



جامعة الحاج لخضر باتنة -1-
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الحماية القانونية للمستهلك في قانون التجارة الالكترونية الجزائري

مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون الأعمال

إشراف الأستاذة:

خلوي نصير

إعداد الطلبة:

حسين زكريا

محمد الشريف يوسف

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
كباهم سلطانة	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة 1	رئيسا
خلوي نصيرة	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة 1	مشرفا ومقررا
رفيق ليندة	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة 1	مناقشا

دورة جوان

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

{ وما بكم من نعمة فمن الله }

سورة النحل، الآية: 53.

{ وما توفيقي الا بالله عليه توكلت واليه انيب }

سورة هود، الآية: 88.

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر لله الذي أعاننا على إنجاز هذا العمل المتواضع ونتقدم بالشكر

والتقدير والامتنان إلى جميع من مد لنا يد العون والمساعدة وحفزنا لإنجاز هذه

الدراسة، ونخص بالذكر الأستاذة الدكتورة: خلوي نصيرة التي شرفتنا بتأطيرها

لها منا جزيل الشكر والامتنان على كل ما قدمته لنا طيلة هذه الفترة من

توجيهات ومعلومات قيمة

كما نتقدم أيضا بالشكر الجزيل إلى كافة أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية

الذين رافقونا خلال سنوات الدراسة.

كما نتقدم بالشكر للأساتذة الكرام أعضاء المناقشة

والى كل زملائنا الذين رافقونا في هذا المشوار الدراسي

الى زملائي في العمل على مساندتهم ودعمهم

اهداء

أشكر الله الذي منحني الصبر والعطاء وبقدرته أتممت هذا العمل الذي أهدي

ثمرته إلى:

إلى جميع الأهل والأحباب.

إلى كل من علمني حرفاً.

أهدي لهم ثمرة هذا العمل المتواضع.

يوسف محمد الشريف

اهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، اهدي هذا العمل المتواضع الى اهم من

في هذه الدنيا بعد الله عز وجل الى أبي وأمي الكريمين العزيزين حفظهم الله

واطال في عمرهما وجعله لهما زيادة في كل خير

الى كل اخوتي

الى زوجتي الفاضلة رفيقة دربي حفظها الله، والى كل عائلتها

الى اولادي انيس وماريا

الى كل الاهل والاقارب

الى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل من بعيد او قريب

اهدي هذا العمل...

حسين زكريا

لقد أدى التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات الى دخول الأجهزة الإلكترونية في كل مجالات الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات على حد سواء، وقد تنامي في خضم هذه الثورة المعلوماتية استخدام الوسائل الإلكترونية في إنجاز المعاملات والتصرفات القانونية منها ابرام العقود، الذي ساهم في انتشار المعاملات التجارية الإلكترونية عبر شبكة الانترنت.

لقد كان للمعاملات التجارية الإلكترونية دور كبير في تطوير النشاط التجاري بما توفره من مميزات باعتبارها وسيلة عامه للوصول الى الأسواق العالمية في أسرع وقت وبأقل جهد، مما ساهم في انتشار التسوق التجاري عبر الانترنت، الا ان هذه المعاملات لا تخلو من المخاطر التي قد تصيب أطرافها، هذا ما شكل دافعا قويا للدول نحو سن قوانين ملائمة تحمي معاملات التجارة الإلكترونية وتعزز الثقة فيها، من هنا بدأت الحاجة الى حماية المستهلك في السوق الإلكترونية، فنجد أن مختلف التشريعات أولت اهتمام كبير بالمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية في مواجهة الطرف الآخر.

وقد حاول المشرع الجزائري مواكبه هذا التطور الحاصل على المستوى الدولي من خلال تكييف قوانينه في مجال التجارة الإلكترونية، لتستجيب لمتطلبات المعاملات الإلكترونية التي أصبحت واقعا عمليا، وجب تأطيره قانونا فكان لزاما على الدولة الجزائرية، أن تؤسس بيئة قانونية تنظم هذا الموضوع؛ وكان ذلك بإصدار العديد من النصوص القانونية أبرزها القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي نظم هذه المعاملات وسعى من خلالها توفير الحماية اللازمة في جميع مراحل التعاقد للمستهلك الإلكتروني الذي يعد طرفا ضعيفا، ، وذلك بفرض التزامات على المورد الذي يعد طرفا قويا كونه يملك قوة اقتصادية ومعرفة قانونية وخبرة ومعرفة بالسلع والخدمات المعروضة للبيع.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يعالج موضوعا انتشر استخدامه في هذا العصر حيث أصبحت التجارة الإلكترونية واقعا مفروضا.

كما تزداد أهمية الدراسة في البحث عن الضمانات المطلوبة لحماية المستهلك الإلكتروني، نظرا للحاجة الملحة للاستفادة من التطور التكنولوجي في مجال التجارة

الإلكترونية، والدور الحيوي الذي يلعبه في السوق الافتراضي، وهذا يستلزم توفير حماية شاملة للمستهلك لتقليل المخاطر التي قد يوجهها.

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذا البحث الى:

- تسليط الضوء على قانون التجارة الالكترونية رقم 18-05.
- ابراز وقراءة للنصوص القانونية التي تهدف الى حماية المستهلك الإلكتروني.
- توضيح إلى أي مدى ساهم المشرع الجزائري في حماية المستهلك الإلكتروني.

أسباب اختيار الموضوع:

اختيار موضوع حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية جاء نتيجة الرغبة الذاتية في الاطلاع على مجال التجارة الإلكترونية، الذي يعتبر حديث في الجزائر، والتعرف على الحماية القانونية المتاحة للمستهلك الإلكتروني، خاصة وأن هذا التعاقد أصبح ضرورة لا غنى عنها في حياتنا.

أما فيما يخص الأسباب الموضوعية، تجلى اختيار موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية نتيجة لجدية هذا الموضوع، حيث لا يزال يتطلب الكثير من الاهتمام والبحث.

إشكالية البحث:

مما سبق تقديمه فالإشكالية الرئيسية للدراسة هي كالتالي:

ما هي الضمانات القانونية التي أقرها القانون 05/18 لحماية المستهلك

الإلكتروني؟

المنهج المتبع:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لتقديم النصوص التشريعية، والآراء الفقهية في مجال حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، بينما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل هذه النصوص، والآراء بهدف الوصول إلى أفضل الحلول، لكل مشكلة مطروحة في الدراسة، أما بالنسبة للمنهج المقارن فقد تم الاستعانة به لتوضيح مواقف التشريعات المقارنة.

خطة البحث:

لدراسة الموضوع قسمنا هذه الدراسة الى فصلين، وكل فصل، الى مبحثين كما يلي:

الفصل الأول: حماية المستهلك في مرحلة تكوين العقد

المبحث الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد

المبحث الثاني: حماية المستهلك اثناء التعاقد

الفصل الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

المبحث الأول: التزام المورد الالكتروني بالتسليم والضمان

المبحث الثاني: حماية المستهلك وفق القواعد المستحدثة في قانون 05-18

أدى التطور السريع في التكنولوجيا وانتشار الإنترنت إلى فتح أبواب جديدة للتجارة العالمية وجعل الشراء والبيع أمرا سهلا للمستهلكين في أي مكان وزمان. ومع ازدياد النشاط في مجال التجارة الإلكترونية وزيادة الاهتمام بالمعاملات الإلكترونية يجد المستهلك نفسه عرضة لمخاطر عديدة كالتلاعب بحقوقه ومحاولة غشه وخداعه، لذا يجب بذل الجهود للبحث عن وسائل فعالة لحماية حقوق المستهلك وضمان سلامته.

