جامعة الدكتور الطاهر مولاي – سعيدة –

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

آليات حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية في التشريع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص قانون أعمال

من إعداد الطالبتين:

- شوال مروى
- مخفي نور الهدى

تحت إشراف الأستاذة:

د. سويلم فضيلة

لجنة المناقشة:

الأستاذة: د. عياشي حفيظة.....رئيسا.

الأستاذة: د. سويلم فضيلة.....مشرفا ومقررا.

الأستاذة: د. مولاي ملياني دلال.....عضوا مناقشا.

السنة الجامعية: 2021-2022

البسملة

كلمة شكر وتقدير

قال رسول الكريم ﷺ: "من لم يشكر الناس، لم يشكر الله عز وجل"

نحمد الله تعالى حمداً كثيراً طيباً مباركاً ملئ السموات والأرض على ما أكرمنا ووفقنا من إتمام هذه الدراسة المتواضعة، ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في مسيرتنا الجامعية نعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة إلى كل أساتذتنا الأفاضل.

ثم أتوجه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى:

- الدكتورة الفاضلة/ **سويلم فضيلة**، حفظها الله وأطال في عمرها، لتفضلها الكريم بالإشراف على هذا العمل المتواضع، وتكرمها بنصائحها القيمة وتوجيها حتى إتمام هذا العمل.
- وكل التقدير والشكر إلى **أعضاء اللجنة المحترمين** على قبولهم المشاركة في مناقشة هذا البحث العلمي.
- دون أن ننسى كل من ساهم في إتمام هذا البحث من قريب أو بعيد.

الباحثتان

إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي، ولم تدخر جهداً في سبيل إسعادي على الدوام، إلى نبع العطف والحنان إلى أجمل ابتسامة في حياتي، إلى أروع امرأة في الوجود حفظها الله وبارك فيها وأطال عمرها إلى

أمـــي الحبيبـة.

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه.

صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة، فلم يبخل علي طيلة حياته

إلى سندي حفظه الله وبارك فيه وأطال عمره إلى

والـــدي العـزيـز.

إلى صديقتي وحبيبتي وأختي، إلى من سهرت معي الليالي وتحملت سهري أثناء دراستي وامتحاناتي، إلى من شجعتني وساندتني وشاركتني أفراحي وأحزاني حفظها الله وبارك فيها إلى

أختي الحبيبة زهرة

إلى سندي بعد أبي إلى المحبة التي لا تنصب والخير بلا حدود إلى أخي العزيز حفظه الله وبارك فيه إلى

خالد.

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد :

الحمد لله الذي وفقنا لإكمال هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه

ثمرة جهد والنجاح بفضله تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله

وأدامهما نورا لدربي .

خاصة أهدي عملي هذا إلى من بدعائها بنت حصنا منيعا تحميني وبكلامها

المفيد تنصحني ..... **أمي حبيبتي** .

إلى **والدي الحبيب**.

إلى الأستاذة الكريمة **سويلم فضيلة** التي كانت سندا لي ولزميلتي .

إلى جميع الأصدقاء وزملاء العمل .

الطالبة نور الهدى

مقدمة

إن التطور الهائل في مجال استعمال الشبكة العنكبوتية جعل من التجارة الإلكترونية أحد أهم الهواجس في المادة القانونية الدولية أو الوطنية وهذا من أجل السعي لخلق نظام قانوني قوي الغرض منه إيجاد صيغة موحدة لأجل حماية أطراف هذه التجارة[1].

وإذا كانت هذه التجارة لا تختلف في جوهرها عن أي تعامل آخر فهي عبارة عن عقود أو اتفاقيات بين طرفين أو أكثر، إلا أنها تتميز عن سواها من صيغ التعامل بالوسيلة التي يتم إبرام العقد من خلالها، فهي تبرم عبر شبكات الاتصال الإلكتروني، ومثل هذه الوسيلة تحقق من المزايا ما لا تحققه الوسائل التقليدية في إبرام العقود، ولعل أبرز هذه المزايا سرعة إبرام العقود، حتى أضحت التجارة الإلكترونية ميدانا لعدد كبير من العلاقات القانونية، من بين هذه العلاقات تلك التي تربط المورد الالكتروني بالمستهلك الإلكتروني[2].

يمثل المستهلك الإلكتروني "E-consommateur" كما في العقود التقليدية الطرف الأضعف مقارنة بالمورد الإلكتروني "E-fournisseur " [3] ، لذلك يستوجب إقرار حماية خاصة له في مواجهة هذا المورد الذي يتمتع بنفوذ اقتصادي وخبرة فنية تجعله في وضعية تفوق على المستهلك الإلكتروني، ولأن هذا التفاوت بين المراكز يسبب اختلال في توازن العقود الإستهلاكية الالكترونية، كان لابد من آليات تحقق التوازن بين طرفيها[4].

اهتمت الجزائر كباقي دول العالم بحماية المستهلك صحيا واقتصاديا، ولذلك نجد أن المنظومة القانونية الجزائرية قد نصت على العديد من النصوص القانونية تناولت فيها تحديد هوية هذا المستهلك في نظر القانون و الحقوق التي يتمتع بها، و كذا هوية الطرف الذي يتعامل معه وهو المورد الإلكتروني والتزاماته[5]، كما تناولت أيضا وسائل وطرق حماية المستهلك من مخاطر قد يقع فيها جراء غش وخداع الطرف الثاني أثناء المعاملات

1 رحمون شتوح، حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية (الجوانب الوقائية للمتعاقد الإلكتروني)، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور،الجلفة، العدد الحادي عشر، سبتمبر 2018،ص425.

2 صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكترونية في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني والسياسي، جامعة سيدي بلعباس، المجلد الأول العدد الأول، 2019، ص235.

3 رحمون شتوح، المرجع السابق، ص425.

4 خولة حشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، ضمانات حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة دكتور مولاي الطاهر، سعيدة، 2021/2020، ص2.

5 فاطيمة زهراء شريفة الماحي، مدى فعالية القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المدرسة العليا للاقتصاد،وهران (الجزائر)، المجلد العاشر العدد الثالث، 2021، ص178-196، ص179.

الإلكترونية وهو المورد الإلكتروني، ومن أهم هذه القوانين، القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[1]، وكذلك القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية[2] وأيضا القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك من قمع والغش.[3]

تعد المعاملات الإلكترونية من المصطلحات الحديثة التي ظهرت في الآونة الأخيرة بشكل واسع، وأصبحت كثيرة الاستعمال لتعبر عن العديد من المعاملات التي تتم بين أطرافها عن بعد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية[4].

كما تعتبر أيضا المعاملات الإلكترونية وسيلة من الوسائل الحديثة للتجارة الإلكترونية وقد صاحبت عمليات التطور التكنولوجي والتقني، وكنتيجة لذلك أصبح المستهلك ضحية لهذه التقنيات المتطورة المستعملة في الدعاية والترويج وحتى التوزيع للسلع والخدمات، مع زيادة في حجم المخاطر والأضرار التي قد يتعرض لها المستهلكين جراء تعاملهم بهذه التقنيات المتطورة لاقتناء هذه المنتوجات الحديثة.

فمن جهة نجد أنه كلما زاد حجم المنتوجات والسلع المتطورة زادت عيوبها وبالتالي أصبحت محفوفة بالمخاطر أثناء استعمالها واستهلاكها، ومن جهة ثانية تزايد الغش والخداع وأصبحا يشكلا تهديدا حقيقيا لحياة المستهلك.

كل هذا يظهر جليا عندما يتم التعامل بالوسائل التقليدية، ويزداد خطورة كلما كنا أمام المعاملات الإلكترونية التي تعتمد أساسا على الشبكة العنكبوتية، ومن ثم اقتضت الضرورة لظهور تشريعات خاصة بحماية المستهلك والدفاع عن حقوقه ومصالحه المادية، كما سبق ذكرها، لاسيما في ظل التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم الآن بعدما أثبتت القواعد التقليدية عجزها عن توفير حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني.

1 القانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر. المؤرخة في 16 ماي 2018، العدد 28.

2 القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسة التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 27 جوان 2004، العدد 41، المعدل والمتمم بالقانون 18-13 يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018، ج.ر. الصادرة في 15 جويلية 2018، العدد 42.

3 القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. الصادرة في 08 مارس2009، العدد 15، المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. الصادرة في 13 يونيو2018، العدد 35.

4 خولة حشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص2.

ونظرا لكون كافة التعاملات الإلكترونية تتم في فضاء افتراضي باستخدام وسائل إلكترونية فإن المستهلك يكون عرضة لعمليات السرقة والغش والاحتيال والقرصنة، ولذلك فإن تحقيق قبول اعتماد التجارة الإلكترونية لدى المستهلك يعتمد على الثقة في هذا النوع من المعاملات أو المبادلات[1].

إن بناء هذه الثقة يستدعي اتخاذ مجموعة من الإجراءات من بينها إيجاد قواعد واضحة لتحديد البيانات التي تساعد المستهلك الذي يريد الدخول إلى السوق العالمية لاختيار ما يرغب في الحصول عليه من خدمات أو البضائع، فقلة المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات المتوفرة على الإنترنيت أو عدم صدقها يجر المستهلك للوقوع ضحية غش واحتيال لأنه يتمكن من فحص هذه البضاعة[2]، بالإضافة إلى اتخاذ لإجراءات وطرق حماية المستهلك في حالة وقوعه في مخاطر هذه المبادلات.

تظهر أهمية دراسة هذا الموضوع في كون المستهلك الطرف الضعيف والأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث أصبح مقيد ورهينة لشروط المورد الإلكتروني الذي يعتبر الطرف المسيطر والمذعن عند تعاقده إلكترونيا من أجل شراء سلعة أو تلقي خدمة معينة بحاجة ماسة إليها، لذا وجب توفير له حماية سواء إن كانت هذه الحماية مدينة أو جزائية أو كلاهما معا، بحيث تكمن أهمية حماية المستهلك الإلكتروني من خطر اختلال التوازن في العلاقة التعاقدية في ضمان مصلحته في العقد الإلكتروني مع ضمان قيام مسؤولية المورد الإلكتروني في حالة إخلاله لأحد التزاماته اتجاه المستهلك الإلكتروني أو تقصيره فيها.

علاوة على ذلك، تثير المعاملات الإلكترونية مسألة أمن المستهلك، فقد تتطلب المعاملة أن يقدم المستهلك معلوماته الشخصية، مما يعرضه لخطر إساءة استعمالها من طرف المورد أو الغير، وهو ما يمثل انتهاك لخصوصية المستهلك وتهديدا لمصلحته المادية والمعنوية، ومن هنا بدت الحاجة لوضع آليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني إلى السوق الإلكترونية، فالثقة في التعامل التجاري الإلكتروني من أبرز ما يحتاجه المستهلك من أجل تلبية احتياجاته الشخصية، وبهذا تظهر ضرورة توافر الوسائل القانونية لضمان قيام المبادلات التجارية الإلكترونية آمنة وسليمة.

1 علي حسابي، حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية، دفاتر السياسة والقانون، جامعة ابن خلدون-تيارت- الجزائر، المجلد الحادي عشر العدد الأول، جانفي 2019، ص158-159.

2علي حسابي، المرجع السابق، ص159.

بناءً على ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الآليات القانونية التي كرسها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني من الأساليب والممارسات غير المشروعة وممارسات الخداع والتضليل التي قد يتعرض لها عند إقباله على إبرام هذه المعاملات التجارية، و التي قد لا تصب في مصلحته في ظل بيئة إلكترونية محفوفة بالمخاطر ومختلفة عن تلك التقليدية[1].

تكمن أسباب اختيارنا لهذا الموضوع فيما يلي:

- حداثة هذا الموضوع لاسيما بالنسبة للتشريع الجزائري،
- كثرت انتشار التعاملات الإلكترونية عبر الوسائل الإلكترونية المتنوعة،
- يعتبر موضوع حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية من المواضيع التي تهم وتخص بالدرجة أولى أفراد المجتمع باعتبارهم مستهلكين.
- رواج استخدام المستهلكين للوسائل الإلكترونية من أجل اقتناء حاجياتهم اليومية و ذلك بسبب تعذر تنقلهم أو بسبب التزاماتهم المهنية و العملية، أو بسبب جائحة كورونا كوفيد 19 التي ظهرت في الآونة الأخيرة.

وعموما، فقد واجهتنا عدة صعوبات ولعل أبرزها قلة المراجع الجزائرية التي تطرقت لهذا الموضوع نظرا لكونه موضوع حديث، وخاصة وأن النصوص القانونية المتعلقة بهذا الموضوع نصوص حديثة في التشريع الجزائري.

وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكـــاليـــة التـــاليـة:

➢ ما مدى فعالية الآليات التي كرسها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة مخاطر المعاملات الإلكترونية؟

للإجابة على هذه الإشكالية اتبعنا المنهج الوصفي وذلك لتوضيح ووصف المصطلحات المتعلقة بالموضوع وإبراز مفهومها، وكذا المنهج التحليلي لتحليل النصوص القانونية والتنظيمية ذات صلة بالموضوع بغية الوصول إلى أفضل الحلول للإشكالية التي تثيرها هذه الدراسة.

1 خولة حشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص3.

وللإلمام والإحاطة بكافة جوانب الموضوع من خلال الإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث إلى فصلين؛ حيث تم التطرق في الفصل الأول إلى **آليات الحماية المدنية للمستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية** الذي تضمن مبحثين تناول في المبحث الأول **آليات حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد الإلكتروني**، والمبحث الثاني **آليات حماية المستهلك الإلكتروني في المرحلة اللاحقة على التعاقد الإلكتروني**، أما في الفصل الثاني فقد تضمن **آليات الحماية الجزائية للمستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية في التشريع الجزائري**، وجاء في مبحثين الأول تحت عنوان **الآليات الوقائية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية في التشريع الجزائري**، أما الثاني فتناول **الآليات الردعية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية**.

الفصل الأول: آليات الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية

أدى التقدم والتطور الهائل في مجال المعلوماتية والاتصالات الإلكترونية إلى التأثير على كافة مجالات الحياة الإنسانية ، وهذا ما أدى إلى التحول في منهج دراسة إبرام العقد ، وأصبحت الدراسة تتجه إلى المرحلة السابقة واللاحقة على التعاقد ، فالمستهلك الذي نبحث عن حمايته نتيجة تعرضه للعديد من المخاطر سواء في المرحلة السابقة لإبرام العقد أو عند إبرامه وتنفيذه لهذا العقد ،فهو يحتاج لحماية واضحة وشاملة تعزز موقفه ، وخصوصا انه يمثل الطرف الضعيف في مقابل المورد الذي يتمتع بالخبرة والدراية الاقتصادية ، فالتعاقد الالكتروني زاد من مخاطر تعرض المستهلك للاحتيال والقرصنة ، كذلك عدم قدرة المستهلك على معاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية ، أدى إلى زيادة التزام المورد بتبصير المستهلك في التعاقد الإلكتروني بالمقارنة بالتعاقد التقليدي[1]، لذلك سنقسم هذا الفصل إلى مبحثين نتناول في الأول آليات حماية المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد الإلكتروني، أما بالنسبة للمبحث الثاني فسنتطرق للمرحلة اللاحقة على التعاقد الإلكتروني.

[1] عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة أطروحة ماجيستر، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2009، ص 34.

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد الإلكتروني

تتميز العقود الالكترونية باعتبارها أهم العقود التجارة الدولية بخصوصية قيامها على مرحلة سابقة للمعاملة الالكترونية وهي العرض التجاري الالكتروني باعتباره مرحلة تمهيدية تسبق إبرام العقد الالكتروني حيث يقوم بموجبه المورد الالكتروني بعرض السلعة أو الخدمة على المستهلك الالكتروني الذي إذا ما ارتضى بهذا العرض أعلن عن قبوله له[1]، وهذا ما سوف يتم التعرض إليه في المطلب الأول من خلال دراسة الالتزام بتقديم العرض التجاري، ثم تحديد القانوني للعقد الالكتروني مع إبراز عناصره وأهم مراحله في المطلب الثاني.

المطلب الأول: الالتزام بتقديم العرض التجاري الإلكتروني

إهتم المشرع الجزائري بتدعيم رضا المستهلك عند تعاقده مع المورد من خلال إلزام هذا الأخير بإعلام المستهلك بموجب المادة 17 و18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، إلا أن الأحكام والآليات السالفة الذكر تتعلق بعقود الاستهلاك التقليدية، دون تلك التي يتم إبرامها بالوسائل الالكترونية والتي نعني بها العقد الالكتروني.

لذلك تدخل المشرع من خلال القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ونظم المرحلة السابقة لإبرام العقد أو كما يسميها البعض بمرحلة التفاوض، أين أوجب طبقا للمادة 10 منه أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبوقة بعرض تجاري الكتروني، الهدف منه معرفة هوية المورد الالكتروني والتأكد من العناوين المادية والالكترونية، كذلك الإطلاع على الشروط التعاقدية والتنفيذ، وتفاصيل الطلبية، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمة المطلوبة والسعر الإجمالي والكمية المطلوبة، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة. وهذا ما سوف نتطرق إليه في الفرع الأول الذي يشمل مفهوم العرض التجاري الالكتروني وتحديد أطرافه في الفرع الثاني.

الفرع الأول: مفهوم العرض التجاري الإلكتروني

نص المشرع الجزائري بموجب المادة 10 من القانون رقم 18-05 على أنه: " **يجب أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبوقة بعرض تجاري الكتروني وأن توفق بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني** ".

[1] فهيمة قسوري، خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الالكتروني، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، العدد الخامس، ديسمبر 2018، ص184.

ومن خلال هذه المادة تبين أن المشرع الجزائري لم يتعرض للمفاوضة الالكترونية ولكن تطرق لضرورة أن يسبق هذا التعاقد الالكتروني عرض تجاري الكتروني يشمل عليه كل من المورد والمستهلك الالكترونيين لضمان المعاملة الالكترونية، وتحديدها تحديدا نافيا للجهالة والتي يجب أن توثق بعقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني[1].

أولا: تعريف العرض التجاري الإلكتروني وأهميته

حرص المشرع الجزائري بموجب أحكام القانون 18-05 على توفير حماية للمستهلك قبل تعاقده مع المورد، من حلال تنظيمه للعرض التجاري الالكتروني، لذا سيم تحديد تعريف له مع إبراز أهميته.

1/ تعريف العرض التجاري الإلكتروني:

يعد العرض التجاري بصفة عامة في مقدمة الوسائل التي يستعملها المتعاملين في عرض منتجاتهم أو خدماتهم على المستهلك الالكتروني أو العميل سواء كان معروفا للمنشأة أو جديدا، والعرض التجاري يفيد في العديد من الأغراض لكونه النظرة الأولى التي يلقيها المستهلك على المنشأة العارضة أو المنتج أو الخدمة المقدمة وكما هو معروف، فإن الانطباع الأول له تأثير كبير على رأي الناظر[2].

وعليه يكون العرض التجاري من خلال قيام المتعامل الاقتصادي أو التاجر صاحب السلعة أو الخدمة يعرضها لإعلام العميل أو المستخدم أو المستهلك عليها للتعرف عليها وعلى خصائصها ونوعيتها والاطلاع عليها والرغبة في اقتناعها، وإذا كان العرض التجاري التقليدي يمكن للمستهلك من معاينة ورؤية المنتوج سلعة كانت أو خدمة، فإن الأمر على خلاف ذلك في حالة العرض التجاري الإلكتروني لأن السلعة أو الخدمة غالبا تكون في مكان آخر لا يتواجد فيه المستهلك الإلكتروني وإنما يتعرف عليها من خلال المورد الإلكتروني وهو ما يتوجب الإلمام الشامل وبكل ما يتعلق بالسلعة.

لذا يندرج العرض التجاري الإلكتروني ضمن الإعلام الإلكتروني[3] السابق على التعاقد الذي لم يعرفه أيضا المشرع الجزائري الذي يعد إلزاميا، لأن الالتزام بالإعلام هو التزام سابق عند التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد الرضا السليم والكامل وذلك

[1] فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص188.

[2] عبد الرحمان حماد، العرض التجاري، مقال منشور بالموقع الالكتروني سما لو: اطلع عليه بتاريخ 2022/03/31 على الساعة 18:00
http://www.smelaw.com/2011-11-10-10-05-51

[3] يختلف العرض التجاري الإلكتروني عن الترويج الالكتروني الذي يعرف بأنه: " نشاط يستخدم خدمة الانترنيت والخدمات الاتصالية الأخرى لإيجاد المنتج إلى المستهلك ". التفصيل في الموضوع أنظر: قعيد إبراهيم وبختي إبراهيم، دور المزيج الترويجي الالكتروني في التأثير على سلوك المستهلك الجزائري، مقال منشور بمجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، الصادرة عن جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 10، سنة 2017، ص51.

بإعلامه بكافة التفاصيل المتعلقة بالعقد[1]، وهو الفرق الجوهري بين الالتزام بالإعلام لجميع مشتملات العقد والعرض التجاري الذي يتعلق بإعلام المتعاقد بتفاصيل السلعة والخدمة للمستهلك، ويكون العرض التجاري قد تم توضيح معلومات ومعطيات السلعة والخدمة بين المتفاوضين قبل إبرام العقد لإعلام المستهلك بمحل الصفقة التجارية، وإذا كانت المعاملة الإلكترونية عبر الشبكة الإلكترونية يجب أن تتم في عقد إلكتروني ويصادق عليه المستهلك الإلكتروني التي تعتبر قبول من طرفه على السلعة أو الخدمة المعروضة وقبوله إبرام العقد الإلكتروني.

بناء على ما سبق يمكن تعريف العرض التجاري الإلكتروني بأنه: " **التزام قانوني سابق عن العقد الإلكتروني يتوجب فيه المورد الإلكتروني إعلام المستهلك الإلكتروني بجمع المعلومات والبيانات والمعطيات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل الصفقة التجارية عبر شبكات الانترنيت بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني.**

2/ أهمية العرض التجاري الإلكتروني:

من خلال ما سبق يظهر أن للعرض التجاري الإلكتروني أهمية بالغة في تكوين رضا المستهلك الإلكتروني على السلعة أو الخدمة المعروضة بين يديه عبر شبكات الاتصال الالكترونية، لأن المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني لا يجمعهما مكان واحد ويجب توضيح محل المعاملة الالكترونية للمستهلك الإلكتروني حتى تكون إرادته حرة غير صعبة بغلط أو تدليس من المورد الإلكتروني، فيكون العرض الإلكتروني بمثابة إيجاب من طرف المورد الإلكتروني والذي يعرض على المستهلك والذي بدوره إذا وقف على جميع المعلومات والبيانات للسلعة أو الخدمة تكون الذي يرتضي اقتناؤها تكون إرادته حرة وقبوله سليم لإبرام الصفقة من خلال المصادقة على العقد الإلكتروني المتضمن للعرض التجاري الإلكتروني[2].

أ- آليات تتعلق بالتعبير عن الإرادة إلكترونيا:

تقوم عملية التعاقد إلكترونيا على أساس تبادل التعبير عن الإرادة الإلكترونية بين أطرافه المتعاقدة والتي يعتمد كل طرف في نقل وإيصال فحوى إرادته للآخر على مختلف وسائل الاتصال الإلكترونية، إلا أن بهذه الأخيرة من شأنها أثير العديد من الإشكاليات التي تمس عملية طرح الإيجاب الإلكتروني من قبل المورد

[1] معمر بوطالبة ، الالتزام بالإعلام في مرحلة المفاوضات على العقد التجاري الدولي، مقال منشور بمجلة العلوم الإنسانية، الصادرة عن جامعة قسنطينة، عدد 46، ديسمبر 2016، ص395.

[2] فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص182.

الإلكتروني وكيفية مطابقته للقبول الذي يراد بشأنه (**أولا**)، إضافة إلى انعدام التواجد الفعلي للأطراف المتعاقدة يصعب على كليهما وبالأخص المورد الإلكتروني التحقق منة أهلية الطرف المتعاقد معه (**ثانيا**)[1].

ب- التعبير عن القبول الإلكتروني:

تقتضي القواعد العامة المطبقة على سائر العقود، أن الأصل في التعبير عن القول أنه لا يخضع لأية شكلية معينة وهذا ما أكدت عليه المادة 18 الفقرة الأولى من اتفاقية فيينا للبيع الدولي للبضائع، مما يفهم بأن التعبير عن القبول لإتمام التعاقد قد يستوي أن يتم صراحة أو ضمنيا فإن ذلك يكون من المنظور القانوني كافيا للدلالة على موافقة القابل على إيجاب الموجب وإتمام عملية إبرام العقد وترتيب هذا الأخير لكافة أثاره القانونية على كلا الطرفين.

استنادا على ذلك، تطرق المشرع الجزائري إلى تنظيم هذه الإشكالية التقنية التي تمس القبول المعبر عنه إلكترونيا بالاعتماد على شبكات الاتصالات الإلكترونية في ظل بيئة مليئة بتقنيات افتراضية ورقمية. وضمن مقتضيات نص المادة 12 الفقرة الخامسة من قانون التجارة الإلكترونية[2] على إلزامية بصفة صريحة حتى لا يصعب تبيانه وفهم دلالته القانونية على نحو لا يدع مجال الشيك فيه من طرف المتعاقد الآخر.

وهذا على عكس التعاقد التقليدي الذي بمعنى آخر أنه يتم القبول فيه بالتعبير عن الإرادة صراحة أو ضمنيا وهذا ما تضمنته المادة 60 في فقرتها الثانية من القانون المدني الجزائري.

وذلك من خلال قيام المستهلك الإلكتروني بعد الاطلاع على تفاصيل الطلبية والتحقق منها وتمكينه المورد الإلكتروني من التأكد عليها ليتم إتمام عملية التعاقد، أن يكون الاختيار الذي يوجهه المستهلك الإلكتروني معبر عنه صراحة.

في المقابل ذلك ورغم دقة المشرع الجزائري فيضبط الإرادة التي تعبر عنها المستهلك الإلكتروني عن موافقته على العرض التجاري الإلكتروني من خلال إزالة كل اللبس والغموض التي قد يكتنفها بسبب الوسائل الإلكترونية التي تعمل آليا، إلا أنه قد ترك ثغرة قانونية فيما يخص سلامة أن يكون التعبير عن القبول ضمنيا، ذلك ما يلاحظ عبر مواقع الشوق الإلكتروني أنه قد يحدث بعض الأحيان ألا تسبب الوسائل الإلكترونية أي غموض حول دلالة القبول المستهلك الإلكتروني على موافقته للعرض التجاري الإلكتروني[3].

---

[1] ماسينيسا بن ذياب ، إشكالية التعاقد في البيئة الرقمية دراسة تحليلية نقدية على ضوء القانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد: 05، العدد 02 جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2020، ص31.

[2] أنظر المادة 12 الفقرة الخامسة من القانون 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[3] ماسينيسا بن دياب ، المرجع السابق، ص33.

ج- التحقق من أهلية المتعاقدين إلكترونيا:

يتميز التعاقد في ظل تقنيات البيئة الرقمية بخصوصية تتمثل في أن المتعاقدين يقومان بإبرام التعاقد في ظل مجلس عقد افتراضي ينعدم فيه الوجود الفعلي والمادي، مما يطرح على البساط القانوني إشكالية التحقق والتثبت من أهلية وهوية كل متعاقد للآخر.

يظهر بالتالي، بأن القواعد العامة المطبقة على سائر العقود تشترط لترتيب أي عقد تقليدي أو إلكتروني لأثاره القانونية أن يتم التعبير عن الإرادة من طرف متعاقدين كاملا الأهلية، وإن كانت مثل هذه المسألة سهلة التحقق في إطار طائفة العقود التقليدية نظرا للواقع المادي والحضور الفعلي الذي يسود مجلس عقد أطرافه المتعاقدة، مما يمكن لكل من المتعاقدين رؤية بعضهما البعض والتحقق بالتالي من أهلية بعضهما، أما في حالة وجود شك حول أهلية أحدهما يسمح التواجد المادي للطرفين من مطالبة أحدهما للآخر بضرورة إظهار الوثائق التي تثبت أهليته[1].

يتضح من خلال تحليل واستقراء نصوص قانون التجارة الإلكترونية، أن المشرع الجزائري قد ترك ثغرة قانونية فيما يخص إشكالية التحقق من أهلية المتعاقدين، والتي تظهر في التنظيم القانوني الذي وضعه المشرع بحيث تطرق إلى تنظيم أهلية المورد الإلكتروني من خلال إخضاعه لجملة من الشروط التي نصت عليها المادتين 8 و9 من قانون التجارة الإلكترونية[2] والتي عند استيفائها من قبله تصبح أهليته واضحة ومعلومة لأي مستهلك إلكتروني مقبل على سلعه وخدماته المعروضة على موقعه الإلكتروني، تاركا الغموض واللبس يلتبس أهلية الذمستهلك الإلكتروني إذا لم يتناولها المشرع الجزائري بأي تنظيم قانوني خاص يتلاءم مع خصوصية التعاقد في البيئة الرقمية التي ينعدم فيها الحضور الفعلي والمادي لأطرافه، مما يستدعي الحال العودة إلى تطبيق القواعد العامة المنصوص عليها في المادة 10 من القانون المدني الجزائري[3].

---

[1] أنيسة حمادوش ، حول إشكالية التحقق من أهلية المتعاقدين في التعاقد الإلكتروني، مجلة قانون المجتمع والسلطة، مجلد 08 عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران 2، 2019، ص57.

[2] تنص المادة 8 من القانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أنه يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري وفي سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة، ولنشر موقع إلكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد « com.dz »

[3] أنظر م 10 من الأمر رقم 58-75 المؤرخ 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

ثانيا: مضمون العرض التجاري الإلكتروني

1/ حددت المادة 11 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أنه: "**يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل المعلومات الآتية** ": والتي سنقسمها إلى جملة من البيانات وهي:

1- البيانات المتعلقة بتحديد شخصية العارض:

أ- رقم التعريف الجبائي، العناوين المادية والإلكترونية، ورقم الهاتف المورد الإلكتروني.

ب- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

2- البيانات المتعلقة بوصف المنتج أو الخدمة محل العقد:

أ- طبيعة خصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.

ب- حالة توفر السلعة أو الخدمة.

3- البيانات المتعلقة بالآجال:

أ- كيفيات ومصاريف وآجال التسليم.

ب- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.

ج- شروط وآجال العدول عند الاقتضاء[1].

4- البيانات المتعلقة بالشروط والآثار:

أ- الشروط العامة، لاسيما البنود المتعلقة بحماية البيانات الشخصية.

ب- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.

ج- طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا.

د- كيفيات وإجراءات الدفع.

هـ- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء (زمان قيام الإيجاب).

و- شروط وآجال العدول عند الاقتضاء.

ز- طريقة تأكيد الطلبية (طريقة القبول).

ح- موعد التسليم، سعر المنتوج موضوع الطلبية المسبقة وكيفية إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.

[1] عبد الحق ماني ، التنظيم القانوني لقيام التراضي في العقود الالكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية، " مجلة العلوم القانونية والسياسية "، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، المجلد التاسع، العدد الثاني، جوان 2018، ص143.

ط- طريقة إرجاع المنتوج الاستبدال أو التعويض.

ي- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها[1].

يتضح من هذه المادة مضمون العرض الإلكتروني هو عقد التفاوض الإلكتروني، لأنه بموجبه تتحدد شروط إبرام عقد البيع الإلكتروني من خلال تحديد مضمون السلعة أو الخدمة ومعلوماتها وبياناتها باعتبارها محل عقد البيع الإلكتروني وتحديد شروط الدفع والتسليم المبيع والآجال الخاصة بالتسليم وطرق الدفع الإلكترونية، وكذا المعلومات الأساسية للمورد الإلكترونية لأنه محل اعتبار في إبرام المعاملة الإلكترونية.

ومن خلال مضمون عقد الإلكتروني للعرض التجاري الإلكتروني عليه وهنا يقوم عقد الإلكتروني للعرض التجاري الإلكتروني صحيحا إذا توافرت كل الشروط التي توجبها المادة 11 من القانون 18-05 المذكور سابقا وهي كحد أدنى يجب أن تتوافر في أي عرض إلكتروني تحت طائلة المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني طبقا للمادة 14 من نفس القانون[2]. التي تنص على ما يلي: **" في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني، يمكن المستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به.**

و من هنا تظهر أركان المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني، والتي سنذكرها لاحقا، وفي الفرع الثاني من المطلب الثاني في المبحث الثاني من هذا الفصل[3]، غير أن المشرع الجزائري لم يحدد قاعدة الإسناد في حالة النزاع ولم يحدد إمكانية خضوع النزاع لأحكام التحكيم التجاري الدولي[4].

2/ التكييف القانوني للعقد الإلكتروني:

إن الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني مازالت موضوع دراسة واجتهاد وشرح من المهتمين بهذا المجال مما يقود إلى محاولة تصنيفها من حيث الطبيعة، وفيما إن كانت عقود إذعان أو رضائية، وهذا ما سيتم توضيحه على النحو التالي[5]:

[1] عبد الحق ماني ، المرجع السابق، ص144.

[2] فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص192.

[3] أنظر الصفحة 64.

[4] فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص192.

[5] هدى المقداد، العقد الالكتروني، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدية، المجلد 3، العدد 2، 2017، ص05.

أ- العقد الالكتروني من عقود الإذعان:

يعتبر هذا الجانب من الفقه إن العقد الإلكتروني نوع من أنواع عقد الإذعان والذي يقوم على خرق مبدأ سلطان الإرادة لأنه لا يقبل المناقشة ويقوم أساسا على فرض جملة من الشروط إما يأخذ بها جملة أو تترك جملة.

وادعم هذا الجانب رأيه بأن المتعاقد في العقد (العقل) الإلكتروني لا يملك إلا أن يوافق على الشروط المعروض عليه عبر الوسائل الاتصال المستعملة في إبرام العقد دون مناقشة أو مشاركة بالطرف الآخر[1].

ب- العقد الإلكتروني من عقود الرضائية:

يرى هذا الجانب من الفقه أن الرضائية لا توال تسود التجارة الإلكترونية على اختلاف أنواعها، إذ أن المتعاقد أو المنتج يستطيع اللجوء إلى مورد أو منتج آخر للسلعة أو الخدمة إذا لم تعجبه شروط أحد الموردين أو المنتجين ذلك أن هناك الكبير من البائعين والموردين في السوق الإلكتروني[2].

ج- العقد الإلكتروني ذو طبيعة خاصة:

يذهب رأي فقهي إلى أنه يجب التمييز بين نوعين من العقود الإلكترونية عند تحديد الطبيعة القانونية، إذ أن العقود الإلكترونية من حيث آلية إبرامها هي إما عقود يتم إبرامها عن طريق البريد الإلكتروني قد تحتوي على سمات عقود الإذعان، أما بالنسبة إلى العقود التي تبرم عن طريق البريد الإلكتروني فغالبا ما تكون عقود رضائية إذ يتم التفاوض على إبرام العقد عن طريق إرسال الرسائل الإلكترونية بين المتعاقدين عن طريق المواقع الشخصية الإلكترونية إلى أن يقترن إيجاب أحد المتعاقدين بقبول الآخر فينعقد العقد[3].

د- موقف المشرع الجزائري من طبيعة العقد الإلكتروني:

استنادا لنص المادة 06 فقرة 02 التي عرفت العقد الإلكتروني مع الإحالة للقانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في نص المادة 03 منه الفقرة 04 على أنه: "**كل اتفاق أو اتفاقية**

[1] عماد بن وادفل، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019-2020، ص25.

[2] نهى شروق، الآليات القانونية في إبرام العقد الالكتروني في ضوء التشريع الجزائري: بين النص والممارسة، مداخلة في الملتقى الوطني حول: الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18-05، يومي 02 و03 أكتوبر، 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.

[3] هدى المقداد، المرجع السابق، ص06.

تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآمر بحيث لا يمكن إحداث تغيير حقيقي فيه ... "[1].

يتضح من هذه المادة أن المشرع الجزائري يرى أن طبيعة العقد الإلكتروني من عقود الإذعان، بحيث يحرر مسبقا من قبل أحد أطراف الاتفاق ولا يمكن للطرف الآخر إحداث أي تغيير في هذا العقد إما قبوله كليا لشروط هذا العقد أو رفضيا كليا، وبالتالي قيد إرادة الطرف المذعن عليه وهذا خرق لمبدأ سلطان الإرادة.

3/ مميزات العقد الإلكتروني:

للعقد الإلكتروني خصائص تميزه عن غيره من العقود الأخرى، وسنذكرها على النحو التالي:

أ- العقد الإلكتروني أحد العقود التي تبرم عن بعد:

السمة الأساسية لهذا النوع من العقود تتمثل:

- عدم الحضور المادي المتعاصر لأطرافه في لحظة تبادل الرضا بينهم (عدم تشكيل مجلس العقد)، فهو عقد مبرم بين طرفين لا يتواجدان وجها إلى وجه في لحظة التقاء إرادتيهما.
- بالإضافة إلى إبرام يتم عبر وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد[2].

ب/ العقد الإلكتروني له طابع داخلي ودولي:

التعاقد الإلكتروني الذي يتم عبر شبكة الانترنت يتصف بالطابع الداخلي والدولي، واتسام العقد الإلكتروني بالطابع الداخلي عندما يكون العقد بين طرفين في داخل البلد الواحد، أما دولية العقد فتكون في حالة الخروج من حدود الدولة، فالمعاملات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنيت يمكن أن تتم بين أشخاص يتواجدون في دول مختلفة، فالمستخدم من دولة والمورد من دولة أخرى، شركة تكنولوجيا معالجة البيانات وإدخالها وتحميلها عبر شبكة موجودة في دولة أخرى[3].

ج- العقد الإلكتروني من عقود الإذعان:

إن إقرار هذا التصنيف في تحديد ميزة وخاصية للعقود الإلكترونية يعود لاعتبار أن المتعاقد – شخص طبيعي أو معنوي " مستهلك " – لا يملك إلا أن يضغط في عدد من الخانات المقترحة أمامه في موقع المتعاقد الآخر (وغالبا ما يكون البائع) على مواصفات معينة ومنها مواصفات السلعة وثمنها المحدد سلفا ولا يملك أن

[1]: القانون 18-05، السالف الذكر.

[2]: هدى المقداد، المرجع السابق، ص06.

[3]: هدى المقداد، المرجع نفسه، ص07.

يناقش أو يفاوض المتعاقد الآخر حول شروط التعاقد التي يوردها على الموقع، فهو لا يملك إلا قبوله أو رفضه كما هو.

وبالتالي فإن عقد الإذعان هنا هو من عقود الاحتكار والمنافسة الضيقة[1].

د- العقد الإلكتروني من عقود التجارة أو العقود المختلطة:

المبدأ أن أطراف التعاقد هم الذين يحددون صفة عقد التجارة الإلكترونية ما إذا كان تجاريا أو مدنيا أما إذا كان أحد أطرافه تجاريا والطرف الآخر مدنيا أصبح مختلطا. وفي التجارة الإلكترونية نجد عادة أقسام:

- تجارة الأعمال مع الأعمال، (العقد تجاريا).
- تجارة الأعمال مع المستهلك، العقد بالنسبة للمستهلك مدني وبالنسبة للتاجر تجاريا هنا العقد هو عقد مختلط[2].

الفرع الثاني: تحديد أطراف العرض التجاري الإلكتروني

من خلال المادة 10 من القانون 18-05 يظهر أن المشرع الجزائري حدد أن العرض التجاري الإلكتروني يكون من طرف المورد الإلكتروني ويستقبله المستهلك الإلكتروني، وفي هذا الفرع سنتعرف على أطراف العرض التجاري الإلكتروني:

أولا: تعريف المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته

يعتبر المستهلك الإلكتروني طرفا أساسيا في العرض التجاري الإلكتروني، إذا لا يقوم العرض بدون وجوده، وبالتالي وجب تحديد مفهومه وبيان مبررات حمايته، وهذا ما سيتم توضيحه على النحو التالي:

1/ تعريف المستهلك الإلكتروني:

قبل الحديث عن المستهلك الإلكتروني نعرج أولا إلى مفهوم المستهلك بصفة عامة باعتبار هذا الأخير الأصل المفاهيمي ، وإنما الاختلاف يكمن في طبيعة المعاملات العقدية والتي تتم عبر وسائل الإلكترونية[3].

---

[1] نهى شيروق، المرجع السابق، ص17-18.

[2] نهى شيروق، المرجع نفسه، ص15.

[3] محمد عبيب – محمد بوراس، حماية المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية بالجزائر على ضوء القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة دراسة وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة أحمد بن يحى تاونشريسي – تيسمسيلت، مخبر البحث في تطوير التشريعات الاقتصادية، مجلة الثالث عشر، العدد الرابع، جويلية 2021، السنة الثالثة عشر، جوان 2021، ص130.

أ- تعريف المستهلك:

عرفه المشرع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش بأنه: " **كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به** ". وهو نفس التعريف الذي أورده المشرع الجزائري بموجب المادة الثالثة الفقرة الأولى من التعديل القانوني رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إلا أن المشرع استدرك النص الموجود في التعريف الأول حيث حصر تعريف المستهلك على الشخص الطبيعي ولم يكتف بتعريف حسب المادة سالفة الذكر فعرف المشرع للمستهلك بأنه: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به** ".

هذا التعريف شمل جانب الشخص الطبيعي والشخص المعنوي وبالتالي أصبح مشمولا أيضا بالحماية القانونية باعتباره مستهلكا وهو ما ذهب إليه التشريع المقارن[1].

ب- تعريف المستهلك الإلكتروني:

من الناحية الفقهية عرف المستهلك الإلكتروني على أنه ذلك الشخص الذي يبرم عقود إلكترونية مختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من العقود بغرض توفير ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يكون الغرض من ذلك هو إعادة تسويتها ودون أن تتوافر لديه الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها[2].

أما من الناحية التشريعية وبعد ظهور المعاملات الإلكترونية التي عن طريق وسائل الاتصال الحديثة، دأب المشرع الجزائري إلى تحديد الإطار القانوني للعلاقة التعاقدية الإلكترونية التي تتم بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني وذلك بغية حماية مصلحة المستهلك، حيث عرفه المشرع الجزائري بموجب المادة السادسة الفقرة الثالثة من القانون رقم 18-05 السالف الذكر على أنه: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي**[3].

[1] محمد عبيب – محمد بوراس، المرجع نفسه، ص130-131.

[2] محمد عبيب – محمد بوراس، المرجع نفسه، ص131.

[3] هبة حمزة و محمود أمين بن قادة، المرجع السابق، ص192-193.

نستخلص من هذا التعريف العناصر التالية:

- أن يكون المستهلك الإلكتروني شخص طبيعي أو معنوي.
- أن يقوم المستهلك الإلكتروني اقتناء سلعة أو خدمة من أجل إشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية أو من أجل التسويق وإعادة البيع.
- أن تكون هذه الطلبية باستخدام وسيلة إلكترونية مرتبطة بشبكة الإنترنيت.

إذن فالمستهلك الإلكتروني يدخل ضمن نفس دائرة الحماية القانونية التي يتمتع بها المستهلك العادي مع الأخذ بعين الاعتبار كل القواعد الخاصة المتعلقة بالعقد الإلكتروني.

