



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة دكتور مولاي طاهر- سعيدة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

## المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني

مذكرة لنيل شهادة الماستر

التخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذ: لربي مكي

إعداد الطالبة: عامر صليحة

### لجنة المناقشة:

الدكتور/ بن عيسى أحمد-----جامعة سعيدة ----رئيسا

الأستاذ/ لربي مكي-----جامعة سعيدة-----مشرفا ومقررا

الدكتور/ هني عبد اللطيف-----جامعة سعيدة-----عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2019-2020

# بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

{ رَبَّنَا آتِنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَادًا }

(سورة الكهف ، من الآية 10)

# كلمة شكر و عرفان

بعدا لحمد لله وشكره جزيل الشكر وصلاته و سلام على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم، أتقدم بالعرفان الخالص للأستاذ / مكي لربي الذي قام بتأطيري كما أتقدم بالشكر الجزيل للدكتور: بين عيسى / احمد على دعمه و مسانדתه في كل مراحل عملي على هذه المذكرة على رغم من الظروف القاهرة لي هذه الجائحة في هذه السنة إلا انه كان على تواصل ولم يبخل بتوجيهات و نصائح القيمة إلى غاية إتمام هذا العمل.

كما أتفضل بجزيل الشكرا أعضاء اللجنة المناقشة الذين تفضل بمناقشة هذه المذكرة ولا أنسى في شكلي كل أعضاء إدارة الجامعة الحقوق و علوم السياسية علي مساندتهم طيلة السنوات الجامعية و اخص بالذكر السيد: قويدر حيرش على حسن المعاملة و الدعم.

شكراً

# الإهداء

اهدي هذا المجهود المتواضع إلى والدتي حبيبتي والي أبي العزيز

وأدعو الله أن يديم عليهما الصحة والعافية ويطيلا في أعمارهم

اهديها إلى أختي خيرة وأخوأي حبيب و محمد

وأتمنى لهم كل النجاح في حياتهم

إلى جميع أفرادي أسرتي الكريم وخاصة أختي فاطمة و موساوي أمين و رانيا خليل

إلى كل أصدقائي و اخص بالذكر عبودة نبيلة رفيقة دربي

إلى كل من ساهم في هذا العمل بفكرة أو نصيحة أو دعم و بالأخص الدكتور بوفافة علي

✍️ عامر صليحة

# قائمة المختصرات

ت.م.ج: التقنين المدني للجزائر

ت.ت.ج: التقنين التجاري الجزائري

ص: الصفحة

مفتحة

يعرف العالم تطورات متلاحقة و مستمرة في مجال التكنولوجيا و المعلومات مما أدى إلى ظهور تقنيات اتصال مذهلة، أفرزت واقعا جديدا يتمثل في مختلف جوانب حياتهم اليومية من اجل تلبية احتياجاتهم، بما يتوافق مع متطلباتهم من سرعة و سهولة في إبرام مختلف التصرفات و المعاملات القانونية و التي تتم في بيئة افتراضية و الكترونية، من خلال تبادل البيانات الرقمية مما ساهم في ظهور الاقتصاد الرقمي وصاحب هذا التقدم العلمي و التكنولوجي و الصناعي المعاصر ظهور نوع من العقود الالكترونية التي تعتبر إحدى الركائز و الأساليب الأكثر شيوعا و استخدام في السلع و الخدمات عبر الحدود ذلك باعتبارها وسيلة سهلة للتعامل و للتسوق في العالم، فاستغلال شبكة الانترنت كأداة لإبرام العقود و إجراء مختلفة المعاملات التجارية بين أشخاص متواجدين في أماكن متباعدة، أدى إلى تغييرات على الطرق العادية في التعاقد حيث يتم إدخال البيانات و تبادلها بين الأطراف المتعاقدة بطريقة الكترونية تظهر على شاشة العرض المرئي الخاص لكل من المتعاقدين بدقة ووضوح يقلل كثيرا من الجهد و النفقات و الزمن و كذلك تحقيق الفعالية التجارية بتطوير أسواق جديدة و ضمان التنوع و المنافسة داخلها.

بالإضافة إلى أن لفظ المستهلك دخل لغة القانون نتيجة اتجاه أنظار القانونية لحماية المستهلك فكان من اللازم تحديد المقصود به في مجال هذا العلم، من العلوم القانونية و نعني به أن المستهلك، هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي و الذي يقوم باقتناء و شراء المواد و اللوازم التي توفر له إشباع حاجاته و سد رغباته السلعة و الخدماتية و يسعى دائما لسد حاجاته المادية و المعنوية فصد تلبية رغباته يكون مرتكزا في ذلك على ثنائية الدخل و أسعار السلعة و الخدمات المعروضة.

يعد موضوع الموقف القانوني للمستهلك الالكتروني، من أهم المواضيع التي تناقش التنظيم الحكومي حماية مصالح المستهلكين، فمثلا قد تطلب الحكومة من قطاع الأعمال أن يكشف معلومات مفصلة عن المنتجات و خصوصا تلك المتعلقة بقضايا السلامة أو الصحة العامة ، كمنتجات الغذاء أو أن هي خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني بجمعياته المختلفة ذات الاختصاص لحماية المستهلك من الغش التجاري أو استغلاله بصورة غير مشروعة أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار أو الإذعان لظرف ما.

كما ترتبط حماية المستهلك بفكرة حقوق المستهلك أي أن المستهلكين يملكون حقوقا متعددة باعتبارهم مستهلكين، كما ترتبط بتشكيل منظمات المستهلكين التي تساعد المساعد المستهلك على اتخاذ خيارات أفضل في أسواق.

و بالتالي فإن التجارة الالكترونية فرضت نفسها على المواقع، باعتبارها احد ادوار العولمة الاقتصادية. وصارت اليوم حقيقة يعيشها المستهلكين و المجتمع ككل، فأتاحت العديد من المزايا بالنسبة لرجال الأعمال والشركات التجارية في عملية عرض السلع و الخدمات بين العديد من الجهات دون لقاء مباشر فيها بينهم، مما تستدعي توسيع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الالكتروني لان هذا الموضوع له مساس مباشر بواقع الناس و لحياتهم و يتعرض لمسائل يعيشونها و يتفاعلون معها و يبقى المستهلك هو أساس العلاقات الاجتماعية و الاقتصادية و الاهتمام به على جميع المستويات سواء قبل التعاقد أو بعد التعاقد أمر ضروري نظرا لكونه يفتقد معاينة السلعة وذوقها.

ولمواجهة هذه المستجدات، كان من الضروري توفر قوانين متينة لحماية متخلف الأطراف في هذه العلاقة العقدية العابرة لحدود، مما يقلل العواقب و تطور التجارة بما يضمن حقوق جميع الأطراف بما فيها المستهلك الالكتروني فالمستهلك يحتاج إلى وسائل حماية فنية وقانونية تعزز من وجود بيئة آمنة في التعاقد الالكتروني بوضع آليات تسعى لتحقيق أمنه ولإتيان بوسائل جديدة أم تكن معهودة في القواعد العامة

لذا نتساءل عن ما هي الأحكام و الضوابط القانونية المتعلقة بحماية المستهلك الالكتروني؟

تكمن أهمية هذا الموضوع في كونه من المواضيع الصعبة و المعقدة و التي تثير الكثير من الإشكالات فمن ناحية أولى الموضوع متطور و لا يمكن ضبطه و من ناحية ثانية هناك مبادئ قانونية يصعب تخطيطها دعما للمستهلك الذي يقف حائرا أمام التحايل في الإعلان، إلا أن أهميته الشديدة تزداد في نطاق التعاقد الالكتروني و هذا راجع لاختلال العلاقة التعاقدية بين الأطراف (المستهلك و المهني مقدم الخدمة)، فنجد المستهلك دائما في مركز اقتصادي ضعيف لعدم خبرته و قلة احترافه و تأثيره الشديد بوسائل الدعاية و الإعلان على عكس المهنيين من التجار و المنتجين الذين يملكون من جلال هذه الشبكة إن يضعوا أنفسهم خارج نطاق القانون عند قيامهم بممارسات التسوق الغير العادلة و عرضهم لمنتجات وخدمات غير آمنة وكذا من خلال الإعداد على الخصوصية الشخصية للمستهلك و كيانه المعنوي.

ونظرا للمخاطرة الكبيرة التي تتعرض لها هذه العملية الاستهلاكية سعت مختلف التشريعات لسن قوانين خاصة لحماية المستهلك، في السوق الالكتروني و إعادة الثقة اللازمة التي يحتاج إليها المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته ذلك في العديد من النصوص و ضمانا لحقوقه و تشجيعا على خلق البيئة الجاذبة له حتى يتعامل عبر شبكة الانترنت فتعاظمت حماية هذا الطرف الضعيف خاصة في المجتمعات المعاصرة.



فضلا على ما تقدم من أهداف موضوعنا إعلام و تحسيس المستهلكين و تعليمهم الاستهلاك الرشيد وتنبههم إلى قواعد التنظيمية للاستهلاك وتعريفهم بحقوقهم و الدفاع عنها و التصرف بأكثر يقظة و أكثر تشدد الاتجاه التجارة.

ضف إلى ذلك هذا الموضوع من مواضيع الحديثة التي أفرزتها التقنية المتجددة و المتسارعة فالتعاقد عبر الانترنت يعتبر من احدث صور التعاقد على الإطلاق، و التي سيكون لها تأثير على نظيرة العقد في القانون مدني و هذا ما قد يترتب عنه البحث في مدى قدرة القواعد التقليدية على استيعاب هذه الصورة المستحدثة، الأمر الذي يقتضي إضافة قواعد جديدة تتماشى مع هذا النمط الجديد من التعاقد الذي يتم بوسيلة الكترونية تعترضها العديد من الصعوبات ، لا سيما ما يتعلق منها بانتهاك الخصوصية و القرصنة و الاحتيال ، فضلا على أن احد المتعاقدين يكون في مركز قوة يستمدها من خبرته و نفوذه الاقتصادي مما يجعلها يستعمل أساليب الغش و التضليل و أساليب الدعاية المضللة بغية إيقاع المتعاقدة الأخرى في غلط أو تغليظه لحملة على التعاقد، خاصة و أن هذا التعاقد يتم عن بعد دون الحضور المادي لطرفية.

و في ضل التطور السريع و المتلاحق للمعاملات التجارية عبر الوسائل الالكترونية الحديثة من جهة و بغية حماية المستهلك و التعزيز ثقته في التعاقد الالكتروني من جهة أخرى نظرا للمزايا التي يتمتع به بات من الضروري التساؤل على الآليات القانونية التي من شأنها إن توفر حماية فعالة للمستهلك الالكتروني باعتباره فهو يمثل الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية و من وجب إناطته بالحماية.

ولإجابة على التساؤلات السلف ذكرها قسمها بحثها إلى فصلين كان عنوان الفصل الأول: المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني أما الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الالكتروني.

حيث حاولنا الإجابة عن الأسئلة سالفه الذكر باستخدام منهج الوصفي الذي يعتمد على جمع المعلومات و تفسير الظواهر في القانون الخاص الجزائري و القوانين العربية و الغربية و ذلك من خلال عرض النصوص القانونية المختلفة في هذا الشأن مع تبيان و توضيح مدى ملائمة هذا القوانين لحل مشكلات التعاقد و التواصل عبر شبكة الانترنت في ضل شح القانون الجزائري في هذا المجال.

الأفصل الأول

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

مع انتشار التعامل التجارة الالكترونية ظهر مصطلح المستهلك الالكتروني، وهو الشخص الذي يتعاقد من أجل الحصول على سلع و خدمات عبر شبكة الانترنت إذ لا يختلف عن نظرة المستهلك في العالم المادي إلا من خلال تعامله بوسائط الكترونية ،مما يفيد تمتعه بكافة الحقوق الممنوحة للمستهلك التقليدي إلى جانب ضرورة توفير حماية تتلاءم مع الخصوصية التي تضيفها عليه البيئة الالكترونية.

يقوم المستهلك الالكتروني بالتعاقد في بيئة الكترونية مفتوحة على العالم، إذ لا يمكن التقييد فيها بالحدود السياسية أو الجغرافية كما لا يقتصر التعامل عبرها على الأشخاص الطبيعية أو المعنوية فقط. وإنما يمتد كذلك إلى التعامل مع أنظمة وبرمجيات خاصة بأجهزة الكترونية ذكية مما يؤدي إلى تغيير حقيقي في بعض المفاهيم القائمة في نظرية الالتزام، وذلك كله كانعكاس البيئة الالكترونية على المستهلك الذي يقوم باقتناء المنتج عبر الانترنت .

يتم عقد الاستهلاك عبر الانترنت دون لقاء فعلي بين المحترف الالكتروني و المستهلك الالكتروني حيث يلجأ كل طرف إلى الاشتراك في خدمة الدخول للانترنت وفق الأحكام عقد، يجمع كل واحد منهما مع مقدم خدمة الإنترنت مما يمكنها من استعمال الإنترنت، غير أن عرض و اقتناء المنتج عبر الإنترنت يتوقف على الحصول على خدمات الكترونية يقوم بها الوسطاء التقنيين عبر الانترنت من مقدمي خدمة الإيواء و ناقل و صاحب المعلومة و غيرها من الأشخاص المساعدة لطرفي الاستهلاك الالكتروني، فالمستهلك الالكتروني يتميز عن نظيره التقليدي من حيث تعدد الأطراف المتعاملة معه.

### المبحث الأول: تحديد مفهوم المستهلك الالكتروني

لقد اختلف الفقهاء حول تحديد مفهوم المستهلك، لأن صفة المستهلك يمكن أن تأخذ مظاهر متعددة قد تطلق على الشخص الذي يتحمل على حاجياته الأساسية أو الكمالية، وقد تطلق على الأشخاص الذي يبلي رغبته الشخصية أو الأساسية أو المالية، وقد تطلق على الشخص الذي يقتني سلعة أو خدمة تستعمل في حرفته أو مهنته و هذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى محاولة وضع تعاريف مختلفة عبر عدة مراسيم من أجل ضبط خصائص يمكنها تمييز المستهلك عن غيره.

### المطلب الأول: تعريف المستهلك الالكتروني

يعتبر المستهلك الطرف الرئيسي الذي في عقد الاستهلاك باعتباره الطرف الضعيف الذي يعني بحماية كبيرة من طرف المشرع الجزائري، و بالرجوع إلى أصل كلمة المستهلك نجد أنها ذات منشأ اقتصادي، فإذا عرف علماء الاقتصاد الاستهلاك أنه أحد العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية لإشباع الحاجات و المستهلك، تبعا لذلك هو من يقوم بهذه العملية، وبالتالي يعد المستهلك الحلقة الأخيرة من العمليات الاقتصادية.<sup>1</sup>

### الفرع الأول : التعريف الفقهي

بعد كثرة تداول مصطلح المستهلك في اللغة القانونية، ظهر جدل فقهي كبير لوضع تعريف موحد للمستهلك تمخض عن هذا الاختلاف اتجاهين، فمنهم من تبنى المفهوم الضيق للمستهلك ومنهم من تبنى للمفهوم الموسع.

### أولا: المفهوم الضيق للمستهلك:

تبنى غالبية الفقهاء المفهوم الضيق للمستهلك، حيث ظهرت عدة تعريفات من أجل محاولة وضع تعريف دقيق للمستهلك فمنهم من عرف المستهلك على أنه : "كل شخص يتعاقد بالقضاء إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، و على ذلك لا يكتسب صفة المستهلك وفقا لهذا المفهوم من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعته" <sup>2</sup>

<sup>1</sup> عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، (ط2)، منشأ المعارف الإسكندرية، 2008، ص 17

<sup>2</sup> ميكائيل رشيد علي الزباري، العقود الالكترونية على الشبكة الالكترونية . دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014-2015، ص 323.

<sup>2</sup> محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأ المعارف بالإسكندرية، 1982، م، ص 8

ومنه من عرفه أنه: " كل شخص يتصرف لتحقيق أغراض لا تدخل في نشاطه المهني " <sup>1</sup>

كما عرفه آخرون أنه: " الزبون غير محترف للمؤسسة أو مشروع " <sup>2</sup>

كما عرف البعض بأنه: " الذي يقوم بشراء السلع و الخدمات لاستعماله الشخصي أو الحاجة أفراد أسرته أو الأفراد الذين يعيلهم " <sup>3</sup>

وكذلك هو: " كل مشتري غير مهني لأشياء تخصص لاستعماله الشخصي " <sup>4</sup>

ويشبه إشارة إلى أنه هناك اتجاه يرى أن المستهلك هو الشخص الطبيعي <sup>5</sup>

بينما يرى اتجاه آخر أن تعريف المستهلك يقتصر على شخص طبيعي <sup>6</sup>

من هذه التعريفات المتباينة يتضح أنها تصب في اتجاه واحد، و هو تضيق مجال الحماية القانونية لفئة معينة من الأشخاص و المتمثلة في المستهلك، الذي تنتهي عنده السلعة أو الخدمة باستهلاكها من طرفه، أي الطرف الذي تنتهي عنده عملية التداول، وهو الشخص الطبيعي الذي يتحصل على المنتج الاستهلاكي لاستعماله الشخصي أو العائلي باعتباره الطرف الضيق في عقد الاستهلاك من ناحية، ومن أجل اقتناء سلع أو خدمات تعد من حاجيات مهنتهم و استثنائهم بعد الاستفادة من قواعد الحماية القانونية باعتبارهم يحسنون الدفاع عن مصالحهم نظرا لمركز القوة الذي يتمتعون به جراء نشاطهم المهني. <sup>7</sup>

### ثانيا: التعريف الواسع للمستهلك:

\* يتجه الفقه في هذا التيار إلى توسع في مفهوم المستهلك، بحيث يشمل كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة.

\* ويعرف المستهلك أيضا حسب هذا الاتجاه أنه: " هو الشخص الذي يشتري ما يحتاج إليه من سلع أو خدمات لغرض آخر غير التجارة ". يشمل هذا التعريف غير التاجر الذي يشتري ما يحتاجه للاستعمال

<sup>1</sup> أعمار زغبى، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص قانون أعمال، قسم حقوق، جامعة محمد خضير، بسكرة، عام 2012، ص 09.

<sup>2</sup> شعبان نوال، التزام المتدخل بضمان السلامة للمستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق، تيزي وزو عام، 2006، ص 23.

<sup>3</sup> الحاج طارق و آخرون، التسويق من المنتج إلى المستهلك، (ط 1)، دار صفاء، الأردن، عام 1990، ص 49.

<sup>4</sup> أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية بلا سنة طبع، ص 82.

<sup>5</sup> عبد الله ديب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 2012، ص 19

<sup>6</sup> حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في العقود الاستهلاكية، (ط 1)، دار العرب، القاهرة، 1997، ص 11.

<sup>7</sup> صبرينة صفار، صورية تامر، ضمان المنتج في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية و الإدارة، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، ورقلة، 2005، ص 7.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

الشخصي و كذلك التاجر الذي يشتري ما يحتاجه لغرض آخر غير التاجر كالاتعمال الشخصي و يشمل أيضا المهني، أو التاجر الذي يتعاقد في سلعة خارج دائرة السلع الذي يتعامل فيها.<sup>1</sup>

\*كما عرفه البعض : كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بهدف استعمال و استخدام مال أو خدمته.<sup>2</sup>

\*وهو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له و تمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه.<sup>3</sup>

\* و عرفه البعض الآخر : " هو كل شخص يتعاقد بهدف استهلاك" و استنادا لهذا التعريف فان كل من يشتري سلعة ما لأغراض شخصية أو مهنية يعد مستهلكا ،بينما إذا كان الغرض من الشراء ليس الاستهلاك و إنما إعادة البيع مثلا فلا يكون المشتري مستهلكا.<sup>4</sup>

### الفرع الثاني: تعريف المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري

لقد مر مفهوم المستهلك بعدة مراحل عبر محطات زمنية ،إذا حاول المشرع الجزائري في كل مرحلة إعطاء مفهوم واضح و حقوق إزالة اللبس و الغموض الذي يشوب مفهوم المستهلك ،إذا أورد المشرع عدة تعريفات للمستهلك عبر مختلف المراسيم و التي يمكن أن تختلف من مرسوم لآخر نظرا لعدة معطيات و محاولة المشرع الجزائري من خلالها إدراك النقط لمواكبتها.

#### أولا: المستهلك حسب القانون 02/89 ( ملغى):

يعتبر القانون 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 أول يحدد الاهتمام بحماية المستهلك إذ يتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك ،و هذا من أجل وضع أسس قانونية للحد من الممارسات التي يتعرض لها المستهلك المتعلقة أساسا بأمنه و سلامته

ولم يتضمن هذا القانون تعريف المستهلك، فنجد المشرع أحال ذلك لتنظيم لاحق و هو المرسوم 39/90 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990 و المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش إذ (المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتجات أو خدمة معينة للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.<sup>5</sup>

<sup>01</sup> جمال زكي الجريدي، البيع الالكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الانترنت، ص 10.

<sup>1</sup> ميكائيل رشيد علي الزبياري، العقود الالكترونية على شبكة الانترنت بين الشريعة و القانون، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية عام 2014-2015 ص، 450

<sup>2</sup> محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد منشأ المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 08

<sup>3</sup> شعبان نوال، مرجع سبق ذكره، ص 36

<sup>4</sup> ميكائيل رشيد، المرجع السابق، ص 450

<sup>5</sup> المرسوم التنفيذي رقم 39/90، المؤرخ في 1990/01/30، المتعلق بالضمان المنتوجات و الخدمات، (الجريدة الرسمية 05)

من خلال نص هذه المادة يمكن أن نذكر بعض الملاحظات وهي كالآتي :

- يمكن أن نقول أن المشرع الجزائري في تعريفه للمستهلك من خلال هذا النص قد ظهر متناقضا و تدني مفهومين مفهوم ضيق و مفهوم واسع .

1- مفهوم ضيق :بالاقتصار المشرع في هذا التعرف على المستهلك الذي يشبع حاجاته الشخصية أو العائلية أو حاجة حيوان متكفل به ولا يعد مستهلكا من يتعاقد لأغراض مهنته أو حرفته.

2- مفهوم واسع :إذا أورد المشرع مصطلح ( المستهلك الوسيط ) وهو الذي يتعاقد لأغراض مهنته وهو بالتالي يوسع من مفهوم المستهلك و يخرج من إطاره فقط الشخص الذي يتعاقد على منتج أو خدمة من إعادة بيعها لاستعمالها في إنتاج مواد أخرى.<sup>1</sup>

- إن المشرع ذكر مصطلح ( شخص ) فقط و لم يوضح ما إذا كان هذا الشخص طبيعي أو معنوي باعتبار أن لكل منهما خصائص و مميزات للفرقة بينهما ،كما أن لكل منهما طبيعته الخاصة خاصة فيما يتعلق بالأهلية الذمة المالية.<sup>2</sup>

كما أن المشرع ساوى بين منتجات و الخدمات رغم أن الفرق الجوهرى بينهما يكمن في الطبيعة الخاصة لكل منهما و بالتالي كان من الممكن تدارك هذا النقص عن طريق وضع معيار يفرق بينهما.

تضمنت هذه المادة عبارة ( لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به) فالمشرع وضع معيار جوهري لتحديد مفهوم المستهلك من غيره و هو الغرض من اقتناء فيعد مستهلكا كل من يقتني سلعة أو يحصل على خدمة إشباع رغباته الشخصية أو تلبية لرغبة عائلته أو لحيوان متكلف به.<sup>3</sup>

ثانيا: المستهلك حسب المرسوم 254/97 ( ملغى ) :

حيث نصت المادة (02) منه المرسوم 254/97 المؤرخ في 08 يوليو 1997:

(يقصد المنتج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم للمنتج النهائي الوجه للاستهلاك الشخصي للمستهلك لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم )

لم يعرف هذا مرسوم مستهلك صراحة إنما عرف المنتج الاستهلاكي لكن من خلال هذا التعرف

<sup>1</sup> فهيمة ناصري ، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق بن يوسف بن خدة ،الجزائر 2004/2003، ص 06.

<sup>2</sup> عياض محمد عماد الدين، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش دفاتر السياسة و القانون، العدد 09 ، ص 121

<sup>3</sup> عمار زكي ،حماية مستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ت،خصص قانون أعمال ،قيم الحقوق جامعة

محمد خيضر، بسكرة 2012، ص 45

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

يمكن أن نتواصل إلى تعرف المشرع للمستهلك، إذا نلاحظ حسب نص هذه المادة ما يلي :

إن المشرع تبنى مفهوم ضيق للمستهلك باستبعاد المهني من دائرة المستهلك و هذا ما ضمنته العبارة (المنتوج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي....)، إذا جاءت هذه العبارة صريحة واضحة حيث يشترط أن تكون السلعة أو الخدمة موجهة للاستهلاك الشخصي، أي انتهاء عملية تداول هذه السلعة أو الخدمة عند المستهلك النهائي و التجرد من كل طابع مهني<sup>1</sup>

إضافة إلى اعتماد المشرع مصطلح (شخص) دون ذكر الشخصية المعنوية صراحة، وهذا ما يوحي أن مشرع حصر صفة المستهلك في الشخص الطبيعي دون غيره و استعد الشخص المعنوي.

كما ركز المشرع على عبارة لاستعمال الشخصي و المقصود به من هذه العبارة المستهلك المتعاقد والذي يتعاقد من أجل تلبية حاجاته الشخصية، و هذا ما يوحي أن المشرع لم يترك المجال حتى للمستهلك الذي يتعاقد لتلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.<sup>2</sup>

**ثالثا:المستهلك حسب القانون 02/04 ( معدل و متمم):**

لقيت التعارف الخاصة بالمستهلك في المراسيم السابقة عدة انتقادات لصياغتها الركيكة وأحيان أخرى التناقض و عدم التفرقة بين تبني المفهوم الضيق و المفهوم الموسع للمستهلك، فكان لزاما على المشرع وضع تعريف دقيق للمستهلك، و هذا ما جاء في المادة (3) من هذا القانون 02/04 المؤرخ في 23 يوليو 2004 في الفقرة الثانية فعرفت المستهلك أنه :<sup>3</sup>

(كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت البيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجرد من كل طابع مهني).