للتعمق أكثر قسمنا هذا الفصل الى مبحثين: نتناول في المبحث الأول حماية المستهلك قبل التعاقد، وفي المبحث الثاني حماية المستهلك أثناء التعاقد.

المبحث الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد

تكون الأعمال التجارية عامة مسبقة بشكل من أشكال الدعاية والإعلان عبر شبكة الإنترنت؛ ويعتبر الإعلان من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة وتحقيق الربح وفي الوقت نفسه وسيلة تكميلية تدفع بالمستهلك للتعاقد، وفي غالب الأحيان يكون هذا الإعلان مغلف بالخداع والتضليل، الأمر الذي دفع بالتشريعات المقارنة إيجاد آليات قانونية لحمايته من هذه المخاطر.

بأن المستهلك المتعاقد عن بعد لا يستطيع تفحص ومعاينة السلع، ألزمت القوانين المهني بضرورة تبصير وإعلام المستهلك.

من خلال ما سبق نقسم هذا المبحث إلى مطلبين نتناول في المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان التجاري وفي المطلب الثاني حق المستهلك في الإعلام.

المطلب الأول: حماية المستهلك من الإعلان التجاري (الإشهار التضليلي)

ازدادت استخدامات الشركات الكبرى لشبكة الإنترنت في تسويق منتجاتها من خلال الإعلانات لتعريف الجمهور بالمنتجات ووجودها، ورغم هذا الانتشار الواسع للإعلانات التجارية فإن ظاهرة التضليل الإعلاني قد برزت بقوة، وبناء على هذا يقسم هذا المطلب إلى الفرع الأول: مفهوم الإعلان التجاري، الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني وشروط صحته، الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلان الكاذب.

الفرع الأول: مفهوم الإعلان التجاري

عرف المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش⁽¹⁾، إذ جاء في المادة 2 فقرة ثمانية ما يلي: "جميع

(1) المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1999، المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، العدد 05، الصادر في سنة 1990، المعدل و المتمم.

الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة للترويج والتسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية".

وعرفته أيضا المادة 3 الفقرة 3 من القانون رقم 2/4 الصادر في 23-6-2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه: «أي إعلان يهدف بشكل مباشر أو غير مباشر للترويج للسلع والخدمات بغض النظر عن المكان أو وسائل الاتصال المستعملة».

أما في التشريع المقارن، نجد أن التوجيه الأوروبي رقم 84/45 CEE المؤرخ في 10-9-1984م المعدل بالتوجيه الأوروبي /2005/29CE والمؤرخ في 11-5-2005 يعتبر الإعلان على أنه أي تواصل بغض النظر عن شكله في إطار أنشطة تجارية أو صناعية أو حرفية أو مهنية حرة، والذي يستهدف تعزيز السلع أو الخدمات بما في ذلك الأموال العقارية وكذلك الحقوق والالتزامات⁽¹⁾.

كما تناول المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية 5/18 من خلال مادته السادسة في الفقرة السادسة على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽²⁾.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني وشروط صحته

سنتناول في هذا الفرع أولا الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني، وثانيا شروط صحته

أولا: الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني

أدى تحديد الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني إلى اختلاف الفقهاء فمنهم من يعتبره إيجاب ومنهم من يعتقد أنه دعوة للتعاقد والتي يمكن تعريفها بأنها الدعوة التي يوجهها شخص إلى آخر أو إلى الجمهور، بغرض دفعهم إلى التعاقد معه، دون تحديد المسائل

(1) يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الدار البيضاء، الجزائر، 2016، ص 62.

(2) عبد الله صفيح، فتحي بن جديد، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 5/18، مجلة

الدراسات القانونية، جامعة يحيى فارس بالمدينة، الجزائر، العدد 02، 2021، صفحة 792.

الجهرية، ومن دون توفر نية الارتباط المباشر في حالة قبول الغير للدعوة، ومن خلال هذا المنطلق فإن الإعلان التجاري إذا لم يتضمن العناصر الجوهرية في التعاقد فهو مجرد دعوة للتعاقد، ويؤيد أصحاب هذا الاتجاه رأيهم بأنه يتوافق مع طبيعة عقود التجارة الإلكترونية، ولكن انتقد هذا الرأي لعدم توافقه مع التطور الذي يشهده الإعلان التجاري الإلكتروني، فقد أصبحت الرسائل الإشهارية تتضمن كل صفات شروط الملزم، وقد اعتبر الإشهار مرحلة مهمة من مراحل العملية التي تسبق التعاقد حتى ولو لم تعتبر دعوة للتعاقد.

بينما يعرف الإيجاب بأنه العرض الذي يصدر من شخص يسمى الموجب، يعبر فيه بشكل نهائي عن رغبته الجادة في إبرام عقد معين، بحيث لا يكون إلا صريحا فإذا كان مصحوبا بقبول مطابق له فقد تم العقد قانونا، وهو بالتالي عرض نهائي يصدر من شخص يدعو الغير إلى التعاقد وفق شروط محددة تشمل كافة العناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه. ولكي يكون الإيجاب ملزما اشترط المشرع الجزائري تحديد أجل صريح أو ضمني، حيث نصت المادة 63 من الفقرة الأولى من القانون المدني: "إذا عين أجل للقبول التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى اقتضاء هذا الأجل" هذا وكما قد يعتبر العديد من الفقهاء أن الإعلان التجاري الإلكتروني إيجابا، وبرروا رأيهم بالقول إن معظم الرسائل الإشهارية تتضمن الصفات الأساسية للإيجاب كونها محددة وحاسمة وهذا الإيجاب موجه للجمهور فمتى اقترن بالقبول كان العقد قائما.

ونجد الرأي الثاني يتفق مع ما جاء به المشرع الجزائري في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية أين ذكر جميع المسائل الجوهرية والأساسية في العرض التجاري الإلكتروني، وهذا دليل على أنه يعتبره إيجابا، وقد جاء في نص المادة المستشهد بها: "يشترط على المورد الإلكتروني تقديم العرض التجاري الإلكتروني بشكل مرئي ومفهوم وسهل القراءة، ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس مقتصرًا على ذلك طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة مع احتساب جميع الرسوم المتعلقة وكذلك حالة توفر السلعة أو الخدمة وتفاصيل الشحن والتسليم إن بما في ذلك المصاريف والمدة المتوقعة".

كما نشير أن المشرع قد تناول مصطلح العرض، وقد أشار إليه بأنه يقصد به الإشهار في الفقرة السادسة من المادة 30 من ذات القانون والتي تناولت الإشهار الإلكتروني⁽¹⁾.

