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

هناك عدة وسائل يتم فيها الالتزام بالإعلام ومن بين هذه الوسائل نجد وسم المنتجات، الاعلام بالأسعار وشروط البيع.

حسب المادة 17 من قانون رقم 03/09 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش فإنّ: "الالتزام بالإعلام يتم بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"². ويقصد في هذه المادة انه يجب على المهني إيصال كل المعلومات المتعلقة بالمنتوج للمستهلك وبأبي وسيلة.

1) تنفيذ الالتزام بالإعلام عن طريق وسم المنتجات

الوسم هو تلك البيانات الموضوعية على الغلاف والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك ويجب ان يكون بطريقة لا توهي باي اشكال او اضطرابات في ذهن المستهلك ولا يحمل إشارات او عبارات تؤدي الى الظن او الشك فيه³، والالتزام بالوسم التزام سلبي يتمثل على وجه الخصوص في إعطاء معلومات لا توهي الى تغليب والطريقة التي يتمكن بها من استعمال المنتج، ومن جهة أخرى عد الالتزام بالوسم التزام إيجابي يتمثل في حماية المستهلك بإعطائه معلومات كافية وظاهرة⁴.

نجد المادة 2 فقرة 6 من قانون 39/90 المتعلق بالجودة وقمع الغش عرفت الوسم بأنه:

¹- المادة 107 من أمر رقم 58/75، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

²- المادة 17 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³- CALSSEUR Juris, Droit de la consommation et de la concurrence, Lexisnexis canada, Volume 3, fascicule, 845, p 06.

⁴- عثمانيو مريم، عزري فارس، حماية المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون عام اقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، د س ن، ص 40.

" جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور الشواهد أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا معيناً أو خدمة أو يرتبط بهما"¹.

الغرض من الوسم هو ضمان الإعلام على الشيء المبوع إذا كان صالحاً للاستهلاك أولاً ولا يتعرض المستهلك الإلكتروني لضرر جسماني وأيضا لكي لا يتعرض المهني لمسؤولية جزائية جراء هذا المنتج.

2) الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع

يعد الإعلام بالأسعار شرطا ضروريا لحرية التعاقد ووسيلة فعالة لتحقيق شفافية الممارسة التجارية ومن ثم حماية المستهلك في المحافظة على قدرته الشرائية، إذ لا يكفي ان يكون السعر محدد وإنما يجب ان يكون في مقدار المستهلك (المشتري) ان يعلم به قبل مرحلة إبرام العقد والإعلام بالأسعار يمكن للمشتري المفاضلة بين الأسعار المعروضة، فيختار المستهلك السعر المناسب عبر إرادة حرة وسليمة، دون اللجوء الى البائع او عارض الخدمة لمعرفة السعر الذي يطلب دفعه و يعرف الإعلان عن الأسعار على انه كل ما يستخدمه التاجر لتحفيز المستهلك على الاقبال على سلعته سواء تم ذلك بالوسائل المرئية او المسموعة او المقروءة، وهو ما يسمى "الإعلان الاستهلاكي"².

وحسب المادة 11 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإنه:

"يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر..."³. ومفاد هذه المادة هو ان الأسعار يجب ان تكون مرئية أي واضحة وتكون بطريقة تسهل للمستهلك رؤيتها، وحال لم يتحقق ذلك فإن

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 05، الصادر ب 01 جانفي 1990 معدل ومتم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج. عدد 16 الصادر ب 21 أكتوبر 2001.

² - عثمانيو مريم، عزري فارس، مرجع سابق، ص 40.

³ - المادة 11 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

العون الاقتصادي يكون قد أخل بالتزامه بالإعلام ومثال عن ذلك كقيامه بوسم السعر أسفل المنتج.

في حالة عدم رؤية المستهلك للسعر يفترض على العون الاقتصادي قد أخل بالتزامه لكن هذا الافتراض بسيط قطعي بحيث العون الاقتصادي يمكن له أن يثبت عدم رؤية السبب هذا السبب أجنبي أو سبب قوة قاهرة يخلط المنتجات بشكل يتعذر منه رؤية السعر ومنه سيستعيد مسؤوليته المدنية أو الجزائية وفقا للشروط المقررة¹.

أن تكون مقروءة إذا كان السعر مرئي فلا بد أن يكون مكتوب بأرقام أو بحروف واضحة وبلغة يفهمها عموم المستهلكين بمقتضى استعمال اللغة العربية إذا تم تبيان بالحروف باعتبارها اللغة الوطنية والرسمية والمألوفة، والأسعار تأتي بالأرقام وليس بالحروف في الغالب².

الفرع الثاني

الحق في العدول عن التعاقد

يعتبر حق العدول احد الضمانات الهامة و المكرسة قانونا وهو اكثر وسائل حماية المستهلك ملائمة لخصوصيات العقد الإلكتروني³ ، إن حق المستهلك في العدول عن العقد، فوجب القوة الملزمة للعقد فإنه لا يستطيع أي متعاقد الرجوع عنه في المرحلة التي تسبق تنفيذه⁴ يكون ملزما ولا رجعية فيه، لكن حاجة المستهلك الإلكتروني إلى الحماية دفعت الكثير من المشرعين إلى منحهم خيار العدول عن التعاقد قبل التنفيذ⁵.

¹ - علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق: تخصص قانون خاص، جامعة الجزائر 1، بن عكنون، 2014، ص 23.

² - المرجع نفسه، ص 25.

³ - نبيل محمد احمد صبيح، مرجع سابق، ص 59.

⁴ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، (دراسة مقارنة)، ط 01، منشورات الحلبي، لبنان، 2009، ص 508.

⁵ - المرجع نفسه، ص 508.

لكون المستهلك يحتل مركز الضعف في هذه العقود الإلكترونية، فإن هذا الحق تزداد أهميته وذلك حرصا على حماية المستهلك من خلال منحه فرصة في رفض أو طلب استبدال السلعة أو الخدمة، وهو ما يسمى بالعدول في حال ما إذا كانت السلعة أو الخدمة ليست مطابقة أو معيبة. سنتطرق في هذا الفرع إلى تعريف الحق في العدول (أولا)، وممارسة حق العدول (ثانيا).

أولا: تعريف الحق في العدول

يمكن تعريف حق العدول بأنه: "حق المستهلك في ارجاع السلعة أو رفض الخدمة في خلال مدة معينة يحددها القانون دون الحاجة ابداء اية مبررات، مع التزام التاجر أو مقدم الخدمة بحسب الأحوال برد قيمتها، مع تحمل المستهلك مصروفات الرجوع فقط"¹. ويسمى كذلك بخيار الرجوع، مهلة التفكير وحق الندم².

فالحق في العدول وسيلة يسمح بمقتضاه المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد، ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقا، والحق في العدول يهدف بصفة أصلية إلى حماية رضا المستهلك وتنقيته من كل العوامل المجازفة التي تؤدي به إلى الندم، ويتحقق ذلك من خلال إعطائه مهلة إضافية لتروي والتدبر في أمر العقد الذي أبرمه³.

إن إعطاء المستهلك الإلكتروني هذا الحق أي الحق في العدول عن الصفقة وكذا بيان كيفية الرد الثمن المسدد من قبله حال عدوله، وتوفير له الشروط الضمان والخدمات ما بعد البيع، وجد لضمان إقامة نوع من التوازن بين مصالح الطرفين⁴.

تطرق المشرع الجزائري في القانون 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى حق المستهلك الإلكتروني في العدول في المادة 22 منه التي تنص على أنه: "في حالة عدم احترام المورد

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص 627.

² - عبدلي حبيبة، عبدلي وفاء، "حق المستهلك الإلكتروني في الرجوع عن التعاقد بين قصور النص القانوني وواقع الممارسة"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02، 2020، ص 221.

³ - غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص 76.

⁴ - عامر محمود الكسوني، مرجع سابق، ص 161.

الإلكتروني لأجل التسليم، يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه 04 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر وفي هذه الحالة، يجب على المورد الإلكتروني ان يرجع للمستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل 15 يوما من تاريخ استلامه للمنتج".

ثانيا: ممارسة الحق في العدول

لا توجد إجراءات خاصة لممارسة الحق في العدول فالشرط الحيد المتعارف عليه هو احترام المدة الواردة في القانون ولهذا سوف ندرس كيفية ممارسة الحق في العدول ثم المهلة المحددة لذلك¹.

1) كيفية ممارسة الحق في العدول

الغاية من ممارسة الحق في العدول، هي التأكد من رضا المستهلك فيما يتعلق بالمهل في إبرام العقد، وهو ما يجب إطلاق إرادة التعبير في الرجوع في التعاقد من أي قيود اتفاقا مع هذه الغاية، فالأصل الا يخضع هذا لأية إجراءات خاصة ولا ينبغي للمتعاقدين ال يتفقا في تحديد طريقة معينة لممارسة العدول².

نصت المادة 23 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على انه: "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق لطلبية او حالة ما إذا كان المنتج معيبا"³.

¹ - طيهار خالد، مرجع سابق، ص 39.

² - مرغني حيزوم بدر الدين، حاقة لعروسي، "حق المستهلك الإلكتروني في العدول"، مجلة ابلنزا للبحوث والدراسات، المجلد 05، العدد 01، جامعة الوادي، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2020، ص 88.

³ - المادة 23 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ألزم المشرع المورد في هذه المادة باسترجاع سلعته في حالة ما إذا ظهر فيها عيب، أو إذا كانت مخالفة لطلبية.