ومن خلال هذا التعريف الذي نصت عليه هاته المادة يمكن استخلاص مايلي :

نجد أن المشرع في عبارة (كل شخص طبيعي أو معنوي....) أدرج كافة الأشخاص الطبيعية منها و المعنوية في مفهوم المستهلك، وبالتالي تدارك النقص الذي ظهر في مختلف المراسيم السابقة و التي تعرض المشرع على إثرها إلى عدة انتقادات بما أن أغلب التشريعات الغربية تعترف بوجود الشخص المعنوي و أهليته القانونية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>عالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة ليل شهادة ماجستير فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر 2005، ص 16

<sup>2</sup>صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 03/09، مذكرة ليل شهادة ماجستير في العلوم القانونية و الإدارية، جامعة قسنطينة 1

2013/2014، ص 38

<sup>3</sup>القانون 02/04 المؤرخ في 03/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ( جريدة رسمية عدد 41)

<sup>4</sup>صياد صادق، المرجع السابق، ص 40



## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

إن المشرع بإدراجه لعبارة ( يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ) قد فرق بين طريقة الحصول على السلعة أو الخدمة مراعيًا في ذلك الخصوصية التي تميز كل واحدة منهما إلا أن المشرع لم يحدد الوسيلة التي يقتني بها الشخص هذه السلع أو الخدمات (هل يقتنيها نقداً أو بمقابل أو مجاناً) <sup>1</sup>

كما أن المشرع تبنى المفهوم الضيق للمستهلك اذا اشترط أن يكون هذا التعاقد من أجل الحصول على سلعة أو خدمة للاستعمال النهائي أي أن يكون الاستهلاك أنياً و مباشراً حيث تتوقف عملية تداول هذه السلعة أو الخدمة عند هذا المستهلك و الذي يعتبر المستهلك النهائي والذي يجب عليه التجرد من كل طابق مهني.<sup>2</sup>

### رابعاً:المستهلك حسب القانون 03/09 :

عرفته المادة 03 من هذا القانون ( القانون 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 )<sup>3</sup> الفقرة الأولى على أنه :  
(كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة لاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به) من خلال هذا التعريف الذي ورد في المادة 03 ومن هذا القانون يمكن أن تشير إلى أن المشرع حاول أو يتفادى كل الأخطاء المعيدة التي وقع فيها و هذا ما يتضح لنا جلياً حسب هذا النص بحيث أن المشرع ركز على عدة عناصر أساسية وهي :

\* ذكره الشخص الطبيعي و الشخص المعنوي أنه المشرع اعترف للشخص المعنوي في تصرفاته مثله مثل الشخص الطبيعي.<sup>4</sup>

\* أن المشرع أقر بإمكانية الحصول على السلع أو الخدمات بمقابل سواء كان نقداً،مقايضة سلعة بسلعة أخرى أو بخدمة أو مجاناً كالهبة .<sup>5</sup>

\* إن المشرع اشترط أن تكون هذه السلعة أو الخدمة موجهة للاستعمال النهائي أي التجرد من كل طلع مهني.  
\* جعل المشرع اشترط معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء فصفة المستهلك تستلزم أن يكون الغرض من اقتناء السلعة أو حصول على الخدمة هو سد الحاجة الشخصية للمستهلك تستلزم أو حاجة شخص اخر أو حاجة حيوان متكفل به ،ولا بعد مستهلكاً من يقتني سلعة أو خدمة لغرض وسيطي أو مهني.<sup>6</sup>

<sup>2</sup> عبد الحميد الديسطي، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر و القانون، القاهرة، 2009

<sup>3</sup> القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، (جريدة رسمية عدد 15)

<sup>4</sup> عياض محمد عماد الدين، قانون حماية المستهلك و القمع و الغش، مرجع نفسه، ص04

<sup>5</sup> عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص35

<sup>6</sup> عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص03

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

وبالنظر النص المادتين المادة 03 من القانون (02/04) والمادة 03 من القانون (03/09) يتضح لنا أنهما متشابهان في عدة عناصر وهي:<sup>1</sup>

- كلاهما أقرتا بإمكانية أن المستهلك شخصا معنويا، وهذا من خلال عبارة (كل شخص طبيعي أو معنوي)  
- وكلاهما تبنيا مفهوم الضيق للمستهلك إذا تشرط أن تكون السلع أو الخدمات موجهة للاستعمال النهائي و التجرّد من كل طابع مهني.

\*إلا أن الفرق بين التعريفين يكمن في كيفية الحصول على السلعة أو الخدمة<sup>2</sup>

- فالمرسوم 02/04 لم يحدد كيفية الحصول على هذه السلعة أو الخدمة و كما هو معلوم فإنه يتم الحصول عليهم عن طريق دفع مقابل أو مجانا.

- أما المرسوم 03/09 فقد تدارك هذا العيب بذكره عبارة (...يقبني بمقابل أو مجانا...) حيث نص صراحة أن السلعة أو الخدمة قد يكون الحصول عليها إما بمقابل أو مجانا.

### خامسا:المستهلك الالكتروني حسب القانون 05/18 :

إن استفادة الجزائر على المدى المتوسط و البعيد من التجارة الالكترونية يتوقف على وضعها و استغلالها لإمكانية بشرية و مادية ،تمكّنها من تحقيق تطور اقتصادي متخطية العديد من العقبات (مادية تكنولوجية اقتصادية قانونية وغيرها) حتى يتمكن الجزائريون من الدخول و استفادة من التجارة الالكترونية كان لزاما من وضع أسس و بنية تحتية قوية وكذا تشريع قوانين تضبطها و تنظمها.

انطلاقا من هذا المبدأ قام المشرع الجزائري بإصدار القانون 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 الموافق ل 24 شعبان عام 1439 يتعلق بالتجارة الالكترونية في المادة 06 الفقرة 03 وعرف المستهلك الالكتروني : كل شخص طبيعي أو معنوي يقبني بالعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق اتصالات الكترونية من المورد الالكتروني بغرض استخدام نهائي<sup>3</sup>

و بتحديد هذا المفهوم و القواعد العامة لهذه التجارة كان هدف هذا القانون التكفل بالمتطلبات القانونية التنظيمية و التقنيات التي ستسمح بخلق جو من الثقة المواتية لتعميم و تطوير التجارة الالكترونية.

<sup>1</sup>صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 03/09، مرجع سابق، ص 40

<sup>2</sup>صياد الصادق، مرجع نفسه، ص 42

<sup>3</sup>المادة 06، فقرة 03، من القانون 05/18، المؤرخ في 10 ماي 2018، الموافق ل 24 شعبان عام 1439، يتعلق بالتجارة الالكترونية .

### المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للمستهلك الالكتروني

لقد اختلفت العناصر التي يجب أن تتكون منها صفة المستهلك و كذلك الصور التي قد يتخذها المستهلك، باختلاف مفهوم المستهلك فكل قانون أو مرسوم جديد سنة إلا ويتضمن إما طرح مصطلحات جديدة أو تغيير مصطلح بمصطلح جديد، ومن خلال هذا المبحث سنحاول جمع أهم العناصر و الصور التي ذكرها في الآتي.

فرع أول : العناصر المحددة للمستهلك .

فرع ثاني : صور المستهلك .

#### الفرع أول : العناصر المحددة للمستهلك

من خلال التعريف السابق للمستهلك يمكن أن نستنتج أهم عناصر التي أوردها المشرع في مختلف القوانين و المراسيم المتعلقة بالمادية المستهلك إذ يمكن أن تتوفر في المستهلك العناصر التالية و التي سنتناولها في الفروع بالتفصيل :

1 - أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا.

2 - أن يقتني سلعة أو خدمة أو يستفيد من خدمة.

3 - أن يقتني بمقابل أو مجانا.

4 - أن يتجرد من كل طابع مهني.

#### أولا : أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا:

غالبا ما يكون المستهلك شخصا طبيعيا يحكم طبيعته، التي تفرض عليه الحصول على حاجياته الشخصية عن طريق التعاقد مع الطرف الآخر وهو المهني إلا أن مفهوم المستهلك يشمل أيضا الشخص المعنوي شريطة أن لا يكون الاقتناء ذات طابع مهني و هذا ما نجده في القانونين : 02/04 . 03/09.

حيث نصت المادة 03 من القانون 02/04 (كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع....)

ونصت كذلك المادة 03 من القانون 03/09 (كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا....)

#### \*1\* المستهلك شخص طبيعي.

- شخص طبيعي هو الإنسان أي هذا الكائن الحي الذي يتميز عن غيره من الكائنات الحية الأخرى كالحوانات و النباتات بالعقل فكل إنسان هو شخص لأنه صالح للتمتع بالحقوق و التحمل للواجبات بل إن الطفل و

- الجنون لهما شخصية قانونية رغم انعدام الإرادة و الإدراك لديهما.<sup>1</sup>
- يتفق الفقه و القانون على إضافة صفة المستهلك على شخص الطبيعي الذي يحصل على المنتج بمقابل أو مجاناً إلا لإشباع حاجاته الشخصية بعيداً عن أغراضه المهنية.<sup>2</sup> يبرر اقتصار صفة المستهلك على الشخص الطبيعي بالغرض الشخصي من الاستهلاك، فلا يمكن تصور شخص معنوي يسعى لتلبية حاجاته من ملابس و مأكلاً و غير ذلك من الأمور التي ترتبط بالأشخاص الطبيعية وهذا المفهوم يتلاءم مع الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.
- ترتبط صفة المستهلك بضرورة وجود تفاوت بين أطراف التعامل محل الاستهلاك فلا يكفي الغرض الشخصي من استعمال المنتج، وإنما يجب أن يتواجد الدائن أي الشخص مقدم المنتج في وضعية المحترف الذي يتميز بمؤهلات فنية واقتصادية لا تقارن بمؤهلات الشخص المدين الذي يسعى لإشباع احتياجاته الشخصية.<sup>3</sup>
- يتطلب هذا الاحتلال في توازن العلاقة الاستهلاكية تدخل القانون لحماية الطرف المدين الذي يتميز بنقص المعرفة و الإمكانيات المالية مما يضفي عليه صفة المستهلك و يحظى وفقاً لنصوص خاص تتجسد في قانون الاستهلاك و النصوص التنظيمية المرافقة له إلى جانب القواعد الخاصة بممارسة النشاطات التجارية و المنافسة.
- نص المشرع الجزائري على تعريف المستهلك في المادة 03 فقرة 01 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على ما يلي: "المستهلك : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

### \*2\* المستهلك شخص معنوي.

- هو مجموعة أشخاص (أفراد) أو مجموعة أموال (أشياء) تتكاتف و تتعاون و ترصد لتحقيق غرض و هدف مشروع بموجب اكتساب الشخصية القانونية.

<sup>1</sup> عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون منشأ المعارف الإسكندرية، 2004، ص 24

<sup>2</sup> خالد عبد الفاتح محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، مرجع سابق، ص 19

<sup>2</sup> خالد ممدوح ابراهيم، أمن الجريمة الالكترونية، دار الجامعة الإسكندرية 2010،، ص 23-24

<sup>3</sup> بركات كريمة، الحماية القانونية للمستهلك في عقود الإذعان، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو

عدد 02 عام 2011، ص 275-276.

<sup>3</sup> أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 18-22.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

- و يقصد بالشخصية القانونية القدرة على اكتساب الحقوق و تحمل الالتزامات .<sup>1</sup>
- وقد اختلف الفقه و القضاء في الدول الغربية عن الأساس الذي يمكن بموجبه أن يتمتع الشخص المعنوي يصفه المستهلك بين مؤيد و معارض ،فالقضاء الفرنسي في أولى قراراته بشأن حماية المستهلك أنكر صفة المستهلك على الشخص المعنوي لكن في نفس الوقت اعترف بإمكانية الاستفادة من الحماية الخاصة ما يتعلق بالشروط التعسفية بشرط أن يكون التصرف الذي قام به الشخص المعنوي لا يدخل مباشرة في صميم نشاطه.<sup>2</sup>
- يوجد اختلاف بشأن إضفاء صفة المستهلك على شخص معنوي<sup>3</sup>
- فان كان الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك يستبعده من فئة المستهلكين فان الاتجاه الموسع يرى إمكانية امتداد صفة المستهلك إلى الشخص المعنوي على غرار الشخص الطبيعي فلا يهم الغرض من الاستهلاك سواء لسد حاجات شخصية أو مهنية ما دامت لا تدخل في مجال الاختصاص المهني للشخص المعنوي مما يسمح بإدراجه ضمن فئة المستهلكين.
- يمكن تبرير إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي على أساس نقطتين،الأولى في حالة كون الشخص المعنوي لا يمارس نشاطا مهنيا يدر عليه بالأرباح ،والثانية عدم تمكنه أي -الشخص المعنوي - من مجال الذي يتعامل فيه و خروجه عن نطاق نشاطه المهني مما يجعله في وضعية تتطلب توفير الحماية له على غرار المستهلك.
- يذهب هذا الاتجاه إلى توسيع من حماية المقررة للمستهلك لتشمل الشخص الذي يمكن أن يتواجد في المركز ضعيف بالنسبة للشخص المحترف المقابل له ،مما يجعله في وضعية تشبه المستهلك يصطلح عليه اسم "غير مهني" أو " غير محترف".<sup>4</sup>
- يتوقف إضفاء صفة غير المحترف على شخص المعنوي المحترف على خروج التصرف محل الاستهلاك من مجال دائرة اختصاص نشاطه المهني<sup>5</sup>
- وكذا عدم الارتباط المباشر بين تخصص النشاط المهني لشخص معنوي و التصرف محل الاستهلاك<sup>6</sup>

<sup>1</sup> محمد الصغير بعلي ، القانون الإداري ،(ط) دار العلوم ،الجزائر، 2004 ، ص33.

<sup>2</sup> صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 03/09، مرجع سابق، ص 40

<sup>3</sup> عمر محمد عبد الباقي ،الحماية العقدية للمستهلك ،دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون منشأ المعارف، الإسكندرية، 2004 ،ص 24-25

<sup>4</sup> أسامة أحمد بدر ،حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مرجع سابق، ص 57-60

<sup>4</sup> خالد ممدوح إبراهيم ،أمن الجريمة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 35-38

<sup>5</sup> أسامة أحمد بدر ،مرجع نفسه ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني ،ص 36-69

<sup>6</sup> عمر محمد عبد الباقي ،مرجع نفسه ، ص 70-74

أسامة أحمد بدر ،مرجع نفسه ،ص 70-74

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الإلكتروني

وهذا الحكم يصح تطبيقه على الأشخاص المعنوية الخاصة مثل الشركات التجارية.

\*أما بالنسبة للأشخاص المعنوية العامة التي تمثل الدولة فلا يمكن إضفاء صفة المستهلك عليها لكونها صاحبة سيادة و سلطة يستبعد أن تتواجد في وضعية الضعف التي يتميز بها المستهلك.<sup>1</sup>

وفي حالة وجود تفاوت في العلاقة التي تدخل فيها الدولة بصفتها التجارية من خلال المؤسسات العمومية ذات الطابع الاقتصادي و التجاري فان هذا الاختلال يميل لصالح الدولة غالبا.

ثانيا: أن يقتني سلعة أو يستفيد من خدمة :

و يختص بالسلعة و الخدمة تلك التي يتحصل عليها المستهلك عن طريق اقتنائها من المهني فكلاهما من حاجيات المستهلك إلا إن لكل منهما طبيعتها الخاصة.

### \*1 السلعة

لقد جاء في الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعملات في المادة 02 منه أن السلعة : كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما كان أو مصنعا.<sup>2</sup>

و المنتج طبقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي 39/09 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش : (كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية)<sup>3</sup>

وحسب هذه المادة فإن المنتج يقتصر على المنقولات فقط دون العقارات باعتبارها لا يمكن أن تكون محلا للاستهلاك إذ لا يعتبر مستهلكا أي شخص يقتني عقارا ولا تشمله أيضا قواعد حماية المستهلك.

ولعل استثناء العقار يرجع لكون القواعد التي تنظمه في التشريع الجزائري بها من الحماية المشتري ما يغنيه عن قواعد حماية المستهلك.<sup>4</sup>

كما عرف المادة 03 من القانون 03/09 المؤرخ في 08 مارس 2009 المنتج أنه (كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا).<sup>5</sup>

<sup>1</sup> كوثر سعيد عدنان خالد ،حماية المستهلك الإلكتروني ،دار الجامعة الجديدة ،الإسكندرية، 2012، ص 88-90  
<sup>2</sup> الأمر 06/03، المؤرخ في 19 يونيو 2003 ،المتعلق بالعلامات ،الجريدة رسمية عدد 44، الصادرة في 2003/07/23  
<sup>3</sup> المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 30/01/1990 ،المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ،( الجريدة الرسمية 05)  
<sup>4</sup> عياض محمد عماد الدين، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق، ص 35  
<sup>5</sup> المرسوم التنفيذي 03/09، المؤرخ في 25/02/2009،(جريدة رسمية عدد 15)، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الإلكتروني

حيث اشترط أن تكون هذه السلعة أو الخدمة قابلة للتنازل مقابل قد يكون نقداً أو مقايضتها بسلعة أو بخدمة أخرى و إما مجاناً عن طريق الهبة.

### \*2 الخدمة

عرفها الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 في المادة 02 منه أنها:  
(كل أداء له قيمة اقتصادية)<sup>1</sup>

كما عرفها أيضا القانون 03/09 في مادته 03:(الخدمة هي كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة)<sup>2</sup>

وعليه فان مفهوم الخدمة يشمل كل أداء و عمل قابل لتقويمه بالنقود سواء كانت هذه الأداء ذات طابع مادي كالإصلاح و التنظيف، أو ذات طابع مالي كالتأمين و الائتمان أو ذات طابع ذهني أو فكرة كالعناية الطبية و الاستشارة القانونية، أو ذات طابع فني كالغناء و المسرحيات، الرسم.<sup>3</sup>

وما يمكن أن تشير إليه أن المشرع اشترط تقدم الخدمة و ذلك بعرضها للجمهور من طرف المهني من أجل إفساح المجال للمستهلك للاستفادة منها.

### \*3 يقتني بمقابل أو مجانا :

غالبا ما يقتني المستهلك حاجياته من سلع أو خدمات من المهن بمقابل نقدي ولكن قد تكون هناك طرق أخرى للحصول على هذه السلع أو الخدمات و المتمثلة في:

### \*الاقتناء بالمقابل

أن يقوم المستهلك بالحصول على هذه السلع أو الخدمات نظير مقابل لها سواء كان هذا المقابل نقدي يدفع ثمن السلعة أو الخدمة بقيمة سعرها المتفق عليه بين المستهلك و المهني أو الثمن المعين من طرف المهني عن طريق ما يعرف بالمقايضة و المقايضة: هي أن يقوم المستهلك و المهني باستبدال سلعة بسلعة أخرى أو الحصول على سلعة أو خدمة بتقديم سلعة أخرى أو خدمة أحسن منها دون وسيط نقدي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> الأمر 06/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات. الجريدة رسمية عدد 44، الصادرة في 2003/07/23

<sup>2</sup> القانون 03/09. المؤرخ في 2009/02/25،(جريدة رسمية عدد 15) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

<sup>3</sup> عياض محمد عماد الدين، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش مرجع السابق ، ص 35

<sup>4</sup> عياض محمد عماد الدين ، مرجع نفسه ، ص 13

### \*الاقتناء بالمجان

أن يحصل المستهلك على سلعة أو خدمة من المهني مجاناً كالهبة العينان الإشهارية..... الخ  
ونلاحظ هنا أن المشرع أحاط المستهلك بالحماية القانونية الكافية حتى وإن تحصل على السلع أو الخدمات مجاناً من المهني وذلك على اعتبار أنه يجهل مكوناتها فإن المشرع في هذه الحالة جنب المستهلك عناء استغلال المهني لهذه النقطة و طرحه لمتوجات ضارة بالمستهلك في السوق.

وهذا ما يدل أن المشرع حريص على أمن و سلامة المستهلك حتى وإن تحصل على هذه السلع أو الخدمات مجاناً من أجل قطع كل السبل أمام المهني سواء للتحجج أو للاستغلال المستهلك نظير منحه سلعا مجاناً .

### 4\*التجرد من كل طابع مهني :

اشترط المشرع أن يكون الهدف من اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة مجردة من كل طابع مهني بالنسبة للمقتني أو المستفيد فالمشرع الجزائري حسب المرسوم 03/09 المؤرخ في 30 أكتوبر 1990 وبعد وضعه لتعريف المستهلك ظهر مناقضا لمبدأ تجرد المقتن من كل طابع مهني إذ يتضح لنا ذلك من خلال نص المادة 03 التي تضمنت العبارة التالية:<sup>1</sup>

(المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجاناً منتجات أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى أو نھائى.....)

حيث أن المشرع تبنى المفهوم الموسع للمستهلك و طرح عنصرا جديدا وهو الاستعمال الوسيطى الذي بعد من قبيل نطاق تخصص المهني كالأعمال الاستثمارية أو التجارية..... الخ

ولقد تدارك المشرع الجزائري هذا التناقض مباشرة في المرسوم 254/97 المؤرخ في 08 يوليو 1997 وما تبعها من المراسيم ،فالمشرع و بعد إدراكه العيب الذي ظهر في المرسوم 03/90 حاول معالجته باشتراط أن يتجرد كل من يقتني سلعا أو يحصل على خدمة من كل تصرف له صلة من قريب أو من بعيد بالطابع المهني سواء كان هذا التصرف المهني دائما أو عرفيا.

ويقصد من تجرد المستهلك من كل طابع مهني أن تكون السلعة التي اقتناها أو الخدمة التي تحصل عليها المقتني أن تكون موجهة للاستعمال أو الاستهلاك النهائي إذا تعتبر هذه

المرحلة النهائية لعملية التداول و لقد نتج عن هذا الشرط (التجرد من كل طابع مهني).

أولا يعد مستهلكا و لا يستفيد من الحماية القانونية الشخص الذي يقتني سلفا أو يحصل على خدمة لغرض

<sup>1</sup> المرسوم التنفيذي 03/09، متعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.



## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

مزدوج كأن يقتني تاجر سلعا لأغراض تجارية وكذلك لاستهلاكه الخاصة أو كأن يقتني مقاول سيارة يستعملها لمشاريعه و يستعملها أيضا لنقل عائلته.<sup>1</sup>

### الفرع ثاني : أهم الصور التي يتخذها المستهلك

يمكن للمستهلك أن يتخذ عدة صور و تختلف هذه الصورة حسب الهدف من التعاقد أو بتعبير آخر وجهة السلعة أو الخدمة محل التعاقد و يمكن إظهار ذلك فيما يلي :

#### أولاً- المستهلك المتعاقد :

و هو ذلك الشخص الطبيعي أو معنوي الذي يتعاقد من أجل تلبية حاجاته الشخصية فإذا كان الشخص المتعاقد شخص طبيعيا فالحاجيات متعددة لا حصر لها و المتمثلة في :اللباس،الأكل،النقل،الهاتف....الخ

أما الشخص المعنوي فيتعاقد لسد حاجات لأغراض مهنية لكن خارج عن إطار تخصصه المتمثلة على سبيل المثال: اللوازم المكتبية، خدمات الاتصالات.....الخ

#### 1-المستهلك المتعاقد شخص طبيعي :

هو ذلك الشخص الذي له الأهلية القانونية لمباشرة التصرفات و إبرام العقود من أجل إشباع حاجياته الشخص الأساسية منها أو الكمالية من السلع و الخدمات و الحصول عليها عن طريق التعاقد مع المهني سواء كان ذلك بمقابل أو مجانا.

#### 2-المستهلك المتعاقد شخص معنوي :

وهو عبارة عن مجموعة من الأشخاص أو الأموال التي تتمتع بالشخصية القانونية (أهلية اكتساب الحقوق و تحمل الواجبات ) إذا يتعاقد هذا الشخص لاقتناء السلع أو الحصول على الخدمات لسد حاجات أغراض مهنته لكنها تخرج عن إطار تخصصه على سبيل المثال: اللوازم المكتبية ،خدمات الاتصالات خدمات النقل.....الخ

#### ثانياً- المستهلك المستفيد :

يقصد بالمستهلك المستفيد ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد من أجل تلبية حاجات شخص آخر ليس طرفا في العقد ،ومثال ذلك نص المادة 03 من القانون 03/09 :

(المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي)

<sup>1</sup> عياض محمد عماد الدين ،، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش ،مرجع سابق، ص 37

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به) ويتمثل المستهلك المستفيد بالنسبة لشخص طبيعي في:

-العائلة التي تقع تحت مسؤوليته الإنفاق عليها ( الزوجة ، الأولاد .....).

-شخص متكفل به.

-شخص يريد أن يهبه محل عقد الاستهلاك.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني:عقد المستهلك الالكتروني

إن عقد الاستهلاك المبرم عبر الانترنت من العقود المبرمة عن بعد حيث يتم إبرامه بين أشخاص يتواجدان في أماكن متباعدة مما ينفي حضور المادي الأطراف الذين يستعينون بوسائل الالكتروني من اجل و استغلال مساحتها الرقمية على اقتنائها الأفراد عبر شبكة الانترنت ،فالعلاقة الاستهلاكية عبر الانترنت تقوم بين طرفين احدهما محترف و آخر مستهلك ووجود نظام معلمي معالجة يسمح باستعمال الوسائل الالكترونية و تحكم فيها بغرض التواصل عبرها عن بعد.

