الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة دكتور مولاي طاهر – سعيدة –

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم الحقوق

# المركز القانوني للمورد الإلكتروني

مذكرة لنيل شهادة الماستر

التخصص: قانون أعمال

***إعداد الطالبة:***

– جومي حاجة جمعة

**إشراف الأستاذ:**

د. بن عيسى أحمد

**لجنة المناقشة:**

د/ بن أحمد الحاج .....جامعة سعيدة ..... رئيسا

د/ بن عيسى أحمد .....جامعة سعيدة ..... مشرفا ومقررا

د/ طيطوس فتحي.....جامعة سعيدة ..... عضوا مناقشا

**السنة الجامعية:2019–2020**

**الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**

**وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**

**جامعة دكتور مولاي طاهر – سعيدة –**

**كلية الحقوق و العلوم السياسية**

**قسم الحقوق**

# المركز القانوني للمورد الإلكتروني

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

التخصص: قانون أعمال

**إعداد الطالبة:** **إشراف الأستاذ:**

جومي حاجة جمعة **د. بن عيسى أحمد**

لجنة المناقشة:

د/ بن أحمد الحاج ..... جامعة سعيدة..... رئيسا

د/ بن عيسى أحمد ..... جامعة سعيدة .....مشرفا ومقررا

د/ طيطوس فتحي..... جامعة سعيدة..... عضوا مناقشا

**السنة الجامعية:2019-2020**

بسم الله الرحمن الرحيم

"وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت و إليه أنيب"

صدق الله العظيم

سورة هود آية:88

# إهداء

**ها نحن اليوم نطوي سهر الليالي و تعب الأيام و خلاصة مشوارنا بين دفتي هذا العمل المتواضع، الذي أهديه إلى:**

**من ضحوا بالكثير من أجلي إلى من صلوا و ركعوا و رفعوا أيدهم إلى السماء لدعاء لي أمي الحنونة و أبي الحنون**

**إلى أخواتي و أخي و خالتي**

**إلى كل من أحب قلبي**

**إلى كل طالب علم**

# الشكر و تقدير

**الشكر لله العلي القدير الذي لا إلاه سواه الذي بفضله وفقت في انتهاء هذا العمل المتواضع.**

**و الشكر إلى الأستاذ الفاضل: *بن عيسى أحمد***

**و إلى سادة الأساتذة أعضاء الجنة المناقشة الكرام لقبولهم لإشراف على مناقشة مذكرتي.**

**و إلى كل أساتذتي في مساري الدراسي.**

**و كل من ساعدني و لو بحرف في مذكرتي.**

## قائمة المختصرات

ص: صفحة

ب. س. ن: بدون سنة نشر

ب. ط: بدون طبعة

م. إ: المورد الإلكتروني

م. ج: المشرع الجزائري

ق. م. ج: القانون المدني الجزائري

د. ج: الدينار الجزائري

# مقدمة

***مقدمة***

يشهد العالم حاليا تطورات مذهلة في مجالات النظم الاتصالات، ففي زمن قد سبق كانت تعتمد الاتصالات على التليفزيون ثم ظهر الفاكس، و تم ظهور تقنيات اتصال مذهلة تحول العالم إلى قرية صغيرة و تتقلص المسافات و تتلاش فيه حدود الجغرافية التقليدية، سواء في الحياة الاقتصادية أو العلمية أو القانونية. وهذه التقنية متمثلة في الأنترنت، كما دخلت هذه الشبكة بسرعتها و تطورها إلى كل منزل و إلى كل شركة و إلى كل مؤسسة، حتى أصبحت الأنترنت والتطور العالم وجهين لعملة واحدة.[1]

فشبكة الأنترنت تعتبر الوسيلة الوحيدة لتكامل جميع سكان العالم الذين يستخدمونها سواء بتبادل الحديث في ثواني معدودة أو في توفير للبشرية خدمات متنوعة في مجالات مختلفة كالتعليم عن بعد، و التسويق الإلكتروني، فالمتعامل بالأنترنت يعرض ما يشاء و يخاطب ما يشاء ويبحث عن ما يشاء. فتعرف الأنترنت على أنها كلمة إنجليزية مركبة من كليمتين ( Inter – Net)، فتعني كلمة (Inter) اتصال أما كلمة(Net) تعني الشبكة فهي الشبكة الدولية عملها التواصل عن بعد.[2]

و باختلاف أشكال و تنوع وظائف الأنترنت لم تظل تقتصر على سهولة تبادل المعلومات والحصول عليها من شتى أنحاء العالم، ظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، و يمكن تعريفها على أنها كل معاملة تجارية بين المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني عبر الأنترنت، و ذلك بتزويد المستهلك بالسلع و الخدمات و بالمقابل يتم المستهلك الإلكتروني بالوفاء بالثمن سواء بالتسديد الإلكتروني أو نقدا بطريقة مباشرة عند تسليم المبيع ماديا.

ففي مرحلة سبقت كانت التجارة الإلكترونية تتضمن فقط التحولات المالية عبر الأنترنت، فأصبحت كل نشاط تجاري يقوم به المورد الإلكتروني و يهدف هذا نشاط إلى التبادل التجاري عن طريق شبكات الأنترنت، و تشمل كافة العمليات البيع و الشراء كما تعمل بتقديم خدمات

---

[1] خالد ممدوح ابراهيم، *ابرام العقد الإلكتروني*، الطبعة الثانية، دار الفكر، إسكندرية، 2011، ص.7.

[2] بن جديد فتحي، *حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنيت-دراسة مقارنة-* مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2006-2007، ص.8.

إلكترونيا، فالتجارة الإلكترونية شبيهة بالسوق الإلكتروني في إمكانية تواصل الموردين و الشركات مع المستهلك. فالهدف من التجارة الإلكترونية هو تواجد محيط تجاري إلكتروني، و تسيير المعاملات التجارية في خلق الاقتصاد و توفير المنتجات المادية و غير المادية على حد سواء.[3]

و يمكن التمييز بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية من حيث أن التجارة الإلكترونية تتم من خلال بيئة رقمية إلكترونية و تتم عبر وسائل الاتصال، كما تحقق للمورد الإلكتروني ربح بصورة خيالية، و تحقق التواصل المباشر بين المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني دون وجود وسطاء، و تكون التجارة مفتوحة في جميع الأوقات سواء صباحا أو مساء أو ليلا.

و التجارة التقليدية لم تعد تحقق ربح كبير ذلك بكثرة الضرائب عليها و كراء المحلات التجارية لعرض السلع، و لا يكون هناك تواصل مباشر بين البائع و المشتري إلا في حالات، أما التجارة الإلكترونية وسيلة معتمدة و ضرورية في انتشار الأوبئة في حالة الحجر الصحي، مثل انتشار فيروس كورونا ما شاهده العالم في الأواني الأخيرة دون التطرق إلى التجارة التقليدية للحفاظ على صحة الأفراد ، و أنها تعطي للمستهلك الحق في دخول للمواقع في الوقت الذي يريده، و أن التجارة التقليدية محددة الوقت، فالبائع يفتح محله التجاري حسب الوقت الذي يناسبه فهناك مشقة للمستهلك في الانتظار أمام المحلات.[4]

و لذلك بدأت الدول المتقدمة في خلق تشريعات متخصصة بالتجارة الإلكترونية، ودراسة إمكانية ممارسة القواعد و القوانين التي تخص بالتجارة التقليدية على التجارة الإلكترونية، أم لكل تجارة قوانينها الخاصة بها، و رغم من وجود أراء تأكد على إمكانية خضوع التجارة الإلكترونية إلى قواعد التجارة التقليدية إلا أن الواقع التشريعي أظهر أهمية التشريع النصوص القانونية الجديدة لهذا العالم تجاري الإلكتروني.[5]

فللتجارة الإلكترونية تطبيقات كثيرة في الجزائر و لتنظيمها و حسن سيرها لا بد من وجود عقد و يسمى هذا العقد بالعقد البيع الإلكتروني، فيبرم العقد بالوسائل الإلكترونية و ينفذ بطريقة تقليدية إلا أنه يبقى يحمل الصفة الإلكترونية مادام أنه يبرم بوسائل إلكترونية، فيتميز العقد البيع

---

[3] ابراهيم بختي، *تجارة الإلكترونية*، بدون طبعة ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص48.

[4] خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص. 8.

[5] المرجع نفسه، ص.13.

الإلكتروني عن العقود البيع العادية، أنه ينعقد في محيط رقمي و ليس مادي، و يكون محرر عن طريق دعامات غير ورقية، بل تكون مخزنة عبر الأنظمة المعلوماتية، كما أن قواعد العامة في القانون المدني تخضع لها قواعد العقد الإلكتروني فيما يخص الإيجاب و القبول و تكوين عناصر العقد وفيما يخص التسليم، وتم كذلك تحديد قواعد خاصة في العقد البيع الإلكتروني في خصوصية التسليم المبيعات رقمية.[6]

فينتمي عقد البيع الإلكتروني من بين العقود المبرمة عن بعد كونه يتم بين عاقدين لا يجمعهما مجلس حقيقي فيما يخص التراضي بل يتم التعاقد بوسائل اتصال تكنولوجيا. ويتصف بأنه عقد تجاري لأن هناك معاملات كثيرة تجارية في مجمل العقود الإلكترونية، كما يعتبر عقد البيع الإلكتروني من عقود الاستهلاك و هي العقود الي تتمثل في توريد و تقديم خدمات.[7]

و من خلال لجنة الأمم المتحدة أصدرت القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية في سنة 1996 فهو قانون يحتوي على سبعة عشر(17) مادة تضمنت الجوانب القانونية لتلك المعاملات الإلكترونية و المصطلحات الإلكترونية و كذلك تضمنت مواد تنص في محتواها على الضوابط والشروط لاستعمال التجارة الإلكترونية، الأمر الذي دفع العديد من الدول بإصدار قانون خاص بالمعاملات الإلكترونية و على رأسها فرنسا التي قامت بتنظيم التعاقد الإلكتروني بالمرسوم رقم 741 لسنة 2001 ، و كذلك إيطاليا التي قامت بإصدار قانون التجارة الإلكترونية عام 1999.[8]

و بالإضافة إلى ذلك لابد من إشارة على أن العقد الإلكتروني يتكون من طرفين أساسين ولا يبرم العقد إلا بهما، فأولهما: المورد الإلكتروني سواء كان شخص طبيعي أو معنوي و الذي يعتبر الطرف القوي للعقد الإلكتروني، فيساهم في زيادة مبيعاته على المستوى الدولي، و يفتح له مجال

---

[6] بن جديد فتحي، المرجع السابق، ص. ج و د.

[7] محمد بوكماش، كمال تكواشت، "عقد البيع المبرم عبر الأنترنيت"، مجلة الباحث الدراسات الأكاديمية، العدد الثاني عشر، جامعة خنشلة، جانفي 2018، ص 208 و 209.

[8] بن هرقال هشام، *تنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية و حماية معاملات في ظل القانون05- 18*، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولاي طاهر، سعيدة، 2018-2019، ص.3.

لتحقيق أرباح صورية و هو موجود في وطنه دون الحاجة إلى فتح فروع الشركة في كل بلد من بلدان العالم، كما أنه يوفر له الوقت والجهد و المال.[9]

أما ثانيهما: متمثل في المستهلك الإلكتروني و هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية من أجل تحقيق رغباته، و كل ما يحتاجه من سلع و خدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون إعادة بيعها، سواء بشراء المبيعات أو الخدمات أو الانتفاع بها أو ايجارها.[10]

و تمثل الإشكالية البحث في أن المورد الإلكتروني يتميز بطبيعته على التاجر العادي، الذي يأخذ بنا عن مدى توافق بين التاجر الإلكتروني و التاجر التقليدي ، لذا فإن هذا النوع الحديث من التجار في المعاملات عبر شبكة الأنترنت، أحدث خلقا تشريعيا على المستوى الدولي و على المستوى الداخلي، ولذلك يثير بصفة عامة طرح الإشكالية :

***ماهي الأحكام القانونية التي تنظم عمل المورد الإلكتروني في القانون الجزائري؟***

ولقد أدى التطور في استخدام شبكة الأنترنت في التعاملات الإلكترونية إلى ظهور التجارة الإلكترونية، و التي أصبحت واقعا يفرض نفسها على الصعيد التجارة الدولية والتعاملات اليومية لأفراد المجتمع.

و ظهر بشأن ذلك الكثير من الجدل و النقاش حول مدى ملائمة القواعد و المبادئ القانونية التقليدية التي تحكم المتعاقدين، و القواعد التي تنظم تصرفات كل من المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني، حيث أن الالتزامات التي تقع على الم إ. وقت إبرام العقد و وقت تنفيذ العقد ومسؤولياته سواء كانت مسؤولية مدنية و مسؤولية الجزائية أصبحت لا تنفى بعضها إلى بقواعد التجارة الإلكترونية، و إنما تخضع إلى القواعد العامة للبائع العادي ضمن التجارة الإلكترونية.

و لما دعت الحاجة إلى محاولة سد الفراغ التشريعي الناجم عن متطلبات تنظيم المعاملات الإلكترونية، الأمر الذي دفع بالمجتمع الدولي إلى إعطاء أهمية خاصة للبحث عن الاطار القانوني الملائم للمتغيرات الكبيرة التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

---

[9] محمد حسن رفاعي العطار، *البيع عبر شبكة الأنترنيت*، طبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص.92.

[10] أوشتن حنان، "*حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني*"، مجلة الفقه و القانون، 26 جامعة عنابة، سبتمبر 2012، ص.3.

و نظرا لكون التجارة الإلكترونية سبقت بخطوات كبيرة عن التنظيم القانوني، فإن أهمية الدراسة تكمن في البحث عن خصوصية المورد الإلكتروني من جانب تعريفه وطبيعته القانونية والتزاماته، كما البحث عن خصوصية المسؤولية في حالة عدم تنفيذ التزاماته و في حالة ارتكاب الجرائم في التشريع الجزائري الخاص بالتجارة الإلكترونية والوقوف عنده على مدى كفاية نصوص القوانين الأخرى في التصدي له.

كما تبرز أهمية الدراسة بسبب غياب النصوص التشريعية المستقلة تنظم المعاملات الإلكترونية المختصة في المسؤولية، إلا بعض المحاولات القليلة للمشرع الجزائري التي التمسها في إصدار قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 ، المتضمن التجارة الإلكترونية في دراسة خصوصية المورد الإلكتروني. و القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 ماي 2005 المتضمن القانون المدني بإدراج بعض الأحكام فيما يخص التسليم، و ضمان العيوب الخفية وعدم التعرض. و بإدراج القانون رقم03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتضمن قانون حماية المستهلك و قمع الغش بإدراج التزام بالسلامة و المطابقة و كذا الجريمة الخداع ، و كذا الجرائم قانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر2004 المتضمن قانون العقوبات في دراسة الجرائم قد يرتكبها المورد الإلكتروني المتمثلة في جريمة الغش التجاري و الصناعي وجريمة الاحتيال.

كما فعلت أغلب التشريعات التي اهتمت بصياغة التنظيم التشريعي للمعاملات الإلكترونية و الاهتمام بالمورد الإلكتروني منها مصر تونس و لبنان و التشريعات الأجنبية على رأسها فرنسا، لأن المعاملات الإلكترونية أصبحت بأهميتها و مميزاتها واقعا ملموس، لا بد من التعامل معه أجلا أم عاجلا و لا يمكن تجاهلها في أي مجال أو قطاع.

كما يعد الانتشار السريع للأنترنت و استخدامها المكث من الأفراد و المؤسسات الرسمية أو الغير الرسمية و الشركات التجارية في الجزائر على الرغم من حداثة تطبيقها و استعمالها دليلا واضحا على ذلك، و لا يعد بمقدور المتعاملين في الجزائر تجاهلها في مبادلاتهم الاقتصادية.

لهذا اختلف رجال القانون و الفقه على ضرورة الصياغة القوانين تنظم المعاملات الإلكترونية، المعمول بها حاليا و تعديلها فيما يتماشى مع التطور التكنولوجي.

و عليه فقد اخترت الموضوع **" المركز القانوني للمورد الإلكتروني"** بسبب انتشار تجارة الإلكترونية و ندرة الدراسات في هذا الجانب، و كذلك بعد أن تبين أن الموضوع جديد و قديم في نفس الوقت، قديم في شقه الدراسات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وبالعقد البيع الإلكتروني و جديد في الجانب الدراسي المختص بالمورد الإلكتروني، كما أنه يعد موضوع متجدد مستقبلا بزيادة انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر، فيحتاج هذا الموضوع المختار إلى دراسة مختصة تثير النقائص الواردة.

و يعد الموضوع موضوع الساعة في أغلبيته و ذلك بانتشار الموردين الإلكترونين سواء كان عبارة عن شخص واحد أو عبارة عن شركات في الجزائر.

و اعتمد في هذا الموضوع على المنهج الوصفي و المنهج التحليلي، و لكون أن المنهجين لا يتعارضان من حيث طريقة البحث بل هما يكملان بعضهما البعض، فقد استعمل المنهج الوصفي بعرض المعلومات عن الموضوع، بإبراز مفهوم المورد الإلكتروني و تمييزه عن الفئات الإلكترونية الأخرى، و كذا في بيان الطبيعة القانونية للم. إ. كما استعمل المنهج التحليلي في تحليل الأحكام الفقهية و القانونية ذات صلة بالمورد الإلكتروني.

و استخدم المنهج المقارن الذي تم الاعتماد عليه في كلا الفصلين، و ذلك يلتمس عن مدى توافق خصوصية المورد الإلكتروني مع القواعد العامة في القانون المدني، ثم دراسة خصوصيته مقارنة مع القوانين و التشريعات العربية و الأجنبية ،و تم مقارنة القانون التجارة الإلكترونية و القانون المدني الجزائري مع القانون المدني الفرنسي، والقانون النموذجي لهيئة الأمم المتحدة المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، و التوجيه الأوروبي بشأن التجارة الإلكترونية، و بالإضافة إلى مقارنة هذه التشريعات مع أراء الفقهاء.

و تتجلى صعوبة البحث في هذا الموضوع هو تطرقه للتجارة الإلكترونية التي تعتبر شيء جديد في الجزائر، و إن كانت قد تقدمت خطوات كثيرة في بعض الدول الأجنبية، كما برزت الصعوبة في ندرة الأحكام و قواعد و الاجتهادات القضائية، في كل ما يخص بالمورد الإلكتروني.

كما تتجلى الصعوبة في التعرف على حقيقة المعنى المقصود من بعض القواعد التشريعية التي ينقصها الوضوح، و بالرغم من أن المشرع وضع مشروع خاص بالتجارة الإلكترونية، و ابرز ضمنه

تعريف المورد الإلكتروني و بعض الالتزامات التي تقع عليه وبعض المسؤوليات، إلا أن واجهنا صعوبة في شرحها الأن عدم وجود مراجع متخصصة في شرح القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، و انعدام مراجع خاصة بعنوان المذكرة سواء في ولايتنا أو ولايات الأخرى.

و لتحقيق الأهداف المرجوة من البحث و دراسة الموضوع على مجمله و تناول كل أبعاد الموضوع، فتم تقسيمه إلى فصلين يتضمن كل منهما مبحثين على نحو التالي:

**الفصل الأول**: خصص الفصل الأول تحت عنوان ماهية المورد الإلكتروني و التزاماته، فخصص في أوله محاولة إعطاء مفهوم المورد الإلكتروني من خلال تعريف و ضبط مصطلحاته و تفرقته بين الفئات الأخرى، مع إبراز الطبيعة القانونية له.

أما الشق الثاني فخصص بإبراز أهم التزامات المورد الإلكتروني في مرحلة قبل التعاقد و مرحلة إبرام العقد، و مرحلة تنفيذ العقد ثم الالتزامات التي تقع عليه بعد تنفيذ العقد.

**الفصل الثاني**: خصص الفصل الثاني معنون بمسؤولية المدنية و الجزائية للمورد الإلكتروني، يتناول الصور المسؤولية المدنية و بحث عن طبيعة المسؤولية سواء كانت مسؤولية عقدية أو تقصيرية، مع ذكر شروط القيام بالمسؤولية كما تطرق إلى دراسة إهمال هذه المسؤولية المدنية ومدى كفاية القانون المدني في تصدي الإشكالات التي يثيرها.

كما تطرق إلى الجرائم قد يرتكبها المورد الإلكتروني المنصوص عليها في القانون التجارة الإلكترونية، و الجرائم المنصوص عليها في القانون العقوبات، و الجرائم المنصوص عليها في القانون حماية المستهلك و قمع الغش، مع الوقوف الدراسة على الجزاء العقابي للمورد الإلكتروني في حالة ارتكابه لهذه الجرائم و ذلك بدراسة عقوبة كل جريمة على حدا.