2/ مبررات حماية المستهلك الإلكتروني:

تعرف حماية المستهلك الإلكتروني بأنها:" **حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها في تعاملاته التجارية الالكترونية** "، أي هي الحماية المقصورة على مجال التعاملات الإلكترونية والتي تتمتع بطبيعة خاصة ومعقدة نظرا لما تحتويه من عقود نوعية وعلاقات متشبعة قد يكون أطرافها من الأجانب[1]، ولهذه الحماية مبررات تتمثل فيما يلي:

أ- التطور الحديث في شبكة الإنترنيت:

إنما يصاحب مجال المعلوماتية من تغيرات مسامرة ودائمة عبر وسائل وأساليب تهدف إلى تحسين الروابط التجارية بين المورد والمستهلك والحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية إلا أن لهذه الممارسات جانب سلبي يرد على محل العقد وحتى أطرافه مما يوقع المستهلك في عديد المخاطر بسبب عدم معاينة المبيعات إمامه أو مقابل شخص المورد إمامه. وليس كل حماية المستهلك كغاية تبرر كل وسيلة قانونية تصبو إلى تحقيق هذه الغاية فليس الأمر صراعا بين طرفين بقدر ما هو ضبط للتوازن العقدي بينهما[2].

ب- حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية:

يؤدي افتقار المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية جعله عاجزا عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الإنترنيت، والمقصود عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الإنترنيت بسبب قلة الحاجة لهذه المواقع، ولكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة، وذلك لاحتوائها على أشكال وأنواع مختلفة من الخدمات المهمة.

[1] محمد عبيب و محمد بوراس، المرجع السابق، ص132.

[2] عماد بن وادفل، المرجع السابق، ص18.

حيث أن حاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تتبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذا المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك[1]، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وبالتالي لا يوجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية. فبالتالي كان من الضروري البحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح وذلك نظرا لأهمية الخدمات الإلكترونية المتوفرة على شبكة الإنترنيت التي تزيد من إقبال من المستهلكين على هذه الخدمات والطلب الكثير[2].

ج- افتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية التقنية إلى الخدمات الإلكترونية:

إن الطبقة الاستهلاكية تمثل كل أفراد المجتمع على اختلاف أنواعها ومستواها الفكري والمعيشة، من جانب آخر تتجه التجارة والخدمات الإلكترونية لأن تصبح البديل المفروض لنظيرتها التقليدية مرجعة نظام العولمة ورقمنة الاقتصاد جعل المستهلك في مواجهة أساليب جديدة تؤثر على إرادته وحرية اختياراته وما يصاحبه من عدم إلمامه بحقوقه وكيفية حمايتها فيجد المستهلك نفسه رهينة تلبية رغباته الاستهلاكية وحاجاته ومن جهة أخرى انعدام التنوير التقني والمعلوماتي وهذا ما أحال المشرع نحو إقرار حمايته في ظل خصوصية البيئة الافتراضية التي يمارس فيها هذه المعاملات[3].

ثانيا: تعريف المورد الإلكتروني وشروط ممارسته للتجارة الإلكترونية

من خلال ما سبق دراسته في العرض التجاري الإلكتروني، يعتبر المورد طرفا مهم في المعاملات التجارية الإلكتروني، وبالتالي وجب تحديد مفهومه وذكر أهم الشروط الواجب توافرها لممارسة التجارة الإلكترونية بصفة مشروعة وقانونية، وهذا ما سوف نتطرق إليه على النحو الآتي:

1/ تعريف المورد الإلكتروني:

يرتبط تطبيق قواعد حماية المستهلك بتوفر صفة الاعتراف في الشخص الذي يتعامل معه المستهلك، فلو كان مورد السلعة أو الخدمة لا يمارس نشاطا تجاريا على وجه الاعتياد وبغرض تحقيق الربح فلا يتوافر فيه وصف الاحتراف وعندها لا مجال لتطبيق نصوص قانون حماية المستهلك، ويقصد بالمحترف أو المورد الإلكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط يتدخل من خلاله في عملية المنتوج الاستهلاك ويستعين في ذلك

[1] أسامة خيري، الرقابة وحماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2015، ص56-57.

[2] أسامة خيري، المرجع نفسه، ص56-57.

[3] عماد بن وافل، المرجع السابق، ص19.

بشبكة الانترنيت ووسائل الاتصال الإلكترونية المختلفة[1]، وقد عرفه المشرع الجزائري في المادة 04/06 من القانون 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية** "[2].

من خلال المادة سالفة الذكر يمكن استخلاص العناصر المتعلق بالمورد الإلكتروني وهي كالآتي:

- كل شخص سواء كان شخص طبيعي أو معنوي.
- يعمل على عرض وتسويق واقتراح السلع والخدمات على المستهلكين.
- استعمال الوسائل الإلكترونية كطريقة لترويج السلع وعرضها على المستهلكين ومما سبق وجب بأن يكون المورد محترفا في المجال الذي ينشط فيه، حيث يعتبر المورد في أي مجال كل شخص طبيعي أو معنوي من القطاع الخاص أو العام الذي يمارس لاسمه أو لحساب غيره نشاط لا يتمثل بتوزيع السلع أو بيعها أو تأجيرها وتقديم الخدمات كما يعتبر معترفا أي شخص يقوم باستيراد السلعة بهدف بيعها أو تأجيرها أو توزيعها وذلك في إطار ممارسة نشاطه المهني.

أ- معايير تمييز المورد على المستهلك:

من المعايير تمييز المورد على المستهلك معيار الاحتراف والمقصود بالاحتراف الأعمال التجارية التي يتم القيام بها على سبيل التكرار، وبصفة دائمة ومنتظمة ومستمرة، واتخاذها مهنة للحصول على مصدر، هذا ويرى البعض أن عقود الاستهلاك لا يشترك في طرفها الثاني ألا وهو المزود أن يكتسب صفة التاجر، ولكن يكفي بشأن العلاقة مع المستهلك اعتياد الشخص والقيام بعمله وتعلقه بمهنته[3]، أما المعيار الثاني فهو معيار الربح فقد ذهب البعض[4] إلى معيار الحصول على الربح من ممارسة عمل معين يعتبر هاما بشأن تحديد مفهوم المورد أو المحترف بينما ذهب البعض الآخر[5]، إلى أن هذا المعيار لا يكفي للوقوف على المفهوم القانوني.

[1] أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، بدون السنة ،ص35.

[2] المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، السابق ذكره.

[3] المطيري، مساعد زيد عبد الله، الحماية المدنية للمستهلك في القانونيين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه ، جامعة عبد شمس مصر، سنة 2007.

[4] الرفاعي، أحمد محمد: الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون التعاقدي، الطبعة الأولى، مصر، دار النهضة العربية، 1998، ص34.

[5] المطيري، مساعد زيد عبد الله، مرجع السابق، ص57.

والرأي الراجح هو عامل الربح لأنه مهم في حصول الشخص طبيعيا كان أو معنويا على صفة المورد أو المحترف حيث أن تحقيق الربح عنصر جوهري ورئيسي في جميع الأعمال التجارية التي تمارس عبر شبكة الانترنيت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى.

ب– شروط ممارسة المورد الإلكتروني لممارسة التجارة الإلكترونية:

إن مشروعية ممارسة الشخص لعملية التسويق أو اقتراح توفير السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية واكتسابه صفة المورد الإلكتروني، تسبقه ضرورة توافر شروط قانونية، وذلك بالشكل الذي يحقق الأمان القانوني للأطراف المتعاقدة عبر الانترنيت، وهذا ما سوف نتناوله من شروط موضوعية المطلوبة لممارسة المورد الالكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية، والشكلية منها من أجل مزاولة هذا النشاط.

ب– 1/ الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الإلكترونية:

أغلبية القوانين الوطنية المختلفة استعيدت تطبيق القواعد الخاصة بالعقود الإلكترونية على بعض التصرفات القانونية ونصت على إبرامها في الشكل التقليدي دون الشكل الإلكتروني، باعتبار هذه الأمور ليست متعلقة بالنشاط التجاري وليس لها علاقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية وإنما هي مجرد تصرفات مدنية أو شخصية[1].

ومن المهم تحديد محل النشاط وهو لا يختلف في العقد إلا في بعض أوجه الخصوصية، ويجب أن تتوفر في المحل النشاط التجاري الإلكتروني كما هو منصوص عليها في المادة 92 من القانون المدني الجزائري، وهي أن يكون المجل موجودا أو قابلا للوجود ومعينا أو قابل للتعيين قبل إبرام التعاقد الإلكتروني كأصل عام.

فمن الواجب تعيين المحل وملحقاته وتوابعه في العقود المبرمة عن بعد وهذا ما يؤدي إلى تعيين المحل تعيينا نافيا للجهالة ويتوجب في عقود برامج الحاسب الآلي ذكر ملحقات البرنامج نفسه كما هو الحال في البرامج المكتوبة[2].

أما بالنسبة للمعاملات التجارية الإلكترونية الممنوعة في ظل قانون رقم 18-05، فوفقا لنص المادة 03 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالمعاملات التجارية الإلكترونية، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصال الإلكتروني تتعلق بـ:

[1] خالد ممدوح إبراهيم، إبراهيم العقد الإلكتروني، دراسة قانونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2011، ص195.

[2] دليلة معزوز ، العقد الإلكتروني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، محاضرات السنة الأولى ماستر، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016/2015، ص30.

- لعب القمار والرهان واليانصيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
- كل السلع والخدمات المحظورة بموجب التشريع المعمول به.
- كل السلع أو الخدمات التي تستوجب إعداد عقد رسمي.
- كما أن جميع المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية تخضع إلى الحقوق والرسوم المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول به[1].

كما تنص المادة 05 من القانون 18-05 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، تمنع المعاملات التجارية عن طريق الاتصالات الإلكترونية في مجال العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المعدة عن طريق التنظيم المعمول به.

وكذلك تمنع المعاملات التجارية عن طريق الاتصالات الإلكترونية كل المنتجات والخدمات التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العام[2].

وقد تكون بعض السلع والخدمات المعروضة على شبكة الانترنيت غير مسموح بشرائها أو استخدامها في بعض الدول مثلا الأفلام المخلة بالحياء، بالآداب العامة أو النظام أو المعارضة للعقائد.

وإذا عدنا للقانون المدني الجزائري وفق آخر التعديلات التي جاء بها القانون 10/05 المؤرخ في 2005/06/20 نجد أن المشرع بعد أن ألغى نص المادة 96 التي كانت تنص على **أنه " إذا كان محل الالتزام مخالف للنظام العام أو الآداب كان العقد باطلا "**، أضاف إلى المادة 93 المعدلة شرط النظام العام والآداب العامة لتصبح المادة على النحو **التالي " إذا كان محل الالتزام مستحيلا في ذاته أو مخالفا للنظام العام أو الآداب العامة كان باطلا بطلانا مطلق**[3].

[1] المادة 03 من القانون رقم 18-05 السابق ذكره.

[2] المادة 05 من القانون رقم 18-05، السالف الذكر.

[3] المادة 93 من القانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الصادر في الجريدة الرسمية العدد 44 بتاريخ 20 جوان 2005.

ب-2/ الشروط الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية:

تنص المادة الثامنة من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "**يخضع نشاط لتجارة التسجيل في السجل التجاري أو في السجل الصناعات التقليدية حسب الحالة، ولنشر موقع إلكترونية أو صفحة إلكترونية على الانترنيت، مستضاف في الجزائر بامتداد com-dz يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.**

كما تنص المادة التاسعة من ذات القانون على أنه: " **تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجلين السجل التجاري، أو السجل الصناعات التقليدية والحرفية.**

لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني[1].

انطلاقا من نص المادتين السابقتين تحدد الشروط الشكلية لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية بالقيام بإجراءات يقوم بها المورد الإلكتروني من جهة، والمركز الوطني للسجل التجاري من جهة أخرى.

2/ من جانب المورد الإلكتروني:

أ- تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في السجل التجاري:

لابد على كل تاجر سواء طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة نشاط التجارة عن طريق الاتصال الإلكتروني، أن يسجل هذا النشاط في سجل تجاري، حتى تكون ممارسته لهذا النشاط مشروعة ونزيهة تمكنه من الاستفادة من الحماية القانونية[2].

تجب الإشارة، إلى أنه في حالة ما إذا اقترح شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر وقيد السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، فهنا يتم التعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق من طرف الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناءً على مقرر من وزير

[1] أنظر المادة 09 من القانون رقم 18-05.

[2] كريمة كريم ، استعمال تكنولوجية المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة – الجزائر، العدد 24 جوان 2018، ص69.

التجارة، ويبقى تعليق هذا الموقع الإلكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته طبقا للمادة 42 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[1].

وقد يأمر القاضي بشطب الشخص من السجل التجاري بموجب المادة 38 في فقرتها الثانية من نفس القانون المذكور، إذ خالف أحكام المادة 05 منه التي قمنا بشرحها فيما سبق[2].

ب- تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل الصناعات التقليدية والحرفية:

كل حرفي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يرغب في ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، يجب عليه تسجيل هذا النشاط في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حتى تكون ممارسته لهذه الممارسة مشروعة ونزيهة،[3] لكن ما يعاب على المشرع الجزائري أن لم يحدد جزاء في حالة ما إذ مارس حرفي نشاط التجارة الإلكترونية من دون التسجيل المسبق في سجل الصناعات التقليدية والحرفية[4].

ج- نشر نشاط التجارة الإلكترونية في موقع إلكتروني أو في صفحة إلكترونية:

لقد أضاف المشرع الجزائري إجراء شكلي آخر لممارسة التجارة الإلكترونية، وهو ضرورة نشر هذا النشاط في موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنيت، مستضافة في الجزائر com-dz[5]، مع اشتراط توفر هذا الموقع على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

بمعنى اشترط المشرع يشترط أن يكون للمورد الإلكتروني اسم نطاق خاص به، إذ يعتبر هذا الأخير بوابة الوصول إلى المواقع الإلكترونية التجارية التي تعد من مرتكزات سياسة الشركات التجارية فيما يتعلق بالمنافسات وإبرام الصفقات عبر شبكة الإنترنيت، مما أنسبه قيمة تجارية ومادية ومستقلة[6].

---

[1] راجع المادة 42 من القانون 18-05، السابق ذكره

[2] راجع المادة 38 من القانون 18-05، السالف ذكره

[3] كريمة كريم ، المرجع السابق، ص69.

[4] فريد عباس، شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون رقم 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية، كلية الحقوق أمحند بوقرة، جامعة بومرداس، العدد الثامن، جانفي 2020، ص82.

[5]: الفرق بين com و dz، ف com فهو عنوان يشير إلى المواقع التجارية وهي تدخل ضمن عناوين المواقع العامة التي تختص بها جميع الدول العالم دون أن تختص بها دولة معينة، أما dz فهو عنوان يستخدم في نطاق حدود الدولة الجزائرية، ولمزيد من التفصيل أنظر بوترفاس رحيمة، حماية العلامة التجارية في المجال الالكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص ثانون خاص كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2016، 2017، ص76-78.

[6] رحيمة بوترفاس، مرجع نفسه، ص70.

ولقد عرف المشرع الجزائري اسم نطاق في قانون 18-05 بموجب المادة 06 في فقرتها الأخيرة منه، حيث جاء فيها " اسم النطاق: عبارة عن سلسلة أحرف و/ أو مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.

والهيئة المختصة بتسجيل اسم النطاق على المستوى الوطني في الجزائر هو مركز أسماء النطاقات، الجزائر، وهو مصلحة تابعة لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، بحيث تمنح الهيئة التابعة الحماية لاسم النطاق طبقا لمبدأ الأسبقية في التسجيل، أي لمن بادر وسبق غيره في التسجيل.

د- إيداع اسم نطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري:

يجب على المورد الإلكتروني إيداع اسم نطاق نشاطه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، حتى يمكنه مزاولة نشاط التجارة الإلكترونية. وفي هذا الصدد يشير أن اسم النطاق قد يتم تعليق تسجيله كعقوبة من طرف الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة في حالتين:

- **فالحالة الأولى**: يتم التعليق الفوري لتسجيل اسم النطاق لأي شخص يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصال الإلكتروني من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، وهذا التعليق ساري المفعول إلى غاية تسوية الوضعية[1].

- **أما الحالة الثانية**: يتم التعليق تسجيل اسم نطاق لمورد إلكتروني تحفظيا، عندما يرتكب أثناء ممارسة نشاطه لمخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل وفق ما جاء في قانون الممارسات التجارية، وهنا لا يمكن أن يتجاوز مدة التعليق 30 يوما[2].

ومن ناحية أخرى يمكن أن يأمر القاضي بغلق اسم النطاق كعقوبة إضافية للغرامة المالية، وذلك في حالتين:

- **فالحالة الأولى**: قد يأمر القاضي بغلق اسم النطاق كلية إذا ما خالف المورد الإلكتروني أحكام المادة 03 من قانون رقم 18-05 متعلق ب ت-إ.

- **أما الحالة الثانية**: قد يأمر بغلق اسم النطاق لمدة تتراوح من شهر إلى ستة أشهر في حالة عرض أو بيع منتجات أو خدمات مذكورة في المادة الثالثة من نفس القانون[3].

[1] كريمة كريم ، المرجع السابق، ص69.

[2] أنظر المادة 42 من قانون رقم 18-05، المرجع السابق.

[3] أنظر مادة 37 من قانون رقم 18-05، المرجع نفسه.

3/ من جانب المركز الوطني للسجل التجاري:

إذا ما تبين المركز الوطني للسجل التجاري أن المورد الإلكتروني قد استوفى الشروط الموضوعية والتزم بالإجراءات الشكلية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، فإن المركز يقوم بإدخال هذا المورد ضمن بطاقة وطنية خاصة بالموردين الإلكترونيين المسجلين في السجلين السجل التجاري، أو في السجل الصناعات التقليدية والحرفية، والغاية من ذلك إضفاء الطابع الشرعي لهذا النشاط.

لذلك كلف المركز الوطني للسجل التجاري بإنشاء بطاقية وطنية تضم كل الموردين الإلكترونيين الموجودين عبر التراب الوطني، مع ضرورة نشرها في البوابة الالكترونية للمركز عبر قاعدة بيانات لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني في إطار ما يعرف بعصرنة الإدارة[1].

أ- مفهوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين:

تعتبر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين من أحد مظاهر تجسيد الإدارة الإلكترونية في الجزائر، ولهذا فالمشرع الجزائري لم يحدد تعريفا واضحا ومحددا للبطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين في قانون التجارة الإلكترونية، ولكن بالرجوع للمادة 09 منه يمكن أن نستخلص تعريفا لها بأنها: "**وثيقة مرجعية مفصلة تضم مجموعة من البيانات والمعلومات عن الموردين الإلكترونيين المتواجدين عبر التراب الوطني الذي استوفوا الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، ينشئها المركز الوطني للسجل التجاري ويتولى نشرها في متناول المستهلك الإلكتروني**[2].

تتمتع البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين بعدة خصائص نوجزها كما يلي:

- تنشأ لها المركز التجاري الوطني للسجل التجاري، وهي تعد إجراء شكلي لمزاولة المورد الإلكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية.
- هي آلية توثيق معلوماتية تعتمد على قاعدة بيانية[3]، إذ تدون فيها كل المعلومات والبيانات الخاصة بالموردين الإلكترونيين.

[1] فريد عباس، المرجع السابق، ص84.

[2] أنظر المادة 09 قانون رقم 18-05، متعلق بالتجارة الالكترونية، مرجع سابق.

[3] سهيلة بوخميس، عصرنة الإدارة العمرانية في الجزائر، " البطاقة الوطنية لقرارات التعمير والمخالفات المتعلقة بها أنموذجا "، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، صادرة عن جامعة عمار ثليجي بالأغواط، العدد 7، جانفي 2018، ص313.

– هي وسيلة إعلامية وعلنية وليست سرية، ومنشئة الالتزامات القانونية المترتبة على ممارسة التجارة الإلكترونية، بحيث أن كل شخص منظم للبطاقة يعمل صفة المورد الإلكتروني، وبالتالي تترتب عليه الالتزامات الناشئة عن هذه الممارسة، وعقوبات في حالة الإخلال بها[1].

والبطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين، تم النص عليها بالاعتماد على عدة مبادئ قانونية وهي:

- **مبدأ المشروعية:** والذي نعني به إنشاء البطاقة لدى المركز الوطني للسجل التجاري هو إجراء شكلي مفروض بقوة القانون.
- **مبدأ الشمولية:** يجب أن البطاقة تضم كل الموردين الإلكترونيين عبر التراب الوطني.
- **مبدأ المراجعة والتحيين:** ونقصد بذلك أن البطاقة ليست مرجعا قياسيا يتسم بالثبات والجمود لتعداد عدد الموردين الإلكترونيين عبر التراب الوطني، فهي مرجع قابل للمراجعة والتحيين، في كل الأوقات متى ظهر مورد إلكتروني جديد مستوفي لشروط ممارسة التجارة الإلكترونية.

ب– وظائف البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين:

إذا كانت البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين تقوم على ثلاث مبادئ أساسية وهي مبدأ المشروعية، ومبدأ الشمولية، وكذا مبدأ المراجعة والتحيين، فإنها بهذا الشكل تعد الإطار الأمثل والوسيلة الملائمة للتكفل بجملة من الوظائف الأساسية المتمثلة في حماية المستهلك الإلكتروني، وبناء بيئة تجارية واقتصادية إلكترونية المنافسة التجارية النزيهة.

ب–1/ البطاقية إطار لحماية المستهلك الإلكتروني:

إن حماية المستهلك الإلكتروني من الأهداف المرتبطة من وراء إنشاء البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين وفق خاصية العلنية التي تتمتع بها، إذ سبق القول أن المركز الوطني للسجل التجاري يتكفل بنشر البطاقية عبر قاعدة بيانات مخصصة لها متواجدة في المركز لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني، وهذا من شأنه تحقيق مبدأ الشفافية في التعاملات التجارية الإلكترونية[2].

[1] لقد نص قانون التجارة الالكترونية على عقوبات في حالة الإخلال المورد الالكتروني بالتزاماته الناشئة عن ممارسة التجارة في المواد من 37 إلى 48 منه، المرجع السابق.

[2] فريد عباس، المرجع السابق، ص86.

ب-2/ البطاقية إطار لتنظيم المنافسة التجارية الإلكترونية:

بحيث كل شخص يقوم بتسويق أو اقتراح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية بعدما استوفى الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، يكون محمي قانونا ومحل الاستثمارات الداعمة له طبقا للمادة 4 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ضف إلى ذلك أن مورد إلكتروني منظم للبطاقية هو حماية لهويته التجارية على الخط، ويجعل من تعاملاته التجارية مؤمنة، وهذا من شأنه مكافحة التجارية الموازية وغير الشرعية عبر شبكة الإنترنيت.

ب-3/ البطاقية إطار لضبط السوق الافتراضية:

فالبطاقية تمثل إطار مرجعيا للدولة الجزائرية، فهي تسمح من جهة بإعطاء صورة كاملة عن تعداد الموردين الإلكترونيين عبر التراب الوطني الجزائري[1].

المطلب الثاني: التحديد القانوني للعناصر الجوهرية للعقد الإلكتروني ومراحل إبرامه

عرف المشرع الجزائري العقد الإلكتروني بموجب المادة السادسة الفقرة الثانية على أنه هو ذلك العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأول عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن للأطراف باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني، ومن هذا المنطلق سنحدد العناصر الجوهرية للعقد الإلكتروني في الفرع الأول، أما في الفرع الثاني سنتعرف على المراحل التي يمر بها العقد أثناء إبرامه.

الفرع الأول: التحديد القانوني للعناصر الجوهرية للعقد الإلكتروني

قد نص القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في مادته 13 أنه[2]: " **أن يتضمن العقد الالكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:**

1- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات، وذلك حسب المادة 17 من قانون 09-03 في فصله الخامس تحت عنوان " إلزامية إعلام المستهلك "، بحيث ألزم المشرع الجزائري المتدخل بإعلام المستهلك

[1] يوجد 13 مورد إلكتروني مسجل في البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين، موقع المركز الوطني للسجل التجاري https://sidjilcom.cnrc.dz، اطلع عليه يوم 05-05-2020 على الساعة 19:00.

[2] القانون 18-05، سالف الذكر.

بجميع المعلومات الخاصة بالمنتوج الذي يعرضه للاستهلاك بواسطة الوسن ووضع العلامة أو بأية وسيلة آخر مناسبة، وتحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم[1].

2- شروط وكيفيات التسليم، استنادا لنص المادة 376 من القانون المدني الجزائري في الفقرة الأولى من العبارة الآتي نصها: " ... ويحصل التسليم على النحو الذي يتفق على طبيعة الشيء "، أما في الفقرة الثانية من نفس المادة " فيتم التسليم بمجرد تراضي الطرفين ... [2]".

3- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، من خلال المادة 16 من قانون 09-03 أنه: " ... بعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق "[3].

4- شروط فسخ العقد الإلكتروني، بالرجوع إلى الأحكام العامة في القانون المدني باعتباره الشريعة العامة، وحسب المواد 121 و122 و123 من هذا القانون، يعتبر العقد الإلكتروني عقد ملزم لجانبين ويخضع لنفس شروط الفسخ للعقود العادية، وبالتالي ينقضي العقد الإلكتروني في حالة استحالة تنفيذه وتنقضي معه الالتزامات المقابلة له وينفسخ العقد بقوة القانون، وفي هذه الحالة يعاد المتعاقدان إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد، أما في حالة تعذر إرجاع المتعاقدين إلى حالتهما الأصلية جاز هنا للمحكمة أن تحكم بالتعويض، وفي حالة عدم تنفيذ الالتزام من طرف أحد المتعاقدين يجوز للطرف الثاني هو الآخر أن يمتنع عن تنفيذ التزامه[4].

5- شروط وكيفيات الدفع، تعرف وسيلة الدفع الإلكتروني حسب المادة 06 الفقرة 05 من قانون رقم 18-05 على أنها: " **كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية** "[5]، نستخلص من هذا التعريف أن شروط وكيفيات الدفع تكون إما عن كيفية الدفع فتكون عن طريق وسائل المرخصة بها وتتمثل هذه الوسائل في منصات دفع منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر وتكون موصولة بأنواع مختلفة من محطات الدفع الالكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية.

[1] قانون رقم 09-03، السالف الذكر.
[2] الأمر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، السالف الذكر.
[3] قانون 09-03، السالف الذكر.
[4] الأمر رقم 58-75، السالف الذكر.
[5] قانون 18-05، السالف الذكر.

6- شروط وكيفية إعادة المنتوج، يتم إعادة المنتوج في حالة ما إذا كان هذا الأخير غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتوج معيبا، وهذا ما نصت عليه المادة 23 من قانون رقم 18-05 وقد نصت أيضا في فقرتها الثانية عن كيفيات إعادة المنتوج، وتتمثل في أنه: " يجب على المستهلك الالكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني "[1].

7- كيفيات معالجة الشكاوى، من حق المستهلك تقديم شكوى في حالة عدم مطابقة المنتوج للمواصفات المعلن عليها إلكترونيا، لدى يجب على المورد تحديد كيفية تقديم هذه الشكاوى وطرق استقبالها ومعالجتها.

8- شروط وكيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، عرفت المادة 06 في الفقرة 07 من قانون رقم 18-05، الطلبية المسبقة على أنها: " تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الالكتروني في حالة عدم توفر المنتوج في المخزون "، ونستخلص من المادة 15 من ذات القانون شروط وكيفيات من أجل الطلبية المسبقة، حيث أنه:

أ- لا يمكن دفع ثمن الطلبية المسبقة في حالة عدم توفر المنتوج في المخزون.

ب- إذا توافر المنتوج تتحول الطلبية المسبقة بصفة ضمنية إلى طلبية مؤكدة.

ج- في حالة دفع المستهلك الإلكتروني لثمن المنتوج قبل توفره في المخزون، وجب على المورد إرجاع ذلك الثمن مع تعويض المستهلك الإلكتروني دون المساس بهذا الحق[2].

9- الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عن الاقتضاء، استنادا لنص المادة 355 من القانون المدني نجد أن المشرع الجزائري في تجربة المبيع والرفض والقبول بعد التجربة أخذ بالمعيار الشخصي واستبعد المعيار الموضوعي – يجوز للمشتري أن يقبل المبيع أو يرفضه – بحيث بعد التجربة وإن حقق المبيع الغرض منه يمكن للمشتري أن يرفضه[3] فقط أن يكون الرفض داخل مدة التجربة لأن بعد انقضاء المدة مع الثمن من التجربة فإن سكوت المشتري يعتبر قبولا، وهنا نلاحظ أن المشرع اشترط المدة وتعين هذه الأخيرة إما باتفاق الطرفين أو يعينها البائع بشرط أن تكون معقولة، قد اعتبر المشرع هذا النوع من البيوع أنه بيعا معلقا

[1] قانون 18-05، السالف الذكر.

[2] قانون 18-05، السالف الذكر.

[3] الأمر رقم 58-75، السالف الذكر.

على شرط واقف وهو قبول المشتري، ولكن يمكن أن يكون معلقا على شرط فاسخ حسب الاتفاق أو الظروف بحيث يتم البيع وينتج أثره بنقل الملكية ودفع الثمن ويفسخ بعد التجربة. وهذا يمثل حماية للبائع لاسيما في حالة هلاك المبيع أثناء التجربة فهنا الهلاك يكون على عاتق المشتري[1].

10- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع، طبقا لأحكام المادة 02 أعلاه، وتحدد الجهة القضائية المختصة في حل النزاع عن طريق إما الجهة القضاء المدني وذلك في المواد 14 و22 من قانون رقم 18-05 في حالة إخلال المورد للالتزام فعلى المستهلك إبطال العقد ومطالبة بالتعويض، وأيضا تحدد الجهة تحديد الاختصاص إما اختصاص نوعي أو اختصاص إقليمي وذلك بإتباع قواعد قانون الإجراءات المدنية والإدارية في الباب الثاني في الاختصاص في الفصل الأول والثاني، أما الجهة الثانية فهي القضاء الجزائي فقد أناط المشرع الجزائري للقضاء الجزائي دور بارز في حماية المستهلك وفقا لقانون رقم 18-05 وذلك نظرا لخصوصية الجرائم الإلكترونية المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني[2].

11- مدة العقد حسب الحالة، الأصل في العقود أنها فورية ينفذ مباشرة بمجرد التعاقد لكن في بعض الحالات قد تكون العقود زمنية تستغرق مدة زمنية لتنفيذها في هذه الحالة ينبغي تحديد مدتها، مثل: عقد الإيجار، عقد التأمين ...، وغيرها من العقود.

ذكر المشرع الجزائري هذه العناصر على سبيل الحصر لا على سبيل المثال وبالتالي هي عناصر إلزامية، وفي حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأحكام المواد 10 و13 من قانون رقم 18-05 السالف الذكر، فإنه يمكن للمستهلك المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به، وذلك طبقا لأحكام المادة 14 من قانون رقم 18-05.

الفرع الثاني: التحديد القانوني لمراحل إبرام العقد الإلكتروني

لتحديد مراحل إبرام العقد الإلكتروني لابد أولا من التطرق لأركان العامة التي يقوم عليها العقد الإلكتروني، ثم بعد ذلك نذكر المراحل التي حددها المشرع الجزائري في قانون 18-05 لإبرام العقد الإلكتروني.

أولا: أركان العقد الإلكتروني

لإبرام العقد الإلكتروني يجب توافر الأركان العامة للعقد وهي الرضا والمحل والسبب، وسنتعرف عليها:

[1] الأمر رقم 58-75، السالف الذكر.

[2] قانون 18-05، السالف الذكر.

1/ التراضي في العقد الإلكتروني:

الرضا هو جوهر العقد وهو التعبير عن إرادة أطراف العقد للتعاقد بحسب ما تم الاتفاق عليه، ويتم التعبير عن الرضا في العقد الإلكتروني عن طريق رسالة المعلومات الإلكترونية وهي وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبول قانونا لإبرام الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي[1]، مع مراعاة زمن ومكان تطابقهما، وزيادة على ذلك مراعاة صحة التراضي في العقد.

أ- توافق الإرادتين:

أ-1/ الإيجاب: إن تطابق الإيجاب مع القبول يشمل على المسائل الجوهرية طبقا لنص المادة 65 من القانون المدني الجزائري.

وعليه فإن الإيجاب الإلكتروني هو التعبير عن إرادة المتعاقد عن بعد، ويتم ذلك عبر شبكات الاتصال الحديثة، وبالتالي فهو يخضع المبادئ العامة التي يخضع لها العقد التقليدي، أي بحيث يكون بالطرق الصريحة أو الضمنية، كما يجب أن يكون باتا[2].

وقد تضمن أيضا البند 2/3 من مشروع العقد النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية والمتعلق بالقانون النموذجي الصادر عن الأونيسترال ما يلي: " **تمثل الرسالة إيجابا إذا تضمن إيجابا لإبرام عقد مرسل إلى شخص واحد أو أشخاص محددين ماداموا معروفين عن نحو كاف وكانت تشير إلى نية مرسل الإيجاب أن يلتزم في حالة القبول.**

ومن أهم خصائص الإيجاب الإلكتروني أنه يتم: عن بعد، ويتم عبر وسيط إلكتروني، وهو إيجاب دولي، ولا يمنع أن يكون إقليميا أو محليا.

وقد يكون الإيجاب خاصا موجها لأشخاص معينين وعادة ما يكون بواسطة البريد الإلكتروني، وقد يكون الإيجاب عاما موجها إلى جميع زوار الموقع الإلكتروني.

أ-2/ القبول: القبول الإلكتروني يتم التعبير عنه من خلال وسيلة إلكترونية، ويتطلب لانعقاد العقد أن يتلاقى الإيجاب بقبول يطابقه، وهو مثله مثل الإيجاب يخضع للقواعد العامة للعقد التقليدي، وقد عرفته اتفاقية

[1] هدى المقداد، المرجع السابق، ص08.

[2] سميرة المير، عقد التجارة الالكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد السابع، جانفي 2018، ص179.

فيينا 1980 بشأن البيع الدولي للبضائع حيث تنص المادة 18 الفقرة 01 على أنه: " **يعتبر قبولا أي بيان أو أي تصرف آخر صادر من المخاطب يفيد الموافقة على الإيجاب** "[1].

وبما أن يتم القبول الإلكتروني عن طريق وسيلة إلكترونية فإنه يتم عن طريق الضغط على أيقونة مرة واحدة، غير أنه يطرح تساؤل حول ما إذا كانت هذه الطريقة تعتبر قبولا كافيا.

يرى جانب من الفقه ضرورة التأكيد على القبول من خلال الضغط على أيقونة مرة ثانية حتى لا يعتبر لمسة عفوية. بالإضافة إلى ذلك توجد عدة طرق لإثبات القبول كالمحادثة الفورية chating والبريد الإلكتروني e-mail[2].

ب- صحة التراضي (أهلية التراضي):

ب-1/ يشترط لصحة العقد أن تتوفر لدى طرفيه الأهلية القانونية اللازمة لإبرامه والتحقق من الأمر ميسورا في العقود التقليدية إلا أنه يختلف الأمر بالنسبة للعقود الإلكترونية، حيث أن التعاقد الإلكتروني يجري عن بعد مما لا يسمح بالتحقق من شخصية كل المتعاقدين، لذلك حرصت الدولة على ضرورة التحقق من الأهلية وفقا للتوجيه الأوربي رقم 7/97 بشأن البيع عن البعد فإنه وفقا لنص المادة 04 الفقرة 01 منه يلزم عند إبرام العقد عن بعد عبر تقنيات الاتصال تحديد هوية الأطراف المتعاقدة بما في ذلك بيان الأهلية.

ب-2/ بالنسبة لعيوب الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية فإنها لا تختلف عن النظريات التقليدية، كونها لا تخرج عن مجرد أمثلة تستوعبها القواعد العامة.

2/ المحل والسبب في العقد الإلكتروني:

أ- المحل في العقد الإلكتروني: إن محل عقد التجارة الإلكترونية هو الالتزامات التي يولدها هذا العقد ويشترط فيه بصفة عامة أن يكون مشروعا، وأن يكون موجودا وأن يكون ممكنا وقابلا للتعيين، ومن صور المحل في العقد التجاري الإلكتروني قد تكون سلع وبضائع، أو تجارة الخدمات (سواء معرفية أو خدمات مالية، خدمات استشارية، خدمات الإعلام والاتصال، خدمات وكلاء السياحة).

ب- السبب في العقد الإلكتروني: أما السبب في العقد الإلكتروني، فإنه لا يختلف عنه في عقد التجارة التقليدية حيث هو أحد أركان العقد، وفي حالة تخلفه يبطل العقد، ويجب أن يكون موجودا وصحيحا بمعنى ألا يكون وهميا أو صوريا، ويشترط أن يكون مشروعا[1].

[1] هدى المقداد، المرجع السابق، ص08.

[2] سميرة المير، المرجع السابق، ص179.

3/ زمان ومكان انعقاد العقد الإلكتروني:

تطرح العقود المبرمة عن بعد أو ما يعرف " بعقود المسافات "، إشكاليات تتعلق بزمان ومكان إبرام العقد، لأن أطراف العقد لا يكونون حاضرين وقت إنشاء العقد.

ونظرا للأهمية الكبيرة لتحديد زمان ومكان انعقاد العقد سوف نتناول ما يلي:

أ- زمان انعقاد العقد الإلكتروني.

ب- مكان انعقاد العقد الإلكتروني[2].

أ- زمان انعقاد العقد الإلكتروني (الركن المعنوي):

وهي لحظة انعقاد العقد الإلكتروني وفقا للقواعد العامة في القانون المدني الجزائري.

يتمثل هذا الركن في الزمان الذي ينشغل فيه المتعاقدان إبرام العقد، ولا يهم إن طالت أو قصرت، إلا أنه قد يرتبط بشيء مادي، كارتباطه بزمان مجلس العقد لأن وحدة المكان تقضي وحدة الزمان، ومدة الانشغال بالتعاقد[3].

فإذا كان التعاقد يتم مباشرة من خلال الموقع الإلكتروني web سواء كان التعاقد عن طريق الضغط عن زر الموافقة الموجود أو عن طريق التنزيل عن بعد، فإن النطاق الزماني لمجلس العقد يبدأ من لحظة دخول الموجب إلى الموقع الإلكتروني الذي صدر منه الإيجاب ويستمر العنصر الزماني طول فترة المناقشات والمفاوضات حتى يخرج القابل من الموقع أو يخرج الموجب من الموقع أو يعدل عن إيجابه رغم بقائه في الموقع.

وإذا كان التعاقد بواسطة الرسائل الإلكترونية المرسلة عبر البريد الإلكتروني أو بواسطة الكتابة المتبادلة بين الطرفين العنصر الزماني يبدأ منذ لحظة صدور الإيجاب ويستمر لحين خروج أحد الطرفين أو كليهما من الموقع. أما إذا كان التعاقد غير لحظي فإن العنصر الزماني يبدأ من لحظة إطلاع القابل على المعروض عليه سواء أكان سلعة أو خدمة ويستمر حتى تنتهي المدة المحددة أو إذا وجدت وإلا رجع إلى العرف[4].

---

[1] سميرة المير، المرجع نفسه، ص179-180.

[2] سميحة رواقي، خلود متناني، النظام القانوني للعقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون الأعمال، قسم القانون الخاص، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، سنة 2019/2018، ص46.

[3] عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص151.

[4] محمد بافكر، المعاملات التجارية الالكترونية في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق ،تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق جامعة أحمد درانة، أدرار، سنة 2019/2018، ص24-25.

ب- زمان انعقاد العقد الإلكتروني (الركن المادي):

يقصد بالركن المادي الحيز المكاني الذي ينشغل فيه المتعاقدان بالعقد، بدونه لا يقوم المجلس ولا يكون له وجود، سواء كان هذا الحيز ثابتا أو متحركا، سواء كان مغلقا أم مفتوحا، ويقاس بمعيارين وهما معيار المدى السمعي، ومعيار المدى السمعي البصري[1].

وقد تناول قانون اليونسترال النموذجي مسألة تحديد مكان انعقاد العقد الإلكتروني بالتنظيم من خلال نص الفقرة الرابعة من المادة 15 نصت على أنه: " **ما لم يتفق المنشئ مع المرسل إليه على غير ذلك، يعدان رسالة البيانات أرسلت من المكان الذي يقع فيه مقر عمل المنشئ ويعد أنها تسلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المنشئ ويعد أنها تسلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه، ولأغراض هذه الفقرة:**

- **إذا كان للمنشئ أو المرسل إليه أكثر من مقر عمل واحد، كان مقر العمل هو المقر الذي له أو له علاقة بالمعادلة المعنية، أو مقر العمل الرئيس إذا لم توجد مثل تلك المعادلة.**
- **إذا لم يكن للمنشئ أو المرسل إليه مقر عمل يشار، ومن ثم إلى محل إقامته المعتاد**[2].

وقد نصت المادة 67 من القانون المدني الجزائري على المكان بأنه: " **يعتبر التعاقد ما بين الغائبين قد تم في المكان والزمان اللذين يعلم فيهما الموجب بالقبول، ما لم يوجد اتفاق أو نص قانوني يقضي بغير ذلك.**

ويفترض أن الموجب قد علم بالقبول في المكان، وفي الزمان اللذين وصل إليه فيهما القبول[3].

ومن خلال نص المادة المكان الذي يعتد به هو مكان الذي علم فيه الموجب بالقبول مع الأخذ بأن وصول القبول مع الأخذ بأن وصول القبول مع الأخذ بأن وصول القبول يعتبر قرينة على العلم به.

ج- التعريف التشريعي لمجلس العقد:

إن مجلس العقد فكرة من صنع الفقه الإسلامي، أخذت بها التشريعات العربية وحرست على النص عليها من خلال نصوص محدودة لا تكفي لتفصيل أحكام هذه النظرية، من هذه التشريعات:

[1] عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص151.

[2] سميحة رواقي و خلود متناني، المرجع السبق، ص49.

[3] الأمر رقم 58-75، السالف الذكر.

القانون المدني الجزائري في المادة 64 على أنه: " **إذا صدر الإيجاب في مجلس العقد، لشخص حاضر دون تحديد أجل القبول فإن الموجب يتحلل من إيجابه إذا لم يصدر القبول فورا، وكذلك إذا صدر الإيجاب من شخص إلى آخر بطريقة الهاتف أو بأي طريق مماثل** ".

وفكرة مجلس العقد لم يتناولها الفقه الفرنسي بوجه خاص، لذلك ليس لها صدى في التقنين الفرنسي[1].

ثانيا: التحديد القانوني لمراحل إبرام العقد الإلكتروني

لقد حدد المشرع الجزائري ثلاث مراحل إلزامية في المادة 12 من قانون رقم 18-05 السالف الذكر، حيث تنص هذه المادة بأنه: " **تمر طلبية منتوج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:**

1- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية.

2- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمال والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

3- تأكيد الطلبية يؤدي إلى تكوين العقد.

يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه بصراحة.

يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه إختياره[2].

من خلال هذه المادة نلاحظ أن المشرع الجزائري قد إشترط لتكوين الرضا المستهلك الإلكتروني على السلعة أو الخدمة المعروضة عليه عن طريق شبكات الأنترنيت، أن تمر بالمراحل المذكور أعلاه في المادة 12، وبالتالي يتحقق الإيجاب والقبول من قبل أطراف العقد الإلكتروني.

تكون الطلبية بمثابة إيجاب طرف المورد الإلكتروني وذلك بعد عرضها المستهلك الإلكتروني، بحيث يكون المورد الإلكتروني بمقام البائع في البيع التقليدي العادي وغالبا لا يكون المورد الالكتروني سواء كان شخص طبيعي أو معنوي مالكا للمنتوج، وإنما هو متعهد بتوفيرها وتسويقها نيابة عن البائع المالك الحقيقي للسلعة

[1] بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014-2015، ص89.

[2] القانون رقم 18-05، السالف الذكر.