(2) مدة ممارسة هذا الحق

لقد اختلفت التشريعات من حيث تحديد مهلة الحق في العدول، حيث نجد المشرع التونسي حدد مهلة الرجوع عن العقد خلال 10 أيام، في حين نجد المشرع الفرنسي الذي منح مهلة العدول خلال 15 يوم، اما التوجيه الأوروبي فقد منح للمستهلك مهلة الرجوع بـ 7 أيام فقط. اما بالنسبة للتشريع الجزائري فانه تطرق لهذا الحق في المادة 23 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تنص: "يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها (04) أيام عمل ابتداء من يوم التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة الى سبب الرفض وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني"¹. مفاد هذه المادة هو ان المشرع قد اعطى للمستهلك حق في العدول، وحدد له مهلة 04 أيام والتي تبدأ من تاريخ تسلمه للمنتج، مع ذكر السبب في الرفض، وعلى المورد الإلكتروني تحمل التكاليف.

الفرع الثالث

حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته

إن أشكال التعاقد عبر الأنترنت تطغى على أنها من العقود النموذجية التي قام بإعدادها مسبقا مختصون يتمتعون بالكفاءة الاقتصادية والفنية ولهذا فإنه يجب حماية المستهلك التي تتمثل الخصوصية المستعملة من أجل التعاقد الإلكتروني التي تتضمن البيانات الخاصة للمستهلك وذلك بحمايته من أجل كسب ثقة المستهلك².

¹ - المادة 23 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - طيهار خالد، مرجع سابق، ص 42.

سنتطرق في هذا الفرع إلى دراسة الحق في مواجهة الشروط التعسفية (أولاً)، وحق المستهلك في حماية بياناته الشخصية (ثانياً).

أولاً: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

الشرط التعسفي هو الشرط الذي يفرض على المستهلك من قبل المزود نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير للسلطة الاقتصادية التي يتمتع بها بغرض الحصول على ميزة مجحفة، فالشرط التعسفي يترتب عنه عدم التكافؤ بين الحقوق والالتزامات الناشئة عن العلاقة العقدية وأتته شرط غير خاضع للمفاوضات الفردية بين الحقوق بين المزود والمستهلك، كذلك يختص بكونه أنه شرط مكتوب بصفة مسبقة ودون أن يكون للمستهلك أي تأثير في محتوى العقد الإلكتروني¹.
لم يشر المشرع الجزائري في القانون رقم 05/18 لمسألة الشرط التعسفي لكن نجد انه قد عرف الشروط التعسفية ضمن المادة 3 فقرة 5 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كما يلي:

"الشرط التعسفي كل شرط أو بند بمفرده أو يشترك مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"².

ونجد أيضاً المادة 30 من القانون 02/04 التي نصت على:

"بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود، ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية"³. نجد ان هذه المادة منعت العمل ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية على العقود، وذلك من اجل حماية المستهلك.

¹ - عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية: (عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 355.

² - المادة 3 من القانون رقم 02/04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ - المادة 30، المرجع نفسه.

ثانيا: حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية

قد تتضمن المعاملات الإلكترونية بيانات شخصية يتم إرسالها من المستهلك الى التاجر في إطار التأكيد على عملية البيع، وقد تكون هذه المعلومات عبارة عن بيانات اسمية، او عدة صور في شكل الكتروني، كما قد تشمل مقر إقامة المستهلك، وطبيعة العمل الذي يقوم به، وغير ذلك من البيانات التي لا يرغب في الكشف عنها للغير، وقد يسئ التاجر الإلكتروني استخدام هذه البيانات ويتعامل معها في غير الأغراض المخصصة له، ومن شأن ذلك ان يمس بحرمة الحياة الخاصة للمستهلك¹.

أما القانون 05/18 لم يشر لمسألة الشرط التعسفي لكن نجد القانون 02/04 قد عرف هذا الشرط في المادة 3فقرة 5 على انه: " كل بند او شرط بمفرده او مشتركا مع بند او عدة بنود او شروط أخرى من شأنه الاخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات اطراف العقد"². وعرفته المادة 03فقرة 01 من القانون 07/18 المتعلق بحماية بيانات الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي على انها "كل المعلومات بغض النظر عن دعائها متعلقة بشخص معروف او قابل لتعرف عليه والمشار ادناه "الشخص المعني" بصفة مباشرة او غير مباشرة لاسيما بالرجوع الى الرقم التعريف او عنصر او عدة عناصر خاصة بهويته البدنية او الفيزيولوجية او الجينية او البيومترية او النفسية او الاقتصادية او الثقافية او الاجتماعية"³.

¹ - خلفي عبد الرحمان، مرجع سابق، ص18.

² - المادة 3فقرة 5 من القانون رقم 02/04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ - قانون رقم 07/18 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يوليو سنة 2018، يتعلق بحماية الاشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر.ج.ج، عدد 34، الصادر في 25 رمضان عام 1439 هـ يونيو سنة 2018.

المطلب الثاني

الحماية المدنية بعد التعاقد الإلكتروني

لا تكفي أن تنص التشريعات القانونية أو الدولية على إقرار حقوق المستهلك الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت سواء كان قبل التعاقد أو بعد تنفيذ العقد، لكن يجب أن تكون هناك على أرض الواقع هذه الحقوق، وذلك من أجل أن تبعث الثقة على نفوس المستهلكين الإلكترونيين وتكون لهم إرادة تجعلهم يتعاقدون عبر شبكة الأنترنت دون خوف ولا ضياع حقوقهم ويكون هناك ضمان على الشيء المبوع وأيضا سلامة من كل عيب. وعليه سوف يتم التطرق على الالتزام بالضمان في (الفرع الأول)، ثم الى الالتزام بالسلامة في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الالتزام بالضمان

يعتبر الضمان من أهم الضمانات التي رتبها المشرع الجزائري على عاتق المتدخل حيث يلتزم إلى جانب ضمان عدم التعرض عدم التعرض والاستحقاق، وضمان العيوب الخفية في المنتج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك¹، وقد ظهر الالتزام الضمان خاصة مع التطور الصناعي والتكنولوجي في المنتجات الاستهلاكية التي أصبح اعتماد المستهلكين عليها أمرا أساسيا، بما حققت لهم من أسباب المتعة والرفاهية، إلا أنه في نفس الوقت قد زادت من فرض المخاطر لهم التي تهددهم في أرواحهم وأموالهم². وسنركز في هذا العنصر على الضمان القانوني وأساس إلزاميته (أولا)، وجزء الالتزام بالضمان (ثانيا).

¹ بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، ص 34.

² المرجع نفسه، ص 34.

أولاً: الضمان القانوني وأساس إلزاميته

عرف المشرع الجزائري الضمان في المادة 02 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية

المستهلك وقمع الغش على أنه:

"التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، وفي حالة ظهور عيب في المنتج، باستبدال

هذا الأخير أو ارجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته".¹

كم تطرق أيضا في المادة 16 منه الى الزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع.²

نظم أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر وبضمان

المنتجات والخدمات.³

وفي حالة وجود عيب في المنتج ألزم المشرع الضامن أو المتدخل بتنفيذ الضمان وفق ثلاثة

أوجه إصلاح المنتج أو استبداله أو رد ثمنه.⁴

ثانياً: جزاء الالتزام بالضمان

إنّ هدف المشرع من هذا الضمان هو التزام المتدخل بالوفاء في حالة وجود عيب في

المنتج خلال فترة الضمان، لأنّ الضمان هو حق لصالح المستهلك ولهذا تضمن ثلاث أوجه. نجد

استبدال المنتج في حالة تعذر إصلاح المنتج كأن يصاب بعيب أو خلل جسيم يؤثر على

صلاحية المنتج بأكمله، وفي حالة ما إذا أمكن إصلاح المنتج من طرف المتدخل وإعادته إلى

حالته الطبيعية ودون مقابل، للمتدخل حق رفض استبدال المنتج في هذه الحالة.⁵

إذن استبدال المنتج المعيب لا يكون إلاّ إذا تعذر إصلاح المنتج من طرف المتدخل وذلك

ما أكدته المادة 07 من المرسوم التنفيذي 266/90 ونجد أيضا إصلاح المنتج فإنّ المشرع ألزم

1 - المادة 02 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2- المادة 16، المرجع نفسه.

3- المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15/10/1990 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر.ج.ج. عدد

40 صادر في 19/10/1990، معدل ومتمم .

4- المادة 05، المرجع نفسه.

5- بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص 46.

المتدخل أن يأخذ على عاتقه إصلاح المنتج وتحمل كافة نفقات الإصلاح من قطع غيار، ومصارف اليد العاملة وغيرها جبرا للضرر حيث يعود المنتج إلى طبيعته¹. ونجد عنصر آخر يتمثل في رد ثمن المنتج في حالة استحالة إصلاح المنتج أو استبداله فإنّ المشرع ألزم المتدخل في رد الثمن ويكون ذلك دون تأخير لكنه حدد بعض الشروط تتمثل في:

رد نصف ثمن المنتج إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئيا ولكن المستهلك الإلكتروني فضل الاحتفاظ به، والشرط الثاني استرداد الثمن كليا إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كليا فإنّ المستهلك عليه أن يرد المنتج كما هو.

الفرع الثاني

الالتزام بالسلامة

يكون الالتزام بالسلامة عن طريق وضع قواعد وقائية من شأنها توفير الحماية الكافية للمستهلك وتقويتها، ذلك لان المستهلك يحتل دائما مركز الضعف في العلاقة التعاقدية، حيث ان حاجته تؤدي به الى اقتناء أشياء في بعض الأحيان لا يمكن له تجربتها، بالمقابل يكتفي بمشاهدتها عبر مواقع شبكة الانترنت، ولهذا السبب فان ضمان سلامته والعمل على امنه ضرورة حتمية.