# الفصل الأول:

## ماهية المورد الإلكتروني و التزاماته

## الفصل الأول: ماهية المورد الإلكتروني و التزاماته

انطلاقا من الارتباط الوثيق للقانون بالتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا، و العوامل التي ساهمت بسرعة كبيرة لنمو الأنترنت، و مساهمة الأنترنت في دفع المنتجين لاستعمالها كوسيلة لعرض منتجاتهم، و لنشر معلومات المتعلقة بنشاطهم التجاري، كما امتلأت المواقع بالصور و الرسومات الجذابة للمنتجات و الخدمات.

فنجد أن الأنترنت ساعدت على تقريب المسافة و إزالة الحواجز بكافة أشكالها بين المورد الإلكتروني و المستهلك، حيث أصبح من السهل أن يصل أي منهما إلى الآخر مباشرة و دون تدخل أي أحد بينهم.

إذ يستطيع المستهلك الوصول إلى البائع و التواصل معه بسهولة تامة بمجرد جلوسه أو اتكائه في بيته و التجول بين مئات المواقع و المتاجر الإلكترونية الموجودة على شبكة الأنترنت دون أن يبرح مكانه.

و في المقابل انفتح أيضا مجال للمستهلك لتعامل في الأسواق المحلية و العالمية، وذلك بضغطه على زر واحد على جهازه الكمبيوتر أو هاتفه المزود بالأنترنت لطلب سلعة أو خدمة المعروضة.

و نظرا لتأثير القانون في الأنشطة الاقتصادية، و خاصة القوانين التي اهتمت بشكل واسع ودقيق في إعطاء إشراقة للجانب القانوني للم إ. و ذلك من حيث تحديد مفاهيمه وبيان طبيعته، والذي عالجه القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية و قانون حماية المستهلك و قمع الغش (المبحث الأول).

و لتسير الحسن في المعاملات التجارة الإلكترونية، تحتاج إلى تنظيم قانوني سريع قائم على دراسة الالتزامات التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني في جميع المراحل التي يمر بها عقد البيع الإلكتروني، و ذلك باعتباره طرف القوي في العلاقة العقدية بمقابل المستهلك الإلكتروني الذي يعتبر الطرف الضعيف، و هذا حتى يكون هناك توازن في العلاقة العقدية بين طرفي العقد (المبحث الثاني).

## المبحث الأول: المحددات المفاهيمية للمورد الإلكتروني

إن التجارة الإلكترونية تحولت بشكل عام إلى إجراءات و صفقات و تبادلات تجارية، فقد أصبح من الممكن لتجارة و المنتجين تجنب المشقة و أعباء السفر و انتقال من البلد إلى آخر لترويج المنتجات، وكل ما يحتاجه هو استعمال الأنترنيت، فتطرق الفقه إلى اعطاء مفهوم واسع للمورد الإلكتروني، كما اختص المشرع الجزائري في مسألة المورد الإلكتروني، لذا نسلط الضوء على طبيعة القانونية للمورد الإلكتروني( المطلب الأول).

و يلاحظ من خلال الدراسة أن الواقع لتجارة الإلكترونية لها عدة فئات، فلابد من تمييز بين المورد الإلكتروني و الوكيل الإلكتروني، و بينه و بين المستهلك الإلكتروني وبينه وبين الموزع الإلكتروني ( المطلب الثاني).

و لممارسة المورد الإلكتروني نشاطه ضمن التجارة الإلكترونية، هناك شروط لابد من توافرها و تتمثل في شرطين أساسين، أولهما متمثل في خضوع المورد الإلكتروني إلى السجل التجاري، و ثانيهما متمثل في نشر العنوان الإلكتروني( المطلب الثالث).

## المطلب الأول: مفهوم المورد الإلكتروني و طبيعته القانونية

نظرا للأهمية المورد الإلكتروني في المعاملات التجارة الإلكترونية، و اختلافه عن البائع العادي ضمن التجارة التقليدية، نجد أنه اجتهدوا الفقهاء و المشرعون من أجل اعطاء تعريف خاص بالمورد الإلكتروني، فتمت الدراسة من حيث تبين تعريف الذي جاء به الفقهاء(الفرع الأول)، و كذلك المشرعون الذين افردوا للم. إ. تعاريف متعددة ومن بينها المشرع الجزائري(الفرع الثاني)، و لابد من تطرق إلى معرفة الطبيعة القانونية للم إ. (الفرع الثالث).

### الفرع الأول: تعريف المورد الإلكتروني فقهيا

تعددت الآراء التي قيلت في تعريف الفقهي للمورد الإلكتروني، فلا يقتصر عمل المحترف بغرض سلعته و منتجاته على المعارض الواقعية و العالم المادي بل يمتد ذلك إلى العالم الإلكتروني، فيعد الطرف القوي في العقد البيع الإلكتروني الذي يعقده مع المستهلك سواء داخل دولة واحدة أو بين عدة دول.

ومن الجانب الفقهي أنه لا يضيف جديد إلى مفهوم البائع المتداول و الذي يقصد به هو كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا، معناه قد يكون الم إ. فردا أو مؤسسة و يثبت له نفس الصفة التي تثبت للبائع في كل العقود البيع الأخرى، و ذلك بالإضافة لنشاط التجاري الطابع الإلكتروني على المعاملات و العقود التي يتعامل بها المورد الإلكتروني.[11]

و لاكتساب صفة م إ. سواء كان طبيعي أو اعتباري لابد منه أن يمارس نشاطا تجاريا على وجه الاعتياد.

[11] بشار محمود دودين، *الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الأنترنيت*، الطبعة الثانية، دار الثقافة، عمان،2010، ص.181.

فالمورد الإلكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطا تجاريا أو صناعيا أو زراعي، سواء كان باسمه و لحسابه أو للاسم و لحساب الغير، و يجب أن يمتلك موقعا إلكتروني حتى يعتبر نشاطه التجاري إلكترونيا.[12]

**الفرع الثاني: موقف المشرع الجزائري من المورد الإلكتروني**

غالبا ما يكون للجهود الفقهية المبذولة أثرها في الأعمال التشريعية، ووفقا للمشرع الفرنسي فقد عرف المورد الإلكتروني:(**كل شخص طبيعي أو معنوي، عام أو خاص يتعاقد للأغراض المتعلقة بنشاطه التجاري أو الحرفي أو الصناعي حتى لو تعاقد باسم و نيابة عن الشخص المهني**).

كما عرف المشرع المصري المحترف **و** ذلك مقابل للمستهلك، ضمن قانون المصري المتعلق بحماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 (**كل شخص يقوم بتقديم خدمة... ذلك بهدف تقديمها للمستهلك أو المتعاقد**).[13]

أما المشرع الجزائري عرف التاجر عموما ضمن قانون رقم 05-02 الذي يتضمن القانون التجاري في المادة الأولى(1) على أنه:" **يعد التاجر طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا و يتخذه مهنة له، مالم يقض القانون خلافا ذلك.**" معناه كل شخص يمارس عملا تجاريا على وجه الاعتياد سواء كان شخص طبيعي أو معنوي يعد تاجرا.[14]

و تطرق المشرع الجزائري بتعريف المتدخل و ذلك في المادة الثالثة(3) **الفقرة** الثانية (2) من القانون رقم 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على أنه:" **عون**

---

[12] عبد الله ذيب عبد الله محمود، *حماية مستهلك في تعاقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-* مدكرة لنيل شهادة ماجستير، كليات دراسات عليا، جامعة النجاح الوطنية، 2009،ص.18 و 20.

[13] زهراء مراد،" *العقد الإلكتروني و أطرافه*"، مجلة علوم الإنسانية، العدد الثاني، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، جويلية 2019، ص.312.

[14] قانون رقم 05-02 مؤرخ في6 فبراير2005، المعدل و المتمم لأمر75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، جريدة الرسمية العدد11، صادر في9 فبراير2005.

**الاقتصادي كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمة أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في إطار المهني العادي أو يقصد تحقيق الغاية التي تأسست من أجلها."**[15]

و إضافة إلى ذلك تطرق المشرع الجزائري بتعريف المتدخل في المادة الثالثة(**3**) الفقرة السابعة(7) من القانون رقم03-09 المتعلق بالحماية المستهلك و قمع الغش على

أنه:" **المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك.**"[16]

ثم استمد الم ج. تعريف المورد الإلكتروني، في المادة الخامسة(5) الفقرة الرابعة(4) القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما يلي:" **المورد الإلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالتسويق أو باقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق اتصالات إلكترونية."**[17]

من خلال ما سبق استنتج أن المشرع الجزائري استخدم عبارات كثيرة و هي التاجر، المتدخل، العون الاقتصادي، و كلهم يستهدف إلى الم إ. و هو كل شخص طبيعي أو معنوي، يباشر مهنة تجارية على وجه اعتياد سواء كانت صناعية أو زراعية أو حرفية، وميز المشرع الجزائري بين المورد الإلكتروني والمتدخل في الواقع المادي، فالمورد الإلكتروني يستعين باسلاك إلكترونية و بالتالي يكتسب الصفة الإلكترونية.[18]

### ***الفرع الثالث: الطبيعة القانونية للمورد الإلكتروني***

يمكن للمورد الإلكتروني أن يكون شخصا طبيعيا منفردا أو معنوي على شكل مجموعة من الأموال و الأشخاص مكونين شركات تجارية، و هذا ما نصت عليه المادة الثالثة(5) الفقرة الرابعة(4)

---

[15] القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، محددة للقواعد المطبقة على الممارسات تجارية، جريدة الرسمية العدد41، الصادر بتاريخ 27 يونيو 2004.

[16] القانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة الرسمية العدد 15، صادر8 مارس 2009.

[17] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[18] عمار زغبي، *حماية المستهلك من الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة*، الطبعة الأولى، دار الأيام، عمان، 2016، ص.67.

من القانون18-05 السالف الذكر في العبارة التالية:" **المورد الإلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي...**".[19]

و تبنى الم ج. الطبيعة القانونية للمورد الإلكتروني كونه شخص طبيعي أو معنوي في المادة(3) في الفقرة السابعة(7) من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش سالفة الذكر في العبارة التالية:" **المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي....**"[20]

كما وردت نفس الفكرة في المادة الثالثة(3) الفقرة الأولى(1) من الأمر رقم 03-03 المتعلقة بالمنافسة التي تنص على:" **المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أي كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات انتاج أو توزيع خدمات.**"[21]

فتحديد الشخصية القانونية للمحترف يثار عند قيام بنشاط مقاولة التي لا تتمتع بالشخصية القانونية في القانون الجزائري.[22]

## المطلب الثاني: تمييز المورد الإلكتروني عن فئات الإلكترونية الأخرى

هناك سيمات تميز المورد الإلكتروني عن الفئات الإلكترونية الأخرى و لمعرفة هذه سيمات يتطلب عرض التفرقة بين م. إ. و الوكيل الإلكتروني(الفرع الأول)، ثم بين الم إ. والمستهلك الإلكتروني(الفرع الثاني)، ثم تمييز الم إ. والموزع الإلكتروني(الفرع الثالث).

### الفرع الأول: تمييز بين المورد الإلكتروني و الوكيل الإلكتروني

رأينا فيما سبق أن المورد الإلكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عمليات عرض وبيع المنتجات أو تقديم خدمات عبر الأنترنت، أما الوكيل الإلكتروني فيعرف بأنه ذلك الحساب

---

[19] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[20] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

[21] قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو2008، معدلو المتمم الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو2003، المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية العدد36، صادر بتاريخ 20 يوليو2008.

[22] أكسوم عيلام رشيدة، *المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني*، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزوزو، 2018، ص.25.

الذي يعمل نيابة عن المورد الإلكتروني و يكون حسابه معد بوسائل الإلكترونية دون تدخل البشر.[23] فيكون الوكيل الإلكتروني تابع للمورد الإلكتروني، فيقوم بتصرف باسمه و لحسابه و من تم فجميع العقود التي يبرمها الوكيل الإلكتروني تكون لحساب المورد الإلكتروني.[24]

**الفرع الثاني: تمييز بين المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني**

إن الرابط بين المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني هو عقد البيع الإلكتروني، وتمييز بينهما يكمن في الغاية فهدف الم. إ. هو تمكن في تحقيق الربح، أما المستهلك فغايته تحقيق حاجاته، و كذلك يمكن تمييز بينهما من ناحية التصرف، فتصرف الم. إ. يكون دائم لاكتسابه صفة الاحتراف ويكون يمارس أعماله بصفة اعتيادية و مستمرة، على عكس المستهلك الذي يكون تصرفه عابرا وليس دائما.[25]

**الفرع الثالث: تمييز بين المورد الإلكتروني و الموزع الإلكتروني**

في مرحلة مضت كانوا الموردون يقومون بدور الموزعين عن طريق البيع المباشر للمستهلكين، لكن بكثرة التجارة و كثرة متطلباتهم احتاجوا الموردون إلى الموزعين، من أجل تسهيل عملية توفير حاجات المستهلكين في أسرع وقت أمكن، فأصبح موزعون مستقلون عن الموردين حيث يقوم الموزع الإلكتروني بشراء المنتجات بواسطة عقد توزيع من المورد الإلكتروني، و يعيد بيعها مرة أخرى باسمه و لحسابه الخاص، و الارتباط بينهما يكمن في أعمال التجارية فكليهما يهدف إلى الربح.[26]

**المطلب الثالث: شروط المورد الإلكتروني لقيامه بنشاط التجاري**

لقد أكد مشروع القانون على ممارسة النشاط التجاري عبر الأنترنت حيث تتم بحرية في الإطار القانون، لكن أكد المشرع الجزائري على شرطين أساسين لا غنى عنهما لممارسة التجارة الإلكترونية وهما الخضوع إلى السجل التجاري(الفرع الأول) و كذا نشر الموقع الإلكتروني(الفرع الثاني)

---

[23] شريف محمد غنام، *دور الوكيل الإلكتروني في التجارة الإلكترونية* ،ب ط ، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، 2012، ص.20.

[24] شريف محمد غنام، *التوزيع الإلكتروني للسلع و خدمات*، ب ط ، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية،2012، ص.6.

[25] زهراء مراد، المرجع السابق ،ص.315.

[26] شريف محمد غنام، التوزيع الإلكتروني للسلع و خدمات، المرجع السابق، ص.3 و 6.

**الفرع الأول: الخضوع إلى السجل التجاري**

يعد السجل التجاري من الأمور أساسية التي تقع على عاتق الم إ. و يعرف على أنه:( **سجل أو مستند يتم انشاؤه أو تخزينه أو استخراجه أو نسخه أو ارساله أو إبلاغه أو استلامه بوسيلة إلكترونية، أو أي وسيط إلكتروني أخر و يكون قابلا لاسترجاعه بشكل يمكن فهمه).**[27]

و لم يخضع الم ج. إلى تعريف السجل الإلكتروني، إلا أنه أوجبه على المورد الإلكتروني و هذا ما نصت عليه المادة الثامنة(8) من القانون رقم18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية:" **يخضع النشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في سجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية و الحرفية حسب الحالة...).**[28]

فعلى كل شخص طبيعي أو معنوي يريد ممارسة الأعمال التجارية الإلكترونية، أن يخضع إلى سجل التجاري و عليه تقديم ملف يتكون من وثائق تشمل مجموعة من البيانات و المعلومات متعلقة بالتاجر و نشاطه.[29]

إضافة على ذلك نصت المادة الخامسة و العشرون(25) الفقرة الأولى(1) من القانون رقم 18-05 سالف الذكر على ما يلي: "**يجب على كل مورد إلكتروني حفظ السجلات والمعاملات التجارية المنجزة و تواريخها و ارسالها الكترونيا إلى مركز الوطني للسجل التجاري."**[30]

فلا بد من الم إ. حفظ السجل التجاري للإمكانية الأشخاص الرجوع إلى بيانات و المعلومات المحفوظة به و يجب أن تكون المعلومة الواردة في السجل قابلة للاحتفاظ بها و تخزينها و امكانية الرجوع إليها. [31]

---

[27] خالد ممدوح ابراهيم، أمن المعلومات، ب ط. دار الجامعية، اسكندرية، 2008، ص.82.

[28] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[29] زايدي خالد، *التزامات التاجر القانونية*، الطبعة 2016، دار الخلد ونية، الجزائر،2016 ، ص.108.

[30] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[31] بشار محمد دودين، المرجع السابق، ص.229.

و تنشأ البطاقة الوطنية للموردين، تخص بذكر كل الموردين الذين يحملون صفة التاجر مسجلين ضمن السجل التجاري أو سجل صناعات التقليدية أو الحرفية، أي من يقوم بمعاملات تجارة إلكترونية و بيع إلكتروني ولم يكن مسجل في سجل التجاري لا يكون ضمن هذه بطاقة.[32]

**الفرع الثاني: نشر الموقع الإلكتروني**

تعددت تعريفات الفقهية فيما يخص المواقع الإلكترونية، فيوجد اتجاه يستند إلى الطبيعة الفنية لموقع الإلكتروني و يرى جانب من الفقه أنه وسيلة تستعمل في نقل و توزيع الأرقام وتحويلها على شكل حروف تشكل مصطلحا يتوافق مع اسم المشروع، فنظرا لتسهيل و حفظ الأرقام و سهولة التعامل معها قامت الشركات التي تعمل بواسطة الأنترنت بالبحث على وسيلة لتحويل أرقام إلى حروف، فبمجرد كتابة المستهلك بعض الحروف الخاصة لشركة يستطيع الوصول إلى الموقع الخاص بها. [33]

ويوجد فريق آخر من الفقه عرف الموقع الإلكتروني من الجانب الشكلي، فيرى أن الموقع الإلكتروني من جزئيين، أولهما و هو الجزء الثابت الذي نجده في جميع الشركات والأشخاص الذين يمتلكون مواقع الإلكترونية و هو ممثل في الرمز(WWW)، و ثانيهما وهو الجزء المتغير الممثل في الجزء الذي يميز المشروعات للموردين و هو الذي يلي الجزء الثابت.

و هناك جانب من الفقه من اتجهوا إلى تعريف الموقع الإلكتروني من حيث الوظيفة التي يختص بها و شبه هذا الفريق أن الموقع الإلكتروني شبيه بعنوان البريدي، من حيث أنه يحدد موقع المورد الإلكتروني كشخص طبيعي أو معنوي كتحديد موقع الشركة عبر الأنترنت. فيمكن تعريف الموقع الإلكتروني على أنه وسيلة اتصالات عبر شبكة الأنترنت، وهو عنوان افتراضي لأنه يحدد المواقع الأشخاص و الشركات على شبكة الأنترنت و ليس على أرض الواقع.[34]

و لقيام المورد الإلكتروني بنشاطه التجاري عبر الأنترنت يتطلب منه الحصول على موقع إلكتروني، فيكون هذا الموقع هو الواجهة للمورد الإلكتروني، و لقد الزم المشرع الجزائري المورد

---

[32] المادة 9 القانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[33] فاتن حسين حوى، *المواقع الإلكترونية و حقوق الملكية الفكرية*، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2010، ص.53.

[34] المرجع نفسه،ص.54.

الإلكتروني بنشر الموقع الإلكتروني و هذا ما نصت عليه المادة الثامنة (8) من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية:" **ولنشر موقع الإلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنيت، مستضاف في الجزائر بامتداد ' COM.DZ '.**" [35]

ومن أهمية الموقع الإلكتروني أنه يفتح المجال للمستهلك الإلكتروني على المنتجات، لأن لا يمكنه ان يشتري شيء ليس له أي فكرة عليه، و يعتبر الموقع الإلكتروني أداة رابطة بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني.[36]

كما يسهل الموقع الإلكتروني التعامل من جانب المستهلكين و الموردين، و كذلك يستخدم الموردين الإلكترونين المواقع الإلكترونية من أجل الإعلان و الترويج عن منتجاتهم وخدماتهم لبيعها، ولابد من الموردين حفظ الموقع و ذلك باختيار موقع إلكتروني سهل وبسيط و يجب أن يكون مرتبط بعلامته الأصلية حتى يتضمن المستهلك موقعه الإلكتروني، كما يجب عليه نشر موقع مميز عن المواقع الإلكترونية الخاصة بالموردين الأخرين، و لا يجوز له أن يستخدم أكثر من مشروع لنفس لموقع، فلابد لكل مشروع أن يكون له موقعه إلكتروني خاص به.[37]

[35] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[36] محمد حسين منصور، *المسؤولية الإلكترونية*، ب ط. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2003، ص.29.

[37] فاتن حسين حوى، المرجع السابق، ص.66.

## المبحث الثاني: التزامات المورد الإلكتروني

يقوم عقد البيع الإلكتروني على أساس تعادل الأداء لتحقيق العدالة العقدية، فكل التزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني يعد بمثابة حق للمستهلك الإلكتروني، فكما ذكرنا سابقا أن عقد البيع الإلكتروني هو ذلك العقد بين الم إ. و المستهلك الإلكتروني بدون تواجد مادي بل بوجود تواصل الإلكتروني، فهو بمثابة وسيلة لتلاقي الإيجاب و القبول على الشبكة الدولية المفتوحة للاتصال عن بعد و ذلك بوسائل مرئية و مسموعة.