ثانيا: شروط صحة الإعلان الإلكتروني

أشار إليها المشرع الجزائري في المادة 30 من قانون التجارة الإلكترونية والتي سماها مقتضيات الإشهار الإلكتروني، محددة كما يلي:

- ضرورة أن يكون الإعلان ومحددا بوضوح كرسالة إعلانية أو تجارية،
- يسمح بتحديد هوية الشخص المستهدف بها والذي صممت الرسالة من أجله، ويقصد هنا المورد الإلكتروني صاحب الإعلان،
- ألا يخل بالنظام العام والآداب العامة
- شرح الغرض من العرض التجاري (تخفيض أو مكافئة أو عرض تنافسي أو مكافأة أو هدايا أو ترويج).

- التأكد من عدم وجود أي تضليل أو غموض في موضوع الإشهار.

وكما منع المشرع الجزائري في نصف المادة ذاتها الاستبيان المباشر باعتماد إرسال الرسائل الإشهارية وكذا إجبار الموردين على وضع منصة تسمح للمكلفين بقبول أو رفض تلقي الاستبيانات، وتجدر الإشارة إلى أنه يمنع الإعلان عن المنتجات أو الخدمات المحظورة بموجب المادة 3 من الفقرة الثانية من نفس القانون (لعب القمار والرهان، المشروبات الكحولية والتبغ، واليناصيب، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به، كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي).

الفرع الثالث: أليات حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلان التجاري الكاذب

يقصد بالإعلانات الكاذبة والمضللة: "كل أعمال دعائية تعتمد على الكذب والخداع والتضليل سواء كان كلياً أو جزئياً والتي تهدف إلى خلق انطباع غير حقيقي لدى المستهلك

(1) عبد الله صفيح، فتحي بن جديد، مرجع سابق، ص-ص 794-795.

حول عنصر أو أكثر من عناصر السلعة موضوع الإعلان سواء كان هذا العنصر من العناصر الأساسية أم غير الأساسية⁽¹⁾.

ويعرف الإشهار التضليلي بأنه: "الإشهار الذي يكون مقنعا موجهها للعامّة، يتضمن فائدة معينة قصد تضليل مجموعة المستهلكين بإعطاء معلومات خاطئة أو ناقصة أو مبالغ فيها أو لا تحتوي على المعلومات الإلزامية المنصوص عليها قانونا حول المنتج أو الخدمة المعروضة"⁽²⁾.

وعرفه التوجيه الأوروبي رقم 450 الصادر في 10-9-1984 في المادة الثانية للإعلان المضلل أو الخادع.... بأنه أي إعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل، أو قد يؤدي إلى تضليل هؤلاء الذين يوجهوا إليهم الإعلان أو يكمل بعلمهم⁽³⁾.
أوجدت التشريعات المقارنة ثلاث قواعد قانونية لحماية المستهلك من الإعلان التجاري الكاذب تتمثل في:

ضمان نزاهة الإعلان الإلكتروني، وعدم تضليل وإيهام المستهلكين، فرض المشرع على المعلن الالتزام بمجموعة من الشروط والالتزامات مثل:
أولا: وضوح الإشهار الإلكتروني:

ألزمت المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية المورد الإلكتروني بتقديم الإعلانات بطريقة واضحة وخالية من اللبس مما يعني أن يكون مضمون الإعلان واضحا ومفهوما دون أي إشارة غامضة فنصت: يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، كما أدرج المشرع الجزائري في باقي نص المادة مجموعة من البيانات التي يجب ذكرها في الإعلان مما يلزم المورد الإلكتروني بتقديم الإعلان بطريقة واضحة وغير مبهمة، أي أن يكون الإعلان مفهوما وواضحا بالنسبة للمستهلك الإلكتروني، والمقصود بوضوح

(1) عبد الرؤوف حسن أبو حديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، 2019، ص 201.

(2) يمينة حوجو، المرجع السابق، ص 66.

(3) عبد الرؤوف حسن أبو حديد، المرجع السابق، ص 208.

الإشهار أن تكون دعايته الإلكترونية غير غامضة وأن يتضمن الإعلان البيانات الكافية حول السلعة أو الخدمة المعروضة، وذلك لتمكين المستهلكين من فهمها واتخاذ القرارات بشكل مدروس.

ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني المضلل:

ينص قانون التجارة الإلكترونية في المادة 30 الفقرة السادسة على منع الإعلان الإلكتروني المضلل والغامض حيث يعرف الإعلان المضلل بأنه الذي يقدم بيانات كاذبة ويصاغ في عبارات تؤدي إلى خداع المتلقي ولذلك يقع الإعلان في منطقة رمادية تقع بين الإعلان الكاذب والإعلام الصادق وكذلك هو الإعلان الذي يتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج.

ثالثاً: الرقابة على الإعلان المقارن:

الإعلان المقارن يبرز علامة تجارية عن طريق مقارنة مواصفاتها وخصائصها مع العلامات التجارية الأخرى المنافسة، ويعتبر الإعلان المقارن غير مشروع في حالة تسببه في تضليل المستهلكين وتشويشهم وذلك من خلال توجيه معلومات وشروط مغلوبة بهدف إقناعهم بالتعاقد بطريقة غير صحيحة، أما إذا كان الهدف من الإعلان هو تشويه قيمة السلع والخدمات التجارية المنافسة فإنه يعتبر إعلاناً مقارناً، يهدف إلى تشويه سمعة المنتجات المنافسة وخلق لبس لدى المستهلكين، كما تعتبر في بعض التشريعات الأجنبية الإعلانات المقارنة مقبولة ومفيدة للمستهلك، كالقانون الأمريكي والهولندي، والسويسري، ومنها من أجازته وفق شروط معينة كالقانون الفرنسي⁽¹⁾.

الفرع الرابع: الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب أو المظلل

سنتطرق في هذا الفرع إلى: أولاً دعوى التنفيذ العيني للالتزام التعاقدية، ثانياً دعوى تدليس، ثالثاً حق المستهلك في إبطال العقد، رابعاً حق المستهلك في الحصول على التعويض.

(1) عبد الله صفيح، فتح بن جيد، المرجع السابق، ص-ص 798-799.

أولاً: دعوى تنفيذ العيني للالتزام التعاقدى

يحق للمستهلك المتضرر من الإعلان الإلكتروني الخادع المطالبة بالتنفيذ العيني للعقد من المعلن، استناداً إلى مبدأ حسن النية في المعاملات، الذي يلزم المدين بتنفيذ التزامه بطريقة تعكس نية الطرفين أثناء التعاقد، وذلك بتسليمه السلعة أو القيام بالخدمة وفقاً لما تمكنه الرسالة الإشهارية ووفقاً للعقد المبرم بينهما، وذلك وفقاً لنص المادة 164 من القانون المدني¹ "يجبر المدني بعد إعداره طبقاً للمادتين 180 و181 على تنفيذ إلتزامه تنفيذاً عينياً متى كان ذلك ممكناً" ويجوز للدائن بعد موافقة القاضي الحصول على سلعة أو خدمة مماثلة على حساب المدين في حال عدم تنفيذ المدين لالتزامه وهذا عملاً بنص المادة 170 من القانون المدني الجزائري التي تنص على: "إذا تخلى المدين عن تنفيذ التزامه بالعمل يحق للدائن طلب ترخيص من القاضي لتنفيذ التزام المدين على نفقته شريطة أن يكون ذلك ممكناً". ولتقديم دعوى تنفيذ العقد يجب توفر الشروط الشكلية العامة مثل: الصفة، المصلحة، الأهلية، بالإضافة إلى الشروط الخاصة كالإختصاص النوعي والإقليمي، وضرورة تقديم الدعوى في المدة المحددة بموجب قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

ثانياً: دعوى التدليس

دعوى التدليس تعد آلية قانونية يوفرها المشرع لحماية المستهلك الذي وقع ضحية التدليس في عقد تم التعاقد عليه بناء على إعلان كاذب أو مضلل عبر الإنترنت، والهدف من دعوى التدليس هو إبطال العقد وتحرير الطرف المتأثر من التزامه. والتدليس بوصفه عيباً من عيوب الإرادة، يعني استخدام شخص وسائل غير صادقة لإيقاع شخص آخر في غلط، بدفعه إلى إبرام تصرف قانوني أو إيهاام الشخص بأمر مخالف للحقيقة عن طريق استعمال طرق احتيالية بقصد دفعه إلى إبرام العقد.