ويتصف الالتزام بالسلامة بثلاثة صفات، الصفة الأولى وجود خطر يهدد سلامة جسد أحد أطراف العقد، الصفة الثانية انتقال حق المتعاقدين في سلامة الجسدية للمتعاقد الآخر، وأخيرا المدين في الالتزام بالسلامة عادة ما يكون المدني المحترف "المتدخل"².

سننترق في هذا الفرع إلى مضمون الالتزام بالسلامة (أولا)، ثم الى شروط الالتزام بالسلامة (ثانيا).

¹ - سليم سداوي، حماية المستهلك: (الجزائري نموذج)، ط 1، دار الخلدونية، 2009، ص 89.

² - محمد سليمان فلاح الرشيد، نظرية الالتزام بضمان السلامة في إطار تطور المسؤولية العقدية (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون، جامعة عين شمس، 1998، ص 91.

أولاً: مضمون الالتزام بالسلامة:

الالتزام بالسلامة المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك يتضمن مجموعة الإجراءات الحماية والوقاية من المخاطر التي يتم تطبيقها عن طريق الإرادة والقضاء الجزائي كما يعد أساس تحريك مسؤولية المهني في حالة الضرر الناتج عن السلعة أو الخدمة، ونجد فكرة الالتزام بالسلامة في نص المادة 02 / 107 من القانون المدني الجزائري التي تنص على:

"ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فحسب بل يتناول أيضا على ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام"¹.

اقتصرت السلامة على المستهلك دون سواه في المادتين 09 و 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. حيث نصت المادة 09 منه على أنه: "يجب أن تكون المنتجات الموضوعية للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".

في حين نصت المادة 10 كم ذات القانون على أنه:

"يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج إلى أن يضعه للاستهلاك فيما يخص

- مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته.
- تأثير المنتج على المنتجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتجات.
- عرض المنتج ووسمه والتعليقات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا الارشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج.
- فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج خاصة الأطفال "².

¹- خاوي سعاد، مرجع سابق، ص 38.

²- المادة 09 و 10 من القانون رقم 03/09، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ثانياً: شروط الالتزام بالسلامة

ان الالتزام بالسلامة التزم يقع على عاتق البائع المحترف لفائدة المستهلك الإلكتروني، هذا لان الهدف الأساسي من هذا الالتزام في مجال العقود الإلكترونية هو توفير الامن والضمان للمستهلك وذلك من خلال تزويد هذا الأخير بسلعة لا تتطوي على خطورة لا عليه ولا على المحيطين به.

يتكون الالتزام من السيطرة المدنية على الأشخاص وعلى الأشياء التي تثير الضرر الجسدي، وتنفيذه بطريقة كاملة يستلزم خطوة مزدوجة، توقع الأخطار التي يمكن أن يترضى لها الدائن والتصرف حيال هذه الأخطار عما يمنع وقوعها أو التقليل من آثارها، ومما سبق يمكن استخلاص الشروط العامة بسلامة المستهلك في العقد الإلكتروني¹.

1) وجود خطر يهدد أحد المتعاقدين في السلامة الجسدية

يقتني المستهلك المنتجات عن بعد عبر شبكة الانترنت وغالبا ما يكون المحترف المصدر الوحيد للمعلومات الخاصة بالمنتج، ونضرا لجهل المستهلك لتكوين السلع والخدمات ذات التركيب المعقد، فان مسألة ضمان سلامة المنتج تسند للشخص المحترف المتعاقد عبر شبكة الانترنت الذي يفترض فيه الخبرة والدراية بشكل يمكنه من ممارسة نشاطه المهني وتسويق منتجاته مع ضمان توفير الامن للمستهلك الإلكتروني من خلا تقديم منتجات لا تتطوي على الخطر، ويستبعد ان تكون مصدرا لضرر محقق بالمستهلك الذي يقوم باقتنائها والأشخاص المحيطين به².

2) الحفاظ على السلامة الجسدية لأحد المتعاقدين موكلا للآخر

إن تعدد المخاطر التي باتت سلامة³ المستهلك بحكم قلة خبرته وجاهة بتكوين السلع والخدمات، وهذا ما جعله في حاجة ماسة إلى تقرير ضمان بالسلامة، الذي يلزم على البائع أو

¹ - سعاد خاوي، مرجع سابق، ص 39.

² - أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص ص 179-180.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 67.

المنتج إحاطته علما بكافة المعلومات والبيانات التي تمكنه من الاستعمال الصحيح والسليم¹. والالتزام بالسلامة لا يعني المشتري وحده بل أصبح يهم جميع المستهلكين الذين قد يكونوا ضحايا المنتجات الخطرة ومنه البائع، الموزع، المنتج، ومقدم الخدمة ملزمون بذلك، بحيث يقوم كل واحد منهم بأمن وسلامة المستهلك².

3) المنتج أو البائع يجب أن يكون محترفا

لكي يضمن المستهلك سلامته أثناء اقتنائه للمنتج أو السلع لابد أن يكون مقدم الخدمة أو البائع محترفا ذو خبرة ودراية بأصول مهنته، حتى يتعامل دون حذر معه³ وهذا الحال ينطبق على البائع الذي يعرض سلع ومنتجات فنية وكيميائية معقدة التركيبية على شبكة الأنترنت، إذ يتصل بعدد كبير من الناس، مما يؤدي إلى تضخم الضرر في هذه الحالة متى كانت سلعة تحتوي على خطر تهديد الآخرين والمؤكد أنّ المستهلك الإلكتروني لا يقدم على استعمال المنتج إلا في حالة أحاط البائع علما بمصدر الخطر وكذلك البيانات العلمية وخبرات التي تمكنه في عدم وقوع فيه⁴.

المبحث الثاني

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

إنّ الخطر الذي يتعرض له المستهلك الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية أكبر من الخطر الذي يتعرض له في مجال التجارة التقليدية، فيظهر هذا النوع الجديد من الجرائم تحت اسم الجرائم الإلكترونية، ونظرا أن المستهلك هو الطرف الضعيف في هذه العملية فإنّ نسبة تعرضه لهذا النوع من الجرائم كبيرة، وبغرض حماية المستهلك في علاقاته التعاقدية عن طريق شبكة الأنترنت فإنّ القانون أوجب نوع آخر من الحماية للطرف المستهلك وذلك عن طريق تجريم بعض

¹- جابر محبوب علي، "ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المبيّعة، دراسة في القانون الكويتي والقانون المصري والفرنسي"، *مجلة الحقوق*، جامعة الكويت، عدد 3، 19 ديسمبر 1995، ص 242.

²- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 51.

³- عمر خالد رزيقات، مرجع سابق، ص 345.

⁴- خاوي سعاد، مرجع سابق، ص 41.

الأفعال التي تضر به وتمس سلامته وسلامة المنتجات أو السلع، وهذا ما جعل معظم التشريعات تلجأ لحماية المستهلك بصفة عامة، والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة.

وعليه قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين، حيث نتناول في (المطلب الأول) ماهية الحماية الجزائية، أما (المطلب الثاني) فننتقل إلى صور الحماية الجزائية.

المطلب الأول

مفهوم الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تقع الحماية الجزائية في التعاقد الإلكتروني من خلال تجريم الأفعال التي يقوم بها الجاني في مقابل المستهلك بقصد الإضرار به عبر شبكة الأنترنت، فالعديد من القوانين والتشريعات الحديثة أضافت هذه الحماية للمستهلك في قوانين التجارة الإلكترونية، كذلك هناك العديد من المواد الواردة في قوانين حماية المستهلك، والتي تنص على تجريم بعض الأفعال التي قد تقع على المستهلك¹. نظرا للمخاطر التي يتعرض لها المستهلك في مجال العقود الإلكترونية فإن العديد من القوانين سعت إلى توفير حماية أكبر للمستهلك ذلك أنه يعد الطرف الضعيف مقارنة بالمهني حيث أنّ هذا الأخير يمكن أن تصدر عنه سلوكات تضر بالمستهلك، خاصة أنه وفي الآونة الأخيرة كثرت الجرائم المرتكبة ضد المستهلك، الأمر الذي يتطلب حماية جنائية للمستهلك. اتجهت مختلف التشريعات إلى تجريم الأفعال والممارسات المخالفة لقواعد التجارة الإلكترونية، ونفس الأمر بالنسبة للمشرع الجزائري.

سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الجريمة الإلكترونية (الفرع الأول)، ولأركان الجريمة الإلكترونية في (الفرع الثاني)، ثم إلى المسؤولية الجنائية المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني (الفرع الثالث).

¹ - عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 93.

الفرع الأول

تعريف الجريمة الإلكترونية

ذهب الفقهاء في تعريف الجريمة الإلكترونية إلى عدة مذاهب وضعوا تعريفات مختلفة، ويتراوح تعريف الجريمة الإلكترونية بين الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسوب والجرائم التي ترتكب بأي نوع من المعدات الرقمية، وتعرف الجرائم الإلكترونية على أنها الجرائم التي ترتكب باستخدام الحاسوب والشبكات والمعدات التقنية مثل الجوال، وهناك من عرفها على أنها الجرائم ذات الطابع المادي التي تتمثل في كل سلوك غير قانوني من خلال استخدام الأجهزة الإلكترونية ينتج منها حصول المجرم على الفوائد مادية أو معنوية¹.

اختلفت آراء الفقهاء فانقسموا إلى فئتين الأولى استندت في تعريف الجريمة إلى موضوع الجريمة ذلك باعتبار أنّ الجريمة ليست التي يستخدم فيها الحاسب بل تقع على الحاسب الآلي أو في داخل نظامه، أما الفئة الثانية استندت في تعريف الجريمة إلى الوسيلة الجرمية أي أنّ الجريمة تتحقق باستخدام الكمبيوتر كأداة رئيسية.