و لضمان معاملات التجارة الإلكترونية، تم تحديد تشريعيا الالتزامات و الواجبات الموردين الإلكترونين، فيتم تفعيلها بشكل واضح و دقيق في جميع الحالات التي يمكنها أن تترتب على ممارسة التجارة الإلكترونية.

فهناك التزامات تقع على عاتق الم إ. قبل التعاقد و ما تسمى بمرحلة التفاوض، حيث يلتزم المورد الإلكتروني بعلم المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج، وإعلان فيما يخص المبيعات و الخدمات المعرضة للبيع، و لضمان سلامة هذه المبيعات و الخدمات (المطلب الأول).

و هناك التزامات تقع على الم إ. خلال مرحة التعاقد متمثلة في وجوب الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالمستهلك، و كذلك بإعداد فاتورة تسلم للمستهلك(المطلب الثاني).

كما أنه توجد التزامات وجوبية على الم إ. خلال مرحل تنفيذ العقد البيع الإلكتروني التزام المورد الإلكتروني بمطابقة منتوج مع الطلبية و كذا التزام بالتسليم المنتوجات والخدمات للمستهلكين، و التزامه بضمان العيوب الخفية و ضمان عدم تعرض و كذلك التزام بأداء الضريبة(المطلب الثالث).

ومن أثار تنفيذ العقد الإلكتروني سنبين التزامين وهما التزام باستبدال السلعة و التزام برد الثمن، و ذلك في حالة رجوع المستهلك عن العقد الإلكتروني( المطلب الرابع)

## المطلب الأول: التزامات المورد الإلكتروني قبل التعاقد

ففي هذه المرحلة يترتب على عاتق المورد الإلكتروني، حيث يلتزم بتقديم المعلومات حول المنتجات و الخدمات المعروضة و ثمنها( الفرع الأول)، كما أنه يلتزم بإشهار السلع عبر الأنترنت (الفرع الثاني)، كما يترتب عليه بتوفير الأمن و سلامة المنتجات والخدمات(الفرع الثالث).

### الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني بالإعلام

لقد أصبح الالتزام بإعلام المستهلك التزام ثابت في جميع التشريعات العالمية، التي نصت على ضرورة كل مورد إلكتروني بإعلام المستهلك ، حيث قسمت دراسة الموضوع على تقسيم هذا الفرع إلى بندين، تعريف الالتزام بالإعلام(البند الأول)، وكما سيتطرق إلى مضمون الالتزام بالإعلام(البند الثاني).

#### البند الأول: تعريف الالتزام بالإعلام

هو التزام يقع على الم إ. لأنه هو من يمتلك معلومات عن موضوع العقد، و يترتب عليه إخبار المستهلك بشخصيته و بياناته ، فالمستهلك من خلال هذه البيانات يقرر إما بتعاقد أو عدم التعاقد، كما يعرف الفقه الالتزام بالإعلام على أنه التزام على البائع بإعلام المستهلك كل ما يجهله من بيانات، ويطلق عليه التزام بالتبصير و البعض الأخر التزام بإدلاء البيانات.[38]

و يحتوي الالتزام بالإعلام التزامين، أولهما التزام بالنصيحة فهو التزام الذي يعتبر أعلى تدرج هرمي في التزام بإعلام وذلك بقيام المورد الإلكتروني بتوجيه المستهلك حول خصائص المبيع بسلبياته و إيجابياته، و إخبار المستهلك بأن المنتوج يتماشى مع رغباته، و تقديم نصح في المبيعات خاصة بالأدوات الكهرو منزلية و كذا الأدوية ، ويجب تقديم النصح بقيام بعمل أو امتناع عنه.[39]

و أما ثانيهما متمثل بالتزام بتحذير و هو قيام الم إ. بتحذير المستهلك من خطورة المنتوج، و يبين له جميع الاحتياطات لتفادي الخطورة التي يمكن أن تنتج من استعماله وحتى حيازته،

---

[38] الصغير محمد مهدي، *قانون حماية المستهلك –دراسة تحليلية–*، ب ط. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص.115.

[39] ابراهيم عماري، "التزام بإعلام و أثره في حماية المستهلك من تطور المنتج– رؤية الفقهية قانونية–" مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد الثاني، جامعة حسيبة بو علي، شلف، ص. 54.

وكذلك التحذير من الاستعمال الخاطئ للمنتجات مثلا المنتجات المتعلقة بمساحيق التجميل ومحاليل صبغة الشعر، و يتم تنبيه المستهلك من مخاطر وسائل الإلكترونية.[40]

**البند الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام**

إن مقتضيات تقرير هذا الالتزام تستدعي قيام الم إ. بالإعلام على المعلومات المتعلقة بالحالة المادية للمنتج(أولا)، و إعلام المستهلك بهويته(ثانيا)، و كذلك يقع على الم إ. بإعلام المستهلك بأسعار(ثالثا).

**أولا: إعلام بالحالة المادية للمنتج**

فلا بد من المورد الإلكتروني إعلام المستهلك بالخواص المادية و الأوصاف الأساسية للمنتج، و الشروط العامة للتعاقد بحيث يتضمن العرض الشروط الخاصة بطرق الدفع و تسليم البضاعة والمسؤولية العقدية.[41]

و هذا ما نص عليه في المرسوم التنفيذي 13. 378، المحدد كيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك من خلال توفير البيانات و المعلومات حول سلعة أو الخدمة المقدمة، و هذا ما نصت عليه المادة الخامسة(5) منه على وجوب توفير الموردين للمستهلكين تصميمها عبر وسائل الاتصال، وكذلك نصت المادة الثانية(2) من ذات المرسوم على ما يلي:**" يطبق هذا المرسوم على كل سلع والخدمات مهما كان منشؤها أو مصدرها، و يحدد الأحكام التي تتضمن حق المستهلكين في الإعلام."**[42]

[40] غالب كمال المهيرات، *التزام المنتج قبل التعاقد في العقود الإلكترونية*، ب ط. دار البارودي، عمان،2019، ص.108.

[41] المرجع نفسه، ص.96.

[42] عائشة قصار الليل،" التزام بإعلام الإلكتروني السابق لتعاقد"، مجلة الباحث الدراسات الأكاديمية، العدد العاشر، جامعة أم بواقي، باتنة، جانفي 2017، ص.232.

و نصت المادة السابعة عشر(17) من القانون حماية المستهلك و قمع الغش، على ما يلي :" **يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه لاستهلاك بواسطة وسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى.**"[43]

كما نصت المادة حادية عشر(11) من قانون حماية التجارة الإلكترونية، فيما يخص إعلام الحالة المادية للمنتج، و نصت على وجوب الم. إ. أن يقدم للمستهلك حالة توفر السلعة أو الخدمة و المصاريف و تحديد أجال التسليم، وموعد التسليم، كما نصت شروط فسخ العقد، و تقديم وصف جميع مراحل تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، و مدة صلاحية العرض كما نصت على أجال العدول، و الطرق الخاصة بإرجاع المنتوج واستبداله و تعويضه.[44]

**ثانيا: إعلام بهوية المهني**

و يتضمن الإعلام بضرورة تقديم معلومات اللازمة عن المورد الإلكتروني، كونه هو محل اعتباري في التعاقد، فقد اشترط النص الأول(1) من الفصل الأول من الاتفاقية الإلكترونية الصادر عن الاستيرال في مارس 2000، على إذا كان شخص طبيعي لا بد من ذكر اسمه، و أرقام هواتفه، أو مركز نشاطه و موقعه الإلكتروني، و إيميل الخاص به و كل ما يتعلق بتحديد الشخصية، كما اشترط النص في العقد النموذجي فيما يتعلق بالمعاملات الإلكترونية على ذكر بيانات التالية في حالة كان المورد شخص طبيعي: اسم الشركة، عنوان الشركة، رقم سجل التجاري، رقم الهاتف و الفاكس، و عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بالشركة، أو مواقع الخاصة بها على الشبكة.[45]

---

[43] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

[44] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[45] غالب كمال المهيرات، المرجع السابق، ص.98 و 99.

و نص الم ج. ضمن المادة الحادي عشر(11) من قانون التجارة الإلكترونية سابقة الذكر، فيما يخص إعلام المورد الإلكتروني بهويته فلا بد أن يقدم عرض تجاري إلكتروني يتضمن معلومات الرقم السجل التجاري، أو رقم بطاقة تمهنية للحرفي.[46]

**ثالثا: إعلام بسعر المنتوج**

كما يتوجب على الم إ. إعطاء للمستهلك معلومات تخص ثمن المنتوج و المرسوم والضرائب المترتبة عليه، فإعلام بالسعر هو إلزام إجباري. و نص القانون رقم 86-12 المتعلق بالأسعار على وجوب وضع علامات أو ملصقات أو معلقات حاملة السعر. [47]

و نص الم ج. في النص المادة الحادي عشر(11) من قانون التجارة الإلكترونية سابقة الذكر، أنه لا بد من المورد عرض طبيعة أسعار السلع و الخدمات باحتساب كل مرسوم و كذلك سعر المنتوج و طريقة ضمان السعر.[48]

فهناك شرطان لابد منهما في الالتزام بالإعلام، أولهما أن يكون البائع عالما بالبيانات التي سوف يقدمها للمستهلك، و ثانيهما ممتثل في جهل المستهلك بالموضوع بمجمل جوانبه سواء جهله بالبيانات المتعلقة بالحالة المادية للمنتوج و بهوية المهني وبالأسعار.[49]

**الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بالإشهار**

كثيرا ما يتوجهوا الموردين الإلكترونين إلى ترويج منتجاتهم، و خدماتهم بوسائل عديدة تأثر مباشرة على المستهلك المتلقي لسلع و الخدمات، و يعد الإشهار أكثر فعالة لجلب عدد كبير من الزبائن، كما يعتبر وسيلة التي يستخدمها المورد الإلكتروني من أجل عرض منتجاته. وقد قسم هذا

---

[46] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[47] دليلة معزوز، "*التزام بإعلام المستهلك الإلكتروني و مدى فعالية و شمول القانون 09-03*" ، مجلة المعارف، عدد الثامن، جوان2010، ص.85.

[48] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[49] قارة سليمان محمد خليدة، "*التزام البائع بإعلام المستهلك في عقد البيع الإلكتروني*" ، مجلة الجزائرية لقانون البحري *والنقل*، عدد الأول، 2014، ص. 238.

الفرع إلى ثلاث بنود و درس تعريف التزام الإشهار الإلكتروني( البند الأول)، و شروط الإشهار الإلكتروني( البند الثاني)، و أشكال الإشهار الإلكتروني (البند الثالث)

**البند الأول: تعريف الإشهار الإلكتروني**

عرف الفقه الإشهار بأنه: (**كل شكل من أشكال اتصال في إطار الأنشطة التجارية، والصناعة، و حرفية بهدف ترويج لتوريد البضائع و الخدمات، و تشمل كذلك العقارات وحقوق، و التزامات**).[50]

و يعرفه فريق من الفقه بأنه إخبار يهدف إلى تعرف المستهلك على سلعة او خدمة معينة، فإن الالتزام بالإشهار الإلكتروني هو التزام يقع على الم إ. بالإعلان عن سلعته بالصوت و الصورة و ذلك بواسطة الأنترنت.[51]

و من خلال ما سبق يمكن التمييز بين الإعلان و الإعلام، فالإعلان هو عبارة عن مجموعة من العروض و المنشورات لترويج سلعة أو خدمة معينة لجلب المستهلك، أما الإعلام فهو وسيلة تهدف إلى بيان حقيقة المبيع حتى يستطيع المستهلك أن يبارز في شراءه.[52]

**البند الثاني: شروط الإشهار الإلكتروني**

استمد المشرع الجزائري في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة الثلاثين (30) على شروط لا بد من توافرها للإشهار الإلكتروني وهي:

- يتوجب على الإشهار الذي يتم عبر الأنترنت، أن يتوفر بالقواعد المتعلقة به، بسهولة ووضوح الرسالة الإشهارية و أن تسمح بتحديد الشخص الذي تمت من أجله الرسالة، وأن لا تمس بآداب العامة و النظام العام.

---

[50] عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، *حماية القانونية للمستهلك في العقود تجارية الإلكتروني*، ب ط. دار الفكر و القانون، المنصورة، 2019، ص. 197.

[51] المرجع نفسه، ص. 198.

[52] دليلة معزوز، المرجع السابق ، ص.83.

- كما اشترط المشرع على الم إ. أن يضع منظومة إلكترونية تمكن لأي شخص أن يعبر عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه.

- أن يحدد الإشهار بوضوح في حالة ما كان يشمل تخفيض أو مكافآت أو هداية في حالة ما كان العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.[53]

- و منع المشرع أي إشهار أو ترويج عبر الأنترنت لكل سلعة أو خدمة تمنع من التسويق.[54]

**البند الثالث: أشكال الإشهار الإلكتروني**

فيمكن لمورد الإلكتروني أن يمارس إشهار الإلكتروني بأشكال مختلفة منها:

**اللافتات الإشهارية:** وهي شرائط إعلامية حيث يمكن للمستهلك النقر و زيارة الموقع الخاص لمورد الإلكتروني.[55]

**الرسائل الخاطفة:** وتتمثل في ظهور نافذة كاملة من الإعلان بمجرد النقر المستخدم على الرابط، أو تكون على شكل إشهارية يقتضي بالسرعة يأخذ كل المساحة كمبيوتر و يكون إشهار عن طريق الأنترنت من خلال مواقع مثلا،yahoo أوAmazon و نظر كما يكون تلقائيا إذ يظهر على حافة الكمبيوتر، حيث يمكن إطلاع إلى عدة إشهارات في بضعة ثواني.[56]

**الفرع الثالث: التزام المورد الإلكتروني بالسلامة**

ألقى الم. ج. على عاتق المورد الإلكتروني بالتزام بضمان السلامة و أمن المنتجات في مرحلة عرض المنتوج للاستهلاك، وقد تصيب المستهلك أثناء تنفيذ العقد البيع الإلكتروني، فيعد الالتزام بالسلامة التزام بتحقيق نتيجة، فعلى المورد الإلكتروني أن يضمن كل ما يمس بالمستهلك. و ذلك

---

[53] انظر المادة 30 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[54] المادة 34 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[55] جلول دواجي محلول، *حماية الجنائية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية*، شهادة لنيل شهادة الماجيستر، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2014-2015، ص.56.

[56] حوحو يمينة، *عقد البيع الإلكتروني في قانون الجزائري، الطبعة الأولى*، دار بلقيس، جزائر، 2016، ص.67.

بتوفير ضمانات ضد كل المخاطر التي تمس بالمستهلك في جسده و أمواله، و يعتبر التزام بضمان السلامة التزام وقائي للمستهلك.[57]

و لقد نصت المادة الرابعة(4) من القانون 03-09 المتعلق بالحماية المستهلك و قمع الغش على:" **يجب على التدخل في عملية وضع المواد الغذائية لاستهلاك احترام الزامية سلامة هذه المواد و السهر أن لا تضر بصحة المستهلك.**"[58]

و نصت المادة التاسعة (9) من القانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على:" **يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة لاستهلاك مضمونة و تتوفر على الأمن بالنظر إلى استعمال المشروع و المنتظر منها، و أن لا تلحق ضرر بصحة المستهلك و أمنه و مصالحه...**".[59]

كما أكدت المادة العاشرة(10) من ذات القانون على التزام بضمان السلامة فيما يخص تركيب وتغليفه و شروط تجميعه وصيانته.[60]

**المطلب الثاني: التزامات المورد الإلكتروني خلال مرحلة التعاقد**

يترتب على الم إ. خلال مرحلة التعاقد في عقد البيع الإلكتروني بالتزام بحفاظ على السرية( الفرع الأول)، و التزام بإرسال نسخة من العقد و التزام بإعداد فاتورة (الفرع الثاني)

**الفرع الأول: التزام بحفاظ على السرية**

---

[57] علي فتاك، *حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتوج*، طبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2013، ص.194.

[58] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

[59] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

[60] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

إن الالتزام بضمان سرية المعلومات يفرضه حسن النية، و يمكن تعريفه ب: التزام الم إ. بعدم إفشاء الأسرار و المعلومات المتعلقة بالمستهلك دون موافقته، فإذا ارتكب الخطأ يوجب مسائلته.[61]

فلا يجوز للم إ. مراقبة أو إفشاء المعلومات الخاصة للمستهلك سواء كانت مراسلات أو مخابرات هاتفية و ملفات و بطاقات و البريد الإلكتروني، و يمكن مراقبة المراسلات و الاتصالات الإلكترونية إذا تعلق الأمر بالنظام العام و الأمن من جرائم، ويكون ذلك من طرف السلطات الحكومية، الأن المعلومات التي يأخذها الم إ. من المستهلك تكون دقيقة و حقيقية فيما يخص البيانات الإسمية التي تسمح بالتعرف على أصحابها، لأنها تعد معلومات شخصية لشخص معين أو قابل لتعيين، و كل ما يتعلق بتفاصيل حياتهم، و يعين أخذها و تخزينها فيما يسمح به القانون، و يجب على الم إ. أن يحرص على عدم إساءة استخدامها لأنها تعتبر تعدية على حقوق صاحبها.

و لقد أكد التوجيه الأوروبي و التشريعات العربية على التزام بحفظ على سرية المعلومات الشخصية حيث لا يتحصل عليها الم إ. إلا برضا المستهلك الإلكتروني.[62]

**الفرع الثاني: التزام بإرسال نسخة من العقد و التزام بإعداد فاتورة**

و كذلك يلتزم المورد الإلكتروني. خلال التعاقد بالتزامين التزام الأول متمثل في التزام المورد الإلكتروني بإرسال نسخة من العقد( البند الأول) و التزام الثاني متمثل في التزام بإعداد فاتورة (البند الثاني).

**البند الأول: التزام بإرسال نسخة من العقد**

يقع على المورد الإلكتروني بإرسال نسخة من عقد البيع الإلكتروني إلى المستهلك الإلكتروني و هذا ما نصت عليه المادة تسعة عشر (19) من قانون التجارة الإلكترونية والتي نصت على:"

[61] بوعباية عبد المومن، *تكوين العقد و صحته دراسة مقارنة في ظل شريعة اسلامية و القانون الوضعي*، شهادة لنيل ماستر، كلية الحقوق و العلو السياسية، جامعة مولاي طاهر، سعيدة، 2017-2018، ص.30.

[62] محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص.369 و 370.

**بمجرد إبرام العقد، يلزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني .**[63]

**البند الثاني: التزام بإعداد فاتورة**

كما يقع على المورد الإلكتروني بإعداد فاتورة. و هذا ما نصت عليه المادة العشرون (20) من قانون التجارة الإلكترونية. سالف الذكر :**" يترتب على كل بيع للمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية إعداد فاتورة من م إ. تسلم للمستهلك الإلكتروني.**

**يجب أن تعد الفاتورة طبقا لتشريع و التنظيم المعمول به.**

**و يمكن أن يطلب المستهلك الإلكتروني الفاتورة في شكلها الورقي."**

يستنتج من هذه المادة أن وجوبية تقديم فاتورة من طرف الم إ. إلى المستهلك الإلكتروني في ممارسة أي نشاط تجاري سواء بتقديم مبيع أو خدمة، كما أوجب على هذه الفاتورة أن لا تكون مخالفة للقانون المعمول به، و أكدت المادة على إمكانية طلب المستهلك الإلكتروني أن تكون هذه الفاتورة ورقية.[64]

**المطلب الثاني: التزامات المورد الإلكتروني خلال تنفيذ العقد**

تقع في هذه المرحلة التزامات كثيرة و هامة على عاتق الم إ. و تتمثل في توفير مطابقة المبيع(الفرع الأول)، و التزام بالتسليم المبيع إلى المستهلك أو أداء خدمة له وسنتعرف كيف يتم هذا التسليم و متى و أين( الفرع الثاني)، و ضمان العيوب الخفية وضمان بالتعرض( الفرع الثالث)، و الالتزام بالضريبة(الفرع الرابع) .

**الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بالمطابقة**

[63] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[64] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

قد تمت دراسة هذا الفرع بتقسيمه إلى بندين، وخصص لتعريف التزام بالمطابقة (البند الأول)، ثم معرفة شروط التزام المطابقة(البند الثاني).