¹ القانون رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، جريدة رسمية، عدد 78، لسنة 1975.

ولقد نصت المادة 86 من القانون المدني الجزائري على "إمكانية إبطال العقد بسبب التدليس في حال استخدام أحد المتعاقدين أو وكيله لحيل جسيمة كافية لجعل الطرف الآخر يوافق على العقد لولا تلك الحيل، كما يعتبر السكوت تدليسا إذا ثبت أن المدلس كان يجب عليه الإفصاح عن حقائق مهمة لتبرير إبرام العقد ولكنه لم يفعل ذلك بنية إخفائها عن الطرف الآخر". ولإثبات دعوى التدليس وجواز تبعتها ينبغي توفر شروط مادية ومعنوية، من الشروط المادية استخدام وسائل احتيالية مثل تقديم معلومات مضللة ومن الشروط المعنوية وجود نية قصد التدليس، وأن يكون التدليس السبب المحرك للتعاقد⁽¹⁾.

ثالثا: حق المستهلك في طلب إبطال العقد

تمنح التشريعات الجزائرية الحق في إبطال العقد للطرف الذي يكون ضحية التدليس، مما يعني استعادة الأطراف المتعاقدة لحالتهم قبل التعاقد، ونتيجة لذلك يحق للمستهلك الذي وقع ضحية لإعلان كاذب أو مضلل عبر الإنترنت طلب إلغاء العقد وفقا لأحكام التدليس، وبناء على ذلك يمكن للشخص المتضرر المطالبة بإبطال العقد ومطالبة التعويض عن الأضرار التي تلحق به نتيجة العقد، وعندما يتم فسخ البيع، يلزم البائع بإعادة الثمن أو الأقساط التي تلقاها من المستهلك، بينما يجب على المستهلك في المقابل أن يرجع المنتج غير المطابق للمواصفات المحددة في الإعلان".

وما يمكن الإشارة إليه، أنه يجب على القاضي الذي يطلب منه فسخ العقد أن يمارس سلطته التقديرية بعناية ولا يكون ملزم بالحكم بالفسخ إلا بعد اتخاذه قرارا مستندا إلى تقديره لظروف العقد، فقد يقرر القاضي بدلا من هذا الفسخ الاكتفاء بالحكم بالتعويض إذا لم تكن هناك مبررات كافية لإلغاء العقد.

(1) صليح بنقلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، العدد 17، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019، ص-ص 104-105.

رابعاً: حق المستهلك في الحصول على التعويض

الإعلان الكاذب أو المظلل يتضمن في جوهره خطأ يرتكبه المعلن حيث يقوم بخداع المستهلك عبر تقديم صفات مبالغ فيها للسلعة أو الخدمة المعلن عنها ، هذه الصفات قد لا تتوافق مع الحقيقة ، وتكون مهمة للمستهلك أو تشجيعه على القيام بالتعاقد، وعندما يكون هناك اختلاف بين ما تم الإعلان عنه بخصوص السلعة أو الخدمة ويبين حالتها الفعلية، قد يتسبب ذلك في حدوث ضرر للمستهلك ، في هذه الحالة تتكامل شروط المسؤولية العقدية للمعلن، وبناء على ذلك يحق للمستهلك رفع دعوى للتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة للإعلان الكاذب أمام القضاء المدني ،بعد إثبات توافر عناصر المسؤولية المدنية لدى المعلن، من خلال إثبات وجود الخطأ والضرر والعلاقة السببية⁽¹⁾.

المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

يعتبر إعلام المستهلك أحد الوسائل الفعالة قانونياً لحمايته خلال التعاقد عبر الإنترنت. ويمتد هذا الالتزام ليشمل مجموعة واسعة من المسائل وعليه، يقسم هذا المطلب إلى الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام، الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام، الفرع الثالث: شروط الالتزام بالإعلام، الفرع الرابع: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

الفرع الأول: مفهوم للالتزام بالإعلام

سننتظر في هذا الفرع إلى التعريف الفقهي القانوني للالتزام بالإعلام، ثم التعريف به في التشريع الجزائري.

أولاً: التعريف الفقهي القانوني للالتزام بالإعلام

عرف بعض فقهاء القانون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني أنه: "منح المستهلك كل المعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد سلماً أو إيجاباً"⁽²⁾.

(1) خلوي نصيرة، آليات حماية المستهلك من الإعلان التجاري عبر الإنترنت، مجلة تجسير الأبحاث والدراسات متعددة التخصصات، جامعة باتنة 1، العدد 1، 2023، ص 119، 120.

(2) الزهرة جقريف، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمان المستهلك الإلكتروني، دراسة على ضوء القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، العدد 51، جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية، 2020، ص 714.

وكما عرفه البعض الآخر من الفقهاء أنه: "التزام يقع على عاتق الطرف الآخر الذي يتعاقد من خلال الوسائل الحديثة، أن.... المستهلك بكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد قبل التعاقد وفي مرحلة إبرام وتنفيذ العقد بناء على إرادة حرة...."⁽¹⁾.

ثانياً: تعريف الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري

عرف المرسوم التنفيذي رقم 378/13 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك² الإعلام في نص المادة 15/3 منه بقولها: "الإعلام حول المنتجات هو كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الهاتفي"⁽³⁾.

الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني

يتمثل مضمون الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الإلكتروني في تحديد شخصية المورد الإلكتروني والصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة وتحديد بنود وشروط العمل.

أولاً: تحديد شخصية المورد الإلكتروني

إن تحديد هوية المورد الإلكتروني يجعل المستهلك على علم بوضعه، كما أن الاعتبار الشخصي للبائع قد يكون مصدراً أساسياً للمتعاقد، حيث يوفر له عنصر الأمان والضمان، خاصة وأن ذلك تم عن بعد، بالإضافة إلى أهمية ذلك في تحديد المركز القانوني للمستهلك، ومدى وضوح التزامه ومدى إمكانية تنفيذه.

ومن أجل تحديد هوية المورد الإلكتروني فرض المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽⁴⁾، على كل تاجر طبيعي أو معنوي يريد مزاوله التجارة الإلكترونية أن يقوم بتسجيل نفسه في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية

(1) عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص 101.

(2) المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 9-11-2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية، العدد 58، الصادر في سنة 2013.

(4) القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر في سنة 2018.