### المطلب الأول: تقنيات التعاقد عبر الانترنت

تحتوي شبكة الانترنت على العديد من التقنيات التي تسمح بتواصل الأفراد و عرض السلع و الخدمات عن بعد إذا توجد العديد من المواقع الالكترونية التي تنافس المحلات التجارية ،أين تمكن مستعملو الانترنت من الاطلاع على العديد من المتوجات ، و ذلك بإرفاقها بالعديد من الصور و كذا مجموعة من البيانات و المعلومات الأساسية و التي تعتبر كعناصر جوهرية ضرورية في المعاملات التقليدية يتم إيجادها كذلك في المعاملات الالكترونية ،من خلال كافة تقنيات التعاقد عبر الانترنت.

### الفرع الأول: البعد التعاقدى للمستهلك الالكتروني

بفضل الاستعانة بوسائل الاتصال التي شجعت على ظهور المعاملات التجارية الالكترونية، يتم الاستهلاك الالكتروني عن بعد ، دون ضرورة حدوث لقاء مادي بين أطراف العلاقة الاستهلاكية ليقوم المحترف بتسليم بالمنتوج محل الاستهلاك الالكتروني إما عبر الانترنت أو خارجه.

<sup>1</sup> القانون 03/09 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

### أولاً:فكرة الغياب المادي للمستهلك الالكتروني

العقد بين غائبين كأصل لفكرة الغياب المادي للأطراف المتعاقدة و ذلك من خلال البيع بالمراسلة، إلا انه ثم التخلي عن هذا النوع من العقود حيث استبدال الرسالة بواسطة الاتصال عن بعد في ظل العقد المبرم عن بعد.

#### 1-العقد بين غائبين:

هذا نوع من العقود القائمة على عنصر التباعد الجغرافي للأطراف المتعاقدة على خلاف التعاقد التي يتم بين حاضرين في مجلس عقد واحد،أين تكون الأطراف المنعقدة على اتصال مباشر أثناء تبادل الإرادة،دون وجود لأي فاصل زمني في ذلك فالعقد بين غائبين يتم فيه :

تبادل الإرادة من خلال المراسلة كالبريد أو الرسول مثلاً.<sup>1</sup>

أن البيع بالمراسلة أساس العقد المبرم بين غائبين.<sup>2</sup> و الذي ظهر سنة 1631 ليعرف تطوراً ابتداءً من سنة 1867 تزامناً مع ظهور "كتالوج بيع المراجع « catalogue vente d'ouvrage »

نتيجة انتشار الخدمات البريدية حيث ظهرت مؤسسات اقتصادية محترفة تقوم بممارسة نشاطهم على أساس البيع بالمراسلة،و لم يقتصر البيع بالمراسلة على توزيع الكتالوج، بل امتد إلى استغلال تقنيات الاتصال عن بعد التي لقيت رواجاً أكبر و أدت إلى ظهور العقد المبرم عن بعد.

#### 2- التعاقد عبر الانترنت:

من خلال مختلف الآليات المستعملة للتواصل، يتم التعاقد عبر الانترنت دون الالتقاء المادي للأطراف المتعاقدة.

#### أ-التعاقد عبر البريد الالكتروني:

يشبه هذا النوع من التعاقد الفاكس أو بريد العادي،<sup>3</sup> إذا اوجد فارقاً من بين إرسال الرسالة الالكترونية و تلقيها، حينها يعتبر العقد عبر البريد الالكتروني من قبيل العقود المبرمة بين غائبين.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> السنهوري عبد الرزاق احمد، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر التزام، المجلد 1، ط3، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، 2009، ص253، وأنصر أيضاً الجوّاري سلطان عبد الله محمود، عقود التجارة الالكترونية و القانون الواجب التطبيق، دراسة قانونية مقارنة، منشورات الحلبي حقوقية بيروت، 2010، ص77.

<sup>2</sup> سعداوي سليم، عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الخلدونية، الجزائر، 2008، ص1.

<sup>3</sup> العجلوني احمد خالد، التعاقد عن طريق الانترنت، دراسة مقارنة، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة، عمان، 2002، ص72.

<sup>4</sup> العجارمة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الانترنت، مرجع السابق، ص94.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

أما إذا انعدم الفارق الزمني بين إرسال الرسالة و تليفها فيعتبر التعاقد بين حاضرين من حيث الزمن، ليبقى الغياب المادي يفرض نفسه. ليضفي صفة العقد المبرم بين غائبين من حيث المكان.<sup>1</sup>

### ب-التعاقد عن طريق الاتصال المباشر :

يتم التفاعل من خلال هذه الآلية بتبادل الحوار و المناقشة بصورة فورية، فالأطراف يتم الالتقاء بينهم بصورة حكمية في العالم الافتراضي مما يجعل مجلس العقد الحكمي الافتراضي، نظرا للتواصل القائم بين الأطراف الذي يشبه التعاقد بين حاضرين من حيث زمان و مكان.<sup>2</sup>

### \*-الغياب المادي للمستهلك ضل التشريع الجزائري:

تناول المشرع الجزائري في المادة 64 ت.م.ج العقد بين حاضرين، وتم التركيز خلالها على نقطتين و هي الحضور في مجلس العقد و عدم و جود فارق زمني بين الإيجاب و القبول، ثم أشار إلى التعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة،و بالتحديد الهاتف و ما يأخذ حكمه من العقود المبرم عن بعد كالعقود القائمة بين حاضرين لعدم وجود فارق زمني في تبادل الإرادة هذا ما يطلق عليه البعض عدما انقطاع الوحدة الزمنية ليطمسك المشرع الجزائري بالوحدة المكانية أي تواجد المنعقدين في نفس المكان قبل أن ينفذ مجلس العقد.<sup>3</sup>

### 3-العقد المبرم عن بعد في الغياب المادي:

يعتمد العقد المبرم عن بعد على وسائل الاتصال عن بعد، إذ يمثل شكلا متطور للعقد بين غائبين، حيث يقوم على عنصرين، أول عنصر الغياب المادي للأطراف المتعاقدة عنصر مشترك مع العقد المبرم عن بعد و ثاني عنصر الاستعانة بوسائل الاتصال عن بعد هو الذي يميز العقد المبرم عن بعد عن العقد مبرم بين غائبين.

اختلفت الآراء بصدد كيفية استعمال وسائل الاتصال في التعاقد فهناك من يرجع إضفاء صفة العقد المبرم

<sup>1</sup> مناني فراح، العقد الالكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار المدى لنشر، الجزائر، 2009، ص100.

<sup>2</sup> العجارمة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الانترنت، مرجع السابق، ص99، أنظر أيضا، لما عبد الله صادق سلهب، مجلس العقد الالكتروني، أطروحة ماجستير في القانون كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2008، ص11.

<sup>3</sup> الفقرة 02 من المادة 64 ، التقنين المدني الجزائري.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

صفقة العقد المبرم عن البعد على أي عقد يتم فيه الاستعانة بوسائل الاتصال عن بعد في أي مرحلة من التعاقد دون باقي المرحلة الأخرى،<sup>1</sup> بمعنى أن الاستعمال لوسائل الاتصال هذه يكفي أن يكن جزائيا.<sup>2</sup>

بينما يتجه رأي آخر إلى التأكيد أن إضفاء صفة العقد المبرم عن بعد يستوجب الاستعانة الكلية بوسائل الاتصال عن بعد في التعاقد.

رغم أهمية العقد المبرم عن بعد بصفة عامة، إلا أن نوعا واحدا من وسائل الاتصال عن بعد احدث هذه في العالم الاقتصادي و القانوني، أين تراجع الإقبال على التعاقد بباقي وسائل الاتصال عبر شبكة الانترنت التي جسدت نوعا جديدا من التعامل غير معهود سابقا، و المتمثل في التجارة الالكترونية عموما، و الاستهلاك الالكتروني خصوصا.<sup>3</sup>

**المادة 64** من ت.م.ج" إذا صدر الإيجاب في مجلس العقد لشخص حاضر دون تحديد اجل القبول، فإن الموجب يتحلل من إيجابه إذا لم يصدر القبول فورا، و كذلك إذا صدر الإيجاب من شخص إلى آخر بطريقة الهاتف بأي مماثل.

غير أن العقد يتم، ولم يصدر القبول فورا، إذ لم يوجد ما يدل على أن الموجب قد عدل عن ايجابية الفترة ما بين و القبول و كان قبول صدر قبل أن يتقصد مجلس العقد".<sup>4</sup>

يكون العقد بين غائبين من حيث الزمان و المكان في حالة عدم حضور الأطراف في نفس المجلس للعقد، أي تحقق شرط انقطاع الوحدة المكانية الذي قد تضاف إليه انقطاع الوحدة الزمنية كشرط أساسي لقيام العقد بين غائبين.

و إذا لم يتحقق الانقطاع الزمني بين صدور الإرادة و وصولها لعلم من وجهت إليه على غرار الهاتف فلن يكون بين حاضرين، و بإسقاط ما تقدم ذكره من أحكام خاصة بالعقد بين

غائبين، فإن عنصر الغياب المادي للمستهلك الالكتروني يكون قائما بعدم حضور الأطراف في نفس المجلس، وأقد استعمل المشرع الجزائري مصطلح "عن بعد" في بعض المواد القانونية المتعلقة بالاتصال عن بعد و المعاملات

<sup>1</sup> صبحي محمد عزب رانيا، العقود الرقمية في قانون الانترنت، دراسة تحليلية مقارنة في التشريعات العربية الأمريكية و الأوروبية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2012، ص125.

<sup>2</sup> العجارمة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الانترنت، المرجع السابق، ص 65.

<sup>3</sup> الاودن سمير عبد السميع، العقد الالكتروني، منشأة المعارف، الإسكندرية د.ت. ن، ص23.

<sup>4</sup> الفقرة 02 من المادة 64 تقنين المدني الجزائري.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

الالكترونية، حيث جاء في المادي 03 فقرة 22 من المرسوم التنفيذي 13-378 الذي يحدد الشروط و الكيفيان المتعلقة بالعلام المستهلك تعريف الاتصالات عن مكاييلي "تقنية الاتصالات عن بعد: كل وسيلة بدون الحضور الشخصي و المتزامن للمتدخل و المستهلك. يمكن استعمالها الإبرام العقد بين هذين الطرفين"<sup>1</sup>.

### ثانيا: التعاقد بالوسائل الالكترونية:

تفرض ضرورة الاستعانة بوسائل الاتصال عن بعد، نتيجة للغياب المادي للأطراف العلاقة الاستهلاكية، من اجل إتمام العملية الاستهلاكية، إذ يعتمد الاستهلاك الالكتروني على التعاقد عبر الوسائل الالكترونية و التي تسمح بنقل الإرادة من خلال رسائل البيانات الالكترونية.

### 1- مفهوم تعاقد عبر وسائل الكترونية:

يتوجب في دراسة التعاقد إلى تحديد الوسائل الالكترونية وارتباطاتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما يترتب عليه تميز التعاقد عبر الانترنت عن التعاقد عبر باقي و سائل الاتصال عن بعد.

### أ- تحديد وسائل الالكترونية:

عرف المشرع الجزائري تقنية الاتصال عن بعد في المادة 03 من مرسوم التنفيذي رقم 13-378 على أنها: "كل و سيلة بدون الحضور الشخصي و المتزامن للمتدخل و المستهلك، يمكن استعمالها الإبرام العقد بين هذين الطرفين"<sup>2</sup> وجاء تعريف العقد الالكتروني في المادة 06 فقرة 02 من قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الالكترونية كما يلي: العقد الالكتروني: العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن و يتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافه باللجوء حصري التقنية الاتصال الالكتروني"<sup>3</sup>

و تم تعريف الاتصالات الالكترونية في المادة 02 فقرة ومن القانون رقم 09-04 المتضمن القواعد الخاصة

<sup>1</sup> المادة 03 فقرة 22 من المرسوم التنفيذي، رقم 13-378، الذي يحدد الشروط و الكيفية المتعلقة بإعلام المستهلك.

<sup>2</sup> المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378، الذي يحدد الشروط و الكيفية المتعلقة بإعلام المستهلك.

<sup>3</sup> المادة 05 فقرة 02 من مشروع القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

للوفاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و مكافحتها على إنها : "أي تراسل أو إرسال أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صورة أو أصوات أو معلومات مختلفة بواسطة أي وسيلة الكترونية".<sup>1</sup>

### ب- تمييز التعاقد عبر الانترنت عن التعاقد بغيره من سائل الاتصال عن بعد:

يشترك العقد الالكتروني المبرم عبر الانترنت و العقود المبرمة عن بعد في كونها تطورا لمفهوم العقد بين غائبين أين يتم استبدال الوسائل التقليدية على غرار البرقية أو الرسائل المعتمدة في التعاقد بين أشخاص لا يتواجدون في مجلس عقد موحد بوسائل تكنولوجيا حديثة تمكن من التواصل عن بعد التعاقد دون ضرورة التواجد في نفس المكان، فوسائل الاتصال عن بعد تمثل الكل، و يعتبر الانترنت جزءا من كل يتميز العقد المبرم عبر الانترنت عن غيره من عقود بالعنصر الالكتروني الذي يستمد من الوسيلة المعتمدة في التعاقد.<sup>2</sup>

يمثل الانترنت خدم في مجال التكنولوجيا الحديثة، يتطلب استعمالها ربطها بأجهزة الكترونية على غرار أجهزة الهاتف الذكية، و التي يتم إيصالها بالشبكة العالمية للاتصال، التي تمكن من الاتصال عبر شبكة الانترنت من خلال مختلف تقنيات التواصل كالوات، المحادثة المباشرة البريد الالكتروني و من خلال تكنولوجيا المعلومات القائمة على استغلال البرامج المعلوماتية و قواعد البيانات التي تسمح بالاستغلال الفضائيات الافتراضية.<sup>3</sup>

### 2- رسائله البيانات:

تتمثل في مجموعة من المعطيات و المعلومات الرقمية، التي إرسالها و تليفها عبر الانترنت حيث ورد تعريف رسائل البيانات في القانون النموذجي الصادر عن لجنة الأمم المتحدة في مادة 02 فقرة (أ) : " يراد بمصطلح (رسالة بيانات) المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها لو استلامها أو تخزينها بوسائل الالكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشاهجة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الالكترونية، أو البريد الالكتروني أو البرق أو التلكس أو النسخ البرقي".

<sup>1</sup> المادة 05 فقرة 02 من القانون رقم 09-04 التضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و مكافحتها.

<sup>2</sup> العجامة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الانترنت، ص 99.

<sup>3</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 1.

تضمن تعاقد الأطراف بيئة افتراضية و غير مادية فالغرض من الرسالة البيانية ليس تطبيقها في إطار تقنية و التكنولوجيا التي يمكن توقعها في مجال الاتصالات مستقبلا .

### أ-أطراف رسالة البيانية:

يعتبر كل من المنشئ و المرسل إليه و الوسيط الالكتروني أطراف الرسالة البيانية.

-المنشئ:شخص طبيعي أو معنوي، الذي يقوم بنفسه أو بواسطة من ينييه بإنشاء أو إرسال رسالة المعلومات، التي تتضمن إرادته،ليقوم المرسله إليه بتسلمها و تخزينها فهي تمثل دليلا عن رغبة النشا في التعاقد.<sup>1</sup>

-المرسل إليه:هو الشخص الذي قصد الشيء تسليمه رسالة البيانات.<sup>2</sup> ولكنه لا يشمل الشخص الذي يتصرف كوسيط فيما يتعلق بهذه الرسالة.<sup>3</sup> سواء كان شخص طبيعيا أو وسيطا الكترونيا مؤتمنا.

### -الوسيط الالكتروني المؤتمت:

تحديد الوسيط يرتبط بالشخص الذي يقوم نيابة عن شخص آخر بتصرف قانوني، كالكيل و المدير و المفوض للشركة أو غيرهم، لا تحدد طبيعية هذه النيابة أو مدى تشبيهاها بالنيابة في العالم المادية.

ب-مشروعية رسائل البيانات في التعبير عن الإرادة:

أن المعلومات التي ترد في رسالة البيانات و المثبتة على الدعامة الالكترونية ،لها كافة الآثار القانونية،فإذا كانت تلك المعلومات من شأنها أن ترتب أثرا قانونيا بالموافقة على إبرام عقد ما، فمؤدى تلك الموافقة التي صدرت بالفعل إنشاء العقد و التزام الشخص الذي أنشأها بما فيها من معلومات يقصد تنفيذها و أن المخاطب بها يجوز له أيضا التمسك

<sup>1</sup> العجارمة مصطفى موسى،التنظيم القانوني التعاقدى عبر شبكة الانترنت،مرجع السابق،ص237.

<sup>2</sup> العجارمة مصطفى موسى ، مرجع نفسه ، ص 237.



## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الإلكتروني

بتنفيذها، مما يؤدي إلى إضفاء نوع من الحجية القانونية لمضمون رسالة البيانات، و منع أي لبس حول الأخذ بها و تنفيذ ما جاء بها من معلومات.<sup>1</sup>

وبهذا فيمكن القول أن تعبير عن الإرادة بواسطة رسائل البيانات غير مرتبط بشكلية معينة أو بطريقة معينة.<sup>2</sup> فان التشريعات المدنية المنظمة لإحكام العقد لم تحصر طرق التعبير عن الإرادة و أشارت إلى بعض الوسائل المألوفة و العقد لم تحصر طرق التعبير عن الإرادة أشارت إلى بعض الوسائل المألوفة و المعتاد عليها على سبيل المثال.

### الفرع الثاني: إدارة المستهلك الإلكتروني عبر الانترنت

لا تتوقف مزايا المتاجر الافتراضية على شخص المحترف، بل تخدم كذلك مصالح المستهلك الإلكتروني الذي يتلقى العروض عبر الانترنت، و يقوم بالموافقة عليها بنفس الشكل.

### أولاً: مفهوم الإيجاب الإلكتروني

يتم التطرق لتعريف الإيجاب الإلكتروني (أ) و تقديم شروطه (ب) و خصائصه (ج):

**1-تعريف الإيجاب الإلكتروني:** يمكن تعريفه على انه: "تعبير جازم عن الإرادة يتم عن بعد عبر تقنيات الاتصال-سواء كانت مسموعة أو مرئية أو كليهما-يتضمن كافة الشروط و العناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه، بحيث ينعقد به العقد إذا ما تلاقي معه القبول".<sup>3</sup>

يتمثل للإيجاب الإلكتروني في التعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية، و يتضمن كل عناصر اللازمة لإبرام العقد بحيث يستطيع من يوجه إليه إن يقبل التعاقد المباشر.

بينما نصت المادة 11 فقرة 01 من القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لسنة 1996 على انه: "في سياق تكوين العقود و ما لم يتفق الطرفان على غير ذلك يجوز استخدام رسائل البيانات لتعبير عن العروض و قبول العرض، و عند استخدام رسالة بيانات في تكوين العقد لا يفقد ذلك العقد صحته أو قابليته كمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك الغرض".

<sup>1</sup> موقف حمادة عبد، الحماية المدنية في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري و منشورات زين الحقوق بغداد، 2011، ص151، ص152.

<sup>2</sup> نص المادة 64 من تقنين مدني الجزائري على مايلي.. "إذا صدر الإيجاب من شخص إلى آخر بطريق الهاتف أو أي طريقة ممثل".

<sup>3</sup> -الجمال سمير حامد عبد العزيز، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديث، دراسة مقارنة، بين الفقه الإسلامي و الفقه القانوني مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية، 2011، ص105.

2: شروط الإيجاب الإلكتروني: و يتطلب الإيجاب الإلكتروني مجموعة من الشروط المتمثلة في:

أ-الإيجاب الإلكتروني محدود واضح:يتطلب العرض الذي يقدمه الموجب التحديد و الوضوح.<sup>1</sup> وتفادي العقبات غير واضحة الدلالة من اجل الإفصاح الدقيق عن الإرادة التي تكمن في نفس الموجب، ولذلك ينبغي أن يشتمل على تحديد العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه.<sup>2</sup> و محل الذي ينصب عليه يجب كذلك نحدد الشروط الجوهرية للعقد، و كذا تحديد هوية الشخص المحترف الذي يصدر عنه الإيجاب، فلا بد أن يتضمن الإيجاب الإلكتروني تحديدا دقيقا للمنتج محل التعاقد،إن يجب أن يتضمن عرض الموجب صور ورسوم تعتبر بصدق عن المنتج فخصائصه و حجمه و وزنه و طوله.<sup>3</sup> فعدم التحقق في عرض الموجب الشروط التي تم تقديمها سابقا يجعله مجرد دعوى للعقاد أو عدوى للتفاوض يثير هذا الشرط الوضوح و التحديد في الإيجاب إشكالية اللغة لاستعمله في التعاقد الإلكتروني.

ب-الإيجاب الإلكتروني موجه إلى الجمهور وإلى شخص محدد:

يجب أن يكون الإيجاب الإلكتروني موجها للغير، سواء الجمهور الذي يطلع عليه عبر شبكة الانترنت أو تعيين فئة محددة ممن يطلعون عليه عبر الانترنت.<sup>4</sup>

ج-بات و الجازم:

ينبغي أن يكون الإيجاب الذي يتقدم به الموجب في العقد المبرم عن بعد عبر الانترنت إيجابا باتا لأرجعه فيه، فبمجرد طرحه على المستهلكين لا يجوز الرجوع فيه.<sup>5</sup>

د-وجود وسيط الإلكتروني:

الإيجاب الكتروني يتميز بوجود وسيط الكتروني يقوم بغرض الإيجاب وإرساله على شبكة

<sup>1</sup> سعداوي سليم، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مرجع السابق، ص40.

<sup>2</sup> تناول المشرع الجزائري العناصر الجوهرية للعقد في المادة 71 تقنين المدني الجزائري.

<sup>3</sup> أسامة أبو الحسن مجاهد، الوسيط في قانون المعاملات الإلكترونية وفقا لأحداث التشريعات في فرنسا، مصر، الأردن، دبي، البحرين الكتاب الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص201.

<sup>4</sup> سعداوي سليم، مرجع السابق، ص40.

<sup>5</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، مرجع السابق، ص404.

الانترنت و يكون حينها فقط قابلا و صالحا لترتيب اثار قانونية و هذا العنصر يعتبر عنه بمصطلح الالكتروني الذي يضاف الكلمة الإيجاب في حال التعاقد عن طريق الانترنت.

### 3-مميزات الإيجاب الالكتروني:

التصريح بالإيجاب الالكتروني معتمد عن الوسائط الالكتروني و هذه الأخيرة هي التي تضيف عليه مجموعة من الخصائص.

#### أ-يتم عن بعد:

أن انفصال الأطراف في الاستهلاك الالكتروني عن بعضهم البعض يحتم ضرورة الاستعانة بوسائل الاتصال الالكتروني الموصولة بشبكة الانترنت من اجل التواصل و تعاقد في بعد،حيث أن المتاجر الافتراضية في العالم الرقمي تستقطب الكثير من جمهور المستهلكين نظرا لتنوع المنتجات التي عرضها من خلال مختلف تقنيات التواصل التي تتيحها شبكة الانترنت.

#### ب-إيجاب الكتروني الدولي:

الإيجاب الالكتروني قد يكون دولية و يرجع ذلك إلى صفة العالمية التي يتصف بها الانترنت.<sup>1</sup> إذ لا يتقيد بحدود الدول السياسية و الجغرافية إلا انه لا يوجد ما يحول من قصد الإيجاب الالكتروني على منطقة جغرافية محددة بحيث يكون ساريا وفقا لنطاق مكاني معين،وقد يكون إقليميا فان الموجب لن بالتزام بتسليم منتجات خارج النطاق الإقليمي الذي حدده سلفا.

### 4-نطاق الإيجاب الكتروني:

على خلاف العقود عبر الإنترنت تتطلب مدة زمنية من اجل إيصال الإيجاب و صدور إرادة مقابلة له بالموافقة عليه فان يعتبر الإيجاب أول تعبير عن إرادة التعاقد بشروط معينة، و إذا قابلة إرادة مطابقة له خلال مدة زمنية معينة يقوم العقد.<sup>2</sup> مما يتطلب تحديد المدة الزمنية التي يجب أي يظل الموجب ملتزم بإيجابه خلالها.<sup>3</sup> و الإجابة عن ذلك تمثل تجديد

<sup>1</sup> حمودي ناصر، النظام القانون لعقد البيع الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت،رسالة دكتراه، كلية الحقوق، الجامعة مولود معمري،تيزي وزو،2009،ص157.

<sup>2</sup> وفقا لأحكام المادة59منت.م.ج فان العقد يتمثل في توافق إرادتين على إحداث اثر قانوني فالإيجاب يمثل أول هاتين الإرادتين.

<sup>3</sup> زريقات عمر خالد،عقود التجارة الالكترونية،عقد البيع الانترنت،دراسة التحليلية،دار حماد،عمان،2007،ص134.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الإلكتروني

النطاق الزمني للإيجاب الإلكتروني يكون الإيجاب الإلكتروني المتضمن لكافة الشروط الأساسية ملزما للموجب و ينتج أثاره القانونية.<sup>1</sup>

أما من حيث الإيجاب الإلكتروني من حيث المكاني يتم مراعاة مجموعة من المسائل في إطار النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني كالتعامل داخل موطن المحترف تفادي القوانين أمنية الأخرى التي لا يتقنها، أو يريد أن يتفادها.

-يمكن أن يكون تحديد النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني للمرحلة اللاحقة للانعقاد و يكون ذلك في مرحلة تسليم المنتج، أين يدرج شرط التسليم للمنتج السلعة أو الخدمة في نطاق جغرافية معينة و ذلك أن كانت تكاليف التسليم على عاتق المحترف الإلكتروني.<sup>2</sup> لذا فلا جدولا من القبول في غير مناطق التي يكون التسليم فيها ممكنا إلا إذا كان استلام محل التعاقد أي مكان لا يزعم القابل لان المحترف الإلكتروني غيره لزم بأداء التسليم في غير المناطق التي حددها.