**البند الأول: تعريف الالتزام بالمطابقة**

معناه يجب على المورد الإلكتروني ان يوفر المبيع أو الخدمة موافقة مع ما ورد في العقد من مواصفات و شروط، و يسميه البعض بالمطابقة المادية فعلى الم إ. أن يسلم المبيع من حيث كميته و أوصافه و كيفية تغليفه مطابق لما ورد في العقد و هذا ما نصت عليه المادة الخامسة وثلاثون(35) من اتفاقية فينا. [65]

وقد ورد الم ج. في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و القمع الغش وذلك في المادة الثانية عشر(12) على التزام المتدخل بالمطابقة و نصت على :**" يتعين على المتدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه لاستهلاك، طبقا لأحكام التشريعية و التنظيمية سارية المفعول..."**. [66]

و نصت المادة الحادي عشر(11) من القانون حماية المستهلك و قمع الغش السالف الذكر على:**" يجب أن يلبي كل منتوج معروض لاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته و صنعه و منشئه و مميزات الأساسية و تركيبه و نسبة مقوماته الازمة و هويته وكمياته و قابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عليه."** [67]

**البند الثاني: شروط التزام بالمطابقة**

و لا تكون البضاعة مطابقة لما جاء به العقد إلا إذا توافرت مجموعة من الشروط و هي كالآتي:

- لا بد من البضاعة أن تكون صالحة للاستعمال التي تستعمل في عادتها.

---

[65] طالب حسين موسى، *قانون التجارة الإلكترونية الدولية*، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2016، ص.196.

[66] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

[67] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

- أن تكون البضاعة تحقق رغبة المستهلك في استعماله مثلا: أن يتعهد المورد الإلكتروني على بيع خلاط كهربائي و يكون صالح لاستعمال جميع الخضر والفواكه، فإذا سلم الم إ. هذا الجهاز و لكنه لا يصلح استعماله في جميع الخضر و الفواكه، فهناك قد تخلف عن تنفيذه.
- لا بد من البضاعة المشتملة على الصفات التي سبق للبائع عرضها كنموذج، مثلا إذا تعلق الأمر ببيع الزرابي فلابد أن يلتزم البائع بتسليم الزرابي ذو نوعية نفسها وعددها و زخرفتها و انطباق لونها.
- أن تكون البضاعة مغلفة لحمايتها، كالأجهزة الكهربائية توفر في الورق مقوى.
- يجب أن توفر المطابقة في الوقت الذي يجري فيه تسليم البضاعة إلى المستهلك.[68]

**الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بالتسليم و أداء خدمة**

إن التزام المورد الإلكتروني بتسليم السلع أو أداء خدمة من أهم التزامات في البيع الإلكتروني، و يتم تنفيذ هذا الالتزام بصورة مختلفة عن البيع التقليدي و قد قسم هذا الفرع إلى ثلاث بنود و تمت دراسة مفهوم التسليم و أداء الخدمة(البند الأول)، و التطرق إلى زمان و مكان التسليم(البند الثاني)، ثم إلى كيفية التسليم( البند الثالث)، و كذلك سيتطرق الموضوع إلى من يتحمل نفقات المبيع(البند الرابع).

***البند الأول: مفهوم تسليم السلع و أداء خدمة***

**يعرف تسليم لغة:** بأنه إعطاء شيء لفلان، فتناوله و أخده و قال تعالى:**{ و رجلا سلما لرجل } سورة الزمر(2).**

أما التعريف اصطلاحا: فتسليم المبيع إلى المستهلك هو جعل المبيع تحت يديه خالصا ولا ينازعه فيه غيره، و يعطي التسليم للمستهلك الإلكتروني حق التصرف و حق الانتفاع به و حيازته.[69]

و يكون محل عقد البيع الإلكتروني فيما يخص تسليم سلع المادية عبارة عن شيء مادي.

---

[68] طالب حسين موسى، المرجع السابق، ص.197 و 198.

[69] علي محمد أحمد أبو العز، *التجارة الإلكترونية و أحكامها في الفقه*، الطبعة الأولى، دار نفائس، عمان، 2013، ص.212.

و فيما يخص أداء الخدمة يكون محل عقد البيع هو تقديم خدمة، فإن تنفيذ هذا الالتزام لا يكون إلا بأداء هذه الخدمة مثل تقديم المورد الإلكتروني خدمة الفندقة للمستهلك الإلكتروني، فمثلا هناك مواقع عالمية و وطنية بواسطتها يمكن لكل شخص سواء كان موظف أو طالب أن يقدم خدمة مثل التصوير أو الرسم أو الترجمة، و ذلك بتسجيل المعلومات الخاصة به و الخدمة التي سيقدمها مع وضع سعر الخاص بها على الموقع. وفي بعض الأحيان يكون محل العقد شيء معنوي كالبرامج و معلومات و الأفلام و الموسيقى. [70]

و لا يختلف التسليم في عقد البيع الإلكتروني عن البيع التقليدي فكلاهما يستجب لأحكام المادة 367 من ق م ج. و التي تنص على:**" يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته و انتفاع بدون عائق و لو لم يتسلمه تسليم ماديا مدام البائع قد أخبره بأنه مستعد لتسليمه لذألك يحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع...."** [71]

**البند الثاني: زمان و مكان التسليم**

**أولا: زمان التسليم**

تنص المادة 281 من ق م ج. على: **" يجب أن يتم الوفاء فور ترتيب الالتزام النهائي في ذمة المدين ما لم اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك. غير أنه يجوز للقضاء نظرا لمركز المدين، و مراعة للحالة الاقتصادية أن يمنحوا آجالا ملائمة لظروف دون أن تتجاوز هذه المدة سنة و أن يوقفوا التنفيذ مع إبقاء الأمور على حالها...."** [72]

---

[70] عصام عبد الفتاح مطر، *التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية*، ب ط. دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2009، ص. 243 و 244.

[71] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن قانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

[72] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن قانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

فإن التسليم يتم بمجرد انعقاد ما لم ينص العرف بتحديد زمن التسليم، و للقضاة أن يأجل التسليم إن استدعت حالة البضائع و يكون تأجيل دون تجاوز آجل سنة واحدة.[73] و أوجب المشرع الفرنسي على الم إ. تحديد المدة لتسليم المنتوج أو الخدمة، و تحدد المدة عند إبرام العقد و ذلك في أجل لا يتجاوز ثلاثون(30) يوما ابتداء من يوم إبرام العقد.[74]

***مكان التسليم:***

نصت المادة 282 من ق م ج. على:**" إذا كان المحل التزام شيئا معينا بالذات وجب تسليمه في المكان الذي كان موجود وقت نشوء التزام ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك.**

**أما في الالتزامات الأخرى فيكون الوفاء في المكان الذي يوجد فيه موطن المدين وقت الوفاء أو في المكان الذي يوجد فيه مؤسسته إذا كان التزام متعلق بهذه المؤسسة."[75]**

من خلال هذه المادة وجوب التسليم في المكان الذي كان موجود فيه المبيع وقت نشوء الالتزام إذا كان المبيع معينا بالذات، و ينشئ التزام بنقل الملكية و مبيعات معينة بالنوع وهي الأشياء التي تقاس بالكيل أو العدد أو المقياس فيكون مكان الوفاء الذي يوجد فيه الموطن المدين وقت التسليم أو مكان المؤسسة إذا كان المشتري شخص اعتباري.[76]

فهناك سلع اللامادية إذا كان المحل رقمي مثل برامج الحاسوب أو أغاني أو أفلام تسلم بطريقة إلكترونية، و يتم التسليم للمستهلك بواسطة البريد الإلكتروني أو عبر اللواب.[77]

---

[73] نضال سليمان برهم، *التجارة الإلكترونية*، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2009، ص.102.

[74] حوحو يمينة، المرجع السابق، ص.241.

[75] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

[76] أرجلوس رحاب، *إطار القانوني للعقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-*، أطروحة لنيل دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017-2018، ص.127.

[77] حوحو يمينة، المرجع السابق، ص.233.

و هناك سلع مادية ترسل إلى عنوان محدد و متفق عليه في العقد و غالبا ما يحدده المشتري، و يكون التسليم في الموطن المشتري أو المكان الذي يختاره.[78]

***البند الثالث: كيفية التسليم***

تختلف صور التسليم من حكمي أو اتفاقي أو فعلي و هذا ما سيتطرق إليه:

1. **تسليم الحكمي**: يتم و كأنه يكون المبيع في يد المشتري و لكنه هو عند البائع، ويكون في حالة قيام البائع بتسجيل المبيع باسم المشتري، و كذلك في حالة طلب المشتري بقاء المبيع ليزيل كل حواجز التي تعيق تصرف المشتري عند تسليم المبيع.
2. **تسليم الاتفاقي**: و يتم باتفاق بين البائع و المشتري ببقاء المبيع في يد البائع على سبيل الوديعة أو يكون يستعمل عقار أو رهانا له، فهنا يكون البائع قد تخلى عن الملكية للمستهلك لكنه احتفظ بالحيازة.[79]
3. **تسليم الفعلي**: ويتم تسليم المنتوج من يد البائع إلى يد المستهلك كتسليم مفاتيح السيارة، وقد نصت عليه المادة368 من ق م ج. و نصت على: **" إذا وجب تصدير المبيع إلى المشتري فلا يتم التسليم الا إذا وصل غليه ما لم يوجد نص يخالف ذلك."**[80]

و قد أوجب المشرع الجزائري في المادة السابعة عشر(17) أن يطلب الم إ. من المستهلك توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو تأدية خدمة، و لا يمكن للمستهلك رفض توقيع وصل الاستلام، و بعد توقيع المستهلك وصل الاستلام تسلم نسخة من الاستلام إليه.[81]

و الهدف من وصل الاستلام هو إثبات العقد البيع الإلكتروني حتى لا يستطيع م إ. أن يتنازع، فيعد إجراء قانوني وقائي فرضه الم ج. و المشرع الفرنسي، كحل لضمان عملية البيع عن

---

[78] علي محمد أحمد أبو العز، المرجع السابق، ص. 222.

[79] نضال سليمان برهم، *أحكام العقود التجارة الإلكترونية*، طبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2005،ص.100و101.

[80] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

[81] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

الأنترنت. و بواسطة وصل الاستلام يتأكد المستهلك بأن العقد الإلكتروني المبرم بينه و بين الم إ. جاء مطابقا لرغباته. [82]

**البند الرابع: نفقات المبيع**

إن البائع عن طريق الأنترنت يلتزم بتسليم المبيع لوحده، و أي تكاليف تلزم بالثمن يلتزم بها المشتري، و قد يتفق الم إ. و المستهلك على نفقات المبيع خالصة من الرسم لنقله إلى مكان تسلمه.[83]

**الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بضمان العيوب الخفية و عدم التعرض**

ينشأ عن عقد البيع الإلكتروني التزامين على الم إ. و هما التزام بضمان العيوب الخفية(البند الأول)، و التزام بضمان التعرض(البند الثاني).

**البند الأول: التزام المورد الإلكتروني بضمان العيوب الخفية**

لا بد من التطرق إلى تعريف التزام بضمان العيوب الخفية(أولا)، ثم التطرق إلى شروط حتى يضمن المورد الإلكتروني العيوب الخفية( ثانيا).

**أولا: تعريف التزام بالعيوب الخفية**

يرتبط التزام بضمان العيوب الخفية مع طبيعة الأشياء فيفترض أن يكون المنتوج أو الخدمة خاليان من العيوب و صالحان للغرض المرغوب، و قد عرفه المشرع الفرنسي تعريفا واضحا ضمن القانون المدني الفرنسي بأنه: (**العيب الخفي هو الذي يجعل المبيع غير قابل لاستعمال المقرر له، و ينقص من صلاحياته لدرجة أن المشتري لم يكن يشتريه، و لم يكن ليدفع إلا ثمن أقل فيما لو علم به).**[84]

---

[82] حوحو يمينة، المرجع السابق، ص.99.

[83] علي محمد أحمد أبو العز، المرجع السابق، ص. 222.

[84] نصيرة خلوي، *الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنيت*، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، إسكندرية، 2018، ص. 59.

و قد نص عليها الم ج. في المادة 379 من ق م ج. من فقرتها الأولى و نصت على:" **يكون البائع ملزما لضمان إذا لم يشتمل المبيع على الضمان الذي تعهد بوجودها وقت تسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من انتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسب ما هو المذكور بالعقد البيع، أو حسب ما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب و لو لم يكن عالما بها....**"[85]

و نجد الأحاديث كثيرة توجه المتعاملين أن يكشفوا عما في سلعتهم من العيوب قبل وصولها إلى المستهلك، ({ **و قد رفعت إلى الرسول صلى الله عليه و سلم قضية إتباع أحدهم ا من صاحبه غلاما، فلما أقام عنده مدة من الزمن وجد به عيبا، فأراد أن يرده من اشتراه منه فأبى الآخر. فحكم الرسول صلى الله عليه و سلم برد الغلام على مالكه الأول. فقال البائع ...لقد استغل غلامي يا رسول الله، فقال الرسول صلى الله عليه وسلم:" الخراج بالضمان".**}). يستنتج من هذه القضية أنه لابد من البائع أن يصرح بالعيب في مبيعه في حالة جهل المشتري بهذا المبيع حتى لن ينتج هناك ضرر.[86]

**ثانيا: شروط العيوب الخفية الموجبة لضمان**

لحفاظ على المعاملات الإلكترونية اشترطت التشريعات على ضمان الم إ. العيب الخفي توافر شروط و لقد نص عليها المشرع الجزائري في الفقرة الثانية(2) من المادة 379 من ق م ج. التي نصت على:" **غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية رجل العادي، إلا إذا تبث المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخافها غشا عنه**".[87]

و سنتطرق إلى شروط العيوب الخفية كالآتي:

---

[85] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

[86] علي محمد أحمد أبو العز، المرجع السابق، ص. 224.

[87] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

1. أن يكون العيب موجودا في محل العقد قبل أن يتسلمه المشتري، سواء كان سابق عن العقد أو وجد بعد العقد و وقت تسليم المبيع، أما إذا ظهر عند المشتري ففي هذه الحالة لا يرد.[88]
2. أن يكون العيب مؤثرا أي يكون المبيع ناقصا و ليس كاملا، و إذا كان العيب خفيفا أي يكون هناك نقص خفيف في المبيع لا يكون هناك ضمان.
3. أن يكون العيب خفي مجهولا بالنسبة للمستهلك لأنه إذا كان عالما بالعيب يسقط حقه في الضمان، و ذلك بإثبات المهني أن المستهلك كان عالما بالعيب وقت التعاقد أو وقت التسليم إذا لم يثبت المهني ذلك لم يكون هناك عارض لضمان.

فالمشرع الجزائري ضمن ق م ج. في المادة سابقة الذكر 379 في الفقرة الثانية (2) بين أن يمكن للمستهلك استفادة من ضمان العيوب الخفية في حالتين:

- إذا أثبث المستهلك على تأكيد المهني أن المبيع يخلو من أي عيب.
- إذا أثبث المستهلك المهني قد أخفى العيب عمدا أو غشا.[89]

و قد ذهب المشرع الفرنسي اعتبار البائع عالما بالعيوب الشيء المبيع قرينة قاطعة و لا يجوز له إعفاء نفسه من المسؤولية التي تقع عليه، كما اشترط لقيام مسؤولية ضمان اثبات الضرر الذي تسببه المبيع، و يرفع المستهلك دعوى الضمان في خلال وقت قصير، و قد يحدث الضرر دون وجود العيب الخفي و ذلك في الأدوية مثلا، و هنا استبعد المشرع الفرنسي ضمان العيوب الخفية، و أعده أنه التزام بالسلامة. أما المسؤولية التقصيرية تكون في حالة ما لحق المنتوج ضررا بالغير، كما لو صار اصطدمت سيارة شخص لسبب العيب الموجود في السيارة بسبب البائع، فهنا مسؤولية تقوم على إثبات خطأ البائع.[90]

**البند الثاني: التزام ضمان عدم التعرض**

و تقسم دراسة موضوع إلى معرفة ضمان عدم التعرض(أولا)، ثم تطرق إلى أقسامه(ثانيا)

---

[88] علي محمد أحمد أبو العز ، المرجع السابق، ص.225.

[89] نصيرة خلوي، المرجع السابق، ص.61 و62.

[90] بودالي محمد، المرجع السابق ،ص.432.

**أولا: تعريف ضمان عدم التعرض**

و يقصد بضمان التعرض كل عمل يقوم به البائع و يكون من شأنه إخلال بحيازة أو انتفاع أو منازعة في ملكية المشتري للمبيع.[91] و يعرف ضمان عدم التعرض:( **ضمان المهني كل فعل صادر منه أو من غيره و يكون مساس بحقه المشتري في تمتع بالملكية كله أو نصفه).**[92]

و قد نص الم ج. على ضمان عدم التعرض في المادة 371 من ق م ج. ونصت على: **" يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في انتفاع المبيع كله أو نصفه سواء كان تعرض فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، و يكون البائع مطالبا بالضمان و لو كان حق ذألك الغير قد تبث بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق من بائع نفسه".**[93]

***ثانيا: أقسام التزام عدم التعرض***

من خلال المادة 371 سابقة الذكر يستنتج أن لالتزام قسمين التزام بعدم التعرض الشخصي و التزام بعدم تعرض الصادر من الغير

1. **التزام بعدم التعرض الشخصي:** هو قيام المورد إ. بعدم تعرض الشخصي من خلال قيام بعمل يعيق انتفاع المستهلك بالمنتوج، و يشمل التعرض الشخصي و التعرض المادي و يتمثل في قيام المورد إ. بعمل مادي يحرم المستهلك من انتفاع بشكل كلي أو جزئي، مثلا قيام المورد إ. بتصميم برنامج المعلومات للمستهلك ثم يقوم بإغلاق هذا البرنامج من خلال فيروس سواء جزء من البرنامج أو كله. كما أنه يشمل تعرض القانوني معناه قيام المهني بادعاء أن له حق في مواجهة المستهلك.
2. **ضمان عدم التعرض الصادر من الغير:** هو أن يقوم الم إ. بضمان التعرض الصادر من الغير الذي تسبب في اتلاف المنفعة للمستهلك[94]، و ذلك من خلال رفع

---

[91] عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق. ص. 247.

[92] محمد حسن رفاعي العطار، المرجع السابق، ص. 124.

[93] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

[94] نصيرة خلوي، المرجع السابق، ص.75و 76.

دعوى الاستحقاق المبيع من طرف الغير ضد المستهلك الإلكتروني يلتزم الم إ. بدفع هذا التعرض بمختلف الوسائل القانونية حتى يصدر حكم برفع الدعوى الاستحقاق.[95]

**الفرع الرابع: التزام بأداء الضريبي**

تخضع الضرائب إلى المبيعات المعروضة على الأنترنت، لكن هناك عدة عوائق والمشكلات تواجه الضريبة على التجارة الإلكترونية، و تتمثل هذه العوائق في ما يلي:

- صعوبة تحديد المجتمع الضريبي للتجارة الإلكترونية.
- كثرة المعاملات الإلكترونية يصعب محاسبة ضريبة التجارة الإلكترونية.
- عدم تطوير الإدارة الضريبية و عدم تطور علاقة الضريبة مع التجارة الإلكترونية.
- صعوبة تعيين الدولة المختصة بتحديد الضريبة هل هي التي يقوم فيها الم إ. أو المستهلك.

و نظرا لهذه الصعوبات فقد اتجهت الولايات المتحدة الأمريكية تجنب كافة الضرائب على التجارة الإلكترونية. و يرى بعض الأخر أنه لا يمكن تجنب الضرائب على التجارة الإلكترونية وهذا لتطبيق العدالة الاجتماعية في خضوع الضريبة كلى من التجارة التقليدية و التجارة الإلكترونية،[96] حيث تتجه أغلبية الدول الأوروبية إلى خضوع ضريبة الاستهلاك على المستهلك.[97]

و يخضع المورد الإلكتروني سواء كان شخصا طبيعي أو معنوي الذي يقوم بالمعاملات الإلكترونية إلى القوانين و اللوائح المتعلقة بالضريبة و الرسوم الجمركية، حيث يخضع لضريبة الجمركية في حالة استراد السلع الإلكترونية، لأن تدخل السلع من دولة أخرى إلى الدولة المقيم فيها البائع، و تستحق خضوع الضريبة بمجرد عبور خط الجمركي.[98]

**المطلب الرابع: التزامات التي تقع على المورد الإلكتروني بعد تنفيذ العقد**

---

[95] شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016،ص.76.

[96] عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق. ص. 249 و 250.

[97] خالد ممدوح إبراهيم، *ابرام العقد الإلكتروني*، المرجع السابق ،ص.479.

[98] عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق. ص. 253.

يترتب على الم إ. التزامات بعد تنفيذ العقد، و ذلك في حالة إرجاع المستهلك الإلكتروني عن العقد البيع الإلكتروني، قد قسم هذا المطلب إلى فرعين و تطرق إلى التزام استبدال السلعة(الفرع الأول)، و التزام بإرجاع الثمن إلى المستهلك(الفرع الثاني).

**الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني باستبدال السلعة**

بعد تسليم الم إ. سلعة معينة و ذلك من خلال تسليم الفعلي، و تكون هذه السلعة غير مطابقة للموصفات و غير متوافقة مع العرض الذي تم التعاقد عليه من و في حالة ظهور عيب في المنتوج.[99]

و في حالة إرجاع المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة خلال مدة أقصاها أربعة(4) أيام من تاريخ التسليم الفعلي مع بيان سبب الرفض. فقد الزم الم إ. إما بتسليم جديد يوافق الطلبية و يوافق العرض الذي تعاقد من أجله، أو إصلاح المنتوج المبيع، أو استبدال بمنتوج آخر يماثله.[100]

و لم يحدد الم ج. آجال محددة للم إ. من أجل استبدال السلعة، على عكس المشرع المصري الذي منح كلا من المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني أن يتفق على مدة أفضل من أجل استبدال السلعة.[101] و أما المشرع الفرنسي حددها بخمس عشر يوما (15) من تاريخ استلام المنتوج و حددها التوجيه الأوروبي بسبعة (7) أيام من تاريخ استلام الثمن، والمشرع التونسي بعشر(10) أيام من تاريخ استلام المنتوج.[102]

**الفرع الثاني: إلغاء الطلبية مع إرجاع الثمن**

---

[99] الفقرة الأولى من المدة 24 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[100] الفقرة الثانية من المادة 24 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[101] الصغير محمد المهدي، المرجع السابق، ص.210.

[102] خلوي نصيرة، المرجع السابق، ص.87.

و يمكن للم إ. إلغاء الطلبية ولم تعد موجودة في الأصل ،أي لا يستبدلها بمنتوج أخر، مع إرجاع ثمن السلعة المدفوع له و لقد حدد الم ج. آجل رد الثمن المدفوع و ذلك خلال خمسة عشر يوم (15) من تاريخ استلام لسلعة التي رجعت إليه، مع تعويض المستهلك الإلكتروني في حالة طلبه بالتعويض و ذلك في تحقيق الضرر.[103]

و عليه تفترض لقيام التزام بإبدال الم إ. السلعة أو إلغائها أن لا يكون المستهلك الإلكتروني قد ارتكب خطأ أحدث العيب، أو أدى لعدم مطابقة السلعة. [104]

[103] الفقرة الثالثة و الرابعة من المادة 24 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[104] الصغير محمد المهدي، المرجع السابق، ص.211.

# الفصل الثاني:

## الأثار القانونية لإخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته

## الفصل الثاني: الأثار القانونية للإخلال المورد إلكتروني بالتزاماته

بعد أن وضحنا سالفا ماهية الم إ. و ما هي التزاماته التي تقع عليه، و نظرا للازدهار المعاملات و التجارة الإلكترونية الحديثة، فقد انهارت فيها كافة الحجب والحواجز التقليدية، فقد يحدث تنازع بين الم إ. و المستهلك، و يظهر نوازع الشر للاستغلال القيم و أخلاقيات و حقوق و حريات الأخرين و أمن سلامة المجتمع، ويترتب على تطور التكنولوجي الحديث وجود صور جديدة للاعتداء على الأخرين، فلا بد من البحث عن الضوابط القانونية، التي تعمل في إطار التطور التكنولوجي، لأنه بدون هذه الضوابط يصبح التقدم العلمي طامة كبرى على المجتمع. الأن القانون كما نعرف هو الذي يحكم سلوك الأفراد في المجتمع من خلال تنظيم روابط و العلاقات فيما بينهم وبيان حقوقهم و واجباتهم و التزاماتهم.

فقد أفسح المجال الفقه و القضاء لوضع الحلول القانونية تحدد المسؤولية المدنية لكل المتدخلين، و محاولة تطبيق النصوص العصرية لفصل في كافة المنازعات المدنية المختلفة التي تتم عبر الأنترنت، و ذلك لغياب تشريع المختص في هذا المجال.

و من أجل سرعة الفصل في المنازعات المدنية الإلكترونية الزم الأمر إلقاء الضوء على وسيلة القضائية تفصل في هذه المنازعات، فتناسب مع هذه المنازعات تترتب المسؤولية المدنية على إخلال الم إ. بالتزاماته أو التأخر عنها بجزاء ، و لابد من البحث على فيما تتثمل المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني من حيث طبيعة هذه المسؤولية، هل هي مسؤولية عقدية أو تقصيرية و شروطها و أثار مترتبة عليها( المبحث الأول).

و بجانب المسؤولية المدنية هناك مسؤولية جزائية للم إ، و يترتب ذلك على أنماط الإجرام المستحدثة في المجالات المعاملات الإلكترونية، و على شبكة الأنترنت و يترتب على هذا الإجرام عدة مشاكل، نظرا لأنه من الصعب السيطرة على أدواتها و على الجرائم التي يرتكب عبرها هذا من جهة ،و من جهة أخرى من الصعب اكتشاف هذه الجرائم أو تحديد مصدرها.

و لما كانت الحاجة ملحة و ضرورية لمعرفة الجرائم التي يرتكبها الم إ. و حمايتها، فقد استقر الفكر القانوني على ضرورة وجود قوانين خاصة تنظيمية لمحاربة الجرائم الإلكترونية.

فهناك جرائم عامة منصوص عليها في قانون عقوبات، قد يقوم بها الم إ، وقد تدارك الم ج. هذه الجرائم مؤخرا، للأن هناك فراغ قانوني في مجال الإجرام عبر الأنترنت، و ذلك باستحداث نصوص تجريم للاعتداء بموجب قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، و قانون رقم 04-15 المتضمن تعديل قانون العقوبات، و قانون 03-09 متعلق بالحماية المستهلك و قمع الغش .

فالجريمة الإلكترونية هي نتيجة القانونية المترتبة على مخالفة النصوص التجريم الواردة في القانون، و الجزاء هو ذلك الأثر الذي يترتب قانونيا على السلوك الذي يعد جريمة(المبحث الثاني).

## المبحث الأول: المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني

إن المسؤولية المدنية هي مجموعة من القواعد التي تلزم كل شخص مدنيا، فإذا كان التزام العقدي تترتب عن مخالفته مسؤولية العقدية، إما إذا كان التزام قانوني عام فلتزم كل من كان سبب إضرار بالغير ترتب عنه مسؤولية التقصيرية، فلا بد من معرفة الطبيعة القانونية للمسؤولية المدنية للم إ.(المطلب الأول) . و لقيام المسؤولية لا بد من شروط و هي الخطأ و الضرر و العلاقة السببية (المطلب الثاني).

و سيتم دراسة اثار التي تترتب في إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته العقدية، و دراسة أسباب لنفي مسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني(المطلب الثالث).

## المطلب الأول: طبيعة المسؤولية للمورد الإلكتروني

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى مسؤولية الم إ. و نتعرف عليها هل هي عقدية ،(الفرع الأول) أم المسؤولية التقصيرية (الفرع الثاني)، و من ثم نتطرق إلى أساس مسؤولية الم إ.(الفرع الثالث)

### الفرع الأول: المسؤولية العقدية

#### البند الأول: تعريف المسؤولية العقدية

تترتب المسؤولية العقدية على عدم تنفيذ المتعاقد بما التزم به، و يجب أن يكون العقد البيع الإلكتروني صحيحا بين الم إ. و المستهلك، كما تتميز المسؤولية العقدية بتحقيق عبئ الاثبات و في حالة ما كان الالتزام بالنتيجة أو الضمان، و في حالة لم يثبت المضرور تقوم المسؤولية مباشرة بعدم التنفيذ فقط، وقد يكون هناك تضامن ضمن المسؤولية العقدية و ذلك إذا تعدد المهنين أو المسؤولين شريطة أن يكون هناك قانون أو باتفاق المتعاقدين.[105]

و لقد نص عليها المشرع الجزائري في المادة 174 من ق م ج. و التي نصت على ما يلي:" **إذا كان تنفيذ التزام عينا غير ممكننا أو غير ملائم إلا إذا تم به المدين نفسه، جاز لدائن أنه يفعل على حكم بالزام المدين بهذا التنفيذ و يدفع غرامة إجبارية إذ امتنع على ذلك.**

**و إذا رأى القاضي أنه مقدار الغرامة ليس كافيا لإكراه المدين الممتنع عن تنفيذ جاز له أن يزيد في الغرامة كلما رأى داعيا لزيادة".**

و استخلص من هذه المادة أن إذا كان التزام على الم إ. و لم ينفذه أو نفذه بطريقة غير مناسبة، جاز المستهلك أن يلزمه بتنفيذ التزامه أو دفع غرامة متمثلة لتعويض، و للقاضي سلطة التقديرية في زيادة غرامة التعويض حتى يكره البائع. [106]و تقوم هذه المسؤولية إما بالفسخ العقد أو بإبطاله

---

[105] عبد الفتاح محمود كيلاني، *المسؤولية المدنية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية عبر الأنترنيت*، ب ط ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2011، ص.106 و 107.

[106] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

أو بإنهائه ، و يمكن تطبيق قواعد العامة للمسؤولية العقدية على العقد لعدم وجود ما يتعارض مع هذه القواعد.[107]

## البند الثاني: أحكام المسؤولية العقدية

تتمثل أحكام مسؤولية العقدية في عدم تنفيذ المورد الإلكتروني لالتزاماته، أو تأخر الم إ. في التزاماته و هذا ما سيتطرق إليه:

### أولا: عدم تنفيذ المورد الإلكتروني لالتزاماته

يتمثل إخلال الم إ. بالالتزامات التي تقع على عاتقه، بالالتزامات المتعلقة بالعقد الإلكتروني، و يجوز للمستهلك أن يدفع بعدم التنفيذ، و اضافة على ذلك يلزم المستهلك الم إ. بتنفيذ التزامه عينا، كما أن للمستهلك حق في فسخ العقد إذا رغب في حل الرابطة العقدية، أو يطالب بتنفيذ العيني، أو ابقاء العقد مع طلب التعويض ضرر جزاء التنفيذ الغير المناسب، و إضافة إلى ذلك في حالة البيوع المتتالية للمتعاقد الأخير جاز القضاء الفرنسي رفع دعوى المسؤولية العقدية ضد البائع الأول.[108]

### ثانيا: تأخير المورد الإلكتروني في تنفيذ التزاماته

فقد يحصل أن يتأخر الم إ. عن تنفيذ التزاماته فيقوم المستهلك بإعذاره مطالبا اياه بالتنفيذ فيعتبر الإعذار وسيلة لضغط البائع و دفعه إلى تنفيذ التزامه، و في حالة قيام بتنفيذ التزامه متأخرا عن الأجل المتفق عليه، فإن للمستهلك الخيار، اما ابقاء على العقد أو طلب الفسخ مع التعويض في كلا الحالتين.[109]

## الفرع الثاني: المسؤولية التقصيرية

---

[107] بن غيده ايناس، *الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية*، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، كلية أبو بكر بالقايد ، تلمسان، 2014-2015، ص. 118.

[108] بودالي محمد، *الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر-دراسة مقارنة-*، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ، كلية الحقوق، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس،2002-2003، ص.228 و 229.

[109] المرجع نفسه، ص.330.

إن المسؤولية التقصيرية هي المسؤولية التي تنشأ في الحالات التي لا يوجد فيها العقد و تترتب في الحالات المخالفة لنصوص القانونية، و ذلك في حالة وجود نصوص قانونية التي توجب على الفرد احترام الأخرين و عدم ضرر بهم، فالمشرع الفرنسي وضح قيام المسؤولية في حالة قيام الفرد المسؤول عن الكارثة التي تنتج بإهماله و غفلته، و كذا المشرع المصري وضحها بقوله:( **يكون الشخص مسؤولا عن أعماله غير مشروعة متى صدرت منه و هو مميز**).[110]

أما الم ج. تطرق إلى المسؤولية المدنية التقصيرية في المادة 124 من الق م ج. نص على ما يلي:"**كل فعل أي كان بارتكابه الشخص في خطأه، و بسبب ضرر لغير يلزم من كان سببا في حدوثه في بالتعويض**". فالمادة مبنية على الخطأ الذي يقوم به الشخص مهما كان نوع هذا الخطأ و مبنية على فكرة ضرر الواجب اثباته بالإضافة إلى وجوب تعويض في حالة قيام المسؤولية التقصيرية.[111]

**الفرع الثالث: أساس طبيعة المسؤولية المورد الإلكتروني**

استمد الم ج. على أن مسؤولية الم إ. و ذلك في أحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية و يرى أن هذه المسؤولية أنها مسؤولية عقدية تتمثل في الإخلال بتنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد و يترتب عليها توقيع غرامة، و هذا ما نصت عليه المادة الثامنة عشر(18) الفقرة الأولى(1) من قانون التجارة الإلكترونية التي نصت على:" **بعد ابرام العقد الإلكتروني، يصبح المورد الإلكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ التزامات المترتبة على هذا العقد سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤديي خدمات الآخرين، دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم**...." فبعد تمام العقد الإلكتروني مباشرة الذي ينعقد بين الم إ. و المستهلك، يصبح الم إ. مسؤولا عن تنفيذ التزاماته بقوة القانون سواء تعلق الأمر بالتزاماته شخصيا أو عن طريق الأخرين.[112]

---

[110] عبد الفتاح محمود كيلاني ، المرجع السابق، ص.136 و 137.

[111] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

[112] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

فإن المسؤولية لا تستند على سلوك انحرافي من قبل الم إ، فمسؤوليته قائمة اتجاه المستهلك بمجرد عدم تنفيذ التزاماته، و يكفي عدم تنفيذ التزاماته دون البحث في أسباب عدم التنفيذ و هذا ما استمد إليه المشرع الفرنسي.

و تتميز مسؤولية الم إ. عن مسؤولية البائع التقليدي حيث أنها أشد، إذ تترتب التزامات أثقل على عاتقه حيث أن هذا تشديد أثره حماية المستهلك.[113]

**المطلب الثاني: شروط إعمال بالمسؤولية *المدنية***

يتولد عن إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته قيام مسؤوليته العقدية، شريطة أن تتوافر أركان المسؤولية العقدية، فلا تقوم إلا إذا توافر الخطأ من الم إ.(الفرع الأول)

و ينتج عنه الضرر يصيب المستهلك(الفرع الثاني)، و وجود علاقة سببية تربط بينهما(الفرع الثالث).

**الفرع الأول: الخطأ العقدي**

يتمثل الخطأ العقدي في إخلال الم إ. عن تنفيذ أحد التزاماته الناشئة عن العقد أو التأخر عنها، مثل لو أخل الم إ. بالتسليم في الموعد المحدد.[114]

ولالتزام الم إ. نوعان: التزام بتحقيق النتيجة و التزام ببدل العناية فنجد أغلبية الالتزامات هي التزامات بتحقيق النتيجة، و ذلك طبقا لطبيعة الالتزامات في المعاملات الإلكترونية، لأن الم إ. يتعين عليه تحقيق نتيجة معينة و بالتالي فهذه النتيجة هي محل الزام.[115]

**الفرع الثاني: الضرر العقدي**

**البند الأول: تعريف الضرر العقدي**

لم ينص الم ج. على ركن الضرر في المسؤولية العقدية على النحو الذي فعله في المسؤولية التقصيرية، و لكن المادة 174 من الق م ج. سابقة الذكر يتبين أن هناك ضرر لقيام المسؤولية

[113] حوحو يمينة، المرجع السابق، ص285 و 286.

[114] عبد الفتاح محمود كيلاني، المرجع السابق، ص.107.

[115] بن جديد فتحي، المرجع السابق، ص. 201.

العقدية، و هو الذي تعوض عليه المسؤولية المدنية، و يتمثل في نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالتزام أو التأخر عن تنفيذه، و يجب أن يكون الضرر محقق الوقوع، و لا يكفي أن يكون ضرر موجود بل يكون هناك تحقيقا له، و يكون الضرر ناتج عن الخطأ أحدثه الم إ. و هذا ما أكد عليه المشرع الفرنسي، و كذلك يجب أن يكون ضرر قد أصيب شخصية المضرور الذي يطلب التعويض شخصيا، فلا يمكنه أن يطالب بتعويضه قد أصيب غيره إلا إذا كان خلف عنه.[116]

**البند الثاني: صور الضرر العقدي**

هناك عدة صور لضرر العقدي منها ضرر المادي و الأدبي و ضرر الحالي والمستقبلي:

- **الضرر المادي:** هو الذي يصيب المضرور في ذمته المالية أو وفاة أو إصابة جسده أو أحد أقاربه، مثل اتلاف أمواله كلها أو بعضها أو تفويت منفعة له وكذلك يمتثل في تدمير المعلومات و البرامج الإلكترونية.
- **الضرر الحالي و المستقبلي:** الضرر الحالي هو الضرر الذي وقع بالفعل حالا، أما الضرر المستقبلي هو ضرر محقق الوقوع أي الضرر الذي سيقع حتما.
- **الضرر الأدبي:** وهو الضرر الذي يصيب المضرور في شرفه و عرضه و الوجدان و الشعور أو يتسبب في تشويه سمعته، مثلا عندما يتسبب الضرر في انتهاك سرية المعلومات و البيانات الشخصية أو انتهاك الحرمة الخاصة و استعمال صور الشخصية.[117]

**الفرع الثالث: العلاقة السببية**

نصت المادة 182 من الق م ج. على أن:" **و يشمل التعويض ما لحق الدائن من الخسارة و ما فاته من كسب، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء الالتزام أو تأخر بالوفاء به، و يعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم تكن استطاعة الدائن أنه يتوقاه ببذل جهد المعقول**".[118]

---

[116] عبد الفتاح محمود كيلاني، المرجع السابق، ص.128-131-132.

[117] المرجع نفسه، ص. 129 و 130.

[118] قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان2005، معدل و المتمم لأمر 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.

**و** يقصد بالعلاقة السببية نسبة الضرر الذي يتسبب إلى الأشخاص أو الأشياء، ولا يكفي وجود الخطأ من طرف الم إ. بل يتوجب إثبات أنه مسبب الضرر، و من الصعب تحديد العلاقة السببية لاصطدامها بعديد من العوامل المأثرة في إحداث الضرر.[119]

و لتحقيق مسؤولية العقدية لا بد من ارتباط الخطأ و الضرر بالرابطة التي تربط للمسبب بالسبب، و لا يكفي وقوع الضرر بثبوت الخطأ بل يجب أن يكون الضرر ناتج عنه، فإذا كان الخطأ متمثل في الإخلال بالتزام بالتسليم و يتحقق الضرر للمستهلك، فلابد من العلاقة السببية التي تربط بينهما وبالتالي تقوم المسؤولية العقدية و يكون هناك تعويض للمضرور.[120]

**المطلب الثالث: أثار المترتبة عن الاهمال بالمسؤولية المدنية**

إن حسن النية مبدأ العام يهيمن على كل العقود في شتى مراحلها سواء في مرحلة التفاوض أو الإبرام أو التنفيذ

**الفرع الأول: إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته العقدية**

و سيقسم هذا الفرع إلى خمسة بنود وهي كالآتي:

**البند الأول: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بالإعلام**

في حالة إخلال الم إ. بالالتزام بالإعلام سواء كان هذا الإخلال سلوك ايجابي مثلا: ادلاء ببيانات خاطئة متعلقة بالسلعة أو الخدمة، وقد يكون هذا التزام بسلوك سلبي مثلا: الصمت و عدم إعلام المستهلك بالمعلومات المهمة، فتقوم المسؤولية الموجبة لتعويض.[121]

فاختلف الفقهاء حول طبيعة مسؤولية الالتزام بالإعلام فمنهم من يقولوا أن مسؤولية الالتزام بالإعلام مسؤولية عقدية و منهم من يروا أن مسؤولية التزام بإعلام تقصيرية، فلابد من دراسة طبيعة مسؤولية الالتزام بالإعلام:

**أ. التزام بإعلام التزام عقدي**

---

[119] بو لعراس مختار، كحيل كمال، '*المسؤولية العقدية عن إخلال بالتزام بالمطابقة المنتجات الغذائية في التشريع*'، مجلة الاجتهاد دراسات القانونية و الاقتصادية، مخبر القانون و المجتمع، جامعة أدرار، العدد الثاني، 25 فيفري 2018، ص.41.

[120] عبد الفتاح محمود كيلاني، المرجع السابق، ص.134.

[121] عائشة قصار الليل، المرجع السابق ، ص.233.

ذهب أنصار هذا الرأي إلى أن التزام بإعلام ذو طبيعة عقدية، و المسؤولية التي تقوم بإخلال به مسؤولية عقدية و ليس تقصيرية، لأن الخطأ في مرحلة تفاوض خطأ عقدي يؤدي إلى تطبيق قواعد المسؤولية العقدية، سواء كان هذا الخطأ تسبب في عدم انعقاد العقد أو بطلانه.