والحرفية، وألزمه بوضع اسم موقعه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري قبل ممارسة العمل التجاري الإلكتروني كما أنشأ بطاقة وطنية لدى مصالح المركز الوطني تضم أسماء الموردين الإلكترونيين، على أن تنتشر هذه البطاقة عن طريق الوسائل الإلكترونية في متناول المستهلك الإلكتروني للتأكد من هوية المورد الإلكتروني، كما ألزم المشرع المورد أثناء تقديمه للعرض التجاري الإلكتروني أن يذكر رقم التعريف الجبائي، العنوان المادي والإلكتروني، رقم الهاتف، رقم التسجيل التجاري، أو رقم البطاقة المهنية للحرفي⁽¹⁾.

ثانياً: الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة

إن الإعلام عن الصفات أو الخصائص المتعلقة بالمنتج المباع هو بمثابة دافع لجذب المستهلك إلى التعاقد، كما هو جوهر الالتزام بالإعلام، في إطار ما قد يحدث من غش وتقليد، ويتم إعلام المستهلك من خلال قيام البائع بوضع معلومات حول منتجاته على الإنترنت، وذلك ليستطيع المستهلك معاينتها من خلال الحاسوب مثلا المتصل بالشبكة، فإذا كان محل العقد سلعا معنوية كبرامج الحاسوب فيجب تنزيله مباشرة على جهاز المتعاقد لحمايته من الاحتيال والقرصنة الإلكترونية، أما إذا كانت سلعة مادية فإن وصفها يكون بعرضها على شبكة الإنترنت وبيان صفاتها كاملة، من حيث الحجم والوزن ودرجة الجودة إلى جانب عرض صورها.

كما ألزم المشرع الجزائري بموجب القانون 05/18 على المورد الإلكتروني التصريح بالصفات الأساسية للمنتج قبل إبرام العقد الإلكتروني، حيث جاء في المادة 11 من القانون على ضرورة تقديم العروض التجارية الإلكترونية بشكل مرئي ومفهوم وسهل القراءة، ويجب أن تتضمن على الأقل معلومات مثل طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المعروضة، بالإضافة إلى معلومات أخرى ليست مقتصرة على ذلك.

(1) بنت الخوخ مريم، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية،

ونص المادة 2/12 و 3 وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يجب تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة، والتحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني⁽¹⁾.

ثالثا: تحديد بنود وشروط العقد

يتكون هذا الالتزام من إعلام المستهلك الإلكتروني بمجموعة من البيانات الخاصة بالعقد وشروطه سواء كانت هذه الشروط تتعلق بمرحلة التعاقد أو بالمرحلة التالية لتنفيذ شروط العقد، وقد أكد المشرع الجزائري بموجب القانون 5/18 على وجوب إعلام المستهلك الإلكتروني بشروط العقد، وهي شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، ووصفا كاملا لمختلف مراحل تنفيذ العقد التعامل الإلكتروني، شروط فسخ العقد عند الضرورة، شروط ومواعيد الإلغاء عند الضرورة، طريقة تأكيد الطلب، موعد التسليم، الشروط العامة للبيع وطريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا، طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه⁽²⁾.

سنتناول في هذا الفرع أولا جهل المستهلك بالمعلومات محل الالتزام التي تؤثر في رضاه في العقد، ثانيا علم المورد بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد

الفرع الثالث: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

سنتناول في هذا الفرع الأسباب التي تمنع المستهلك من الاعلام، والالتزام المورد بان يكون على دراية بالمنتج.

أولا: جهل المستهلك بالمعلومات محل الالتزام التي تؤثر في رضاه بالعقد

تعود الأسباب التي تمنع المستهلك من الاطلاع على البيانات العقدية إلى فرضين إحداها الجهل القائم على استحالة معرفة الطرق الآخر بالبيانات العقدية، والذي يختلف لأسباب تتعلق بالشيء محل التعاقد، تتعلق بالوضع القانوني أو المادي للشيء أو طرق استخدامه، وهو ما يسمى بالاستحالة الموضوعية، وأسباب تتعلق بشخص الدائن بهذا

(1) شيهاني سمير، عباس ريمة، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في القانون التجاري الإلكتروني الجزائري 05/18، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، العدد 02، 2023، ص 546.

(2) الزهرة جعريف، المرجع السابق، ص 720.

الالتزام (المستهلك) وهي ما تسمى بالاستحالة الشخصية، كأن يكون الشخص المقبل على التعاقد لديه خبرة قليلة في موضوع المعاملة، إلى الحد الذي يجعله غير قادر على فهم هذه المعلومات أو فهم محتواها بنفسه، وهذا ما يسمى بالوصف غير المهني فيما يتعلق بمجال المعاملة.

أما الفرضية الثانية فتتطلب حالة من الجهل المبني على اعتبارات الثقة المشروعة، وذلك بسبب الثقة التي يولدها المقبل على العقد في شخص الطرف الآخر، مما يؤدي إلى قيام المورد من تلقاء نفسه بالوفاء بالتزامه بالإعلام بشكل كامل وواضح، وتنشأ اعتبارات الثقة المشروعة إما بسبب طبيعة العقود، وخاصة العقود التي لها صفة وحدة المصالح بين أطراف العقد، مثل عقد الوكالة، وذلك لتوافر صفة معينة من الأطراف المقبلة على التعاقد⁽¹⁾.

ثانياً: علم المورد بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد

يجب على المورد أن يكون على دراية بمحتوى البيانات والمعلومات، وأن يكون لهذه المعرفة تأثير على الطرف الآخر، وبموجب هذا الالتزام يقع على عاتق مقدم السلعة أو الخدمة ومن في حكمه، باعتباره حائزاً له وخبيراً فيه، فإنه يتاح له الوصول إلى العديد من سبل المعرفة، مما يؤدي إلى حصوله علم كبير من المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، والتي يجب تقديمها للطرف الآخر الذي يجهل هذه المعلومات لتتویر إرادته وتصحيح رضاه عن التعاقد⁽²⁾.

الفرع الرابع: جزء الإخلال بالالتزام بالإعلام

يتمثل جزء الإخلال بالالتزام بالإعلام في إبطال العقد والتعويض.

أولاً: إبطال العقد الإلكتروني

إن المستهلك الإلكتروني معرض للوقوع في عيب الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية، وذلك بسبب إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته والتي تتمثل في إعلامه وتصحيح إرادته، ولقد

(1) بنت الخوخ مريم، المرجع السابق، ص 72.

(2) المرجع نفسه، ص 73.

أجاز المشرع الجزائري بموجب نص المادة 14 من القانون 5/18 للمستهلك الإلكتروني الذي وقع في عيب من عيوب الإرادة، المطالبة بإبطال العقد الإلكتروني إذ تنص المادة 13 على: "في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 والمادة 13 يحق للمستهلك الإلكتروني طلب إبطال العقد والمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تكبدها".