-يدرج الاستهلاك الإلكتروني ضمن ما يسمى بالتجارة الإلكترونية التي تقوم في الأساس على مبدأ حرية التعاقد أين يكون للمحترف الإلكتروني الحق في تحديد الأشخاص الذين يتعاقد معهم و ذلك يكون وفق حالتين.

### 5-العدول عن الإيجاب الإلكتروني:

لقد نص في قواعد العامة عن سريان الإيجاب الإلكتروني للإحكام العامة، حيث يعفى الموجب من إيجابه الذي لم يرتبط بقبول بمجرد انفضاض مجلس العقد. المباشر سواء عن طريق المشاهدة و المحادثة أو فقط المحادثة أو الكتابة المتزامنة أي في الإيجاب الخاص عبر الانترنت.<sup>3</sup> أما إذا كان الإيجاب عام و غير مصحوب بأجل يجوز سحبه في أي وقت مع مراعاة منح مدة معقولة لجمهور المستهلكين مستعملي الانترنت.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> حمودي ناصر، النظام القانوني لعقد البيع الدولي الإلكتروني المبرم عبر الانترنت، مرجع السابق، ص. 163

<sup>2</sup> العجالة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الانترنت، مرجع السابق، ص 285.

<sup>3</sup> المادة 64 تقنين مدني الجزائري.

<sup>4</sup> العجارمة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الانترنت، مرجع نفسه، ص 290، أنظر أيضا، موفق حمادة عبر الحماية المدنية في عقود

التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مرجع السابق، ص 169، ص 170.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

يترتب على اقتران الإيجاب بقبول المستهلك الالكتروني عدم إمكانية المحترف الالكتروني الرجوع عنه دون عذر مشروع و بالتالي تقوم على المحترف مسؤولية التقصيرية نتيجة هذا الرجوع.<sup>1</sup>

### ثانيا: القبول الالكتروني:

يتم صدور قبول المستهلك للعروض التي تسمح شبكة الانترنت للمحترف لعرضها من اجل صرف منتجها من خلال كافة تقنيات التواصل التي توفرها له، غير أن البيئة الالكترونية تطرح العديدة من المسائل القانونية بشأن قبول الكتروني .

### 1- مفهوم القبول الالكتروني:

يتمثل القبول الالكتروني في "تعبير عن الإرادة يصدر ممن وجه إليه الايجابي تم من خلال استخدام وسيلة الكترونية، يفيد موافقته على إبرام العقد طبقا للشروط الواردة في الإيجاب"<sup>2</sup>

و القبول الالكتروني شأنه شأن القبول بمفهومه التقليدي لا يخرج عن مضمون هذا الأخير إلا من حيث و سيله التعبير عنه بحيث يتم بوسائل الالكترونية عن طريق شبكة الانترنت.<sup>3</sup> فيخضع لنفس القواعد و الأحكام التي تنظم القبول التقليدي إلا انه يحتفظ ببعض الخصوصية التي تعود على طبيعته الالكترونية.

### 2- شروط القبول الالكتروني:

يجب أن يكون القبول الالكتروني للإيجاب الالكتروني مطبقا تماما للإيجاب سواء بالنسبة للطبيعة الاتفاق الذي يراد التعاقد بشأنه.<sup>4</sup> و الطرق التي يتم و فقها أو بالنسبة للعناصر الجوهرية للعقد التي تناو لها الإيجاب، ففي حالة وجود قبول يخالف احد بنود الإيجاب أو يعادل فيها فيكون ذلك إيجابا جديدا لا يصلح الانعقاد إلا بصور إرادة أخرى بمقابلة بقبوله.<sup>5</sup>

لا بد أن يكون القبول صريحا وواضحا و ذلك أما باللفظ أو الكتابة أو الإشارة المتداولة

<sup>1</sup> - طوني ميشل عيسى، التنظيم القانوني لشبكة الانترنت، منشورات صادر الحقوقية بيروت 2001، ص 209

<sup>2</sup> العجلوني احمد خالد، التعاقد عن طريق الانترنت، دراسة مقارنة، مرجع السابق، ص 75.

<sup>3</sup> موفق حماد عبد، الحماية المدنية في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 172.

<sup>4</sup> موفق حماد عبد، المرجع نفسه، ص 171.

<sup>5</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، مرجع سابق، ص 132، أنظر أيضا، العجلوني احمد خالد، مرجع السابق، ص 76، أنضر أيضا،

العجارمي مصطفى موسى، مرجع السابق، ص 295.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

عرفا و باتخاذ موقف لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالة المقصود منه و أن كان القبول في العالم المادي لا يستبعد التعبير الضمني في حالة عدم النص على وجوب كونه صريحاً، فان التعبير الالكتروني يصعب أن يتم ضمناً.

يتميز القبول الالكتروني عن القبول المتعارف عليه في العالم المادي بالاستعانة و استخدام و سيله الكترونية في التعبير عنه، فلا يشترط فيه شكلية معينة، فيستوعب أي بيان او تصرف من الموجب له يفيد بالموافق على عرض الذي تقدم به الموجب.

### 3- وسائل تعبير عن قبول:

يضمني قبول المستهلك الالكتروني للإيجاب عن طريق البريد الالكتروني الثقة في شكل الكتروني، و يصلح بذلك لان يكون دليل يستعان به في حالة نشوب نزاع بين أطراف العلاقة الاستهلاكية الالكترونية، لكن يشترط أن يتم ذلك بطريقة تحفظ سلامته و عدم تعرض للتعديل ، بما يكفل ضمان حماية المعاملات الالكترونية.<sup>2</sup>

و تتعلق مسألة حجية القبول عبر مواقع الويب بمتطلبات البرنامج المعلوماتي للموقع الالكتروني خاص بعرض منتجات المحترف عبر الانترنت فقد لا يسمح البرنامج بإبرام العقد، إلا إذا تم تأكيد القبول من خلال الضغط مرتين في أيقونة المخصصة لذلك.

لا يترتب الضغط و حده على الأيقونة آثار القانونية باعتباره يمكن أن يتم عن طريق الخطأ أو السهو.<sup>3</sup>، مما يتطلب الضغط مرتين من اجل الإعلان أو تأكيد القبول من خلال إدخال رقم بطاقة الدفع الالكترونية.<sup>4</sup> أو الإجابة على بعض الأسئلة أو تقديم أي بيانات يمكنها تأكيد القبول مع ضرورة منح مدة زمنية للموجب له المستهلك الالكتروني، للتروي و التأكد من رغبته في قبول اقتناء المنتج الذي قام المحترف بعرضه عبر الانترنت.

أما القبول عن طريق تقنيات الاتصال المباشر فهذا نوع من تعاقد عبر المحادثة و المشاهدة يسمح للطرفين برؤية بعضها البعض عبر الشبكة بواسطة الكمرات المتصلة بجهاز الكمبيوتر.

### 4- المسائل القانونية التي يثيرها القبول الالكتروني:

يثير القبول الالكتروني عدة مسائل قانونية منها:

<sup>1</sup>حمودي ناصر، النظام القانوني للعقد البيع الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2009، ص169.

<sup>2</sup>سعداوي سليم، عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، مرجع السابق، ص44.

<sup>3</sup>محمد سعيد خليفة، مشكلات البيع عبر الانترنت، ص59، ص60.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

-يترتب عن تحديد زمان إبرام عقد الاستهلاك الالكتروني بإمكانية المستهلك الالكتروني بالعدول بعد فقرة محددة من التعاقد على غرار كذلك تحديد وقت انتقال ملكية المنتج و تحمل تبعية الهلاك و تتوافق عليه كذلك مواعيد التقادم التي تنشأ عن العلاقة الاستهلاكية الالكترونية.

-يأخذ المشرع الجزائري بنظرية العلم في القبول في تحديد زمان انعقاد العقد وفقا لحكم المادة 67 ت.م<sup>1</sup> و بتطبيق هذه النظرية بشأن العقود الاستهلاكية الالكتروني يمكن تحديد زمان العقد في اللحظة التي يعلم فيها المحترف بقبول المستهلك و يختلف ذلك بحسب التقنية المعتمدة في تواصل و التعامل بين أطراف الاستهلاك الالكتروني، فيمكن أن يكون بفتح صندوق البريد الالكتروني الخاص بالمحترف.

-أما ما يتعلق بمكان قبول الكتروني يصعب تطبيقه حكم النص المادة 67 ت.م في تحديد مكان عقد الاستهلاك الالكتروني، نظرا للطبيعة الدولية لشبكة الانترنت التي يتم من خلالها الاستعانة بتقنيات معلوماتية من اجل إخفاء الموقع الجغرافي الحقيقي الذي يتواجد فيه المحترف، فمثلا يمكن للشخص الذي يقوم بإنشاء موقع تجاري الكتروني بغرض الاستيلاء على أموال المستهلكين عبر ن يخفي هويته التحقيق و يتلاعب في الهوية الرقمية أين يقوم بربطها بعدة مواقع على الكرة الأرضية بدل الموقع الحقيقي الذي يتوجب فيه فمحاولة تركيز هذا العقد في دولة معينة أمر أصعب التحقيق.

### المطلب الثاني: تطور محل تعاقد المستهلك الالكتروني:

تتوفر شبكة الانترنت على العديد من المواقع الالكترونية التجارية التي قد تكون عالمية او وطنية و محلية. كما يمكن ان مخصصة في عرض أشياء في مجال، فالاستهلاك عبر الانترنت لا يستبعد وروده في كافة الأشياء المنتجات التي يجوز ان تكون محلا للمعاملات وفقا للقانون المدني للمستهلك طالما تستوفي مجموعة من الشروط الضرورية فيها.

### الفرع الأول: محل تعاقد المستهلك الالكتروني:

في ظل القواعد للعامة ترد المعاملات على المحل الذي يمكن تقويمه بالمال و يكون ذلك في الحقوق المالية العينية و الشخصية التي نضمها بالأحكام القانون المدني غير أن محل التعامل الذي ينصب عليه تعاقد المستهلك و يكمل في المنتج الذي يشمل على جماد السلع الضرورية لتلبية احتياجاته الاستهلاكية حيث يحظى بأحكام خاصة وفقا لأحكام قانون استهلاك.

<sup>1</sup> المادة 67 من النقيين المدني الجزائري.

أولا :وفقا للقانون مدني:

يكون تحديد محل تعاقد المستهلك الالكتروني وفقا لأحكام القانون المدني خلال التطرق لمحل في ظل الحق العيني الذي يعرف على انه:"قدرات أو إمكانيات أو مزايا أو سلطات مباشرة يقررها القانون للشخص معينة على شيء محدد بذاته أو أشياء محددة بدواتها فيستطيع صاحب الحق بماله من قدرة مباشرة على الشيء أن يستعمل حقه القانوني على ذلك الشيء دون وساطة شخص آخر لان سلطته مباشرة.<sup>1</sup>

يتضمن الحق العيني ثلاث عناصر حيث يتمثل العنصر الأول في صاحب الحق أي الشخص الذي يثبت له وينتسب إليه الحق<sup>2</sup> و أما العنصر الثاني عبارة عن السلطة التي يباشر صاحب الحق على محل هذا الحق، أي العنصر الثالث الذي يقوم عليه هذا الحق و يشترط فيها أن يكون ماديا معينة بالذات.<sup>3</sup>

-و يعرف الشيء على انه كل كائن يصلح لان يملكه الشخص.أو يستعمله لأغراض مادية أو معنوية .<sup>4</sup>  
فيتصرف معني الشيء لكل ما ينتفع به الإنسان و يستأثر به وحده دون غيره ويكون محلا للحق وله قيمة مالية.<sup>5</sup>

-قسم المشرع الجزائري الأشياء و الأموال في المواد 682-689 ت.م.ج أين اعتبر الأشياء محل الحقوق المالية حيث نص على ذلك في المادة 683 ت.م.ج التي جاءت كما يلي : " كل شيء غير خارج عن التعامل بطبيعته أو بحكم القانون يصلح أن يكون محلا للحقوق المالية"

### 1-أنواع الأشياء محل حق العيني:

- يتم تقسيم محل الحق العيني كالآتي:

<sup>1</sup> اسحاق ابراهيم منصور، نظرية القانون و الحق و التطبيقاتاتهما في القانونية الجزائرية، ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص291.

<sup>2</sup> جعفر محمد سعيد، مدخل للعلوم القانونية، دروس في نظرية الحق، الجزء الثاني، دار هزمة الجزائر، 2011، ص979.

<sup>3</sup> السنهوري عبد الرزاق احمد، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد نظرية الالتزام بوجه عام، مصدر الالتزام المجلد01، مرجع السابق، ص103.

<sup>4</sup> السنهوري عبد الرزاق احمد، مرجع نفسه، ص260.

<sup>5</sup> عجة الجيلالي، مدخل للعلوم القانونية، نظرية الحق، جزء2، برني النشر الجزائر، 2009، ص260.



أ-تقسيم الأشياء من حيث طبيعتها:

ميز المشرع الجزائري بين العقار بطبيعته و العقار بتخصص، حيث يعتبر عقار بطبيعته كل شيء ثابت و مستقر في حيز معين لا يمكن نقله بدون تلف و يستوي في ذلك أو يكون قطعة أرضية<sup>1</sup>. مبان و منشآت<sup>2</sup> أو نبات يعتبر عقار بالتخصيص كل منقول يخصص لخدمة عقار معين<sup>3</sup> و يشترط فيه أن يكون كل من المنقول و العقار الذي يخدم الشيء المنقول تابعين لشخص واحد.<sup>4</sup> وبالتالي تعتبر الأشياء التي لا ينطبق عليها و صف العقار<sup>5</sup> منقولاً حيث يمكن نقلها من مكان لأخر دون أحداث تلف.

ب-تقسيم الأشياء من حيث قابليتها للتعامل فيها:

ميز المشرع من خلال نص هذه المادة 682 ت.م التي جاءت كما يلي:

"كل شيء غير خارج من التعامل فيه بطبيعته أو بحكم القانون يصلح أن يكون محلاً للحقوق المالية، و الأشياء التي تخرج عن التعامل بطبيعتها هي التي لا يستطيع احد إن يستأثر بجيازتها و أما الخارجية بحكم القانون فهي التي لا يجيز القانون أو نكون محلاً للحقوق المالية"<sup>6</sup> بين الأشياء التي يصح التعامل فيها بحكم طبيعتها التي لا يمكن لأي شخص أن يتأثر بها كالشمس و البحر و القمر....الخ

إذا تدرج ضمن الأشياء الطبيعية التي يعجز الإنسان عن السيطرة فيها، و يكون الانتفاع فيها مشتركاً دون أن يحول انتفاع بعضهم دون انتفاع البعض الأخر.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> عجة الجيلالي، مدخل للعلوم القانونية-نظرية الحق-،مرجع السابق،ص262.

<sup>2</sup> عجة الجيلالي،مرجع نفسه،ص263.

<sup>3</sup> المادة 683 فقرة 02 تفنين المدني الجزائري.

<sup>4</sup> زاوي محمدي فريدة، المدخل للعلوم القانون-نظرية الحق-المؤسسة الوطنية للفنون وطباعة،الجزائر،1998،ص124،ص125.

<sup>5</sup> المادة 683 تفنين المدني الجزائري.

<sup>6</sup> المادة 682 تفنين المدني الجزائري.

<sup>7</sup> علي سليمان،النظرة العامة للالتزام،مصادر الالتزام في القانون في القانون المدني الجزائري، ط7،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2006،ص92.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

حيث يمكن أن يستأثر شخص بجزء من هذه الأشياء الطبيعية.<sup>1</sup> على غرار استغلال أشعة الشمس (الطاقة الشمسية) أو الاستحواذ على كمية من مياه البحر أو كمية من الهواء ففي هذه الحالة يجوز التعامل في كل جزء متأثر به من هذه الأشياء الطبيعية واعتبارها حقا عينيا.<sup>2</sup>

### ج- تقسيم أشياء من اجل قابليتها للاستهلاك:

تناول المشرع الجزائري تقسيم الأشياء من حيث قابليتها للاستهلاك في مادة 685 ت.م أين نص على أن: "الأشياء القابلة للاستهلاك هي التي ينحصر استعمالها بحسب ما أعدت له في استهلاكها أو إنفاقها، و يعتبر قابلا للاستهلاك كل شيء يكون جزءا من محل تجاري و هو معد للبيع".<sup>3</sup>

يستنتج بمفهوم مخالفة حكم نص المادة 685 ت.م.ج أن الأشياء القابلة للاستهلاك قد لا يتم إتلافها في استعمالها الأولى إذا لا يترتب عن الاستعمال المتكرر هلاك الشيء محل الاستهلاك.<sup>4</sup> عدم إتلاف الشيء وهلاكه من الاستعمال الأول لا ينفي عليه كونه محل استهلاك يخضع لأحكام القانون المدني و قانون المستهلك.

### د- تقسيم الأشياء من حيث جنسها أو قيمتها:

عرف المشرع الجزائري الأشياء المثالية في المادة 686 ت.م.ج على أنها: "الأشياء التي يقوم بعضها مقام بعض عند الوفاء و التي تقدر عادة في التعامل بين الناس بالعدد أو المقياس أو الكيل أو الوزن"<sup>5</sup>

اكتفى المشرع الجزائري بتقديم تعريف الأشياء المثالية دون تعريف لأشياء المثالية دون تعريف للأشياء القيمة التي يمكن تحديدها بمفهوم مخالفة حكم المادة 686 م.ج على أنها أشياء لا تتشابه ولا يمكن أن يقوم بعضها محل بعض ، فهي من قبيل الأشياء المعينة بالذات و يمكن تقويمها بالمال.

<sup>1</sup> زاوي محمدي فريدة، المدخل للعلوم القانونية-نظرية الحق- مرجع السابق،ص127،ص129.

<sup>2</sup> علي سليمان النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري،المرجع السابق،ص92.

<sup>3</sup> المادة 685 ،تقنين مدني الجزائري.

<sup>4</sup> اسحاق ابراهيم منصور نظرية القانون و الحق و تطبيقاتهم في القانونية الجزائرية،المرجع السابق،ص255.

<sup>5</sup> المادة 686، تقنين المدني الجزائري.

### ٥-تقسيم الأشياء من الناحية المالية:

تنقسم الأشياء إلى أشياء مادية و أشياء معنوية ،فيقص بالأشياء مادية تلك الأشياء التي يكون لها كيان ملموس أو محسوس سواء عقارات أو منقولات.<sup>1</sup>

يوجد إضافة الأشياء المادي الملموسة أشياء غير ملموسة، لا يمكن إدراكها إلا بالذهن و الفكر ، فهي مجهودات و نتاج فكري و أدبي للأشخاص يدعون بالمؤلفين و يصطلح عليها بالحقوق الذهنية أو الأدبية<sup>2</sup> و إذا كانت الأشياء المالية تخضع لأحكام القانون المدني و الاستهلاك، فان الأشياء المعنوية تخضع لقوانين خاصة و لأحكام الملكية الفكرية الصناعية و الأدبية و تصلح لان تكون محل التعامل و الاستهلاك، سواء في العالم المادي أو الالكتروني.

### 2:أنواع محل حق الشخصي:

يعرف الحق الشخصي على انه: " رابطة قانونية بين شخصين يلتزم بمقتضاها احدهما و هو المدين في مواجهة الآخر و هو الدائن بان يقوم بعمل أو بان يمتنع عن عمل معين".<sup>3</sup>

يتمثل محل الحق الشخصي في الالتزام بالقيام بعمل أو الالتزام الامتناع عن القيام بعمل أو الالتزام بإعطاء شيء:

#### أ-الالتزام بالقيام بعمل :

غالبا ما تكون شخصية المدين محل اعتبار في ظل الالتزام بالقيام بعمل فلا يتم الوفاء إلا إذا نفذ المدين بنفسه التزامه فلا يصح أن ينويه الغير في الوفاء<sup>4</sup>

لكن هذا لا يمكن من إجبار المدين على أداء الالتزام بصفة مباشرة و إنما عليه اللجوء للقضاء من اجل استفتاء حقوقه من المدين<sup>5</sup> لان الالتزام بالقيام بعمل يعتبر بنشاط ايجابي أو أداء معين أو خدمة معينة يقوم به المدين لمصلحة الدائن لمصلحة الدائر فهذا الالتزام قد يكون عملا ماديا كما يمكن إن يكون عملا قانونيا.

<sup>1</sup> اسحاق ابراهيم منصور، نظرية القانون و الحق و تطبيقهما للقوانين الجزائرية، المرجع السابق، ص252.

<sup>2</sup> اسحاق ابراهيم منصور، المرجع نفسه، ص252.

<sup>3</sup> السعدي محمد صبري، شرح القانون المدني الجزائري، مصادر الالتزام ، الواقعة القانونية، الجزء الثاني، ط2، دار الهدى، الجزائر، 2004، ص32.

<sup>4</sup> اسحاق ابراهيم منصور، نظرية القانون و الحق و تطبيقهما للقوانين الجزائرية، مرجع نفسه، ص248.

<sup>5</sup> المواد 175-179 تقنين مدني الجزائري.

### ب- الالتزام بالامتناع بالقيام بعمل:

أن عدم تنفيذ الالتزام بالامتناع بالقيام بعمل لا يمكن الدائن من التنفيذ على المدين مباشرة و إنما عليه اللجوء للقضاء وفقا لحكم نص المادة 173 ت.م.ج.<sup>1</sup>

يمكن أن يكون التزام المدين في ظل الحق الشخصي بالامتناع عن القيام بعمل معين كان باستطاعته المدين فعله و إتيانه لولا التزام اتجاه الدائن، لذا يطلق عليه الالتزام "سلي" و قد يكون هذا الامتناع عملا مادي كما يمكن عملا قانونيا.<sup>2</sup>

لالتزام بإعطاء شيء:

الالتزام هذا يتضمن ترتيب حق عيني أم نقل حق عيني أو نقل حق عيني على شيء إلا إن جانب عن فقه يرى عدم الجدوى من إدراج الالتزام بإعطاء شيء ضمن المحل الذي ينصب عليه حق الشخص إذ أن القانون هو الذي يعطي الشيء دون أن يكون في ذلك أي دخل للمدين فالالتزام بالعطاء يدرج ضمن الالتزام بالقيام بعمل.<sup>3</sup>

### ثانيا: تحديد محل تعاقد للمستهلك الإلكتروني:

يعتبر بالمنتج هو محل وفقا لأحكام القواعد الاستهلاك و ينقسم إلى سلع و الخدمات:

#### 1-السلعة:

عرف المشرع الجزائري السلع في المادة 03 فقرة 17 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنها: " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".<sup>4</sup> و عرفها في المادة 02 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقبة الجودة و قمع الغش على أنها: "البضاعة: كل منقول يمكن وزنه أو كليه أو تقديره بالوحدة و يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية".<sup>5</sup>

#### 2-الخدمة:

تم تعريف الخدمة في المادة 3 فقرة 16 من القانون 09-03 المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش على أنها" كل عمل مقدم غير تسليم السلعة، حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعوما للخدمة المتقدمة"<sup>6</sup>

<sup>1</sup> المادة 173، تقنين مدني جزائري.

<sup>2</sup> جعفرور محمد سعيد،مدخل للعلوم القانونية، دروس في نظرية الحق، المرجع السابق،ص197،ص198.

<sup>3</sup> جعفرور محمد سعيد، المرجع نفسه، ص198،ص199.

<sup>4</sup> المادة02فقرة02 من مرسوم التنفيذي رقم 09-39 المتعلق برقابة الجودة،وقع الغش.

<sup>5</sup> المادة03فقرة17 من قانون رقم 09-39 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>6</sup> المادة03فقرة01 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

و كما تعريفها أيضا في الفقرة 04 من المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش على أنها: " كل مجهود يقدم ما عد تسليم منتج و لو كان هذا التسليم بالمجهود المقدم دعما له".

### الفرع الثاني: شروط محل تعاقد للمستهلك الالكتروني:

بتحقق مجموعة من شروط الخاص بالمحل الذي ترد المعاملات المدنية و تجارية نحقق صحة هذه معاملات، حيث يستبعد التعامل في الأشياء غير المشروعة، أو غير المعينة أو غير موجودة أثناء التعامل و يتعذر و جود في المستقبل وفقا لما تقضي به أحكام القانون المدني و أحكام قانون الاستهلاك.

#### أولا: وفقا للقانون المدني:

من شروط الموجودة في القواعد العامة أن يكون محل الالتزام موجود أو ممكن الوجود و معين أو قابل للتعين و مشروعاً.

#### 1- أن يكون المحل مشروعاً:

من إجباري أن يكون المحل مشروعاً، مما يصح التعامل فيه بحيث لا يكون مخالفاً للنصوص القانونية و النظام العام و حسن الآداب<sup>1</sup>. حيث نصت المادة 96 ت.م.ج على عدم مشروعية المحل إذا كان محل الالتزام مخالفاً للنظام العام و الآداب كان العقد باطلاً.<sup>2</sup>

#### 2- أن يكون المحل معين أو قابل للتعين:

يشترط في محل أن يكون معين فإذا تعلق بشيء قيما معيناً بالذات فلا بد من تحديده و ذكر أوصافه بشكل يمنع الجهالة فيه<sup>3</sup>. إما إذا تعلق الأمر بشيء مثالي و غير معين بالذات ، فيجب تعيين نوعه و مقداره بالعدد أو المقياس أو الكيل أو وزن<sup>4</sup>. وفقا لحكم المادتين 686.94 ت.م.ج.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> السعدي محمد صبري، شرح القانون المدني الجزائري: مصادر الالتزام الواقع القانونية، الجزء الثاني، مرجع السابق، ص219.

<sup>2</sup> علي علي سليمان، النظرة العامة للإلتزام ، المرجع السابق، ص73.

<sup>3</sup> علي علي سليمان، المرجع نفسه، ص71.

<sup>4</sup> السعيد محمد صبري ، المرجع نفسه، ص217

<sup>5</sup> المواد 94 و686، تقنين المدني الجزائري.