أو الخدمة فهو وسيط بين البائع والمستهلك الإلكتروني، وهذا العرض وقبوله اقتناء السلعة أو الخدمة، وهنا تبرز حرية المتفاوضين ويطغى مبدأ سلطان الإرادة على هذه العقد الإلكتروني الأول السابق عن المعاملة الإلكترونية وهي عملية البيع الإلكتروني أو غيرها من المعاملات الإلكترونية وتبرز خصوصية الحرية التعاقدية للمستهلك الإلكتروني ولكن يجب أن يكون[1] الإلكتروني ولكن يجب أن يكون إيجاب المورد من خلال العرض التجاري الإلكتروني واضح المعالم ونافيا للجهالة حتى يتطابق بالتصديق من طرف المستهلك الإلكتروني، وهنا تظهر الخصوصية إبرام العقود الإلكترونية التي جعل من المشرع الجزائري ذات قيمة قانونية[2].

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك في المرحلة اللاحقة على التعاقد الإلكتروني

لكون العقود الاستهلاكية غير متوازنة بين أطرافها ومن أجل إعادة التوازن للعلاقة العقدية، وإضفاء البعض الحماية لطرف الضعيف فيها (المستهلك)، فإن هذه العقود التي يشتملها استثناء من مبدأ القوة الملزمة للعقد إذ ضمنت حق العدول كحماية لطرف الضعيف وهذا ما سوف نتناوله في المطالب الأول، مما أدى لفرض بعض الالتزامات على المورد الإلكتروني لضمان ممارسة الرقابة على نشاطاته وتحديد نطاق مسؤوليته وهذا ما سنتطرق إليه في المطلب الثاني.

المطلب الأول: حقوق المستهلك في المرحلة اللاحقة على التعاقد الإلكتروني

يعد حق العدول ضمانة أساسية مكرسة قانونيا من أجل حماية المستهلك الإلكتروني وبالأخص نظرا لكونها تتماشى وخصوصيات العقد الإلكتروني نظرا لعدم قدرة المستهلك على معاينة السلعة أو معرفة الأداء الحقيقي للخدمات المقدمة، فحق العدول من الوسائل التي لجأت إليها التشريعات الحديثة لحماية الرضا المستهلك الإلكتروني حيث يتضمن هذا الحق إعطاء فرصة التفكير[3].

وبناء على ما سبق سنتطرق في مفهوم الحق في العدول وطبيعته قانونية ومبرراته في إجراءات ممارسته والآثار المترتبة عنه.

[1]: فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص191.

[2]: فهيمة قسوري، المرجع نفسه، ص191.

[3] طاهر شوقي مؤمن، عقد البيع الالكتروني (بحث في التجارة الالكترونية)، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص114.

الفرع الأول: حق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني

كون الحق في العدول يعتبر آلية مستحدثة على القانون الجزائري، فلهذا قبل الخوض في دراسة أحكام هذه الضمانة لابد من التطرق إلى تحديد تعريفها وطبيعتها القانونية.

أولا: تعريف وطبيعة حق العدول عن التعاقد ومبرراته

لإعطاء مفهوم واضح وجلي لحق المستهلك في العدول ارتأينا التعرض لمختلف التعريفات المقدمة من طرف الفقه أولا، ومن ثم التطرق إلى طريقة التنظيم التشريعي لهذه الآلية القانونية، وتبيان طبيعتها مع ذكر أهم مبرراتها.

1/ تعريف الحق في العدول عن التعاقد:

اختلفت الآراء الفقهية حول تعريف الحق في العدول فعرفه البعض على أنه وسيلة بمقتضاها يسمح للمستهلك الإلكتروني بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقا، بحيث يستفيد من مهلة التفكير في خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وأن ارتبط به[1].

أما جانب آخر فيعرفه بأنه إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع محل التعاقد إذا لم يكن رآه عند العقد أو قبله والمستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الانترنيت لم يكن قد رأى البضاعة من قبل وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أمامه، فإذا استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه، كما يرى بعض الفقه الفرنسي بأنه بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة يلتزم من خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها واعتبارها كأنها لم تكن، وذلك لهدف تجريدهما من أي أثر كان له في الماضي أو سيكون لها في المستقبل[2].

أما بالنسبة للتعريف التشريعي فقد عرفه المشرع الجزائري ضمن المادة 19 فقرة ثانية من القانون 18-09[3]، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقوله: " **العدول هو حق المستهلك في التراجع في اقتناء منتوج ما دون وجه سبب** ".

وبالعودة للمشرع الجزائري فقد نص عن الحق العدول ضمن القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 22 منه والتي نصت على أنه: " **يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج على**

[1] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص126.

[2] محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الالكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي، سوريا 2009، ص393.

[3] المادة 19 من القانون 18-09، السالف الذكر.

حالته في أجل أقصاه 04 أيام ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون المساس بحقه دون المطالبة بتعويض عن الضرر"[1].

كما تنص المادة 23 فقرة 02 من نفس القانون على: " **يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي في مدة 04 أربعة أيام كحد أقصى ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج مع الإشارة لسبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الالكتروني"**[2].

2/ الطبيعة القانونية لحق العدول في التعاقد الإلكتروني:

تحديد الطبيعة القانونية لحق العدول يعد من أبرز المساءل القانونية التي أثارت جدلا فقهيا لغياب التحديد القانوني لها، فهناك جانب من الفقه يرى بأن الطبيعة القانونية لحق العدول هو حق مع الاختلاف القائم في مدى اعتبار حق شخصيا أو عينيا، في حين يذهب رأي آخر إلى القول بأنها رخصة والبعض يعتبره حق إرادي محض والذي يعتبر أقرب إلى الصواب.

أ- خيار العدول حق:

اتفق الفقه اعتبارا خيار العدول حقا، إلا أنهم اختلفوا في تحديد نوع هذا الحق هناك من يرى أنه حق شخصيا وآخر يعتبر حقا عينيا.

أ-1/ الحق في العدول حق شخصي:

يدرج جانب من الفقه الحق في العدول ضمن طائفة الحقوق الشخصية على أساس الرابطة التي تجمع بين أطراف العلاقة الاستهلاكية، قد يمثل هذا الحق سلطة مقررة للمستهلك يواجه من خلالها المورد، تمكنه من التحلل والعدول عن العقد بإرادة منفردة إلا أنه يؤخذ على هذا الاتجاه المستهلك الذي يثبت له حق العدول، ولا يملك سلطة في مواجهة المورد، قد لا يمكن له مناقشة هذا الحق، إذا لم يقرر المورد وما عليه إلا قبول العقد أو رفضه[3].

[1] المادة 22 من القانون 18-05، السالف الذكر.

[2] المادة 23 من القانون 18-05، السالف الذكر.

[3] الجواني القانونية للتعاملات الالكترونية، مجلة النشر العلمي، الكويت، 2003، ص110.

أ-2/ الحق في العدول حق عيني:

يذهب البعض إلى تكييف الحق في العدول على أنه حق عيني باعتبار أن المستهلك سلطة مباشرة على شيء معين، يكون له بمقتضاه الحق في استغلاله[1] والانتفاع به لكن انتقد هذا الرأي بأن حق العدول يتمثل في إمكانية انحلال المستهلك من العقد بإرادته المنفردة ولا يمنح له سلطة على المنتوج الذي يعدل على اقتناعه[2].

ب- حق العدول رخصة:

خلافا للآراء السابقة لتكييف خيار العدول على أنه حق، ظهر رأي آخر يرى رخصة منحها للمشرع المستهلك باعتباره طرفا ضعيفا في مواجهة المهني المتفوق في الخبرة الفنية والقوة الاقتصادية، من خلالها يتمكن المستهلك من نقض العقد بنص تنظيمي، وهذا لا ينطبق أصلا على حق العدول[3].

ج- حق العدول حق إرادي محض:

نظرا للانتقادات الواردة على الآراء السابقة، اتجه رأي آخر ليوفق بينهما وهو أن خيار العدول هو وسط بين الحق والرخصة أي هو أعلى من مجرد رخصة وأقل من اعتباره حق واعتباره حق إرادي محض أي بشأنه التحكم في مصير العقد بالنفاذ أو النقض.

يجد أساسه لفي النصوص التشريعية التي تنص على وجوبه، ويشكل ضمانا للمستهلك في حالة عدم حصوله على منتوجات مطابقة لحاجاته، نظرا لاقتنائه عن بعد دون معاينة، ومن جهة أخرى فإنه غالبا ما يتسرع المستهلك في اقتناء المنتوج من خلال عقود نموذجية التي يفرضها المورد الإلكتروني، أين يتبع فيها السبل الاغرائية، مما يدفع بالمستهلك باقتناء منتوجات لا تلائمه أو أنه ليس بحاجة لها أصلا[4].

هذا ويثير حق العدول إشكالية بالنسبة للخدمات الإلكترونية الرقمية، التي يقوم المستهلك بتسلمها عن بعد خلال التقنية لتنزيل التي تسمح للمستهلك بنسخ المنتوج الرقمي، مما يلحق ضررا بالمحترف/ المورد في حالة إقرار حق المستهلك الإلكتروني عن العدول فيها.

---

[1] مُحَمَّد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية (العقد الالكتروني، الإثبات الالكتروني)، دار النهضة العربية – القاهرة، الطبعة الأولى، 2008، ص84.

[2] سميرة زوية ، الأحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد، رسالة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص73-77.

[3] بن عزوز درماش ، حماية المستهلك في مجال التجارة الالكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 02، 2011، ص384.

[4] موفق حماد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية – دراسة مقارنة –، مكتبة السنهوري ومنشورات زين الحقوقية، ص232-233.

3/ مبررات الحق في العدول:

الأصل في القواعد العامة أن العقد إذا انعقد صحيحا نافذا، تثبت له القوة الملزمة وما جاز لأي من المتعاقدين أن يتحلل عنه بإرادته المنفردة إعمالا لمبدأ القوة الملزمة للعقد، باستثناء حالتي الاتفاق أو ما نص عليه القانون في حالات معينة.

وترجع الحكمة من تقرير هذا الحق إلى حماية المستهلك من التسرع في التعاقد في بعض أنواع البيوع، وهي تلك التي يسعى فيها التاجر إلى تسهيل عملية التعاقد للمستهلك، فضلا على أن المستهلك لم يتعاقد بحاجته للسلعة أو الخدمة، بل أن بعض التجار المحترفين ينتزعون منه رضاؤه بالعقد وإغرائه بكافة صور الدعاية والإعلان وأساليب البيع والترويج، والتي كثيرا ما يقع المستهلك ضحية لها، فيندفع إلى التعاقد متسرعا دون تدبر لما هو مقدم عليه، فرخص المشرع المستهلك في مثل هذه الظروف حق الرجوع في تعاقده وبمحض إرادته خلال مدة معينة ودون بيان الأسباب والمبررات[1].

إن خيار العدول يعطي للمستهلك فرصة قانونية للتفكير بالعقد الذي أقدم عليه في عجل، وتحت ضغط إغراءات الطرف الثاني، وهذا ما يظهر جليا من خلال عقود التجارة الإلكترونية، التي تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة وأهمها شبكة الانترنيت، وهنا قد يضع التجار صور السلع والخدمات على مواقع البيع الإلكترونية، لكي يراها المستهلك إلا أن تلك الرؤية افتراضية ولا تتساوى مع الرؤية المادية، وبالتالي لن يكون بوسع المستهلك الحكم الدقيق على المنتج الذي يتعاقد عليه، وذلك ما يبرر إعطاء المستهلك عند التعاقد عن بعد الحق في العدول خلال فترة معينة[2].

وقد ينجذب المستهلك لشراء السلع والخدمات نتيجة إعلانات تجارية إلكترونية مضللة تصور هذه المنتجات في صورة مخالفة لحقيقتها، مما يضر بتوحيد المستهلك في إبرام العقد بإرادة صحيحة وسليمة تحت ضغط أساليب الغش والاحتيال[3]، ونظرا لأنه لم تعد عيوب الإرادة تقدم حلا ناجحا لهذا الصدد، ذلك أن أحكام هذه النظرية لم المراد منها معالجة هذه الحالة، فأصبح الركون إليها غير ذي الجدوى " دون "، مع التكلفة والجهد في إنفاق المال والوقت من خلال الدعاوى القضائية، فهنا تأتي أهمية الحق في العدول مما يمكن

[1] عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، سنة 2007.

[2] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية، سنة 2007، ص267.

[3] موفق حماد عيد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، منشورات زين الحقوقية، بغداد، 2011، ص213.

ضمان حق المستهلك في الرجوع عن إبرام العقد مع ضمان حقه أيضا في استرداد الثمن خلال مدة قانونية محددة[1].

4/ مجال تطبيق الحق في العدول:

جاء خيار العدول لحماية المستهلك من العقود التي أبرمتها دون رضاها أو تحت تأثير عوامل خارجية عن إرادته، كما أنه يبرم عقود للسلع والخدمات وهو لم يتحقق منها أو لم يراها أولويتهم بتجربتها ومن جهة أخرى يقوم بإبرام عقود خارج إرادتها مثل حالة العقود النموذجية التي لا يمكنه تعديل أو مناقشة بنودها والعقود التي يرد عليها هذا الحق عديدة حيث يمتد مجال تطبيق هذا الحق بالنسبة للبيع الالكتروني والإيجار والخدمات غير أن المشرع الفرنسي[2] قد استثنى بعض العقود من خلال نص المادة 20/121 من قانون الاستهلاك والمتمثلة فيما يلي:

- عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول خلالهم.
- عقد توريد السلع والخدمات التي تتعهد أثمانها وفق ظروف السوق.
- عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها وفق خصوصيات المستهلك، أو المطالبة لشخصه بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها للبائع أو التي يسرع إليها الهلاك أو التلف.
- عقود توريد الصحف والدوريات والمجلات.
- عقود خدمات الرهان وأوراق اليانصيب المصرح بها[3].

كما يرد الحق في العدول على العقود الخاصة بالمنقولات دون تلك الواردة على العقارات كما أورد المشرع الجزائري في المادة 02 من القانون رقم 18-09 المعدل والمتمم للقانون 09-03 ضمن الفقرة 10 منها التي نصت على: " **تحديد وكيفيات ممارسة حق العدول وكذا أجال وقائمة المنتوجات المعينة، عن طريق التنظيم** "[4].

[1] عبد الفتاح بيومي حجاوي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنيت، دار الكتب القانونية، مصر، سمة 2008، ص41.

[2] عبد الباقي عمر مُحَّد، الحماية العقدية للمستهلك، دار منشأة المعارف، الطبعة الثانية، الاسكندرية، 2008، ص764. طبعة بعد العنوان

[3] نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص141.

[4] القانون 18-09 المعدل والمتمم 09-03 السالف ذكره

ثانيا: إجراءات وآثار ممارسة الحق في العدول عن التعاقد

يعد تقرير حق العدول في عقد الاستهلاك من أكثر وسائل حماية المستهلك ملائمة لخصوصيات هذا العقد، والتي تسعى العديد من التشريعات التي أقرته إلى تنظيمه تنظيما دقيقا يحد من خطورته كونه يضر بمبدأ القوة الملزمة للعقد، وبالتالي يترتب عن ممارسة هذا الحق آثار بالنسبة للمستهلك والمورد، وتبعا لذلك تطرقنا إلى إجراءات ممارسة الحق في العدول ومعالجة آثار الحق في العدول[1].

1/ إجراءات ممارسة الحق في العدول:

لم يشترط المشرع أي إجراء لممارسة الحق في العدول، الذي يتحقق إرادة المستهلك في ذلك لممارسة الحق في العدول لابد من احترام المدة الواردة في القانون وهي الشرط الوحيد لأعمال هذا الحق لأنه لا توجد إجراءات خاصة، وحق لا يقع المستهلك في منازعة قانونية هناك إجراءات احتياطية يمكن للمستهلك الاستعانة بها مما يستدعي التطرق إلى كيفية ممارسة الحق في العدول، ثم مدة ممارسة الحق في العدول[2].

2/كيفية ممارسة حق في العدول:

إن الغاية من ثبوت الحق في العدول، هو التأكد من رضا المستهلك فيما يتعلق بالتمهل في إبرام العقد، وهو ما يجب معه إطلاق إرادة التعبير في الرجوع عن التعاقد من كل قيود اتفاقا مع الهدف، فالأصل أن هذا النوع من الحقوق الممنوحة للمستهلك لا تخضع لأي إجراءات خاصة ولا يجوز للمتعاقدين أن يتفقا على طريقة معينة لممارسة هذا الحق استنادا إلى قاعدة من يملك الأكثر يملك الأقل[3]، حيث لا توجد طريقة معينة يعبر من خلالها المستهلك عن عدوله في العقد، غير وأنه في سبيل الحفاظ على حقوق المستهلك قد يتخذ البريد الالكتروني أو البريد الموصى عليه كوسيلة للتعبير عن عدوله، ويبقى للمستهلك السلطة التقديرية في ممارسة الحق في العدول دون أن يكون ملزما بتقديم تبرير عن ذلك[4].

وقد تضمنت بعض نصوص القانون المدني الجزائري صور الحق العدول الذي يمارس في مدة معينة فنذكر على سبيل المثال البيع بالتجزئة والبيع بشرط المذاق، وذلك عملا بأحكام المادتين 354 و355 من ذات

---

[1] عبد الحق لخداري، محمد أمين نويري، حق المستهلك في العدول عن حق المستهلك في ظل قانون رقم 18-09، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، المجلة 57، العدد 02، سنة 2020، ص240.

[2] :Chihelb ghazouani, la protection du consommateur dans les transactions électroniques selon la lois du 09 Aout 2000, (revue de juriste prudence et de législation, rjl Juin 2003, p39.

[3] نصيرة خلوي عنان، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنيت، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص76.

[4] أيمن مساعدة، علاء خصاونة، خيار المستهلك في البيوع المنزلية وبيوع المسافة، مجلة الشريعة والقانون، العدد 46، الأردن، 2011.

القانون، وكذلك أصدر مؤخرا قانون التجارة الإلكترونية بموجب القانون رقم 18-05 فحبذا لو أدخل عليهما تعديلا بإضافة مواد تتضمن خصوصية العدول الإلكتروني[1].

3/ مدة ممارسة الحق في العدول:

نص المشرع الجزائري على الحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق المادة 22 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، بحيث أجاز للمستهلك إعادة إرسال المنتوج على حالته وفي غلاف الأصلي في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لآجال التسليم في أجل 04 أيام عمل ابتداءا من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، مع ذكر سبب الرفض ودون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، وعلى المورد الالكتروني ألا يرجع للمستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج خلال 04 أيام ابتداء من تاريخ استلامه المنتوج[2].

4/ أثر ممارسة الحق في العدول:

يترتب على العدول عن التعاقد أثار كلل من الطرفين بحيث يزيل العقد المبرم بينهما وينقضي وتعود الحال على ما كانت عليه قبل التعاقد وسنبرز فيما يلي أهم الآثار المترتبة على كل من المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني.

4/أ- آثار العدول بالنسبة للمورد الإلكتروني:

الآثار المترتبة عن العدول من جانب المورد الإلكتروني يتمثل أساسا برد ما دفعه له المستهلك أثناء التعاقد وذلك بحسب المدة القانونية المنصوص عليها في المادة 22 و23 من القانون 18-05 المادة 22 تنص على أنه في حالة عدم احترام المورد آجال لتسليم وفي حالة إرجاع المنتوج من طرق المستهلك خلال مدة 04 أيام من تسلمه في هذه الحالة وجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع وكذا النفقة المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج خلال أجل 15 يوم ابتداء من تاريخ استلامه للمنتوج[3]، أما المادة 23 من نفس القانون فقد نصت على غرض غير مطابق للطلبية، أو حالة ما إذا كان المنتوج معيب[4].

يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة تكون على عاتق المورد الإلكتروني حيث نصت في فقرة الثالثة على: " **يلتزم المورد الالكتروني بما يأتي: تسليم جديد موافق للطلبية أو إصلاح المنتوج المعيب**

[1] دليلة معزوز ، حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الالكتروني، مجلة المعارف، العدد 22، جامعة أوكلي محند أولحاج، 2017، ص16.

[2] عبد الحق لخداري، محمد آمين نويري، المرجع السابق، ص240.

[3] المادة 22 من القانون رقم 18-05.

[4] المادة 23 من نفس القانون.

أو استبدال المنتوج بآخر مماثل أو إلغاء الطلبية أو إرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك بالتعويض في حالة وقوع الضرر[1].

وحدد المشرع في الفقرة الرابعة المدة القانونية كإرجاع المبالغ المدفوعة حيث نص على أنه: يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل 15 يوم من تاريخ استلام المنتوج[2].

كما نصت بعض التشريعات الأخرى على أنه عند تجاوز المهلة القانونية المقررة من قبل المشرع لرد ما دفعه المستهلك من ثمن يؤدي إلى جعل المبلغ المسدد من قبل منتجا للقواعد.

4/ب- أثر العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني:

إن ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول يؤدي إلى فسخ العقد المبرم بحيث يلتزم برد السلعة في حال ما إذا كان محل العقد المنتج أو التنازل عن الخدمة ولا يتحمل من ذلك أي آثار قانونية وعقوبة جزائية شرط الالتزام بالمهلة القانونية المجددة له وما يجب التأويل له أنه لا يجوز الاتفاق على عدم ممارسة المستهلك لهذا الحق كما لا يجوز له التنازل عنه وكل شرط أو اتفاق يقضي بذلك يعد باطلا كونه من النظام العام[3].

5/ مدى أخذ المشرع الجزائري بحق العدول عن التعاقد

في غالب الأمر ترجع أسباب عدم تبني المشرع الجزائري لتنظيم أي مسألة، عندما تكون مستحدثة ولازالت فكرة جديدة تحتاج لضبط، غير أن مسألة العدول معروفة منذ نهاية التسعينيات، وظل المشرع الجزائري يمتنع عن تنظيم مثل هذه المسألة في مختلف التعديلات القانونية.

لعل وسبب غياب تنظيم خاص بحق العدول في قانون حماية المستهلك هو نقص الأحكام القضائية الصادرة في مجال حماية المستهلك، مما أدى إلى عدم مسايرة التجارة الإلكترونية طبعا، كما ترجع الأسباب في ذلك إلى كون الجزائر الجديدة في مجال الدفع الإلكتروني إضافة إلى مسألة التصديق الإلكتروني.

ولعل من أهم الأسباب عدم الكشف صراحة عن تبني المشرع الجزائري أيضا لحق العدول هو تداخل هذه الفكرة مع مبدأ سلطان الإرادة، إذ أن إبرام العقد يرجع لتبادل التراضي بين الطرفين، في حين أن حق العدول هو تكوين لإرادة جديدة منفردة بشخص واحد، وهي في الغالب لا تحافظ على استقرار المعاملات التجارية إذا ما تم الأخذ بهذا الحق.

---

[1] المادة 23 فقرة 03 من القانون رقم 18-05 سالف الذكر.

[2] فقرة 04 من نفس المادة.

[3] عماد بن وادفل، المرجع السابق، ص. 78.

إذ يمكن التوصل من خلال ما سبق أن المشرع الجزائري عند تغييب هذه الآلية على خلاف التشريعات في مجال حماية المستهلك، هو بالضرورة يحمي المنتج ويخلق اللاتوازن وترجيح كفة المنتج في ظل القوانين التي تندد بالتوازن العقدي.

ودون الأخذ بسابق الأسباب، إن تأخر هذا الحق يؤدي لا محال إلى زيادة الغلبة على المستهلكين، واستغلال المهنيين لهذه الظروف يشكل خطرا كبيرا على المستهلك، لذا فإدراج حق العدول ضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش من أولويات التشريع الحمائي للمستهلك، والذي يضمن حقه في تحقيق الغاية من إبرام التعاقد[1].

الفرع الثاني: حق المستهلك في إثبات العقد الإلكتروني بوسائل إلكترونية

إن الإثبات الإلكتروني لا يختلف كثيرا عن الإثبات العادي وهذا ما أكدته اللجنة التابعة للأمم المتحدة، حيث أكدنا على أن التصرفات التي أبرمت عبر شبكة الانترنيت لا تستطيع الطعن في صحتها لأنها أبرمت عبر شبكة الانترنيت ولم تبرم بالطريقة العادية وبالتالي فإن الوثيقة الإلكترونية مثلها مثل الوثيقة العادية في مجال إبرام العقود الإلكترونية، وذلك شريطة سهولة الوصول إلى الوثيقة الإلكترونية فيما بعد[2]، وبالتالي يعتبر الإثبات في العقد الإلكتروني حق للمستهلك الإلكتروني حيث يتم هذا الإثبات بواسطة وسائل إلكترونية تتمثل فيما يلي: **أولا**: الكتابة الإلكترونية والمحررات الإلكترونية، **ثانيا**: التوقيع الإلكتروني.

أولا: الكتابة الإلكترونية والمحررات الإلكترونية

إن الأهمية التي تلعبها الكتابة الإلكترونية في العقود التجارة الإلكترونية تكمن في أنها حجة على أطراف العلاقة التعاقدية وعلى الغير فهي وسيلة إثبات التصرف القانوني المبرم، وبالتالي في هذا السياق سنتعرف على الكتابة الإلكترونية بصفة خاصة والمحررات الإلكترونية عامة، ثم سنحدد شروط الواجب توافرها فيها مع تحديد الخصائص التي تميزها على الكتابة التقليدية، وفي الأخير سنتطرق إلى حجيتها القانونية والحالات المستبعدة من الحجية.

[1] بن عثمان مشرية، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر أكادمية في الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020، ص170.

[2] سميرة المير، المرج السابق، صفحة 180.

1/أ- تعريف الكتابة الإلكترونية:

رغم إقرار المشرع الجزائري بالكتابة إلا أنه لم يورد أي تعريف لها فقد نص عليها في المادة 323 مكرر من القانون المدني على أنها: " **ينتج الإثبات بالكتابة من تسلسل حروف أو أوصاف أرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم، مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها، وكذا طرق إرسالها** ".

وبالتالي المشرع الجزائري لم يعرف الكتابة الإلكترونية أيضا إلا أنه عادل بينهما وبين الكتابة العادية حسب المادة 323 مكرر 1 من نفس القانون بحيث جاءت فيها: " **يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكاتبة على الورق بشرط إمكانية التأكيد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة وملحوظة في ظروف تضمن سلامتها** ".

من خلال ما سبق ذكره وبالرجوع للقوانين المقارنة نجد أن تعريف الكتابة الإلكترونية هي: " **حروف أو رموز أو أرقام أو علامات تثبت على حامل أو ما يقوم مقامه وتعطي دلالة قابلة للإدراك** "[1].

1/ب- المحررات الإلكترونية:

بالرجوع إلى المفهوم التقليدي للمحرر فإننا نجده يتكون عنصر: الكتابة وعنصر الدعامة ويعد الورق هو الدعامة السائد لمدة طويلة في مجال استعمال الكتابة وفي مختلف الميادين.

وبظهور ما يسمى الكتابة الالكترونية في العصور الحديثة تراجع استعمال الورب كدعامة للكتابة وظهر ما يسمى بالحاسوب والدعامات الإلكترونية الأخرى مثل القرص المرن، الممغنط، البطاقات الذكية وغيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة.

يعتبر المحرر الإلكتروني تزاوج بين مفهوم الكتابة الإلكترونية والدعامات الإلكترونية الحديثة[2]، حيث أثارت المادة الثانية من القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية بأن المقصود بالمحررات الإلكترونية هو:

" **المعلومات التي يتم إنشائها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر بتبادل البيانات الإلكترونية، أو البريد الالكتروني، أو البرق، أو التلكس، أو النسخ البرقي** "، نلاحظ أن هذا التعريف لم يحصر الطرق التي يتم من خلالها التعامل مع المحررات الإلكترونية وإنما توحي عبارة (أو بوسائل مشابهة) أن التعريف يستوعب أي طريقة

[1] عباس حفصي " الإثبات في الكتابة "، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة – الجزائر، جامعة عمار ثليجي الأغواط (الجزائر)، مخبر اللغة والدراسات الإسلامية، ديسمبر 2020، ص130.

[2] سميحة رواقي و متناني خلود، المرجع السابق، ص72 و73.

تستخدم لتبادل البيانات إلكترونيا كالإنترنيت والبريد الإلكتروني والتلكس بالإضافة إلى أي وسيلة قد تفرزها التكنولوجيا العلمية في المستقبل، ويراد بمصطلح " تبادل البيانات إلكترونيا " نقل المعلومات إلكترونيا من حاسوب إلى آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات[1].

وبالتالي يمكن تعريف المحررات الإلكترونية أنها: معلومات إلكترونية ترسل أو تسلم بوسائل إلكترونية أيا كانت وسيلة استخراجها في المكان المستلمة فيه، أو أنه البيانات والمعلومات التي يتم تبادلها من خلال الوسائل الإلكترونية سواء كانت من خلال شبكة الانترنيت أو من خلال الأقراص الصلبة أو شاشات الحاسب الآلي أو أية وسائل إلكترونية[2].

2/ شروط الكتابة الالكترونية والمحررات الإلكترونية:

لكي تكتسي الكتابة الإلكترونية والمحررات الإلكترونية الحجية الكاملة بالإثبات وإمكان مساواتهم مع الكتابة والمحررات التقليدية في القوة القانونية لابد من توافر عدة شروط وهي:

أ- أن تكون الكتابة مقروءة:

يشترط في المحرر للإنسان للإثبات أن يكون مقروءة، حيث يتم التدوين بحروف أو رموز معروفة أو مفهومة للشخص الذي يرتد الاحتجاج عليه بهذا المحرر ويستوي في ذلك أن يكون على دعامة ورقية أو الكترونية[3].

ب- استمرارية الكتابة ودوامها:

ويقصد بها تدوين الكتابة على دعامة أو وسيط يمكنها من الثبات والبقاء لمدة زمنية معينة، ونستطيع الرجوع إليها بسهولة عند استعمالها في الإثبات، لهذا وجدت عدة وسائل تقنية مستحدثة تضمن الحفاظ على البيانات واستمراريتها.

ج- الثبات أو عدم قابلية التعديل:

يعتمد هذا الشرط بصفة أساسية على الدعامة المسبقة عليها المعلومات والبيانات، حيث أن التقنيات المتطورة يمكن لها أن تكشف عن أي تعديل في البيانات الإلكترونية، وأن تحدد بدقة البيانات المعدلة ووقت

[1] مصطفى رزقي، الإثبات في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019/2018، ص07 -08.

[2] هدى المقداد، المرجع السابق، ص10.

[3] سميرة المير، المرجع السابق، ص181.

تعديلها، كما أن الاستعانة بجهات التصديق الإلكتروني يمكن أن يحل هذه المشكلة عند إدعاء أي طرف من الأطراف المتعاقدة أن هناك عبثا أو تعديلا في بيانات المحرر الإلكتروني[1].

3/ خصائص الكتابة الإلكترونية والمحررات الإلكترونية:

ظهرت الإلكترونية نتيجة التطور التكنولوجي الهائل الذي شهده العالم، حيث حضت بإقبال كبير في ساحة المعاملات القانونية والتجارة الإلكترونية لما لها من خصائص تتميز بها عن الكتابة والمحررات التقليدية، وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

3/أ- المحررات الإلكترونية تتصف بالسرعة:

تقوم الكتابة الإلكترونية على التعبير بالفيزيولوجي يتمثل في مغنطة المحررة على خلاف المحرر المكتوب على الورق، الذي يقوم على التصاق الحبر بالورق فقط وعليه تمتاز الأولى بالسرعة لأنها تكتب بلغة الحاسوب ولا يمكن معرفة مضمونها إلا من قبل المرسل والمرسل إليه، كما يتسم التعاقد الإلكتروني بالفورية والفعالية التي تسمح بحضور افتراضي وذلك بأداء بعض الخدمات وتسليمها فورا لذلك فإن وسائل الاتصال الحديثة تتميز بالسرعة في التعاقد حيث أن السندات المرسلة عبر الانترنيت تعد من أكثر الوسائل التي تؤمن السرعة في إبرام العقود[2].

3/ب- انخفاض تكاليف الحفظ والنقل:

للمحررات الإلكترونية خاصية مميزة تحل بها مشكلة كبيرة ظالما كانت تعاني منها الدول وإن صح القول إلى يومنا هذا هي ظاهرة الحفظ وتخزين الملفات والوثائق لفترة طويلة مادام الرجوع لها يكون عند الطلب الأمر الذي يجعل من الصعب إيجاد مكان كافي وملائم من خلال تراكم هذه الملفات مما قد يتعذر توفير مساحات لخزنها إضافة إلى عبئ النقل الذي يحتاج إلى مصاريف ويد عاملة لذلك فقد وفرت المحررات الإلكترونية قدرا كبيرا لحل هذه المشكلة وتفادي كل العقاب بما أنها تكون محفوظة في شكل دعامة إلكترونية مهما كان شكلها مما استدعى ظهور فكرة الأرشيف الإلكتروني والسجلات الإلكترونية[3].

---

[1] سميرة المير، المرجع السابقة، ص181.

[2] خولة حشمان وفاطيمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص62.

[3] مصطفى رزقي، المرجع السابق، ص14.

3/ج- محررات غير تقليدية:

تستخرج من وسائل الخزن بواسطة تقنيات منظورة، أدت إلى ظهور ما يسمى بالإثبات الإلكتروني، الذي احتل مكانا مهما لفي إبرام التصرفات القانونية التي تتم عن بعد، مما دفع بعض التشريعات إلى الاعتراف بهذه الكتابة ومجاراتها بالكتابة العادية من حيث حجية الإثبات[1].

3/د- تتسم بالوضوح والإتقان:

إن طبيعة الكتابة الإلكترونية واستنادها إلى دعامة إلكترونية، مما يمكن من تصحيح الأخطاء التي تقع أثناء الكتابة، دون أن يترك التصحيح أثر يذكر على المحرر، قياسهم في ظهور المحرر الإلكتروني بشكل منظم وواضح وخالي من الأخطاء[2].

4/ أطراف المحررات الإلكترونية:

من بين القواعد القياسية لتأمين المعاملات الإلكترونية التي وضعها الاتحاد العالمي للاتصالات التابع للأمم المتحدة والتي تبرز تحديد هوية طرفي المحرر الإلكتروني هي تعريف المرسل منشئ المحرر الإلكتروني والمرسل إليه وأيضا تعريف الوسيط والذي يفرض كطرف ثالث في هذه المعاملات[3].

4/أ- المرسل (المنشئ) كطرف في المحرر الإلكتروني:

ورد بقانون الانسترال النموذجي في مادته الثانية الفقرة (ج) أن منشئ المحرر الإلكتروني هو الشخص الذي يعتبر أن إرسال أو إنشاء المحرر الإلكتروني قبل تخزينه قد تم على يديه أو نيابة عنه، ويستفاد من ذلك أن مصطلح " منشئ " يصدق على الشخص الذي يتولى إنشاء المحرر أو إرساله ويستوي في ذلك أن يكون هذا الإنشاء أو الإرسال قد تم بواسطة المنشئ ذاته أو أن يتم بواسطة شخص آخر نيابة عنه.

ويمتد تعريف المنشئ ليشمل الأشخاص الطبيعية والأشخاص المعنوية على السواء، كما يستوي أن يكون الشخص قاصدا إبلاغ المحرر للغير أو يكون قاصدا إنشاءه وتخزينه فقد دون تبليغ[4].

---

[1] حكيمة شيبان، دور الكتابة في العقد الالكتروني، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، شعبة الحقوق تخصص: قانون الأعمال، قسم الحقوق، جامعة الربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016/2015، ص28.

[2] حكيمة شيبان، المرجع السابق، ص29.

[3] حبيب بلقنيشي، إثبات التعاقد عبر الانترنيت (البريد المرئي)، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة وهران، السانيا، 2011/2010، ص49.

[4] حبيب بلقنيشي، المرجع نفسه، ص49.

4/ب- المرسل إليه كطرف في المحرر الإلكتروني:

نصت عليه المادة 2 الفقرة (د) من قانون الأونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، بأنه: "**ذلك الشخص الذي قصد المنشئ أو المرسل أن يتسلم المحرر الالكتروني ولكنه لا يشمل الشخص الذي يتصرف كالوسيط فيما يتعلق بهذه الرسالة** ".

ومن خلال هذه المادة يمكن القول بأن المرسل إليه هو:

- الشخص الذي قصد المرسل الاتصال به عن طريق إرسال المحرر الإلكتروني.

- الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي استخدام الحاسب الآلي نيابة عنه الاستجابة كليا أو جزئيا لرسالة البيانات[1].

4/ج- الوسيط كطرف في المحرر الإلكتروني:

لقد تناول القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية سنة 1996لفي المادة الثانية منه الفقرة (هـ) على أن الوسيط هو: " **الشخص الذي يقوم نيابة على شخص آخر بإرسال أو استلام أو تخزين المحرر الالكتروني أو تقديم خدمات أخرى فيما يتعلق بالمحرر** ". **وهذا يعني أن القانون النموذجي يعتبر أن الوسيط يمكن أن يكون:**

- أن يكون أي شخص – غير المرسل أو المرسل إليه – يؤدي وظيفة من الوظائف الرئيسية التي يقوم بها الوسيط وهذه الوظائف كما ذكرها القانون النموذجي إما إرسال أو استلام أو تخزين المحرر الإلكتروني نيابة عن شخص آخر.

- مستغلو الشبكات الذي يؤدون ما يسمى بالخدمات ذات القيمة المضافة كإعداد صيغة محررات وترجمتها وتسجيلها وتوثيقها وحفظها.

- من يقومون بتقديم الخدمات الأمنية للمعاملات الإلكترونية كجهات معتمد التوقيع الإلكتروني[2].

5/ حجية المحررات الإلكترونية والكتابة الإلكترونية

رغم صدور قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلا أنه لم يتطرق إلى تنظيم المحررات الإلكترونية، بالمقابل نجد أنه تعرض لها في أحكام القانون المدني في تعديل 05-10 وذلك نص المادة 232 مكرر 1

[1] خولة حشمان و فاطيمة الزهراء، المرجع السابق، ص64.

[2] مصطفى رزقي، المرجع السابق، ص17-18.

[323 مكرر 1] التي ساوت بين الكتابة الإلكترونية والكتابة على الورق وجعلتها لها حجية الإثبات بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن يكون محفوظة في ظروف سلامتها، فالشكلية في نفوذ التجارة الإلكترونية ركن للانعقاد لا تقوم قائمة العقد إلا بوجوده وليس للإثبات فقط.

لقد نصت المادة 17 من القانون 18-05، على أنه يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني التوقيع على وصل استلام وتسليم نسخة من الوصل وجوبا[1].

ثانيا: التوقيع الإلكتروني

لم تعد الوسيلة التقليدية في إثبات وتوثيق العقود وهي التوقيع الخطي مناسبة المعاملات والمبادلات الإلكترونية، والتي يتعذر معها توافر هذا التوقيع وذلك لإحال الوسيط الإلكتروني محل الوسيط الورقي.

ومن هنا ظهرت الحاجة الملحة إلى ضرورة إيجاد بديل إلكتروني يحل محل التوقيع الخطي اليدوي ويؤدي نفس وظائفه من حيث التوثيق والإثبات، فظهر التوقيع الإلكتروني كتقنية يستطيع بها الأطراف المتعاملون بنظام التبادل الإلكتروني للبيانات والرسائل الإلكترونية توثيق معاملاتهم[2].

1/ مفهوم التوقيع الإلكتروني:

لكن يكون العقد الإلكتروني دو قيمة قانونية وينتج آثاره فلابد من التوقيع عليه، فعرف التوقيع الإلكتروني بتعاريف عدة ومن أهمها ما يلي:

1/أ- قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية 1996 وقانون الأونسيترال بشأن التوقيعات الإلكترونية لعام 2001:

على الرغم أن قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية سنة 1996 [3] قد وضع القواعد الأساسية التي يقوم عليها التوقيع الإلكتروني من خلال الاعتراف به ومساواته بالتوقيع العادي ومنح رسائل البيانات الإلكترونية حجية قانونية في الإثبات، إلا أنه لم يعرف صراحة التوقيع الإلكتروني، مكتفيا بالإشارة إلى

[1] خولة حشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص65-78:(هناك الحالات المستبعدة من نطاق حجية المحررات الإلكترونية كأداة كتابية في الدول التي تعترف بالإثبات الإلكتروني: توجد بعض الحالات التي تتجه معظم الدول إلى استبعادها في تشريعاتها من نطاق الاعتداد بالمحررات والتوقيعات الإلكترونية، من ذلك التصرفات والعقود المتعلقة بالعلاقات الأسرية والمواريث والوصايا، وعقود الكفالة وعقود الزواج والهبات، وعقود نقل الملكية بين الأحياء وعقود الأمانة، والتصرفات في أموال عديمي الأهلية (المحررات الرسمية بصفة عامة)، وقد أوردت التشريعات هذه الاستثناءات نظرا لأنها تمس حقوق الأفراد بشكل عام ولا تتعلق بعلاقات فردية، إضافة إلى خطورة مثل هذه المعاملات من الناحية العلمية).

[2] خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني " دراسة مقارنة "، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2011، ص244.

[3] قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية سنة 1996 الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي بتاريخ 12 جوان 1996 بناء على قرار الجمعية العامة رقم 51/162، تم الاطلاع عليه بتاريخ 29-03-2022 على الساعة 20:00
https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/ar/ml-ecomm-a_ebook_1.pdf

الشروط الواجب توافرها فيه من خلال نص المادة السابعة منه، التي ركزت على وظيفة التوقيع الإلكتروني في تحديد هوية الشخص والتعبير عن رضائه عند ارتباطه بعمل قانوني، وأن يتم التوقيع وفقا لطريقة موثوق بها.[1]

أما قانون الأونيستيرال بشأن التوقيعات الإلكترونية لعام 2001 الذي وضعته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي في المادة الثانية (أ) فقد عرف التوقيع الالكتروني: بأنه" **يعني بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات، أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، يجوز أن تُستخدم هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات، ولبيان موافقة الموقّع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات** "[2]، وبالتالي جاء نص هذه المادة مستوفيا للتقنيات الجديدة التي يمكن أن تعتمد آلية التوقيع الإلكتروني.

1/ ب- تعريف التوقيع الإلكتروني لدى المشرع الجزائري:

عرفه المشرع الجزائري في قانون 15-04 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين من خلال المادة الثانية منه: " **التوقيع الإلكتروني " بيانات في شكل إلكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات إلكترونية أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق** ".

ويمكن تعريف التوقيع الإلكتروني بأنه: عبارة عن بيانات معالجة إلكترونية ترتبط بوثيقة إلكترونية من خلال تحديد هوية الموقع وتمييزه عن غيره والتعبير عن إرادته في الالتزام بمضمون هذه الوثيقة[3].

2/ شروط التوقيع الإلكتروني:

يتميز التمييز الإلكتروني بشروط هامة تتجسد في وظائف ترتبط بإرادة الموقع ورضاه كما أن له دور في الإثبات. وبالرجوع لنص المادة السابعة من قانون الأونيستيرال النموذجي المذكور سابقا نلاحظ أنه تم ركزت على وظائف التوقيع الإلكتروني.

2/ أ- تحديد هوية الموقع:

تقوم هذه الوظيفة بدور تحديد شخصية الموقع وتميزه عن غيره، وذلك بواسطة الرموز أو الأرقام والحروف، أو الإشارات التي تدل على ذلك.

---

[1] سامية لموشي، الضمانات القانونية للمشتري في عقد البيع الالكتروني، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019/2018، ص323.

[2] قانون الأونيستيرال بشأن التوقيعات الإلكترونية لعام 2001 الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي بتاريخ 05 جويلية 2001، بناء على قرار الجمعية العامة رقم 56/80، تم الاطلاع عليه بتاريخ 30-03-2022 على الساعة 19:00:

https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/ar/ml-elecsig-a.pdf

[3] خولة حشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص65-66.

وفي هذا الإطار نشير إلى أن الإجراءات المتبعة في تأمين التوقيع عن طريق الرقم السري الخاص بالبطاقة البنكية، تحقق قدرا من الثقة في التوقيع الإلكتروني وانتسابه لصاحبه بطريقة لا تترك أدنى شك في سلامة التوقيع الإلكتروني[1].