ثانيا: التعويض

يعود أساس الحكم بالتعويض إلى تحقيق الضرر، إذ لا تعويض دون ضرر وأسباب طلب التعويض تعود إلى الأمور الآتية:

- قد تكون عقوبة البطلان غير متناسبة مع الخطأ الذي ارتكبه التاجر لذا يجب أن تقابله عقوبة أشد أو عقوبة تعتبر مكملة له، أي إبطال العقد بالإضافة إلى التعويض.
 - من الممكن أن تتواجد شروط الإبطال ولكن المستهلك لا يطلبه ولا يؤثر الإبقاء على العقد، رغم حدوث أضرار له.
 - عدم كفاية جزاء البطلان في تعويض المتعاقد عما أصابه من أضرار.
- ومما لا شك فيه أن عدم تنفيذ المورد الإلكتروني لالتزامه السابق بالإعلام من شأنه تضليل المستهلك الإلكتروني، وإجباره على إبرام العقد دون إرادته الحقيقية، مما يؤدي إلى إلحاق أضرار بالمستهلك الإلكتروني، وقد رتب المشرع الجزائري التعويض من أجل جبر الضرر الذي يلحق بالمستهلك الإلكتروني حسب ما ورد في نص المادة 14 من القانون 05/18.

المبحث الثاني حماية المستهلك الإلكتروني أثناء التعاقد

العقود التي تبرم عبر الانترنت في الغالب تكون نموذجية، لا يحق للمستهلك مناقشتها، هذا ما استدعى القوانين المقارنة فرض نصوص قانونية تهدف الى حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

هذا واثناء التعاقد يقوم المستهلك بالتصريح بمعلومات شخصية، قد يسييس المهني التعامل معها، لذلك نجد قوانين التجارة الالكترونية تضع قيود واليات لعدم التلاعب بالمعلومات الشخصية للمستهلك.

مما سبق نقسم هذا المبحث الى مطلبين، نتناول في المطلب الأول: حماية المستهلك من الشروط التعسفية وفي المطلب الثاني: حماية البيانات الشخصية للمستهلك.

المطلب الأول حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

يعتبر المستهلك الإلكتروني طرفا ضعيفا في مرحلة تنفيذ العقد، ولهذا يتمتع بحماية خاصة ضد الشروط التعسفية، وعلى هذا يقسم هذا المطلب إلى (الفرع الأول) مفهوم الشروط التعسفية، (الفرع الثاني) صور الشروط التعسفية، (الفرع الثالث) رقابة الشروط التعسفية.

الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسف

سنتطرق في هذا الفرع أولا التعريف الفقهي للشروط التعسفية، وثانيا الى تعريف الشرط التعسفي في القانون الجزائري.

أولا: التعريف الفقهي للشروط التعسفية

عرف جانب من الفقه الشروط التعسفية بأنها: "الشروط التي تمت صياغتها بشكل فردي في وقت مبكر أو سابق على إبرام العقد مع عدم إمكانية التفاوض بشأنها في وقت لاحق". وكما عرفه جانب آخر من الفقه بأنه: "بند في العقد يؤدي إلى اختلال توازنه اشترط الطرف القوي في العقد بما له من نفوذ اقتصادي ، بهدف تحقيق ميزة مفرطة له على حساب الطرف الآخر دون مقتضى"⁽¹⁾.

(1) عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص 360.

ثانيا: تعريف الشرط التعسفي في القانون الجزائري

عرف المشرع الجزائري من خلال المادة 3، الفقرة 5 في القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽¹⁾، الشرط التعسفي على أنه: "كل بند أو شرط، بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها الإخلال بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

الفرع الثاني: صور الشروط التعسفية

المادة 29 من القانون الجزائري 02/04 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية⁽²⁾، تنص على الشروط التعسفية التي يجب أن يحترمها. العون الاقتصادي في عقود مع المستهلك، وبالرجوع إلى المادة 29 من القانون رقم 02/04 حدد الشروط التعسفية والتي تتمثل في:

- أخذ حقوق أو امتيازات لا تقابلها حقوق أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.
- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين يحتفظ المورد بحق التعاقد في أي وقت شاء.
- تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج أو الخدمة دون موافقة المستهلك.
- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلتزم المورد بالتزاماته
- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا خالف أي من الأطراف الالتزامات التي في ذمته.
- التفرد بتغيير آجال تسليم المنتج أو إي جالي تنفيذ الخدمة.

(1) القانون رقم 02 /04 المؤرخ في 23-6-2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد 41، الصادر سنة 2004.

(2) المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 56، الصادر سنة 2006.

– التهديد بقطع العلاقة التعاقدية إذا رفض المستهلك الالتزام بشروط التجارية الجديدة وغير متكافئة، وفقا لنص المادة 1/88 على أنه: يمكن إبطال العقد بسبب الإكراه إذا تعاقد الشخص تحت تأثير خوف واضح نتيجة لتهديد من الطرف الآخر دون وجود حق له في ذلك..."

إن هذه الشروط التعسفية المذكورة، على سبيل المثال، لا على سبيل الحصر.

أضافت المادة خمسة من المرسوم التنفيذي رقم 06 و 306 للمادة 30 من القانون رقم 02/04 المعدل، والمتمم البنود التعسفية المتمثلة في:

- تقليص العناصر الأساسية للعقود المذكورة في المادتين 2 و 3 أعلاه.
- الاحتفاظ بحق تعديل العقد أو فسخه بصفة منفردة بدون تعويض للمستهلك.
- عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ العقد إلا بمقابل دفع التعويض.
- التخلي عن مسؤوليته بصفة منفردة بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته.
- النص في حالة الخلاف مع المستهلك على التخلي هذا الأخير عن اللجوء إلى أي وسيلة طعن ضده.
- فرضه بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد.
- الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من طرف المستهلك في حالة ما إذا يمتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في التعويض في حالة ما إذا تخلع العون الاقتصادي هو بنفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه.
- تحديد مبلغ التعويض الواجب دفعه من طرف المستهلك الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته، دون أن يحدد مقابل ذلك تعويضا يدفعه العون الاقتصادي الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته.
- فرض واجبات إضافية غير مبررة على المستهلك.
- الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب المستحقة بغرض التنفيذ الإجباري للعقد، دون أن يمنعه نفس الحق.

- يعفي نفسه من الواجبات المترتبة عن ممارسة نشاطاته.
- يحمل المستهلك عبء الواجبات التي تعتبر من مسؤولياته⁽¹⁾.

الفرع الثالث: رقابة الشروط التعسفية

في هذا الفرع سنتناول أولاً انشاء لجنة لمراقبة الشروط التعسفية في العقود اما ثانيا رقابة القضاء على الشروط التعسفية في العقد

أولاً: انشاء لجنة لمراقبة الشروط التعسفية في العقود:

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 306/6 قام المشرع الجزائري بإنشاء لجنة الشروط التعسفية التي تلعب دوراً فعالاً في حماية المستهلكين من الشروط غير العادلة التي تبرم بينهم وبين الأعوان الاقتصاديين.

وتنشأ هذه اللجنة على مستوى وزارة التجارة (المادة ستة من المرسوم التنفيذي رقم 306/6، 2006).