3- أن يكون المحل موجودا أو ممكن الوجود:

يتوجب أن يكون المحل موجود أو ممكنا الوجود فالمهم أن لا يكون مستحيل ذلك ما تقضي به المادة 93 ت.م.ج التي جاءت كما يلي: "إذا كان محل الالتزام مستحيلا في ذاته كان العقد باطلا بطلانا مطلقا".<sup>1</sup> وإذا كان ممكن الموجود في المستقبل فهذا لا يؤثر في صحة الالتزام، بحكم نص المادة 92 ت.م.ج

ثانيا: وفقا لقانون حماية المستهلك:

أن قانون استهلاك ينص على شروط اضافية تتعلق بمطابقة بالمنتج و سلامته و أحيانا تتعلق بسعره.

1-مطابقة المنتج محل الاستهلاك:

يتم مطابقة المنتج محل الاستهلاك من خلال تحديد الالتزام بالمطابقة ثم لرقابة المنتجات و ضمان و خدمة ما بعد البيع:

أ-تحديد الالتزام بالمطابقة:

نص المشرع الجزائري على الالتزام بالمطابقة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، حيث تقضي المادة 11 منه على انه: " يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته، ووصفه و منشئه و مميزاته الأساسية و تركيبته و نسبة مقوماته اللازمة و هويته و كمياته و قابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره و النتائج المرجوة منه و المميزات التنظيمية من ناحية تغليفه و تاريخ صنعه و التاريخ الأقصى لاستهلاكه و كيفية استعماله و شروط حفظه و الاحتياطات المتعلقة بذلك و الرقابة التي أجريت عليه"<sup>2</sup>

في مادة 12 فقرة 1 و 2 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المادة 93 ،تقنين المدني الجزائري.

<sup>2</sup> المادة 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،

<sup>3</sup> المادة 12 من القانون رقم رقم 09-03 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

إلى جانب رقابة إدارية تحص المصالح على القيام بها، تم النص عليها في المادة 12 فقرة 03 و المواد 29 إلى 34 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.<sup>1</sup>

### ب-المنتج محل الاستهلاك مطابقة رقابة:

نص المشرع الجزائري على الالتزام بالمطابقة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، كما نص تشريعات حماية المستهلك إلى فرض مجموعة من القواعد التنظيمية الخاصة بالسلع و الخدمات ، التي يلتزم المحترف باحترامها بشكل يضمن حماية المصالح المادية و المعنوية المستهلك و تفادي و جود غش في المنتجات المعروضة للاستهلاك من خلال فرض رقابة ذاتية للمطابقة يقوم بها المحترف، أين نص المشرع الجزائري على ذلك في 12 فقرة 01 أو 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.<sup>2</sup>

### ج:تحقق شرط المطابقة من خلال الضمان و خدمة ما بعد البيع:

ضمن المواد من 13 إلى 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش نص المشرع الجزائري على ضرورة توفر محل الاستهلاك على الضمان و خدمة ما بعد البيع - يلتزم المحترف بعد انتهاء فترة الضمان المحددة عن طريق تنظيم أو في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره ضمان صيانة و تصليح المنتج المعروض في السوق.<sup>3</sup> بما يتمشى مع متطلبات حماية المستهلك الذي أذا وقع في المنتج الذي تم اقتناؤه عطل معين، فهو غير مجبر باقتناء منتج جديد و إنما يحق له مطالبة المحترف بأداء خدمة الصيانة و تصليح.

### 2-سلامة و امن المنتج محل الاستهلاك:

نص المشرع الجزائري على قواعد سلامة المنتج محل الاستهلاك في المواد من 04 إلى 10 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش حيث جاء في مادة 04 منه "يجب على متدخل في عملية وضع المواد الغذائية<sup>4</sup> للاستهلاك احترام التزاميه سلامة هذه المواد و السهر أن لا تضر بصحة المستهلك" حيث تقض المادة 09 منه على انه "يجب إن تكون المنتجات الموضوعه للاستهلاك مضمونة و تتوفر على الأمن بالنظر إلى استعمال

<sup>1</sup> المادة 12 الفقرة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>2</sup> المادة 12 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>3</sup> المادة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>4</sup> المادة 04 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

## الفصل الأول.....المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني

المشروع المنتظر وان لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه مصالحة، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى التي يمكن توقعها من قبل المتدخلين<sup>1</sup>

يهدف الالتزام بالسلامة إلى توفير الأمن للمستهلك بغض النظر عن طبيعة عقد الاستهلاك سواء في العالم المادي أو الالكتروني، فلا يمكن اعتباره التزاما ببذل عناية إلا انه يصعب كذلك تصنيفه ضمن الالتزام بتحقيق نتيجة لكون المحترف لا يمكن أن يجبر المستهلك بإتباع إجراءات الأمن الضرورية لتشغيل و استعمال المنتج<sup>2</sup>

أما فيما يخص قواعد الالتزام بالسلامة و امن المستهلك فعمل المشرع على تنظيمها في مادة 10 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش حيث يقع على عاتق المحترف التزام ضمان مطابقة المنتج لمتطلبات الأمن و السلامة.<sup>3</sup> بمجرد عرضه للاستهلاك، وقد انشأ المشرع الجزائري شبكة الإنذار السريع على مستوى وزارة التجارة، التي من شأنها البث السريع في كل معلومة عن خطورة منتجات معروضة للاستهلاك مع نشر المعلومات التي تحوزها بشأن سلامة المستهلك.<sup>4</sup> حيث يشمل عمل شبكة الإنذار كامل التراب الوطني.

### 3-تحديد أسعار المنتج محل الاستهلاك:

يتم تحديد أسعار المنتجات في الأصل وفقا للإرادة المحترف اعتمادا على قواعد المنافسة. حيث يعتبر فرض إعادة البيع بالسعر الأدنى ممارسة مقيدة للمنافسة على خلاف فرض السعر الأقصى و فتح المنافسة للموزعين للبيع بالسعر الذي يشاءونه

عمل المشرع الجزائري على تحديد أسعار بعض المنتجات الأساسية التي تدعى بالمواد الإستراتيجية الواسطة الاستهلاك على غرار بعض المواد الغذائية كالزيت و السكر.<sup>5</sup> و بنزين إلى جانب الخبز و الحليب التي تحظى بدعم الدولة التي تساهم في دفع جزء من سعرها ليضيق المستهلك الذي يقتنيها الباقي.

<sup>1</sup> المادة 04 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>2</sup> المادة 100 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>3</sup> المادة 04 من القانون رقم 03-09 المتعلقة بالمنافسة.

<sup>4</sup> المادة 11 فقرة 05 من قانون رقم 03-09 المتعلق بالمنافسة .

<sup>5</sup> المرسوم التنفيذي رقم 11-108، مؤرخ في 16 مارس 2011 يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج و الاستيراد و عند التوزيع لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي و السكر الأبيض، ج، ر، عدد 15 صادر بتاريخ 09 مارس 2001.



الفصل

الثاني

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

الثقة في السوق الالكترونية من ابرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية،لهذا فانه يحتاج لحماية القانونية و السبب في ذلك انه يعتبر الطرف الضعيف في مثل هذه العقود ،ففي تلك الحالة قد يحتاج لسلعة معينة بصورة ضرورية ،وبالتالي يخضع للشروط غير عادية و محففة بحقه فالشركة البائعة تكون هي الطرف القوي في هذا العقد في مقابل المستهلك يحتاج المستهلك لحماية قانونية بسبب المخاطر و قلة الأمن و كثرة المشاكل عبر شبكة الانترنت، فحماية المستهلك في هذا المجال من أهم و أكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث و التفاصيل، بسبب حداثة هذا الموضوع من جهة و ما يواكب هذا العقد من تطور علمي من جهة أخرى ، هذا لان العالم أصبح سوق كبيرة داخل شاشة حاسوب صغير يمكن من خلالها المرور إلى الموقع المواد و الاطلاع علي شروط الشراء، التعاقد، والوصول إلى السلعة أو الخدمة المعينة فالخطر الذي يتعرض له المستهلك في إطار التجارة الالكترونية عبر الانترنت اكبر من الخطر في التجارة التقليدية، كون المستهلك عاجزا عن فحص البضاعة و معاينتها ، و جاهل تماما لهوية المهني هذا من جهة، و من جهة أخرى قد يتغاضى هذا الأخير عن سلامة و امن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه مما يجعله عرضة للتلاعب بمصالحه و محاولة غش و الاحتيال عليه كل هذا يجعل من حماية المستهلك مسألة متأكدة لتنمية التجارة الالكترونية.

### المبحث الأول :حماية المستهلك قبل إبرام العقد الالكتروني:

العقد أساس كل التزام ، حيث يتوجب على طرفي العلاقة التجارية بين المستهلك و المهني أن يتم إبرام عقد بينهما، و ذلك ضماننا للحقوق و تحديد الواجبات، و من بين هذه العقود نجد العقد التجاري الالكتروني. اثر ظهور التجارة الالكترونية على المستهلك تأثير كبيراً الذي من خلالها أصبح لا يتكبد عناء السفر من اجل اقتناء سلعة معينة أو حتى الحصول على خدمة يكفي فقط أن يكون لديه جهاز كمبيوتر موصول بشبكة الانترنت يستطيع من خلالها الاطلاع على كل ما هو جديد في التجارة عالمياً من خلال ما ينشر المهنيون ترويجاً لسلعهم من خلال الإعلانات التجارية، إلا أن المستهلك باعتباره بعيداً كل البعد عن المهني و السلعة ليست أمامه، هذا قد يشكل خطراً عليه يجعله يبدي رغبته في التعاقد جراء هذه الإعلانات إلا انه يمكن أن تشكل الإعلانات التجارية خطراً عليه فقد تكون وهمية أو كاذبة هذا ما يجعلنا نحاول أن نبين كيفية حماية المستهلك من هذه من هذه الإعلانات قبل إبرام العقد .

### المطلب الأول:حماية المستهلك من الإعلانات التجارية

إن حماية مسبقة و بعدية على المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة ،فرضتها التشريعات بمختلف أنواعها ،ومن بين فروض هذه الحماية انتشار الإعلانات التجارية غير المشروعة.

### الفرع الأول:مفهوم الإعلام التجاري:

إن عدم التساوي في المعرفة بالمعلومات بين المتعاقدين بشأن محل التعاقد و الشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية لان الطرف الضعيف يتعرض للاستغلال الطرف الأقوى صاحب الخبرة (المحترف)<sup>1</sup>. من هذا المنطلق و نتيجة لهذا الاختلال في المعرفة بين المهني و المستهلك يتعين على التاجر الإفضاء إلى المستهلك بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستنير إرادة المتعاقد فيجب الإدلاء بكل المعلومات طالما لها أهميتها في التعاقد.<sup>2</sup>

### أولاً: تعريف الإعلان التجاري الالكتروني

لقد عرف بعض الفقهاء الإعلان التجاري بأنه "كل ما يستخدمه التجار لتحفيز المستهلك على الإقبال على سلعته سواء تم ذلك ، بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة، و هو ما يسمى بالإعلام الاستهلاكي أما الدعاية التجارية فهي صورة الإعلام التجاري الذي يصف المعلن إلى أقصى الحدود في ترويج و تسويق السلع

<sup>1</sup>عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك(دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية دمشق، 2007، ص366.

<sup>2</sup>عمر خالد رزيقات، عقد التجاري الالكتروني، عقد البيع عبر الانترنت،(دراسة مقارنة)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 340، 339.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

و الخدمات و الأدوات الإعلانية كثيرة منها الصحفية و السمعية و البصرية و الثابتة و المتنقلة و الرسائل المطبوعة التي بدأت في الانتشار".<sup>1</sup>

إذن جاء تعريف الفقه الإعلان التجاري جامع لكل التصرفات التي قد تشوب هذا الإعلان أثناء عملية التسويق من خلال المورد.

-التوجيه الأوربي الصادر عام 1984 فقد تناول الإعلانات بقواه "أي شكل من أشكال الاتصالات تتم في المحل الأنشطة التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو المهنية و تهدف إلى تشجيع الإقبال على السلع و الخدمات بما في ذلك العقارات و الحقوق و الالتزامات المتعلقة بها"<sup>2</sup>

-أما المجموعة الأوربية فلم تدع أي مجال لتملص من ثبت ضده الإعلانات التجارية غير مشرعة المضللة حيث أضافت لها العقارات و ما يتصل و ما يتصل بها من حقوق و التزامات.

-كما يعرف الإعلان بأنه كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور أيا كانت وسيلة هذا التأثير بهدف إقناعهم بمزايا السلعة أو الخدمة و ما يمكن إن تحقيقه من فوائد كما لا يختلف الإعلان الالكتروني عن الإعلان التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة و هي كونها يتم من خلال شبكة الانترنت.<sup>3</sup>

أما المشرع الجزائري فقد عرف الإعلان التجاري في المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم : 90-39 المؤرخ في: 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش بأنه "جميع الاقتراحات أو الدعاية أو البيانات و العروض أو الإعلانات أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية"<sup>4</sup>

و من التعارف السابقة نستخلص بان الإعلان التجاري هو وسيلة يخدمها المهني الإقناع المستهلك بالتعاقد معه مستعملا في ذلك كل الوسائل المتاحة له و منها الانترنت الذي ينشر فيه إعلاناته التجارة من مكان في العلم و يستطيع كذلك المستهلك الاطلاع عليها من خلال الإبحار في علم الانترنت حتى من داخل بيته و بالتالي يمكن أن يغريه الإعلان و يصبح يفكر في التعاقد مع المهني.

<sup>1</sup> عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) المنشورات للحلي الحقوقية، ط1، 2007، ص176.

<sup>2</sup> قانون التوجيه الأوربي، رقم 97 الصادر بتاريخ: 16 أكتوبر 1997 المتعلق بخصوص الإعلانات المضللة و المقارنة المنشورة عبر الموقع الالكتروني.

<sup>3</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، سنة النشر 2007، ص81، 82.

<sup>4</sup> قانون رقم: 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلقة برقابة الجودة و قمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 05، الصادرة في 31 جانفي 1990.

ثانيا: الطبيعة القانونية للإعلام التجاري:

ذهب الفقه إلى أن العرض الموجه إلى الجمهور لا يعد إيجابا و إنما دعوة لتفاوض إذا كان لا يتضمن الشروط الجوهرية التعاقدية للتعاقد كعرض السلع في واجهات المحلات دون بيان أسعارها، أما إذا حددت هذه الأسعار كان العرض إيجابا.<sup>1</sup>

فعرض سلعة البضائع عبر الانترنت يشبه إلى حد كبيرة نافذة المتجر الحقيقي فإذا تضمن عرض السلع و خدمات عن طريق الانترنت ثمن السلع يعد هذا العرض إيجابا شأنه في ذلك شأن عرض البضائع على واجهات المحلات التجارية.<sup>2</sup>

اذن لكي يعتبر الموجه إلى الجمهور إيجابا يجب أن يكون محدد السلعة تحديدا نافيا للجهالة و أن يحدد الثمن و العناصر الأساسية للتعاقد إلا فان الأمر لا يعد أن يكون مجرد دعوة للتعاقد أي انه يجب إن يعتبر الإيجاب عن إرادة باتة و نهائيا في التعاقد بمعنى أن تتجه نية الموجه إلى إبرام العقد في الحال إذا ما صادفه قبول مطابقة و يجب كذلك أن يكون الإيجاب حاليا من أي ليس أو عوضه

و أن يكون محددًا بشكل كافي و إذا أخذنا كمثال عقد البيع الالكتروني فانه يشترط لكي يرقى إلى مرتبة الإيجاب أن يتم إعلام المستهلك بالشروط الجوهرية التعاقدية و التعاقد و طبيعة المنتج أو المنتج أو الخدمة و تحديد الثمن و كيفية السداد و ميعاد و مكان التسليم.

نستنتج انه كي يعتبر الإعلان الالكتروني الموجه للجمهور إيجابا للتعاقد يجب ان يحتوي هذا الإعلان على كل البيانات الجوهرية الأساسية للسلع أو الخدمات المعروضة عبر الانترنت ، من سعر و حجم و كيفية الاستعمال كما انه قد يكون الإعلان مجرد دعوة للتفاوض و ذلك عند عدم ذكر البيانات الأساسية للسلع و الخدمات.

**الفرع الثاني: شروط الإعلان التجاري:**

يجب تحقق جملة من الشروط ، ليكون الإعلان التجاري صحيحا منتجا لأثاره القانونية ، نوردتها في ما يلي:

**أولا: وضوح الإعلان التجاري:**

إن وضوح الإعلان التجاري عبر الانترنت يقصد به أن يتضمن الإعلان كل البيانات و المعلومات الكافية عن السلع أو الخدمات و هذا كله من اجل تكوين إرادة واعية مستنيرة و تفكير واعية و متصبر لدي المستهلك قبل أن يقدم على إبرام العقد<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، إبرام عقد الالكتروني، (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي 20 شارع الإسكندرية، الطبعة الثانية 2011، ص 86.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، المرجع نفسه، ص 87.

<sup>3</sup> خالد ممدوح إبراهيم، المرجع نفسه، ص 86/89

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

أشار القانون الفرنسي إلى انه يجب أن تكون العمليات التجارية الالكترونية و الدعاية المصاحبة لها واضحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي و إدراك كاملين.<sup>1</sup>

وعرف المشرع الجزائري الإعلان المضلل في المادة 24 من قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على منع كل إشهار تضليل لا سيما إذا تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات.

نص المادة 28: " دون الإخلال بالأحكام التشريعية و التنظيمية الأخرى الطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهار غير شرعي و ممنوعا كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان:

1\_ يتضمن أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة أو بكمية أو وفرته أو مميزاتة.

2\_ يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجات أو خدماته أو نشاطه.

3\_ يعرض معين لسلع أو خدمات في حيث أن العيون الاقتصادية لا تتوفر على حزن كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.<sup>2</sup>

### إعادة توازن إلى العقد:

من ابرز الضرورات العلمية التي أدت إلى تقرير الالتزام بإعلام قبل التعاقد انعدام التكافؤ بين المزود و المستهلك من حيث العلم بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك و ذلك فان وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين فلهذا الحق دور هام في حماية رضا المستهلك الذي لا يتمكن بسبب مركزه الضعيف في العقد من الوصول إلى تحديده بكل وضوح ، ويكون هذا الحق أكثر إلحاق بالنسبة العقد الالكتروني نظرا للغياب المادي الأطراف.<sup>3</sup>

ومن الفقه من يرى بان أساس القانوني لهذا الحق نجد مصدره في الحماية التقليدية للطرف المدعي في القانون المدني ، إلا أن الرأي الذي عليه غالبية الفقه يرى بان الأساس موجود في قانون حماية المستهلك الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائما الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائعة المحترف ، مما يستوجب على هذا الأخير إعلامه مسبقا بكل المعلومات الضرورية حتى تتكافأ الإرادتين و تتوازن أماما إعطاء كل

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام عقد الالكتروني ، ط1، سنة النشر 2007، ص433.

<sup>2</sup> قانون رقم 02/04 الم.ع.خ في جوان 2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية جريدة رسمية العدد 47 الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004 المعدل و المتمم.

<sup>3</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية في التعاقد الالكتروني، (دراسة مقارنة)، مذكرة لشهادة ماجستير، ص55

طرف مساحة الكافية لبنائها عن قناعة و تبصير.<sup>1</sup>

ثانيا: الطبيعة القانونية للحق في الإعلام :

الطبيعة القانونية للحق في الإعلام ، باعتباره حق أساسي و مشروع المستهلك تضمن الطبيعة القانونية جملة من الالتزامات نوردها فيما يلي :

أ-الالتزام ببذل عناية التزام ببذل عناية:

يلتزم المدين بنقل المعلومات إلى الدائن المستهلك الخالص بالتعاقد و ذلك من خلال استعمال الدائن لتلك المعلومات التي تلقاها استعمالا صحيحا ، كما لا يستطيع التاجر المدين إجبار المستهلك على إتباع التحذيرات و النصائح المقدمة له و لا يضمن عدم تحقيق الخطر و كل ما يملكه بحقه هو تقديم كافة المعلومات و البيانات بصدق أمانة و نصح و توجيه المستهلك لما يراه المحترف مستوحيا للنص والتوجيه و التحذير.<sup>2</sup>

ب-الالتزام بإعلام التزام بتحقيق نتيجة :

وذلك يحقق أكثر حماية للمستهلك لان فيه تحقيق عيب الإثبات على المستهلك،باعتباره عنصر ضعيف في مواجهة طرف فوري يملك نفوذ اقتصادي و من تم فما على المستهلك سوى إثبات عدم تنفيذ المدين لا التزاماته لكي تترتب عليه المسؤولية.<sup>3</sup>

ثالثا: محل الالتزام بإعلام المستهلك:

**1:إعلام المستهلك بهوية التاجر و أرقام الهواتف و مركزه التجاري :**

لقد نص على التزام الموجب بإدخال البيانات الكامل لمعاملات الالكترونية في عقود نموذجية الصادرة عن اليونسترال، كما نصت المادة 04-01 من التوجيه الأوربي رقم : 97-07 على معلومات الواجب تزويد أمستهلكيها،" يجب أن يستفيد المستهلك من المعلومات الآتية في الوقت مفيد قبل إبرام العقد بهوية المرد وعنوانه في العقود التي تتطلب وفاء مسبقا"<sup>4</sup>

<sup>1</sup>خلفي عبد رحمان، حماية المستهلك الالكتروني،مدخل تم تقديمها في الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك بجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 17و18 مارس 2009.

<sup>2</sup>جلول دواجي بلحول، القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون المعمق جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان كلية الحقوق و علوم سياسية، 2014-2015،ص87.

<sup>3</sup>جلول دواجي بلحول ، المرجع السابق،ص 87.

<sup>4</sup>جلول دواجي بلحول، المرجع نفسه،ص 77.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

هوية المورد تعني بيان اسمه ورقم هاتفه و مركزه نشاطه و كل البيانات التي توضح بوجه جلي شخصية المورد أما إذا كان المورد شركة وجب ذكر اسمها و موطنها و النظام المطبق على الشركة و حتى الاختصاص القضائي.<sup>1</sup>

### 2: إعلام المستهلك بالصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة :

نصت المادة:111من قانون الاستهلاك الفرنسي على إلزام التاجر الالكتروني الذي يعرض منتجاته عبر الانترنت بتحديد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة وعلى وجه الخصوص السمات الأساسية كيفية الاستعمال و الكمية و طرق التسليم و مدى صلاحية العرض<sup>2</sup>

وتكريس الحماية المستهلك نصت المادة:17 من قانون حماية المستهلك الجزائري على وجوب إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمتوج المعروض للاستهلاك.<sup>3</sup>

### الفرع الثالث: حق المستهلك في الإعلام:

أصبح اليوم الالتزام بلا إعلام بناءا قانونيا جديدا تمليه ضرورات الحياة الحديثة و متطلباتها،و بالتالي لا بد من ضرورة توسيع نطاق تطبيقه و بسطة على كافة العقود و ذلك رغبة في الحد من حالات عدم المساواة في المعرف بين أطراف العقد المراد إبرامه.

ويكون هذا الالتزام مطلوبا أكثر في مجال العقد الالكتروني، ذلك هذا النوع من التعاقد يتم باستخدام وسائل الكترونية دون التقاء مادي أطرافه، فيه الكثير من المخاطر التي تؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك.<sup>4</sup> لذا كان حرص التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الالكتروني على نحو معين يختلف عن حق في الإعلام في الحالات العادية.<sup>5</sup>

### أولا: المقصود بالإعلام الالكتروني:

سنتطرق إلى حق المستهلك في الإعلام و تحديد مضمونه بدقة:

### 1\_تعريف الالتزام بالإعلام:

لقد عرف شراح القانون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه "التزام سابق على التعاقد يتعهد بالتزام احد المتعاقدين بان يقدم للمتعاقد الآخر قبل إبرام العقد البيانات اللازمة لاجاد رضا كامل سليم حيث يكون المتعاقد الآخر على

<sup>1</sup>دواجي بلحول، للحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية مذكرة نيل شهادة الماجستير ،ص 99.

<sup>2</sup> قانون رقم 03\_09 مرجع سابق ، ص 100.

<sup>3</sup> بلحول دواجي بلحول ، مرجع السابق ، ص 103.

<sup>4</sup> زريقات عمر خالد، عقود التجارة الالكترونية ، عقد البيع عبر الانترنت، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان،2007،ص339.

<sup>5</sup> أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء مضمون العقدي، ط1، دار النهضة العربية القاهرة،1994،ص 150



علم بكافة تفاصيل هذا العقد.<sup>1</sup>

و للالتزام بالإعلام قبل التعاقد الالكتروني، فهي التزام عام يخطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع المعاملات الالكترونية، يلتزم المهني خلاله بالعلام المستهلك الالكتروني حول الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة ، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره فيصدر قرارات على إرادة واعية ورضا سليم.<sup>2</sup>

يتضح لنا أن العقد الالكتروني بخصوص الإعلام، يكون سابق و هو التزام أساسي للمورد أو المهني اتجاه المستهلك، مع الإشارة إلى البيانات التي تميز هذه السلعة أو الخدمة وقد نص المشرع الجزائري بالإعلام في الفصل الخامس من قانون حماية المستهلك و قمع الغش في المادة السابقة عشر "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة".<sup>3</sup>

حيث أشار المشرع الجزائري، إلى أن الالتزام بالإعلام في المعاملات التجارية أمر أساسي و مهم إذا نستشف ذلك ضمناً من نص المادة السابقة الذكر.

### 2: مبررات الحق في إعلام:

إن البيانات و المعلومات التي يلتزم المنتج و الموزع لسلعة او خدمة بتقديمها تؤدي الى تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد و يأخذ الالتزام بالإدلاء بالبيانات و المعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظراً لتفاوت في مستوى العلم و الخبرة بين المستهلك و المحترم الذي يتعاقد معه، مما يؤدي إلى الاختلال في التوازن العقدي لذلك فان تقرير الالتزام بالعلام المستهلك هو الوسيلة لإعادة المساواة في العالم بين المتعاقدين و إعادة التوازن إلى العقد.

### إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين:

إن تفاوت في المعرفة قد تزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي و التكنولوجي ، و ظهور المخترعات الحديث و الآلات المعقدة مما، جعل من المستهلك ان ينصرف عن التفاصيل الفنية و دقائق السلع المعروضة أن التباين في المعرفة و عدم لتساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد و الشروط المتعلقة به، يحتل نفس المرتبة التي

<sup>1</sup>خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري ،بيزوزو ، بتاريخ 2013/09/25.

<sup>2</sup>بوزكريانتصار، للحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الالكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق ،جامعة الباز2، سطيف كلية الحقوق، ص53.

<sup>3</sup>قانون رقم 03/09 المعدل و المتمم المؤرخ في 25 فيفري 2005، المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

يجتهدا عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية نظرا لان الطرف الضعيف معرض لاستغلال الطرف الأقوى الذي هو صاحب خبرة و معرفة جيدة.<sup>1</sup>

وتزداد الحاجة إلى بلوغ هذا الهدف في إبرام العقود الالكترونية نظرا للخصوصية التي تتمتع بها في استعمال التاجر لأدوات الويب التي تستطيع الوصول الى كل مكان و تمارس تأثير يتجاوز الأدوات التقليدية في الواقع ، لذا نجد عدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد يبرز تقرير الحق في الإعلام الالكتروني الذي يقع علي عاتق صاحب الخبرة من المهنيين و الإعلام بالبيانات و المعلومات الضرورية يساعد على تنوير إرادة المستهلك المتجهة إلى إبرام العقد الالكتروني.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: حق المستهلك في الرجوع عن العقد وأثاره:

تعتبر حقوق المستهلك في مرحلة تكوين العقد من الضمانات الأساسية من اجل الانتفاع المستهلك بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد، فيعتبر حق العدول احد الضمانات الهامة و هو أكثر و سائل حماية للمستهلك ملائمة لخصوصيات العقد الالكتروني.<sup>3</sup>

نظر الآن المستهلك لا تتوفر له الإمكانية الفعلية أو الحقيقية بمعاينة السلع ناو التحقيق من الأداء المناسب للخدمات، فحق العدول من الوسائل التي لها التشريعات الحديث لحماية رضاء المستهلك الالكتروني حيث يتضمن هذا الحق إعطاء فرصة للتروي و التفكير.<sup>4</sup>

### الفرع الأول: مفهوم حق في الرجوع :

يعد حق العدول في العقد الالكتروني حق إرادي محض يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقا للضوابط القانونية فهو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الالكتروني ،فحق العدول حق شخصي يمارسه المستهلك وفقا لما يراه محققا لمصلحه ، فهو ليس ملزما بإبداء أسباب معينة لهذا العدول فاستعمال هذا الحق لا يؤدي إلى قيام مسؤوليته.

### أولا: تعريف الحق في الرجوع:

عالج التوجه الأوربي رقم 07/97 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد الحق في الرجوع ضمن مادته السادسة التي نصت على انه "يملك المستهلك في كل عقد مدة سبعة أيام عمل على الأقل للرجوع أو العدول دون جزاءات و دون بيان السبب والمصاريف الوحيدة التي يتحملها المستهلك للممارسة حق العدول

<sup>1</sup> عبد المنعم موسى إبراهيم حماية المستهلك (دراسة مقارنة) منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الاولى ، 2007، ص372.

<sup>2</sup> حسن عبد الباسط الجميحي ،حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك) دار النهضة العربية ، القاهرة، 1996، ص22.

<sup>3</sup> نبيل محمد احمد صبيح،حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)مجلة الحقوق عدد02، 2007، ص59.

<sup>4</sup> طاهر شوقي مؤمن،عقد البيع الالكتروني (بحث في تجارة الالكترونية)دار النهضة العربية ، القاهرة، 2007، ص114.

هي المصاريف المباشرة لرد البضائع".<sup>1</sup>

يقصد بالحق في العدول إعادة المتعاقدين على الحالة التي كان عليها قبل التعاقد، بان يرد المستهلك بالمنتج الذي ثم تسليمه إليه مادام انه ثمة مبرر معقول دونما شطط الهوى الشخصي للمستهلك.<sup>2</sup>

أما المشرع الفرنسي فقد نص على حق الرجوع عن العقد في المادة 121-16-01 من قانون الاستهلاك الفرنسي والتي جاء فيها "بالنسبة لكل عمليات البيع عن بعد يملك المشتري مدة سبعة أيام تبدأ من تاريخ توزيع الطلب و ذلك لإعادة المنتج أو استبداله و التعويض عنه دون التعويض عنه دون التعرض لجزاءات باستثناء مصاريف الرجوع".<sup>3</sup>

ثانيا الإجراءات القانونية لحق الرجوع:

### 1- مبررات الحق في الرجوع:

لا شك أن الغاية الأساسية من عدول المستهلك عن بعض العقود هو حماية رضائه الحقيقي و ضمان إرادة واعية و مستنيرة ، و يتحقق ذلك بواسطة إعطاء المستهلك فرص كافية للتروي و التأمل في العقد يقدم على إبرامه متسرعاً بدون فكرة واعية و كافية عن المبيع، فهنالك عمليتين وراء تكريس هذا الحق هو صفة الاحتراف من جانب التاجر الذي لا يدخل جهداً بشق الطرق الإقناع للمستهلك بالتعاقد معه لا اقتناع سلعة أو خدمة و العامل الثاني هو صعب المستهلك و قلة خبرته في المجال خاصة في المعاملات الالكترونية التي يتعاقد مع أشخاص لا يعرفهم و لا يرى السلعة أمام عينيه.<sup>4</sup>

### 2- نطاق الحق في العدول:

مبحث التشريعات المقارنة للمستهلك الحق في العدول في عدة أنواع من العقود التي تجمع بينها ضرورة توفير حماية خاصة له.

1- قانون التوجيه الأوروبي، رقم 107/97 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد الحق في الرجوع.

2- أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، ط 1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 210

3- قانون الاستهلاك الفرنسي 949/39، الصادرة بتاريخ 26 جويلية 1993، عبر شبكة الانترنت.

4- خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع القانون المدني للأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق و العلوم السياسية، ص 145.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

فالمعيار المتبع في تحديد نطاق خيار الرجوع لم يكن طبيعة العقد نفسه فحسب، بل هو أيضا الظروف التي تم بها و الهدف المقصود من الحق في العدول.<sup>1</sup>

يتمد تطبيق الحق في العدول إلى البيع عن بعد و بالضبط بالنسبة للبيع الالكتروني و ذلك بالنسبة للايجار و للخدمات، لكن المشرع الفرنسي في نص المادة 20/121 من قانون المستهلك استبعد بعض العقود من التطبيق و هي:

\_\_ عقد توريد السلع و الخدمات التي تتحدد أثمانها وفقا لظروف السوق.

\_\_ عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المادة المقررة الممارسة الحق في العدول خلالها.

\_\_ عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها و فق لخصوصيات المستهلك ، أو المطالبة لشخصه حسب طبيعة لشخصه، بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها للبائع ، أو التي يسرع إليها الهلاك و التلف.

\_\_ عقود توريد الصحف و الدوريات و المجالات.

\_\_ عقود خدمات الرهان و أوراق اليانصيب المصرح بها.<sup>2</sup>

كذلك يشمل حق العدول في عقود بيع المنقولات دون العقارات نظرا لان الشكلية المطلوبة في عقود بيع العقارات تمنح للمشتري فرصة كافية للتفكير و التدبير في الصفقة تجدر الإشارة إلى إن التوجيه الأوربي يتضمن نطاق واسع لخيار الرجوع، فهو يشمل كل العقود المبرمة عن بعد سواء تعلق بسلع أو بخدمات، و لكن بالرجوع إلى المادة 316 من التوجيه الأوربي بشأن بيع المسافة و كذلك المادة 02/03 بشأن البيوع المنزلي نلاحظ انه قد تم استبعاد بعض المعاملات من خيار الرجوع فالمستهلك قبل نهاية مدة العدول و هي 07 ايام و كذلك الأمر كذلك الأمر فيما يتصل بعقود توريد المنتجات المصنعة حسب مواصفات المستهلك ورغباته الخاصة و يستثنى أيضا من خيار الرجوع العقود المتعلقة بتوريد أموال لأداء خدمات تعتمد أسعارها على تقلبات الأسواق المالية.<sup>3</sup>

1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف، بالإسكندرية القاهرة، 2008، ص 763.

2- خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك، المرجع السابق، ص 145.

3- أيمن مساعدة علاء خصاونة، الخيار المستهلك في البيوع المنزلية وبيوع المسافة مجلة الشريعة و القانون العدد 46 لسنة 2011، الأردن، ص

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

- كذلك قانون المبادلات التجارية الالكتروني التونسي الصادر في 09 اوت 2000 نص في فصل 32 على انه مع مراعاة أحكام الفصل 03 بالاستثناء حالات العيوب الظاهرة أو الخفية لا يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في الحالات التالية:

- أ- طلب المستهلك توفير الخدمة قبل انتهاء اجل العدول عن الشراء و يقر المهني بذلك.
  - ب- إذا تم تزويد المستهلك بمنتجات حسب خاصيات المستهلك أو تزويده بمنتجات لا يمكن إرسالها أو تكون قابلة للتلف أو الفساد بانتهاء مدة صلاحيتها.
  - ج- عدم قيام المستهلك بنزع الأختام عن التسجيلات السمعية أو البصرية و المعطيات الإعلامية أو نقلها ألبا.<sup>1</sup>
- نستنتج انه على رغم من أن التشريعات المقارنة قد منحت للمستهلك في العقود التي تتم عن بعد حق العدول إلا أنها لم تتفق فيما يخص طبيعة المال محل العقد الذي يشمل هذا الحق.

### 3-مدة ممارسة الحق في العدول:

حق الرجوع عن العقد تختلف المدة التي تكون فيها باختلاف محل العقد فإذا كان محل العقد بيع سلع أو خدمات أو منتجات فان مهلة ممارسة حق العدول عن العقد تبدأ من لحظة تسلم المتعاقد السلعة أو الخدمة و على هذا الحكم نص المادة 20/121 من التقنين الاستهلاكي الفرنسي في فقرتها الثانية.

إما إذا كان محل العقد أداء خدمة فان مهلة سريان الحق في العدول عن العقد تبدأ منذ لحظة قبول الإيجاب و قد جاء في الفقرة الثانية من المادة 412 مكرر 06 من مشروع تعديل التقنين المدني الجزائري مايلي:

المشروع مهلة سبعة أيام كاملة لتمس بحقه في العدول دون تسبب ذلك و لا دفع أي تعويض باستثناء مصاريف الإرجاع إن وجدت يسري للأجل المذكور في الفقرة السابقة ابتداء من تسلم الماء المباع (المباع).

### 4- كيفية ممارسة الحق في العدول:

حق العدول يبقى خاضعا لتقدير المستهلك ، إن شاء قام به و إن شاء امتنع، دون أن يكون مطالب بتقديم تبرير عن ذلك و هو ما نصت عليه المادة 20/121 و قد نصت في فقرتها الأولى من تقنين الاستهلاكي الفرنسي الموافقة للمادة 412/مكرر/06 من مشروع قانون

---

1-الفصل 32 من قانون عدد 2000/83 يتعلق بالمبادلات و التجارة الالكترونية التونسي

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

تعديل التقنين المدني الجزائري فان المشتري يكون ممارسه حق في العدول عن العقد خلال المدة المحددة له دون إبداء أسباب ذلك، فهو حق خالص للمشتري بممارسه بإرادته المنفردة دون العدول إلى القضاء و البغض النظر عن موقف المهني و دونها حاجة إلى تبرير.<sup>1</sup>

### ثالثا: آثار العدول عن العقد:

يترتب على اختيار المستهلك طريق الرجوع عن التعاقد زوال العقد و انقضائه و يلتزم الأطراف بإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل التعاقد ، و لممارسة حق الرجوع آثار بالنسبة للتاجر من ناحية و بالنسبة للمستهلك من ناحية أخرى.

### 1\_آثار العدول بالنسبة للمهني:

إذا استعمل المستهلك حقه في العدول خلال المدة القانونية يترتب على ذلك التزام المهني برد الثمن ، و ذلك في خلال مدة أقصاها ثلاثون يوما طبقا لنص المادة 01/20/121 من القانون الاستهلاكي الفرنسي و في حالة ما إذا انقضت هذه المدة و لم يقو المهني بإرجاع الثمن ، فان كل يوم تأخير يصاحبه فوائد لصالح المستهلك.<sup>2</sup>

إما إذا تعلق الأمر بأثر العدول على العقد القرض المبرم تمويلا للعقد الذي عدل عنه المستهلك ، فان ذلك يؤدي إلى إنهاء عقد القرض لان ممارسة المستهلك حقه في العدول يؤدي إلى فسخ عقد الائتمان بقوة القانون دون تعويض أو مصروفات باستثناء المصروفات المحتملة لفتح ملف الائتمان.<sup>3</sup>

وقد توافقه المادة 421مكرر07 من مشروع قانون تعديل التقنين المدني للجزائري على المهني أن يرد الثمن خلال ثلاثين يوما من اليوم الذي يعلن فيه المشتري تمسكه بالعدول و على المشتري أن يكون تمسكه بالعدول.

### 2\_آثار العدول بالنسبة للمستهلك الالكتروني:

إن ممارسة حق العدول بالنسبة للمستهلك حق مجاني ، فان مارسه خلال مدة المحددة قانونا فلا يتحمل أي تبعات و لا يترتب على ذلك أي جزء ماعدا ما تعلق بالمصروفات المحتملة لإرجاع بالمنتج أو السلعة.

1-قانون الاستهلاك الفرنسي، رقم 949/39 الصادر بتاريخ 26 جويلية 1993 عبر شبكة انترنت.

2-كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامع الجديدة، الإسكندرية، 2012ص064.

3-عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك المرجع السابق، ص 784.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

و من حيث آثار العدول عن العقد ، فانه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه و على المستهلك إرجاع البضاعة كما تسلمها و إذا كانت خدمة فعلية إن يتنازل عنها.

### الفرع الثاني: التصدي للشروط التعسفية وحماية البيانات الشخصية للمستهلك:

إن أشكال التعاقد عبر الانترنت تظفي عليها صور العقود النموذجية التي يتولى عدادها مسبقا مختصون يتمتعون بالتفوق الاقتصادي و الكفاءة الفنية لهذا يستوجب حماية خاصة للمستهلك إضافة إلى خصوصية الوسائل المستعملة من اجل التعاقد الالكتروني التي يتضمن بيانات الخاصة للمستهلك يفرض حمايته من اجل كسب ثقة المستهلك.

### أولاً: التصدي للشروط التعسفية:

لحماية المستهلك من الشروط التعسفية غالباً ما تقوم القوانين الوطنية بإضفاء حماية التشريعية بالاشتراط تضمن العقد بعد البنود التي تحصل المستهلك و ذلك إلى جانب تحويل القاضي سلطة مراجعة الشروط التعسفية.<sup>1</sup>

### 1-تعريف الشروط التعسفية:

وفقاً لنص المادة 35 من القانون الفرنسي الصادرة في 10 يناير 1978 و المتعلق بحماية و إعلام المستهلكين يقصد بالشروط التعسفي "ذلك الشرط الذي يتم فرضه على المستهلكين بطريقة التعسف في استعمال السلطة الاقتصادية من جانب المهني أو المحترف".<sup>2</sup>

وذلك نص القانون الفرنسي الصادر في الأول من فبراير 1995 بشأن حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية على انه "تعتبر شروط تعسفية في العقود المبرمة بين المهنيين و غير المهنيين أو المستهلكين تلك التي يكون موضوعها أو من آثارها إحداث اختلاف واضح بين حقوق و التزامات الأطراف في العقد".<sup>3</sup>

و قد نص المشرع الجزائري في المادة 29 من نفس القانون السالف الذكر الحالات التي يعتبر تصرف احد الأطراف العقد من قبل التعسف و هي:

-نص المادة 29 "تعتبر بنود و شروط تعسفية في العقود بين المستهلك و البائع لا سيما البنود و الشروط التي تمنح هذا الأخير".

1-عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الالكتروني، المرجع السابق، ص 18.

2-خالد محمود إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، المرجع السابق، ص 198.

3-خالد محمود إبراهيم ، المرجع نفسه، ص 459.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

- 1- اخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقبلها حقوق و/أو امتيازات معترف بها للمستهلك.
- 2- فرض التزامات فورية و نهائية على المستهلك في العقود في حين انه يتعاقد هو بشروط يحققها هو متى أراد.
- 3- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.
- 4- التفرد بحق تغيير شروط أو عدة شروط من العقد أو تفادي اتخاذ قرار البث في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية.
- 5- التزام المستهلك في فسخ العقد إذا اجل بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته:
  - التفرد بتغيير اجل تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.
  - تحديد المستهلك بقطع العلاقات التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع للشروط تجارية جديدة غير تعاقدية.<sup>1</sup>

### 2- وسائل حماية المستهلك من الشروط التعسفية:

غالبًا ما تقوم القوانين الوطنية بإضفاء الحماية التشريعية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية باشتراط تضمين العقد بعض البنود التي تحمي المستهلك، وذلك بجانب تحويل القاضي سلطة مراجعة الشروط التعسفية.<sup>2</sup>

وقد نهى المشرع عنها لأنها تحقق مصلحة لأحد أطراف العقد و الذي غالبًا ما يكون المهني في المقابل يتحمل الطرف الآخر و هو المستهلك التزامات أكثر مما تجب عليه و خطر هذه الشروط تسري على جميع العقود هذا ما نصت عليه المادة 30 من القانون 02/04 المتعلقة بالقواعد المتعلقة بالممارسات التجارية "بهدف حماية مصالح المستهلك و حقوقه يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم و كذا منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية".<sup>3</sup>

1- قانون رقم 02/04 المعدل و متمم بالقانون 06/10 المحدد لقواعد الممارسات التجارية، ص6.

2- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، نفس المرجع، ص 198.

3- قانون رقم 02/04، المعدل و متمم بالقانون 06/10 المحدد لقواعد الممارسات التجارية، ص6.



### الفرع الثالث: توفير الحماية للبيانات الشخصية للمستهلك:

تكاد اغلب التشريعات المقارنة تخلو من تعريف الحف في الخصوصية أو ما يعرف بالحق في الحياة الخاصة في دساتيرها و قوانينها و قد تناولت بعض التشريعات تعرفها منها القانون السوري في نص المادة 22/01 من مرسوم التشريعي رقم 17 لعام 2012 على حق في الخصوصية بأنه حق الفرد في حماية أسراره الشخصية و الملاصقة للشخصية و العائلة و سمعته و محرمته منزله و ملكيته الخاصة في عدم اختراقها و كشفها دون موافقته"

و أكد الدستور الجزائري لسنة 1996 المعدل بموجب القانون 01/16 المؤرخ في 06 مارس 2016 و هذا في المادة 46 منه "لا يجوز انتهاك حرمة المواطن خاصة و حرمة شرفه و يحميها القانون سرية المراسلات و الاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة"

كما أن التوجيه الأوربي رقم 46 عرف في مادته الثانية البيانات الشخصية الالكترونية بأنها البيانات التي تتعلق بشخص معروف أو قابل لتعريف أو غير ذلك من الميزات الشخصية و الجسدية و العقلية و الاقتصادية و الثقافية أو الهوية لاجتماعية أو عمر البيانات المحفوظة لدى المراقب"<sup>1</sup>.

كما أن المشرع الجزائري جرم الاعتداء على الحقوق الملازمة لشخصية الإنسان طبقا لنص المادة 47 من قانون الاملائي<sup>2</sup> ، كما إن الدستور الجزائري لسنة 1996 في المادة 34 منه نص على "أن الدولة تضمن عدم انتهاك حرمة الإنسان"<sup>3</sup>.

كما نص كذلك في القانون العقوبات على تجريم الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة صراحة في نصوص المواد 303 مكرر و 303 مكرر 04/01

---

1-الأمر 58/75، المؤرخ في 1975/09/25 يتضمن القانون المدني ، المعدل و المتمم بالقانون رقم 07/05 المؤرخ في 13/05/2007 جريدة الرسمية عدد 31، الصادر بالتاريخ 13/05/2007.

2-دستور 28 نوفمبر 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئيسي 438/96 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996 عدد 76 لسنة 1996، معدل متمم بموجب القانون رقم 19/08، مؤرخ في 2008/07/15 يتضمن التعديل الدستوري عدد 63 الصادر في 16 نوفمبر 2008

3-الأمر رقم 15/66 مؤرخ في 8 يونيو 1996 يتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية عدد 49، الصادرة بتاريخ 11 يونيو 1996، المعدل و المتمم.

### المبحث الثاني: حماية المستهلك الالكتروني إثناء تنفيذ العقد:

بعد تطابق الإيجاب و قبول في مرحلة إبرام العقد الالكتروني ينتقل الطرفين إلى مرحلة تنفيذ العقد حيث يلتزم كل طرف بالوفاء بالالتزامات الناتجة عنه و تنفيذها ، و لقد سعى المشرع الجزائري بدوره الى تحقيق العدل و الأنصاف في علاقة المستهلك بالمحترف من خلال القانون 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989 (الملغى) المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك و تبعه من نصوص تنظيمية و تطبيقية<sup>1</sup> إذا جاء القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش . حيث فرض هذا الأخير مجموعة من الالتزامات على عاتق المحترف إلى حماية المستهلكين فحماية المستهلك الالكتروني في هذه المرحلة تتمثل في الحماية المدنية إضافة إلى الحماية الجنائية.

### المطلب الأول : حماية المدنية للمستهلك الالكتروني :

الحماية المدنية من ضمانات الأساسية من اجل انتفاع المستهلك بالمنتج أو خدمة محل التعاقد و يتمثل في التزام البائع بنقل و تسليم المبيع، إضافة إلى ضمان التعرض و الاستحقاق و ضمان العيوب الخفية.

### الفرع الأول : الالتزام بالنقل الملكية:

لقد عرف الفقه بأنه "عقد يلتزم البائع بمقتضاه أن ينتقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر مقابل ثمن نقدي"<sup>2</sup>، وهذا ما عرفه الأستاذ إسماعيل غانم حيث يصدر عن هذه الحماية شرط أساسي و هو نقل الملكية.

و قد عرف المشرع الجزائري عقد البيع كذلك في المادة 351 من القانون المدني الجزائري "البيع عقد يلتزم بمقتضات البائع أن ينتقل للمشتري الملكية شيء او حق ماليا أخرى مقابل ثمن نقدي"<sup>3</sup>.

لكن كثيرا ما يكون البائع ملتزم بنقل ملكية شيء المبيع للمشتري لكن يمكن للبائع أن يحتفظ

لنفسه بالملكية بمقتضى شرط في العقد حتى يوفي المشتري بكامل الثمن ، و كثير ما يأتي النص على هذه الشروط في عقود البيع عبر شبكة الانترنت ، و بمجرد انتقال ملكية الشيء المبيع للمشتري يصبح لديه حق التصرف فيه

<sup>1</sup> -عماد الدين محمد عياض، الحماية المدنية للمستهلك من خلال الممارسات التجارية، دراسة على ضوء القانون 02/04، رسالة ماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2006، ص 18.

<sup>2</sup> -محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات جامعية، الجزائر ، من دون سنة نشر، ص 9.

<sup>3</sup> -القانون رقم 58/75 المعدل و المتمم بالقانون رقم: 05/07 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007 التضمن القانون المدني الجزائري.

و يجوز له أن يرهنه، ا وان يرتب عليه أبحق عيني آخر لأي شخص من الأشخاص.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: التزام بتسليم:

عرف المشرع الجزائري الالتزام بالتسليم من خلال المادة 367 من القانون المدني الجزائري " يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته و الانتفاع به دون عائق و لو يتسلمه ماديا مادام البائع قد اخبره بان مستعد لتسليم بذلك و يحصل التسليم على نحو الذي يتفرق مع طبيعة الشيء المبيع"<sup>2</sup>

### أولاً: الالتزام بتسليم السلعة عبر الانترنت:

أن موضوع تسليم هو الشيء المبيع و الذي قد يكون سلعة ذات كيان مادي محسوس، كالمعدات و قد يكون أشياء ذات كيانات معنوية أو اعتبارية و ليس لها وجود مادي ملموس مثل برامج الكمبيوتر و قواعد البيانات أو مقاطع الموسيقى فيمكن في هذه الحالة أن يكون التسليم بالوسائل الالكترونية بحيث يمكن نقل هذه البيانات الكترونيا إلى المتعاقدون اللجوء إلى الطرق التقليدية في التسليم.

يلتزم البائع بتسليم شيء المبيع للمشتري في الحالة التي كانت عليها وقت البيع ، فان موضوع التسليم هو الشيء المبيع و الذي قد يكون سلعة أو خدمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد حسن رفاعي العطار، الربيع شبكة الانترنت، (دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 سنة 2004)، دار الجامعة الجديدة بالقاهرة، -2007، ص108.

<sup>2</sup> -المادة 367 من الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13/05/2007، جريدة رسمية عدد 31، الصادرة بتاريخ 13/05/2007.