2/ ب- التعبير عن إرادة صاحب التوقيع وحضوره:

بمجرد توقيع المعني باستخدام أي شكل من أشكال التوقيع الإلكتروني المنصوص عليها وفق الشروط والقواعد القانونية حتى يعتمد بالتوقيع فهو تعبير صريح واضح بأن صاحبه عبر عن قبوله ورضاه التام بما ورد في الاتفاق والعقد المبرم.

ومن خصائص التعاقد الإلكتروني عدم الحضور الفعلي والمادي للأطراف المتعاقدة وهو الحال بالنسبة للتوقيع الإلكتروني الذي يعد أداة تتماشى ونوعية هذا التعاقدات، وهو الغرض الذي أنشأت من أجله ضمن حدود هذا المجال[2].

2/ ج- اتصال التوقيع بالمحرر:

بالإضافة إلى اشتراط إقرار الموقع بما ورد في مضمون المحرر أن يكون التوقيع متصلا بالمحرر على نحو لا يمكن فصله عنه وأن يكون هذا الاتصال مستمرا ويمكن حفظه، بطريقة آمنة طول الفترة اللازمة لإمكانية استخدامه في الإثبات، وفي الغالب يرد التوقيع في آخر الورقة حتى يكون منسجما مع جميع البيانات المكتوبة التي تضنها المحرر، وإذا اشتمل المحرر على عدة أوراق فإنه يكفي التوقيع على نهاية الورقة الأخيرة منه، والحقيقة أن هذا الشرط تقابله مسألة هامة وضرورية وهي سلامة المحرر الإلكتروني من أي تعديل يطرأ عليه بعد إتمام التوقيع[3].

2/ د- سلامة العقد:

فالتوقيع الإلكتروني هو وسيلة تستخدم من أجل تبادل محتوى العقد بين الطرفين من أجل ضمان مصداقية العقد وعدم المساس بمضم وأنه من خلال ترجمة البيانات إلى أرقام يصعب تشفيرها أو الإطلاع عليه من قبل الغير[4].

[1] سميحة رواقي و خلود متناني، المرجع السابق، ص84.
[2] عماد بن وادفل، المرجع السابق، ص83.
[3] سميحة رواقي و خلود متناني، المرجع السابق، ص85.
[4] عماد بن وادفل، المرجع السابق، ص83.

3/ صور التوقيع الإلكتروني (أنواعه):

إن أهم أنواع التوقيع الإلكتروني متعددة ومتنوعة ولعل أهم الأنواع المعروفة حتى الآن هي التوقيع البيومتري والتوقيع بالقلم الإلكتروني والتوقيع الرقمي أو الكودي.

3/أ- التوقيع البيومتري (الخواص الذاتية):

ويكون باستخدام الخواص السلوكية والجسدية (بصمة الأصبع، أو صفة العين، صفة الصوت)[1].

3/ب- التوقيع بالقلم الإلكتروني (Pen-Op):

ويتمثل ذلك في التوقيع المحرر بخط اليد عن طريق التصوير بالمساح الضوئي ثم نقلها (الصورة) إلى الملف الذي يراد إضافة هذا التوقيع إليه لإعطائه الحجية اللازمة.

3/ج- التوقيع الرقمي أو الكودي (digital signature):

عبارة عن مجموعة أرقام وحروف يختارها صاحب التوقيع، ويتم تركيبها أو ترتيبها في شكل معين، ويتم عن طريقه تحديد شخصية صاحبه بحيث لا يكون معلوما إلا له فقط.

ولكي يكون للتوقيع الإلكتروني حجية في الإثبات لا بد من توافر بعض الشروط أجمعت عليها الكثير من التشريعات المقارنة وهي:

- أن تكون بيانات إنشاء التوقيع مرتبطة بالموقع.
- أن تكون بيانات التوقيع خاضعة لسيطرة الموقع.
- إمكان اكتشاف أي تغيير في التوقيع الإلكتروني.
- أن يكون الغرض من التوقيع تأكيد سلامة المعلومات التي يتعلق بها وإمكان اكتشاف أي تغيير يجري لتلك المعلومات بعد التوقيع عليها.[2]

3/د- التوقيع بالضغط على مربع الموافقة Ok – Box:

كثيرا ما يحدث في العقود الإلكترونية أن تتم الموافقة عن طريق النقر على زر الموافقة في المكان المخصص لذلك بلوحة الكمبيوتر، أو بالضغط على الخانة المخصصة للقبول نموذج العقد المعروض على الشاشة، وزيادة في التأكيد قد يطلب من العميل أن يضغط مرتين للتأكيد[3].

---

[1] سميرة الماير، المرجع السابق، ص183.

[2] سميرة الماير، المرجع نفسه، ص182.

[3] سميحة رواقي و خلود متناني، المرجع السابق، ص88.

أما بالنسبة لصور التوقيع الإلكتروني المستعملة في الجزائر فإن المشرع الجزائري لم يحدد أنواع التوقيعات وقد فعل حسنا، ذلك أن التكنولوجيا دائمة التطور، وأن التقنيات يوما بعد يوم في تغير، مما يجعل من الصعب على المشرع وضع صور تصلح للحاضر والمستقبل، إذن فإن كل الصور المذكورة سابقا يمكن استعمالها.

4/خصائص التوقيع الإلكتروني:

يتميز التوقيع الإلكتروني بمجموعة خصائص أهمها:

4/أ- تحقيق الأمان والخصوصية والسرية:

يحقق التوقيع الإلكتروني الأمان والخصوصية والسرية في نسبته الموقع، بالنسبة للمتعاملين مع أنواعه وخاصة مستخدمي شبكة الانترنيت وعقود التجارة الدولية، ويتم ذلك عن طريق إمكانية تحديد هوية الموقع ومن ثم حماية المؤسسات من عملية تزوير التوقيعات، علما أن التوقيع الإلكتروني يصعب تزويره لأنه علما وليس فنا مثل التوقيع التقليدي، حيث أن الوظيفة الرئيسية للتوقيع الإلكتروني هي الاشتقاق من مضمون المحرر الإلكتروني وتأمينه من التعديل بالإضافة أو الحذف وذلك عن طريق ربط المحرر الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني، كما يقوم أيضا بمنح المستند الإلكتروني صفة المحرر الإلكتروني، وبالتالي يصبح دليلا للإثبات مثله مثل الدليل الكتابي[1].

4/ب- خاصية السرعة:

حيث يوفر التوقيع الإلكتروني الكثير من الوقت وكذا لجهد إذ أنه ينجز الكثير من المعاملات على وجه السرعة من خلال خاصية عدم حضور الشخص وإبرام الكثير من التصرفات على دعامة فردية.

4/ج- يوفر وحدة البيانات مع عدم القدرة على الإنكار:

تتمثل خاصية وحدة البيانات في عملية حماية البيانات ضد التغيير أو التعويض عنها ببيانات أخرى وتتم هذه العملية باستخدام آلية التشفير للبيانات، وبالتالي يصعب على الشخص الموقع إلكترونيا على هذه البيانات أو الشخص الذي قام بإرسال الرسالة الإلكترونية على إنكار قيامه بهذا التصرف رغم أن المعاملة افتراضية، وبالتالي فهو حجة كاملة قائمة بذاتها على صاحبها رغم طبيعة الدعامة المستعملة[2].

[1] ياسمين طرافي و ياسمين منصوري، الإطار القانوني للتوقيع الالكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون أعمال، قسم القانون الخاص، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2016، ص19-20.

[2] مصطفى رزقي، المرجع السابق، ص61.

4/د- التوقيع الإلكتروني يرد على دعامة إلكترونية:

من الخصائص التي يتمتع بها التوقيع الإلكتروني أنه يرد على وسيط إلكتروني أي برنامج حاسب آلي أو أية وسيلة أخرى تستعمل من أجل تنفيذ إجراء أو الاستجابة بصدد إنشاء أو إرسال التوقيع الإلكتروني وذلك لا يتسنى إلا بوسيلة إلكترونية[1].

5/ حجية التوقيع الإلكتروني:

تكتسي الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني أهمية بالغة في الإثبات الإلكتروني وبالتالي حماية حقوق المتعاملين عبر الوسائط الإلكترونية، لذلك كانت محل اهتمام المشرعين سواء دوليا أو داخليا، نتناول منها:

5/أ- حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات وفقا للقانون النموذجي:

حددت المادة 07 من القانون اليونيسترال بشأن التجارة الإلكترونية لسنة 1996 الشروط الواجب توافرها في التوقيع الإلكتروني والمتمثلة في استخدام طريقة لتعيين هوية الشخص الموقع والتعبير عن موافقته للتصرف محل التوقيع وأن تكون هذه الطريقة جديرة بالثقة.

إلا أنه بصدور قانون الأمم المتحدة النموذجي بشأن التوقيعات الالكترونية بسنة 2001، جاءت المادة 06 منه لتنص على أنه: " **حيثما يشترط القانون وجود توقيع شخص، بعد ذلك الشرط مستوفيا في رسالة البيانات إذا استخدم توقيع إلكتروني موثوقا به بالقدر المناسب للغرض الذي أنشأت من أجله رسالة البيانات، في ضوء كل الظروف بما في ذلك أي اتفاق ذي صلة** ".

يعتبر التوقيع الإلكتروني موثوقا به لغرض الوفاء بالاشتراط المشار إليه في الفقرة 01 إذا:

- **"كانت بيانات إنشاء التوقيع خاضعة وقت التوقيع لسيطرة الموقع دون أ يشخص آخر.**
- **كان أي تغيير في التوقيع الإلكتروني يجري بعد حدوث التوقيع قابلا للاكتساب.**
- **كان الغرض من اشتراط التوقيع وكان أي تغيير يجري في تلك المعلومات بعد وقت التوقيع قابلا للاكتشاف "**[2].

5/ب- حجية التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري:

- حجية التوقيع الإلكتروني في قانون 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق لأول فبراير سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين: لما كان العقد هو

[1] مصطفى رزقي، المرجع نفسه، ص62.

[2] ياسمين طرافي و ياسمين منصوري، المرجع السابق، ص43-44.

أساس المعاملات المدنية منها والتجارية، فقد أقر المشرع الجزائري شكله الإلكتروني باعتباره أساسا لبناء الاقتصاد الرقمي، عندما اتجه استناد إلى المادة 08 من القانون 15-04 السابق ذكره، إلى أنه: " **يعتبر التوقيع الإلكتروني الموصوف وحده مماثلا للتوقيع المكتوب، سواء كان شخص طبيعي أو معنوي** "، إذ نلاحظ وضع المشرع لمصطلح جديد هو التوقيع الإلكتروني الموصوف فيكون بذلك قد ساوى بينه وبين التوقيع الخطي المكتوب، وفي نص سابق وتحديدا المادة 07 من نفس القانون، نجده قد بين المقصود من التوقيع الإلكتروني الموصوف من خلال تعداده مجموعة من الشروط الواجب توافرها فيه وهي:

- أن ينشأ أساسا بموجب شهادة تصديق إلكتروني موصوفة ؛
- أن يرتبط بالموقع دون غيره ؛
- أن يمكن من تحديد هوية الموقع ؛
- أن يكون مصمما بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الإلكتروني ؛
- أن يكون منشأ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع ؛
- أن يكون مرتبطا بالبيانات الخاصة بح بحيث يمكن الكشف عن التغيرات اللاحقة بهذه البيانات[1].

- حجية التوقيع الإلكتروني في القانون المدني:

اعتمد المشرع الجزائري التوقيع الإلكتروني لأول مر ة في نص المادة 2/327 من القانون المدني الجزائري بحيث اعترف بحجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات ويشترط إمكانية التأكيد من هوية الموقع وأن يكون التوقيع معدا ومحفوظا في ظروف صامتة للسلامة، ومن ثم بدأت تطبيقات التوقيع الإلكتروني تدخل الكثير من المجالات خاصة مجال الصرف البنكي الذي أصبح يعتمد وسائل الدفع الإلكتروني مثل بطاقات السحب الآلي، وكذا تطبيق التوقيع الإلكتروني في إبرام مختلف المعاملات التجارية.

يمكن القول أن اعتراف مختلف التشريعات الدولية منها المذكور سالفا والتشريعات الداخلية بحجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات يعد اعترافها بإدخال التكنولوجيا في مختلف المعاملات الإلكترونية ...، وبالتالي استبعاد الوسائل الورقية التقليدية، وهذا أيضا يعد حافزا للتشريعات التي لم تعترف بالتوقيع الإلكتروني الاعتراف به وحجيته والإثبات[2].

[1] سامية لموشي، المرجع السابق، ص341-342.

[2] ياسمين طرافي و ياسمين منصوري، المرجع السابق، ص52.

المطلب الثاني: تحديد التزامات المورد الإلكتروني ونطاق مسؤوليته في التعاقد الإلكتروني

الانتقال من العالم المادي إلى العالم الإلكتروني وما يقتضيه الطابع الافتراضي للمعاملات التجارية، لم يقتصر تأثيره على نمط التعاقد وحسب بل أثر على كل جوانب العلاقة التعاقدية، ما أدى لفرض بعض الالتزامات على المورد الإلكتروني مما يضمن إمكانية ممارسة الرقابة والحماية على نشاطه وهذا ما سوف نتطرق إليه كفرع أول وتحديد مسؤولياته ومجال نطاقها كفرع ثاني.

الفرع الأول: تحديد التزامات المورد الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني

بمجرد إبرام العقد الإلكتروني يلتزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة من العقد الإلكتروني إلى المستهلك[1]، كما تقع عاتق المورد عدة التزامات تتمثل في:

1/ حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عن العقد:

عند إبرام العقد الإلكتروني ما بين الطرفين فهنا يصبح المورد الإلكتروني مسئولا وملتزما أمام المستهلك الإلكتروني قانونا بحسن تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد وهذا ما نصت عليه المادة 18 من القانون رقم 18-05 في فقرتها الأولى على أنه: " **يعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الالكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قتله أو من قبل مؤدي خدمات آخرين، دول المساس بحقه في الرجوع ضدهم** "[2].

ويمكن للمورد أن يتجرد من كامل المسؤولية أو جزء منها في حالة كان عدم التنفيذ عائد للمستهلك أو قوة قاهرة وهذا ما جاءت به الفقرة الثانية من المادة سالفة الذكر.

2/ التزام المورد الإلكتروني بتقديم الفاتورة للمستهلك:

أقر المشرع الجزائري على ضرورة التعامل بالفاتورة نظرا لأهميتها ويظهر ذلك في عدة نصوص قانونية[3]، والانتقال من التعاقد التقليدي إلى الالكتروني بفرض ضرورة مواكبة كل مقتضيات المعاملة التجارية هذا التغيير، فأصبحت الفاتورة الإلكترونية حتمية بكل مورد.

---

[1] تنص المادة 19 من القانون 18-05: " بمجرد إبرام العقد يلتزم المورد الالكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الالكتروني.

[2] المادة 18 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المرجع السابق.

[3] قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج 4 المعدل والمرسوم التنفيذي رقم 46805 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يتضمن شروط تحرير الفاتوارة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك، ج ر عدد 80.

حيث تعتبر الفاتورة وسيلة فعالة لضمان شفافية المعاملة التجارية التي تمت بين المورد والمستورد والمستهلك سواء كانت قد أخذت الشكل الورقي أو الإلكتروني، وذلك لما تحتويه من بيانات ومعلومات تفصيلية تثبت والتعامل التجاري[1].

وقد نصت المادة 20 من القانون رقم 18-05 أنه: " **يترتب على بيع كل بيع لمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلم للمستهلك الإلكتروني**"[2].

3/ التزام المورد الإلكتروني بالتسليم واحترام آجال التسليم:

يعد الالتزام بتسليم الشيء المبيع محور عقد البيع[3]، ويقصد به أن يقوم البائع " المورد " بتسليم الشيء المبيع " السلعة " ووضعه تحت تصرف المشتري "المستهلك " وقد يكون إما بتسليم فعلي أو حكمي وهو ما جاء في القواعد العامة أما بالرجوع للمعاملات التجارية الإلكترونية فيلتزم المورد الإلكتروني بالقيام بكل ما هو ضروري لنقل محل التعاقد إلى المستهلك على أن يتم ذلك في الوقت والمكان المناسبين، والذي يخضع إما لاتفاق الطرفين أو القواعد العامة وفي كل الحالات إما أن يكون فورا إبرام العقد أو بعده بأجل معين.

يتم التسليم بالطريقة التقليدية حيث يكون خارج شبكة الإنترنيت حتى ولو أبرم العقد إلكترونيا، ويتم إما بإرادة طرفي العقد أو بالنظر لطبيعة محل التعاقد التي تسمح بالتسليم الإلكتروني، فقد يكون التسليم ماديا يد بيد، أو يوضع البضاعة في مخازن المشتري، وهو ما يسمى بالتسليم الفعلي[4]، الذي يتم بكل طريقة من شأنها وضع المبيع تحت تصرف المستهلك بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق، كما قد يكون التسليم حكيما يتم بموجب تصرف قانوني يتم بالتراضي بين المتعاقدين على أن يتم التغيير صفة الجائز دون التغيير في الحيازة الفعلية للشيء محل التسليم[5]، وهذا ما نصت عليه المادة 21 من قانون 18-05.

---

[1] فيروز قالية ، التزامات المورد الالكتروني في ظل قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، السنة 2020، ص399.

[2] المادة 20 من قانون رقم 18-05.

[3] نضال سليم برعم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص98.

[4] نضال اسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة، ط1، الإصدار الأول، عمان 2005، ص70.

[5] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007، ص224.

كما يلتزم المورد باحترام آجال التسليم، لأن آجال تسليم الشيء المبيع أو تأدية خدمة موضوع العقد له أهمية بالغة ويحقق حسن التنفيذ، فيمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه 04 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر[1].

4/ التزام المورد الإلكتروني بمطابقة المنتوج:

لا يكفي أن ينفذ المورد الإلكتروني التزامه بالتسليم، وإنما يقع على عاتقه الالتزام بتسليم الشيء مطابقا لم تم الاتفاق عليه، فالمتعاقد عبر الانترنيت يقوم بالشراء استنادا إلى عرض الأوصاف من قبل المورد الإلكتروني، لذا قمن واجب هذا الأخير بتسليم الشيء حسب الأوصاف المتفق عليه[2]، ولفي حالة ما إذا تم تسليم سلعة غير مطابقة لما تم الاتفاق عليه يلتزم المورد الإلكتروني باستعادة سلعته، ويطبق نفس الحكم في حالة ما إذا كان المنتوج معيبا، كما يلتزم المورد بتسليم منتوج جديد مطابقا أو إصلاح العيب أو استبداله بمنتوج آخر، وإن تعذر ذلك يتم إلغاء الطلبية واسترجاع المبالغ المدفوعة وهذا ما ورد في المادة 23 من قانون 18-05.

5/ التزام المورد الإلكتروني بعدم الموافقة على منتوج غير متوفر:

استنادا إلى المادة 24 من القانون 18-05 قانون التجارة الإلكترونية[3] يلتزم المورد الإلكتروني بتسليم فاتورة إلى المستهلك فور بيعه المنتوج المتفق عليه أو تأدية خدمة كما يحق للمستهلك الإلكتروني طلب هذه الفاتورة في شكلها القانوني أو الورقي.

6/ التزام المورد الإلكتروني بحفظ سجلات المعاملات التجارية:

إن الالتزام بمسك وحفظ السجلات التجارية يعد من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق التجار فهي تعكس حقيقة مركزه المالي بشكل مستمر، ومن خلالها يستطيع تصحيح مساره المالي في الوقت المناسب، وكذلك التقدير الجزافي للضرائب، كما أنها تعتبر وسيلة إثبات حقوق التجار[4]، لذا نتيجة التطور التكنولوجي ظهر ما يعرف بالسجل الإلكتروني والذي يعد من أهو الالتزامات الملقاة على عاتق المورد الإلكتروني، والغرض

[1] راجع المادة 22 من قانون رقم 18-05 متعلق بالتجارة الالكترونية، المرجع السابق.

[2] مُحَمَّد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنيت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 لسنة 2004، دار الجامعة الجديدة، ط1، مصر 2007، ص198.

[3] راجع المادة 24 من قانون 18-05 متعلق بالتجارة الالكترونية، المرجع السابق.

[4] رضا السيد عبد الحميد، الدفاتر التجارية الالكترونية في القانون المصري والسعودي والإماراتي، مقالة من ندوة عقود التجارة الالكترونية، العقود والاتفاقات في التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، أعمال المؤتمرات، 2008، مصر، ص127.

من حفظ سجلات تحديد الشروط اللازمة والملامح الفنية الواجب توفرها في المعلومات المسجلة إلكترونيا وكذلك المدة اللازمة لصحة السجل الإلكتروني وشروط صلاحيته[1].

7/ التزام المورد الإلكتروني بضمان أمن المعطيات الشخصية:

إن التجارة الإلكترونية تتطلب أحيانا إدخال معلومات شخصية عن المستهلك من أجل إبرام العقد كتقديم لقبه ورقم هاتفه وبريده الإلكتروني ورقم المصرف الذي يتعامل معه وهو ما قد يتبرع للمورد إساءة استعماله وهو ما يعد انتهاك لخصوصية المستهلك. لذا يجب على المورد احترام البيانات الخاصة بعملائه والالتزام بعدم نشرها أو بث بياناتهم الشخصية أو البيانات المتعلقة بميولاتهم أو بياناتهم المصدقية[2].

طبقا لنص المادة 26 من قانون 18-05 فإنه يلتزم المورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات الشخصية ويشكل ملفات الزبائن أن لا يقوم إلا بجمع البيانات الضرورية، ولا يكون ذلك إلا بعد حصوله على موافقة من طرف المستهلك الإلكتروني، كما يلتزم بضمان أن المعلومات وسرية البيانات[3].

ولعل الحفاظ على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني يرجع إلى الحق في الخصوصية وحماية المستهلك حتى يكون هناك توازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك والمورد الإلكتروني، كما أن سرية البيانات والمعلومات يحقق قدر كبير من الثقة بين الطرفية خاصة لدى المستهلك لأنه يجعل معلوماته في مأمن من الاختراق والسرعة، كما أن الثقة هي أساس العملية التعاقدية بالنسبة للمستهلك[4] ويتحقق عادة بسرية المعلومات عن طريق إتباع نظام التشغيل[5]، وقد يتم أيضا من خلال وسائل تكنولوجية حديثة.

الفرع الثاني: تحديد نطاق مسؤولية المورد الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني

تقوم المؤسسة المدنية بوجه عام على أركان لابد من توافرها في أي تصرف أو فعل يتم إثباته بشأن الإخلال بالتزام سواء أكان متفق عليه بموجب عقد أو مفروض بقوة القانون طبقا لنموذج قانوني، ففي كلتا الحالين متى ظهر بشأنها خطأ، ضر وعلاقة سببية تجمع بينهما تقوم مباشرة المسؤولية المدنية بمفهومها القانوني

[1] خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص229.

[2] عبد الصمد حوالق ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية والقانونية، العدد 15، جانفي 2016، ص127.

[3] راجع المادة 26 من القانون 18-05، المتعلق بالتجارة الالكترونية، المرجع السابق.

[4] عبد الصمد حوالق ، مرجع السابق، ص127.

[5] محمد حسن رفاعي العطار، مرجع السابق، ص183.

المحض ملزمة بتعويض يجبر الضرر الذي لحق الضرر المتضرر[1]. ومن هذا المنطلق سنحدد المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني، بحيث تنقسم هذه المسؤولية إلى (أولا) المسؤولية العقدية (ثانيا) المسؤولية التقصيرية.

أولا: المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني:

تقوم المسؤولية العقدية على عاتق المورد الإلكتروني عند الإثبات بإخلال بإحدى التزاماته التي يفرضها القانون عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عن العقد المبرم إلكترونيا. سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤدى خدمات وهذا ما سنستخلصه من مقتضيات المادة 18 الفقرة الأولى من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أن المشرع الجزائري قد نص على إمكانية التخفيف من هذه المسؤولية العقدية من خلال تمكين المورد الإلكتروني من تحلي من كامل أو جزء من مسؤولية إذا ما أثبت سوء تنفيذ الالتزامات التعاقدية يرجع إلى خطأ صدر من المستهلك الإلكتروني أو إلى قوة قاهرة كوجود عطل في جهاز الحاسب الآلي. وهذا كله تطبيقا لنص المادة 18 الفقرة الثانية من ذات القانون[2].

وفق المادة 107 من القانون المدني الجزائري يفترض أن ينفذ المتدخل التزامه بحسن نية وفقا لمقتضيات العقد ويمتد التزامه لالتزامات ثانوية تعتبر من مستلزمات العقد وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام، ولا تقوم المسؤولية العقدية إلا إذا استحال التنفيذ العيني للعقد حسب المادة 176 من القانون المدني الجزائري، وتقوم المسؤولية العقدية على ثلاث أركان أساسية وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية.

1/ الخطأ العقدي للمورد الإلكتروني:

يتحقق الخطأ العقدي بوجه عام في مجال المسؤولية العقدية نتيجة إخلال أحد الأطراف بالالتزامات الواردة في العقد[3].

لذا سنحاول التعرف على الخطأ بوجه خاص في المعاملات الإلكترونية.

1/ أ- تعريف الخطأ العقدي:

يعرف الخطأ الإلكتروني عموما: " هو الفعل غير المشروع أو الفعل المضر الذي يرتكبه شخص متعامل وفقا للوسائل الإلكترونية ويسبب ضرر لغير والخطأ الالكتروني قد يكون شخص متعامل وفقا للوسائل

[1]: مسينيسا بن ذياب، المرجع السابق، ص35.

[2] مسينيسا بن ذياب، المرجع نفسه، ص35.

[3] زهيرة عبوب، " المسؤولية المدنية بمقدم خدمات التصديق الالكتروني (دراسة تحليلية لما جاء في القانون رقم 15-04)، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد السادس، العدد الثاني، 2020، ص430.

الإلكترونية ويسبب ضر للغير والخطأ الالكتروني قد يكون عقديا مصدره العقد الإلكتروني سواء في مرحلة التفاوض أو بمناسبة إبرام العقد أو تنفيذه، كما قد يكون تقصيريا مصدره فعل يقوم به شخص متعامل الكترونيا في إطار ممارسة نشاطه فلا يبذل عناية الرجل العادي وسبب بذلك ضرر لغيره يستوجب التعويض[1].

ويحدد الخطأ نتيجة تحليل سلوك الملتزم ومقارنته وفقا للمعيار الموضوعي، بحيث " يقاس سلوك الشخص عادة وفقا لمعيارين، الأول شخصي والثاني موضوعي، والمعيار الشخصي يقوم على النظر إلى الشخص ذاته من خلال البحث في ظروفه الشخصية من ذكاء وفطنة ونشاط وغيرها، بينما المعيار الموضوعي لا ينظر في إلا الظروف الشخصية، بل ينظر إلى الفعل الذي صدر عن الشخص، وتتم مقارنة سلوك الشخص بسلوك الشخص العادي الذي تم تجريده من ظروفه الشخصية أو كما يسمى الرجل المعتاد (الرجل العادي)، وفي هذا المجال فإن الر جل المعتاد هو الذي يمثل جمهور الناس فلا هو خارق الذكاء شديد الفطنة فيرتفع للذرية، ولا هو محدود الفطنة خامل الهمة[2].

وبالتالي يبنى الخطأ على المعيارين السابقين، حيث أنه يمثل المعيار الموضوعي في حالة الخطأ الانحراف والتعدي عن السلوك المألوف للشخص العادي أما المعيار الشخصي فيكون الإخلال صادرا عن إدراك التعدي والقدرة على التمييز بين الفعل الضار والفعل النافع وهو ما ورد في المادة 125 القانون المدني الجزائري، وهو ما يفترض توافره في المورد حيث شمله التشريع بالتزامات شكلية تبرز هويته وتميزه عن غيره قبل الولوج إلى العالم الافتراضي وممارسة التجارة الإلكترونية، ويقع الخطأ بعدة صور إما بعدم التنفيذ[3] الكلي أو التنفيذ الجزئي أو التنفيذ المتأخر أو المعيب.

1/ب- صور الخطأ للمورد الإلكتروني:

كل إخلال بأحد التزاماته يعد خطأ، مثال:

عند الخطأ في التسليم أو تسليم للغير مطابق للطلبية، يقع على عاتق المورد الإلكتروني التزامات يترتب عن الإخلال بها خطأ عقدي ويصبح مسؤولا متى ألحق ضررا بالمستهلك الإلكتروني، ناهيك عن قيام المسؤولية القانونية لخرقه التزامات منصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية والتي تلحق به عقوبات

[1] فتيحة حزام، خصوصية مسؤولية المورد الالكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة الدراسات القانونية، مجلة علمية دولية سداسية محكمة صادرة عن مخبر السيادة والعولمة، جامعة يحى فارس بالمدية (الجزائر)، المجلد السابع، العدد الثاني، جوان 2021، ص46.

[2] زواوية لعروي، العقد الالكتروني والمسؤولية المدنية الناتجة عنه (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2018/2017، ص127.

[3] فتيحة حزام، (خصوصية مسؤولية المورد الالكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية)، لمرجع السابق، ص46.

مالية، وتتمثل مستلزمات العقد في حفظ السجلات التجارية ونسخة إلكترونية من العقد والفواتير كل هذه المستلزمات هو ملزم بها أمام المستهلك الإلكتروني.

ويعتبر تسليم المنتوج للمستهلك من أهم مستلزمات العقد الجوهرية لأنه يمثل محل العقد وبالتالي حيازته للمنتوج يعبر عن تنفيذ رغبته المشروعة، ومن شروط تسليم أن يكون المنتوج أو الخدمة بصفة تطابق أوصاف العقد وشروطه، وإلا للمستهلك الإلكتروني حق الامتناع عن تسلمها مع عدم مطالبة المورد الإلكتروني بدفع ثمن الطلبية أو مصاريف التسليم وهو ما جاء في نص المادة 21 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث أن تسليم المطابق للطلبية هو الأساس الذي بني عليه التراضي، ففي حالة تقديم طلبية لا تتوافق ورغبة المستهلك يعد إخلالا بالتزامه العقدي وعدم احترام الآجال القانونية لتسليم المنتوج يعتب خطأ عقديا يخول للمستهلك إعادة المنتوج على حاله في أجل 04 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج والمطالبة بالتعويض حيث تقوم المسؤولية العقدية بتوافر أركانها حسب ما جاء في نص المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 مع التزام المورد برد المبلغ المدفوع ونفقات إعادة إرسال المنتوج من خلال أجل 15 يوما من تاريخ الاستلام[1].

أما عند الإخلال بالضمان، يلتزم المورد الإلكتروني بضمان السلعة المعيبة التي تم تسليمها للمستهلك الإلكتروني، حيث نص المشرع في المادة 23 من قانون 18-05 على أحقية المستهلك الإلكتروني في إعادة إرسال السلعة ولكن في غلافها الأصلي في مدة أقصاها 04 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج مع ذكر سبب الرفض، ويتحمل المورد الإلكتروني تكاليف إعادة الإرسال على عاتقه[2]، مع إبرامه بإعادة تسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتوج المعيب، أو استبدال المنتوج بآخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

2/ الضرر العقدي للمورد الإلكتروني:

لا يكتفي في الخطأ لقيام المسؤولية العقدية، وإنما يجب تحقق ضرر نتيجة لذلك الخطأ[3]، ويعد الضرر الركن الثاني لقيام المسؤولية العقدية، حيث يكون موجب للمسؤولية في حالة عدم تنفيذ المورد الإلكتروني لالتزاماته[1].

---

[1] فتيحة حزام، المرجع نفسه، ص47.

[2] القانون 18-05، السالف الذكر.

[3] أنيسة حمادوش، " الجانب الالكتروني للقانون التجاري "، المسطرة الاجرائية لأشغال اليقم الدراسي الوطني، بالتعاون مع مخبر القانون والتكنولوجيات الجديدة، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2016، ص198.

أ- تعريف الضرر العقدي للمورد الإلكتروني:

لا يختلف مدلول الضرر العادي عموما بكونه: " **الإخلال بمصلحة مشروعة للمضرور في ماله أو شخصه، أي الأذى الذي يصيب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له مادية والمعنوية والضرر هو الركن الجوهري والأساسي للمسؤولية المدنية لأنه محل الالتزام بالتعويض والذي يستهدف جبر الضرر وتحديد مقدار التعويض بقدر الضرر** "[2].

ويعد الضرر في المعاملات الإلكترونية مفترضا بمجرد تحقق الخطأ باستثناء حالة الغش المعلوماتي، وهو تطبيق للقواعد العامة المنصوص عليها في المادة 2/172 من قانون المدني الجزائري[3]، وللقاضي الموضوع السلطة التقديرية لتحديد الأفعال الضارة وذلك لعدم وجود نص قانوني يصرح بها[4].

وبالتالي تقوم المسؤولية المدنية بتحقق الضرر عكس المسؤولية الجزائية التي تتحقق حتى وإن لم يتحقق الضر أي تكتفي في بعض الجرائم بتحقق الفعل المجرم.

ب- المطالبة بالتعويض:

يستفيد المستهلك من التعويض في حالة تحقق الضرر نتيجة الخطأ الذي ارتكبه المورد، ويجب أن يكون هذا التعويض إما مقدرا في العقد أو في القانون، فإذا لم يكن مقدرا في العقد أو في القانون فالقاضي هو الذي يقدره، ويشمل التعويض ما لحق المستهلك من خسارة وما فاته من كسب، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو للتأخير في الوفاء به، وهذا حسب المادة 182 من القانون المدني الجزائري، وفي الفقرة الثالثة من نفس المادة نص المشرع على أنه: " **إذا كان الالتزام مصدره العقد، فلا يلتزم المدين الذي يرتكب غشا أو خطأ جسيما إلا بتعويض الضرر الذي كان يمكن توقعه عادة وقت التعاقد**"[5].

3/ العلاقة السببية:

لا تختلف علاقة السببية في العقود الإلكترونية كما هو في القواعد العامة، والتي يقصد بها وجود ترابط بين الخطأ والضرر، أو بمعنى آخر، أن الضرر كان نتيجة لذلك الخطأ، وبالتالي لا يسأل المورد الإلكتروني عن

[1] زهيرة عبوب، المرجع السابق، ص430.
[2] فتيحة حزام، المرجع السابق، ص48.
[3] أنيسة حمادوش، المرجع السابق، ص198.
[4] زهيرة عبوب، المرجع السابق، ص430.
[5] الأمر رقم 58-75، السالف الذكر.

خطئه إلا إذا ثبت أن هذا الضرر الذي أصاب المستهلك الإلكتروني كان بسبب الخطأ الذي ارتكبه، أي الضرر الذي أصاب المستهلك نتيجة لخطأ المورد.

وبالتالي تنعدم مسؤولية المورد الإلكتروني بانعدام العلاقة السببية بين الخطأ والضرر مثالا على ذلك في حالة تنفيذ المورد لالتزامه بتسليم الطلبية في الآجال المحددة كأن يرسل برنامج ما للبريد الالكتروني للمستهلك فيتلف نتيجة فيروسات في حاسوب هنا الضرر لم ينتج عن إخلال المورد بالتزامه فإنما نتيجة لقوة قاهرة خارجة عن إرادته، وهذا ما أشارت إليه المادة 127 من القانون المدني الجزائري.

وتحديد العلاقة السببية في المجال الإلكتروني يشكل صعوبة لأن الأخطاء صعبة التحديد وقد يكون عائدا بتركيب الأجهزة وتداخل المعلومات والأدوار[1].

ثانيا: المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني:

يحرص المشرع الجزائري على توفير الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد كما تعرف بمرحلة التفاوض، وبالتالي يتم الاحتكام لقواعد المسؤولية التقصيرية، لأن هذه المرحلة تعد مرحلة جد حساسة من أجل بناء عقد سليم خال من العيوب ويحتوي على كل وسائل الحماية القانونية.

وتعتبر المسؤولية التقصيرية الشريعة العامة لقيام المسؤولية المدنية طبقا لنص المادة 124 من قانون المدني الجزائري فتنشأ هذه المسؤولية عن الإخلال بالالتزام فرضه القانون وذلك بتعويض الضرر الذي ينشأ دون وجود علاقة عقدية بين المسؤول عن الضرر أي المورد الإلكتروني والمضرور وهو المستهلك الإلكتروني، كما ينشأ الضر بصفة مباشرة عن فعل ينسب إلى المسؤول شخصيا[2].

ورغم أن الدراسات في مجال المعاملات الإلكترونية تطرقت للمسؤولية التقصيرية الإلكترونية إلا أنها لا تعرفها لذلك يمكن القول أنها: " **إلزام كل من نسب إليه خطأ تقصيري إلكتروني بتعويض الشخص الآخر المتضرر سواء كان مستخدم للوسائل الالكترونية أو لا** "، من خلال هذا التعريف يتضح لنا أن الشخص المضرور قد لا يكون من مستخدمي الوسائل الإلكترونية ولكن له مصلحة تعرضت للضرر من جراء معاملات إلكترونية لم يكن طرفا فيها وهذا يشكل نقطة اختلاف بينهما وبين المسؤولية العقدية المدنية التي يكون طرفيها من مستخدمي الوسائل الإلكترونية[3].

---

[1] فتيحة حزام، المرجع السابق، ص49.

[2] فتيحة حزام، المرجع نفسه، ص50.

[3] عباس زواوي و سلمى مانع، الأحكام العامة للمسؤولية الالكترونية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، بدون سنة، ص340.

ونظرا للالتزامات التي على عاتق المورد الإلكتروني من حرص على تقديم المعلومات الصحيحة والدقيقة سواء نتعلق الأمر بالإعلام أو الإشهار فهو التزام بتحقيق نتيجة ذلك أنه الأدرى بما يقدمه من سلع أو خدمات، فكل خطأ يسبب دررا للغير يلزم من مرتكبه بالتعويض فتوجب مسؤولية لكل عمل غير مطابق للسلوك المنتظر. وتتحدد المسؤولية التقصيرية للمورد في مرحلة الإشهار والإعلام باعتبارهما مرحلتين ما قبل التعاقد، حيث قد يتعرض المستهلك في هذه المرحلة للغش والخداع الذي قد يوقعه في غلط أو تدليس يؤثر على إرادته، وتتخذ المسؤولية التقصيرية عدة صور نظرا لتنوع العلاقات عبر الشبكة الإلكترونية إلا أنه فيما يخص المسؤولية التقصيرية تظهر لنا في صورتين[1]:

1/ المسؤولية التقصيرية الناشئة عن الإشهار الإلكتروني:

بالرجوع إلى القانون الجزائري نجد أن المشرع الجزائري يستعمل مصطلح الإشهار بدل الإعلان وقد عرفه بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات في نص المادة 02 الفقرة 03 حيث جاء فيها: " **الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو الوسائل المستعملة** ". وبحسب نص المادة يظهر جليا أن المشرع الجزائري قد تطرق للإشهار الإلكتروني من أجل ترويج السلع، وهذا ما يفهم من قوله مهما كان المكان أو الوسائل المستعملة، وعليه يعرف قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 الإشهار الالكتروني في نص المادة 06 الفقرة 06 بأنه: **"كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية "**[2].

وقد تناول المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في الفصل السابع من قانون 18-05 في المواد من 30 إلى 34، حيث يشترط لحماية المستهلك الإلكتروني وضوح الإشهار، بألا يتضمن أي بيانات من شأنها أن تضلل المستهلك وتؤثر عن إرادته بهدف غشه وخداعه وإيقاعه في التدليس حسب المادة 86 من قانون المدني الجزائري، وقد أشار المشرع الجزائري في المادة 30 من قانون 18-05 إلى هذه النقاط والتي نصها كالأتي: " **دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:**

[1] فتيحة حزام، المرجع السابق، ص51.

[2] الزهرة حقريف ووسيلة شربيط، الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد الحادي عشر، العدد الرابع (عدد خاص)، 2020، ص ص186-199، ص190.

- **أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.**
- **ألا تمس بتحديد الشخص الذي تصميم الرسالة لحسابه.**
- **أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.**
- **التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليس مضللة أو غامضة[1]. وهذا أهم شرط حرص المشرع الجزائري على ضرورة وجوده.**

– التنفيذ العيني في الإشهار الإلكتروني (التعويض):

إذا أطلق المورد إشهار عبر شبكة الانترنيت عن منتوج أو خدمة معينة بغرض التعاقد عليها وقبل المستهلك هدا العرض وبعد ذلك امتنع المتدخل عن تنفيذ التزامه وذلك بتسليم شيء من النوع ذاته الذي تضمنه الإشهار التجاري فإنه في هذه الحالة يستطيع المستهلك أن يلجأ إلى رفع دعوى التنفيذ العيني مطالبا تنفيذ التزامه وفقا للمادة 164 من القانون المدني الجزائري وفي حالة لم ينفذ المتدخل التزامه جاز للمستهلك أن يطالب تسليم المنتوج أو الخدمة من ذات النوع الذي تضمنه الإشهار التجاري، ويحق له أيضا مطالبة المعلن بقيمة الشيء بطريق التعويض أي التنفيذ بالمقابل[2].

2/ المسؤولية التقصيرية للمورد الإلكتروني عن إخلاله بالإعلام الإلكتروني:

إن المشرع الجزائري لم يعرف الإعلام الإلكتروني في قانون 18-05 إلا أنه أشار إليه في المواد من 10 إلى غاية 14، وبالرجوع إلى نص المادة 17 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشرع نص على أنه يجب على كل متدخل أن يقوم بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بالإضافة إلى تحديد الوسيلة المستعملة وهي الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى يراها المحترف مناسبة، ومن خلال هذه المادة نرى أن المشرع لم يعرف الإعلام وإنما عدد واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته اتجاه المستهلك في إعلامه بالمعلومات المطلوبة واللازمة بالمنتوج.

حيث يترتب إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بالإعلام المستهلك قيام مسؤوليته من خلال إعطاء الحق لهذا الأخير باللجوء للقضاء للمطالبة بإبطال العقد نتيجة عيوب الإرادة، حيث تتضمن نظرية عيوب الإرادة القائمة على مبدأ سلطان الإرادة على وجود واجب ضمني بالإعلام له انعكاساته على رضا المتعاقد بالإعلام،

[1] القانون 18-05، السالف الذكر.

[2] فازية واعمر، التزامات المورد الالكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد، مجلو بحوث في القانون والتنمية، المجلد واحد العدد واحد، ، ديسمبر ص- ص66-77، ديسمبر 2021، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، ص70.

فعدم تقديم المعلومات والبيانات الخاصة بالشيء المبيع للمشتري قد يوقعه في غلط حسب المادة 82 كما أن كتمان البائع لأخذ البيانات لكيفية استعمال الشيء المبيع يؤدي إلى تدليس المشتري ودفعه إلى التعاقد، كما أن عدم العلم الكافي بالشيء المبيع يجعل هذا الأخير قابلا للإبطال[1].

بعد عرض النصوص السابقة يتضح أن المشرع الجزائري قد ألقى على عاتق المورد الإلكتروني الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الالكتروني حماية للمستهلك المتعاقد إلكترونيا، حيث أوجب عليه أن يكون الإعلام التجاري واضح ومقروء إلى جانب تضمينه بعض البيانات التي تساعد المستهلك في الإقدام على التعاقد أم الإحجام عنه[2].

أ- أساس المطالبة بالتعويض:

يرجع أساس الحكم بالتعويض إلى تحقق الضرر نتيجة الخطأ المرتكب إذ لا تعويض دون ضرر، وهذا وفقا لأحكام المادة 124 من القانون المدني.