عرف المشرع الجزائري بموجب المادة 02 من قانون 04/09 الجرائم المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنّها:

"جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعلومات المحددة في قانون العقوبات أو أية جريمة ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات الإلكترونية"²، في هذه المادة نلاحظ أنّ المشرع جمع بين عدة معايير من أجل وضع تعريف للجريمة الإلكترونية، المعيار الأول الذي اعتمد عليه هو معيار وسيلة الجريمة في قوله عن طريق منظومة

¹ - بوضياف اسمهان، "الجريمة الإلكترونية والإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسة القانونية والسياسية، العدد 11، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018، ص ص 350-351.

² - المادة 02 من القانون رقم 04/09 مؤرخ في 05/08/2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بالتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر.ج. عدد 47، صادر في 16/08/2009، معدل ومتمم.

معلوماتية، أمّا المعيار الثاني هو موضوع الجريمة وهو المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، أمّا المعيار الأخير هو معيار القانون الواجب التطبيق المنصوص عليه في قانون العقوبات.

الفرع الثاني

أركان الجريمة الإلكترونية

تختلف الجريمة الإلكترونية عن الجريمة التقليدية سواءً من حيث الأداة أو من حيث المكان، حيث أنه للقيام بالجريمة الإلكترونية يستلزم الأمر إلى استخدام أداة ذات تقنية عالية، وفي نفس الوقت لا يتطلب الأمر انتقال الجاني إلى مكان الجريمة مادياً، بل يكفي فقط باستخدام شبكة الأنترنت.

تقوم الجريمة الإلكترونية على ركنين رئيسيين هما الركن المادي (أولاً)، والركن المعنوي (ثانياً).

أولاً: الركن المادي في الجريمة الإلكترونية المرتكبة من المستهلك

يتكون الركن المادي للجريمة الإلكترونية من السلوك الإجرامي والنتيجة والعلاقة السببية، علماً أنه يمكن تحقق الركن المادي دون تحقق النتيجة، كالتبليغ عن الجريمة قبل تحقيق نتائجها¹. إنّ السلوك الإنساني المحظور الذي يؤدي إلى الضرر والتهديد بوقوعه بشكل الركن المادي للجريمة الإلكترونية بالفعل هو السلوك الإنساني المحظور والنتيجة هي التي ترتكب على وقوع هذا الفعل والعلاقة السببية بين الفعل والنتيجة هي التي تشكل عناصر الركن المادي للجريمة الإلكترونية، فالنشاط أو السلوك المادي في جرائم الأنترنت يتطلب وجود بيئة اتصال بالأنترنت ويتطلب أيضاً معرفة بداية هذا النشاط والشروع فيه ونتيجته فمن يقوم بسرقة رقم بطاقة الائتمانية للمستهلك عبر الأنترنت يحتاج إلى تجهيزات الحاسوب لكي يحق له حدوث الجريمة فيقوم بتحميل الحاسوب ببرامج اختراق².

¹ - بوضياف إسمهان، مرجع سابق، ص 354.

² - بوزيان فيروز، جمال الدين بلعيد، مرجع سابق، ص 100.

وأنّ النتيجة الإجرامية في جرائم الأنترنت يمكن معرفتها من خلال معرفة وقت الضرر الذي لحق المستهلك نتيجة وقوع العمل الاجرامي عليه¹.

ثانيا: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية

الركن المعنوي هو الحالة النفسية للجاني والعلاقة التي تربط ماديات الجريمة وشخصية الجاني، ولقيام هذا الركن يكفي توفر القصد العام أي توفر العلم والإرادة باعتبار الجريمة الإلكترونية، تحقق الركن المعنوي، إلاّ أنّه قد ترتكب هذه الجرائم عن غير قصد، مثلا: جريمة الدخول غير مشروع إلى النظام كأن يعتقد الجاني أنّه مازال له حق الدخول إلى النظام الآلي كأن يكون قد سبق له الاشتراك في الدخول إلى البرامج ولكن مدة الاشتراك انتهت ومع ذلك إلى النظام استنادا إلى اعتقاده الخاطيء، لأنّ الغلط ينفي القصد²، والأصل في جميع الجرائم أنّها تقع عمدية³.

فالجاني هنا يكون بصدد ارتكاب فعل ضد حق وهو يعلم جيدا أنّ القانون يحمي ذلك الحق ويعاقب عليه كما يعلم أيضا أنّ ذلك العمل الذي سيقوم به غير مشروع وأنّ القانون صنفه ضمن الجرائم، الركن المعنوي للجريمة الإلكترونية يقوم على أساس واحد وهو توفر الإرادة لدى الفاعل، أي أنّ الجاني يقترف جريمة بوعي وإدراك أي أنّ إرادته تتجه إلى القيام بعمل غير مشروع بجرمه القانون مثلا: كأن ينتحل المزود شخصية عبر الأنترنت بقصد الإضرار بالمستهلك، والحصول على أمواله. ولكي تكتسب إرادة الجاني الصفة الإجرامية من العمل غير المشروع يجب أن تتوفر النتيجة الجرمية من ذلك الفعل.

¹ - عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 154.

² - خاوي سعاد، مرجع سابق، ص 47.

³ - أوّشن حنان، مرجع سابق، ص 15.

الفرع الثالث

المسؤولية الجنائية المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني

لقد أعطى قانون العقوبات حماية جنائية خاصة للمستهلك، ذلك نظرا للمخاطر التي يتعرض لها في مجال التجارة الإلكترونية، لهذا وجب على المشرع حماية المستهلك سواء من الخدمات أو من المنتجات التي تضر به.

سنتطرق إلى عقوبة جريمة الغش التجاري والصناعي (أولا)، ثم إلى عقوبة جريمة الاحتيال المعلومات (ثانيا).

أولا: عقوبة جريمة الغش التجاري والصناعي

قرر المشرع الجزائري عقوبات جزائية لحماية المستهلك من جريمة الغش التجاري والصناعي في نص المادة 431 من قانون العقوبات (المعدلة) التي تنص:

"يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات ويغرامة من 10.000 دج إلى 50.000 دج كل من:

يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد فنية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

يعرض أو يضع للبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

يعرض أو يضع للبيع أو بيع مواد خاصة تستعمل للغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات وهو يعلم أنها محددة"¹.

¹ - المادة 431 من الأمر 156/66 المؤرخ في 8 يونيو الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، وعدلت هذه المادة بالقانون 04/82 المؤرخ في 13 فبراير 1982 (ج.ر. ص 328).

كما حددت العقوبة بالحبس من خمس سنوات (05) إلى عشرة سنوات (10) وبغرامة من 5000.000 دج إلى 1000.000 دج في المادة 432 من نفس القانون¹.

كما يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من (10) سنوات إلى (20) سنة وبغرامة مالية من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج في حالة ما إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو فقدان إمكانية استعمال أحد الأعضاء أو عاهة مستدامة. كما يعاقب الجناة بالحبس المؤبد ذلك في حالة موت شخص بسبب تلك المادة.

وطبقا للمادة 434 من قانون العقوبات فإنّ الغش يتم من خلال إحلال بعض المواد تكون أقل قيمة مكان مواد أخرى على قيمة بنية إدخال الغش سواء بإنقاص أو بإضافة بعض المواد حيث تزيد الكمية وتقلل المفعول وبعد ذلك يعرض للبيع على أساس أنّه أصلي وذلك قصد تغليب المستهلك.

جاء قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بإضافة عقوبة جزائية في نص المادة 37 والتي تنص على أنّه:

"دون المساس بتطبيق العقوبة الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب من 2000.00 دج إلى 1000.000 دج لكل من يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون.

كما يمكن أن يلجأ للقاضي أو الجهة المختصة إلى اصدار أمر يغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (01) إلى (06) أشهر"².

كما نصت المادة 38 من نفس القانون على أنّه:

"دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به، يعاقب بغرامة من 500.000 دج إلى 2000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 05 من هذا القانون.

¹ - المادة 432، مرجع سابق.

² - المادة 37 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

كما يجوز للقاضي الأمر بغلق الموقع الإلكتروني وشطب من السجل التجاري¹.
حددت المادة 70 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الأفعال التي تقع عليها الغش كالتالي:

- يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع، مع علمه بوجهتها مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني².

ثانيا: عقوبة جريمة الاحتيال المعلوماتي

عالج المشرع الجزائري هذا النمط من الجرائم من خلال المادة 47 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تنص على أنه:

"تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الإلكتروني المخالف خلال سبعة (07) أيام ابتداء من تاريخ تحرير محضر الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبة بإشعار بالاستلام، يتضمن هوية المورد الإلكتروني، عنوان بريده الإلكتروني وتاريخ وسبب المخالفة، ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدفع إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمتثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في آجال (45) خمسة وأربعين يوما، يرسل المحضر إلى الجهة المختصة"³.

يعاقب المشرع جل الجرائم التي تقع بحق المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية من خلال تجريم الدخول غير المشروع على موقع التجارة الإلكترونية والحصول على بيانات المستهلك، وحظر التعامل في البيانات الشخصية أو الاسمية للمستهلك دون إذن، وهذا راجع للتقدم

¹ - المادة 38، من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² - المادة 70 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - المادة 47 من القانون رقم 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

التكنولوجي ووسائل الاتصال الحديثة وانتشار العديد من المواقع في الفترة الأخيرة وكثرة التقنيات والأساليب التي يكمن استعمالها في هذه الجرائم¹.