1-تشكيلة لجنة الشروط التعسفية:

حسب نص المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 306/6 تتكون لجنة الشروط التعسفية من 7 أعضاء، حيث يتم تعيينهم بقرار من الوزير المكلف بالتجارة بناء على ترشيح من الوزراء والجهات المعنية، لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد. وتتمثل تشكيلة اللجنة من الأعضاء التالية:

ممثل عن الوزير المكلف بالتجارة في مجال الممارسات التجارية كرئيس وممثل عن وزير العدل وهو مختص في قانون العقود، وعضو واحد من مجلس المنافسة وعضوين من المتعاملين الاقتصاديين يكونان عضوين في الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة ومؤهلين في مجال قانون الأعمال والعقود، ومن ممثلين عن جمعيات حماية المستهلكين ذات طابع وطني ويمكن للجنة الاستعانة بأي شخص آخر يمكن أن يفيدها.

(1) آمال بوهنتالة، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 03، جامعة باتنة 1، الجزائر، سنة 2021، ص 835-836.

2: مهام لجنة الشروط التعسفية:

تتلقى لجنة الشروط التعسفية إشعارات متعددة بشأن وجود شروط تعسفية في العقود حيث تقدم هذه الإخطارات غالبا من قبل المتضرر الأول سواء كان مستهلك أو طرف آخر في العقد بالإضافة إلى إشعارات من جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية ومن المؤسسات ذات الاهتمام بكشف الشروط التعسفية في العقود، وبمقتضى هذا الإخطار تقدم لجنة الشروط التعسفية توصيات إلى وزير التجارة والجهات المعنية دون أن تكون لها صلاحية قانونية للتمثيل القضائي نيابة عن المستهلك

وكما تعتبر لجنة الشروط التعسفية جهة استشارية فقط وما تصدره من محاضر وتوصيات غير ملزم للأطراف في العقود، ومن مهام اللجنة أيضا إقامة دراسات وخبرات لتتوير المستهلك حول شروط التعسفية في العقود.

ثانيا: رقابة القضاء على الشروط التعسفية في العقد

إن العقود التي تتم بين المستهلك والطرف الآخر أي المتدخل، خاصة تلك التي تبرم عبر شبكة الإنترنت قد تحتوي على شروط يفرضها الطرف الأقوى دون إمكانية المفاوضة عليها، لهذا نص المشرع الجزائري في المادة 110 من القانون المدني: "إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية اجاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو يعفي الطرف المدعن منها وذلك لما تتضمن به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك".

نستنتج من خلال هذا النص أن المشرع أقر بوجود شروط تعسفية في عقد الإذعان، وتوضح الخيارات المتاحة للقاضي في معالجة هذه الشروط وتشتمل تعديل العقد أو إعفاء الطرف المدعن من هذه الشروط، دون أن يكون للقاضي صلاحية تلقائية في إلغاء هذه الشروط، ولكن يجب أن يكون طلب تعديلها أو إعفائها من الطرف المدعن في العقد. كما تؤكد المادة 30 من القانون 2/4 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على أهمية تنظيم العقود وتحديد الشروط الأساسية لها، ومنع تضمين الشروط التعسفية، وتحظر في هذه المادة أيضا العمل ببعض الشروط في مختلف أنواع العقود التي قد تعتبر تعسفية.

كما ترفع بعض الآراء دعوة لمنح القاضي سلطة التقدير للتدخل والتعديل أو إلغاء الشروط التعسفية خلال نظره في دعاوى التنفيذ أو فسخ العقد، مستلهمة من تشريعات بعض الدول الأوروبية كالتشريع الفرنسي.

وبناء على الجانب الجزائري، عندما يكتشفوا الموظفون المكلفون بمعاينة المخالفات وجود الشروط التعسفية في العقد، يدرجون ملاحظاتهم في محاضر المعاينة ويرسلونها إلى المدير الولائي المسؤول عن التجارة، وبعد ذلك يقوم المدير بتحويل هذه المحاضر إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً.

كما اعتبر المشرع إدراج الشرط التعسفي من قبل المتدخل ممارسة تعاقدية تعسفية ورتب لها عقوبة تمثلت في غرامة قدرت بـ 50,000 دج إلى 5,000,000 دج (القانون رقم 2/4، 2006)⁽¹⁾.

المطلب الثاني: حماية البيانات الشخصية للمستهلك

أصبحت حماية البيانات الشخصية موضوعاً مثيراً للجدل في العصر الرقمي، خصوصاً مع مشاركة الكثير من الأفراد مسائلهم الخاصة عبر الشبكات الاجتماعية. وقبل البحث في كيفية حماية البيانات الشخصية للمستهلك يجب أولاً تعريف البيانات الشخصية الفرع الأول أنواع البيانات الشخصية الفرع الثاني شروط الوفاء بالتزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك الفرع الثالث والحماية القانونية للبيانات الشخصية الفرع الرابع.

الفرع الأول: تعريف البيانات الشخصية.

يمكن تعريف البيانات الشخصية بأنها أي معلومات تتعلق بشخص طبيعي محدد، أو يمكن تحديد موضوع البيانات بشكل مباشر أو غير مباشر⁽²⁾.

(1) حدوش كريمة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، مجلة السياسة العالمية، العدد 02، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2022، ص 753-754.

(2) مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية الدولية للبيانات الشخصية عبر الإنترنت بين القانون الدولي الاتفاقي والقانون الوطني، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 67.

كما عرف المشرع الجزائري البيانات الشخصية في الفقرة الأولى من المادة الثالثة من قانون رقم 07/18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي⁽¹⁾ بأنها: " كل معلومة، بغض النظر عن دعامتها، متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف والمشار إليه أدناه الشخص المعني... ونصت الفقرة الثانية من نفس المادة الشخص المعني... كل شخص طبيعي..."

الفرع الثاني: أنواع البيانات الشخصية

البيانات الشخصية تتنوع حسب طبيعتها وحساسيتها، فمن حيث طبيعتها يمكن تقسيمها إلى ما يلي:

– **البيانات ذات الطبيعة الاسمية:** مثل الاسم أو اللقب، تعتبر حاسمة لتمييز الأفراد، حيث يمثل كل منها هوية الشخص. في حال غياب أي من هذين العنصرين، يصعب التمييز بينه وبين الآخرين بسهولة، ويعكس الاسم بمفهومه الضيق اسم الفرد، بينما يعكسه بمفهومه الواسع الاسم العائلي أو اللقب، فأوجب القانون ضرورة حماية البيانات الشخصية، بما في ذلك الأسماء والعناوين وعناوين البريد الإلكتروني والمعلومات الحساسة، مثل السجلات الجنائية، والصور الشخصية، والحالة الاجتماعية والمهنية، وذلك لضمان خصوصية الأفراد، ومنع سوء استخدام البيانات.

– **المعلومات الاسمية غير المباشرة:** مثل رقم الضمان الاجتماعي رقم بطاقة التعريف الوطنية، رقم الهاتف كلمات المرور السرية، ورقم الحساب البنكي، وبصمة الأصبع والبصمة الوراثية، والمعطيات البيولوجية والبيومترية وكل المعطيات ذات الصلة من قريب أو بعيد بالشخص.

أما من حيث حساسيتها، فتتقسم إلى:

(1) القانون رقم 07/18 المؤرخ في 18-7-2018م، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34 الصادر لسنة 2018.

– البيانات الشخصية الحساسة: نص المشرع الجزائري على المعطيات الشخصية الحساسة، وذلك في نص المادة ثلاثة الفقرة ستة من القانون 07/ 18 بأنها: معطيات ذات طابع شخصي تبيّن الأصل العرقية، أو الإثني أو الآراء السياسية، أو القناعات الدينية أو الفلسفية، أو الانتماء النقابي للشخص المعنوي، أو تكون متعلقة بصحته، بما فيها معطياته الجينية.