إن الإخلال المورد الإلكتروني بتنفيذ التزامه المسبق بالإعلام من شأنه تضليل المستهلك ودفعه لإبرام عقد من غير إرادة صحيحة، الأمر الذي قد يلحق أضرارا بالمستهلك، وفي سبيل جبر هذا الضرر الذي يتعرض له المستهلك الإلكتروني رتب المشرع التعويض، وهذا ما جاء في المادة 19 والمادة 14 من قانون 18-05 سالف الذكر، حيث خول المشرع الجزائري بموجب المادة 14 للمستهلك الإلكتروني والذي وقع في عيب من عيوب الإرادة، المطالبة بإبطال العقد، إذا نصت المادة على أنه: " **في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به** "[3].

ب- أركان المسؤولية التقصيرية:

إن مسؤولية المورد الإلكتروني في هذا الشأن تخضع للشرط العامة متى توافرت الأركان الخاصة للمسؤولية التقصيرية، وهي:

[1] فازية واعمر، المرجع السابق، ص74.

[2] الزهرة جغريف و وسيلة شربيط، المرجع السابق، ص193.

[3] خولة خشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص29-30.

ب-1/ ركن الخطأ التقصيري:

يتحقق الخطأ التقصيري عند الإخلال بحقوق الغير مخالفة للمبدأ العام، وهو احترام حقوق الغير وعدم إلحاق الضرر بهم، والفعل الضار يتحقق في هذه الحالة عندما يخل المورد الالكتروني بواجب الحيطة اللازمة والعناية في سلوكه، مثال ذلك الخطأ الذي من شأنه المساس بمصداقية التوقيع الإلكتروني، أو شهادة التصديق الإلكتروني، المنسوبة للموقع[1].

ب-2/ الضرر:

يعد الضرر ركنا أساسيا لقيام المسؤولية المدنية مهما كان نوعها، وأيا كان شكل الضرر فيستحق المتضرر التعويض عنه كجزاء لقيام المسؤولية المدنية إذ ثبت حصوله إلى جانب الخطأ والعلاقة السببية[2]، والضرر الذي يعتد به كركن من أركان المسؤولية يشترط فيه أن يكون مباشرا، ومحققا، وأن يمس بمصلحة يحميها القانون.

ب-3/ العلاقة السببية:

هذا الركن لا يخرج عن نطاق القواعد العامة المنظمة للمسؤولية المدنية، والتي تشترط أن يكون الضرر المطالب بالتعويض عليه قد تسبب فيه الخطأ المرتكب من طرف المورد الإلكتروني، أي وجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر وبانتفاء العلاقة السببية تنتفي المسؤولية، بمعنى آخر أن وجود الخطأ والضرر لا يرتبان المسؤولية المدنية ما لم تكن هناك علاقة سببية بين الخطأ والضرر[3].

[1] زهيرة عبوب، المرجع السابق، ص431.
[2] زهيرة عبوب، المرجع نفسه، ص431-432.
[3] زهيرة عبوب، المرجع نفسه، ص432.

الفصل الثاني: آليات الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية

سعى المشرع الجزائري في إطار تنفيذ العقد الإلكتروني محل المعاملات التجارية الإلكترونية وخروجا عن الأحكام الكلاسيكية للعقد والقواعد العامة المقررة في التقنين المدني والتجاري إلى فرض وسائل وآليات جزائية على المورد الإلكتروني نظر للحاجة الملحة لبسط نوع مستحدث من حماية المستهلك الإلكتروني في البيئة الرقمية التي تتسم باتساع وتعقيد الجريمة بأدواتها التي تؤذي المستهلك الإلكتروني وتنال من إرادته[1].

لقد أردك المشرع الجزائري مدى خطورة هذه الجرائم على المستهلك الإلكتروني، وخاصة بالنظر إلى طبيعة العقد الإلكتروني الذي يتم التعاقد عن بعد مما يجعل الخطورة تزداد، ولهذا فرض هذه الآليات الجزائية لحمايته، وتنحصر هذه الآليات بين آليات وقائية وأخرى ردعية[2].

بناء على ذلك، تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، حيث تناول المبحث الأول آليات حماية المستهلك من مخاطر التسويق الالكتروني، أما المبحث الثاني فتعرض لآليات حماية المستهلك من جرائم المعاملات الإلكترونية.

[1] فتيحة حزام، أحكام الحماية الجزائية للمعاملة التجارية الإلكترونية – دراسة على ضوء القانون 18-05-، مجلة أبحاث، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بومرداس، المجلد الخامس العدد الثاني(2020)، ص85.

[2] خولة حشمان- فاطمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص6.

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك من مخاطر التسويق الإلكتروني

اهتم المشرع الجزائري لحماية المستهلك في إطار العروض عبر الإنترنت، بحيث إذا كانت هذه العروض تستوجب وجود بعض المعلومات في صفحة الويب للمورد، فإن هذه المعلومات الهدف منها تنوير المستهلك على معلومات المورد وكذا على السلعة أو الخدمة المعروضة، وبالتالي على أساس هذا التنوير يتأثر قرار المستهلك.

ومن ناحية أخرى فإن المستهلك كي يتم عقد الشراء هذا وجب عليه أن يملأ استمارات يضعها المورد تحت تصرفه قبل تأكيد طلبيته تحوي معلوماته الشخصية كالاسم واللقب وعنوانه، وأهمها معلومات عن بطاقة ائتمانه البنكية مثل رقمنها وكلمة السر الخاصة به.

هذا الأسلوب في المعاملات يجعله عرضة للخداع والغش في مرحلة التسويق الالكتروني من طرف المورد الذي لا تربطه به صلة ثقة، تجعله مطمئنا على معلوماته الشخصية وعلى طلبيته، وهذا ما جعله المشرع الجزائري يتدخل بقواعد قانونية على المورد بصفته الطرف الأقوى والمتمرس في هذا النوع من العقود، تضع حدا لتعسفه وتضمن عدم غش المستهلك وتكون جسر ثقة بينهما.

ومن هذا المنطلق نجد أن الجانب الوقائي لحماية المستهلك يعتبر الحجر الأساس لهذه العلاقة[1]، ولهذا سنحاول تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، الأول يتطرق إلى الالتزام باحترام ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية والثاني التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول: الالتزام باحترام ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية

على الرغم من الفراغ القانوني يشوب موضوع الإشهار، إلا أن هذا لم يمنع من إيجاد سبل لتنظيمه ولو بشكل جزئي، باعتباره نشاطا تجاريا يستلزم ضوابط لممارسته. ويتجلى هذا في العديد من النصوص القانونية التي حاول المشرع الجزائري من خلالها ملأ الفراغ التشريعي لموضوع الإشهار في علاقته بالمستهلك[2]، فقد تناول المشرع أحكام الإشهار في الفصل السابع من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المواد من 30 إلى

[1] رحمون شتوح، المرجع السابق،ص426.

[2] أسماء معكوف، القواعد الوقائية المنظمة للإشهار التجاري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائري2020، المجلد ثلاثون العدد الخامس، ديسمبر 2019، ص.ص.315-329،ص317.

34 منه، حيث نستنبط من هذا المواد الشروط والضوابط القانونية المتعلقة بالإشهار الإلكتروني [1] ومن أجل التفصيل في هذه الضوابط قسمنا هذا المطلب إلى ثلاث فروع، الأول يتطرق إلى تحديد الضوابط القانونية المتعلقة بالرسالة الإشهارية الإلكترونية، أما الثاني فيتطرق إلى الضوابط القانونية المتعلقة بالمعلن الإلكتروني، وفي الفرع الثالث فتناولنا مظاهر الحماية الجزائية للمستهلك من مخاطر الإشهارات الإلكترونية غير النزيهة.

الفرع الأول: الضوابط القانونية المتعلقة بالرسالة الإشهارية الإلكترونية

لدراسة الضوابط القانونية المتعلقة بالرسالة الإشهارية الإلكترونية، يجب تحديد المقصود من الرسالة الإشهارية وأهميتها (أولا)، ثم تحديد الضوابط القانونية المتعلقة بها (ثانيا).

أولا: مفهوم الرسالة الإشهارية الإلكترونية

الرسالة الإشهارية هي مضمون وشكل الإشهار المراد إرساله، فهي تحتوي على بيانات خاصة بالسلعة أو الخدمة وخصائصها، صفاتها ووظائفها، وتعرف أيضا بأنها:" **مجموعة الرسائل التي يوجهها المعلنون إلى الجمهور لتعريفهم بالسلع والخدمات التي يقدمونها مستخدمين في ذلك وسائل الاتصال المتاحة."** [2]

يعتبر الإشهار من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة وتحقيق الربح سواء في إطار التجارة التقليدية أو الإلكترونية التي تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهو بهذا المعنى له وظيفتان: الأولى وظيفة إعلانية، والثانية وظيفة تسويقية.

أ- الوظيفة الإعلانية: يعتبر الإشهار وسيلة إعلانية تسعى إلى التعريف بالمنتوجات والخدمات، لتتحدى الحدود الجغرافية وتصل إلى الملايين من المستهلكين عبر العالم، وحتى يتحقق الهدف من الإشهار يجب أن يكون الإشهار قانونيا، وجوهريا يشمل كافة أنواع البيانات الخاصة بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها حتى تتوفر الحماية للمستهلك، وأن يوجه باللغة الوطنية حتى يفهم الإعلان أكبر عدد ممكن من المستهلكين. وعليه، للإعلان دور مهم، ذلك أن الرسالة الإعلانية تحمل مجموعة من الأفكار الدالة على نية التعاقد عن طريق إبراز مدة الضمان، وجودة المنتج.

[1] خالد ضو، ضوابط الإشهار في التسويق الإلكتروني وعقوبات مخالفها حسب القانون 18=05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الإقتصادية والمالية، جامعة الجزائر 1- بن يوسف بن خدة (الجزائر)، المجلد الثالث العدد الثاني (2021)، ص.ص.30-43، ص36.

[2] أسماء معكوف، المرجع السابق، ص318.

ب– الوظيفة التسويقية: يلعب الإشهار دورا مهما في تسويق والعمل على إظهار محاسنها بنية إغراء المستهلك، وحتى يتحقق الهدف من الإشهار يجب أن تكون الإشهارات واضحة لا تثير أي لبس عند استلامها من طرف المتلقي حتى يتفاعل مع هذه الرسائل، ولا يقوم بمحوها قبل التعرف على مضمونها، أو حظرها عن طريق الاستعانة بخدمات تقنية آلية قبل وصولها إلى بريده الإلكتروني.[1]

ثانيا: تحديد الضوابط القانونية المتعلقة بالرسالة الإشهارية الإلكترونية

بما أن الرسالة الإشهارية هي مضمون وشكل الإشهار فإن لها نفس شروط وضوابط الإشهار الإلكتروني، وبالتالي تطبق عليها أحكام الإشهار الإلكتروني الوارد في الفصل السابع التي حددها المشرع الجزائري في مواد متتالية، وفي العناصر الآتية:

1/ الشروط الشكلية للرسالة الإشهارية الإلكترونية:

نصت المادة 30 من القانون المذكورة سالفا على الآتي:" **دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال كإشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الإتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:**[2] والتي سنذكر منها الشروط الخاصة بالشكل الرسالة الإشهارية، وسنحاول شرحها كالآتي:

أ– الشرط الأول: وجوب أن يكون الإشهار واضحا

يشمل شرط وضوح الرسالة الإشهارية العناصر التالية:

أ–1/ وجوب تحديد طبيعة الرسالة الإشهارية بوضوح:

هذا الشرط يعتبر من القواعد الأساسية التي ينبغي احترامها من قبل المعلن، إذ يجب أن تتضمن الرسالة بوضوح ما يفيد أنها إشهار تجاري حتى يمكن لمتلقيها التعرف عليها وتجنب أي لبس أو غموض بينها وبين الرسائل غير الإشهارية قد يقعون فيه بشأنها.

وهناك عدة رسائل إشهارية تخضع لضوابط النزاهة الواردة في المادة 30 من القانون18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، منها الرسائل غير الإشهاربة التي ترسل عن طريق البريد الإلكتروني دون طلب من الجانب

[1] نسيمة شيخ و ابتسام زيغم محاسن، الوسم والإشهار كآلية وقائية لتكريس حق المستهلك في الإعلام، المؤتمر الدولي الشامل للقضايا النظرية وسيلة معالجتها العملية، دار الرافد للنشر، جامعة بلحاج بوشعيب – عين تموشنت، الجزائر، مخبر الأسواق، التشغيل، التشريع والمحاكاة في الدول المغاربية، المجلد الثاني، بدون عدد، يناير 2021،ص78.

[2] قانون 18=05، السالف الذكر.

مستخدم البريد، وهي من الرسائل التي تستلزم الوضوح بحيث تبين طبيعتها الإشهارية عند استلامها من قبل المرسل إليه.[1]

أ-2/ وجوب استعمال عبارات واضحة ودقيقة في الإشهار:

يجب أن تكون كل عبارة يستعملها المعلن في الإشهار واضحة الدلالة عما يقصد توصيله للمستهلك، لذلك ينبغي على المعلن ألا يستخدم أية عبارات مبهمة أو تحتمل أكثر من معنى، بل يجب عليه استعمال عبارات سهلة وبسيطة في إشهاره، مع مراعاة فئة المستهلكين الذين يخاطبهم الإشهار، مهما كان محل إشهاره، مثالا على ذلك الإشهار عن أجهزة طبية فيمكنه مخاطبتهم بلغتهم العلمية.

تجدر الإشارة إلى القانون 18-05 سالف الذكر لم يتضمن أي نص يستلزم تحرير الإشهارات المقدمة للجمهور الجزائري باللغة العربية، بالرغم لما يمثله استعمالها من أهمية للمستهلك في التعرف بسهولة على الرسالة الإشهارية، وطالما أن الإشهارات الإلكترونية لاسيما تلك التي تتم عبر شبكة الإنترنت تتسم بالطابع العالمي، فيستحسن أن يراعي فيها مخاطبتها لجمهور المستهلكين على المستوى العلمي، لذا يجب عرضها بأكثر من لغة خاصة اللغات الرسمية حتى تلقى مردودا لدى أكبر عدد ممكن من المستهلكين[2].

بالحديث عن اللغات الرسمية لابد من الحديث عن اللغة الرسمية الوطنية، والتي أكد على موجب اعتمادها المرسوم التنفيذي رقم 70/74 المؤرخ في 1974/04/03، المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية في الإشهار التجاري وذلك في المادة الأولى منه والتي تنطبق مقتضياتها على اللافتات والملصقات والنشرات الإشهارية. كما ألزم المشرع الجزائري المعلن أن ينشر إشهاره في الجريدة تصدر باللغة التي أعد بها الإشهار وذلك طبقا لنص المادة 08 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999.

كما أضافت المادة 10 من نفس القانون على أنه :"**كل إشهار تبثه الوسائل السمعية البصرية في الجزائر، يجب أن يكون باللغة العربية**"[3].

ب- الشرط الثاني: وجوب ألا يكون الإشهار الإلكتروني مضللا

يقصد بالتضليل هنا خداع المستهلك من خلال صياغة الإشهار عبارات خادعة تعطي انطباعا مغايرا للحقيقة، سواء كانت المعلومات التي يتضمنها صادقة أو كاذبة، لذا يتعين على كل مورد إلكتروني أن يتحرى

[1] فضيلة سويلم، ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية ودورها في حماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د. مولاي الطاهر – سعيدة –، الجزائر، المحور الثالث: الحماية القانونية للمستهلك في البيئة الإلكترونية، بدون عدد، ص3.

[2] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص3-4.

[3] أسماء معكوف، المرجع السابق، ص319.

الصدق والأمانة في إشهاراته و الابتعاد في الإعلان عن تضليل المستهلكين بشكل مباشر أو غير مباشر سواء بطريقة الترك أو الغموض أو المبالغة حتى تتسم هذه الإشهارات بالنزاهة، ولكي يتوافر هذا الشرط ينبغي[1]:

ب-1/ أن تكون المعلومات الواردة في الإشهار صادقة ومطابقة للحقيقة:

يتمثل محتوى الإشهار في مجموعة من المعلومات حول السلع والخدمات المعلن عنها،لاسيما من حيث الصفات المميزة لها، وهذا يستلزم أن تكون تلك المعلومات صادقة بحيث تكون كل معلومة يذكرها المحترف من مميزات وخصائص وشروط للتعاقد وكيفية الاستعمال وخدمات ما بعد البيع ...إلخ في الإشهار صادقة وموجودة بالفعل في تلك السلع والخدمات حتى لا يفاجأ المستهلك بعد الاقتناء أن مضمون الإشهار غير مطابق للحقيقة.

يستوجب هذا الشرط أيضا على المورد الإلكتروني ألا يستعمل في الإشهار مؤلف أو مصنف علمي أو تقني بدون حق، كما يجب ألا يستعمل مصطلحات علمية لمنح الإشهار قيمة غير صحيحة فيه وهو ما يطلق عليه بالالتزام بالشفافية، بالإضافة إلى ذلك، يجب الابتعاد عن الكذب سواء تم عمدا أو بطريق الترك أو بالغموض أو المبالغة، وكل ما من شأنه تضليل المستهلك بشكل مباشر أو غير مباشر[2].

ب-2/ أن تكون لدى المعلن الأدلة على صدق المعلومات الواردة في الإشهار:

في الواقع لم يرد ذكر هذا الشرط في مضمون المادة 30 سالفة الذكر صراحة بالرغم من نزاهة الإشهار تستلزم توافره، ويقصد به أنه ينبغي على المعلن أن يقدم الأدلة والأسانيد التي تدعم صدق المعلومات الواردة في مضمون الإشهار، ويعتمد نوع الدليل على طبيعة السلعة أو الخدمة المعلن عنها، فمثلا الإعلان عن دواء مسكن للألم مع ذكر رأي المختصين و الأطباء حول فعاليته ونصح مرضاهم به، يقتضي أن يكون هناك استقصاء يمكن الاعتماد عليه ليؤكد، وتستلزم الإشهارات الخاصة بصحة وسلامة المستهلك بصفة عامة، وجود الأدلة علمية لتكون درجة الاعتماد عليها كبيرة كالاختبارات والدراسات وآراء الخبراء والمختصين[3].

2/ الشروط الموضوعية للرسالة الإشهارية الإلكترونية:

قد أشارت المادة 30 من قانون18-05 السالف الذكر أيضا على الشروط الموضوعية للرسالة الإشهارية الإلكترونية وهي كالآتي:

[1] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص6.

[2] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص6.

[3] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص6-7.

أ- الشرط الأول: وجوب تحديد مضمون الرسالة الإشهارية بوضوح

يجب أن يتضمن الإشهار التجاري بيان للمواصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها بوضوح، من خلال تقديم وصف واضح ودقيق عن السلع وأسعارها وشروط الدفع والتسليم ومخاطر النقل والتأمين وشروط الاسترداد وخدمات ما بعد البيع، وكذلك عن الخدمات ببيان مضمونها والمدة التي تتم خلالها ومقابل أدائها ...إلخ.

كما يشمل تحديد محل الرسالة الإشهارية بوضوح، تحديد إشهار العروض التسويقية وهذه الأخيرة تشمل بعض صور البيوع التي تسبقها الإشهارات: كالبيع بالمكافأة والبيع بالتقسيط والبيع بالتخفيض، مع توضيح شروط كل منها، وجوب أن تكون شروط الاستفادة منها سهلة الوصول إليها، وأن تعرض بطريقة محددة وغير غامضة، وكذلك المسابقات واللعب التسويقية يجب أن يكون الوصول إليها سهلا ومعروضة بطريقة واضحة وغير غامضة.

إن اشتراط الوضوح في هذه البيوع يرجع سببه إلى لجوء التجارة والمحترفين إلى استعمال أساليب التضليل عند الإعلان عن تلك البيوع لخداع المستهلك، سواء تم الإعلان عنها في شبكة الإنترنت أو عن طريق وسائل إلكترونية أخرى كالهاتف النقال، لذا ينبغي تحديد محتوى الرسالة الإشهارية لحماية مصالح المستهلكين والمحترفين على حد سواء[1].

ب- الشرط الثاني: وجوب عدم مخالفة الرسالة الإشهارية للنظام العام والآداب العامة

ألزم المشرع الجزائري على كل مورد إلكتروني عدم مخالفة إشهاره الإلكتروني للنظام العام وإلا عد هذا الإشهار غير مشروع[2]، أي أنه اشترط أن يكون موضوع الرسالة الإشهارية مقبولا لا ممنوعا، وقد نص على ذلك في المادة 34 من القانون18-05 السالف الذكر كالآتي: " **يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتوج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما**"[3].

[1] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص4-5.

[2] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص5.

[3] خالد ضو، المرجع السابق، ص37.

ومن خلال نص المادة نستنتج ان الإشهارات الممنوعة من النشر عن طريق الاتصالات الإلكترونية هي الإشهارات الخاصة بالخدمات والمنتوجات الممنوعة من التسويق بالتفصيل المذكورة في المادة 03 من قانون18-05 نفسه وهي كالآتي: "

1. لعب القمار والرهان واليانصيب.

2. المشروبات الكحولية والتبغ.

3. المنتجات الصيدلانية.

4. المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

5. كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.

6. كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي."

كل هذه الخدمات والمنتوجات المذكورة أعلاه حظر المشرع تسويقها، وعليه فمن باب أولى يكون الإشهار لها محظورا[1].

فضلا عن ذلك، يجب على المعلن مراعاة الأخلاق والآداب العامة عند بثه الإشهار، فلا يجوز أن يشتمل على عبارات أو صور أو رسوم أو أصوات تثير المشاعر أو تقدم بصورة مستفزة أو منافية للآداب العامة والأخلاق، كما لا يجوز أن ينشر معلومات مخالفة للأخلاق والآداب العامة المتعارف عليها في دولته.

على الرغم من اختلاف مفهوم الآداب العامة من دولة إلى أخرى، فإن ذلك لا يسمح للمعلنين بعرض إشهارات إلكترونية مخالفة للآداب العامة، بحجة أن إشهاراتهم موجهة إلى الجمهور العالمي عبر شبكة الإنترنت، لذا يجب أن تتطور قواعد آداب المهنة الإشهارية الوطنية والدولية المطبقة حاليا حتى تلائم الإنترنت، نظرا لطبيعتها غير المادية والعابرة للحدود[2].

الفرع الثاني: الضوابط القانونية المتعلقة بالمعلن الإلكتروني

ألزم المشرع الجزائري في القانون الذكور سالفا المعلن الإلكتروني ببعض الضوابط القانونية التي يجب توافرها في الإشهار الإلكتروني، والتي أجملها في مجموعة من الشروط ولكن قبل التطرق لهذه الضوابط لابد من التعرف على المعلن الإلكتروني (أولا)، ثم الحديث عن الضوابط القانونية المتعلقة بالمعلن الإلكتروني (ثانيا).

[1] قانون 18-05، السالف الذكر.

[2] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص5.

أولا: المقصود بالمعلن الإلكتروني

المعلن هو التاجر أو الهيئة أو المصالح الحكومية أو الجمعيات أو الأفراد الذين يستخدمون الإشهار التجاري من أجل الترويج لمنتجاتهم أو خدمتهم. وقد عبر عنه المشرع الجزائري في القانون04-02 المتعلق بالممارسات التجارية في المادة 03 فقرة 01 بتسمية العون الاقتصادي وهو: " **كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها** "[1].

كما عبر عنه أيضا في المادة 06 في فقرتها 04 من القانون18-05 سالف الذكر والتي عرفت المورد الإلكتروني وهو صاحب الإشهار (المعلن) على أنه: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية** "، أما نص المادة 06 في فقرتها 03 من القانون18-05 سالف الذكر على أنه: " **كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي** "[2].

ثانيا: تحديد الضوابط القانونية المتعلقة بالمعلن الإلكتروني

تتمثل الضوابط القانونية التي ألزم بها المشرع الجزائري المعلن الإلكتروني على احترامها فيما يلي :

1/ تحديد هوية المعلن:

لقد اشترطت العديد من التشريعات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية بما في ذلك المشرع الجزائري، وجوب أن يحتوي الإشهار الإلكتروني على المعلومات التي من شأنها أن تؤدي إلى التعرف بوضوح على هوية المعلن الذي تم تصميم الرسالة الإشهارية لحسابه.

لذا يتعين على المعلن أن يوضح في الإشهار مجموعة من البيانات الضرورية المتعلقة به، كاسمه الشخصي وعنوانه ورقم هاتفه وموقعة الإلكتروني الذي يتعاقد من خلاله و الإيميل الخاص به والذي يتلقى المراسلات الإلكترونية عليه[3].

[1] أسماء معكوف، المرجع السابق، ص318.

[2] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص7.

[3] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص7.

2/ ألا يهدف المعلن بإشهاره الإلكتروني إلى تشويه سلع أو خدمات المنافسين:

يجب ألا يستهدف المعلن من خلال إشهاره تشويه سمعة وقيمة سلع وخدمات مورد إلكتروني منافس، وذلك بغية إيقاع المستهلك في لبس، وهذا حتى لا يصبح الإشهار أداة للمنافسة غير المشروعة، وهو ما يطلق عليه الإشهار المقارن، رغم أن هذا الأخير لم ينظم له المشرع الجزائري أي قوانين[1].

3/ يجب أن يكون المعلن جادا في عرضه للمنتجات والخدمات، كما يجب أن يكون ما عرضه متوفرا، إذ لا يجوز أن تتضمن الرسالة الإشهارية سلعة لا تتوفر بكميات كبيرة، أو أن يكون العرض محدودا بل يجب أن تفي هذه الأخيرة بطلبات المستهلكين المتلقين للرسالة الإشهارية.

4/ كما يشترط على المعلن أن يقدم التصريح الصادق بمحتويات المنتج أو الخدمة، ويكون التصريح صادقا إذا تضمن البيانات الصحيحة التي تتعلق بالمنتوج وتعرف به هذا ما نصت عليه المادة 18 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 [2].

5/ وجوب وضع المعلن الإلكتروني لمنظومة إلكتروني يمكن من خلالها للشخص التعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مبررات أو مصاريف، كما يلتزم المعلن الإلكتروني في هذه الحالة بما يأتي وحسب المادة 32 من قانون18-05 السالف الذكر: "

أ- تسليم وصل الإستلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه.

ب- اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة ".

6/ التزام المورد الإلكتروني (المعلن) في حالة النزاع بإثبات كون إرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة والحرة، وأن شروط المادة 30 من القانون رقم18-05 نفسه قد تم استيفاؤها، هذا ما جاءت به المادة 33 من قانون رقم18-05 [3].

وعليه يمكن القول إن المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية حاول إجمال ضوابط من نواحي مختلفة، بدءا بتحديد شروط الشكلية المنصوص عليها في المادة 30 من قانون18-05 والتي ينبغي أن يتصف بها ليكون مشروعا، ثم بالتنبيه على وجوب موضوعه ليس ممنوعا في التشريعات المعمول بها أو القانون

[1] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص7.
[2] أسماء معكوف، المرجع السابق، ص318.
[3] خالد ضو، المرجع السابق، ص38.

المنصوص عليه، ثم بالإشارة إلى التزامات المورد الإلكتروني (المعلن) تجاه الإشهار و الإعلان، وعلى الرغم من كل هذا فإن المشرع الجزائري مطالب بمواكبة التطورات التكنولوجيا للوسائل الإعلانية وذلك لتنظيم الشروط وفق ما يخدم هذا التطور من جهة وما يضمن سلامة المستهلك من جهة أخرى[1].

ومن خلال ما سبق، يمكن تعريف الإشهارات النزيهة بأنها: " **تلك الإشهارات التي يتطابق مضمونها مع حقيقة المواصفات الموجودة في السلعة أو الخدمة المعلن عنها** "، بمعنى أن تكون المعلومات التي يتضمنها الإشهار حول السلعة أو الخدمة مطابقة تماما للحقيقة، بحيث إذا اقتنع المستهلك بالإشهار وأبرم التعاقد للحصول عليها، فيجب أن يتوافر فيها الصفات والمميزات نفسها الواردة في الإشهار، وبذلك يعد الإشهار مطابقا للواقع[2].

الفرع الثالث: مظاهر الحماية الجزائية للمستهلك من مخاطر الإشهارات الإلكترونية غير النزيهة

نظرا لخطورة مخالفات ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية إدارة المستهلك، جرم المشرع الجزائري هذه الممارسات في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فما مدى فعالية الحماية المقررة للمستهلك من هذه المخالفات الماسة بحقوقه ومصالحه[3]؟ وما هي المسؤولية الجزائية المترتبة عن هذه الإشهارات؟، وسنعالج هذه الإشكالات في العناصر التالية:

أولا: إجراءات المعاينة والمتابعة لمخالفة ضوابط نزاهة الإشهارت الإلكترونية

زيادة على ضابط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية، يؤهل لمعانية مخالفة ضوابط نزاهة الإشهارت الإلكترونية، الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة الوارد ذكرهم في المادة 49 من القانون 04-02 السالف ذكره، على أن تتم الرقابة والمعاينة لهذه المخالفة وفق نفس الأشكال المحددة في هذا القانون، وفي هذا الإطار يتمتع هؤلاء الموظفين بحث الولوج بحرية إلى تواريخ المعاملات التجارية، وفي الأخير تختتم هذه التحقيقات بتحرير محاضر لإثبات المخالفة.

فإذا ثبت ارتكاب المورد الإلكتروني لهذه المخالفة يحق للإدارة المكلفة بحماية المستهلك القيام بإجراءات غرامة الصلح معه، ويتم اقتراح هذه الغرامة من قبل الأعوان المذكورين أعلاه، على أن يحدد مبلغ الغرامة وفق

[1] خالد ضو، المرجع السابق، ص38-39.

[2] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص8.

[3] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص11.

الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في القانون18-05، وفي حالة قبول المورد الإلكتروني لغرامة الصلح تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10%، وفي حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة، يضاعف مبلغ الغرامة، مع العلم أنه في حالة العود لا يمكن إجراء غرامة الصلح[1].

ثانيا: كيفية تبليغ العقوبة واستيفائها

تنص المادة 47 من القانون18-05 سالف الذكر، على المدة التي يجب أن تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة الموردة الإلكتروني المخالف والتي يجب أن لا تتجاوز 07 أيام ابتداء من تاريخ تحرير محضر الأمر بالدفع، عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار بالاستلام، يتضمن هوية المورد الإلكتروني، وتاريخ وسبب المخالفة، ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدفع.

أما في حالة إذ لم يتم دفع الغرامة أو لم يمتثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل 45 يوما، يرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى الجهة القضائية المختصة (وكيل الجمهورية المختص إقليميا) قصد المتابعة القضائية، ثم يحال الملف من قبل وكيل الجمهورية إلى قسم الجنح على مستوى المحكمة، ليصدر في حق المورد الإلكتروني المخالف إما الحكم بالبراءة أو الإدانة.

فضلا عن ذلك، قد تتم هذه المتابعة من خلال تحريك الدعوى العمومية عن طريق الشكوى من قبل المستهلك المتعدى عليه أو جمعيات حماية المستهلكين[2].

ثالثا: المسؤولية الجزائية المترتبة عن الإشهارات الإلكترونية غير النزيهة

الإشهار التجارة في حالة ما إذا كان مضللا أو غير نزيهة أو خادعا ينعكس ذلك سلبا على نظام المنافسة الحرة وحق المستهلك في الحصول على المعلومات الصحيحة عن المنتجات والخدمات المعلن عنها عبر شبكة الإنترنت، فإذا ما ثبت بعد التجمعات ارتكاب لممارسات مضللة فإن الإشهار المضلل يعد جريمة وطبقا لقانون العقوبات [3] كل جريمة يجب أن يتوافر فيها الركن المادي والركن المعنوي وهما كالتالي:

[1] فضيلة سويلم، المرجع السابق، 11-12.

[2] فضيلة سويلم، المرجع نفسه، ص12.

[3] الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.

1- الركن المادي:

باستقراء المادة 28 من القانون 04-02 السالف الذكر فإن الركن المادي للتضليل في الإشهار يتمثل في العناصر التالية:

أ-تضمين الإشهار تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته، والكذب المقصود هنا هو الكذب في المعلومات الأساسية والجوهرية للشيء المعلن عنه.

ب- تضمين الإشهار لعناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

ج- علق الإشهار بغرض معين لسلع أو خدمات في حين أن المعلن لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار[1].

2- الركن المعنوي:

المقصود بالركن المعنوي للجريمة انصراف إرادة الجاني لارتكاب النشاط المكون لها والمعاقب عليه قانونا إذ لابد من توافر القصد الجنائي في الإشهار الإلكتروني التضليلي، والمتمثل في قصد المعلن خداع المستهلك من أجل حمله على التعاقد، أي يشترط لتجريم الإعلان التجاري أن يكون المعلن سيئ النية قصد الخداع وتضليل الجمهور من خلال رسالته الإعلانية.

نصت المادة 68 من القانون09-03 السالف الذكر، على العقوبات المقررة لجريمة الإشهار التضليلي وهي كالتالي: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول: كمية المنتوج المسلمة، تسليم المنتوج غير تلك المعنية مسبقا، قابلية استعمال المنتوج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج، النتائج المنتظرة من المنتوج، طرق الاستعمال أو الإحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج ".

لقد رتب المشرع مسؤولية جزائية بسبب الإعلانات المضللة والخادعة التي تكون صادرة من المعلن. ومن خلال نص المادة 68 من القانون09=03 ذاته نجد أن المشرع أحالنا إلى نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي تنص على أنه: " **يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2000دج إلى 20.000دج أو إحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:**

[1] فازية واعمر، المرجع السابق، ص71.

- **سواء في طبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلعة.**
- **سواء في نوعها أو في مصدرها.**
- **سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.**

وفي جميع الحالات فإن مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها دون حق "[1].

رابعا: عقوبة مخالفة ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية

إن العقوبات التي جاء به قانون التجارة الإلكترونية عقوبات مالية بحث ومن بينها جرائم الإشهار التجاري غير مشروع باعتبارها جرائم اقتصادية، ومرجع ذلك أن أغلب هذه الجرائم ترتكب بدافع الطمع والربح غير المشروع، فكان من الملائم فرض عقوبات مالية تصيب الجناة في ذمتهم المالية لردعهم، وبما يكفل احترام قوانين حماية المستهلك.

ولقد كيف عرف الغرامة على أنها إلزام المحكوم عليه يدفع من المال إلى الخزانة العامة للدولة، وهيا بذلك عقوبة تتوافر فيها كل مقومات وخصائص العقوبة الجزائية[2].

وقد وضع المشرع الجزائري في القانون 18-05 السالف الذكر، عقوبات لمن يخالف أحكام وضوابط الإشهار الإلكتروني التي قررها في المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون، والتي تم ذكرها في العاصر السابقة تفصيلا وتحليلا، ويتمثل جزاء مخالفة ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية في عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

بحيث نصت المادة 40 من القانون 18-05 نفسه، على العقوبة الأصلية وهي الغرامة المالية من 50.000دج إلى 500.000دج[3]، أما حالة العود فتضاعف العقوبة حيث تصبح غرامة من 100.000دج إلى 1.000.000دج. كما أجاز قانون التجارة الإلكتروني المصالحة في الجرائم المتعلقة بالإشهار الإلكتروني غير المشروع عامة والتي من بين صورها الإشهار الإلكتروني غير المرحب به (غير المرغوب به)، حيث أن القاعدة العامة في تحديد غرامة الصلح في قانون التجارة الإلكترونية هيا الحد الأدنى لعقوبة

[1] فازية واعمر، المرجع نفسه، ص71-72.

[2] فاتح بن خالد و سعاد قبرة، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني غير المرحب له – إشهارات البريد الإلكتروني نموذجا –، مجلة البيبات للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد لمين دباغين- سطيف02- جامعة غرداية، العدد الخامس- ديسمبر2019، ص50

[3] خالد ضو، المرجع السابق، ص39.

الغرامة المقررة للجريمة، وهو ما نصت عليه المادة 46 من نفس القانون، وعليه فإن غرامة الصلح في جريمة الإشهار الإلكتروني غير مرحب به (غير المرغوب به) تساوي 50.000دج.

كما منع المشرع الجزائري للمورد الإلكتروني الذي قبل بغرامة الصلح المقترحة من طرف الإدارة المعينة (مصالح التجارة) بتخفيض في غرامة الصلح قدره 10 بالمئة[1].

أما بخصوص العقوبة التكميلية فقد نص عليها المشرع الجزائري بموجب المادة 43 من القانون ذاته، والتي تقابل عقوبة غلق المحلات التجارية بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية، تتمثل في تعليق تسجيل أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة، على أنه ألا تتجاوز مدة التعليق التحفظي لإسم النطاق 30 يوما[2].

المطلب الثاني: التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

من آليات حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية هي حماية بياناته الشخصية التي ألزم بها المورد الإلكتروني والتي تضمنها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري وقانون حماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي رقم18=07، ولتحديد التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني يتعين التعرف على هذه البيانات باعتبارها موضوع الحماية في (الفرع الأول)، ثم التطرق إلى مضمون هذا الالتزام في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

للتعرف على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني لابد من تعريفه من الناحية التشريعية والفقهية (أولا)، ثم بيان طبيعة هذه البيانات وخصائصها (ثانيا).

أولا: المقصود بالبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

لإتمام بمعنى أوضح للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني لابد من التعرف عليه من الناحية التشريعية ومن الناحية الفقهية.

[1] فاتح بن خالد و سعاد قبرة، المرجع السابق، ص51.

[2] فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص13.

1/ التعريف التشريعي:

عرف المشرع الجزائري المعطيات ذات الطابع ذات الشخصي بموجب القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي في نص المادة 03 فقرتها 01 على أنها: **" كل معلومة بغض النظر عن دعامتها بشخص معرف او قابل للتعرف عليه أدناه " الشخص المعني " بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية "**[1].

يلاحظ من هذا التعريف، أنه يتميز بدليل عبارة **" كل معلومة "** وعبارة **" لاسيما "** التي تفيد ان المعطيات المذكورة في نص هذه المادة وردت على سبيل المثال لا الحصر، وهو الأمر الذي من شأنه إزالة الإشكال المتعلق بالتمييز بين المعطيات الإسمية والمعطيات الشخصية[2].

2/ التعريف الفقهي:

يرى بعض الفقه، أن البيانات الشخصية الإلكترونية هي التي تتعلق بالحياة الخاصة للفرد كالبيانات الاسمية، أو البيانات المتعلقة بوضعية المالية، أو الوظيفية، عندما تكون محلا للمعالجة التقنية، وهناك من يعرفها على أنها : **" البيانات التي تتعلق بحرمة الحياة الخاصة للإنسان، ومنها ما يسمح برسم صورة لاتجاهاته وميولاته الشخصية، ومنها تلك المتعلقة باتجاهاته السياسية ومعتقداته الدينية وتعاملاته المالية والبنكية وجنسيته وهواياته".**

نلخص إلى أن المعطيات الشخصية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية تتعلق ببياناته الشخصية، الاسمية منها، والمالية، والمهنية، والاستهلاكية، هذه المعطيات تتمتع بأهمية بالغة في ظل التطورات التقنية الحاصلة، خاصة مع الخطر المصاحب لعمليات إنشاء بنوك المعلومات وإجراء المعالجة لها، وتزداد الخطورة عندما يحتفظ المورد الإلكتروني بالمعطيات الشخصية للمستهلك ليقوم بتخزينها دون أن يعمل على تأمينها بشكل كاف وفعال[3].

[1] فيروز قالية، المرجع السابق، ص403.

[2] سهام قارون، التزام المورد الإلكتروني بحامية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 18=05 بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدارسات الأكاديمية، جامعة سوق الأهراس- الجزائري -، المجلد السابع العدد الثاني، 2020، ص.ص.1013=1031، ص1016.

[3] سهام قارون، المرجع نفسه، ص1016-1017.

ثانيا: طبيعة البيانات الشخصية وخصائصها

لفهم أوضح للبيانات الشخصية سنحدد طبيعتها القانونية ثم خصائص هذه المعطيات ذات الطابع الشخصي.

1/ طبيعة البيانات ذات الطابع الشخصي:

في هذا الصدد يطرح التساؤل بشكل أساسي حول طبيعة البيانات التي يشكل المساس بها تعريضا لخصوصية الأفراد في إطار المعلوماتية للانتهاك، فهل كل معلومة يتم تخزينها ومعالجتها تثير مسألة الخصوصية المعلوماتية؟

يذهب الفقه إلى اعتبار أ، المعلومات المقصودة هي تلك التي تتعلق بأشخاص معرفين أو من شأنها أن تسمح بالتعرف عليهم وذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ومن ثم فإن البيانات لا تكون شخصية إلا إذا كانت ملتصقة بشخص بعينه، تعرفه أو تجعله قابلا للتعرف عليه، سواء كانت منفردة أو مدمجة مع بيانات أخرى. فالاستيلاء على بيان ما لا يمثل خرقا في ذاته إلا إذا كان مرتبطا بشخص معين وبذلك فإن طبيعة البيانات المكونة للخصوصية المعلوماتية هي معلومات تتعلق بالشخص ذاته وتنتمي إلى كيانه الإنساني، مثل الاسم، العنوان، رقم الهاتف وغيرها، وهذا ما أشارت إليه المادة 03 من القانون 18=07 السالف الذكر[1].

2/ خصائص المعطيات ذات الطابع الشخصي:

يحيل تعريفها إلى وجود خاصيتين، الأولى أن المعطيات ذات الطابع الشخصي متعلقة بالشخص الطبيعي فقط دون الشخص المعنوي والثانية أن هذه المعطيات تمكن من تعريف الشخص المتعلق به، أو من شأنها أن تجعله معرفا.

أما عن ارتباط المعطيات ذات الطابع الشخصي بالشخص الطبيعي، ذلك لأن حماية هذه المعطيات هو بمثابة حماية للحق في الخصوصية في أحد عناصره (الخصوصية المعنوية)، وهو حق من حقوق الشخصية الإنسانية، وأما خاصية تمكين المعطيات من التعرف على الشخص المرتبطة به، أو تكون قادرة على التعريف به، فإن جميع التشريعات ألزمت حتى تكتسب معطيات معينة الطابع الشخصي أن يمكن من خلالها معرفة الشخص بعينه، لذلك فقد أورد المشرع المعطيات معينة يمكن الاستناد عليها في تعريف الشخص، وهي رقم التعريف، عناصر هويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو

[1] نعيم سعيداني، حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق جامعة باتنة 1- الجزائري، المجلد الثامن العدد واحد، ص.ص.464-484، 2021، ص467-468.

الاجتماعية، وهي عناصر أوردها المشرع على سبيل المثال لا الحصر، وذلك ما يستشف من عبارة " **لاسيما** "، ويبدو أن المشرع هنا في هذا التعريف المرن يحاول الاستجابة لحاجات العصر في مواكبة التطورات المتسارعة التي يمكنها أن تقرر مستقبلا معطيات لم يكن بالإمكان توقيعها حاليا، تكون قادرة على التعريف بالشخص ومن ثم تؤخذ خاصية الطابع الشخصي[1].

الفرع الثاني: مضمون التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

للوقوف على مضمون التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، يتعين تحديد مبررات تكريس التزام المورد الإلكتروني بحماية معطيات الشخصية (أولا)، ثم تحديد شروط وضوابط الخاصة بهذا الالتزام (ثانيا).

أولا: مبررات تكريس التزام المورد الإلكتروني بحماية معطيات الشخصية للمستهلك

هناك العديد من المبررات التي تستدعي تكريس التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، لعل أهمها مخاطر البيئة الرقمية، وتدعيم عنصر الثقة في التجارة الإلكترونية.