**ب. التزام بإعلام التزام غير عقدي:**

ذهب أنصار هذا الرأي إلى اعتبار التزام بإعلام التزام غير عقدي، و أن المسؤولية عن إخلاله مسؤولية مدنية تقصيرية، لأن ركن الرضا أحد أركان العقد و إن هذا العقد لم يتحقق بعد، حيث أنه يتم في المرحلة السابقة على التعاقد، فالعقد لم يبرم بعد حتى نقول أنه التزام عقدي.

فهو التزام قبل التعاقد لمساعدة المستهلك الإلكتروني باتخاذ القرار، كما أنه يعد التزام تعاقدي أثناء تنفيذ عقد البيع الإلكتروني،[122] الأن مضمونه تزويد المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالتعاقد.[123]

فإعمالا بالقواعد المسؤولية المدنية، فيمكن للمستهلك الإلكتروني مطالبة إبطال عقد البيع الإلكتروني بدعوى عدم علمه بشيء المبيع علما كافيا، و ذلك بمخالفة الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، كما يسقط حقه في طلب إبطال لعدم علمه بالمبيع في حالة تصرفه أو هلاكه من طرفه قبل العلم به، و عن طريق الفسخ لإخلال الم إ. بالتزام بإعلام التعاقدي، كما يمكنه مطالبة التعويض عما أصابه من ضرر بسبب عدم إعلامه بالرجوع إلى القواعد المسؤولية التقصيرية، و يمكنه الإبقاء على العقد مع التعويض عندما يتلقى إعلاما غير صحيح أو ناقص.[124]

**البند الثاني: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بالمطابقة**

يتمثل الإخلال بالمطابقة بالتزام تعاقدي و في حالة التسليم الغير المطابق فلمستهلك الإلكتروني له الحق في مطالبة تنفيذ العيني و يتم إما بالتسليم الموافق لطلبية أو استبدال المنتوج أو إصلاح الشيء المبيع، كما له الحق في رفع دعوى الفسخ.[125]

**البند الثالث: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالتزام بالتسليم**

في حالة إخلال الم إ. بالتسليم المبيع لأي سبب من الأسباب سواء تأخر عن التسليم أو سلم المبيع بغير مكانه أو امتنع عن التسليم، فالمشتري له حق طلب فسخ البيع مع التعويض عن

---

[122] شايب بوزيان، المرجع السابق،ص.266.

[123] جلول دواجي بالحلول، المرجع السابق ، ص.85 و 86.

[124] شايب بوزيان، المرجع السابق ، ص. من 293 إلى 299.

[125] المرجع نفسه، 381 و 382.

الضرر الذي لحق به ،كما يجوز للمستهلك طلب التنفيذ العيني من الم إ. إلا أنه يصعب تنفيذه في العقد الإلكتروني لأن المتعاقدين تكون بينهم مسافات بعيدة. فيمكن للمستهلك الرجوع على الم إ. الذي أخل بالتزامه بدعوى المسؤولية العقدية لأن التزام بالتسليم هو التزام بتحقيق نتيجة،و هذه المسؤولية لم تنظمها التشريعات الخاصة بالمعاملات عبر الأنترنت، و إنما تصب في القواعد العامة.[126]

**البند الرابع: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بضمان عيوب الخفية**

إذا أختل الم إ. بضمان العيوب الخفية فيطلب المستهلك منه بتنفيذ العيني سواء بإصلاح أو استبدال المبيع بآخر يكون سليم و يقوم بالتعويض إذا كان العيب جسيما يؤثر تأثيرا كبيرا في المنتوج بأكمله، و يصعب على الم إ. إعادة إصلاحه .[127]

**البند الخامس: إخلال المورد الإلكتروني بالتزام بضمان التعرض**

و هنا قد يخل الم إ. بالتزام بضمان التعرض الشخصي و التعرض الصادر عن الغير

أ. **إخلال بالتزام بضمان التعرض الشخصي**

إذا أخل الم إ. بضمان التعرض الشخصي، فيمكن للمستهلك الإلكتروني أن يفسخ العقد مع المطالبة بالتعويض ما لحقه من ضرر.[128]

ب. **إخلال بالتزام بضمان تعرض الغير**

فإذا لم يتدخل الم إ. بدفع التعرض الصادر من الغير أو تدخل لكن فشل في دفع هذا التعرض، فهنا يلتزم بتعويض المستهلك الإلكتروني.[129]

**الفرع الثاني: أسباب نفي المسؤولية للمورد الإلكتروني**

لقد نصت المادة الثامنة عشر(18) في فقرتها الثانية(2) من القانون 18-05 ونصت المادة 127 من ق م ج. على أسباب نفي مسؤولية الم إ. و ذلك بإثباته أن الخطأ سببه القوة القاهرة(البند الأول) أو سببه المستهلك(البند الثاني) أو سببه الغير(البند الثالث)

---

[126] أرجلوس رحاب، المرجع السابق ، ص.131.

[127] جلول دواجي بالحلول، المرجع السابق ، ص.144.

[128] شايب بوزيان، المرجع السابق ، ص.71.

[129] المرجع نفسه، ص.76.

***البند الأول: القوة القاهرة***

و سنتطرق إلى تعريف القوة القاهرة(أولا) و إلى عناصر القوة القاهرة(ثانيا)

***أولا: تعريف القوة القاهرة***

لقد قام الفقه بتعريفها على أنها حادث خارجي لا يد للبائع في وقوعه، حيث تسبب هذه القوة القاهرة في استحالة تنفيذ التزام، و يجب أن تكون وقت ابرام العقد لا بعده، فيتم قياسها بمعيار موضوعي و ليس شخصي لأن استحالة الدفع و التوقع تكون لكافة الناس و ليس لشخص واحد محدد، مثل الحرق و الزلازل.

***ثانيا: عناصر القوة القاهرة***

- **استحالة التوقع**: فيتم حادث القوة القاهرة ضمن المعاملات الإلكترونية عندما يستحيل على الم إ. توقعه عند إبرام العقد، و عدم توقعه ليس له فقط و إنما للجميع، حيث استحالة التوقع مطلقة و ليس نسبية.
- **استحالة الدفع**: أي أن الم إ. يستحيل عليه دفع الحادث و مقاومته، فالمشرع الفرنسي اعتبر مرض البائع قوة قاهرة لا يمكن مقاومته لكن اشترط أن يكون هذا المرض خطير، و يوجد بعض الأسباب للقوة القاهرة يمكن لم إ. تجنبها و دفعها مثل نشر الفيروس يمكن للمورد الإلكتروني تجنب أو وقف نشر الفيروس. وللقاضي السلطة تقديرية بوصف الحدث قوة قاهرة أما لا و يقدر هل باستطاعة البائع تجنبها أو دفعها أم لا، و بالتالي ينفي الم إ. من المسؤولية في حالة حدوثها.[130]

**ثالثا: شروط القوة القاهرة**

لكي يعتبر الحادث قوة قاهرة عبر الأنترنت و يؤدي إلى انعدام الرابطة السببية بين الخطأ و ضرر لا بد من توافر شروط وهي:

- يجب أن يكون الحادث غير متوقعا و لو أمكن توقعه من البائع يكون مقصرا إذا لم يتخذ احتياطات لتجنبه.

[130] حوحو يمينة، المرجع السابق، ص.289.

- يجب على الحادث أن يتسبب في استحالة تنفيذ الالتزام.
- أن يستحيل على القوة البشرية لدفعه و مقاومته.[131]

**البند الثاني: خطأ المستهلك الإلكتروني**

يتم إعفاء الم إ. من المسؤولية في حالة إثبات أن الخطأ ليس دخل فيه و إنما بيد المستهلك، أي أنه من كان سبب في عدم تنفيذ التزام الم إ.[132]

و يجب على المورد الإلكتروني أن يتمسك بإثبات الخطأ المضرور أمام جميع و ليس أمام المستهلك فقط، فيتم قياس خطأ المضرور بمعيار الرجل العادي، أي يتم الخطأ إذا انحرف عن معيار الرجل العادي و في بعض الحالات تكون المسؤولية متساوية أي البائع قام بالخطأ الذي ترتب عليه استحالة التنفيذ، كما أن المستهلك كذلك قام بخطأ لعدم التنفيذ، و إذا كانت المسؤولية ليس متساوية فالمتعاقد الذي كان له أكبر مساهمة في استحالة التنفيذ و هو من تقع عليه كامل المسؤولية.

**البند الثالث: خطأ الغير**

و كذلك يتم إعفاء الم إ. من المسؤولية، إذا أتبث أن عدم تنفيذه يعود إلى خطأ الغير و هو ذلك الشخص من غير المتعاقدين، و يتم قياس معيار الخطأ الصادر عن الغير بمعيار الرجل العادي أي انحراف عن معيار الرجل العادي يعد قد قام بالخطأ ويتحمل مسؤولية المدنية.[133]

وقد يكون هذا الغير متبوع أو متولي الرقابة أو حارس الأشياء و غيرهم، فمثلا يمكن للغير أن يكون سببا في نشر فيروس في الخدمات المقدمة للمستهلك.[134]

---

[131] عبد الفتاح محمود كيلاني ، المرجع السابق، ص.179.

[132] حوحو يمينة، المرجع السابق، ص.290.

[133] المرجع نفسه، ص.290.

[134] عبد الفتاح محمود كيلاني ، المرجع السابق، ص.153.

## المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني

إن موضوع المسؤولية الجزائية بشكل عام هو تحمل الشخص تبعة عمله، و يعاقب على أساسها و لكي يسأل أي شخص جزائيا عن الجريمة يجب أن يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجزائية، بشرطيها الإدراك و التمييز.

و تكتسب المسؤولية الجزائية المتخذة في مكافحة الجرائم أهمية كبيرة، حيث أن هذه المسؤولية ازدادت أهمية بظهور نوع جديد من الجرائم، و هي الجرائم التي ترتبط بالمعاملات التجارية الإلكترونية، فتعد من الموضوعات الهامة من الناحية النظرية، فيتم علاجها عن طريق مواجهة التشريعات لجرائم الاعتداء على التجارة الإلكترونية، و تقوم على أساس ارتكاب فعل يمس بمصالح المجتمع، وذلك لتوفير الأمن للأفراد المجتمع.

كما تدخل المشرع بوضع آليات و كيفيات متميزة لمتابعة المخالفين بأساليب أكثر فعالة متى تبث فعل الإجرامي للمتدخل و يتم ردعه للعقوبات المقررة عليه، فلابد من معرفة الجرائم التي قد يرتكبها المورد الإلكتروني، المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية(المطلب الأول).

و سيتم تطرق إلى الجرائم التي قد يقوم بها الم إ. المنصوص عليها في قانون العقوبات(المطلب الثاني).

ثم دراسة الجرائم التي قد يقوم بها الم إ. المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش(المطلب الثالث).

## المطلب الأول: الجرائم المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية

إن الجريمة الإلكترونية لا تتطلب فيها أن يكون الجاني ينتقل ماديا أي ليست مادية، على عكس الجريمة التقليدية التي تكون مادية على الواقع[135] و لا بد من توافر أركان الجريمة الإلكترونية و متمثلة في الركن المادي[136] و الركن المعنوي[137]، كما أن حدد الم ج. ضمن قانون التجارة الإلكترونية قواعد لابد من احترامها و في حالة عدم تنفيذ الم إ. الالتزامات يتحمل المسؤولية الجزائية، و قد قسم هذا المطلب إلى فرعين و تطرقت الدراسة إلى الجرائم التي تتعلق بالمنتوجات ممنوعة و المحسوسة(الفرع الأول) و جرائم المتعلقة بالوثائق و المساس بالإشهار(الفرع الثاني).

### *الفرع الأول: جرائم تتعلق بالمنتوجات الممنوعة و المحسوسة*

وقد قسم هذا الفرع إلى ممارسة النشاط على المواد و المنتوجات الممنوعة و جرائم تضم المنتوجات المحسوسة.

#### *أولا: ممارسة النشاط على المواد و المنتوجات الممنوعة*

و المتمثلة في ممارسة عرض المواد أو الخدمات أو بيعها بواسطة تقنيات الاتصال فيما يخص المنتوجات و الخدمات المذكورة في نص المادة الثالثة (3) من قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، و شملت المادة على بيع المنتوجات أو عرض خدمات الغير المرخص بها، إذا تعلقت المنتوجات بلعب القمار و الرهان و اليانصيت وكل المنتوجات المتعلقة بالمشروبات الكحولية و التبغ و المنتوجات الصيدلانية، كل المنتوجات التي تمس بالحقوق الملكية الفكرية أو صناعية أو تجارية أي كانت، و

---

[135] تعرف الجريمة الإلكترونية هي كل سلوك انحرافي الذي يقوم به أي شخص، و التي تتم على مستوى الشبكة الإلكتروني، و في حالة قيامها يتعرض الجاني إلى جزاء عقابي.

[136] الركن المادي: هو ذلك السلوك انحرافي الذي يقوم به الجاني و يتطلب بيئة ذات طبيعة رقمية، فلابد من وجود نتيجة لهذا الفعل و العلاقة السببية تربط الفعل بالنتيجة.

[137] ا الركن المعنوي: و هو الحالة النفسية للجاني و هو الذي يرتبط بين الفعل الشخص و شخصيته فيقوم على توجيه الإرادة الجاني إلى ارتكاب فعل يعاقب عليه القانون و ذلك بقيامه بفعل غير مشروع، فأصل في الجرائم الإلكترونية أنها تقوم عمدية.

كل المبيعات أو الخدمات التي منها التشريع و كذلك كل السلع أو الخدمات التي تتطلب لإعداد عقد رسمي.[138]

ففي حالة قيام الم إ. بعرض أو بيع السلع و تقديم الخدمات سابقة الذكر فيعاقب بغرامة200.000. دج إلى 1.000.000 دج ،و عقوبة تكميلية يأمر بها القاضي تتمثل في غلق الموقع الإلكتروني لمدة شهر إلى ستة (6) أشهر.[139]

**ثانيا: ممارسة النشاط التجاري بضم المنتوجات أو الخدمات الحساسة**

و هناك مواد الممنوعة التعامل فيها عبر الأنترنت في العتاد و التجهيزات والمنتجات الحساسة، و كل سلعة أو خدمة التي تؤدي إلى مساس بالمصالح الدفاع الوطني و النظام العام والأمن العمومي.[140]

فعندما يقوم الم إ. بالتعامل في هذه المواد يعاقب بغرامة مالية 500.000 دج إلى 2.000.000 دج و عاقب كذلك الم ج. بعقوبة تكميلية المتمثلة في إمكانية القاضي بأمر غلق الموقع الإلكتروني، وكذا الشطب في السجل التجاري.[141]

**الفرع الثاني: الجرائم المتعلقة بالوثائق و المساس بالإشهار**

نص الم ج .في قانون التجارة الإلكترونية على جرائم المتعلقة بالوثائق التسجيلات(البند الأول) و المساس بالإشهار(البند الثاني) و هذا ما سنتطرق إليه:

**البند الأول: الجرائم المتعلقة بالوثائق**

---

[138] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[139] المادة 37 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[140] المادة 5 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[141] المادة 38 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

و تتمثل هذه الجرائم في الإخلال الم إ. بإحدى البيانات و الالتزامات المنصوص عليها في المواد(11) و (12) من قانون التجارة الإلكترونية و(أولا)، و الإخلال الم إ. بحفظ السجلات الإلكترونية (ثانيا)،و الإخلال الم إ. بالتزام المتعلق بالفواتير(ثالثا)

## أولا: إخلال المورد الإلكتروني بإحدى البيانات و التزامات المنصوص عليها المواد 11 و 12 من قانون التجارة الإلكترونية

استمد الم ج. في نص المادة الحادي عشر(11) من قانون التجارة الإلكترونية بمعلومات وجب على الم إ. أن يتضمنها بعرضه التجاري بطريقة واضحة و مفهومة وهي سبعة عشر بيان أهمها: رقم التاجر كرقم التعريف الجبائي الخاص به، و رقم هاتفه، وعنوانه المادي و الإلكتروني، ورقم سجله التجاري و كل ما يتعلق ببيان السلع... وهذا ما تمت دراسته في الفصل الأول فيما يخص الالتزام بالإعلام.[142]

كما أوجب الم ج. أنه لا بد من الطلبية أو المنتوج أو الخدمة أن تمر بثلاث مراحل الزامية وهي:

- وضع الشروط التعاقدية مناسبة للمستهلك الإلكتروني، بحيث تمكنه من التعاقد.
- منح فرصة للمستهلك الإلكتروني من أجل تحقق من تفاصيل الطلبية.
- تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.[143]

عندما يقوم الم إ. بإخلال أحد البيانات أو الالتزامات المنصوص عليها سبقا ضمن المواد الحادي عشر(11) و الثاني عشر(12) سابقة الذكر يعاقب بغرامة مالية تحدد من 50.000 إلى 500،000 دج .و عقوبة تكميلية متمثلة في تعليق نفاذ إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تزيد عن ستة (6) أشهر.[144]

---

[142] بن عزة محمد حمزة، *المسؤولية القانونية لمتعاملي الأنترنيت-دراسة مقارنة-*،أطروحة لنيل الشهادة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس،2018-2019، ص. 432 و 433.

[143] المادة 12 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[144] المادة 39 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

**ثانيا: إخلال المورد الإلكتروني بحفظ السجلات الإلكترونية**

يشترط على الم إ. بحفظ السجلات التي تضم المعاملات الإلكترونية المنجزة بتواريخها و ارسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.[145]

و لقد عاقب الم ج. ضمن قانون التجارة الإلكترونية كل م إ. أخلا بحفظ السجل التجاري بغرامة مالية تحدد من 20.000 دج غلى 200.000 دج.[146]

***ثالثا: إخلال المورد الإلكتروني بالتزام المتعلق بالفواتير***

كما أن من الالتزامات الم إ. ضمن مشروع التجارة الإلكترونية إعداد فاتورة تسلم للمستهلك على كل نشاط يقوم عبر الأنترنت سواء تعلق الأمر بسلعة أو خدمة.[147]

و يعاقب الم ج. عن إخلال الم إ. بهذا الالتزام، بعقوبة المنصوص عليها ضمن القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2002 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسة التجارية، المعدل و المتمم.[148]

***البند الثاني: المساس بالإشهار الإلكتروني***

اشترط الم ج. شروط لابد من توافرها في الإشهار الإلكتروني التي تطرقنا إليها في الفصل الأول، ونص على عقوبة عن عدم توافر هذه الشروط وعلى كل سلوك يمس بالإشهار

---

[145] المادة 25 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[146] المادة 41 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[147] المادة 20 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[148] المادة 44 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

الإلكتروني، أي إذا أخل الم إ. بالقواعد سابقة الذكر، يتعرضوا إلى غرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج، ولم ينص الم ج. على أي عقوبة تكميلية.[149]

كما نص الم ج. ضمن قانون التجارة الإلكترونية على غرامة الصلح و تتمثل في الحد الأدنى من الغرامة، ولقد اشترط على أعوان المنصوص عليهم في المادة الخامسة وأربعون (45) الفقرة الأولى من قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية أن يكون هناك اقتراح غرامة الصلح على المخالفين وهذا اقتراح يقع على الأعوان وجوبا و ليس اختياري. [150]

و في حالة موافقة على غرامة الصلح تقوم ادارة المؤهلة بتخفيض قدره 10 بالمئة[151]، كما تمنع غرامة الصلح في حالة العود و في حالة قيام الم إ. بالمخالفات المنصوص عليها في المادتين السابعة و ثلاثون(37)و المادة الثامنة و ثلاثون(38) من القانون التجارة الإلكترونية.[152]

***المطلب الثالث: الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات و عقوبتها***

قد يرتكب الم إ. جرائم ضمن نشاطه في المعاملات الإلكترونية، و تختلف عقوبته حسب طبيعته سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، و هذه الجرائم نص عليها المشرع ضمن قانون العقوبات و قد قسم هذا المطلب إلى ثلاث فروع، جريمة الغش التجاري و الصناعي (الفرع الأول)، جريمة الاحتيال(الفرع الثاني)

**الفرع الثاني: جريمة الغش التجاري و الصناعي**

[149] المادة 40 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[150] قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[151] المادة 46 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

[152] المادة45 الفقرة 3 من قانون رقم18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادر بتاريخ 16 مايو2018.

قد قسم هذا الفرع إلى ثلاث بنود، فتطرق إلى تعريف جريمة الغش التجاري الصناعي (البند الأول)، ثم إلى الركن المادي لجريمة الغش التجاري الصناعي( البند الثاني)، ثم الركن المعنوي لجريمة الغش التجاري الصناعي (البند الثالث)، و عقوبة جريمة الغش التجاري و الصناعي(البند الرابع).

**البند الأول: تعريف جريمة الغش التجاري الصناعي**

قد يرتكب المورد الإلكتروني جريمة الغش التجاري و الصناعي، و يعرف الفقه أن الغش هو تعديل أو تكوين للسلعة معدة للبيع لإخفاء عيوبها و إعطائها شكلا آخر، والهدف منه الحصول على الثمن الزائد، و قد يكون الغش ناتج عن أسباب خارج عن البائع كالفساد السلع، و كما يعرفه( كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة، و يكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع متى كان من شأنه أن يسأل من خواصها و فوائدها أو ثمنها).