نص القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 86 بأنه:

"يمكن للأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون فرض غرامة الصلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقاً لأحكام هذا القانون.

وإذا لم تسدد غرامة الصلح في الآجال المحددة في نص المادة 92 أدناه يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.

وفي هذه الحالة ترتفع الغرامة إلى الحد الأقصى"².

أما المادة 87 من ذات القانون تنص على أنه: "لا يمكن فرض غرامة صلح إلا في حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية وإما تتعلق بتعويض الضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك، في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح، وفي حالة العود"³.

المطلب الثاني

صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

تتعدى صور الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني بتعدد الجرائم الممارسة ضده، فهناك جرائم تتعلق في الغش التجاري والصناعي، وكذا جرائم تتعلق بسرقة أرقام البطاقة الائتمانية الخاصة بالمستهلك، وجرائم التحايل والخداع ضد المستهلك في التعاقد الإلكتروني⁴.

¹ - خاوي سعاد، مرجع سابق، ص 53.

² - المادة 86 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - المادة 87، المرجع نفسه.

⁴ - عبد الله ذيب محمود، مرجع سابق، ص 100.

الفرع الأول

الحماية الجنائية ضد الغش التجاري والصناعي

من صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، فقد يقع الغش بفعل الإنسان، كما في حالة الخلط والإضافة وقد يكون الغش ناتجا عن أسباب خارجية عن إرادة الإنسان، كما هو الحال في حالة فساد السلعة نتيجة لطبيعتها، وجعلها غير صالحة للاستخدام كاللحوم والبيض. فجريمة الغش لها ركنان أحدهما مادي والآخر معنوي، ويتحقق الركن المادي في حالة البيع الإلكتروني من خلال العرض أو الطرح للبيع عن طريق الأنترنت للسلع الفاسدة أو المغشوشة التي تصل إلى المستهلك لاحقا، كما يتحقق الركن المعنوي في هذه الجريمة بتوفر نية الغش، أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية¹. وفي هذا العنصر سنتطرق إلى تعريف الغش التجاري والصناعي (أولا)، ثم إلى صور الغش التجاري والصناعي (ثانيا).

أولا: تعريف الغش التجاري والصناعي

يعرف الغش التجاري والصناعي على أنه: "كل فعل من شأنه ان يغير من طبيعة او خواص المواد او فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل ولا تهم الوسيلة التي لجأ اليها الفاعل ف سبيل تحقيق غايته، فقد يتم الغش بإحلال مواد اقل قيمة مكان اخري اعلى منها فيما يراد ادخال الغش عليه او بإنقاص بعض مواد أخرى عليه تزيد من كمية ونقل من مفعوله، وغير هذا من الصور التي لا تدخل تحت حصر، ويتفنون الغشاشون في استنباطها لتحقيق اغراضهم بالحصول على أرباح طائلة وغير مشروعة².

ويمكن أن نميز بين نوعين من الغش من حيث آلية وقوعه، فهناك غش يقع على المتعاقد والمستهلك فهي جريمة عمدية، يشترط لقيامها علم المتهم بالوقائع المتعلقة بكيان البضاعة

¹ - عبد الله ذيب محمود، المرجع نفسه، ص 101.

² - بوزيان فيروز، جمال الدين بن بولعيد، مرجع سابق، ص 101.

ومصدرها وطبيعتها، فيجب أن يكون التاجر عالماً بالغش وفقاً لما يراه قانون العقوبات، وإذا كان الحكم مبني على افتراضات، فإنه يشترط فيها أن تظهر نسبة الفاعل في الحذف والتغيير في البضاعة أو التزييف، وأن إرادته ليست سليمة، بل قام بها بنية سيئة ليوهم المستهلك أنها سلعة جيدة¹.

لم يدرج المشرع الجزائري كلمة الغش في المادة 70 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لكنه أدرج كلمة تزوير التي معناها يفيد الغش، أما المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش قد استخدم كلمة الغش الذي يحيل المستهلك إلى مرض أو عجز عن العمل².

ثانياً: صور الغش التجاري والصناعي

يقع الغش التجاري والصناعي إما بالإضافة أو بالانقاص أو بالصناعة:

فالغش بالإضافة هي أشهر طرق الغش وأكثرها شيوعاً بين التجار، ويقصد به خلط البضائع بمواد غريبة عنها بهدف الربح، دون الأخذ بالنتائج فقد تؤدي إلى موت المستهلك، كما حدث في أواخر الخمسينات في المغرب أين قام التاجر بخلط بعض الزيوت النباتية بزيوت المعدنية المستعملة، الأمر الذي أدى إلى موت الكثير في حين أصيب الآخرون بشلل إلى حد الان³.

أما الغش بالانقاص يقصد به أن ينقص الجاني مادة من مشتقات المنتج الأصلي فيطراً تعديل على وزن المادة أو مكوناتها بغرض الاستفادة من المادة المسلوقة حيث يترك المظهر الخارجي لسلعته في حين يكون هناك نقص في مكوناته، أما الغش بالصناعة فنجد منتشر بكثرة مقارنة بالصور الأخرى السالفة الذكر، إذ يتحقق عن طريق الاستحداث الكلي أو الجزئي لسلعة بمواد لا تدخل في تركيبها العادي⁴.

¹ - خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع

المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 104.

² - المواد 70، 83 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - شعباني نوال، مرجع سابق، ص 105.

⁴ - خلوي نصيرة، مرجع سابق، ص 105.

الفرع الثاني

الحماية ضد جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني

باعتبار أن جريمة الاحتيال في مجال العقود الإلكترونية جريمة يعاقب عليها القانون، هذا ما جعل الفقهاء يمنحون لها اهتمام كبير وذلك من خلال تقديم عدة تعاريف لها.

أولاً: تعريف جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني

تحدث جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية عندما يلجا المزود عامداً، ولأجل الترويج لمنتجاته الى الدعاية المضللة التي قد تتطوي في بعض الأحيان على مغالطات عملية، على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية، وجرائم الاحتيال او النصب يمكن ان تقع عبر الانترنت، حيث تتمثل الطرق الاحتيالية فيها في صورة الدعاية المضللة لمزايا السلعة، والفوائد المرجوة من ورائها، بحيث تؤدي للاستلاء على نقود المستهلك¹.

فالاحتيال بصفة عامة يستخدمه الجاني للاستيلاء على أموال المستهلك الإلكتروني، فهو يقوم على فكرة إعادة توجيه حركة مرور الأنترنت من أحد مواقع الويب الإلكتروني إلى موقع آخر مختلف يشبهه تماماً، وتتم عملية التزوير لاسيما المواقع المصرفية والمالية بقصد تحويل كافة البيانات والمعطيات إلى جهة أخرى غير شرعية، فيقوم الجاني بانتحال شخصية العميل من جهة والاستفادة من التحولات النقدية².

وبعبارة أخرى يعد مرتكباً جريمة الاحتيال من يتوصل بسوء بقصد إلى خداع شخص بأي وجه، ويحقق بذلك كسب غير مشروع لنفسه أو لغيره أو يسبب للمستهلك أو لغير ضرراً أو خسارة غير مشروعة³.

¹ عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 103.

² عبد الفتاح بيومي حجابي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 105.

³ عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 185.

ثانيا: صور جريمة الاحتيال

تعددت صور جريمة الاحتيال في مجال التجارة الالكترونية، حيث اننا نجدها في تزايد مستمر في الآونة الأخيرة، خاصة في هذا العصر الحديث مع التطور العلمي الكبير أصبحت الأنشطة التجارية تتم عبر شبكات اتصال دولية، من خلال تبادل البيانات الإلكترونية بين الافراد او بين الافراد والاعوان الاقتصاديين، ساهم هذا التطور في تسهيل العمليات التجارية، كما أدى كذلك الى ظهور المنافسة التجارية، والتي بدورها أدت الى ظهور ما يسمى بجريمة الاحتيال الواقعة على المستهلكين.

تختلف صور جريمة الاحتيال وسنذكر عدد منها على سبيل المثال، لاعتبارها من الأنواع الأكثر شيوعا والتي تتمثل في:

● عدم تسليم السلعة المتعاقد عليها، بالرغم من سداد ثمنها: يقصد بتسليم السلعة حصول المستهلك على المنتج محل العقد بعد دفع ثمنه، فالمهني ملزم بتسليمه إلى المشتري، طبقا للمادة 376 من القانون المدني الجزائري، الذي يقرر بضرورة تسليم المبيع ووضعه تحت تصرف المشتري بحيث يستطيع هذا الأخير حيازته والانتفاع به دون عائق، ولا يستلزم أن تنقل إلى المشتري حيازة مادية، وإنما يكفي أن يوضع الشيء المبيع تحت تصرفه¹.

لكن في أغلب الأحيان يكون المستهلك فريسة سهلة لعمليات النصب والاحتيال، فلا يتمكن من الحصول على ما تعاقد من أجله، مثلما وقع في عام 1994 في الولايات المتحدة الأمريكية أين قاموا بإدانة شخصين بتهمة الخداع والتحايل عبر شبكة الأنترنت، بوضعهما إعلانات كاذبة عبر صفحات الأنترنت فوعدوا بإرسال السلع مقابل أموال طائلة فدفع المشتركون ثمنها، فكانت عقوبتهما الحبس 05 أشهر ودفع غرامة مالية تقدر بـ 32 ألف دولار².

● الترويج لسلعة مقلدة بمنتج أصلي أو سلعة غير معروفة باستخدام للإعلانات الكاذبة إنّ تقليد بعض العلامات التجارية أصبح ظاهرة عالمية لها مظاهر متعددة كتغيير حرف واحد من اسم

¹ - المادة 376 من القانون رقم 58/75، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص ص 166-167.