1/ مخاطر البيئة الرقمية:

إن الإفصاح عن المعطيات الشخصية للمستهلك من خلال التعاقد الإلكتروني، يرضع تلك المعطيات في بيئة الرقمية فتصبح معطيات إلكترونية، الأمر الذي يجعلها عرضة لمختلف المخاطر التي تتيحها تقنيات المعلومات والاتصالات. وذلك بسبب الإمكانيات التقنية الهائلة التي تمتاز بها البيئة الرقمية، والتي لا يمكن توقع مداها أو قدرتها، ومن أمثلة المخاطر التي تمس هذه المعطيات نجد تقنيات الرصد، وجمع البيانات دون إذن مسبق، وعمليات المعالجة غير المشروعة للبيانات، ناهيك عن صعوبة أو ربما استحالة إرجاع الحال لما كان عليه قبل وقوع تلك المخاطر، فيتعذر استعانة المعطيات التي تم الاستيلاء عليها أو تصحيح ما لحقها من تشويه ...، ولذلك أصبح الزبون المستهلك يركز على الاهتمام بخصوصيته، ومتابعة كيفية استخدام معطياته، ومدى الالتزام بسريتها[2].

[1] نعيم سعيداني، المرجع السابق، ص468.

[2] سهام قارون، المرجع السابق، ص1017.

2/ تدعيم عنصر الثقة في التجارة الإلكترونية:

يشكل عنصر الثقة أحد الضمانات القانونية الهامة لاستقرار المعاملات التجارية في البيئة الرقمية، ومن مظاهر تعزيز هذه الثقة فرض الالتزام بضمان أمن وسلامة المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، ولأن المعاملات التجارية بصفة عامة، سواء التقليدية منها أو الإلكترونية، تقوم على عنصر الثقة بين الأطراف، فإن خطر انتهاك المعطيات الشخصية للمستهلكين سواء من طرف الموردين أنفسهم او الغير من شأنه المساس بتلك الثقة، وهو ما يؤدي للإحجام على ولوج عالم التجارة الإلكترونية.

وعليه يهدف الالتزام بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك إلى ضمان تأمين أعلى درجة من ثقة في المعاملات التجارة الإلكترونية، فتبنى المورد الإلكتروني لسياسة خصوصية فعالة واحترامه لها يساهم في بناء ثقة المستهلك في التعامل معه[1].

ثانيا: ضوابط التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك

يتعين على المورد الإلكتروني الإعلان عن البنود العقدية المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية ضمن العرض التجاري الإلكتروني، والتقيد والتزام بضوابط معالجة المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

1/ إعلان المورد الإلكتروني عن البنود الخاصة بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك:

تنص المادة11 من قانون التجارة الإلكترونية، على وجوب أن يحتوي العرض الإلكتروني للمورد على بيان الشروط العامة للبيع لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، حيث يتعين أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد على عرض الإجراءات المتعلقة بكيفيات حماية المعطيات الشخصية التي ينتهجها ذلك المورد، من خلال تقديمه لمعلومات وافية حول أسلوب نقل المعطيات أو البيانات وكيفية استخدامها وآليات حمايتها، والخيارات المتاحة في سبيل الوصول لهذه المعطيات، وكذلك الالتزام بعدم كشفها للغير دون موافقة المعني.

كما يكرس نص المادة 32 الفقرة 01 من القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، حق كل شخص طبيعي (الشخص المعني)، بما فيه المستهلك الإلكتروني، في الإعلام ضمانا لمبدأ الشفافية في مرحلة تجميع المعطيات، رغم أنه لم يحدد بدقة الإجراءات الخاصة بضمان حماية تلك المعطيات.

[1] سهام قارون، المرجع السابق، ص1018.

أخيرا فإن التزام المورد الإلكتروني بالإعلان عن مختلف الجوانب المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك من خلال العرض الإلكتروني، يحقق فكرة الإعلام المسبق بمسألة مهمة من مسائل التعاقد، ويشكل أحد الضمانات القانونية التي تحمي حق المستهلك في الخصوصية المعلوماتية بالنسبة لسلامة معطيات الشخصية في إطار التجارة الإلكترونية[1].

2/ التقيد بضوابط معالجة المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:(آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات ذات الطابع الشخصي):

ألزم المشرع الجزائري بموجب المادة 26 من قانون رقم 18-05 المورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي للزبائن والزبائن المحتملين أن لا يجمع إلا البيانات الضرورية التي تقتضيها طبيعة المعاملة التجارية بعد أن يكون قد حصل موافقة مسبقة منهم، على أن يتولى هذا الأخير ضمان أمن وسرية هذه المعلومات وفقا لما نص عليه القانون، كما حدد أيضا المرسوم التنفيذي رقم 18-07 المبادئ الأساسية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي[2].

ولقيام المورد الإلكتروني بجمع المعطيات الشخصية المتعلقة بالمستهلكين وتخزينها، لابد من توافر شروط وهي:

أ- الاحتفاظ بالبيانات مدة محددة:

إن البيانات الشخصية بما فيها البيانات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية يجب حفظها لمدة محدودة ويترك تحديد المدة لظروف واعتبارات مختلفة ...إلخ، وقد نصت المادة 26 من قانون 18-05 السالف الذكر بأنه، " ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي وبشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية كما يجب عليه[3]:

أ-1/ جمع البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية:

تختلف وتتنوع المعلومات التي يمكن من خلالها التعرف على الشخص الذي أبرم المعاملة الإلكتروني، وإن كانت كلها تصنف بأنها ذات الطابع الشخصي إلا أنها لا تكون كلها بذات القيمة أو الأهمية، بناء على ذلك ألزم المشرع الجزائري المورد بأن يتقيد في طلب المعلومات التي يكون فعلا بحاجة لمعرفتها لإتمام المعاملة

[1] سهام قارون، المرجع نفسه، ص1018-1019.

[2] فيروز قالية، المرجع السابق، ص404.

[3] فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص: قانون أعمال، قسم الحقوق، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2019/2018، ص86.

الإلكترونية، فقد لا يكون المورد الإلكتروني بحاجة للتعرف على مكان إقامة المستهلك إذا كان التسليم يتم إلكترونيا، ولا يحتاج لمعرفة رقم بطاقة الدفع إذا كان سيتم وفقا للطرق التقليدية، فتحدد المعلومات بالنظر إلى ما تحتاج إليه المعاملة، على أن يكون تجميع البيانات الشخصية بأمانة ووفقا للأغراض المحددة والمشروعة ويجب أن تتلاءم مع الأهداف المتوخاة ولا تتجاوزها، والأمر ذاته إن كان سيتم معالجة هذه البيانات[1].

كما ألزمت المادة 26 فقرة 01 من قانون التجارة الإلكترونية، المورد الإلكتروني ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإتمام المعاملة التجارية، حيث يكتفي بجمع البيانات اللازمة لصحة التعاقد والكفيلة بالتعريف بالمستهلك الإلكتروني وتحديد هويته، وضمان تنفيذ العقد الإلكتروني.

ولعل ما يؤخذ منه هذا النص، هو عمومية عبارة " البيانات الضرورية "، والتي قد تختلف باختلاف موضوع العقد في حد ذاته والمركز الاقتصادي لأطرافه، فعند وقوع نزاع حول مدى اعتبار البيانات ضرورية أم لا تمنح للقاضي السلطة التقديرية، وغياب معيار قانوني للبيانات التي تعد ضرورية يجعل مهمة القاضي صعبة في هذا المجال[2].

أ-2/ الحصول على موافقة المستهلك الإلكتروني قبل جمع بياناته:

تخضع البيانات الشخصية للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية للقوانين التي تنظم معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي والمنظمة بموجب قانون رقم18-07، فمن حق المستهلك أن يعلم مسبقا على أي تعامل في بياناته الشخصية وإن رضي بذلك تم استعمالها وله أن يتراجع عن ذلك في أي وقت يشاء طبقا لنص المادة 07 من القانون السالف الذكر[3]، حين اشترط الحصول على موافقة الصريحة للشخص المعني قبل الشروع في معالجة معطياته الشخصية، مع مراعاة الاستثناءات الواردة على هذه الموافقة والمنصوص عليها في المادة 07 الفقرة 05 من القانون رقم 18-07.

بالإضافة لنص المادة 26 من القانون 18-05، التي تلزم بدورها المورد الإلكتروني بالحصول على الموافقة المسبقة للمستهلك قبل جمع بياناته الشخصية، غير أن الإشكال المطروح هنا، يتمثل في أن الواقع العلمي يثبت أن بعض المستهلكين لا يهتمون بقراءة البنود التعاقدية المتعلقة بسياسة الخصوصية التي ينتهجها المورد الإلكتروني قبل إبدا موافقتهم، وهو ما يثير التساؤل حول صحة إرادتهم[4].

[1] فيروز قالية، المرجع السابق، ص405.
[2] سهام قارون، المرجع السابق، ص1020.
[3] فيروز قالية، المرجع السابق، ص405.
[4] سهام قارون، المرجع السابق، ص1020-1021.

أ-3/ ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات:

بالنظر إلى التأثير الكبير لتكنولوجيا المعلومات التي أضحت تسيطر على كل مجالات الحياة يظهر في تعامل المستهلك مع الأشخاص المعنوية العامة أو الخاصة أو حتى مع الأشخاص الطبيعيين، مما يؤدي إلى تخزين كم هائل من المعلومات والمعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة بالمتعاملين عبر الشبكة، ما يجعلها عرضة للخطر إذا ما أفشيت أو أسيئ استخدامها أو تم توجيهها توجيها خاطئا، إذ يلتزم المورد الذي قام بجمع البيانات و المعطيات الشخصية للمستهلك بأن يجعلها غير متوفرة بطريقة تلقائية للغير سواء من الأفراد أو المنظمات، وأن لا يكون سهل الولوج إليها، فيكون نظام حفظها آمنا حتى لا يكون المستهلك ضحية أي تلاعب بها أو عرضة لانتحال شخصيته[1].

وبالرجوع لنص المادة 38 من القانون رقم18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، نجدها توجب على المسؤول عن المعالجة اتخاذ مختلف التدابير التقنية لحماية وتأمين المعطيات الشخصية من القرصنة والتلف وكل استخدام غير مشروع، أما المادة 26 من قانون رقم18-05 فقد ألزمت هي الأخرى المورد الإلكتروني بضرورة ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني[2].

أ-4/ الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال:

يتم تحديد كيفيات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقا لتشريع المعمول بهما.

ب- حظر التعامل في البيانات المتعلقة بالمستهلك إلا برضاه:

إن تخزين المعلومات الاسمية لا تعني أن هذه المعلومات قد انتقلت من الخصوصية إلى العلانية كما أن رضاء الشخص المستهلك بتجميع هذه البيانات وتخزينها لا يعني حرية تداول ونقل المعلومات إلى الكافة.

وليس هناك صعوبة في إلزام الجهة المشرفة على الحساب الآلي بالمحافظة على سرية المعلومات، متى كانت الجهة ملتزمة قانون بعدم إفشاء السر مثال ذلك ما تشرطه قوانين التجارة الإلكترونية، بالنسبة لمن رخص لهم في اعتماد شهادات على التوقيع الإلكترونية بالكشف عن هذه التوقيعات الإلكترونية أو الشفرة الخاصة بها[3].

[1] فيروز قالية، المرجع السابق، ص 1021.

[2] خولة حشمان و فاطمة الزهراء مزياني، المرجع السابق، ص75-76.

[3] فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، المرجع السابق، 86-87

ج- طرق تحريك البيانات الشخصية:

تنتقل بيانات الشخص المتعلقة بشخصه أو حياته الخاصة بوسائل الإلكترونية المختلفة حيث يقوم المستهلك عند التعاقد بإرسال بياناته الخاصة إلى المهني عبر هذه الوسائل.

ج-1/ عن طريق البريد الإلكتروني:

تقوم فكرة البريد الإلكتروني على تبادل الرسائل الإلكترونية والملفات والرسوم والصور والبرامج عن طريق إرسالها من المرسل إلى شخص أو أكثر وذلك باستعمال عنوان البريد الإلكتروني للمرسل إليه بدلا من عنوان البريد التقليدي.

يشبه صندوق البريد الإلكتروني صندوق العادي فلكل مشترك صندوق بريدي في عالم الإنترنت مع وجود فارق جوهري يتمثل في أن صندوق البريد الإلكتروني توجد الرسائل المرسل إليك وتلك التي سبق لك إرسالها والرسائل الملغاة[1].

ج-2/ عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات:

عرف قانون الاونسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية في المادة 02 في فقرتها 02 بتبادل البيانات الإلكترونية بأنه: " **نقل المعلومات الكترونيا من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات** ".

وتستخدم تقنية تبادل الإلكتروني EDI لغرض تبادل المعلومات والاستفسار عن وقت شحنها ووصولها، فيتم إرسال العمليات التجارية بعد إعدادها وفق معيار خاص صمم لهذه التقنية، ويتم اللجوء إلى هذا النظام لنمو السريع للمتعاملين في التجارة الإلكترونية[2].

الفرع الثالث: إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك

تتعدد صور إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك (أولا)، وهو ما يؤدي لترتيب جزاءات قانونية عن ذلك الإخلال (ثانيا)[3].

أولا: صور إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك:

في هذا العنصر نحاول التركيز على أهم صور الاعتداء على البيانات الشخصية فيما يلي:

[1] فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، المرجع السابق، ص86-87.

[2] فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، المرجع نفسه، ص87.

[3] سهام قارون، المرجع السابق، ص1021.

أ- جمع البيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني دون موافقة:

ويتحقق هذا النوع من الاعتداء عن طريق مراقبة وقراءة الرسائل المتبادلة بينه وبين المتدخل عن طريق البريد الإلكتروني أو الأجهزة الشخصية وهذا دون موافقة[1].

يعرف الجمع بأنه: عملية الإلمام المسبق بالمعطيات وتنظيمها من أجل استعمالها فيها بعد، حيث تنص المادة 59 من الأمر رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، على أنه: " **يعاقب ...، كل من قام بجمع معطيات ذات طابع شخصي بطريقة تدليسية أو غير نزيهة أو غير مشروعة** ". ويشترط في فعل الجمع غير المشروع للمعطيات، أن تستعمل في ذلك طرق تدليسية أو غير نزيهة أو غير مشروعة.

إن عملية جمع البيانات ذات طابع الشخصي يحكمها مبدأ الالتزام بالمشروعية فوفق هذا المبدأ يتعين أن لا يتم جمع البيانات دون رضا الشخص المعني أي المستهلك الإلكتروني، وكذلك أن لا تتم المطالبة بغير البيانات اللازمة لإبرام المعاملة التجارية، وفي حال قيام المورد الإلكتروني بعملية جمع المعطيات الشخصية لزبائنه فيجب عليه أن يتوخى حسن النية في ذلك، من خلال تحديده لأغراض استخدام تلك البيانات، والغاية من تجميعها، كما يمنع إطلاقا إعادة استخدامها في عمليات أخرى أو أغراض غير تلك التي جمعت من أجلها، وكل ذلك منوط بموافقة المستهلك الإلكتروني[2].

ب- الإطلاع غير المشرع على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

في هذا الحالة يتم الإطلاع غير المشروع على البيانات الشخصية للمستهلك في عقود التجارة الإلكتروني، إما عن طريق اختراق المواقع الإلكتروني أو عبر اختراق شبكات الاتصالات للوصول إلى قواعد تلك البيانات.

ج- الإفشاء غير المشروع للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

وتتخذ هذه الصور إحدى الفعليين التاليين، حيث يتمثل الفعل الأول في حيازة الجاني للبيانات الشخصية سواء بطريقة شرعية أو غير شرعية وأن فعل الإفشاء الغير المشروع للبيانات الشخصية للمستهلك تسبب له أضرار مادية ومعنوية خاصة إذا لم يكن يعلم أنه تم إفشاء أسراره وعلم بها الغير[3].

[1] فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، المرجع السابق، ص88.

[2] سهام قارون، المرجع السابق، ص1024-1025.

[3] فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، المرجع السابق، ص88.

د-استغلال المعطيات الشخصية في الإعلان الإلكتروني غير المرغوب فيه:

من أهم الأشكال التي يتخذها الإعلان الإلكتروني غير المرغوب فيه، إرسال الاستبيان المباشر قبل موافقة المستهلك الإلكتروني، وكذلك توجيه الرسائل الإشهارية مع عدم تمكين المستهلك من الاعتراض عليها.

هـ- إرسال رسائل الاستبيان المباشر قبل موافقة المستهلك الإلكتروني:

كثيرا ما يسيء المورد الإلكتروني استغلال البيانات الشخصية للمستهلك، بأن يستعملها في غير الغرض المخصص لها، وهو ما يشكل انتهاكا للخصوصية، ولعل من أبرز مظاهر ذلك هو استخدام تلك المعطيات لأغراض تجارية دعائية دون الحصول على القبول المسبق من المستهلك الإلكتروني، حيث نجد أن المادة 31 من قانون التجارة الإلكترونية تلزم المورد الإلكتروني بأخذ الموافقة المسبقة للمستهلك قبل استعمال بياناته في إرسال رسائل الاستبيان المباشر إليه.

إن عدم الحصول على الموافقة المسبقة يشكل مخالفة لنظام (Opt-in) أو ما يسمى بنظام الرضاء الصريح المسبق من طرف المرسل إليه، والذي يحظر إرسال الرسائل الإلكترونية غير المرغوب فيها إلى المرسل إليه إلا بعد إعلامه وأخذ موافقته المسبقة على استقبال تلك الرسائل[1].

و- إرسال الإشهارات الإلكترونية للمستهلك دون تمكينه من حق الاعتراض:

بعد حصول المورد الإلكتروني على عنوان البريد الإلكتروني للمستهلك، فإنه يتعمد إغراقه بالرسائل الإشهارية المكثفة الخاصة بالسلع والخدمات، وقد يقوم ببيع ذلك العنوان إلى أحد الشركات التجارية لاستخدامه في الإشهار التجاري غير المرغوب فيه.

وفي الإطار، تلزم الفقرة الأولى من المادة 32 من قانون التجارة الإلكترونية، المورد الإلكتروني، بأن يتضمن الحماية التقنية لبريد المستهلك من الإشهار الإلكتروني، حيث يتعين عليه أن يوفر منظومة إلكترونية يسمح من خلال لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مصاريف أو مبررات.

ولعل أبرز نظام معتمد هنا هو نظام قائمة الرفض أو الاعتراض (Opt-Out)، حيث يعتبر سكوت المستهلك عن تلقي تلك الرسائل الإعلانية قبولا لها، في حين يستطيع أن يبدي رفضه من خلال الضغط على الأيقونة " غير موافق "أو تسجيل بريده ضمن قائمة خاصة برفض استقبال تلك الإعلانات، كما نصت الفقرة الثانية من ذات المادة على الإجراءات الواجب اتخاذها بعد تسجيل الاعتراض، وهي تسليم المورد

[1] سهام قارون، المرجع السابق، ص1022.

لوصل استلام عن طريق الاتصال الإلكتروني، يؤكد من خلاله للمستهلك تسجيل طلبه، واتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة، بحيث تحتسب هذه المدة من وقت تسجيل الاعتراض، في حين نصت المادة 36 من قانون 18-07 على أحقية المستهلك للاعتراض ولكنها لم تحدد مدة ممارسته لحقه وبالتالي يمكن القول أنه يتحدد منذ بدء معالجة المعطيات[1].

ز-خرق أمن نظم المعلومات وسرية البيانات الشخصية للمستهلك:

بما أن البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني يتم تداولها من خلال المواقع التجارية الإلكترونية، فإنها لا تتمتع بسرية وأمان مطلق، وتتعرض للانتهاك خاصة من خلال عمليات القرصنة، حيث أصبح من السهل مراقبة واعتراض وتفريغ الرسائل المتبادلة عن طريق البريد الإلكتروني، والتوصل بطريق غير مشروع إلى ملفات بيانات تخص المستهلكين، وباتت تجارة جمع المعطيات الشخصية شيئا مألوفا وفق تقنيات رسائل الكوكيز.

ولذلك يتعين على المورد الإلكتروني تأمين موقعه التجاري بتسخير وسائل الحماية الفعالة مثل التشفير الإلكتروني، وبرامج جدران الحماية النارية، وأندية التبادل الإلكتروني للبيانات، بمعنى أنه ملزم باتخاذ مختلف التدابير التقنية من أجل تأمين المراسلات الإلكترونية المتبادلة التي تحتوي على البيانات الشخصية للمستهلك.

وعليه فإن عدم اتخاذ هذه الإجراءات التدابير الاحتياطية من طرف المورد الإلكتروني، وفق ما تفرضه الأصول العلمية للحماية، ضد أي فعل من شأنه تشويه أو إتلاف البيانات أو إطلاع الغير عليها دون إذن، يشكل إخلالا بمفهوم المادة 26 من قانون التجارة الإلكترونية.

إن الطابع الشخصي لبيانات المستهلك يقضي كذلك بضرورة احترام سريتها، فقيام المورد بإفشائها للغير يعد انتهاكا للخصوصية، نظرا لما تحتويه من أسرار ومعلومات شخصية عن المستهلك، وهو ما قد يؤدي إلى استخدامها في غير الأعراض المخصصة لها مثل التصنيف الجنائي أو السياسي للأفراد، أو استغلالها لأهداف تجارية مثل الاتصال بالمستهلك المشترك بخدمة الأنترنيت (الإنترنت) والبريد الإلكتروني بهدف التسويق، وقد تصل إلى أرقام بطاقات الائتمان والتي تعتبر من أكثر البيانات الشخصية عرضة للاعتداء، سواء بالحصول عليها عن طريق الاحتيال أو بسرقة هذه البطاقات من خلال الفجوات غير الآمنة في قنوات الأنترنيت (الإنترنت) ، فتلحق بالمستهلك أضرارا مادية ومعنوية كبيرة نتيجة ذلك[2].

[1] سهام قارون، المرجع السابق، ص1022-1023.

[2] سهام قارون، المرجع السابق، ص1023-1024.

ثانيا: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك

في إطار ضمان تنفيذ المورد الإلكتروني لالتزامه بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، رتب قانون التجارة الإلكتروني بعض الجزاءات على خرق أحكام هذا الالتزام، والمتمثلة في عقوبة الغرامات المالية، إضافة للجزاءات المنصوص عليها في القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي.[1]

1/ الجزاءات المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية 18-05:

تنص المادة 39 من قانون 18-05 على أنه: " **يعاقب بغرامة من 50.000دج إلى 500.000دج، كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون ...**".

حيث تتعلق المادة 11 من قانون 18-05 السالف الذكر بالغرض التجاري الإلكتروني، والذي يتضمن من بين عناصره الالتزام بيان البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، وعليه فإن إخلال المورد بهذا الالتزام يكون إما بعدم الإعلان إطلاقا على الآليات التقنية التي يعتمدها في حماية المعطيات الشخصية للمستهلك، أو عدم صحة ما تضمنه العرض الإلكتروني بهذا الصدد، وهو ما يعرضه للغرامة المالية التي تتراوح قيمتها بين 50.000دج و 500.000دج.

ودون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، تنص المادة 40 من قانون 18-05 على معاقبة المورد الإلكتروني بغرامة مالية 50.000دج إلى 500.000دج، عند مخالفته أحكام المواد 31 و32 من هذا القانون، والمتعلقة باستغلال المعطيات الشخصية للمستهلك قبل أن ترسل إلى بريده الإلكتروني رسائل الاستبيان المباشر، وكذلك عدم تمكينه من الاعتراض على الرسائل الإشهارية الموجهة إليه، وفي حالة العود تضاعف الغرامة حسب المادة 48 من قانون 18-05، ولما كانت جرائم الإشهار التجاري غير المرغوب فيه من الجرائم الاقتصادية التي ترتكب بدافع الطمع والربح غير المشروع، فتعتبر العقوبات المالية من أهم العقوبات التي كرسها قانون التجارة الإلكترونية في مجال حماية المستهلك لاسيما وأنها تمس المورد الإلكتروني في ذمته المالية وهو ما من شأنه أن يشكل رادعا له[2].

[1] القانون رقم 18-07 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر. الصادرة في 10 يونيو 2018، العدد 34.

[2] سهام قارون، المرجع السابق، ص1025-1026.

كما تجدر الإشارة، إلى أن الإدارة المكلفة بحماية المستهلك مؤهلة للقيام بإجراءات غرامة الصلح عند المخالفة أحكام قانون التجارة الإلكترونية، وعليه يمكنهم اقتراح الغرامة عند إخلال المورد الإلكتروني بالتزامه بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، ولكن لا تطبق هذه الغرامة في حالة العود حسب المادة 45 من قانون التجارة الإلكترونية[1].

2/ الجزاءات المنصوص عليها في القانون رقم 18-07:

لقد نص القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، على عدة جزاءات قانونية عند انتهاك المعطيات الشخصية للشخص المعني، حيث خول في المادة 46 منه للسلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، اتخاذ إجراءات إدارية ضد المسؤول عن المعالجة عند خرقه أحكام هذا القانون والمتمثلة في الإنذار، الأعذار، السحب المؤقت للرخصة أو السحب النهائي والغرامة.

كذلك كرس القانون رقم 18-07 العديد من الجزاءات الجنائية، حيث نصت المادة 54 منه على عقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 200.000دج إلى 500.000دج عند الإخلال بمشروعية المعالجة، ونفس العقوبة نصت عليها المادة 57 منه عند مخالفة استغلال المعالجة لغير الأغراض المخصصة لها فالعقوبة حسب المادة 58 منه هي الحبس من ستة أشهر إلى سنة وغرامة من 60.000دج إلى 100.000دج، أو بإحدى العقوبتين فقط، وبالنسبة لجريمة الجمع التدليسي لهذه المعطيات فقررت المادة 59 من هذا القانون عقوبة الحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وغرامة من 100.000دج إلى 300.000دج.

كما أن التسبب في الاستعمال التعسفي أو التدليسي للمعطيات المعالجة أو تسهيله، ولو بإهمال، يعاقب عليه حسب المادة 69 من القانون 18-07 بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة من 100.000دج إلى 500.000دج، أما عند محاولة ارتكاب إحدى الجنح، المذكورة أعلاه، فلقد قررت المادة 73 من نفس القانون نفس عقوبات الجريمة التامة، وتضاعف كل العقوبات في حالة العود حسب المادة 74 منه[2].

[1] سهام قارون، المرجع نفسه، ص1026.

[2] سهام قارون، المرجع السابق، ص1027.

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من جرائم المعاملات الإلكترونية

أوجب المشرع الجزائري على المورد الالكتروني وهو بصدد إيصال منتوجه للمستهلك الالكتروني احترام مجموعة من الضوابط تضمن عدم المساس بحقوق المستهلك الالكتروني، خاصة وأن مجال عرض المنتوجات هو العالم الافتراضي، مما يصعب على المستهلك أن يضمن لنفسه حماية من جشع الموردين الالكترونيين.

فمخالفة الالتزامات التي وضعها المشرع الجزائري يوقع المورد الالكتروني بمجموعة من الجرائم[1]، وسنتناول منها في هذا المبحث ما يرتكب خلال مراحل تكوين العقد الالكتروني، من خلال التطرق للجرائم المتعلقة بالإشهار الالكتروني والجرائم المتعلقة بمتطلبات المعاملات التجارية عن طريق الاتصال الالكتروني والعقوبات المقررة لها (المطلب الأول)، ثم حماية المستهلك من مخاطر الدفع الالكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تجريم المخالفات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية

المستهلك الالكتروني معرض لكل أنواع الخطر نظرا للاعتبارات الخاصة بالبيئة الالكترونية التي يمارس فيها تعاملاته ونشاطاته، وهو ما أدى إلى المساس بالحرية الشخصية والمالية للمستهلك من خلال الممارسات الغير المشروعة التي تضر به وهو ما دفع المشرع لتجريم بعض الأفعال، وعليه سوف نقسم المطلب إلى فرعين: الأول بعنوان صور المخالفات المتعلقة بالمعاملات الالكترونية أما الثاني فسوف نتناول فيه العقوبات المقررة للمخالفات المرتكبة.

الفرع الأول: صور المخالفات المتعلقة بالمعاملات التجارية

سنتعرض لمخالفة ضوابط الإشهار الالكتروني ثم الجرائم المتعلقة بمتطلبات المعاملات التجارية الالكترونية.

أولا: مخالفة ضوابط الإشهار الإلكتروني

جاءت المادة 30 من قانون 18-05 السالف الذكر، بتحديد بعض الضوابط التي يجب أن تتوفر في الإشهار الإلكتروني حتى يحقق الغاية المرجوة منه، بنصها كما يلي: " ... **يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:**

- **أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية؛**

[1] هناك بعض الجرائم تتعلق بالنظام العام حيث لا يكون الضحية الأولى في هذه الجرائم المستهلك الالكتروني، كمخالفة ممارسة التجارة الالكترونية دون التسجيل في السجل الالكتروني المنصوص عليها في المادة 42 من قانون 18-05 السالف الذكر، وكذا المتاجرة بالمحظورات التي نصت عليها المادة 37 و38 من نفس القانون.

– أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه؛

– ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام؛

– أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.

– التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليسا مضللة ولا غامضة. "[1].

فيجب أن يكون محل الإعلان التجاري مشروعا، وغير مخالف للنظام والآداب العامة، كما يجب أن لا يكون كاذبا أو خادعا أو مضللا، أو من شأنه إيقاع المستهلك في الخطأ، وأن يتضمن البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، وأن يأتي خاليا من العبارات تعمل على تكوين الفكر الخاطئ لدى المستهلك، ومثالها التي تمتدح التدخين، وكذلك العبارات التي توحي بالتفرقة العنصرية أو العرقية أو الدينية.[2]

باستقراء المادة السابقة نجد أن المشرع يشترط في الإشهار أن يكون محدد كرسالة تجارية أو إشهارية[3]، أي أن يكون الغرض من هذه الرسالة هو الترويج التجاري للمنتوج المراد عرضه للمستهلك، وأوجب كذلك تحديد الفئة المعينة بهذا الغرض التجاري، كما يجب تحديد مميزات هذا العرض إذا كان يحتوي على تخفيضات أو مكافآت أو هدايا، مثل ما هو معمول به في خدمات شبكات المحمول والتنافس الموجود بينها، بالإضافة إلى أن لا يكون مخالفا للآداب العامة والنظام العام.

كما ألزم المشرع المورد في الفقرة الأخيرة على " **التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها الاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة** "، فهذا الالتزام يهدف أساسا لحماية رضا المستهلك الالكتروني، نظرا لوجود المستهلك في مكان بعيد عن مكان المورد، علاوة على عدم الوجود المادي

[1] قد تتداخل بعض المفاهيم فيما بينها، حيث يذهب جانب من الفقه إلى اعتبار الإعلان المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، ويذهب جانب آخر إلى القول بأن الإعلان الخادع هو كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى تضليل المخاطبين له، أنظر: مُحَمَّد مهدي الصغير قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة) دار الجامعة الجديدة مصر 2015، ص179. أما الإعلان الغامض فهو كل إعلان يتم عرضه بطريقة تلقي في نفس المستهلك شك حول ما إذا كان هذا المنتوج له نفس خصائص المنتوج المراد اقتناؤه. أنظر: عبد الله ذيب عبد الله محمود.

[2] زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من الغبر والغبن في العقود الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص144.

[3] عبد الفضيل مُحَمَّد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، مصر 1991، ص19-22.

الواقعي للسلع والخدمات أمام أعين المستهلكين الأمر الذي يؤثر على قدراتهم في الحكم بدقة على المبيع وأوصافه خاصة في ظل تطور الإعلانات والتي قد تكون خادعة أو مضللة في أحيان كثيرة[1].

من الناحية العملية يقوم المورد الإلكتروني بالإشهار لمنتوجاته عن طريق الإعلانات المختصرة التي تأخذ مساحة صغيرة من صفحة الويب، حين يكون الإعلان المختصر مربوطا مع الموقع المعلن عن النقر على الإعلان، يتم التحويل المستخدمين إلى موقع المعلن[2].

تشير إلى أن الإشهار الالكتروني يثير إشكال على مستوى الفقه حول مسألة اعتباره إيجابا من عدمه[3]، حيث أن الإشهار الالكتروني لا يعدو أن يكون عرضا تجاريا الكترونيا وهذا حسب ما جاءت به أحكام القانون 18-05 كون أن هذه الأخيرة حدد الالتزامات الواجب احترامها في كل منهما، لكن لو يحتوي الإشهار الالكتروني على جميع الضوابط لعرض تجاري الكتروني هنا يلزم المورد الالكتروني بإتمام العقد إذا أبدى المستهلك قبوله باعتباره أن هذا الإشهار يعد إيجابا.

1/ المخالفات المتعلقة بمواقع الإشهار الإلكتروني:

يعتبر الإشهار الإلكتروني كالعصا السحرية بيد المورد الالكتروني لترويج لمنتجاته ولاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين الالكترونيين، كما يعد مرآة المستهلك لتحديدها إذا كانت هذه المنتجات تتوافق مع رغباته الاستهلاكية أولا.

لكن قد يتعسف المورد الالكتروني في استعمال الإشهار الإلكتروني، كأن يقوم بإرسال الاستبيانات المباشرة دون رضا المستهلك، أو عدم وضع منظومة إلكترونية تسمح لشخص المرسل إليه الإشهار بالتعبير عن رغبته بعدم تلقي أي إشهار عن طريق الاتصالات الإلكترونية، أو يصل بالمورد إلا مخالفة المنع من ممارسة أنشطة معينة من خلال الإشهار أو الترويج لها وسنتطرق لهذه النقاط كالآتي:

---

[1] فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك (دراسة في أحكام القانون اللبناني مع الإشارة إلى حماية المستهلك المتعاقد عن بعد إلكترونيا)، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان 2012، ص134.

[2] محمود نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الالكترونية، الشركة العربية للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2009، ص230.

[3] بن عومر محمد الصالح، التراضي الإلكتروني هو بين المنتج والمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق للعلوم الاجتماعية والإنسانية، أدرار – الجزائر، مجلد 18، عدد 01 مارس 2019، ص364- ص368.

أ/ منع الاستبيان المباشر:

نصت المادة 31 من قانون 18-05 السالف **الذكر " يمنع الاستبيان المباشر اعتمادا على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الالكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي**[1]**، بأي شكل من أشكال، لم يبد موافقته المسبقة لتلقي الاستبيانات المباشرة عن طريق الاتصالات الالكترونية. ".**

حين يقوم المورد الالكتروني باستخدام الاستبيانات الالكترونية لتجميع المعلومات بشكل مباشر من الزبائن، كون أن الاستبيانات تمتاز بسهولة تعبئتها، فما على المستهلك سوى النقل فوق صناديق الخيارات، أو الاختيار من القوائم مما يجعل هذه العملية مسلية ولا تبعث على الضجر كما هو الحال في الاستبيانات الورقية[2].

ويرجع هذا المنع لكثرة الرسائل التي تصل المستهلك الالكتروني، والتي تصل لدرجة أن تكون طفيليات الكترونية، فإخلال بهذا المنع يعرض المورد الالكتروني المساءلة الجزائية.

ب/ عدم وضع منظومة إلكترونية لتجنب الإشهارات الالكترونية:

يعتبر التزام على عاتق المورد الالكتروني أن يضع منظومة إلكترونية تسمح للمتلقي إشهاراته الإلكترونية بإبداء رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه، ومخالفة هذا الالتزام يوقع المورد أمام المساءلة الجزائية، هذا حسب المادة 40 من قانون 18-05 السالف الذكر.

كما يوجب القانون على المورد الالكتروني بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الالكترونية يؤكد من خلاله الشخص المعني تسجيل رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه، مع وجوب اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في غضون 24 ساعة، وهذا كله دون مصارف أو مبررات[3].

ج/ الترويج لمنتجات ممنوعة من التسويق:

المشرع الجزائري لم يطلق العنان لتجارة في جميع المنتجات، حيث حدد بعض المنتجات الممنوع التعامل فيها عن طريق الاتصالات الالكترونية، وهذا ما حددته المادة 2/3 و05 من القانون 18-05، وفي بحكم أن هذه المنتجات يمنع المتاجرة فيها، فالنتيجة يكون ممنوع الإشهار بها والترويج لها، وهذا ما أفرته المادة 34 من

[1] هنا استبعد المشرع الحماية الجزائية للمستهلك الشخص المعنوي، فمن المفروض أن يفضي على المستهلك الشخص المعنوي نفس الحماية التي يتمتع بها الشخص الطبيعي.

[2] محمود نور برهان، عز الدين خطاب، المرجع السابق، ص135.

[3] أنظر المادة 32 من قانون 18-05 السالف الذكر.

قانون 18-05 بنصها: " **يمنع نشر أي إشهار عن طريق الاتصالات الالكترونية لكل منتوج**[1] **أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الالكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما** ".

ثانيا: مخالفة أحكام العرض الالكتروني

يجب على المورد الالكتروني وهو بصدد عرضه لمنتجاته احترام مجموعة من الضوابط جاءت بها المادة 11، بنصها " **يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:**

- **رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والالكترونية، ورقم هاتف المورد الالكتروني؛**
- **رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية الحرفي؛**
- **طبيعة وخصائص وأسعار السلع والخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.**
- **حالة توفر السلعة أو الخدمة؛**
- **كيفيات ومصاريف وأجال التسليم؛**
- **الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي؛**
- **شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع؛**
- **طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبق، كيفيات وإجراءات الدفع؛**
- **شروط فسخ العقد عند الاقتضاء، وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية؛**
- **مدة صلاحية العرض، عند الاقتضاء، شروط وآجال العدول، عند الاقتضاء؛**
- **طريقة تأكيد الطلبية؛**
- **موعد التسليم وسعر المنتوج الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء؛**
- **طريقة إرجاع المنتوج أو استبداله أو تعويضه؛**
- **تكلفة استخدام وسائل الاتصال الالكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.**

[1] يرمز مصطلح المنتوج في صلب المادة إلى السلعة، والملاحظ في بعض نصوص هذا القانون أن المشرع يستعمل مصطلح المنتوج مكان السلعة.

باستقراء المادة أعلاه تجد أن هذه الضوابط عبارة عن صور الالتزام بالإعلام، أي أن العرض الالكتروني يخضع لأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في مجال إعلام المستهلك، والتي تضم أحكامها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

حيث بدأ المشرع بوجوب أن يكون العرض الالكتروني مرئيا، فلا يتصور أن يكون عبارة عن تسجيل صوتي فقط أو محادثة، كما يجب أن تكون المعلومات المتعلقة بها مقروءة ومفهومة[1]، فهذا الشطر الأول من الالتزام المتعلق بالعرض الالكتروني.

أما الشطر الثاني فيتمثل في تضمين العرض مجموعة من البيانات تعد الحد الأدنى من المعلومات التي يجب أن يعلم بها المستهلك الالكتروني، فهي كفيلة بتنوير إرادة المستهلك عند التعاقد، بمعنى أن يتضمن الشروط الأساسية للعقد بحيث يكون إيجابا صحيحا وصالحا لأن يقترن به قبول مطابق ينعقد به العقد[2].

ثالثا: مخالفة الأحكام المتعلقة بطلبية المنتوج

أغلب العقود الالكترونية تأخذ شكل عقود اذعان بحيث لا يكون للمستهلك سوى حرية القبول بالتعاقد من عدمه، هذا التعاقد الذي يبدأ بإشهار المورد لمنتجاته، ويمر بتحديد المستهلك لطلبية في حال قبوله للعرض الالكتروني وينتهي بالتأكيد على الطلبية، وبذلك تنتهي مراحل تكوين العقد.

سنتحدث في هذه الجزئية عن مخالفة أحكام طلبية المنتوج، هذه الأخيرة التي جاء تنظيمها بموجب المادة 12 من قانون 18-05 السالف الذكر، بنصها: " **تمر طلبية المنتوج أو الخدمات عبر ثلاث مراحل إلزامية:**

– وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الالكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة؛

– التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الالكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الاجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة؛

– تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الالكتروني معبر عنه بصراحة.

[1] هنا المشرع لم يحدد اللغة التي يجب على المورد الالكتروني استعمالها في إعلام المستهلك بخصائص النتوج على خلاف المرسوم التنفيذي 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك الذي يوجب في نص المادة 07 منه بوجوب استعمال اللغة العربية في إعلام المستهلك مع إمكانية استعمال لغة أو عدة لغات أخرى.

[2] زياد إبراهيم النجار، المرجع السابق، ص144.

يجب أن لا نتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الالكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره.[1]

رابعا: مخالفة التزام حفظ سجلات المعاملات الالكترونية

الالتزام يحفظ سجلات المعاملات الالكترونية وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري واجب على كل مورد، وأساس هذا الالتزام نص المادة 25[2] التي تحيل تطبيق أحكام إلى المرسوم التنفيذي رقم 19-89[3] المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

الإخلال بهذا الالتزام يمس بحقوق المستهلك بطريقة غير مباشرة، حيث يؤدي عدم حفظ هذه المعاملات إلى التغليط بالمركز المالي الحقيقي للمورد الالكتروني، كما يعتبر إرسال هذه المعاملات إلى المركز الوطني للسجل التجاري أكبر ضمان للمستهلك من ناحية الإثبات لمعاملاته مع المورد الإلكتروني مستقبلا خاصة في المعاملات العابرة للحدود.

خامسا: المخالفة المتعلقة بعدم الفوترة

تلعب الفاتورة دورا كبيرا تلعب الفاتورة دورا كبيرا حيث لا تقل أهميته عن أنها وسيلة لإعلام المستهلك[4]، حيث نظم المشرع أحكامها بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بقواعد المطبقة على الممارسات التجارية[5]، باعتبارها أحد ضمانات شفافية المعاملات التجارية[6]، وبعد إعدادها التزام على عاتق العون الاقتصادي، هذا

[1] علاء الدين بريوة و عبد الرزاق بوضياف، الجرائم الواقعة على المستهلك الالكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12 العدد 02 (العدد التسلسلي 24) أكتوبر 2020، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص302.

[2] المادة 25 من قانون 18-05 السالف الذكر: " يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري ".

[3] المرسوم التنفيذي رقم 19-89 مؤرخ في 05 مارس 2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ج ر، عدد 17، صادر في 17 مارس 2019.

[4] زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل الماجستير في القانون – فرع المسؤولية المهنية –، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014/04/14، ص66 ص68.

[5] قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23، جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، صادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم.

[6] نظم المشرع أحكام الفوترة في الفصل الثاني من الباب الثاني المعني بشفافية الممارسات التجارية، وخصص لها المواد من 10 -13 من نفس القانون.

الالتزام انتقل إلى عالم افتراضي بإقرار القانون 18-05 وجوب إعداد الفاتورة من قبل المورد الالكتروني وتسليمها للمستهلك الالكتروني عند كل بيع لسلعة أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية[1].

تعد الفاتورة الالكترونية نتاج العقد الالكتروني المبرم بين طرفي المعاملة الالكترونية وهي نفس الفاتورة التقليدية لكن الاختلاف يكمن في السند المادي، ففي الأول تكون في شكل ورقي ملموس أما الفاتورة الالكترونية فتكون عبارة عن وثيقة إلكترونية، وهذا ما أكدت عليه المادة 3/20 من القانون 18-05 السالف الذكر بنصها على إمكانية أن يطلب المستهلك الالكتروني الفاتورة في شكلها الورقي.