<sup>3</sup> -خليل احمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع ديوانا لمطبوعات الجامعية، الجزائري، 2000، ص121

ثانيا: التزام البائع بالتقديم الخدمة:

هناك الخدمات التي تقدم على شبكة الانترنت في مجال معين من العلم.<sup>1</sup> كقاعدة عامة فان التزام المورد بأداء خدمة هو التزام بتحقيق نتيجة ملم يتضح من نصوص العقد أو طبيعة الالتزام أن الأمر يتعلق بتحقيق غاية و لا يستطيع المورد التخلص من المسؤولية إلا بإثبات السبب الأجنبي المتمثل في القوة القاهرة أو خطأ الغير<sup>2</sup> لهذا فهناك العديد من الخدمات التي تقدم عبر شبكة الانترنت كتعاقد المستهلك مع إحدى الشركات المتخصصة في إنتاج البرامج الحديثة كشركة (ميكروسوفت) لشراء احد البرامج عالية التقنية ، فإمكان الشركة إن تنفذ التزامها بالتسليم عبر شبكة الانترنت ذاتها و يحصل عليها المشتري مباشرة على الخط ثم ينقله على القرص الصلب الخاص به إضافة إلى تقديم الاستشارة القانونية من قبل المحامي أو الاشتراك في بنوك المعلومات عبر الانترنت لا يمكن تنفيذه في لحظة واحدة بل يكون تنفيذه متتابع على فترات زمنية مستمرة قصر الاستعلام لتلقي النصائح الفنية للحصول على أفضل خدمة.<sup>3</sup> كما يجب على المورد الخدمة تقديم المعلومات صحيحة شاملة مع الحفاظ على سرية مطالب الزبون بشأن الخدمات الموردة له.

إذن مما تقدم يتضح لنا الالتزام الذي يلتزم به المهني المدين ،هو التزام بتحقيق نتيجة،و هذا النتيجة يجب أن يحققها للمستهلك عبر شبكة الانترنت.

### الفرع الثالث: حق المستهلك في ضمان العيوب الخفية:

الالتزام بضمان العيوب الخفية من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع المستهلك الذي يتعاقد الكترونيا مع المزود من اجل شراء المنتج يفرض انه خال من العيوب و صالح الغرض الذي اشتراه من اجله، على نحو يمكنه من الانتفاع به على الوجه الذي يحقق الغاية

<sup>1</sup> -حمادي محمد انيس، صحة العقد المبرم عبر الانترنت،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع القانون المدني للأعمال جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق و العلوم السياسية، تاريخ المناقشة 2016/05/23،ص145.

<sup>2</sup> -ماجد محمد سليمان ابا لخليل، العقد الالكتروني،فهرسه مكتبة المالك الفهد الوطني، أثناء النشر الرياض،ط1،1428،ص77.

<sup>3</sup> -محمد حسن الرفاعي العطار،البيع عبر شبكة الانترنت ،(دراسة مقارنة)،في ضوء قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 سنة 2004،دار الجامعة الجديدة ،القاهرة، 2007،ص110.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

المقصودة منه حيث لو كان يعلم أن المبيع به عيوب تنقص من الانتفاع به لما أقدم على شرائه، فضمان العيوب الخفية يعد وسيلة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم مطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها و التي تستلزم ها الأعراف و طبيعة التعامل، و هذا ما يدعونا إلى تعريف العيب الخفي و تحديد شروطه.

### أولاً: تعرف العيب الخفي:

يمكن تعريفه من عدة نواحي سواء من ناحية المادية أو الوظيفة أو العقدية، فيمكن تعريفه من الناحية المادية "العيب الذي يتلف الشيء، أو يلحق به الهلاك و يؤدي إلى انتقاص من قيمته أو منفعة.<sup>1</sup>

أما من ناحية الوظيفية "انه العيب الذي يصيب الشيء في أوصافه أو في خصائصه بحيث يجعله غير صالح للفرض المعد لأجله و يعرف من الناحية العقدية بأنه " تخلف صفة في المبيع التزام البائع المشتري و جودها فيه.<sup>2</sup>

كما يمكن تصنيف العيوب في المنتجات التي تنشأ عنها الإضرار إلى ثلاثة أنواع الأول عيوب في التصميم و النوع الثاني عيوب في الصنع و النوع الثالث فهو التعليمات و التحذيرات المعيبة ويلاحظ أن عيب التصميم و التصنيع مرتبطين بالخصوص الذاتية للمنتج ، بينما عيوب المنتج التي تتعلق بالتعليمات و التحذيرات فهي تتصل بعوامل خارجية لا تدخل في تركيب المنتج كعدم الإدلاء بالبيانات التي يفترض أن تكون مصاحبة للمنتج.

حسب المادة 379 من القانون المدني الجزائري يكون البائع ملزماً بضمان إذ لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسب ما يظهر من طبيعة استعماله فيكون البائع ضامناً لهذا العيوب و لو لم يكن عالماً بوجودها.

غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع أو كان في استطاعته أن يطلع عليه لو انه فحص المبيع بعناية الرجال العادي إلا إذا أثبت المشتري إن البائع أكده خلوه المبيع من تلك العيوب أو انه أخفها غشا عنه.<sup>3</sup>

1- ماجد محمد سيلمان أبا خليل ، العقد الالكتروني، مرجع السابق، ص77

2- خالد ممدوح ابراهيم، أمن الجريمة الإلكترونية، المرجع السابق، ص242.

3- المادة 379 من الأمر 58/75 المتضمن القانون المدني، الجزائري، المؤرخ في 1975/09/25، الصادر بالتاريخ 13/05/2007، جريدة الرسمية عدد31.

### ثانيا شروط العيب الخفي الموجب للضمان:

لا يترتب في جميع الأحوال الالتزام بضمان العيوب الخفية في المبيع إلا إذا توفرت عدة شروط و هي تكفل قدر أكبر من الحماية للمستهلك، و تحافظ في نفس الوقت على استقرار المعاملات و لفرض التمسك بالضمان يجب أن نكون بصدد عيب خفي يمثل قدرا من الجسامة، موجودا وقت التسليم كما أن تقديم خفاء العيب يتوقف على مدى تفحص و خبرة العميل الذي يمكنه من اكتشاف العيب في فحص عادي أو دقيق إلا أن الأمر يزداد صعوبة و دقة بصدد المنتجات و الخدمات الفنية الحديثة المعقدة التي يغلب التعامل عليها الكترونيا ببرامج الحاسبة الآلي و المعلوماتية و ستعرض كل من هذه الشروط بالتفصيل.

#### 1- أن يكون العيب قديما:

مجرد و جود العيب وقت التسليم أي أن مجرد وجود العيب وقت التسليم يوجد الضمان لو يكن موجود أوقت العقد، فالبائع يضمن العيب الموجود وقت العقد و ذلك الذي ينشأ بعد العقد و قبل التسليم ، أما العيب الذي طرأ على المبيع بعد التسليم فلا يضمنه البائع.<sup>1</sup>

و يكفي أن تكون نواة العيب الخفي موجودة في المبيع عند التسليم و لو لم يستفحل أمرها و تتطور تلافيها بعد وجود سوسا في الخشب أو جراثومة مرض في الحيوان بشرط أن يكون تطور العيب كامنا فلا ضمان على البائع.<sup>2</sup>

#### 2: أن يكون العيب خفيا وقت البيع :

يقصد بخفاء العيب ألا يكون ظاهرا وقت التعاقد فلا وجه لضمان البائع إذا كان الغيب ظاهرا أو به المشتري فالبائع لا يضمن العيوب التي كان المشتري يعلم بها وقت البيع فواجب على البائع ضمان العيب الخفي دون الظاهر عبء إثبات خفاء العيب واقع على عاتق المشتري.<sup>3</sup>

أي لم يكل بوسع المشتري أن ينتبه وقت البيع للعيب لو انه فحصه بعناية الرجال العادي فلا ضمان للبائع إذا أهل المشتري فحص المبيع بعناية الرجل

العادي أو فحصه و لمن لم ينتبه لنقص خبرته عن مستوى الرجال العادي.

<sup>1</sup> -خالد ممدوح ابراهيم، أمن الجريمة الإلكترونية، المرجع السابق، ص78.

<sup>2</sup> -خلد ممدوح ابراهيم، المرجع نفسه، ص242.

<sup>3</sup> -مرقس سليمان، شرح القانون المدني (العقود المسماة: عقد البيع)، الطبعة الرابعة، عالم الكتب ، القاهرة، 1980.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

وثمة رأي في الفقه بأنه إذا كان المبيع من الأشياء التي يلزم الاستثناء فيها برأي خبير و لكن المشتري اكتفى بفحصه بنفسه فلم يكتشف العيب النقص خبرته فلا ضمان على البائع بميدان هذا الالتزام ما لم يستلزم القانون.<sup>1</sup>

### 3: أن يكون العيب معلوما للمشتري وقت البيع:

طبقا للمادة 379 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري ،يجب أن يكون المشتري غير عالم عند التعاقد بالعيب لان العلم بالعيب يسقط حق المشتري في الضمان فالبائع لا يضمن العيوب التي كان المشتري يعرفها وقت البيع إذا يعد ذلك دلالة على تنازل المشتري عن حقه في الضمان.

ولا يشترط أن يكون العلم ناتج عن أخبار البائع للمشتري بالعيب فقد يعلم به المشتري إذا كانت له خبرة أو يستعين بخبير و يقع عبء الإثبات على البائع أن المشتري كان يعلم بالعيب وقف تسلم المبيع ،وهي واقعة مادية يجوز إثباتها بكافة الطرق .<sup>2</sup>

### 4: أن يكون العيب مؤثرا:

إذا كان العيب على درجة من الجسامة التي ينظر فيها مدى أحداثه نقص في قيمة المبيع أو على صلاحيته للاستعمال و مدى نفعه بحسب الغاية المقصودة منه كما هو مبين في العقد أو كما ظاهر من طبيعة الشيء .

يكون العيب مؤثرا حسب نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري هو الذي ينقص من قيمة المبيع أو الانتفاع به حسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعة أو استعماله.<sup>3</sup>

ودون إن يعلنها المشتري للبائع لا تدخل في الاعتبار عند تحديد ما إذا كان العيب مؤثر أولا.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> -الدكتور محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجمعية، الجزائر، 2001، ص155.

<sup>2</sup> -يحيى شريف عز الدين مجدوب فاروق، التزام البائع بتسليم المبيع في القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل الشهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2011/2012، ص20.

<sup>3</sup> -محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001. ديوان مطبوعات الجامعة، الجزائر، 2001، ص 156.

<sup>4</sup> -محمد حسنين، المرجع نفسه، ص156.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

أما في قانون المدني الفرنسي فقد نصت المادي 1641 على أن العيب يكون مؤثر إذا بلغ حد امن الجسامة ، بحيث لو علم المشتري وقع التعاقد لا امتنع عن الشراء أو اشتراؤه بثمن يقل عن ثمنه، و لا يضمن البائع العيب غير المؤثر أي العيب التافه الذي جرى العرف على التسامح فيه فالعيب يكون تافها إذا كان يمس سوى بعض الأمور الكمالية أو كان لا يلحق ضرر بالمشتري ،وعبء إثبات الضرر الذي يمس بالمشتري يقع عليه و له كافة الطرق في ذلك.

وبجوز للمستهلك رفع دعوى الضمان حسب المادة 382 من القانون المدني الجزائري تبقى دعوى الضمان مستمرة و لو هلك الشيء المبيع و بأي سبب كان .<sup>1</sup>

### الفرع الرابع: حق المستهلك في ضمان عدم التعرض:

تطرق المشرع الجزائري إلى ضمان التعرض و الاستحقاق في المادة 371 من القانون المدني و تنص على انه "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه، سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري و يكون البائع مطالب بالضمان و لو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه."<sup>2</sup>

يلتزم البائع بضمان كل فعل صادر منه أو من غير و يكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو جزء منه و يجب أن نميز بين ضمان التعرض الشخصي و ضمان التعرض الصادر من الغير .

### أولا :ضمان عدم التعرض الشخصي:

التعرض الشخصي هو عمال من شأنه أن يعوق انتفاع المشتري بالمبيع على النحو الذي أخده له أو يؤدي إلى سلب المشتري ملكية المبيع كله أو بعضه أو الحقوق المتفرعة عنه كحق الانتفاع أو يجعل المبيع مستحقا كله أو بعضه للغير .

و هو يعتبر كل تصرف قانوني يشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري و يمكن أن يكون التعرض مادي في حالة قيام البائع بأي فعل يؤدي إلى الحيلولة دون انتفاع المشتري بالمبيع و يحق للمشتري في هذه الحالة رفع دعوى على أساس الإخلال بالالتزام

1-القانون رقم 58/75، التقنين المدني الجزائري

2-انظر المادة 371 من الأمر رقم 58/75 التقنين المدني الجزائري



## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

العقدي المتمثل في الالتزام بضمان التعرض و الاستحقاق، بالنسبة للتعرض القانوني فهو يتمثل في ادعاء البائع أن له حق مواجهة المشتري.<sup>1</sup>

و شمل ضمان البائع عدم التعرض الشخصي للمشتري كل عمل مادي و كل تصرف قانوني يصدر منه و يؤدي إلى استحقاق كلى أو جزئي.

وإذا كان ضمان التعرض يجد مجالاً لتطبيقه في مجال المعاملات الالكترونية الحديثة إلا أن بعض الفقه يرى انه من الصعب تصور التعرض الصادر من البائع نفسه و كسب ثقة العملاء و للتعرض الصادر من البائع عن الشبكة عدة صور منها:

-قيام مصمم برنامج الكمبيوتر المتعاقد عادي شرائه بإتلافه بعد تمام عملية البيع من خلال فيروس معين قام المصمم بزعه داخل البرنامج المبيع أو كقيام المهني المتعهد بتوريد خدمات معينة كخدمة الاشتراك في أنت على سبيل المثال الأحد العملاء بسعر معين ثم يقوم بالتعاقد مع عميل أخرى منافس الأول على إمداده بنفس الشيء بسعر منخفض و بجودة أعلى مما يضر الأول.

و التعرض الصادر من البائع يستوي أن يكون مبنياً على سبب قانوني ا وان يكون التعرض المادي.<sup>2</sup>

### ثانياً:ضمان عدم التعرض من الغير:

يوجد عدة شروط لقيام البائع بضمان تعرض الغير و هي :

- 1-إن يكون التعرض شروط لقيام البائع بضمان التعرض القانوني و لا يضمن التعرض المادي من الغير.
- 2-أن يكون سبب الاستحقاق سابقاً على البيع أو حقاً له بشرط إن يكون لسبب راجع إلى البائع نفسه.
- 3-أن يكون التعرض حالاً.

و هذه الشروط طبقاً للمادة 371 من القانون المدني الجزائري" يضمن البائع عدم التعرض

للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعض أسواق كان التعرض من فعله أو من الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري و يكون البائع مطالب بالضمان و لو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع

1-حسنيين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 2001، ص 126-127.

2-محمد حسن رفاعي العطار، الربيع شبكة الانترنت، المرجع السابق، ص125.

و قد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه".<sup>1</sup>

ومن أمثلة التعرض الصادر من الغير الذي يدعى انه و كيل إحدى الشركات المعروفة و يعلن عبر الشبكة استعدادة لبيع منتجات تلك الشركة للعملاء ثم يتضح عدم أحقيته في ذلك.

وفي حالة حصول التعرض الصادر من الغير يلتزم البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملتزما بدفع ذلك التعرض و في هذه الحالة يصبح البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملتزما بدفع ذلك التعرض و في هذه الحالة يصبح البائع منفذاً لألتزامه تنفيذاً عينياً.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك في عقد الاستهلاك الالكتروني:

أصبح العديد من المستهلكين عرض لجملة من المخاطر عبر تسويقهم من خلال شبكة الانترنت ، و ذلك راجع إلى عدم وجود السلعة و الخدمات أمام أعينهم مما أدى إلى حرص التشريعات على حماية المستهلك من خلال تجريم بعض أفعال من بينها الاحتيال عبر شبكة الانترنت و الغش الصناعي و التجاري في عقود التجارية الالكترونية .

### الفرع الأول: أركان الجريمة الالكترونية:

الجريمة الالكترونية تتم بين طرفين في العقد أي بين الجاني و المستهلك باستخدام شبكة المعلوماتية وكثيرا ما يكون مصدرها التاجر حيث يتسم سلوكه بالغش و التحليل وما تتميز به الجرائم الالكترونية عن الجرائم العدية هو أن في الأولى لا يكون فيها الالتقاء المادي بين الطرفين و تتميز أيضا بتقنيات عالية.

### أولا : الركن المادي:

قد يكون الإنسان ضحية لبعض الجرائم كالفساد أو بيع مواد مغشوشة فالركن المادي هو أي فعل أو سلوك محظور صادر من الإنسان يمكن أن يسبب ضرر و يجب إن تكون علاقة سببية بين الفعل و النتيجة ، هنا يتشكل الركن المادي للجريمة الالكترونية كالشخص الذي يشتري برامج الاحتراق لاستعمالها في سرقة رقم البطاقة الائتمانية عبر الانترنت و الركن و يكون إن يتوفر في حالة البيع الالكتروني كغش التاجر في عرضه لسلع غير صالحة

1-القانون رقم: 58/75المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل و المتمم.

2-عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الالكترونية، المرجع السابق،ص334.

للاستهلاك.<sup>1</sup>

ثانيا: الركن المعنوي:

الركن المعنوي هو نية الفاعل و إرادته المتجهة إلى تحقيق جريمة يعاقب عليها القانون مع عمله بأنه عمل غير مشروع، كتقليد العلامات التجارية بهدف تضليل المستهلك فالمهني من الصعب أن يكون جاهلا لعيوب المبيع فيما يخص البيوع التي تتم عبر الانترنت فأساس الركن المعنوي للجريمة الالكترونية هو إرادة الجاني، فاصل جميع الجرائم أنها تقع عمدية.<sup>2</sup>

الفرع الثاني: صور الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني:

لشبكة الانترنت دورا كبير من حيث الانتشار و الدعاية و التأثير على المستهلك الذي يكون ضحية للعديد من الجرائم المترتبة ضده و التي تزداد كل مرة كجرائم الغش و الاحتيال و الخداع.

أولا: حماية المستهلك من جريمة الاحتيال التجاري عبر شبكة انترنت:

لقد نال موضوع الاحتيال التجاري على الانترنت أهمية كبيرة خلال الآونة الأخيرة نظارا لانتشار استخدام الانترنت في كافة مجالات الحياة، إذا أن جرائم الانترنت احتلت نسبة هامة من بين الجرائم الاقتصادية على مستوى كثير من الدول. وانتشرت ظاهرة الاحتيال في هذا النوع من التعاقد انتشارا مستلزما الحذر، و قد كانت دول العالم الثالث و الأقطار الغربية من ابرز الضحايا العمليات الاحتيال و اغلب هذه الحوادث تمت نتيجة التعاقد عبر الانترنت.<sup>3</sup>

تحدث جريمة الاحتيال للالكتروني في عقد الاستهلاك عبر انترنت عندما يلجا المعنى متعمدا ، و لأجل الترويج لمنتجاته إلى الدعاية المضللة التي قد تنطوي في بعض الأحيان على مغالطات عملية، على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية المضللة لمزايا

السلعة، و القواعد المرجوة من ورائها بحيث تؤدي إلى الاستيلاء على نقوده

<sup>1</sup> -حميم محمد، المرجع السابق، 247، انظر أيضا: عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل السياسة جامعة مواد معمري، تيزي وزو، 2012، ص99.

2- او شن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الإداري، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2012، ص16. انظر أيضا: حميم محمد ،مرجع نفسه، ص253.

3- محمد حسن رفاعي العطار ، الربيع شبكة الانترنت، المرجع السابق، ص 95.

### 1-الركن المادي لجريمة الاحتيال:

هو قيام البائع بتصرفات و أكاذيب تهدف إلى تضليل المستهلك و خلق الاعتقاد الخاطيء

لديه حول حقيقة السلع أو الخدمة محل التعاقد بحيث لولاها لما أقدم على التعاقد.

و مشروع الجزائري يسعى إلى توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية و أساليب المعالجة الآلية للمعطيات ذلك لمواجهة بعض أشكال الآحام الجديد،وقد نص في قانون العقوبات في القسم السابع تحت عنوان "المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات"على عدة جرائم كسرقة البيانات و البرامج الحاسب الآلي هذا سواء بالاطلاع غيرا لشرع عليها أو نقلها والاستيلاء عليها إضافة إلى الدخول أو البقاء المؤدي إلى تخريب نظام اشتغال المنظومة أو إدخال أو أزالة أو تعديل معطيات بطريقة الغش في نظام المعالجة الآلية و ذلك في المواد 394 مكرر 394 مكرر<sup>1</sup>.

وقد نص أيضا على سبيل الحصر في 68 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش.<sup>2</sup>

### 2-الركن المعنوي:

جريمة الاحتيال كثيرا ما تحدث في عقود التجارة الالكترونية عندما تكون نية المزود الترويج لمنتجاته فيلجا للدعايات المضللة لخداع المستهلك تعتبر جريمة الخداع التجاري من الجرائم العدمية التي تتطلب توفر القصد الجنائي لقيامها و يتحقق ذلك بثبوت علم البائع أو المتدخل بان الوسيلة التي يستعملها ستؤدي إلى خداع المستهلك بشأن السلعة أو الخدمة المتعاقدة معه عليه و بالرغم من ذلك تنصرف إرادته إلى تحقيق هذا الخداع و دون إكراه.<sup>3</sup>

و القصد الجنائي يتمثل في قصد العام و قصد الخاص فأول يتمثل في علم الجاني بان الأفعال التي يأتيها يعتبرها القانون و سائل احتيال ومن شأنها خداع المستهلك و حملة على التسليم أما الثاني فيتمثل في انصراف نية الجاني إلى الاستيلاء على الحيازة الكاملة.<sup>4</sup>

1-انظر المواد 394 مكرر 394 مكرر 1 من الأمر 156-66 يتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.

2-القانون رقم:09-01 المؤرخ في 18 صفر 1430 الموافق 52 فبراير 2009 المعدل و المتمم بالأمر رقم:66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل و متمم.

3-القانون رقم:09/01 المعدل و المتمم الأمر رقم:66/156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.

4-نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، مكتبة الوفاء القانونية، إسكندرية، ط2018، م1، ص166

\*العقوبة المقررة:

نص المشرع الجزائري على تجريم الخداع تجاري أو الشرع فيه في نص المادتين 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و المادة 459 من القانون العقوبات.

المادة 429 من ق.ع.ج "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات و بغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول لن يخدع المتعاقد:

-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل سلعة.

-سواء في نوعها أو مصدرها.

-سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

كما يمكن أن ترتفع العقوبة حسب المادة 230.

ترتفع العقوبة إلى خمس سنوات إذا كانت الجريمة أو الشرع فيها المنصوص عليها أعلاه قد ارتكبت:

-سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو أدوات أخرى خاطئة.

-سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل.

سواء بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية السابقة و صحيحة.<sup>1</sup>

**ثانيا: حماية المستهلك من جريمة الغش التجاري و الصناعي:**

عرفه القفه بأنه "كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة، و يكون مخالفا للقواعد المقررة

في التشريع متى كان من شأنه إن ينال من خواصها أو فوائدها أو فوائدها أو ثمانيا بشرط عدم علم المتعاقد الأخرى"

---

1-القانون رقم:03/09 المعدل و المتمم المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

## الفصل الثاني.....آليات حماية المستهلك الالكتروني

و يعرفه البعض الأخرى بأنه "كل تعبير أو تعديل يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع و يكون من شان ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكلا أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة و ذلك بقصد الاستفادة من الخواص المسلووية أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة و الخصوص على فارق الثمن.<sup>1</sup>

### 1-الركن المادي للجريمة:

لقد جاءت المادة 431 من قانون العقوبات الجزائرية الأفعال المادية التي يتكون منها الركن المادي لجريمة الغش و يتكون الركن المادي لجريمة الغش من ثلاثة أفعال و هي:

إنشاء مواد أو بضائع مغشوشة عرض المواد أو البضائع المغشوشة للبيع، التعامل في المواد خاصة تستعمل في الغش و التحريض على استعمالها صفحة 94.<sup>2</sup>

و تنص أيضا المادة 68 من قانون 03/09 المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش على انه يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع بأية طريقة أو وسيلة كانت حول كمية المنتجات للمسلمة أو تسليم منتجات غير تلك المتفق عليها، أو خداع المستهلك حول قابلية استعمال المنتج تاريخ أو مدة صلاحيته ، النتائج المنتظرة منه طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة للاستعمال المنتج.<sup>3</sup>

بالنسبة للمعاملات التجارية الالكترونية عبر الانترنت فمجرد عرض السلع المغشوشة على الشاشة يعتبر ذلك جريمة صفحة 79

فاركن المادي لجريمة الغش يتوفر حتى في البيع الالكتروني و ذلك عن طريق عرض منتجات فاسدة أو مغشوشة على شبكة الانترنت.

1-مامش نادية،مسؤولية المنتج(دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون،تخصص قانون الأعمال،كلية الحقوق،جامعة ملود معمري،تيزي و زو،98،2012ص.

2-المادة 431 من الأمر 66/156 يضمن العقوبات معدل و متمم، المؤرخ في18 صفر عام1386الموافق ل08 يونيو1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.

3-عبد الفتاح بيومي حجازي،حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت ،دار الفكر الجامعي، القاهرة،2006،ص59

### 2: الركن المعنوي في جريمة الغش التجارية و الصناعة:

يتحقق الركن المعنوي بتوافر نية الغش و هي انصراف إرادة الفاعل لتحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع ، و يجب توفر نية الغش وقت وقوع الفعل لان جريمة الغش جريمة عمدية فيجب أن يكون المهني عالما بان المواد المعروضة للبيع مغشوشة أما إذا أصابها ضرر بسبب عوامل خارجة عن إرادته فهنا لا يعاقب على الغش بل يسال على إهماله لحيازة المواد المغشوشة<sup>1</sup>

و بما الأصل في الجرائم الغش التي تكيف على أنها عمدية فيزم لها ابتداء توفر القصد الجنائي العام الذي هو اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بالآثار التي ستحدثه في نفسية المستهلك تحمله على التعاقد.<sup>2</sup>

فان القصد الجنائي في جريمة الغش الواقع على المتعاقد أو في البضائع بتحقيق باتجاه الجاني إلى ارتكاب الغش و إقامة الدليل على علمه به أي انه يعلم كل العلم بما يقوم به من تزييف أو تغيير السلعة بإضافة مواد خاصة لها بعد أن كانت سليمة.<sup>3</sup>

### \*العقوبة المقررة لجزمه الغش التجاري و الصناعي:

لقد نص المشرع الجزائري على عقوبات الجزائية تقع على المهني في حالة الغش في المواد و السلع الغذائية أو التدليس أو استعمال مكاييل خاطئة أو حيازة سلعة مغشوشة هذا بموجب نصوص قانون العقوبة و التي تنحصر في المواد 288 و 289 و 429 إلى غاية 435 تحت عنوان الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية حيث انه نلمس تشديد التزامات المهنية لغرض توفير الحماية الكاملة للمستهلك.<sup>4</sup>

1-امدواسماء،منديل نصيرة،الآليات القانونية لحماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة لماجستير في الحقوق،تخصص الق-انون العام للأعمال ،كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية،2011/2012،ص87.