**البند الثاني: الركن المادي لجريمة الغش التجاري الصناعي**

يتمثل الركن المادي لجريمة الغش التجاري الصناعي في قيام البائع بسلوك الغش أو شروع في الغش و بيع المواد المغشوشة أو التحريض على استعمال المواد الغش. [153]

وكل فعل يتمثل الغش في المواد الصالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو المواد الطبية أو المشروبات أو المنتوجات الفلاحية المقدمة للمستهلك، و كذلك في عرض مواد للبيع أو مواد لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو المواد الطبية أو المشروبات أو المنتوجات الفلاحية يعلم بأنها مغشوشة أو مسمومة، أو وضع مواد خاصة للغش في مواد لتغذية الإنسان أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو يحث على استعمالها بواسطة منشورات واعلانات.[154]

**البند الثالث: الركن معنوي لجريمة الغش تجاري و الصناعي**

جريمة الغش التجاري و الصناعي جريمة عمدية، يجب توافر فيها نية الغش أي أن المورد الإلكتروني يكون له علم بأن المواد المعروضة للبيع مغشوشة أو فاسدة، و مع ذلك تتصرف إرادته

---

[153] خالد طيهار، *حماية المستهلك الإلكتروني*، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2018-2019، ص.61.

[154] المادة 431 من قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، معدل و متمم للأمر66-156، المؤرخ في8 جويلية 1966، المتضمن القانون العقوبات، جريدة رسمية عدد71، صادر بتاريخ 10 نوفمبر2004.

لارتكاب الجريمة، فإذا كان الغش يمس المستهلك دون دخل الم إ. فهنا لا يعاقب بل يسأل لحيازة المواد المغشوشة.[155]

***البند الرابع: عقوبة جريمة الغش التجاري و الصناعي***

لقد عاقب الم ج. لمرتكبي جريمة الغش التجاري و الصناعي بعقوبتين عقوبة أصلية و عقوبة تكميلية

***أ-العقوبة الأصلية:*** و المتمثلة في الحبس من سنتين(2) إلى خمس سنوات(5)، وغرامة مالية تتمثل تحدد منَ 10.000 دج إلى 50.000 دج.[156]

***ب-العقوبة التكميلية:*** و تتمثل حسب المادة82 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، في مصادرة المنتوجات و الأدوات و كل وسيلة أخرى.

***الفرع الثالث: جريمة الاحتيال***

قد يرتكب المورد الإلكتروني جريمة المنصوص عليها في القواعد العامة في القانون العقوبات و هي جريمة الاحتيال، و سنتطرق إلى التعريف جريمة الاحتيال(البند الأول)، ثم غلى الركن المادي لجريمة الاحتيال( البند الثاني)، ثم الركن المعنوي لجريمة الاحتيال(البند الثالث)، ثم إلى عقوبة الجريمة الاحتيال( البند ارابع)

***البند الأول: تعريف الجريمة الاحتيال***

تعرف الجريمة الاحتيال في مجال المعاملات الإلكترونية بأنها:( **أي سلوك اجرامي ينفذ كليا أو جزئيا بوسيلة إلكترونية، و يستخدم في ذلك مكونات الأنترنت مثل بريد الإلكتروني وغرف الدردشة أو مواقع الإلكترونية و بهدف إلى استلاء مال الغير بالغش أو الخداع)**، و تعتبر جريمة

[155] خالد طيهار، المرجع السابق، ص.61.

[156] المادة 431 من قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، معدل و متمم للأمر66-156، المؤرخ في8 جويلية 1966، المتضمن القانون العقوبات، جريدة رسمية عدد71، صادر بتاريخ 10 نوفمبر2004.

الاحتيال من الجرائم التي تقع على الأموال، والهدف الجاني من هذه الجريمة استلاء و حيازة مال مملوك للغير.[157]

**البند الثاني: الركن المادي لجريمة الاحتيال**

و يعتبر الركن المادي لجريمة الاحتيال هو طريقة التي يلتجأ إليها الجاني من أجل تحقيق غرضه و يتمثل في:

1. **اتخاد اسم أو صفة غير صحيحة:** و هو قيام الم إ. بتصريح بغير اسمه الحقيقي و يغير صفته الحقيقية، فيتمثل الركن المادي في ادعاء اسم كاذب أو صفة كاذبة لاستلاء على مال الغير.
2. **استعانة بشخص آخر:** و ذلك باستعانة المورد الإلكتروني بشخص أخر لتأييد رأيه الكاذب و يضفي على أن أكاذيب المورد الإلكتروني صحيحة.

**البند الثالث: الركن المعنوي لجريمة الاحتيال**

جريمة الاحتيال جريمة عمدية تتطلب القصد العام و الخاص، فقصد العام متمثل في الجاني يعلم بأن السلوك الذي يقوم به يعد احتبال يعاقب عليه القانون، و القصد الخاص متمثل في اتجاه نية المورد الإلكتروني في استلاء على مال المستهلك.[158]

**البند الرابع: عقوبة جريمة الاحتيال و عقوبة شروع فيها**

أ. **العقوبة الأصلية:** فعاقب المشرع الجزائري من ارتكب جريمة الاحتيال بعقوبة أصلية تتمثل في الحبس من سنة (1) إلى خمس (5)سنوات على الأكثر و بغرامة مالية تحدد

ب. **العقوبة التكميلية:** تتمثل في حرمان من حقوق الوطنية ، و هي حرمان من حق الانتخاب، فقدانه من الأهلية في الوصاية، و كذألك عزل المحكوم عليه من الوظائف السامية في الدولة.

---

[157] خميم محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في العقود الإلكترونية–دراسة مقارنة–، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، 2016–2017، ص. 98.

[158] نصيرة الخلوي، المرجع السابق، ص. 155 و161 و166.

ت. **عقوبة شروع في الجريمة الاحتيال:** أما فيما يخص عقوبة شروع في جريمة احتيال، وهي حالة التي عندما يبدأ الجاني بالجريمة و لا يكتملها، فقد عاقب عليها الم ج. بنفس العقوبة المقررة لجريمة الاحتيال.[159]

و بالإضافة إلى ذلك فعقوبة المورد الإلكتروني تختلف باختلاف طبيعته كشخص طبيعي و كشخص معنوي:

أ. عقوبة المورد الإلكتروني كشص طبيعي

فيترتب عليه عقوبة بحسب الضرر الذي تسببه و أن مجرد الشروع في الجريمة الإلكترونية أو قيامه بجريمة و لم يحدث ضرر لا يعفى المورد من المسؤولية الجزائية، وتتمثل العقوبة المنصوص عليها في قانون العقوبات في حبس و غرامة مالية حسب جسامة الضرر.

ب. عقوبة المورد الإلكتروني كشخص معنوي

تترتب المسؤولية الجزائية على الشخص المعنوي شريطة أن يخضع للقانون الخاص وفقا للمادة 435 مكرر من القانون العقوبات الجزائري، و يكون الشخص مسؤولا جزائيا متى ارتكب جرائم من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين [160]و تتمثل العقوبة الشخص المعنوي الأصلية بدفع غرامة مالية متمثلة في العقوبات المنصوص عليها في المادة الثامنة عشر(18) من قانون العقوبات و متمثلة في: غرامة تساوي مرة أو خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون الدي يعاقب على الجريمة.

أما العقوبة التكميلية المتمثلة في ما يلي: غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس سنوات، منع مزاولة النشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية نهائيا أو لمدة لا تتجاوز خمس سنوات، وكذألك عقوبة مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها و بإضافة إلى نشر حكم بالإدانة مع وضع الحراسة على ممارسة النشاط الذي أدى للجريمة بسببه.[161]

---

[159] نصيرة الخلوي، المرجع السابق، ، ص.174.

[160] أكسوم عيلام رشيدة، ، المرجع السابق، ص.414.

[161] المادة 18 من قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، معدل و متمم للأمر66-156، المؤرخ في8 جويلية 1966، المتضمن القانون العقوبات، جريدة رسمية عدد71، صادر بتاريخ 10 نوفمبر2004.

### *المطلب الثالث: جرائم المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك و قمع الغش*

قد يرتكب المورد الإلكتروني جرائم المنصوص عليها في القانون حماية المستهلك وقمع الغش، و ستتم الدراسة جريمتين في هذا المطلب، جريمة الخداع (الفرع الأول)، جريمة اعلان التضليلي(الفرع الثاني).

#### *الفرع الأول: جريمة الخداع*

لدراسة جريمة خداع بشكل واضح سيتم تعريفها( البند الأول)، ثم أركانها(البند الثاني)، ثم عقوبة المقررة لها(البند الثالث).

##### *البند الأول: تعريف جريمة الخداع*

يعرف الفقه جريمة خداع بأنها( **إلباس أمر من الأمور بما يخلف ما هو عليه**) أي قيام الم إ. ببعض الأكاذيب التي من شأنها إظهار مبيع أو خدمة على نحو ما يخالف الحقيقة.[162]

و لقد نظم الم ج. جريمة الخداع في المادة الثامنة و ستون(68) من قانو حماية المستهلك و قمع الغش، و التي نصت على ما يلي:"... **كل من يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول:**

- **كمية المنتوجات المسلمة، تسليم المنتوجات غير المعينة مسبقة، قابلية استعمال المنتوج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج، النتائج المنتظرة من المنتوج، طرق استعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج."** [163]

و كذلك المادة 429 من القانون العقوبات و التي نصت على:"... **كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في طبيعة أو صفات الجوهرية أو تركيب، أو نسبة المقومات**

---

[162] بن سماعيل سلسبيل، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة معلم للدراسات القانونية و السياسية، العدد الثاني، ديسمبر2017، ص.293.

[163] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

**الازمة لكل هذه السلع، سواء في نوعها أو مصدرها، سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها، و في جميع الحالات يجب على الجاني إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق".**[164]

***البند الثاني: أركان جريمة الخداع***

لجريمة الخداع ركنين أساسين حتى تعد جريمة ركن المادي(أولا) و ركن معنوي(ثانيا)

***أولا : الركن المادي لجريمة الخداع***

من خلال المواد السابقة الذكر نستنتج أن الركن المادي لجريمة الخداع، يتمثل في كل سلوك يقوم به المورد الإلكتروني بخداع أو محاولة خداع سواء في الطبيعة، أو التركيب السلع في مصدرها و كميتها و في هويتها.

***ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الخداع***

تعتبر جريمة الخداع جريمة عمدية يشترط بتحقيقها القصد الجنائي، و توفير العلم وإرادة أي أن الم إ. يعلم بأن الخداع فعل غير مشروع قانونيا إلا أنه تتوجه إرادته إلى ارتكابه.[165]

***ثالثا: عقوبة جريمة الخداع***

أقرت المادة 429 من القانون العقوبات المقررة لجريمة الخداع و تتمثل في المعاقبة بالحبس من شهرين(2) إلى ثلاث(3) سنوات و غرامة مالية من 2.000 دج إلى 20.000 دج. وتشدد العقوبة المنصوص عليها المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات،

و المادة68 من قانون حماية المستهلك من قمع الغش، رفع الحبس إلى خمس(5) سنوات و غرامة إلى 500.000 دج إذا كان الخداع يمس الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة، طرق تأدي إلى

---

[164] قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، معدل و متمم للأمر66-156، المؤرخ في8 جويلية 1966، المتضمن القانون العقوبات، جريدة رسمية عدد71، صادر بتاريخ 10 نوفمبر2004.

[165] بن سماعيل سلسبيل، المرجع السابق. ص.294.

الخداع مستهلك من حيث مقدار أو الوزن أو الكيل بإشارات تدلسية أو منشورات متعلقة بإعلانات.[166]

### *الفرع الثاني: جريمة الإعلان التضليلي*

إن أغلب الدول المتقدمة و منها فرنسا، عالجت موضوع جريمة الإعلان التضليلي بعدما أدركت أهمية كبيرة لإعلان في جلب المستهلكين، كما أنها أدركت السلبيات الإعلان المتمثلة في تضليله، و قد عالج هذا الفرع تعريف جريمة الإعلان التضليلي( البند الأول)، و صور الإعلان التضليلي(البند الثاني)، ثم عالج أركان جريمة الإعلان التضليلي( البند الثالث)، وكذلك عقوبة جريمة الإعلان التضليلي(البند الرابع).

#### *البند الأول: تعريف جريمة الإعلان التضليلي*

يعتبر الإعلان التضليلي هو إخبار عن سلعة أو الخدمة بما يخالف الواقع، والهدف منه تأثير على المستهلك، و يتميز إعلان التضليلي عن الإعلان الكاذب فأولهما يؤدي إلى خدوع المستهلك من حيث الصياغة و لا يحتوي على الكذب في البيانات، أما ثانيهما يستعمل الكذب في البيانات و هو أوسع من الإعلان المضلل، فلا يمكن تصور الحقيقة الكامل في إعلان لأن البائع يركز على ايجابيات سلعته، و بالتالي يركز على المدح دون الذم لجلب المستهلكين.[167]

#### **البند الثاني: صور الإعلان التضليلي**

و يتخذ الإعلان التضليلي عدة صور كصيغة لفظ المضلل في الأسعار، كإعلانات تخفيضات دون تحديد المراد تخفيض منها، و دون تحديد المدة التي تتم فيها الإعلانات.[168]

---

[166] المادة68 من قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة لرسمية عدد15 صادر بتاريخ 08 مارس2009.

" انظر: إلى المادة 429 من قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، معدل و متمم للأمر66-156، المؤرخ في8 جويلية 1966، المتضمن القانون العقوبات، جريدة رسمية عدد71، صادر بتاريخ 10 نوفمبر2004.

[167] موفق حماد عبد، *الحماية المدنية للمستهلك في العقود التجارة الإلكترونية*، ب. ط. منشورات زين الحقوقية، ب س ن. ص.58 و 59.

[168] حطاب كمال، المرجع السابق ، ص.175.

ومن صوره أن تكون السلعة موجودة و ليس بصورة المعلنة عنها، كأن يعلن التاجر على وجود أجهزة تلفزيونية من علامة تجارية مشهورة بحيث لا يجد المشترون إلا نوع غير معروف، وكذلك من صور الإعلان التضليلي في حالة عدم وجود سلعة أو خدمة و يعلن البائع على وجودها مثلا يعلن عن عقارات وهي غير موجودة أصلا.[169]

### *البند الثالث: أركان جريمة الإعلان التضليلي*

لجريمة إعلان التضليلي ركنين لقيامها و هما ركن المادي(أولا)، و ركن المعنوي(ثانيا).

### *أولا : الركن المادي لجريمة الإعلان التضليلي*

يتمثل الركن المادي في السلوك الإجرامي الذي يقوم به الم إ. في إعلانه و يهدف إلى خلق لبس يؤدي إلى الخداع، و تترك المسألة لتقدير القضاء حيث هو المختص لتقدير الإعلان هل هو مضلل أم لا.

### *ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الإعلان التضليلي*

انقسم الفقه الفرنسي فمنهم من أكدوا على وجود القصد الجنائي المتمثل في سوء النية، بحيث يعتبر التاجر سيئ النية مرتكبا لجريمة إعلان التضليلي، و منهم من أكدوا على عدم توافر سوء النية.[170]

### *البند الرابع: عقوبة الإعلان التضليلي*

فيما يخص الجريمة الإعلان التضليلي و عقوبتها لم توجد نصوص خصها المشرع الجزائري لهذه الجريمة، سوء كان إعلان في التجارة التقليدية أو التجارة الإلكترونية، واستمد إليها الم ج. وفق قواعد العامة لجريمتي النصب و الخداع، و لقد استخدم لفظ الخداع بدل التضليل و هذا ما نصت عليه المادة الثامنة و ستون(68) من قانون حماية المستهلك و قمع الغش السالفة الذكر. و

---

[169] موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص.63.

[170] حطاب كمال، المرجع السابق ، ص.176.

العقوبة التي لجأ إليها بموجب المادة 372 من قانون العقوبات و المادة 429 من القانون العقوبات الخاصة بالخداع.[171]

[171] حطاب كمال، المرجع السابق ،ص.174و 176.

# خاتمة

**خاتمة**

وفي الأخير حاولنا استخلاص بعض النتائج و الاقتراحات بخصوص الموضوع الموسوم ب **"المركز القانوني للمورد الإلكتروني"** و تتمثل النتائج في ما يلي:

تبين أن المورد الإلكتروني هو الطرف القوي في العلاقة التي تجمع بين المتعاقدين في البيع الإلكتروني، و توضح لنا أن هناك تفرقة بين الم إ. و الوكيل الإلكتروني وتوصلنا أنه ذلك الحساب الآلي الذي يقوم بعمل نيابة عن البائع، أما المستهلك الإلكتروني هو طرف المقابل للم إ. في العقد البيع، غايته تحقيق رغباته الشخصية، والموزع الإلكتروني هو الذي يقوم بشراء المنتجات من الم إ. ثم يقوم ببيعها.

كما توصلنا إلى أن لممارسة النشاط تجاري عبر الأنترنت، لا بد من توافر شرطين و هما قيد في السجل التجاري فكل م إ. سواء كان شخص طبيعي أو معنوي يجب عليه الخضوع إلى السجل التجاري، و لا بد أن يكون له موقع إلكتروني خاص به و نشره ليسهل على المستهلك الإلكتروني الوصل إليه.

و قد رأينا تحديد الطبيعة القانونية للم إ. و تبين لنا من حيث القواعد القانونية أنه مثله مثل التاجر، فقد يكون شخصا طبيعي أي شخص بمفرده يقوم بعمل تجاري عبر الأنترنت، أو شخص اعتباري أي تكون هناك مجموعة من أشخاص و أموال يكونان شركة تمارس نشاطها التجاري عبر الأنترنت.

كذلك حاولنا جمع الالتزامات التي تقع على الم إ، فإن فكرة الالتزام بالإعلام يقع على البائع بإدلاء المعلومات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة وصفا دقيقا و كذلك ملزم بالإعلام بالسعر المنتوج أو الخدمة.

و تبين أنه بالنسبة لالتزام بالإشهار في العقد البيع الإلكتروني يمكن الاعتماد على القواعد العامة في عقد البيع، و قد توصلنا بأنه إخبار عن المنتوج و الخدمات يهدف إقبال الجمهور على هذه الخدمة أو المنتوج.

و اتضح أنه يلتزم كذلك بضمان السلامة المنصوص عليه في القواعد العامة في قانون حماية المستهلك الإلكتروني، و ذلك بتوفير ضمانات ضد كل المخاطر التي تمس بصحة المستهلك.

و تبين أنه هناك التزامات خلال التعاقد، و يلتزم الم إ. بالحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالمستهلك و عدم إفشائها.

و كذلك من خلال دراستنا أن القانون التجارة الإلكترونية يلزم الم إ. بالالتزام بتقديم نسخة من العقد، و كذا التزام بتسليم فاتورة للمستهلك.

و في مرحلة تنفيذ العقد البيع الإلكتروني يلتزم الم إ. بالمطابقة المبيع، ولا يخرج عن الأحكام العامة المنظمة للمطابقة في البيع التقليدي، و هي مطابقة من حيث الكمية و نوع و العدد واللون.

و كذلك توصلنا إلى فكرة التسليم تقوم على وضع المبيع تحت تصرف المشتري، وأن تتصل فكرة التسليم على ما اتفق عليه المتعاقدين فيما يخص الزمان و المكان والكيفية المحددة لذلك.

و قد عالج الموضوع الزمان و المكان و النفقات فيما يخص التسليم الإلكتروني، فيجب أن ينفذه الم إ. فور نشوء العقد و أن يتم في الزمان المتفق عليه المتعاقدين مع مراعاة بعض المواعيد التي قد تأجل بفضل طبيعة الشيء المبيع أو يطلبها العرف، أما مكان التسليم يجب مراعاته و ذلك بالأخذ بالعين الاعتبار نوعية المبيع، إذا كان معين بالذات أو النوع.

فهناك أحكام عامة لتسليم الحكمي، و الاتفاقي و الفعلي المنصوص عليها في القانون المدني صالحة لتطبيق على العقود الإلكترونية، و لكن التسليم الإلكتروني له خصوصية تتمثل في التسليم اللامادي و التسليم الرقمي و منهم من يسميه بالتسليم الرمزي.

ومن بين النتائج التي توصل إليه موضوعنا أنه بالنسبة لالتزام بالضمان العيوب الخفية في البيع الإلكتروني، يمكن اعتماد على القواعد العامة المنصوص عليها في الق م ج. و قد عرفناه على أنه ضمان كل عيب، يجعل المبيع غير قابل للاستعمال المقرر له.