طبقا للمادة 33 من قانون 04-02 يعد العون الاقتصادي متلبسا بارتكاب مخالفة موصوفة بعدم الفوترة طبقا للمادة 10 من نفس القانون، في حالة عدم تقديم الفاتورة، أو تحريرها دون ذكر البيانات الإلزامية، أو استعمال وصل تسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المذكورة دون ترخيص من طرف الإدارة المكلفة بالتجارية، حسب المادة 2/11 والمادة 1/14 من المرسوم التنفيذي رقم 05- 468.[2]

سادسا: المخالفة المتعلقة بعدم مطابقة الفاتورة

أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة للتعامل بالفاتورة بدءا من تحديد شروطها إلى غاية فرض عقوبات صارمة على الأعوان الاقتصاديين في حالة عدم الالتزام بها، بل اعتبر عدم مطابقة الفاتورة وفقا للشروط القانونية مخالفة يستحق صاحبها العقاب، حيث نصت المادة 34 من قانون رقم 04-02 يعد العون الاقتصادي مرتكب مخالفة موصوفة بتحرير فواتير غير مطابقة لشروط تنظيم عندما يقوم بإصدار فواتير دون ذكر البيانات الإجبارية التالية:

رقم السجل التجاري للبائع والمشتري، طريقة الدفع، وتاريخ تسديد الفاتورة، رأس مال الشركة، ... الخ، بشرط أن لا تمس عدم المطابقة البيانات الإلزامية المحددين بموجب المادة 3 و4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، ففي حالة عدم ذكرها تعتبر عدم فوترة المعاقب عليها بموجب المادة 33 من قانون 04-02.

[1] أنظر المادة 20 من قانون 18-05 السالف الذكر.

[2] المرسوم التنفيذي 05-468، المؤرخ في 8ذي القعدة 1426 الموافق ل 10 ديسمبر سنة 2005 ، يحدد شروط تحرير فاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك .

سابعا: مخالفة عدم التسجيل في السجل التجاري

بالعودة إلى الأحكام الواردة في القانون التجاري والخاصة بهذا الشأن فإن المشرع الجزائري اعتبر كل شخص طبيعي أو معنوي غير مسجل في السجل التجاري يمارس بصفة عادية نشاطا تجاريا، يكون مرتكب لمخالفة يعاقب عليها طبقا للأحكام القانونية السارية في هذا المجال[1].

ولذلك فإن التسجيل في السجل التجاري هو الذي يمنح الحق في الممارسة الحرة للنشاط التجاري، باستثناء النشاطات والمهن المقننة والتي تخضع ممارستها إلى الحصول على ترخيص أو اعتماد[2]، ومن هذا المنطلق فإن ممارسة نشاط تجاري من دون التسجيل في السجل التجاري يعد جريمة يعاقب عليها القانون.

الفرع الثاني: العقوبات المقررة للمخالفات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية

نص المشرع الجزائري على جملة من الجرائم والعقوبات التي يمكن توقيعها على المورد الالكتروني في حالة قيام مسؤوليته الجزائية نتيجة مخالفته للالتزامات الواردة في قانون 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية في الفصل الثاني الذي حصصه المشرع للجرائم والعقوبات المترتبة على مخالفة الأحكام المنصوص عليها في ذات القانون.

أولا: العقوبة الأصلية

تعد العقوبة الأصلية تلك التي يجوز الحكم بها دون أن تقترن بها أية عقوبة أخرى وتتمثل إما في الحبس أو الغرامة، وبالرجوع إلى نصوص مواد 37 إلى غاية 44 قانون 18- 05 والمواد 31- 38 من قانون الممارسات التجارية، نجد أن العقوبة الأصلية والردعية الوحيدة التي يتم فرضها من طرف المشرع على المورد الالكتروني، تتمثل أساسا في الغرامة المالية كعقوبة أصلية دون الحبس، وذلك بخلاف العقوبات الأصلية المقررة في قانون العقوبات، وما يستشف من خلال نصوص القانون 18- 05 من خلال المواد 37 إلى 44 منه إذا اعتمد على تحديد حد أدنى وحد أقصى للعقوبة بحسب نوع المخالفة أو الفعل المجرم المرتكب، لذا يمكن تصنيفها بحسب المخالفات المرتكبة إلى العقوبات التالية:

[1] أنظر المادة 28، من الأمر رقم 75- 59.

[2] أنظر المادة 4، ف2، من القانون 08/04.

1/ العقوبة الناتجة عن بيع المنتجات المحظورة:

تنص المواد 03/02 و 05 من القانون 18- 05 على المنتوجات المحظورة التي يمنع أن تكون محل المعاملات التجارية الالكترونية وإذا أقدم المورد الالكتروني على مخالفة هذا الحظر فقد نصت المادة 37 من نفس القانون على عقوبة أصلية تتمثل في غرامة 200.000 دج إلى 1.000.000 دج لكل من يبيع أو يعرض للبيع عن طريق الاتصال الالكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03، وقد رفع المشرع في المادة 38 من القانون 18- 05 من قيمة الغرامة في حالة مخالفة أحكام المادة 05 من نفس القانون وذلك ببيع العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به وكذا كل المنتجات الأخرى التي من شأنها المساس مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي وذلك بغرامة قيمتها 500.000 دج إلى 2 ملايين دينار جزائري كعقوبة أصلية.

2/ عقوبة مخالفة القواعد المتعلقة بالعرض التجاري الالكتروني:

نصت المواد 11 و12 من القانون 18- 05 على وجود احترام مراحل طلبية المنتوج وأن تكون مسبوقة بعرض تجاري كما حددت الحد الأدنى من المعلومات التي يجب أن يحتويه هذا العرض، ورتب المشرع الجزائري على مخالفة هذه المواد عقوبة مالية تتمثل في غرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج في المادة 39 منه.

3/ العقوبة الناتجة عن مخالفة الأحكام المتعلقة بالإشهار الإلكتروني:

حيث وأنه بموجب المواد 30، 31، 32، 33، 34 من القانون 18- 05 التي نصت على شروط ومقتضيات الإشهار أو الترويج للمنتوج الإلكتروني وكل مخالفة لأحكام هاته المواد السالفة الذكر يعاقب مرتكبها بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج طبقا لنص المادة 40 منه.

4/ العقوبة الناتجة عن عدم حفظ سجلات المعاملات:

ألزمت المادة 25 من القانون 18- 05 المورد الالكتروني بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة بتواريخها وإرساله إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري وإذا أخل المورد الإلكتروني بالالتزام السالف الذكر يعاقب طبقا لنص المادة 41 من نفس القانون بغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج.

5/ العقوبة الناتجة عن عدم الفوترة:

خلافا لأحكام القانون 04- 02 المحددة لقواعد الممارسات التجارية فإن القانون رقم 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية قد ألزم بموجب المادة 20 المورد الالكتروني بتحرير الفاتورة، وأحالت المادة 44 من

نفس القانون في حالة مخالفة المادة 20 السابقة الذكر إلى العقوبات المنصوص عليها في القانون 04- 02 المحدد لقواعد الممارسات التجارية ولاسيما المواد 33 و34 منه أين نصت على عقوبة عدم الفوترة بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي يجب فوترته مهما بلغت قيمته، وغرامة 10.000 دج كعقوبة على الفاتورة غير المطابقة المخالفة لأحكام المادة 12 من القانون رقم 04- 02، كذلك فإنه يمكن تطبيق العقوبات الأشد التي يقصد بها الحبس حتى السجن تطبيقا لنص المواد 37 و38 من القانون 18- 05 باستعمال المشرع لعبارة " **دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به** ".

كما أنه في حالة العودة فإنه لا يمكن إجراء غرامة الصلح طبقا لنص المادة 45 الفقرة 3 من القانون 18- 05، كما أنه تضاعف مبلغ الغرامة في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة 12 شهرا من تاريخ العقوبة التكميلية المتعلقة بالجريمة السابقة طبقا لنص المادة 48 من نفس القانون.

6/ العقوبة المقررة لجريمة الغش:

بالرجوع لقانون العقوبات نجدها حسب المادة 431 تتمثل في الحبس من سنتين إلى خمس سنوات، والغرامة من 10.000 إلى 50.000 دج، ومن خلال نص المادة 83 من القانون رقم 09- 03 يتم تشديد العقوبة طبقا لنص المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يعرض للبيع أو يبيع كل منتوج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون إذا ألحق هذا المنتوج بالمستهلك مرضا أو عجزا عن العمل ويعاقب المتدخلون المعنيون بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وبغرامة من مليون دينار إلى مليوني دينار إذ تسبب هذا المنتوج في مرض غير مقابل للشفاء أو لفقدان استعمال عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة.

يتعرض هؤلاء المتدخلون لعقوبة السجن المؤبد إذ تسبب هذا المرض في وفاة الشخص أو عدة أشخاص، أما بالنسبة للشخص المعنوي فحسب المادة 435 مكرر قانون العقوبات التي تحيل إلى نص المادة 51 مكرر قانون العقوبات حيث تقع العقوبة على الشخص المعنوي الخاضع للقانون الخاص مع استثناء الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام حيث يتحمل الشخص المعنوي العقوبات التي يرتكبها ممثله من غش وخداع مع إمكانية مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك[1].

[1] رشيدة أكسوم عيلام، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص411.

تتمثل العقوبة طبقا لأحكام المواد 18 مكرر و18 مكرر 2 ق ع ج بالغرامة تساوي مرة أو خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص المعنوي، أو دفع غرامة مالية تتراوح ما بين 2.000.000 دج و5.000.000 دج، بالإضافة إلى إمكانية فرض عقوبات تكميلية المتمثلة في حل الشخص المعنوي أو غلق المؤسسة، الإقصاء من الصفقات العمومية، المنع من مزاولة النشاط أو عدة أنشطة مهنية ومصادرة الشيء ونشر وتعليق حكم الإدانة مع الوضع تحت الحراسة على ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكبت الجريمة بمناسبته.

ثانيا: العقوبة التكميلية " العقوبات التقنية المستحدثة بقانون 18- 05 "

أقر القانون 18- 05 عقوبات تقنية من نوع خاص تعد خروجا عن القواعد العامة في قانون العقوبات كونها تتم وتنفذ بالوسائل الالكترونية عن طريق وسيط إلكتروني يباشرها وذلك نظرا لتحكمه في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتتمثل فيما يلي:

1/ غلق وتعليق الموقع الالكتروني:

يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني المقصر في التزاماته والمخالف في التشريع المعمول به، في مجال التجارة الالكترونية لمدة تتراوح بين 1 شهر و 6 ستة أشهر وهذا من خلال المادة 37 و38 من القانون 18- 05 وذلك في حالة مخالفة الخطر المنصوص عليه في المادة 03 و05 منه[1]، كما قد يجري تعليق الموقع الخاص بالمورد الالكتروني الذي يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري وذلك طبقا لنص المادة 42 الفقرة 02 التي تنص على أنه يبقى هذا الموقع ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته[2].

2/ تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الالكترونية:

يترتب تعليق النفاذ إلى جميع منصات الدفع الالكتروني بمدة لا تتجاوز 06 أشهر طبقا لنص المادة 39 من القانون 18- 05 في حالة مخالفة المورد الالكتروني التزامه بتقديم إعلان نزيه وكذا بإعلام المستهلك الالكتروني بشخصه أو نشاطه إلى جانب تقديم كل البيانات والمعلومات عن المنتوج المعروف الاستهلاك عبر الانترنيت المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من نفس القانون، حيث يتم إنشاء واستغلال منصات الدفع

[1] رشيدة أكسوم عيلام، المرجع نفسه، ص408.

[2] ادريس كمال فتحي، بدر الدين مرعيتي جيزوم، مسؤولية المورد الالكتروني دراسة اقتصادية وقانونية، Revue des réformes économiques et intégration économie، جامعة الوادي، العدد 13، 2019.

الالكترونية المعتمدة في التجارة الالكترونية في الجزائر بصفة حصرية من طرف البنوك المعتمدة في بنك الجزائر أو بريد الجزائر أو الموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الالكتروني للمتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية طبقا لنص المادة 27 من القانون 18- 05.

3/ التعليق التحفظي لتسجيل أسماء النطاق للمورد الالكتروني:

يتعرض المورد الالكتروني إلى تعليق تسجيل أسماء النطاق عند عدم القيام بإجراءات التسجيل الضرورية في السجل التجاري بصفة مسبقة لمزاولة نشاطه التجاري عن طريق الاتصالات الالكترونية طبقا لنص المادة 43 من القانون 18- 05 حيث يتم ذلك من قبل هيئة مؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناءا على قرار من وزارة التجارة وكون التعليق الفوري لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر ويبقى هذا التعليق ساري المفعول ولا يتم رفعه إلى بتسوية المورد الالكتروني لوضعيته من خلال التسجيل في السجل التجاري طبقا لنص المادة 42 من القانون 18- 05.

يمكن أن يتم تعليق تسجيل أسماء النطاق للمورد الالكتروني بشكل تحفظي عند ارتكابه مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية ولا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق 30 يوما، وتعتبر هاته العقوبة كعقوبة إدارية كون الجهة المكلفة بتطبيقها على المورد الالكتروني هي إدارة والمتمثلة في مركز أسماء النطاقات بالجزائر وتعتبر مصلحة من مصالح مركز البحث العلمي والتقني[1].

يختلف نوع التعليق المنصوص عليه في المادة 42 من القانون 18- 05 عن ذلك المنصوص عليه في المادة 43 منه، فالأول يعد تعليقا فوريا ولمدة غير محددة أي لغاية تسوية المورد الالكتروني وضعيته تجاه المركز الوطني للسجل التجاري وذلك بالتسجيل في السجل التجاري، أما التعليق الثاني بموجب المادة 43 منه فإنه تعليق تحفظي لاسم النطاق ومدته لا تتجاوز 30 يوم، فضلا عن ذلك، إلى جانب العقوبات المقررة على المورد الالكتروني في القانون 18- 05 عمد المشرع في أحكام المواد 45 إلى 47 منه إلى استبدال العقوبة بغرامة الصلح، التي تعتبر استثناء وذلك بهذه تقليل من الوصف الجزائي، وحفاظا على المناخ التجاري وذلك قبل أية متابعة جزائية، ولا تعتبر غرامة الصلح من قبيل العقوبة بل هي إجراء إداري تطبقه الإدارة المكلفة بحماية المستهلك سعيا إلى وضعية المورد الالكتروني، وغرامة الصلح هي غرامة مقررة في جميع المخالفات سابقة الذكر ما عدا بالنسبة للمخالفات المتعلقة بالمادتين 37، 38 من القانون 18- 05.

[1] دريس كمال فتحي، بدر الدين مرغيني حيزوم، المرجع السابق.

كما حددت المادة 46 من القانون 18- 05 غرامة الصلح بالحد الأدنى للغرامة المنصوص عليها في أحكام القانون 18- 05 وفي حالة قبول المورد الالكتروني لغرامة الصلح تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدرة 10% ويتم تحصيلها بعد أن تبلغ الإدارة المؤهلة المورد الالكتروني بالأمر بالدفع مع إشعارها بالاستلام من أجل لا يتجاوز 07 أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر طبقا لنص المادة 47 من نفس القانون، وإذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمتثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل 45 يوم يرسل المحضر إلى الجهة القضائية الخاصة وتضاعف الغرامة في حالة تكرار نفس الجريمة لمدة لا تتجاوز 12 شهر من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة طبقا لنص المادة 48 من القانون 18- 05.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من مخاطر الدفع الالكتروني

إن الثورة المعلوماتية وتطور وسائل الاتصال أدت إلى ظهور وسائل دفع جديدة تتلاءم مع متطلبات التجارة الالكترونية وطبيعة المعاملات غير شبكة الانترنيت، وهي وسائل الدفع الالكترونية، والتي تعددت وتنوعت حسب الغرض من استعمالها، إلا أنها لم تسلم من السرقة والغش والاحتيال، والعديد من المخاطر تنجم عن التعامل بها[1]، وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذا المطلب من جرائم واعتداءات الواقعة على بطاقات الدفع الالكتروني والعقوبات المقررة لها.

الفرع الأول: صور جرائم الاعتداء على وسائل الدفع الالكتروني

بالرغم من كثرة استعمال بطاقات الدفع الالكترونية في العصر الحالي غير أن انتشارها الكثيف أدى إلى ظهور أساليب غير مشروعة لاستخدامها، مما نتج ذلك مجموعة من جرائم الاعتداء عليها وهذا ما سوف نوضحه فيما يلي:

أولا: صور الاستخدام الغير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني من قبل حاملها

إن المزايا والتسهيلات التي تقدمها بطاقات الدفع الالكتروني لحامليها كثيرة ومتنوعة، إلا أنهم لم يكتفوا بذلك وذهبوا إلى استخدامها بطرق غير مشروعة، وذلك باستمرارهم في استخدامها في غير الحدود المصرح لهم بها رغم صلاحيتها، أو بعد انتهاء مدة صلاحيتها وذلك كما يلي:

[1] كاملة بوعكة، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية.

1/ الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الدفع الالكتروني أثناء فترة صلاحيتها:

يمكن أن تستخدم بطاقات الدفع الالكتروني خلال فترة صلاحيتها بشكل غير مشروع من قبل حاملها، ويكون ذلك وفقا لصورتين، وذلك يتجاوز الحامل لحدود البطاقة المصرح بها له، أو باستعماله لها في جريمة تبييض الأموال، وسيتم توضيح ذلك فيما يلي:

أ- تجاوز الحامل لحدود البطاقة المصرح بها:

يمكن إساءة استخدام بطاقة الدفع الالكتروني برغم صلاحيتها وذلك إذا لم يتجاوز حاملها حدودها المصرح له بها، كأن يتجاوز حدود رصيده في السحب أو في الوفاء، كما يلي:

أ/1- تجاوز الحامل لحدود رصيده في السحب:

يفترض في الحامل بمقتضى العقد المبرم بينه وبين مصدر البطاقة، أن لا يتجاوز مبلغ السقف المحدد لها فيها، وإلا عد مستخدما لها استخداما غير مشروعا[1]، ومن ثم فإنه يمكن أن يسيء العميل الاستخدام عندما يقوم بالسحب من أجهزة توزيع النقود رغم عدم وجود رصيد كاف في حسابه لدى البنك، ويتم ذلك خاصة من أجهزة توزيع للنقود غير مرتبطة مباشرة بحساب العميل في البنك.

اعتبر جانب من الفقه[2] بأن حامل البطاقة في هذه الحالة لا يشكل جريمة تستدعي العقاب، وإنما يعد إخلالا بالتزاماته التعاقدية تجاه البنك وتقوم به مسؤوليته المدنية فقط.

في حين اعتبره جانب آخر من الفقه أنه سلوك يعد جريمة تستحق العقاب وتتصف بعدم المشروعية، في حين اختلف هذا الجانب حول التكييف القانوني لهذا السلوك، فمنهم من اعتبره جريمة سرقة وذلك لأن حامل البطاقة قد اختلس مالا منقولا مملوكا للغير بنية تملكه وهو يعلم بعدم ملكيته لهذا المال لأنه تجاوز رصيده الفعلي[3]، وهو من اعتبره جريمة احتيال أو خيانة أو أمانة.

---

[1] أمجد حمدان الجهني، المسؤولية المدنية عن الاستخدام الغير المشروع لبطاقات الدفع الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن، 2010، ص130.

[2] جميل عبد الباقي الصغير، الحماية الجنائية والمدنية لبطاقات الائتمان الممغنطة " دراسة تطبيقية في القضاء الفرنسي والمصري، دار النهضة العربية، مصر، 1999، ص40.

[3] عبد الله حسين علي محمود، سرقة المعلومات المخزنة في الحاسب الآلي، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون ذكر سنة الطبع، ص222.

أ/2- تجاوز الحامل لحدود رصيده في الوفاء:

وفي حالة يقوم الحامل بإساءة استخدام وذلك عندما يستعملها للحصول على سلع وخدمات رغم علمه بأن رصيده غير كاف لتغطية قيمتها، وقد اختلف الفقه والقضاء بشأن التكييف القانوني لهذا السلوك، حيث عده جانب منهما بأنه يشكل جريمة احتيال لأن تقديم الحامل البطاقة لمقدم السلع والخدمات يعد وفقهم وسيلة احتيالية ثم من خلالها اقناع هذا الأخير بوجود رصيد وهمي[1].

بينما اعتبر جانب آخر بأن هذا السلوك يشكل جريمة السرقة لكون أنه بمثابة اختلاس لمال منقول مملوك للغير بينه تملكه[2]، بينما اعتبر اتجاه آخر بأن السلوك يشكل جريمة خيانة أمانة وذلك لكون أن صاحب البطاقة تسلم من البنك البطاقة الالكترونية على سبيل الأمانة وقام باستعمالها بطريقة تعسفية للاستلاء على أموال الغير.

ب- استخدام الحامل لبطاقة في عملية تبييض الأموال:

إن عملية تبييض الأموال كظاهرة إجرامية يقصد بها تلك السلسلة من التصرفات والإجراءات التي يقوم بها الجاني بغرض تحويل الأموال الناجمة عن الأنشطة الغير المشروعة إلى أموال معترف بها بصفة شرعية من قبل نفس القوانين التي كانت تجرمها[3].

ويمكن للعميل إساءة استخدام بطاقات الدفع الالكتروني لارتكاب جريمة تبييض الأموال، وذلك عن طريق قيامه بالتوجه إلى أي جهاز الصرف الآلي في إحدى الدول الأجنبية ويقوم بالسحب منها الأموال التي يريدها، ويعد ذلك يقوم البنك المسحوب منه بطلب تحويل هذه الأموال من الأموال الكائن في موطن الساحب يخصصها من حسابه لديه، وبذلك يتمكن الجاني من تبييض أمواله عن طريق تحويلها عن القيود المفروضة عليه التحويلات العادية[4].

[1] عبد الله حسين على محمود، المرجع السابق ص 222.

[2] عادل يوسف الشكري، الحماية الجنائية لبطاقات الدفع الالكترونية، مجلة مركز دراسات الكوفة، كلية القانون، جامعة الكوفة، العدد 11، 2008، ص94.

[3] محمد علي العريان، عمليات غسيل الأموال وآليات مكافحتها، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009، ص39.

[4] ليلى بن تركي، جريمة تبييض الأموال عبر الوسائط الالكترونية بطاقات الائتمان نموذجا، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 05، العدد 9، 2016، ص332.

2/ الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الدفع الالكتروني خارج فترة صلاحيتها:

يمكن للحامل الشرعي لبطاقة الدفع الالكتروني استخدامها بطريق غير مشروع خارج فترة صلاحيتها، وذلك كأن يستخدمها بعد انتهاء مدة صلاحيتها دون أن يجددها، أو أن يستخدمها بعد إلغاءها من قبل الجهة المانحة وتأخذ تتمثل في ما يلي:

أ/ الاستخدام الغير المشروع للبطاقة بعد انتهاء صلاحيتها:

من المفترض أن لكل بطاقة الدفع الالكتروني مدة صلاحية محددة، وبانتهائها يتم تجديدها تلقائيا أو بطلب من العميل، غير أنه يتصور أن يقوم حاملها باستخدام رغم انتهاء مدة صلاحيتها وعدم تجديدها، في الوفاء بقيمة سلع أو خدمات معينة.

وقد اعتبر الفقه أن سلوكه في هذه الحالة غير مشروع، ويشكل جريمة نصب واحتيال في حق التاجر، خاصة إذا كانت البطاقة قد لا تحمل تاريخ انتهائها عليها[1]، وذلك لتحقق عناصر ركنها المادي، إذ أن الحامل قد استخدم بطاقته رغم انتهاء مدة صلاحيتها مع عدم وجود رصيد كاف، وهو ما يشكل وسيلة احتيالية الغرض منها إقناع التاجر بوجود رصيد وهمي لحامل البطاقة[2].

وأما إذا كان للحامل رصيد كاف في البنك فإن سلوك الحامل في هذه الحالة لا يشكل أي جريمة، وإنما يعد تعسفا في الاستعمال[3].

ب/ الاستخدام الغير المشروع للبطاقة الملغاة:

من حق البنك إلغاء بطاقة الدفع الالكتروني في أي وقت يراه مناسبا يمثل هذا الإجراء، وفق ما تقتضيه مصلحته، وما ينتهجه من وسائل لحماية البطاقة، ويمكن سحب هذه البطاقة الملغاة إما بطلبها من المصدر وتوجيه إشعار للحامل بذلك، أو بطريقة احتفاظ الصرف الآلي بها وعدم إرجاعها، أو عن طريق سحبها من قبل التاجر[4].

---

[1] وأما إذا كانت البطاقة تحمل تاريخ انتهائها عليها، وقامت الجهة المصدرة بإخطار التاجر بذلك والتزم هذا الأخير بالتدقيق في صلاحية البطاقة قبل قبولها، فإن في هذه، الحالة يستحيل قيام الجريمة ضد الحامل لصعوبة إثبات القصد الجنائي، فداء يحى أحمد الحمود، النظام القانوني لبطاقة الائتمان دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص106.

[2] عبد الجبار الحيض، الاستخدام الغير المشروع لبطاقات الائتمان الممغنطة من وجهة النظر القانون الجزائي، مجلة جامعة دمشق، العلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، سوريا، المجلد 26، العدد الأول، 2010، ص80.

[3] نورة سعدان، بومدين رحال، المسؤولية الجزائية عن الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الائتمان من قبل حاملها الشرعي، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي، الجزائر، العدد 05 ، جانفي 2017، ص505.

[4] جميل عبد الباقي الصغير، المرجع السابق، ص77.

ومما لاشك فيه أن استخدام الحامل لبطاقته الملغاة للوفاء يعد غير مشروع في حق التاجر طالما كان هذا الأخير لا يعلم بإلغاء البطاقة، نظرا لأنه لم يتم تزويده من البنك بأرقام البطاقات التي جرى إلغاءها، أو إذا لم يقم الجهاز الالكتروني يرفض البطاقة ولم يظهر على شاشته بأنها ملغاة.

واعتبر الفقه أن مثل هذه الحالة تعد جريمة احتيال في مواجهة التاجر، لأن تقديم الحامل لبطاقته الملغاة يعد شكلا من أشكال الاحتيال وبهدف إلى إيهام المجني عليه بوجود رصيد[1]. وهو ما اتجهت نحوه محكمة بباريس حيث قضت بإدانة حامل شرعي لبطاقة الائتمان بتهمة النصب لقيامه بتقديم بطاقة مجردة من أي قيمة، لأنها ملغاة من مصدرها، وذلك بهدف الإقناع بوجود رصيد وهمي لغرض تغطية البنك لقيمة السلع المشتراة مما يشكل استيلاء على بعض ثروة الغير[2].

كما اعتبر جانب آخر من الفقه بأن استخدام الحامل لبطاقته الالكترونية الملغاة بعد إعلامه بذلك من البنك يسحبها منه وامتناعه عن ردها به يشكل اختلاس تقوم به جريمة خيانة الأمانة.

ثانيا: صور الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني من قبل الغير

يمكن للغير أن يستخدم بطاقات الدفع الالكتروني استخداما غير مشروع، ويقصد بالغير هنا الشخص الأجنبي عن أطراف عقد استخدام بطاقة الدفع الالكتروني، كالحامل الغير الشرعي لها والذي حصل عليها عن طريق السرقة أو الفقدان، أو طريق التزوير، وسنعالج هاتين الحالتين فيما يلي:

1/ استخدام الغير للبطاقة الالكترونية المسروقة أو المفقودة:

عند قيام الغير بسرقة البطاقة أو العثور عليها بعد فقدانها، فإنه عادة ما يحاول مباشرة استخدامها قبل قيام الجهة المانحة لها بإلغاء التعامل بها، أو أن يقوم بالاحتفاظ ببياناتها وأرقامها فقط وإعادتها إلى حاملها الشرعي، ومن ثم القيام باستخدامها دون علم صاحبها حتى لا يتمكن هذا الأخير من الإبلاغ عن فقدانها أو سرقتها.

كما اعتبر بعض الفقه أن كل من سرق بطاقة الكترونية للدفع أو وجدها واحتفظ بها بنية تملكها فإنه فعله، هذا يشكل جريمة سرقة لتوافر عنصر الاختلاس لمال منقول مملوك للغير بنية تملكه[3].

[1] عمر السالم، الحماية الجنائية لبطاقة الوفاء " دراسة مقارنة "، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995، ص65.

[2] صالح شنين، الحماية الجنائية الالكترونية " دراسة مقارنة "، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013، ص132.

[3] فيصل سعيد الغريب، التوقيع الالكتروني وحجيته في الإثبات، منشورات المنطقة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2005، ص250.

ويمكن للغير استخدام البطاقة المسروقة أو المفقودة كأداة وفاء، من تاجر يستخدم الآلة اليدوية التي لا تحتاج إلى الرقم السري الخاص بالبطاقة، إذ تكتفي بتوقيع حاملها بالبطاقة على فاتورة البيع فقط، فإنه لفي هذه الحالة يمكن أن يوصف فعله بأنه جريمة احتيال لانتحال الغير هنا صفة حامل البطاقة الشرعي وإيهام التاجر بأنه مالك للرصيد في البنك الذي منحت منه هذه البطاقة[1].

كذلك قد يرتكب التاجر غشا بقبول البطاقة المسروقة أو المفقودة في الوفاء، حين يتواطأ مع الحامل غير الشرعي للبطاقة ويقوم بإعداد فواتير وهمية لا تقابلها مشتريات حقيقية، وذلك بالتلاعب بالأجهزة الالكترونية الخاصة بالتحقق من البطاقة ويكون بذلك شريكا في جريمة الاحتيال[2].

2/ استخدام بطاقة دفع الكتروني مزورة:

إذا كانت بطاقة الدفع الالكتروني صحيحة وقام الغير باستخدامها فإنها تنشأ ضده المسؤولية الجنائية عن جريمة الاحتيال، وأما في حالة تزوير حالة الغير لبطاقة دفع الكترونية واستخدامها كأداة وفاء، فهنا يسأل عن جريمة تزوير المحرر واستعماله[3].

ويعرف التزوير بأنه: تغيير للحقيقة أي كانت وسيلته وأيا كان موضوعه، وهو بهذا المدلول يتسع للعديد من الجرائم، وأما عن التزوير في المحررات الالكترونية فقد استقر العديد من الفقه على تعريفه بأنه: "تغيير للحقيقة في المستندات المعالجة آليا والمستندات المعلوماتية، وذلك بنية استعمالها بأي وسيلة كانت سواء كان ذلك في محرر أو دعامة طالما كانت ذات أثر في إنشاء حق أو لها شأن في إحداث نتيجة معينة.[4]

ومن ثمة فإن التزوير الالكتروني يرتبط بتغيير الحقيقة وينصب بطريق الغش على بيانات الالكترونية سواء كانت تشكل كتابة الكترونية أو توقيعا الكترونيا، مما ينجم عنه محتوى مخالف لحقيقة المحرر والمعاملات القانونية القائمة تعلى صحته ويكون من شأنه إحداث ضرر، ولا يشترط أن يكون التغيير كليا بإبدال كل البيانات بما يخالف الحقيقة بل يكفي أن يكون جزئيا أو نسبيا.

---

[1] عملا سالم، المرجع السابق، ص42.

[2] محمد أبو الوفاء إبراهيم أبو الوفاء، المسؤولية الجنائية عن الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الائتمان في القانون المقارن والفقه الإسلامي، مجلة لكلية الشريعة والدراسات الإسلامية، العدد الثالث والعشرون، 2005، ص530.

[3] محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1986، ص215.

[4] علي عبد القادر القهواجي، الحماية الجنائية للبيانات المعالجة الكترونيا، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنيت، كلية الشريعة والقانون، الإمارات العربية المتحدة، 1، 03 ماي 2000، ص63.

الفرع الثاني: أركان جرائم الاعتداء على وسائل الدفع الالكتروني و العقوبات المقررة لها

واكب استعمال بطاقات الدفع الالكتروني للوفاء بقيمة السلع والخدمات عبر شبكة الانترنيت، اعتداءات كثيرة مصاحبة لاستخدامها، مما دفع مختلف الدول إلى إصدار تشريعات جنائية من أجل توفير الحماية القانونية لها، لذلك سنتناول في هذا الفرع العقوبات التي نص عليها المشرع الجزائري وجرمها على أساس الفعل المرتكب.

أولا: التكييف القانوني لجريمة الاستخدام الغير المشروع للبطاقة من قبل حاملها

يكيف هذا الفعل على أنه جريمة نصب، وهو ذلك بموجب المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري والتي تنص: "كل من توصل إلى استلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات، أو إلى الحصول على أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير وبعضها، أو الشروع فيه إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية، أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشبية ... على الأكثر[1].

1/ أركان جريمة النصب (الاحتيال): تتمثل في

أ- الركن المادي:

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة حسب نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري في الغش والخداع وتقديم بيانات كاذبة أدت إلى تغيير الحقيقة، وعلى أساسها قامت الجهة المصدرة بمنح البطاقة للعميل، كذلك من قام بالاحتيال بواسطة تقديم مستندات مخالفة للحقيقة، والتي تحدث الأمل في الفوز بالثروة التي سيتلقاها إزاء تعامله بالبطاقة[2].

العلاقة السببية بين الفعل المجرم والنتيجة المتمثلة في استعمال وسائل الاحتيال التي أدت إلى وقوع الضحية في الخدعة وتسليم المالي للجاني[3].

[1] أحسين بوسقيعة، قانون العقوبات في ضوء الممارسة القضائية، الطبعة الثالثة، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 2001، ص146.

[2] أمين طالب البغدادي، الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الائتمان المسؤولية الجزائية والمدنية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص189.

[3] سعد عبد العزيز، جرائم الاعتداء على الأموال العامة والخاصة، الطبعة الرابعة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص99.

ب- الركن المعنوي :

جريمة النصب من الجرائم العمدية التي تقوم على القصد الجنائي العام والخاص معا، فأما القصد الجنائي العام فيتمثل في العلم والإرادة في إتيانها وتحقيق نتيجتها، وأما القصد الجنائي الخاص فيتمثل في الاستيلاء على مال الغير[1].

ج- الركن الشرعي :

الركن الشرعي لجريمة النصب هو النص القانوني المجرم لهذا الفعل، وبالرجوع إلى نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري والتي جاء فيها الحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر، وبغرامة مالية، بالإضافة لذلك يمكن أن يحكم على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 من قانون العقوبات الجزائري أو بعضها وبالمنع من الإقامة لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر.

ثانيا: التكييف القانوني لجريمة استخدام البطاقة في عمليات تبييض الأموال

عالج المشرع الجزائري جريمة تبييض الأموال في المادة 389 مكرر من قانون العقوبات والتي نصت على أنه: " **يعتبر تبييض الأموال:**

- تحويل الممتلكات أو نقلها مع علم الفاعل أنها عائدات إجرامية بغرض إخفاء أو تمويه المصدر غير المشروع لتلك الممتلكات أو مساعدة شخص متورط في ارتكاب الجريمة الأصلية التي أتت منها هذه الممتلكات، على الإفلات من الآثار القانونية لفعلته.

- إخفاء أو تمويه الطبيعة الحقيقية للممتلكات أو مصدرها أو مكانها أو كيفية التصرف فيها أو حركتها أو الحقوق المتعلقة بها مع علم الفاعل أنها عائدات إجرامية.

- اكتساب الممتلكات أو حيازتها أو استخدامها مع علم الشخص القائم بذلك وقت تلقيها أنها تشكل عائدات إجرامية.

- المشاركة في ارتكاب أي من الجرائم المقررة وفقا لهذه المادة، أو التواطؤ أو التآمر على ارتكابها ومحاولة ارتكابها والمساعدة والتحريض على ذلك وتسهيله وإسداء المشورة بشأنه[2].

[1] أسامة حمدان الرقب، جرائم النصب والاحتيال (الأساليب – المظاهر – العلاج)، الطبعة الأولى، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص27..

[2] أنظر المادة 389 من قانون العقوبات.

1/ أركان جريمة تبييض الأموال:

أ- الركن المادي: يشمل الأفعال التالية:

- فعل النقل والتحويل: وهو نقل الأموال الناتجة عن نشاط مشبوه بغية تحويلها إلى أموال مشروعة.
- فعل الإخفاء: وهو التستر على مصدر تلك الأموال التي نتجت عن أفعال غير مشروعة.
- فعل التمويه: ويتم بجمع تلك الأموال على أموال أخرى مشروعة لتظهر أنها أموال نظيفة من مصدر مشروع.
- محل الجريمة: وهي الأموال التي نتجت عن مصدر مشبوه وتم استخدامها لاحقا في أنظمة مشروعة.[1]
- العلاقة السببية: وهي أن يكون الهدف من هذه الأفعال تبييض المال القذر.
- النتيجة الإجرامية: هي تنظيف المال بعد القيام بالأفعال السابقة[2].

ب- الركن المعنوي:

ويتمثل في القصد العام والقصد الخاص كالآتي:

- القصد العام: ويقصد به عنصري العام والإرادة، أي أن الجاني يعلم أن المال قذر ومع ذلك تتجه إرادته إلى توظيفه في أفعال أخرى لإزالة الشبهة عنه.[3]
- القصد الخاص: وهو عنصر النية والباعث لارتكاب الجريمة بتحويل المال من مال مشبوه وغير مشروع إلى مال مشروع[4].

ج- الركن الشرعي:

بالنسبة لجريمة تبييض الأموال فإن المشرع نص على العقوبة المقررة لها في قانون العقوبات الجزائري من المادة 389 مكرر 1 إلى المادة 389 مكرر 7.[5]

ثالثا: التكييف القانوني لجريمة استخدام البطاقة الملغاة أو منتهية الصلاحية

عند انتهاء صلاحية بطاقة الدفع أو تم إلغاؤها من قبل البنك، فإن الحامل يلتزم بإرجاعها للبنك لأنها سلمت له كعارية استعمال، وعند رفضه إعادتها رغم علمه بإلغائها يعتبر خائنا للأمانة لأنه تسلمها بناء على

[1] فتحي محمد أنور عزت، جرائم العصر الحديث، الطبعة الأولى، دار الفكر القانوني، القاهرة، 2010، ص278.

[2] محمد عبد الله الرشدان، جرائم غسيل الأموال، الطبعة الأولى، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص ص64-66.

[3] خالد سليمان، تبييض الأموال جريمة بلا حدود (دراسة مقارنة)، دون طبعة، المؤسسة الحديثة الكتاب، لبنان، 2004، ص42.

[4] خالد سليمان، المرجع نفسه، ص43.

[5] أنظر المواد من: 389 مكرر1 – 389 مكرر7 من قانون العقوبات الجزائري.

العقد الذي تم إبرامه بينه وبين الجهة المصدرة، ويتعين عليه إعادتها عند انتهاء مدة العقد أو إلغاءه لأنها تبقى ملكا للجهة المصدرة وليست له.[1]

وقد عالج المشرع الجزائري هذه الجريمة في المادة 376 من قانون العقوبات الجزائري بقولها: " **كل من اختلس أو بدد بسوء نية أوراق تجارية أو نقودا أو بضائع وأوراق مالية أو مخالصات أو أية محررات أخرى تتضمن أو تثبت التزاما أو إبراء لم تكن قد سلمت إليه إلى على سبيل الإجازة أو الوديعة أو الوكالة أو الرهن أو عارية الاستعمال أو لأداء عمل بأجر أو بغير أجر شرط ردها أو تقديمها أو لاستعمالها أو لاستخدامها في عمل معين وذلك إضرارا بمالكيها أو واضعي آلي عليها أو حائزيها يعد مرتكبا لجريمة خيانة الأمانة** ... "[2].

1/ أركان جريمة خيانة الأمانة:

أ_ الركن المادي:

يتمثل الركن المادي لجريمة خيانة الأمانة حسب نص المادة 376 من قانون العقوبات الجزائري في ثلاثة عناصر:

– الإختلاس والتبديد:

يكون بنقل الشيء من حيازة مؤقتة إلى حيازة دائمة وفي نيته تملك هذا الشيء وعدم إرجاعه لصاحبه، وهذا ينطبق الأمر على حامل البطاقة الذي رفض إرجاعها إلى الجهة المصدرة لها بعد انتهاء صلاحيتها أو إلغاؤها ويستمر العمل بها.[3]

– محل الجريمة:

يتمثل المحل في جريمة خيانة الأمانة مالا منقولا حسب نص المادة 376 من قانون العقوبات الجزائري وهذا ما ينطبق على بطاقة الدفع التي تتضمن مال بموجبه يتصرف به الحامل لتسهيل تعاملاته المالية، كذلك ينطبق عليها لفظ (أية محررات أخرى) وبطاقة الدفع تعتبر محررات مصرفية.[4]

---

[1] علي عدنان الفيل، المسؤولية الجزائية عن إساءة استخدام بطاقة الائتمان الالكترونية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2011، ص42.

[2] أنظر المادة 376 من قانون العقوبات.

[3] حسيبة خشة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، محفوظ بن صغير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، ص111.

[4] حسيبة خشة، المرجع السابق، ص111.

– تسليم الشيء:

حتى تقوم جريمة خيانة الأمانة يلزم تسليم الشيء على شكل حيازة مؤقتة كوديعة، أو إجازة أو وكالة أو رهن أو جارية الاستعمال أو لأداء عمل بأجر أو بغير أجر شرط رهنها وهذا ينطبق على بطاقة الدفع لأن الحامل تسلمها من الجهة المصدرة على سبيل الحيازة المؤقتة وقد اتفق في العقد المبرم بينهما على إرجاعها عند إلغائها أو انتهاء مدة صلاحيتها.[1]

ب– الركن المعنوي:

جريمة خيانة الأمانة من الجرائم العمدية التي يلزم لقيامها القصد العام والخاص، فيشمل القصد العام عنصري العلم والإرادة أي أن الجاني يعلم أن فعله يعتبر جريمة يعاقب عليه القانون، ورغم ذلك تتجه إرادته لإتيانها.

ويتمثل القصد الخاص في نية الجاني في الحيازة والتملك وحرمان مالكه الأصلي منه، الأمر الذي يسبب له ضرر وعندما تسقط هذا على بطاقة الدفع فإن الحامل قد احتفظ بالبطاقة وامتنع عن ردها واستمر بالعمل بها على الرغم من علمه بأنها ملك للبنك وتسلمها بصفة مؤقتة، وقد انتهت مدة صلاحيتها أو تم إلغاؤها وهذا السلوك يسبب ضرر للبنك الذي لا يعلم بالاستمرار في استخدامها.[2]

ج– الركن الشرعي:

إن العقوبة المقررة لجريمة خيانة الأمانة نصت عليها المادة 376 من قانون العقوبات الجزائري[3] حيث أن المشرع أورد بخصوص هذه الجريمة عقوبات أصلية وأخرى تكميلية كالآتي:

– العقوبات الأصلية:

الحبس من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات وغرامة مالي من 20.000 إلى 100.000 دج.

– العقوبة التكميلية:

بالرجوع إلى نص المادة 09 من القانون السابق الذكر فإن هذه العقوبات تتمثل في الحرمان من الحقوق الوطنية والمدنية، والمنع من الإقامة لمدة أقصاها 05 سنوات، كما يمكن للجهة القضائية المختصة أن تحكم عليه بعقوبات تكميلية اختيارية تتمثل في المنع من التعامل ببطاقة الدفع لمدة أقصاها 05 سنوات.[4]

---

[1] المرجع نفسه، ص111.

[2] المرجع نفسه، ص ص112-113..

[3] أنظر المادة 376 من قانون العقوبات.

[4] حسيبة خشة، المرجع السابق، ص144.

رابعا: التكييف القانوني لجريمة التزوير لبطاقة الدفع الالكتروني

يعرف التزوير على أنه تغيير الحقيقة في المقررات الرسمية والسندات، يقصد الغش بالأساليب المحددة قانونا، والتي تلحق ضررا بالضحية.[1]

1/ أركان جريمة التزوير:

نص المشرع الجزائري على حركية التزوير في قانون العقوبات في المواد من: 214 إلى 229، وهي كأي جريمة تلزم لقيامها أركان والمحددة كالآتي:

أ- الركن المادي:

يتجلى في جريمة تزوير المحررات من خلال تغيير الحقيقة بإحدى الطرق التي نص عليها القانون والتي تسبب ضررا، ومنه كانت عناصر هذا الركن كالآتي: محل التزوير، تغيير الحقيقة، طرق التزوير والضرر اللاحق أو محتمل الوقوع على الجهة المصدرة للبطاقة أو حاملها الشرعي[2].