العلامة التجارية الأصلية، حيث أوردت المادة 48 من قانون حماية المستهلك المصري على أنه يتوجب على المحترف أو المصنع الامتناع عن القيام بأي من الأعمال التالية: صناعة أو اعداد أو حيازة، نقل، عرض، أو توزيع أي سلعة أو خدمة من أي نوع كانت بشكل يخفي حقيقتها أو صفتها الجوهرية أو نسبة عناصرها الأساسية المكونة لها صناعة سلعة أو تقديم خدمة لا تتوافق مع المواصفات الإلزامية¹.

أما بالنسبة لترويج السلع الغير المعروفة باستخدام الإعلان الكاذب أو المضلل فإن هذا الأخير يعد من أهم مصادر الأضرار التي تلحق بالمستهلك الإلكتروني، وذلك بعدما أصبحت دول العالم تهتم بالدعاية والإعلان بسبب تأثيرهما على المستهلك واقناعه باقتنائه مختلف السلع والخدمات بطريقة إلكترونية وبصفة سريعة².

تقع عملية الاحتيال على العقود التجارية حينما يقوم المورد بترويج منتجاته عامدا عن طريق دعاية كاذبة ومضللة والتي في غالب الاحيان تحتوي على مغالطات، سعيا منه لجذب المستهلك الذي يندفع بتلك الدعايات، وطبقا لنص المادة 47 من القانون 05/18 فانه: "تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد التجاري الإلكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز (07) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر الأمر بالدفع عن طريق جمع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار الاستلام، يتضمن هوية المورد الإلكتروني عنوان بريده الإلكتروني وتاريخ وسبب مخالفة، ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدفع"³.

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 65.

² - المرجع نفسه، ص 66.

³ - المادة 47 من القانون 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

الفرع الثالث

صور الحماية الجزائية المنصوص عليها في القوانين الخاصة

لقد تعددت التشريعات والنصوص القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وتتمثل هذه النصوص في نصوص عامة ونصوص خاصة، وباستمرارية تغير بعض الجرائم التي تمس المستهلك، هذا ما جعل المشرع الجزائري يضع قوانين خاصة وأخرى تختص بحماية المستهلك. سنتطرق في هذا الفرع الى دراسة مخالفة الالتزامات المقررة في قانون حماية المستهلك (أولاً)، ثم مخالفة الالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية (ثانياً).

أولاً: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون حماية المستهلك

ينبغي على المشرع فرض المزيد من الالتزامات على عاتق العون الاقتصادي وذلك من اجل توفير أكبر حماية للمستهلك الإلكتروني، وفي حالة مخالفة المتدخل لهذه الالتزامات فانه يعاقب، تتمثل المخالفات المتعلقة بإخلال بالالتزامات فيما يلي:

- مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية، وإلزامية الضمان تجربته

وخدمة ما بعد البيع:

طبقاً لنص المادة 71 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فانه يعاقب بغرامة مالية من 200,000 دج الى 500,000 دج كل من خالف التزامه بعدم سلامة المواد الغذائية، اما المادة 72 من ذات القانون فإنها تعاقب بغرامة مالية من 50,000 دج الى 1000,00 دج كل من يخالف إلزامية النظافة الصحية اثناء عرض المنتج للاستهلاك.

كما عاقب المشرع بنص المادة 75 من القانون السالف الذكر، كل مخالف لإلزامية ضمان المنتجات بغرامة من 100,000 دج الى 500,000 دج، اما من خالف إلزامية تجربة المنتج فيعاقب بغرامة من 50,00 دج الى 100,000 دج¹.

- مخالفة إلزامية اعلام المستهلك وإلزامية رقابة المطابقة:

¹ - المواد 71 و72 و75 من القانون 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

اقرت المادة 78 من قانون حماية المستهلك عقوبة كل من يخالف الزامية اعلام المستهلك بغرامة من 100,000 دج الى 1000,000 دج، إضافة الى عقوبة مصادرة الوسائل التي تمت بها الجريمة وذلك حسب المادة 82 من ذات القانون، ووفقا لما نصت عليه المادة 74 من القانون السالف الذكر فانه يعاقب كل من يعرض منتجات غير مطابقة للمواصفات التي يفرضها القانون بغرامة مالية من 50,000 دج الى 500,000 دج¹.

ثانيا: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية

جاء قانون الممارسات التجارية من اجل تنظيم العلاقة بين المهنيين، وفي نفس الوقت حماية مصلحة المستهلك خلال التعاملات التي يقوم بها، وذلك بفرض مجموعة من الالتزامات على الاعوان الاقتصاديين وعقوبات على كل من يخالف تلك الالتزامات، وهذه المخالفات تتمثل في:

- مخالفة عدم الاعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع ومخالفة عدم الفوترة وعدم مطابقتها:

نصت المادة 31 من القانون 02/04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على انه يعاقب كل من امتنع عن عدم الاعلام بأسعار والتعريفات بغرامة مالية تقدر ب 5,000 دج الى 100,000 دج، كما اضافت المادة 32 من القانون السالف الذكر على انه يعاقب كل متدخل على عدم اعلام بشروط البيع ومخالفته لأحكام المادة 8 و 9 من نفس القانون بغرامة مالية من 10,000 دج الى 100,000 دج. اما المادة 34 من ذات القانون تعاقب بغرامة مالية من 10,000 دج الى 50,000 دج كل مخالف لأحكام المادة 12 من هذا القانون².

- المخالفة الماسة بنزاهة الممارسة التجارية:

حيث نجد ان القانون 02/04 نص في المادة 35 منه على معاقبة كل من يخالف احكام المواد 15/16/17/18/19/20 من هذا القانون بغرامة من 100,000 دج الى 3000,000 دج. كما تعاقب المادة 36 من القانون السالف الذكر بغرامة 20,000 دج الى

¹ - المواد 74 و 78 و 82 من القانون 03/09، مرجع سابق.

² - المواد 31، 32، 34 من القانون 02/04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

200,000 دج كل مخالف لأحكام المواد 22 و21 مكرر و23 من هذا القانون، وتعاقب المادة 37 من نفس القانون بغرامة تقدر ما بين 300,000 دج الى 10,000,000 دج كل من خالف احكام المواد 24 و25 من نفس القانون¹.

أضاف المشرع عقوبات تكميلية جوازية تكملة للعقوبات الاصلية تتمثل في المصادرة والغلق ونشر الاحكام.

¹ -المادة 35، 36، 37، من القانون 02/04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

خلاصة الفصل الثاني

يتبين لنا من خلال هذا الفصل أن المشرع وضع قوانين وآليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني من الجرائم الإلكترونية من أجل أن تتم العلاقة الاستهلاكية بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني بصفة مشروعة وفي أمان فقد وضع له الحماية المدنية في مرحلتين قبل التعاقد وبعد التعاقد التي تضمن فيه الالتزام بالإعلام الإلكتروني على المنتجات الموجودة وفيه أيضا العدول في التعاقد في حالة وجود عيب في المبيع وأيضا حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية من خلال اقتناؤه منتجات معيبة وحماية البيانات الشخصية.

أما بعد التعاقد هناك التزام بالضمان بمنح حماية أكبر للمستهلك الإلكتروني وفي حالة الغش يجب حصول المستهلك على تعويض كما عما لحقه من الأضرار وأيضا نجد سلامة المنتج، كما نجد أنه قد وضع حماية جزائية للمستهلك الإلكتروني.

ولدراسة هذه الحماية كان ذلك بدء من ماهية الجريمة الإلكترونية مع تبيان ركنيها، ركن مادي وركن معنوي وأيضا نجد وضع المشرع قوانين تتمثل في قانون العقوبات الذي يكون على الغش التجاري والصناعي وأيضا نجد جريمة الاحتيال فهذه الجريمة وضع لها عقوبات وغرامات مالية وأيضا استند إلى قوانين خاصة مثل قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ونجد أيضا قانون 02/04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

خاتمة

من خلال الدراسة التي قمنا بها حول المركز القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني، نستخلص أن المستهلك عنصر هام في العلاقة الاستهلاكية أو العلاقة التعاقدية، خاصة في التجارة الإلكترونية، وفرد هام في المجتمع ويحق له الاستعانة بوسائل الاتصال الإلكترونية من أجل الحصول على اللوازم الضرورية قصد الانتفاع المتمثلة في السلعة والخدمات، وعليه أن يكون دقيقا في مطابقة السلعة بالموصفات المتفق عليها.

تعتبر حماية المستهلك الذي يتعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، ضرورة حتمية يقتضيها التطور العلمي والتقني الذي يمس جميع المجالات، ذلك نظرا للمخاطر التي يتعرض لها من خلال إبرامه لمثل هذه العقود، ويعود ذلك لعدم قدرة المستهلك لمعاينة وتفقد السلعة التي يتعاقد بشأنها، إذ أن التعاقد يتم في عالم افتراضي دون وجود محل مادي للتعاقد، الأمر الذي يستدعي توفير حماية خاصة له تتماشى مع مقتضيات التطور التكنولوجي.

تدخل المشرع لخلق التوازن في العلاقة التعاقدية بين المورد والمستهلك، وذلك عن طريق فرض التزامات على المورد، والتي تتمثل في إلزامه بإعطاء معلومات كافية وصحيحة، سواءا تعلق الأمر بالمعلومات الخاصة للمورد أو المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، والتي من خلالها يتمكن المستهلك من تكوين قناعته واتخاذ قراره في التعاقد، وهذه الالتزامات بدورها تعتبر بمثابة حقوق بالنسبة للمستهلك، فالتزام المورد بإعلام المستهلك الإلكتروني، من أهم الضمانات التي تحقق التوازن العقدي بين الطرفين.

ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- (1) أن العقد الاستهلاكي المبرم عبر شبكة الأنترنت هو نفسه العقد التقليدي من حيث الأطراف والمحل، وأن الاختلاف الموجود بينهما هي الوسيلة التي يبرم بها كل عقد.
- (2) أن المستهلك يمكن أن يتعرض لعدة مخاطر، خلال تعاقد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي أي مرحلة من مراحل هذا التعاقد، خاصة بعد تنوع أساليب المعاملات التجارية.

(3) أن المشرع أهمل موضوع العقد الإلكتروني سنوات عديدة، لكنه تدارك الأمر في الآونة الأخيرة، وذلك بانتهاجه نظام اقتصاد السوق.

(4) أن العقوبة المقررة للشخص الطبيعي تختلف عن العقوبة المقررة للشخص المعنوي.

(5) عدم وجود محاكم خاصة بقضايا حماية المستهلك الذي يتعاقد إلكترونياً.

(6) أن حقوق المستهلك المتعاقد إلكترونياً تحكمها القواعد العامة للعقود والقوانين الخاصة بحماية المستهلك في جميع مراحلها.

(7) حماية المشرع للبيانات الشخصية للمستهلك، وذلك من أجل تأمين التعاملات الإلكترونية التي يقوم بها هذا الأخير، بهدف تسهيل عملية التعاقد.

(8) أن المشرع الجزائري أقر حماية جزائية للمستهلك الإلكتروني، وذلك بعدما ارتفعت حصيلة الجرائم الإلكترونية، حيث سعى لمكافحة صور هذه الجرائم عن طريق فرضه للعقوبات الجزائية.

بالرغم من إصدار المشرع الجزائري للقانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وسعيه لوضع مختلف الآليات من أجل حماية المستهلك الإلكتروني وتنظيم المعاملات التجارية التي تبرم إلكترونياً، إلا أنه واجهته صعوبات لتطبيقها على أرض الواقع، وذلك بسبب تعدد صور الجرائم الإلكترونية وضعف الهيكل القضائي في هذا المجال. ومن أهم التوصيات التي خرجنا بها:

(1) ضرورة وضع قوانين خاصة بحماية المستهلك الإلكتروني.

(2) على المشرع الجزائري مواكبة التطورات الحاصلة على مستوى آليات الاستهلاك وترويج المزودين للسلع الاستهلاكية في الفضاء الرقمي.

(3) على المشرع وضع تقنيات إلكترونية تكون فيها رقابة دائمة من أجل حماية كلا الطرفين في حالة اقتناء سلعة معينة أو في حالة ترويج منتج معين.

(4) على المشرع تشديد العقوبة على كل من يتحايل ويعش في مجال العقود الإلكترونية، بغرض توفير أكبر حماية ممكنة.

5) توعية المستهلك عن طريق نشر ثقافة الاستهلاك، وإحاطتهم علما بالمخاطر التي قد يتعرضون لها، أيضا كيفية المطالبة بحقوقهم.

6) إنشاء محاكم تختص بالنظر في المنازعات الإلكترونية، يترأسها قضاة متخصصين في المجال الإلكتروني.

7) ضرورة الإسراع لإصدار النصوص التطبيقية والتنظيمية الخاصة بقانون التجارة الإلكترونية الجزائرية رقم 05/18.

8) إنشاء مواقع إلكترونية من شأنها توعية المستهلك الإلكتروني، وتقديم الدعم له.

9) توعية المستهلك الإلكتروني بوجود قاعد حماية مدنية وجنائية وإدارية كرسها المشرع لصالحه.

ومنه في هذه الدراسة نقول أنّ على المستهلك الإلكتروني أن يكون واعيا بشكل كبير، وعليه أن يقوم بحماية نفسه من كل المخاطر التي يتعرض لها، وأن يتأكد جيدا في حالة تعامله إلكترونيا من صحة تلك المواقع الإلكترونية، ومن البيانات الموجودة على السلعة سواء مدة الإنتاج وصلاحية الانتهاء والبيانات أو المكونات الموجودة فيه، لأنّ المستهلك عنصر هام في تسيير التجارة الإلكترونية والثورة الاستهلاكية.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

1_ الكتب

- 1_ أبو الهيجاء محمد إبراهيم، التعاقد بالبيع بواسطة الأنترنت، ط01، دار الثقافة للنشر، عمان، 2002.
- 2_ أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- 3_ إسماعيل نضال برهيم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- 4_ أمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، د س ن.
- 5_ بشار طلال موني، مشكلات التعاقد عبر الأنترنت، ط01، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2004.
- 6_ بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، الجزائر، 2000.
- 7_ خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 8_ _____، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط 02، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
- 9_ رمزي عبد الله علي حجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط 01، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2016.
- 10_ سليم سداوي، حماية المستهلك (الجزائري نموذجاً)، دار الخلدونية، ط01، 2009.
- 11_ شاهين بهاء، الأنترنت والعولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999.
- 12_ طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية (المفاهيم، التجارة، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتشريعية والقانونية)، ط 01، الدار الجامعة، مصر، 2003.

- 13_ عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 14_ عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، د ط، ج 1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2002.
- 15_ _____ حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، ط01، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- 16_ عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، د ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 17_ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، ط 01، منشورات الحلبي، لبنان، 2009.
- 18_ عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية، (عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 19_ كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة، مصر، 2012.
- 20_ محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
- 21_ منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر 2013.
- 22_ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، مكتبة السنهوري للنشر والتوزيع، د ب ن، 2011.
- 2_ الأطروحات والمذكرات الجامعية**
- أ_ الأطروحات**
- 1_ أكسوم عيلام رشيد، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون خاص داخلي، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

2_ خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: القانون العام، جامعة ابن بكر بلقايد، تلمسان، 2017.

3_ علاء طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون الخاص، جامعة الجزائر 1، بن عكنون، 2014.

4_ محمد سليمان فلاح الرشيدي، نظرية الالتزام بضمان السلامة في إطار تطور المسؤولية العقدية (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص: قانون، جامعة عين شمس، 1998.

ب_ مذكرات الماجستير

1_ أوزاينية هدى، الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري المضلل، (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة اليرموك، الأردن، 2011.

2_ أوثن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الإداري، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2012.

3_ خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

4_ شعباني نوال، إلتزام 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.

5_ عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجستير كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية طرابلس، فلسطين، 2009.

6_ غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

ج _ مذكرات الماجستير

1_ بوزيان فيروز، جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلاني بونعامة، خميس مليانة، 2019.

2_ خاوي سعاد، حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية: تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020.

3_ خيمة شهرزاد، لونيبي ليدية، حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2019.

4_ طيهار خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية: تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.

5_ عثمانيو مريم، عزري فارس، حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص: قانون عام الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، د.س.ن.

3_ المقالات

1_ بوضياف إسمهان، "الجريمة الإلكترونية والإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 11، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018، ص ص 349-375.

2_ جابر محجوب علي، "ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المبيعة، دراسة في القانون الكويتي والقانون المصري والفرنسي"، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، عدد 3، 19 ديسمبر 1995، ص ص 207-291.

3_ سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد صغير، بسكرة، 2017، ص 357-378.

4_ عبدلي حبيبة، عبدلي وفاء، "حق المستهلك الإلكتروني في الرجوع عن التعاقد بين قصور النص القانوني وواقع الممارسة"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 05، العدد 02، 2020. ص ص 219-230.

5_ عزوز سعدي، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، مجلة أفاق للبحوث والدراسات، جامعة لونيس علي البليدة 2، العدد الثاني، مجلد 2، جوان 2018، ص ص 257-265.

6_ علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمحترف في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، عدد 01، جامعة الجزائر، الجزائر، 2011، ص ص 179-198.

7_ مرغني حيزوم عبد الدين، حاقا العروسي، "حق المستهلك في العدول"، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، المجلد 05، العدد 01، جامعة الوادي، جامعة الجزائر 01، الجزائر، 2020، ص ص 78-94.

8_ نبيل محمد أحمد صبيح، "حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)"، مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007. ص ص 163-272.

المدخلات

1_ عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009.

4_ النصوص القانونية

أ_ النصوص التشريعية

أ_ 1 النصوص الوطنية

1_ أمر رقم 156/66 المؤرخ في 08/06/1996، يتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج، عدد 49، الصادر في 21 يونيو 1996، معدل ومتمم.

2_ أمر رقم 58/75 المؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج، عدد 78، صادر بتاريخ 30/09/1975، معدل ومتمم.

3_ قانون رقم 02/89، المؤرخ في 07/02/1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج، عدد 06، الصادر بتاريخ 03/02/1989، (ملغى).

4_ قانون 02/04 مؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، عدد 41، صادر بتاريخ 27/06/2004، معدل ومتمم.

5_ قانون رقم 04/04 المؤرخ في 23/06/2004، المتعلق بالتقييس، ج.ر.ج.ج، عدد 37، الصادر بتاريخ 23/06/2004.

6_ قانون رقم 03/09 مؤرخ في 05/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 15، صادر بتاريخ 08/03/2009.

7_ قانون رقم 05/18 مؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج، عدد 28، صادر بتاريخ 16/05/2018.

8_ قانون رقم 07/18، مؤرخ في 10/06/2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر.ج.ج، عدد 34.