و الالتزام بضمان العرض الشخصي بنوعيه تعرض القانوني، أكد عليه العقد النموذجي لبعض المتاجر الافتراضية، أما الضمان المادي فهو قليل في حدوثه عبر الأنترنت، و أن اتفاقية فينا للبيع الدولي فقد استبعده و أكدت على التعرض الصادر من الغير.

كما وردت التشريعات العربية على الزام بالضريبة كلا من المتعاقدين فتفرض ضريبة استهلاك على المستهلك، أما الم إ. قد تقع عليه الضريبة الجمركية في حالة استراد السلع الإلكترونية و يخضع إليها بمجرد عبور السلع الخط الجمركي، لدولة المتواجد فيها الم إ.

و في حالة عدم مطابقة الشيء المبيع، أعطى الم ج. حق الرجوع عن العقد، و ألزم الم إ. في هذه الحالة إما بتسليم المطابق لطلبية أم بالإصلاح المنتوج المبيع أم بقيام بالتسليم منتوج أخر، أم إلغاء الطلبية مع إرجاع الثمن مع التعويض الضرر الذي يمس بالمستهلك.

و لقد تبين في الموضوع المسؤولية إخلال الم إ. بخصوص كل الالتزامات التي ذكرت سابقا، و تبين أن أساس المسؤولية القائم على الم إ. عقدية وليس تقصيرية ، و هذا ما نص عليها قانون التجارة الإلكترونية. و فيما يخص الشروط المسؤولية فيمكن أن نستخلصها من القواعد العامة المتمثلة في الخطأ و الضرر و العلاقة السببية.

كما يمكن للمستهلك الإلكتروني إبطال عقد البيع الإلكتروني و فسخه في الإخلال بالتزامه بالإعلام و له أن يطالب بالتنفيذ العيني في حالة إخلاله بالالتزام بالمطابقة والالتزام بالتسليم والالتزام بضمان العيوب الخفية، و له الحق بفسخ العقد في حالة تعرض الشخصي و مطالبة التعويض في حالة عدم ضمان التعرض الصادر من الغير.

و في حالة حدوث القوة القاهرة أو خطأ المستهلك أو خطأ الغير سبب في عدم تنفيذ الم إ. التزامه هنا لا تقوم المسؤولية.

و كذلك توصل موضوعنا إلى الجرائم التي قد يقوم بها الم إ. و وضح قانون التجارة الإلكترونية على مجموعة من الجرائم التي تتعلق بالمنتوجات الممنوعة متمثلة في لعب القمار و الرهان و التبغ و مواد الصيدلانية غير المرخص بها، والجرائم المتعلقة بالمنتوجات المحسوسة متمثلة بكل سلعة أو خدمة تقوم بمساس دفاع الوطني، و النظام العام و الأمن العمومي.

و لقد اتضح من الموضوع أن هناك جرائم التي تتعلق بالوثائق، و هي عبارة عن إخلال بالالتزامات التي وجبت على الم إ. و ذلك بعدم ذكره للبيانات التي يجب أن تكون في عرضه التجاري، و إخلاله بحفظ السجل التجاري، و عدم الالتزام المتعلق بالفواتير، و المساس بشروط

الإشهار، و عاقب المشرع الجزائري بعقوبة أصلية و عقوبة تكميلية المنصوص عليه في القانون التجارة الإلكترونية.

و بالإضافة إلى بعض الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات و اعتمد عليها في القواعد العامة و متمثلة في جريمة الغش التجاري و الصناعي، و هي كل تعديل يطرأ على السلعة أو الخدمة لإخفاء عيوبها.

و هناك جريمة احتيال و تتمثل في قيام الم إ. بطرق احتيالية باتخاذ اسم و صفة غير حقيقية للم إ. لاحتيال على المستهلك، و اتفق على الهدف منه وراء ارتكابها هو الحصول على مال المستهلك، باتخاذ اسم و صفة غير حقيقية للم إ.

و تبين من خلال البحث أيضا أنه قد يقوم الم إ. بجرائم تخضع للأحكام العامة المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك و قمع الغش، و متمثلة في جريمتين جريمة الخداع و تتمثل في قيام الم إ. من أجل إظهار المبيع أو الخدمة على نحو ما يخالف الحقيقة، و اعتبر الم ج. جريمة الإعلان التضليلي إلا صورة من صور جريمة الخداع، أما المشرع الفرنسي فرق بينهما و نص كل جريمة على حدا.

و يمكننا اقتراح ما يلي:

- ضرورة إهتمام المشرع الجزائري بالمورد الإلكتروني بالمستوى المطلوب لأن بالرغم من سنه لبعض النصوص الخاصة ب الم إ. غير أن التشريع لا يتوافق مع القوانين العالمية.
- ضرورة إدراج جميع الالتزامات الخاصة ب الم إ. في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية و عدم خضوعها للقواعد العامة لالتزامات البائع في القانون المدني الجزائري.
- ضرورة تحديد الآجال الخاصة بالتسليم المبيع أو الخدمة و يحدد من تاريخ طلب المنتوج و عدم خضوعه للأحكام العامة للبيع.
- إصدار مواد متخصصة بالإعلان التجاري الإلكتروني و تجريم الإعلان التضليلي من أجل وضع حد من انتشاره.
- إدراج و جمع كل الجرائم الي يقوم بها المورد الإلكتروني ضمن قانون التجارة الإلكترونية.

# قائمة المراجع

## I. النصوص القانونية


1. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد41، صادر بتاريخ 27 يونيو2004.
2. قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل و المتمم لأمر 66-156، المؤرخ في 8 جويلية 1966، المتضمن القانون العقوبات، الجريدة الرسمية العدد 71، صادر بتاريخ 10 نوفمبر 2004.
3. قانون رقم 05-02 مؤرخ في6 فبراير2005، المعدل و المتمم لأمر75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، جريدة الرسمية العدد11، صادر في9 فبراير2005.
4. قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان 2005، معدل و المتمم لأمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة الرسمية العدد 44، صادر بتاريخ 26 جوان 2005.
5. قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو2008، يعدل و يتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو2003، المتعلق بالمنافسة، جريدة الرسمية العدد36، صادر بتاريخ 20 يوليو2008.
6. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 يونيو2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة الرسمية عدد 15، صادر بتاريخ 8مارس 2009.
7. قانون رقم 18-05 مؤرخ في10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة الرسمية عدد28، صادر 16 ماي2018.


## II. الكتب


1. ابراهيم بختي، تجارة الإلكترونية، بدون طبعة ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك –دراسة تحليلية–، ب ط. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
3. بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الأنترنيت، الطبعة الثانية، دار الثقافة، عمان، 2010.

4. حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في قانون الجزائري، الطبعة الأولى، دار بلقيس، جزائر، 2016.
5. خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الفكر، إسكندرية، 2011.
6. خالد ممدوح ابراهيم، أمن المعلومات، بدون طبعة، دار الجامعية،الإسكندرية،2011.
7. شريف محمد غنام، دور الوكيل الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، ب ط ، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، 2012.
8. شريف محمد غنام، التوزيع الإلكتروني للسلع و خدمات، ب ط ، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية،2012.
9. طالب حسين موسى، قانون التجارة الإلكترونية الدولية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2016.
10. عبد الفاتح محمود كيلاني، المسؤولية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية عبر الأنترنيت، ب ط، دار الجامعة الجديدة لنشر، الإسكندرية،2016.
11. عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، ب ط. دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2009.
12. عبد الرؤوف حسن أبو الجديد، حماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر و القانون، المنصورة، بدون طبعة، 2019.
13. علي فتاك، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتوج، طبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،2013.
14. علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية و أحكامها في الفقه، الطبعة الأولى، دار نفائس، عمان، 2013.
15.عمار زعبي، حماية المستهلك من الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة، الطبعة الأولى، دار الأيام، عمان،2016.

16. غالب كمال المهيرات، التزام المنتج قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، ب ط. دار البارودي، عمان،2019.

17. فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية و حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2010.

18. محمد حسين رفاعي عطار، البيع عبر الشبكة الأنترنيت، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2007-2008.

19. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، ب ط. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2003.

20. موفق حماد عبد، حماية المستهلك في العقود التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، منشورات زين حقوقية، بدون سنة.

21. نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنيت، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، إسكندرية، 2018.

22. نضال سليمان برهم، أحكام العقود التجارة الإلكترونية، طبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2005.

23.نضال سليمان برهم، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2019.

24. وضاح غسان عبد القادر محمد، التزام بالسلامة المتعاقد الجسدية و تطبيقات في بعض العقود، طبعة الأولى، المركز العربي، مصر، 2019.

## III. المذكرات الجامعية

### أ. اطروحات دكتوراه

1. أرجلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017-2018.

2. أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزوزو، 2018.
3. بن عزة محمد حمزة، المسؤولية القانونية لمتعاملي الأنترنيت-دراسة مقارنة-،أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس،2018-2019.
4. بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر-دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه ، كلية الحقوق، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس،2002-2003.
5. خميم محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، أطروحة لنيل دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016-2017.
6. شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.

***ب.مذكرات الماجستير***

1. بن جديد فتحي، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنيت-دراسة مقارنة- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2006-2007.
2. بن غيده ايناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، كلية أبو بكر بالقايد، تلمسان، 2014-2015.
3. جلول دواجي محلول، حماية الجنائية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، شهادة لنيل شهادة الماجيستر، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.
4. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في تعاقد الإلكتروني،-دراسة مقارنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كليات الدراسات عليا، 2009.

ج. ***مذكرات الماستر***

1. بن هرقال هشام، تنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية و حماية معاملات في ظل القانون18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولاي طاهر، سعيدة، 2018-2019.
2. بوعباية عبد المؤمن، تكوين العقد و صحته-دراسة مقارنة- في ظل شريعة الإسلامية و القانون الوضعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولاي طاهر، سعيدة، 2017-2018.
3. خطاب طيهار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2018-2019.

IV. **المقالات**

1. أوشتن حنان، "حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني"، مجلة الفقه والقانون، جامعة عنابة، 26 سبتمبر 2012،ص.3.
2. براهيم عماري، "التزام بإعلام و أثره في حماية المستهلك من خطورة المنتوج رؤية فقهية قانونية"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد الثاني، جامعة حسيبة بو علي، شلف، ماي 2005،ص.54.
3. بن سماعيل سلسبيل، "حماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة المعالم للدراسات القانونية و السياسية، العدد الثاني، جامعة غرداية، ديسمبر2017، ص. 202 و 293 و 294 و301.
4. بولعراس مختار، كيحل كمال، "المسؤولية العقدية عن إخلال بالتزام بمطابقة المنتجات الغذائية في التشريع"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مخبر القانون و المجتمع، العدد الثاني، 25 فيفري 2018، ص.40 و41.
5. دليلة معزوز،" العقد الإلكتروني و أطرافه"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 19 جويلية 2019، ص.83 و85.
6. عائشة قصار الليل، "الالتزام بإعلام الإلكتروني سابق للتعاقد"، مجلة الباحث لدراسات الأكاديمية، العدد العاشر، جامعة أم بواقي، باتنة، جانفي 2017، ص.232 و 233.

7. قارة سليمان محمد خليدة، "التزام البائع بإعلام المستهلك في عقد البيع الإلكتروني"، مجلة الجزائرية للقانون البحري و النقل، العدد الأول، 2004،ص. 238.
8. محمد بوكماش، كمال تكواشت، "عقد البيع المبرم عبر الأنترنيت"، مجلة الباحث الدراسات الأكاديمية، العدد الثاني عشر، جامعة خنشلة، جانفي 2018، ص. 208 و 209.

# فهرس

# فهرس


| | |
|---|---|
| آية | |
| إهداء | |
| الشكر و تقدير | |
| قائمة المختصرات | |
| مقدمة | 1 |
| الفصل الأول: ماهية المورد الإلكتروني و التزاماته | 8 |
| المبحث الأول: المحددات المفاهمية للمورد الإلكتروني | 9 |
| المطلب الأول: مفهوم المورد الإلكتروني و طبيعته القانونية | 10 |
| الفرع الأول: تعريف المورد الإلكتروني فقهيا | 10 |
| الفرع الثاني: موقف المشرع الجزائري من المورد الإلكتروني | 11 |
| الفرع الثالث: الطبيعة القانونية للمورد الإلكتروني | 12 |
| المطلب الثاني: تمييز المورد الإلكتروني عن الفئات الإلكترونية الأخرى | 13 |
| الفرع الأول: تمييز بين المورد الإلكتروني و الوكيل الإلكتروني | 13 |
| الفرع الثاني: تمييز بين المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني | 14 |
| الفرع الثالث: تمييز بين المورد الإلكتروني و الموزع الإلكتروني | 14 |
| المطلب الثالث: شروط المورد الإلكتروني لقيامه بنشاط التجاري | 14 |
| الفرع الأول: الخضوع إلى السجل التجاري | 15 |
| الفرع الثاني: نشر الموقع الإلكتروني | 16 |
| المبحث الثاني: التزامات المورد الإلكتروني | 18 |
| المطلب الأول: التزامات المورد الإلكتروني قبل التعاقد | 19 |
| الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني بالإعلام | 19 |
| البند الأول: تعريف الالتزام بالإعلام | 19 |
| البند الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام | 20 |

| | |
|---|---|
| أولا: إعلام بالحالة المادية للمنتج | 20 |
| ثانيا: إعلام بهوية المهني | 21 |
| ثالثا: إعلام بسعر المنتوج | 22 |
| الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بإشهار | 22 |
| البند الأول: تعريف الإشهار الإلكتروني | 23 |
| البند الثاني: شروط الإشهار الإلكتروني | 23 |
| البند الثالث: أشكال الإشهار الإلكتروني | 24 |
| الفرع الثالث: التزام المورد الإلكتروني بالسلامة | 24 |
| المطلب الثاني: التزام المورد الإلكتروني خلال مرحلة التعاقد | 25 |
| الفرع الأول: التزام بحفاظ على السرية | 25 |
| الفرع الثاني: التزام بإرسال نسخة من العقد و التزام بإعداد فاتورة | 26 |
| البند الأول: التزام بإرسال نسخة من العقد | 26 |
| البند الثاني: التزام بإعداد فاتورة | 27 |
| المطلب الثالث: التزامات المورد الإلكتروني خلال تنفيذ العقد | 27 |
| الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني بالمطابقة | 27 |
| البند الأول: تعريف التزام بالمطابقة | 28 |
| البند الثاني: شروط التزام بالمطابقة | 28 |
| الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بالتسليم و أداء خدمة | 29 |
| البند الأول: مفهوم التسليم و أداء خدمة | 29 |
| البند الثاني: زمان و مكان التسليم | 30 |
| أولا: زمان التسليم | 30 |
| ثانيا: مكان التسليم | 31 |
| البند الثالث: كيفية التسليم | 32 |
| البند الرابع: نفقات المبيع | 33 |
| الفرع الثالث: التزام المورد الإلكتروني بضمان العيوب الخفية و التزام بضمان عدم التعرض | 33 |

| | |
|---|---|
| البند الأول: التزام المورد الإلكتروني بضمان عيوب الخفية | 33 |
| أولا: تعريف التزام بالعيوب الخفية | 33 |
| ثانيا: شروط العيوب الخفية الموجبة لضمان | 34 |
| البند الثاني: التزام بضمان عدم التعرض | 35 |
| أولا: تعريف ضمان عدم التعرض | 36 |
| ثانيا: أقسام التزام عدم التعرض | 36 |
| الفرع الرابع: التزام بأداء الضريبي | 37 |
| المطلب الرابع: التزامات التي تقع على المورد الإلكتروني بعد تنفيذ العقد | 37 |
| الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني باستبدال السلعة | 38 |
| الفرع الثاني: إلغاء الطلبية مع إرجاع الثمن | 38 |
| الفصل الثاني: الأثار القانونية لإخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته | 40 |
| المبحث الأول: المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني | 42 |
| المطلب الأول: طبيعة المسؤولية للمورد الإلكتروني | 43 |
| الفرع الأول: مسؤولية العقدية | 43 |
| البند الأول: تعريف المسؤولية العقدية | 43 |
| البند الثاني: أحكام المسؤولية العقدية | 44 |
| أولا: عدم تنفيذ المورد الإلكتروني بالتزاماته | 44 |
| ثانيا: تأخير المورد الإلكتروني في تنفيذ التزامه | 44 |
| الفرع الثاني: المسؤولية التقصيرية | 44 |
| الفرع الثالث: أساس طبيعة المسؤولية المورد الإلكتروني | 45 |
| المطلب الثاني: شروط إعمال بالمسؤولية المدنية | 46 |
| الفرع الأول: الخطأ العقدي | 46 |
| الفرع الثاني: الضرر العقدي | 46 |
| أولا: تعريف الضرر العقدي | 46 |
| ثانيا: صور الضرر العقدي | 47 |

| | |
|---|---|
| البند الثالث: العلاقة السببية | 47 |
| المطلب الثالث: أثار المترتبة عن إهمال بالمسؤولية المدنية | 48 |
| الفرع الأول: إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته العقدية | 48 |
| البند الأول: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالتزام بإعلام | 48 |
| البند الثاني: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالتزام بالمطابقة | 49 |
| البند الثالث: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالتزام بالتسليم | 49 |
| البند الرابع: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بضمان عيوب الخفية | 50 |
| البند الخامس: إخلال المورد الإلكتروني بالتزام بضمان التعرض | 50 |
| الفرع الثاني: أسباب نفي مسؤولية المورد الإلكتروني | 50 |
| البند الأول: القوة القاهرة | 51 |
| أولا: تعريف القوة قاهرة | 51 |
| ثانيا: عناصر القوة قاهرة | 51 |
| ثالثا: شروط القوة القاهرة | 51 |
| البند الثاني: خطأ المستهلك الإلكتروني | 52 |
| البند الثالث: خطأ الغير | 52 |
| المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني | 53 |
| المطلب الأول: جرائم المنصوص عليها في ظل قانون التجارة الإلكترونية | 54 |
| الفرع الأول: جرائم تتعلق بالمنتجات ممنوعة و المحسوسة | 54 |
| أولا: ممارسة النشاط على المواد و المنتجات ممنوعة | 54 |
| ثانيا: ممارسة النشاط التجاري بضم المنتوجات أو الخدمات المحسوسة | 55 |
| الفرع الثاني: الجرائم المتعلقة بالوثائق و المساس بالإشهار | 55 |
| البند الأول: الجرائم المتعلقة بالوثائق | 55 |
| أولا: إخلال المورد الإلكتروني بإحدى البيانات و التزامات المنصوص عليها المواد 11 و 12 من القانون التجارة الإلكترونية و عقوبتها | 56 |
| ثانيا: إخلال المورد الإلكتروني بحفظ السجلات الإلكترونية و عقوباته | 57 |
| ثالثا: إخلال المورد الإلكتروني بالتزام متعلق بالفواتير و عقوباته | 57 |

| | |
|---|---|
| البند الثاني: المساس بالإشهار الإلكتروني | 57 |
| المطلب الثاني: جرائم المنصوص عليها في القانون العقوبات و عقوبتها | 58 |
| الفرع الأول: جريمة الغش تجاري و الصناعي | 58 |
| البند الأول: تعريف جريمة الغش تجاري و الصناعي | 59 |
| البند الثاني: الركن المادي لجريمة الغش تجاري و الصناعي | 59 |
| البند الثالث: الركن معنوي لجريمة الغش تجاري و الصناعي | 59 |
| البند الرابع: عقوبة جريمة الغش تجاري و الصناعي | 60 |
| الفرع الثاني: جريمة الاحتيال | 60 |
| البند الأول: تعريف جريمة الاحتيال | 60 |
| البند الثاني: الركن المادي لجريمة الاحتيال | 61 |
| البند الثالث: الركن المعنوي لجريمة الاحتيال | 61 |
| البند الرابع: عقوبة جريمة الاحتيال و عقوبة شروع فيها | 61 |
| المطلب الرابع: جرائم المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك و قمع الغش | 63 |
| الفرع الأول: جريمة الخداع | 63 |
| البند الأول: تعريف جريمة الخداع | 63 |
| البند الثاني: أركان جريمة الخداع | 64 |
| أولا: ركن المادي لجريمة الخداع | 64 |
| ثانيا: ركن المعنوي لجريمة الخداع | 64 |
| ثالثا: عقوبة جريمة الخداع | 64 |
| الفرع الثاني: جريمة الإعلان التضليلي | 64 |
| البند الأول: تعريف جريمة الإعلان التضليلي | 65 |
| البند الثاني: صور الإعلان التضليلي | 65 |
| البند الثالث: أركان جريمة إعلان التضليلي | 66 |
| أولا: ركن المادي لجريمة الإعلان التضليلي | 66 |
| ثانيا: ركن المعنوي لجريمة الإعلان التضليلي | 66 |
| البند الرابع: عقوبة الإعلان التضليلي | 66 |

| | |
|---|---|
| خاتمة | 68 |
| قائمة المراجع | 72 |
| فهرس | 78 |