ب- الركن المعنوي:

جريمة التزوير من الجرائم العمدية التي تستوجب القصد الجنائي العام والخاص معا كالآتي:

القصد العام: ويقصد به العلم والإرادة، وذلك أن تتجه إرادة الجاني إلى تغيير الحقيقة مع علمه أن هذا التغيير فعل مجرم قانونا، يترتب عليه ضرر محتمل، أو وقع بالفعل.[3]

القصد الخاص: هو اتجاه نية الجاني لاستعمال المحرر فيما زور من أجله، أو دفع مضرة عن الغير أو عن نفسه.[4]

ج- الركن الشرعي:

نص المشرع الجزائري على عقوبة التزوير في المحررات التجارية أو المصرفية أو الشروع فيها، بموجب نص المادة 219 من قانون العقوبات، فأما العقوبة الأصلية فهي الحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج.

---

[1] حسين محمد الشلبي، محمد مهند فايز الدويكان، التزوير والاحتيال بالبطاقات الائتمانية، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي، للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص57.

[2] حسيبة خشة، المرجع السابق، ص125.

[3] لامية مجدوب، جريمة التزوير في المحررات الرسمية أو العمومية في التشريع الجزائري، د ط، دار الجامعة الجديدة، الجزائر، 2014، ص103.

[4] حسيبة خشة، المرجع السابق، ص126.

ويمكن أن يضاعف الحد الأقصى من هذه العقوبة إذا تعلق الأمر بمديري الشركات أو أحد رجال المصارف أو أي من الأشخاص الذين يلجئون للجمهور قصد إصدار أسهم أو حصص سواء لشركة أو مشروع تجاري أو صناعي، وأما العقوبات التكميلية فهي الحرمان من حق أو أكثر من الحقوق الواردة في المادة 14 وبالمنع من الإقامة من سنة إلى 05 سنوات على الأكثر.[1]

خامسا: التكييف القانوني لجريمة سرقة بطاقة الدفع الالكتروني.

لقد نص المشرع الجزائري على جريمة السرقة بموجب المادة 350 من قانون العقوبات الجزائري، حيث جاء فيها بأن: "**كل من اختلس شيئا غير مملوك له يعد سارق** ".[2]

فإن أحكام هذه الجريمة تنطبق على الغير الذي قام بسرقتها، وفيما يلي نستعرض أركان الجريمة:

1/ الركن المادي:

يتمثل الركن المادي لجريمة السرقة في فعل الاختلاس الذي يعرف على أنه أخذ مال الغير ون رضا مالكه أو حائزه، ومن هذا التعريف يتبين أن فعل الاختلاس يتكون من عناصر أساسية، فالعنصر المادي يتمثل في الاستيلاء على الشيء المملوك الغير، وأما العنصر المعنوي فهو عدم رضا صاحب هذا الشيء على هذا الفعل المجرم كذلك فيما يتعلق بمحل الجريمة فإن فعل السرقة يقع على شيء مملوك للغير وتقع على المنقولات دون العقارات، وبطاقة الدفع تعتبر مال منقول ملك لحاملها لا يحق لغيره التصرف فيه[3].

2- الركن المعنوي:

تقوم جريمة السرقة على القصد الجنائي العام والخاص، فأما القصد الجنائي العام فهو العلم والإرادة، أي أن الجاني يعلم أن الشيء ملك للغير، والاستيلاء عليه فعل مجرم قانونا، ومع ذلك تتجه لإيقافه. وفيما يخص بطاقة الدفع فالجاني يعلم أنه ملك لصاحبها ولا يجوز له التصرف فيها، وهذا الفعل يعد سرقة ومع ذلك تتجه إرادته لسرقتها.[4]

أما القصد الجنائي الخاص فيقوم بمجرد الاستيلاء على الشيء واستخدامه، وبالتطبيق على بطاقة الدفع الالكتروني فإن جريمة السرقة تقوم بمجرد استيلاء الغير عليها.

[1] أنظر المادة 219 من قانون العقوبات الجزائري.

[2] أنظر المادة 350 من القانون 14-01 المتضمن قانون العقوبات.

[3] حسيبة خشة، المرجع السابق، ص 132-133.

[4] أمين طالب البغدادي، المرجع السابق، ص206.

3- الركن الشرعي:

بالرجوع إلى نص المادة 350 من قانون العقوبات وما يليها، تجدها تتضمن العقوبات المقررة لجريمة السرقة.[1]

أما فيما يخص جريمة استعمال بطاقة دفع مفقودة: فهذه الجريمة مفادها أن الغير لم يسرق بطاقة الدفع من صاحبها بل عثر عليها، فقد تكون هذه البطاقة مسروقة أو مفقودة ولم يقم بإرجاعها لصاحبها الشرعي أو الجهة المصدرة لها[2]، في حالة عدم إرجاع البطاقة واستخدامها لمصلحته الشخصية، فهنا يسأل عن جريمة احتيال لأنه استعمل صفات كاذبة عندما ادعى أنه المالك للبطاقة، وعن طريق هذا الادعاء يحصل على ما يريد من سلع وخدمات من قبل التجار الذين ثم الاحتيال عليهم.

سادسا: موقف المشرع الجزائري من جرائم بطاقة الدفع الالكتروني

الجزائر كسائر الدول العربية متأخرة في الالتحاق بالركب الحضاري لمواجهة جرائم بطاقة الدفع الالكتروني وجرائم الانترنيت بصفة عامة، فهذه الجرائم حديثة المنشأ إذ لم تكن معروفة في الجزائر إلا في بداية التسعينات و تعتبر الجرائر متأخرة عن هذا المجال من حيث امتلاك لتكنولوجيا المعلومات فلحد الساعة لازالت المؤسسات الإدارية والاقتصادية الجزائرية تتعامل بطرق تقليدية في جل معاملاتها المالية الكلاسيكية لاسيما المؤسسات البنكية الجزائية التي لا تتعامل ببطاقات الدفع الالكتروني كما هو الحال في الدول الغربية، حيث لازالت تفتقر إلى حد كبير لوسائل الاتصال الحديثة.

و بالرغم من ذلك لا تعد الجزائر بعيدة عن أخطار هذا النوع من الجرائم بل لابد على المشرع الجزائري الاهتمام بإعداد تشريعات تخص هذه الجرائم وهذا للحفاظ على سيادة الدولة الجزائرية، خاصة و أن النصوص الواردة في قانون العقوبات قد تعالج نوعا من هذه الجرائم ولكن لا ترقى إلى التطبيق الواسع و الفعال، و من هذه النصوص المادة 394 مكرر حتى المادة 394 مكرر 7 التي جاءت في القسم السابع مكرر تحت عنوان المساس بالأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات[3].

[1] أنظر المواد 350 وما بعدها من القانون 14-01 المتضمن لقانون العقوبات.

[2] عبد الكريم الردايدة، الجرائم المستحدثة واستراتيجية مواجهتها، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص244.

[3] الجريدة الرسمية عدد 71 الصادرة في 10 نوفمبر 2004 القانون رقم 15/04 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.

نلاحظ من خلال النصوص المذكورة أعلاه أن المشرع الجزائري قد حاول على غرار دول العالم توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية وأساليب المعالجة الآلية المعطيات،[1] حيث تعتبر الجزائر من الدول العربية السباقة في سد الفراغ القانوني في بعض المجالات التي يقع فيه القضاء أثناء طرح هذه الجرائم للفصل فيها، وهذا من خلال القانون رقم 04-15 المتضمن قانون العقوبات[2] إلا أن هذا التعديل الذي طرحه المشرع الجزائري ليس ملما بكافة الأجزاء، وجاء بصفة التعميم أي لم يخصص لكل نوع من الجريمة ما يقابلها من جزاء، و هذا ما يستوجب ضرورة إعداد قانون خاص بالجرائم الماسة ببطاقات الدفع الالكتروني والتي أغفلها المشرع في هذا التعديل.[3]

كما يعد الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض[4] المعدل والمتمم أول قانون جزائري تضمن التعامل الالكتروني الحديث في القطاع المصرفي ويتضح ذلك في المادة 69 منه تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل.

كذلك القانون 09-04 المؤرخ في 05 أوت 2009، والمتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ويهدف هذا القانون إلى وضع نصوص إجرائية تتناسب مع الجرائم الالكترونية.[5]

أيضا المرسوم الرئاسي 15-261 المؤرخ في 08 أكتوبر 2015 يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها [6] الذي يهدف إلى إنشاء الهيئة الوطنية المكلفة بالوقاية من جرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها.

علاوة على ذلك، ساهمت بعض الجهات المختصة بمكافحة الجرائم المعلوماتية من بينها:

---

[1] فطيمة ميهوبي، جرائم بطاقة الدفع الالكتروني، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، تخصص قانون إداري، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص62.

[2] القانون رقم 04-15 المؤرخ في27 رمضان عام 1425 الموافق 10 نوفمبر 2004، ج.ر. الصادرة بتاريخ 10 نوفمبر 2004، العدد 71، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

[3] آمال قارة، الحماية الجزائية المعلوماتية في التشريع الجزائري، دار هومة، الجزائر ،2006، ص 145.

[4] الأمر 03-11 المؤرخ في 26 غشت 2011 المتعلق بالنقد والقرض، ج.ر، الصادرة في 27 غشت 2011، العدد 52 المعدل والمتمم بالقانون 17-10 المؤرخ في 11 أكتوبر 2017، ج.ر، الصادرة في 12 أكتوبر 2017، العدد 57.

[5] القانون 09-04 المؤرخ في 05 أوت 2006 المتضمن الوقاية من الجرائم المتصلة بالتكنولوجيا الإعلام والاتصال، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ 16 غشت 2009، العدد 47.

[6] المرسوم الرئاسي 15-261 يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، المؤرخ في 08 أكتوبر 2015، ج.ر. الصادرة بتاريخ 08 أكتوبر 2015، العدد، 53.

– الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 13 من القانون 09-04 وكان دخولها النفاذ في سنة 2015، كذلك المصلحة المركزية لمكافحة الجريمة المعلوماتية التابعة لمديرية الأمن الوطني والدرك الوطني.

خاتمة

في ختام بحثنا هذا الذي تناول موضوع آليات حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية، يتضح لنا أن مسألة حماية المستهلك من أهم المواضيع التي لابد من الاهتمام بها على المستوى القانوني والعملي، وهذا ما دفع بالمشرع الجزائري للاهتمام بهذه المسألة بوضعه لجملة من النصوص التنظيمية والقانونية التي يحمي من خلالها المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية ويعاقب من يخالفها في عملية إنتاج و عرض وبيع السلع والخدمات، ومدركا بذلك لمدى ضرورة وخطورة هذا الموضوع خاصة في ظل اقتصاد السوق، وما نتج عنه من فتح مجال المنافسة مع ما تحمله من تأثير ايجابي وسلبي في نفس الوقت على جمهور المستهلكين.

تستلزم حماية المستهلك الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية والتي تتمتع بطبيعة خاصة ومعقدة نظرا لما تحتويه من عقود نوعية وعلاقات متشبعة قد يكون أطرافها من الأجانب، حماية حقوق هذا المستهلك من المخاطر التي قد يقع فيها نتيجة لعدم معرفته أو جهله للمعلومات الجوهرية والضرورية للعقد، وضمان حصوله على كامل هاته الحقوق في تعاملاته التجارية الإلكترونية.

لذا أوجد المشرع الجزائري مجموعة من آليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية في مواجهة المورد الإلكتروني، وهي آليات مستحدثة جاءت في قوانين منفصلة منها قواعد خاصة بالمعاملات الإلكترونية والتي أوردها المشرع في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقواعد قانونية خاصة أخرى منها القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وقواعد عامة المتمثلة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، والقانون المدني والذي يعتبر الشريعة العامة، وقد استحدث المشرع هذه القوانين بغية مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال المعاملات التجارية.

على ضوء ما سبق، يمكن استنتاج عدة نتائج أهمها:

- المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في المعاملات الإلكترونية يحتاج لحماية ذات فعالية تشمل صحته و أمنه و مصالحه الاقتصادية.
- تعتبر كافة مراحل إبرام العقد الإلكتروني مراحل هامة باعتبار هذا النوع من العقود ذو طبيعة خاصة، لاسيما منها المرحلة السابقة على التعاقد والتي تعد من أهم مراحل العقد وأخطرها حيث غالبا ما يلجأ خلالها المورد الإلكتروني إلى استعمال مختلف طرق الترويج لجذب المستهلك، لذا فقد استحدث المشرع الجزائري بموجب المادة 11 من القانون 18-05 آلية وقائية تتمثل في العرض التجاري الإلكتروني.

- أما مرحلة اللاحقة على التعاقد وهي مرحلة لا تقل أهمية عن المرحلة السابقة فقد كفل خلالها المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني بحقه في العدول عن التعاقد، وهو حق ممنوح له بوصفه الطرف الضعيف في العقد المبرم عن بعد، إلا أنه يعتبر حقا محدود المدة ومع مرورها يعتبر العقد نافذ، بالإضافة لحقه في الإثبات بوسائل إلكترونية، وقيام مسؤولية المورد الإلكترونية اتجاه المستهلك الإلكترونية سواء المسؤولية العقدية أو التقصيرية.
- علاوة على الآليات المدنية لحماية المستهلك الإلكتروني هناك أيضا آليات جزائية تتمثل في آليات وقائية وأخرى ردعية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية.
- من أهم الآليات الوقائية الجزائية لحماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكتروني، هي التزامات المورد الإلكتروني باحترام ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية وحماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة نظرا لطبيعة التعاقد الإلكتروني الذي يعد مجالا خصبا لغش والاحتيال وهذا ما أشار إليه المشرع في القانون 04=02 وكذا القانون 18-05 معتبرا هذا الإشهار المضلل ممارسة مخالفة لمبادئ النزاهة، وكذلك التزامه بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني الوارد في القانون 18-07.
- يعتبر التزام المورد الإلكتروني بالإعلام المستهلك الإلكتروني بالأسعار والتعريفات أحد ضمانات الشفافية والنزاهة في الممارسات التجارية، رغم أنه يلاحظ تهاون الأعوان الاقتصاديين في تطبيق هذا الالتزام.
- مبادرة المشرع بإصدار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تعتبر خطوة هامة لمواكبة التطور الحاصل في المعاملات الإلكترونية.
- من أهم الآليات الردعية لحماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكتروني، هي تجريم المخالفات التي تقع على المعاملات التجارية التي يقوم بها المورد الإلكتروني ضد المستهلك الإلكتروني منها الغش والخداع، مع حماية وسائل الدفع الخاصة بهذا الأخير من المخاطر هذه المعاملات، وقد وضع المشرع عقوبات مالية لردع المورد الإلكتروني من قيامه بأي مخالفة قصد الاحتيال والتدليس والغش و التعدي على مصالح المستهلك الإلكتروني.

بناء على ذلك، يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

✓ ضرورة نشر الوعي المعرفي للتجارة الإلكترونية لضمان الثقة والشفافية في المعاملات التجارة الإلكترونية، من خلال توعية المستهلك الإلكتروني بحقوقه مع تحذيره من مختلف أساليب الخداع و التضليل و النصب المستعملة في مجال المعاملات الإلكترونية.

- ✓ على المستهلك الإلكتروني أن يتمتع بنـوع من النضج لتتوفر لديه حماية تلقائية ذاتية.
- ✓ إعادة تنظيم قانون التجارة الإلكترونية بشكل مفصل أكثر مع تضمنه لآليات مدنية و جزائية تكفل الحماية للمستهلك بدل القوانين المفترقة و المتعددة (القانون 18-05 والقانون 09-03 والقانون 04-02 ومراسيمهم التنظيمية).
- ✓ ينبغي على المشرع الجزائري سن قانون خاص بتنظيم الإشهار التجاري مع تجريمه لمختلف الإشهارات غير المشروعة.
- ✓ على المشرع الجزائري وضع آليات أكثر فاعلية لضمان سرية وأمن المعلومات والبيانات الشخصية يصعب اختراقها من قبل الغير.
- ✓ على المشرع الجزائري تطوير إجراءات وسائل الدفع، وتوسيع استخدام بطاقة الائتمان.
- ✓ ضرورة إنشاء هيئة رقابية متخصصة تتولى عملية الرقابة السابقة على المعاملات التجارية الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المصادر

I. النصوص القانونية:

1. القانون 03-04 المؤرخ في 05 أوت 2006 المتضمن الوقاية من الجرائم المتصلة بالتكنولوجيا الإعلام والاتصال، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ 16 غشت 2009، العدد 47.
2. القانون رقم 04-15 المؤرخ في27 رمضان عام 1425 الموافق 10 نوفمبر 2004، ج.ر. الصادرة بتاريخ 10 نوفمبر 2004، العدد 71، المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
3. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسة التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 27 جوان 2004، العدد 41، المعدل والمتمم بالقانون 18-13 يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 15 جويلية 2018، العدد 42.
4. القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 20 جوان 2005، العدد 44.
5. القانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 23 أفريل 2008، العدد 21.
6. القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 08 مارس2009، العدد 15، المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. الصادرة في 13 يونيو2018، العدد 35.
7. القانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 16 ماي 2018، العدد 28.
8. القانون رقم 18-07 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 10 يونيو 2018، العدد 34.

II. الأوامر:

1. الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق لـ 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.

2. الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.
3. الأمر 03-11 المؤرخ في 26 غشت 2011 المتعلق بالنقد والقرض، ج.ر، الصادرة في 27 غشت 2011، العدد 52 المعدل والمتمم بالقانون 17-10 المؤرخ في 11 أكتوبر 2017، ج.ر، الصادرة في 12 أكتوبر 2017، العدد 57.

III.المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 11 ديسمبر 2005، العدد 80.
2. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة 18 نوفمبر 2013، العدد 58.
3. المرسوم الرئاسي 15-261 يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، المؤرخ في 08 أكتوبر 2015، ج.ر. الصادرة بتاريخ 08 أكتوبر 2015، العدد، 53.
4. المرسوم التنفيذي رقم 19-89 مؤرخ في 05 مارس 2019، يحدد كيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 17 مارس 2019، العدد 17.

ثانيا: قائمة المراجع

- **مراجع باللغة العربية:**

I. المؤلفات:

- **الكتب العامة:**

1. أحسين بوسقيعة، قانون العقوبات في ضوء الممارسة القضائية، الطبعة الثالثة، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 2001.
2. أسامة حمدان الرقب، جرائم النصب والاحتيال (الأساليب – المظاهر – العلاج)، الطبعة الأولى، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

3. أمجد حمدان الجهني، المسؤولية المدنية عن الاستخدام الغير المشروع لبطاقات الدفع الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن، 2010.
4. أمين طالب البغدادي، الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الائتمان المسؤولية الجزائية والمدنية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008..
5. حسين مُحَّد الشلبي، مُحَّد مهند فايز الدويكان، التزوير والاحتيال بالبطاقات الائتمانية، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي، للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
6. خالد سليمان، تبييض الأموال جريمة بلا حدود (دراسة مقارنة)، دون طبعة، المؤسسة الحديثة الكتاب، لبنان، 2004.
7. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني " دراسة مقارنة "، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2011.
8. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة قانونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2011.
9. سعد عبد العزيز، جرائم الاعتداء على الأموال العامة والخاصة، الطبعة الرابعة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
10. عبد الفضيل مُحَّد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، المطبعة العربية الحديثة، مصر 1991.
11. عبد الكريم الردايدة، الجرائم المستحدثة واستراتيجية مواجهتها، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
12. عبد الله حسين علي محمود، سرقة المعلومات المخزنة في الحاسب الآلي، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون ذكر سنة الطبع.
13. علي عدنان الفيل، المسؤولية الجزائية عن إساءة استخدام بطاقة الائتمان الالكترونية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2011.
14. عمر السالم، الحماية الجنائية لبطاقة الوفاء " دراسة مقارنة "، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995.
15. فتحي مُحَّد أنور عزت، جرائم العصر الحديث، الطبعة الأولى، دار الفكر القانوني، القاهرة، 2010.
16. فداء يحى أحمد الحمود، النظام القانوني لبطاقة الائتمان دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
17. فيصل سعيد الغريب، التوقيع الالكتروني وحجيته في الإثبات، منشورات المنطقة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2005.

18. لامية مجدوب، جريمة التزوير في المحررات الرسمية أو العمومية في التشريع الجزائري، د ط، دار الجامعة الجديدة، الجزائر، 2014.
19. مُحَمَّد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنيت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 لسنة 2004، دار الجامعة الجديدة، ط1، مصر 2007.
20. مُحَمَّد عبد الله الرشدان، جرائم غسيل الأموال، الطبعة الأولى، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
21. مُحَمَّد علي العريان، عمليات غسيل الأموال وآليات مكافحتها، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009.
22. محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1986.
23. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة، ط1، الإصدار الأول، الأردن، 2005.
24. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
25. نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2010.

- **الكتب المتخصصة:**

1. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر.
2. أسامة خيري، الرقابة وحماية المستهلك ومكافحة الغش التجاري، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2015.
3. آمال قارة، الحماية الجزائية المعلوماتية في التشريع الجزائري، دار هومة الجزائر ،2006.
4. جميل عبد الباقي الصغير، الحماية الجنائية والمدنية لبطاقات الائتمان الممغنطة " دراسة تطبيقية في القضاء الفرنسي والمصري، دار النهضة العربية، مصر، 1999.
5. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007.
6. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية، سنة 2007.

7. الرفاعي، أحمد مُحَمَّد، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون التعاقدي، الطبعة الأولى، مصر، دار النهضة العربية، 1998.
8. زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من الغير والغبن في العقود الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
9. طاهر شوقي مؤمن، عقد البيع الالكتروني (بحث في التجارة الالكترونية)، دار النهظة، مصر، 2007.
10. عبد الباقي عمر مُحَمَّد، الحماية العقدية للمستهلك، دار منشأة المعارف، الاسكندرية، الطبعة الثانية، 2008
11. عبد الفتاح بيومي حجاوي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنيت، دار الكتب القانونية، مصر، سمة 2008.
12. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، سنة 2007.
13. مُحَمَّد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية (العقد الالكتروني، الإثبات الالكتروني)، دار النهضة العربية – القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.
14. مُحَمَّد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الالكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
15. مُحَمَّد مهدي الصغير قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة) دار الجامعة الجديدة مصر 2015.
16. موفق حماد عيد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، منشورات زين الحقوقية، بغداد، سنة 2011.

II. الرسائل والمذكرات الجامعية:

- **رسائل الدكتوراه:**

1. المطيري مساعد زيد عبد الله، الحماية المدنية للمستهلك في القانونيين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، مصر، 2007.
2. بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، منشورة، سنة 2014-2015.

3. بوترفاس رحيمة، حماية العلامة التجارية في المجال الالكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2016، 2017.

4. حبيب بلقنيشي، إثبات التعاقد عبر الانترنيت (البريد المرئي)، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، السانيا، 2011/2010.

5. رشيدة أكسوم عيلام، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

6. زواوية لعروي، العقد الالكتروني والمسؤولية المدنية الناتجة عنه (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2018/2017.

7. سامية لموشي، الضمانات القانونية للمشتري في عقد البيع الالكتروني، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مُحَّد خيضر، بسكرة، 2019/2018.

8. سميرة زوية، الأحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد، رسالة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.

9. صالح شنين، الحماية الجنائية الالكترونية " دراسة مقارنة "، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013.

- **مذكرات الماجستير:**

1. حسيبة خشة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مُحَّد بوضياف، المسيلة، 2016.

2. زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014/04/14.

3. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة أطروحة ماجسيتر، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية نابلس ، فلسطين ، 2009.
4. نصيرة خلوي عنان، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنيت، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

- **مذكرات الماستر:**

1. بن عثمان مشرية، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر أكاديمي في الحقوق والعلوم السياسية، قسم حقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020.
2. حكيمة شيبان، دور الكتابة في العقد الالكتروني، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، شعبة الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016/2015.
3. خولة حشمان و فاطيمة الزهراء مزياني، ضمانات حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة دكتور مولاي الطاهر، سعيدة، 2021/2020.
4. سميحة رواقي و خلود متناني، النظام القانوني للعقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2019/2018.
5. عماد بن وادفل، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020-2019.
6. فطيمة ميهوبي، جرائم بطاقة الدفع الالكتروني، مذكرة مكملة من مقتضيات لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مُحَّد خيضر، بسكرة، 2016.
7. فيروز بوزيان و جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2019/2018.

8. مُحَّد بافكر، المعاملات التجارية الالكترونية في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أحمد درانة، أدرار، سنة 2019/2018.

9. مصطفى رزقي، الإثبات في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة ماستر في قانون خاص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مُحَّد خيضر، بسكرة، 2019/2018.

10. ياسمين طرافي و ياسمين منصوري، الإطار القانوني للتوقيع الالكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2016.

III. المقالات العلمية:

1. ادريس كمال فتحي، بدر الدين مرعيتي جيزوم، مسؤولية المورد الالكتروني دراسة اقتصادية وقانونية، Revue des réformes économiques et intégration économie، جامعة الوادي، العدد 13، 2019.

2. أسماء معكوف، القواعد الوقائية المنظمة للإشهار التجاري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائري2020، المجلد ثلاثون العدد الخامس، ديسمبر 2019.

3. أنيسة حمادوش، " الجانب الالكتروني للقانون التجاري "، المسطرة الاجرائية لأشغال اليوم الدراسي الوطني، بالتعاون مع مخبر القانون والتكنولوجيات الجديدة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2016.

4. أنيسة حمادوش، حول إشكالية التحقق من أهلية المتعاقدين في التعاقد الإلكتروني، مجلة قانون المجتمع والسلطة، المجلد 08، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مُحَّد بن أحمد، وهران 2، 2019.

5. أيمن مساعدة، علاء خصاونة، خيار المستهلك في البيوع المنزلية وبيوع المسافة، مجلة الشريعة والقانون، العدد 46، الأردن، 2011.

6. بن عزوز درماش، حماية المستهلك في مجال التجارة الالكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 02، 2011.

7. بن عومر مُحَّد الصالح، التراضي الإلكتروني هو بين المنتج والمستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق للعلوم الاجتماعية والإنسانية، أدرار – الجزائر، مجلد 18، عدد 01 مارس 2019.
8. الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، مجلة النشر العلمي، الكويت، 2003.
9. خالد ضو، ضوابط الإشهار في التسويق الإلكتروني وعقوبات مخالفها حسب القانون 18=05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الإقتصادية والمالية، جامعة الجزائر 1- بن يوسف بن خدة (الجزائر)، المجلد الثالث، العدد الثاني، 2021.
10. دليلة معزوز، حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الالكتروني، مجلة المعارف، العدد 22، جامعة أوكلي محند أولحاج، 2017.
11. رحمون شتوح، حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية (الجوانب الوقائية للمتعاقد الإلكتروني)، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد الحادي عشر، سبتمبر 2018.
12. رضا السيد عبد الحميد، الدفاتر التجارية الالكترونية في القانون المصري والسعودي والإماراتي، مقالة من ندوة عقود التجارة الالكترونية، العقود والاتفاقات في التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، أعمال المؤتمرات، 2008، مصر.
13. الزهرة حقريف و وسيلة شربيط، الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد الحادي عشر، العدد الرابع (عدد خاص)، 2020.
14. زهيرة عبوب، " المسؤولية المدنية بمقدم خدمات التصديق الالكتروني (دراسة تحليلية لما جاء في القانون رقم 15-04)، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد السادس، العدد الثاني، 2020.
15. سميرة المير، عقد التجارة الالكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد السابع، جانفي 2018.
16. سهام قارون، التزام المورد الإلكتروني بحامية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 18=05 بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدارسات الأكاديمية، جامعة سوق الأهراس= الجزائري =، المجلد السابع العدد الثاني، 2020.

17. سهيلة بوخميس، عصرنة الإدارة العمرانية في الجزائر، " البطاقة الوطنية لقرارات التعمير والمخالفات المتعلقة بها أنموذجا "، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، صادرة عن جامعة عمار ثليجي بالأغواط، العدد 7، جانفي 2018.

18. صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكترونية في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني والسياسي، جامعة سيدي بلعباس، المجلد الاول، العدد الأول، 2019.

19. عادل يوسف الشكري، الحماية الجنائية لبطاقات الدفع الالكترونية، مجلة مركز دراسات الكوفة، كلية القانون، جامعة الكوفة، العدد 11، 2008.

20. عباس حفصي " الإثبات في الكتابة "، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، جامعة عمار ثليجي الأغواط (الجزائر)، مخبر اللغة والدراسات الإسلامية، ديسمبر 2020.

21. عباس زواوي- سلمى مانع، الأحكام العامة للمسؤولية الالكترونية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مُحَّد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، بدون سنة.

22. عبد الجبار الحيض، الاستخدام الغير المشروع لبطاقات الائتمان الممغنطة من وجهة النظر القانون الجزائي، مجلة جامعة دمشق، العلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، سوريا، المجلد 26، العدد الأول، 2010.

23. عبد الحق لخداري، مُحَّد أمين نويري، حق المستهلك في العدول عن حق المستهلك في ظل قانون رقم 18-09، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، المجلة 57، العدد 02، سنة 2020.

24. عبد الحق ماني، التنظيم القانوني لقيام التراضي في العقود الالكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية، " مجلة العلوم القانونية والسياسية "، جامعة مُحَّد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، المجلد التاسع، العدد الثاني، جوان 2018.

25. عبد الصمد حوالق، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية والقانونية، العدد 15، جانفي 2016.

26. علاء الدين بريوة و عبد الرزاق بوضياف، الجرائم الواقعة على المستهلك الالكتروني وفقا لأحكام القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12 العدد 02 (العدد

التسلسلي 24) أكتوبر 2020، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة مُحَمَّد خيضر، بسكرة.

27. علي حساني، حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية، دفاتر السياسة والقانون، جامعة ابن خلدون-تيارت- الجزائر، المجلد الحادي عشر العدد الأول، جانفي 2019.

28. علي عبد القادر القهواجي، الحماية الجنائية للبيانات المعالجة الكترونيا، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنيت، كلية الشريعة والقانون، الإمارات العربية المتحدة، 1، 03 ماي 2000.

29. فاتح بن خالد و سعاد قبرة، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني غير المرحب له – إشهارات البريد الإلكتروني نموذجا -، مجلة البيبات للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مُحَمَّد لمين دباغين- سطيف02- جامعة غرداية، العدد الخامس، ديسمبر2019.

30. فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك (دراسة في أحكام القانون اللبناني مع الإشارة إلى حماية المستهلك المتعاقد عن بعد إلكترونيا)، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان 2012.

31. فازية واعمر، التزامات المورد الالكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد، مجلة بحوث في القانون والتنمية، المجلد واحد العدد واحد، ، ديسمبر ص- ص66-77، ديسمبر 2021، جامعة أمُحَمَّد بوقرة، بومرداس، الجزائر.

32. فاطيمة زهراء شريفة الماحي، مدى فعالية القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المدرسة العليا للاقتصاد، وهران (الجزائر)، المجلد العاشر العدد الثالث، السنة 2021.

33. فتيحة حزام، أحكام الحماية الجزائية للمعاملة التجارية الإلكترونية – دراسة على ضوء القانون 18-05-، مجلة أبحاث، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بومرداس، المجلد الخامس، العدد الثاني، 2020.

34. فتيحة حزام، مجلة الدراسات القانونية (صنف ج)، مجلة علمية دولية سداسية محكمة صادرة عن مخبر السيادة والعولمة، جامعة يحي فارس بالمدية (الجزائر)، المجلد السابع، العدد الثاني، جوان 2021.

35. فريد عباس، شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون رقم 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية، كلية الحقوق أمحند بوقرة، جامعة بومرداس، العدد الثامن، جانفي 2020.

36. فهيمة قسوري، خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الالكتروني، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، العدد الخامس، ديسمبر 2018.

37. فيروز قالية، التزامات المورد الالكتروني في ظل قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، 2020.

38. قعيد إبراهيم وبختي إبراهيم، دور المزيج الترويجي الالكتروني في التأثير على سلوك المستهلك الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 10، 2017.

39. كاملة بوعكة، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية.

40. كريمة كريم، استعمال تكنولوجية المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري، مجلة معارف، جامعة أكلي محند أولجاج، البويرة، الجزائر، العدد 24 جوان، 2018.

41. ليلى بن تركي، جريمة تبييض الأموال عبر الوسائط الالكترونية بطاقات الائتمان نموذجا، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 05، العدد 9، 2016.

42. ماسينيسا بن ذياب، إشكالية التعاقد في البيئة الرقمية دراسة تحليلية نقدية على ضوء القانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد: 05، العدد 02 جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2020.

43. مُحَمَّد أبو الوفاء إبراهيم أبو الوفاء، المسؤولية الجنائية عن الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الائتمان في القانون المقارن والفقه الإسلامي، مجلة لكلية الشريعة والدراسات الإسلامية، العدد الثالث والعشرون، 2005.

44. مُحَمَّد عبيب – مُحَمَّد بوراس، حماية المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية بالجزائر على ضوء القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة دراسة وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة أحمد بن يحى تاونشريسي – تيسمسيلت، مخبر البحث في تطوير التشريعات الاقتصادية، مجلة الثالث عشر، العدد الرابع، جويلية 2021، السنة الثالثة عشر، جوان 2021.

45. محمود نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الالكترونية، الشركة العربية للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2009.

46. معمر بوطالبة، الالتزام بالإعلام في مرحلة المفاوضات على العقد التجاري الدولي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة، العدد 46، ديسمبر 2016.

47. نعيم سعيداني، حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مخبر الأمن الإنساني: الواقع، الرهانات والآفاق جامعة باتنة 1- الجزائري، المجلد الثامن العدد واحد، ص.ص.464-484، 2021.

48. نورة سعدان، بومدين رحال، المسؤولية الجزائية عن الاستخدام الغير المشروع لبطاقة الائتمان من قبل حاملها الشرعي، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي، الجزائر، العدد 05، جانفي 2017.

49. هدى المقداد، العقد الالكتروني، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدية، المجلد 3، العدد 2، 2017.

IV. المداخلات:

1. فضيلة سويلم، ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية ودورها في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الموسوم بـ"الحماية القانونية للمستهلك في عملية التسويق بين الواقع و المأمول"، يومي 11 و 12 نوفمبر 2019، معهد الحقوق و العلوم السياسية، المركز الجامعي – مغنية-، الجزائر.

2. نسيمة شيخ و ابتسام زيغم محاسن، الوسم والإشهار كآلية وقائية لتكريس حق المستهلك في الإعلام، المؤتمر الدولي الشامل للقضايا النظرية وسيلة معالجتها العملية، دار الرافد للنشر، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، الجزائر، مخبر الأسواق، التشغيل، التشريع والمحاكاة في الدول المغاربية، المجلد الثاني، بدون عدد، يناير 2021.

3. نهى شروق، الآليات القانونية في إبرام العقد الالكتروني في ضوء التشريع الجزائري بين النص والممارسة، الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18-05، يومي 02 و03 أكتوبر، 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.

V. المطبوعات الجامعية:

1. دليلة معزوز، العقد الإلكتروني، محاضرات السنة الأولى ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016/2015.

VI. المواقع الإلكترونية:

1. موقع المركز الوطني للسجل التجاري: https://sidjilcom.cnrc.dz، اطلع عليه يوم 15-04-2022 على الساعة 19:00.
2. عبد الرحمان حماد، العرض التجاري، مقال منشور بالموقع الالكتروني سما لو: اطلع عليه بتاريخ 2022/03/31 على الساعة 18:00

http://www.smelaw.com/2011-11-10-10-05-51

3. قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية سنة 1996 الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي بتاريخ 12 جوان 1996 بناء على قرار الجمعية العامة رقم 51/162، تم الاطلاع عليه بتاريخ 29-03-2022 على الساعة 20:00

https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/ar/ml-ecomm-a_ebook_1.pdf

4. قانون الأونيستيرال بشأن التوقيعات الإلكترونية لعام 2001 الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي بتاريخ 05 جويلية 2001، بناء على قرار الجمعية العامة رقم 56/80، تم الاطلاع عليه بتاريخ 30-03-2022 على الساعة 19:00:

https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/ar/ml-elecsig-a.pdf

➢ **المراجع باللغة الأجنبية:**

1. Chihelb Ghazouani, la protection du consommateur dans les transactions électroniques selon la loi du 09 Aout 2000, revue de juriste prudence et de législation, Juin, 2003.

الفهرس

مقدمة ---------- 2

الفصل الأول: آليات الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية ----- 7

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد الإلكتروني---------- 9

المطلب الأول: الالتزام بتقديم العرض التجاري الإلكتروني ---------- 9

الفرع الأول: مفهوم العرض التجاري الإلكتروني ---------- 9

الفرع الثاني: تحديد أطراف العرض التجاري الإلكتروني ---------- 18

المطلب الثاني: التحديد القانوني للعناصر الجوهرية للعقد الإلكتروني ومراحل إبرامه -------- 30

الفرع الأول: التحديد القانوني للعناصر الجوهرية للعقد الإلكتروني ---------- 30

الفرع الثاني: التحديد القانوني لمراحل إبرام العقد الإلكتروني---------- 33

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك في المرحلة اللاحقة على التعاقد الإلكتروني--------- 39

المطلب الأول: حقوق المستهلك في المرحلة اللاحقة على التعاقد الإلكتروني ---------- 39

الفرع الأول: حق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني ---------- 40

الفرع الثاني: حق المستهلك في إثبات العقد الإلكتروني بوسائل إلكترونية ---------- 48

المطلب الثاني: تحديد التزامات المورد الإلكتروني ونطاق مسؤوليته في التعاقد الإلكتروني ------ 61

الفرع الأول: تحديد التزامات المورد الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني ---------- 61

الفرع الثاني: تحديد نطاق مسؤولية المورد الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني ---------- 64

الفصل الثاني: آليات الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية ---- 74

المبحث الأول: آليات حماية المستهلك من مخاطر التسويق الإلكتروني---------- 76

المطلب الأول: الالتزام باحترام ضوابط نزاهة الإشهارات الإلكترونية ---------- 76

الفرع الأول: الضوابط القانونية المتعلقة بالرسالة الإشهارية الإلكترونية ---------- 77

الفرع الثاني: الضوابط القانونية المتعلقة بالمعلن الإلكتروني---------- 82

الفرع الثالث: مظاهر الحماية الجزائية للمستهلك من مخاطر الإشهارات الإلكترونية غير النزيهة -- 85

المطلب الثاني: التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني------ 89

الفرع الأول: تعريف البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني---------- 89

الفرع الثاني: مضمون التزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني -- 92

الفرع الثالث: إخلال المورد الإلكتروني بالالتزام بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك ------ 97
المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من جرائم المعاملات الالكترونية ---------- 103
المطلب الأول: تجريم المخالفات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية ---------- 103
الفرع الأول: صور المخالفات المتعلقة بالمعاملات التجارية ---------- 103
الفرع الثاني: العقوبات المقررة للمخالفات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية ---------- 111
المطلب الثاني: حماية المستهلك من مخاطر الدفع الالكتروني---------- 116
الفرع الأول: صور جرائم الاعتداء على وسائل الدفع الالكتروني ---------- 116
الفرع الثاني: أركان جرائم الاعتداء على وسائل الدفع الالكتروني و العقوبات المقررة لها ----- 122
خاتمة---------- 132
قائمة المصادر والمراجع---------- 136
الفهرس ---------- 151

ملخص:

تتمحور هذه الدراسة حول موضوع آليات حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية، كالتحايل والتدليس و التضليل... وغيرها من المخاطر التي يحتاج المستهلك الإلكتروني إلى الحماية منها في هذه السوق الإلكترونية أكثر من حاجته للحماية في السوق التقليدية، و ذلك نظر لخصوصية البيئة المتعاقد فيها وما تتضمنه من مخاطر للمستهلك، كجهله بمضمون العقد وشخصية الطرف الآخر و انعدام المعاينة المادية، وكذا مخاطر الإشهارات المضللة، مما يجعله عرضة للنصب والاحتيال و التضليل، أما أثناء إبرام العقد الالكتروني فقد أقر له المشرع الجزائري الحماية بسبب طبيعة هذا العقد من خلال فرضه للشكلية لإعطاء هذا العقد القوة الإثباتية اللازمة و كذا حماية بيانات الشخصية للمستهلك من القرصنة، علاوة على ذلك، أضاف المشرع الجزائري أثناء تنفيذ العقد بعض الحقوق المستحدثة للمستهلك، كحقه في الإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني، والتزام البائع بالتسليم المطابق للمبيع، وحق المستهلك في العدول وضمان تحويل آمن لثمن المنتوج، و غيرها من الحقوق التي كرسها المشرع الجزائري في جميع مراحل المعاملات الالكترونية رغبة منه في توفير آليات فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني و تدعيم ثقته في هذه المعاملات.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني، مخاطر المعاملات الإلكترونية، التعاقد الالكتروني، السلع، الخدمات، المنتوجات.

Résumé:

Cette étude s'articule autour du sujet des mécanismes de protection du consommateur contre les risques des transactions électroniques, et les dangers qui en résultent tels que la fraude, la tromperie, ... et d'autres dangers. Pour cette raison, le consommateur électronique a besoin de protection dans ce marché électronique comme son besoin de protection dans le marché traditionnel, et même a besoin de plus de protection, compte tenu de la confidentialité de l'environnement contracté et des risques qu'il comporte pour le consommateur, comme son ignorance du contenu du contrat et de la personnalité de l'autre partie en raison du manque d'inspection physique, ainsi que du danger de publicités trompeuses, ce qui le rend vulnérable à la fraude et à la tromperie, mais lors de la conclusion du contrat électronique, le législateur Algérien, lui a accordé la protection en raison de la nature de ce contrat en imposant la formalité du contrat pour lui donner la force probante nécessaire tout en protégeant les données personnelles du consommateur contre le piratage, tandis que lors de la mise en œuvre du contrat, une législation récente a ajouté de nouveaux droits au consommateur, tels que son droit à informer postérieurement à la conclusion du contrat électronique, l'obligation du vendeur de livrer la vente à l'identique, et le droit du consommateur de résilier et d'assurer un transfert sûr du prix Le produit, et ces droits à toutes les étapes doivent être soutenus par des mécanismes solides pour activer , les appliquer et les protéger, et en plus, la confiance des consommateurs électroniques Ronnie.

Les mots clés: consommateur électronique, fournisseur électronique, risques, transactions électroniques, mécanismes de protection juridique, conclusion de contrats électroniques, biens et services, produit.

Abstract :

This study revolves around the subject of consumer protection mechanisms from the risks of electronic transactions, and the dangers that result from the latter such as fraud, deception, ... and other dangers. For this reason, the electronic consumer needs protection in this electronic market like his need for protection in the traditional market, and even needs For more protection, given the privacy of the contracted environment and the risks it includes for the consumer, such as his ignorance of the content of the contract and the personality of the other party due to the lack of physical inspection, as well as the danger of misleading advertisements, which makes him vulnerable to fraud and deception, but during the conclusion of the electronic contract the legislater Algerian granted him protection because of the nature of this contract by imposing the formality of the contract to give it the necessary probative force while protecting the personal data of the consumer against the piracy, while during the implementation of the contract, recent legislation added some new rights to the consumer, such as his right to inform subsequent to the conclusion of the electronic contract, the seller's obligation to deliver the identical sale, and the consumer's right to rescind and ensure a safe transfer of the price The product, and these rights at all stages must be supported by strong mechanisms to activate, apply and protect them, and in addition to that, the electronic consumer confidence Ronnie.

Key words: electronic consumer, electronic supplier, risks, electronic transactions, legal protection mechanisms, conclusion of electronic contracts, goods and services, product.