2-خلوي عدنان نصيرة،الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت،دراسة مقارنة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية،جامعة مولود معمري،تيزوزو،ص97.

3-خلوي عدنان نصيرة،نفس المرجع،ص99.

4-القانون رقم01/09المعدل و المتمم بالمر رقم66-156،المؤرخ في 18 صفر عام1386الموافق ل08يونيو1966،المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم.

مخاض



يتضح جليا إن مفهوم مستهلك لم يستقر على تعريف محدد إذا كان محل اختلاف فقهي كبير، نتج عنه ظهور اتجاهين احدهما موسع و الآخر ضيق ،حيث حاول أنصار كل اتجاه تبرير موقفهم من خلال وضع عناصر يتم الاعتماد عليها في تحديد مفهوم المستهلك،مناجل تمييزه عن المهني.

فالمشرع الفرنسي قد خالف كل التشريعات الأخرى ،بطرح شخص ثالث في عقود الاستهلاك وهو غير "المهني" إذا اعتبره في مركز واحد مع المستهلك ، من حيث الضعف المالي و الفني في مواجهة الطرف الأخر و هو المهني.

إذ يمكن الفرق بينهما إن غير المهني يقتني سلعة أو يحصل على خدمة لاستعمالها في نشاطه المهني ،أما المستهلك فيقتني سلعة أو يحصل على خدمة للاستعمال النهائي .

أما المشرع الجزائري أولى اهتماما كبيرا للمستهلك بسنة عدة نصوص عبر عدة مراحل الهدف منها سد أي فراغ أو نقص ، قد يعرض مصالح المستهلك إلى الخطر و خاصة استغلال ضفة المالي و الفني من طرف المهني، وهذا مالا حضناه بعد تطرقنا لمفهوم المستهلك عبر مختلف القوانين و المراسيم، خاصة بعد قانون 20/98الذي أتى بالقواعد الأساسية لحماية المستهلك ،إذ يعتبر أول قانون ينظم هذا المجال إذ تعد هذه الفقرة المنهج الحاسم في الحياة الاقتصادية للجزائر ،من خلال تبني الاقتصاد الحر و تخليها عن نهج الاشتراكية ،فحاول المشرع في كل مرحلة سد الفراغات القانونية من خلال نص قوانين و مراسيم الجديدة بعد القانون 02/98 و التي كان الهدف منها إعطاء مفهوم دقيق للمستهلك.

تبنى المشرع الجزائري تعريف المستهلك الالكتروني حيث عرفته المادة 06الفقرة 03 من القانون رقم 05/18 بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي "

إن العقد الذي يبرمه المستهلك في نطاق التجارة التقليدية لا يختلف عن عقد المبرم في نطاق التجارة الالكترونية إلا من حيث الوسيلة التي يتم بها مما يجعله يتمتع ببعض الخصوصية، الأمر الذي فرض على التشريعات الوطنية وضع قواعد الحماية رضاء المستهلك وإحاطته برعاية خاصة لذلك تميزت هذه التشريعات بالتفاوت في توفير الحماية للمستهلك.

ونظرا للخصوصية التي تتميز بها عقود تجارة الالكترونية فيمكن اعتبارها عقود بين حاضرين من حيث الزمان و غائبين من حيث المكان حيث يتبادل التعاقدان الإيجاب و القبول بوسيلة الكترونية و ذلك بالضغط على أيقونة

القبول لكن ومن اجل تفادي المشاكل التي قد تنجم من حصول القبول سهوا أو بصورة غير مقصودة إذا تم النقر مرة واحدة، فنحن نرى أن مسألة تأكيد قبول بالنقر مرة ثانية يحقق حماية لرضا المستهلك ليعبر عن إرادته بشكل صريح وهذا ما نادى المشرع الجزائري إلى تكريسه عند وضع تقنين خاص بالمعاملات الالكترونية .

هذا طبقا لقواعد العامة بالتعبير عن القبول يكون صريحا أو ضمنيا ولكن هذه القواعد لا يمكن أعمالها في مجال التعاقد الالكتروني في جميع الأحوال فان كانت تنفق مع التعبير الصريح عن القبول الالكتروني إلا انه يصعب الاعتداء بالتعبير الضمني و السكوت كطريق للتعبير عن إرادة القابل في نطاق التعاقد الالكتروني.

إذ يصعب أن يتم هذا النوع من القبول ضمنا فهو يتم عن طريق أجهزة و برامج الالكترونية تعمل أليا ، وهذه الأجهزة لا يمكنها استخلاص أو استنتاج إرادة المتعاقد فيها.

إن عقود الاستهلاك الالكتروني تتم بين محترف أو مهني يكون في مركز قوة و نفوذ اقتصاديين يؤهله هذا المركز إلى وضع عقود نموذجية أو نمطية موجودة على المواقع الالكترونية يملي فيها مسبقا شروط التعاقد و لا يكون أمام المستهلك أية صلاحية لمناقشة بنود العقد، لذلك كان من الأفضل اعتبارها عقود إذعان من اجل تدعيم الحماية المقررة للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف طالما انه لا يستطيع مناقشة بنود العقد.

من خلال دراستنا يتبين لنا أن حماية المستهلك المتعاقد عن بعد هي هدف أساسي يتطلبه التطور العلمي والتقني الذي يمس جميع المجالات فلا بد من تفصيل آليات تتلاءم مع طبيعة الحياة الاجتماعية ورغبات المستهلك نظرا لأثر التجارة الالكترونية في تغيير طريقة إنتاج وبيع و توزيع السلع و الخدمات التي أصبحت أساس من أساس عالم اليوم.

فحماية المستهلك تحظى بأهمية كبيرة الاعتبارات عديدة أهمها عدم الحضور المادي بين المتعاقدين و عدم قدرة المشتري على معاينة السلعة محل التعاقد، بالإضافة إلى ازدياد المنافسة في الإنتاج و طرق التسويق مما اوجد ما يسمى بالتعاقد اللاواعي.

وهذا ما يثير قلق متزايدة من قبل المستهلكين بان القوانين المعمول بها حاليا و ممارسات الشركات بما يخص خصوصية التعامل عبر الانترنت لا تفي بمتطلباتهم و بالتالي مخاوفهم تتزايد و تحد من تعاملاتهم الالكترونية.

هذا ما استدعي إنشاء آليات و قنوات اتصال فحص السياسات الاستهلاكية عبر الانترنت تلبية لحاجة المستهلك و مدى رضاها بوضع قوانين تتخل لحماية المستهلك قبل التعاقد الالكتروني و بعده، و إرساء قواعد جديدة تحكم العقود الالكترونية نظرا لقصور القواعد التقليدية.

رغم التعديلات المتتابة للمشرع الجزائري للقانون المستهلك و رغم ما اتبع ذلك ضمن نصوص خاصة إلا أن ما نص عليه عبارة عن نصوص عامة مثلما تنطبق على المستهلك العام تنطبق على المستهلك الالكتروني ، في ذلك تقصير لان هذا الأخير يحتاج إلى حماية خاصة نظرا لما يتميز به نظر للتقنية التي ينفرد بها .

لذا يجب على المشرع الجزائري أن يكرس في تشريعاته مبادئ آليات لحماية المشتري الذي يسعى للتعاقد عبر الانترنت سواء تعلق الأمر بحماية حقه في الإعلام ، أو حقه في التراجع عن السلعة أو الخدمة خلال مدة معينة أو في حقه في حماية بياناته الشخصية ضمن تعاملاته اليومية من خلال بريده الالكتروني أو بأية وسيلة أخرى.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولاً: الكتب:

- 1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (ط2)، منشأ المعارف الإسكندرية، 2008.
- 2- ميكائيل رشيد علي زيباري، العقود الالكترونية على الشبكة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015/2014.
- 3- السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشآت المعارف بالسكندرية، 1982م.
- 4- الحاج طارق و اخرون، التسويق في المنتج الى المستهلك، (ط1)، دار صف، الاردن، 1990.
- 5- اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، بلا سنة طبع.
- 6- عبد الله ديب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الثقافة لنشر و التوزيع، 2012.
- 7- حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في العقود الاستهلاكية، (ط1)، دار العرب القاهرة، 1997.
- 8- عياض محمد عماد الدين، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش دفاتر السياسة والقانون، العدد 09
- 9- عبد الحميد الديسطي، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر و القانون، القاهرة، 2009
- 10- خالد ممدوح ابراهيم، أمن الجريمة الالكترونية، دار الجامعة، الاسكندرية 2010
- 11- حمد الصغير بعلي، القانون الإداري، (ط) دار العلوم، الجزائر، 2004
- 12- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012
- 13- مناني فراح، العقد الالكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار المدى لنشر، الجزائر، 2009
- 14- صبحي محمد عزب رانيا، العقود الرقمية في قانون الانترنت، دراسة تحليلية مقارنة في التشريعات العربية الأمريكية و الأوروبية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2012
- 15- الاودن سمير عبد السميع، العقد الالكتروني، منشأة المعارف، الإسكندرية د.ت.ن، بدون سنة طبع.
- 16- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.

- 17- موقف حمادة عبد ،الحماية المدنية في عقود التجارة الالكترونية،دراسة مقارنة،مكتبة السنهوري و منشورات زين الحقوق بغداد، 2011.
- 18- الجمال سمير حامد عبد العزيز،التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديث،دراسة مقارنة،بين الفقه الإسلامي و الفقه القانوني مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية،
- 19-أسامة ابو الحسن مجاهد،الوسيط في قانون المعاملات الالكترونية وفقا لأحداث التشريعات في فرنسا،مصر،أردن،دبي،البحرين الكتاب الأول،دار النهضة العربية،القاهرة،2007،
- 20- حمودي ناصر،النظام القانون لعقد البيع الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت،رسالة دكتوراه،كلية الحقوق، الجامعة مولود معمري،تيزي وزو،2009.
- 21-زريقات عمر خالد،عقود التجارة الالكترونية،عقد البيع الانترنت،دراسة التحليلية،دار حماد،عمان،2007
- 22-طوني ميشل عيسي،التنظيم القانوني لشبكة الانترنت،منشورات صادر الحقوقية بيروت2001.
- 23- اسحاق ابراهيم منصور،نظرية القانون و الحق و ألتطبيقاقتها في القانونية الجزائرية،ط7،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2004
- 24- جعفر محمد سعيد،مدخل للعلوم القانونية،دروس في نظرية الحق ،الجزء الثاني،دار هزيمة الجزائر،2011
- 25- عجة الجيلالي،مدخل للعلوم القانونية،نظرية الحق،جزء2،برني النشر الجزائر،2009
- 26- السعدي محمد صبري،شرح القانون المدني الجزائري،مصادر الالتزام ،الواقعة القانونية،الجزء الثاني،ط2،دار الهدى،الجزائر،2004
- 27-زواوي محمدي فريدة،المدخل للعلوم القانون-نظرية الحق-المؤسسة الوطنية للفنون وطباعة،الجزائر ،1998
- 28-علي سليمان،النظرة العامة للالتزام،مصادر الالتزام في القانون في القانون المدني الجزائري ،ط7،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2006
- 29- عبد المنعم موسى إبراهيم،حماية المستهلك(دراسة مقارنة)،منشولات الحلبي الحقوقية دمشق ،2007،
- 30- عمر خالد زريقات،عقد التجاري الالكترونية،عقد البيع عبر الانترنت،(دراسة مقارنة)،دار الحامد للنشر و التوزيع،الأردن،2007،

- 31- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، سنة النشر 2007
- 32- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام عقد الالكتروني، (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي 20 شارع الإسكندرية، الطبعة الثانية 2011
- 33- احمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء مضمون العقدي، ط1، دار النهضة العربية القاهرة، 1994
- 34- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الأولى ، 2007.
- 35- حسن عبد الباسط الجميعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك) دار النهضة العربية، القاهرة، 1996،
- 36- طاهر شوقي مؤمن، عقد البيع الالكتروني (بحث في تجارة الالكترونية) دار النهضة العربية ، القاهرة، 2007
- 37- أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، ط 1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2005،
- 38- محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات جامعية، الجزائر ، من دون سنة نشر
- 39- محمد حسن رفاعي العطار، الربيع شبكة الانترنت، (دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 سنة 2004)، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، - 2007
- 40- خليل احمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الربع ديوانا لمطبوعات الجامعية، الجزائري، 2000،
- 41- ماجد محمد سليمان ابا خليل، العقد الالكتروني، فهرسه مكتبة المالك الفهد الوطني، أثناء النشر الرياض، ط1، 1428،
- 42- مرقس سليمان، شرح القانون المدني (العقود المسماة :عقد البيع )، الطبعة الرابعة، عالم الكتب ، القاهرة، 1984
- 43- محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001. ديوان مطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2001
- 44- نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، مكتبة الوفاء القانونية، إسكندرية، ط2018، م1.
- 45- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت ، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2006

### ثانيا: الأطروحات و رسائل الجامعية:

- 1- عمر زغي، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة في المنتجات المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق جامعة محمد خضير ، بسكرة، 2012.
- 2- شعبان نوال، التزام المتدخل بضمان السلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، في العلوم القانونية، جامع مولد معمري ، كلية الحقوق بتيزي و زو ، 2006.
- 3- صبرينة صفار/صربية سامر، ضمان المنتج في عقد الاستهلاك مذكرة لنيل شهادة في العلوم القانونية و الإدارة، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، ورقلة، 2005.
- 4- فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق بن يوسف بن خدة ، الجزائر 2004/2003
- 5- عمار زكي ، حماية مستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ت، تخصص قانون أعمال ، قيم الحقوق جامعة محمد خضير، بسكرة 2012.
- 6- غالم حبيبة، حماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم الإدارية ، جامعة الجزائر 2005 .
- 7- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 03/09، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية و الإدارية ، جامعة قسنطينة 1، 2014/2013.
- 8- لما عبد الله صادق سلهب، مجلس العقد الالكتروني، أطروحة ماجستير في القانون كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نلبس، 2008.
- 9- حمودي ناصر، النظام القانوني للعقد البيع الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2009.
- 10- الله ذيب عبد الله محمود، حماية في التعاقد الالكتروني، (دراسة مقارنة) ، مذكرة لشهادة ماجستير
- 11- جلول دواحي بلحول، القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون المعتمق جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان كلية الحقوق و علوم سياسية، 2014-

2015



### ثالثا: المقالات:

- 1- بركات كريمة، الحماية القانونية للمستهلك في عقود الإذعان، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو عدد 02 عام 2011
- 2- نبيل محمد احمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)مجلة الحقوق عدد2007،02
- 3- أيمن مساعدة علاء خصاونة، الخيار المستهلك في البيوع المنزلية وبيوع المسافة مجلة الشريعة و القانون العدد 46 لسنة 2011،الأردن.

### رابعا: النصوص القانونية:

#### القوانين:

- 1- دستور 28 نوفمبر1996 المنشور بموجب المرسوم الرئيسي 438/96 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996 عدد 76 لسنة1996، معدل متمم بموجب القانون رقم 19/08، مؤرخ في 15/07/2008 يتضمن التعديل الدستوري عدد 63 الصادر في 16 نوفمبر 2008.
- 2- قانون رقم 02/04 المؤرخ في جوان 2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية جريدة رسمية العدد 47 الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004 المعدل و المتمم.
- 3- القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،(جريدة رسمية عدد 15)
- 4- القانون 05/18، المؤرخ في 10 ماي 2018، الموافق ل 24 شعبان عام 1439، يتعلق بالتجارة الالكترونية .
- 5- التقنين المدني الجزائري.
- 6- القانون رقم 09-04 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و مكافحتها.

#### الأوامر:

- 1- الأمر 156-66 يتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق ل 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.
- 2- الأمر رقم 15/66 مؤرخ في 8 يونيو 1996 يتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية عدد 49، الصادرة بتاريخ 11 يونيو 1996، المعدل و المتمم.

- 3- الأمر 06/03، المؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة رسمية عدد 44، الصادرة في 2003/07/23.
- 4- الأمر 58/75، المؤرخ في 1975/09/25 يتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم بالقانون رقم 07/05 المؤرخ في 13/05/2007 جريدة الرسمية عدد 31، الصادر بالتاريخ 13/05/2007

### 3- المراسيم:

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 39/90، المؤرخ في 1990/01/30، المتعلق بالضمان المنتوجات و الخدمات، (الجريدة الرسمية 05).
- 2- المرسوم التنفيذي 254/97، المؤرخ في 08 يوليو 1997، المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص و استيرادها الجريدة الرسمية، عدد 46.
- 3- المرسوم التنفيذي، رقم 13-378، الذي يحدد الشروط و الكيفية المتعلقة بإعلام المستهلك.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 11-108، مؤرخ في 16 مارس 2011 يحدد السعر الأقصى عند الاستهلاك و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج و الاستيراد و عند التوزيع لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي و السكر الأبيض، ج، ر، عدد 15 صادر بتاريخ 09 مارس 2001.

## فهرس المحتويات

<u>العنوان</u> .....	<u>الصفحة</u>
الشكر.....	///
الإهداء.....	///
مقدمة.....	01
الفصل الأول:المحددات المفاهيمية للمستهلك الالكتروني.....	05
المبحث الأول:تحديد مفهوم المستهلك الالكتروني.....	06
المطلب الأول:تعريف المستهلك الالكتروني.....	06
الفرع الأول:التعريف الفقهي.....	06
أولاً:المفهوم الضيق للمستهلك.....	06
ثانياً:التعريف الواسع للمستهلك.....	07
الفرع الثاني: تعريف المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري.....	08
أولاً :المستهلك حسب القانون 20/89 (ملغى).....	08
ثانياً:المستهلك حسب المرسوم 254/97 (ملغى).....	09
ثالثاً:المستهلك حسب المرسوم 02/04 المعدل و المتمم.....	10
رابعاً:المستهلك حسب القانون 03/09.....	11
خامساً:المستهلك الالكتروني حسب القانون 05/18.....	12
المطلب الثاني:الطبيعة القانونية للمستهلك الالكتروني.....	13
الفرع الأول:العناصر المحددة للمستهلك.....	13
أولاً: أن يكون الشخص طبيعياً أو معنوياً.....	13
1-المستهلك شخص طبيعي.....	13
2-المستهلك شخص معنوي.....	14
ثانياً:أن يقتني سلع أو يستفيد من خدمة:.....	16

16	1-السلعة
17	2-الخدمة
17	3-يقتني بمقابل أو مجانا
18	4- التجرد من كل طابع مهني
19	الفرع الثاني: أهم صور التي يتخذها المستهلك
19	أولاً: المستهلك المتقاعد
19	1-المستهلك المتعاقد شخص طبيعي
19	2-المستهلك المتعاقد شخص معنوي
19	ثانياً: المستهلك المستفيد
20	المبحث الثاني: عقد المستهلك الالكتروني
20	المطلب الأول: تقنيات التعاقد عبر الانترنت
20	الفرع الأول: البعد التعاقدى الالكتروني
21	أولاً: فكرة الغياب المادي للمستهلك الالكتروني
21	1-العقد بين غائبين
21	2-التعاقد عبر الانترنت
22	3-العقد المبرم عن بعد
24	ثانياً: التعاقد بالوسائل الالكترونية:
24	1-مفهوم التعاقد عبر وسائل الالكترونية
25	2-رسالة البيانة
27	الفرع الثاني: إدارة المستهلك الالكتروني عبر انترنت
27	أولاً: مفهوم الإيجاب الالكتروني
27	1-تعريف الإيجاب الالكتروني

- 28.....2-شروط الإيجاب الالكتروني.
- 29.....3-مميزات الإيجاب الالكتروني.
- 29.....4-نطاق الإيجاب الالكتروني.
- 30.....5-العدول عن الإيجاب الالكتروني.
- 31.....ثانيا:القبول الالكتروني.
- 31.....1-مفهوم القبول الالكتروني.
- 31.....2-شروط القبول الالكتروني.
- 32.....3-وسائل التعبير عن القبول.
- 32.....4-المسائل القانوني التي يثرها القبول الالكتروني.
- 33.....المطلب الثاني:حادثة محل التعاقد الالكتروني.
- 33.....الفرع الأول:محل تعاقد المستهلك الالكتروني.
- 34.....أولا:وفقا للقانون مدني.
- 34.....1-أنواع الأشياء محل الحق العيني.
- 37.....2-أنواع محل الحق الشخصي.
- 38.....ثانيا:تحديد محل تعاقد للمستهلك الالكتروني.
- 38.....1-السلعة.
- 38.....2-الخدمة.
- 39.....الفرع الثاني:شروط محل تعاقد للمستهلك الالكتروني.
- 39.....أولا:وفقا للقانون المدني.
- 39.....1-أن يكون المحل مشروعاً.
- 39.....2-أن يكون المحل معين أو قابل لتعيين.
- 40.....3-أن يكون المحل موجوداً أو ممكن الوجود.

40	ثانيا:وفقا للقانون حماية المستهلك.....
40	1-مطابقة المنتج محل الاستهلاك.....
41	2-سلامة و امن المنتج محل الاستهلاك.....
42	3-تحديد أسعار المنتج محل الاستهلاك.....
44	الفصل الثاني:آلية حماية المستهلك الالكتروني.....
45	المبحث الأول:حماية المستهلك قبل إبرام العقد الالكتروني.....
45	المطلب الأول: حماية المستهلك من الإعلان التجاري.....
45	الفرع الأول:مفهوم الإعلام التجاري.....
45	أولا: تعريف الإعلام التجاري.....
47	ثانيا:الطبيعة القانونية للإعلام التجاري.....
47	الفرع الثاني:شروط الإعلان التجاري.....
47	أولا:وضوح الإعلان التجاري.....
49	ثانيا:الطبيعة القانونية للحق في الإعلام.....
49	ثالثا:محل الالتزام بإعلام المستهلك.....
49	1-إعلام المستهلك بهوية التاجر و أرقام الهواتف و مركز التجاري.....
50	2-إعلام المستهلك بالصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة.....
50	الفرع الثالث:حق المستهلك في الإعلام.....
50	أولا:المقصود بالإعلام الالكتروني.....
50	1-تعريف الالتزام بالإعلام.....
51	2-مبررات الحق في الإعلام.....
52	المطلب الثاني:حق المستهلك في الرجوع عن لعقد و آثاره.....
52	الفرع الأول:مفهوم حق في الرجوع.....

- أولاً: مفهوم حق الرجوع.....52
- ثانياً: الإجراءات القانونية لحق الرجوع.....53
- 1-مبررات الحق في الرجوع.....53
- 2-نطاق الحق في العدول.....53
- 3-مدة ممارسة الحق في العدول.....55
- 4-كيفية ممارسة الحق في العدول.....55
- ثالثاً: آثار العدول عن العقد.....56
- 1-آثار العدول بالنسبة للمهني.....56
- 2-آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني.....56
- الفرع الثاني: التصدي للشروط لتعسفية و حماية البيانات الشخصية للمستهلك.....57
- أولاً: التصدي للشروط التعسفية.....57
- 1-تعريف الشروط التعسفية.....57
- 2-وسائل حماية المستهلك من الشروط التعسفية.....58
- الفرع الثالث: توفير الحماية للبيانات الشخصية للمستهلك.....59
- المبحث الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد.....60
- المطلب الأول: حماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.....60
- الفرع الأول: الالتزام بالنقل الملكية.....60
- الفرع الثاني: التزام بتسليم.....61
- أولاً: الالتزام بتسليم السلعة عبر الانترنت.....61
- ثانياً: التزام البائع بتقديم الخدمة.....62
- الفرع الثالث: حق المستهلك في ضمان العيوب الخفية.....62
- أولاً: تعريف العيب الخفي.....63

64.....	ثانيا: شروط العيب الخفي الموجب الضمان
64.....	1- أن يكون العيب قديما
64.....	2- أن يكون العيب خفيا وقت البيع
65.....	3- أن يكون العيب معلوما للمشتري وقت البيع
65.....	4- أن يكون العيب مؤثرا
66.....	الفرع الرابع: حق المستهلك في ضمان عدم التعرض
66.....	أولا: ضمان عدم التعرض الشخصي
67.....	ثانيا: ضمان عدم التعرض من الغير
68.....	المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك في عقد الاستهلاك الالكتروني
68.....	الفرع الأول: أركان الجريمة الالكترونية
68.....	أولا: الركن المادي
69.....	ثانيا: الركن المعنوي
69.....	الفرع الثاني: صور الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني
69.....	أولا: حماية المستهلك من جريمة الاحتيالي عبر شبكة انترنت
70.....	1- الركن المادي لجريمة الاحتيال
70.....	2- الركن المعنوي لجريمة الاحتيال
71.....	ثانيا: حماية المستهلك من جريمة الغش التجاري و الصناعي
72.....	1- الركن المادي في جريمة الغش التجاري و الصناعي
73.....	2- الركن المعنوي في جريمة الغش التجاري و الصناعي
75.....	خاتمة
79.....	قائمة المصادر و المراجع