أ_ 2 النصوص الأجنبية

1_ Loi n°78-22, relative à la protection de la consommation en matière d'opération de crédit, voir : www.legifrance.gouv.fr

2_ التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997، عبر الموقع الإلكتروني www.juriscom.net

3_ القانون الفرنسي بشأن تطويع قانون الإثبات للتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الإلكتروني رقم 230، لسنة 2000، المنشورة في الجريدة الرسمية عدد 62 لسنة 2000،
www.justic.gouv.fr

4_ قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المنشور في جريدة الوقائع المصرية، عدد 241، بتاريخ 2006/10/22.

ب_ النصوص التنفيذية

1_ مرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 1990/01/30، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 05، الصادر بـ 1990/01/31 معدل ومتم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج، عدد 61 الصادر بـ 21 أكتوبر، 2001، (ملغى).

2_ مرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 1990/10/15 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر.ج.ج، عدد 40، صادر في 1990/10/19، معدل ومتم.

3_ مرسوم التنفيذي رقم 355/96، مؤرخ في 1996/10/19، يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها، معدل ومتم بالمرسوم رقم 459/97، ج.ر.ج.ج، عدد رقم 80، الصادر في 1997/12/07.

4_ مرسوم التنفيذي رقم 315/01، المؤرخ في 2001/10/16، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد رقم 76، الصادر في 2001/10/21، (ملغى).

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

1_ Ouvrages

1_ CALAIS AULOY jean et STENMETZ Frank, Droit de la consommation, 6^{eme} éd, Dalloz, paris, 2003.

2_ CALSSEUR Juris, Droit de la consommation et de la concurrence, Lexisnexis canada, Volume 3, fascicule, 845.

2_Thèse

1_ HOUTAIT Mazen, Protection du consommateur dans les contrats conclus sur internet (étude comparative droit français- droit libanais), thèse de doctorat en droit privé, 2008.

3_ Textes Juridiques

1_ Loi n°93-949, du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation, français voir : [Www.Justice.gouv.fr](http://www.Justice.gouv.fr), vu le 25/06/2022.

2_ Ordonnance n° 2001/741 du 23 Aout 2001 portant transposition de la 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)

الفهرس

إهداء

قائمة المختصرات

1	مقدمة
5	الفصل الأول الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني
6	المبحث الأول مفهوم المستهلك الإلكتروني
7	المطلب الأول مقصود بالمستهلك الإلكتروني
7	الفرع الأول تعريف المستهلك الإلكتروني
7	أولاً: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري
9	ثانياً: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريعات المقارنة:
9	أ) تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي:
10	ب) تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض قوانين الدول العربية:
11	الفرع الثاني التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني
11	أولاً: التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني:
12	ثانياً: التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني:
13	(1) معيار عدم الاختصاص:
13	(2) معيار العلاقة المباشرة:
14	المطلب الثاني عناصر تحديد صفة المستهلك
14	الفرع الأول الشخصية القانونية للمستهلك
14	أولاً: المستهلك شخص طبيعي:
15	ثانياً: المستهلك شخص معنوي:

16	الفرع الثاني حصول المستهلك على السلع والخدمات
17	أولاً: حصول المستهلك على سلعة:
18	ثانياً: حصول المستهلك على خدمة:
18	الفرع الثالث الغرض من استهلاك المنتج
19	أولاً: اقتصار الغرض من استهلاك المنتج إلى تلبية الحاجيات الشخصية
19	ثانياً: امتداد الغرض من الاستهلاك المنتج لأغراض غير شخصية
21	المبحث الثاني نطاق حماية المستهلك الإلكتروني
21	المطلب الأول مبررات حماية المستهلك الإلكتروني
22	الفرع الأول التطور الحديث في شبكة الأنترنت
23	الفرع الثاني حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية
24	الفرع الثالث افتقار المستهلك للثقافة الإلكترونية
25	المطلب الثاني مجال حماية المستهلك الإلكتروني
25	الفرع الأول مجال حماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الداخلي
26	أولاً: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري
28	ثانياً: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في التشريعات المقارنة:
28	(1) - مجال حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الفرنسي:
29	(2) مجال حماية المستهلك في التشريع المصري:
31	الفرع الثاني مجال حماية المستهلك على المستوى الدولي
31	أولاً: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في المنظمة الدولية للمستهلك
32	ثانياً: مجال حماية المستهلك الإلكترونية في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

33	ثالثا: مجال حماية المستهلك الإلكتروني في المعاهدات الدولية:
34	رابعا: مجال حماية المستهلك الإلكترونية في التوجيه الأوروبي:
36	ملخص الفصل الاول
38	الفصل الثاني الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني
38	المبحث الأول الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
39	المطلب الأول الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد الإلكتروني
39	الفرع الأول الالتزام بالإعلام الإلكتروني
40	أولا: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني:
41	ثانيا: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام:
41	(1) - التوازن العقدي:
42	(2) - مبدأ حسن النية:
42	ثالثا: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام:
43	(1) تنفيذ الالتزام بالإعلام عن طريق وسم المنتجات:
44	(2)الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع:
45	الفرع الثاني الحق في العدول عن التعاقد
45	أولا: تعريف الحق في العدول
47	ثانيا: ممارسة الحق في العدول
47	(1) كيفية ممارسة الحق في العدول:
47	(2) مدة ممارسة هذا الحق:
48	الفرع الثالث حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية وحماية بياناته

- أولاً: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية: 48
- ثانياً: حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية: 49
- المطلب الثاني الحماية المدنية بعد التعاقد الإلكتروني 50
- الفرع الأول الالتزام بالضمان 51
- أولاً: الضمان القانوني وأساس إلزاميته 51
- ثانياً: جزاء الالتزام بالضمان 52
- الفرع الثاني الالتزام بالسلامة 53
- أولاً: مضمون الالتزام بالسلامة: 53
- ثانياً: شروط الالتزام بالسلامة 54
- 1) وجود خطر يهدد أحد المتعاقدين في السلامة الجسدية 55
- 2) الحفاظ على السلامة الجسدية لأحد المتعاقدين موكلاً للآخر 55
- 3) المنتج أو البائع يجب أن يكون محترفاً 56
- المبحث الثاني الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني 56
- المطلب الأول مفهوم الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني 57
- الفرع الأول تعريف الجريمة الإلكترونية 57
- الفرع الثاني أركان الجريمة الإلكترونية 58
- أولاً: الركن المادي في الجريمة الإلكترونية المرتكبة من المستهلك 59
- ثانياً: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية 59
- الفرع الثالث المسؤولية الجنائية المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني 60
- أولاً: عقوبة جريمة الغش التجاري والصناعي 61

63	ثانيا: عقوبة جريمة الاحتيال المعلوماتي
64	المطلب الثاني صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني
64	الفرع الأول الحماية الجنائية ضد الغش التجاري والصناعي
65	أولا: تعريف الغش التجاري والصناعي:
66	ثانيا: صور الغش التجاري والصناعي
66	الفرع الثاني الحماية ضد جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني
66	أولا: تعريف جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني
67	ثانيا: صور جريمة الاحتيال
69	الفرع الثالث صور الحماية الجزائية المنصوص عليها في القوانين الخاصة
69	أولا: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون حماية المستهلك
70	ثانيا: مخالفة الالتزامات المقررة في قانون الممارسات التجارية
72	ملخص الفصل الثاني
74	خاتمة
78	قائمة المراجع
87	الفهرس

ملخص باللغة العربية

المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني

مع التطور الهائل لشبكة الأنترنت، ظهر مصطلح "المستهلك الإلكتروني"، ويقصد به كل شخص طبيعي أو معنوي، يتعاقد من أجل الحصول على سلع وخدمات مختلفة من أجل إشباع حاجياته الخاصة عبر شبكة الأنترنت، إذ لا يختلف بينه وبين المستهلك العادي لأنّ لهما نفس الحقوق ونفس الحماية القانونية.

رغم أن العملية الاستهلاكية الإلكترونية تحظى بمزايا متعددة، من حيث تسهيل التعاملات التجارية الإلكترونية بين المهنيين والمستهلكين، إلا أنه وفي نفس الوقت نجد أن البيئة الإلكترونية مليئة بعدة مخاطر تنعكس على عناصر هذه العلاقة التعاقدية، التي يتواجد فيها المستهلك كعنصر أساسي في تطور المجتمعات، وهذا ما يؤكد ضرورة تفعيل عدة آليات قانونية من أجل إرساء أسس فعالة لفرض أكبر حماية ممكنة للمستهلك في السوق الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المستهلك الإلكتروني، العقد الإلكتروني، حماية المستهلك الإلكتروني، الحماية المدنية، الحماية الجزائية.

Résumé en langue française

Le statut juridique du consommateur électronique

Avec le développement massif de l'internet, le terme « consommateur électronique » est apparu, il signifie la personne physique ou morale contractant et agissant afin d'avoir des produits et services sur internet, afin de satisfaire ses propre besoins.

En effet le consommateur électronique ne diffère en rien du consommateur dans le monde réel (matériel), il bénéficie les mêmes droits et la même protection juridique dont jouit le consommateur réel.

En dépit, les avantages que procure le commerce électronique, en termes de facilitation des transactions commerciales électronique entre les professionnelles et les consommateurs, l'environnement électronique est truffé de risque que se reflètent dans les éléments de cette relation contractuelle, dans le consommateur est un élément essentiel dans le développement des sociétés.

Ceci implique la nécessité d'activer plusieurs mécanismes juridique, afin de jeter des bases efficaces pour imposer la plus grande protection possible au consommateur sur le marché électronique.

Mot clés : consommateur, consommateur électronique, contrat électronique, protection du consommateur électronique, protection civile, protection pénale.