– البيانات الشخصية غير حساسة:

تعرف المادة 3 الفقرة 1 من القانون رقم 07/18، البيانات غير الحساسة على أنها جميع المعلومات التي تمكننا من تحديد الشخص والتعرف عليه، وذلك من خلال مظاهر شخصية مرتبطة بالهوية البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية.

وكما نصت المادة الثالثة من القانون 07/18 على البيانات ذات الطابع الجيني والبيانات في مجال الصحة، حيث عرفت المعطيات الجيني بأنها كل معطيات متعلقة بالصفات الوراثية لشخص أو عدة أشخاص ذوي قرابة. أما المعطيات في مجال الصحة فهي كل معلومة تتعلق بالحالة البدنية أو العقلية للشخص المعني بها. بما في ذلك معطياته الجينية⁽¹⁾.

الفرع الثالث: شروط الوفاء بالتزام المورد الإلكتروني بحماية البيانات الشخصية للمستهلك

سنتطرق في هذا الفرع أولاً اعلان المورد الإلكتروني على البنود الخاصة بحماية البيانات الشخصية للمستهلك اما ثانياً التقيد بضوابط معالجة البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

1 : إعلان المورد الإلكتروني على البنود الخاصة بحماية البيانات الشخصية للمستهلك:

تنص المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية على ضرورة أن يتضمن العرض الإلكتروني للمورد الإلكتروني بياناً بشروط البيع العامة، ولا سيما البنود المتعلقة بحماية البيانات

⁽¹⁾مقدم الياسين، حماية البيانات الشخصية للمستهلك في العقد الإلكتروني، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد، 02 جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2023، ص 1067.

الشخصية وعلى هذا الأساس، يجب أن يتوفر على موقع المورد الإلكتروني عرض للإجراءات المتعلقة بحماية البيانات الشخصية للمستهلك المتعاقد معه، بناء على ذلك، يجب على المورد الإلكتروني توضيح سياسة الخصوصية التي يتبعها من خلال توفير معلومات كافية حول كيفية نقل البيانات، وكيفية استخدامها، والتدابير المتخذة لحمايتها، بالإضافة إلى توضيح الخيارات المتاحة للأفراد للوصول إلى بياناتهم الشخصية. وضمان عدم كشفها للأطراف الثالثة دون موافقة المعني.

2 التقيد بضوابط معالجة البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

نص المشرع الجزائري في المادة 26 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع البيانات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات للزيائن والزيائن المحتملين إلا يجمع إلى البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية كما يجب عليه الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات.

- ضمان أمن نظام المعلومات وسرية البيانات
- الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.
- يتم تحديد كيفية تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقا للتشريع المعمول بهما.

بناء على ما تضمنته المادة السابقة، يمكن استنتاج أن المشرع وضع شروطا لحماية بيانات المستهلكين الإلكترونيين ذات الطابع الشخصي، وبالتالي السماح للمورد بجمع هذه البيانات بعد الحصول على موافقة المستهلكين، لا يعني بالضرورة أن هذه المعلومات أصبحت عامة بل تبقى محمية بموجب الشروط المحددة ورضا المستهلك على تخزين معلوماته لدى المورد لا يعني أنه يوافق على نقلها أو مشاركتها مع العامة بحيث يفرض المشرع للموردين الالتزام بضمان أمان وسرية هذه البيانات.

بناء على ذلك، يقوم قانون التجارة الإلكترونية بتحديد بعض العقوبات على الموردين الإلكترونيين في حالة خرقهم للالتزامات بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك. ومثال ذلك

ما جاء في نص المادة 39 من القانون 05 18، التي تنص على إنه يعاقب بغرامة من 50,000 دينار جزائري إلى 500,000 دينار جزائري، كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون....." (1).

الفرع الرابع: فعالية الحماية القانونية للبيانات الشخصية في عقود التجارة الإلكترونية

سنقسم هذا الفرع أولاً إجراءات الحماية المدنية للبيانات الشخصية في عقود التجارة الإلكترونية وثانياً إجراءات الحماية الجزائية للبيانات الشخصية في عقود التجارة الإلكترونية أولاً: إجراءات الحماية المدنية للبيانات الشخصية في عقود التجارة الإلكترونية تكون على النحو التالي:

1 - حق المستهلك المتضرر في المطالبة بإبطال العقد الإلكتروني:

يتيح المشرع للمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية الدفاع عن حقوقه الشخصية عن طريق رفع دعوى لإبطال العقد الإلكتروني أمام القضاء المدني في حالة انتهاك العقد لهذه الحقوق، وفقاً لما جاء في نص المادة 14 من القانون 05/18، عندما يخالف المورد الإلكتروني. أحكام المادة 10 التي تشير إلى ضرورة توثيق المعاملة الإلكترونية من قبله بموجب عقد إلكتروني معتمد من قبل المستهلك الإلكتروني بالإضافة إلى ذلك، وفقاً لأحكام المادة 13 التي تتعلق بضمان أمن وسرية المعاملة الإلكترونية من قبل المورد الإلكتروني.

2 - حق المستهلك المتضرر في المطالبة بالتعويض جراء المساس ببياناته الشخصية:

بناءً على أحكام المادة 26 من القانون رقم 05/18، يحق للمستهلك الإلكتروني المتضرر المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة المساس ببياناته الشخصية المتضمنة في العقد التجاري الإلكتروني والتي أقرها المشرع كما يلي:

- التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بتجميع بياناته الشخصية الضرورية وحمايتها.

(1) التميمي محمد رضا، آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد وفقاً للقانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 02، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2022، ص 1273-1274.

- الحصول على موافقة المستهلك الإلكتروني المتعاقد معه قبل جمع بيانه الشخصية ومعالجتها.

- إنشاء المورد الإلكتروني لملفات إلكترونية للزبائن وحمايتها من المخاطر الماسة بها.

- الالتزام بضمان أمن وسرية البيانات الرقمية المتعلقة بالعقود الإلكترونية المبرمة مع المستهلكين.

ثانيا: إجراءات الحماية الجزائية للبيانات الشخصية في عقود التجارة الإلكترونية

القانون الجزائري ينص على فرض عقوبات جزائية أصلية وأخرى تكميلية. ضد أي مورد إلكتروني يخالف التزاماته المهنية المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية، وألحق ضررا بالمستهلك الإلكتروني المساس بمعطياته الشخصية، وتتمثل هذه العقوبة كما يلي:

أ. العقوبات الأصلية المقررة ضد الجرائم المرتكبة في البيئة الرقمية للتجارة الإلكترونية:

بموجب القانون رقم 07/18 يقسم المشرع الجرائم المرتبطة بالبيئة الرقمية إلى قسمين القسم الأول يتناول جرائم جمع ومعالجة المعطيات الشخصية بطرق غير مشروعة في حين خصص القسم الثاني لجرائم سوء الاستعمال أو الاستغلال غير المشروع للمعطيات الشخصية.

1- الجرائم المتعلقة بجمع ومعالجة المعطيات الشخصية بطرق غير مشروعة:

أقر القانون رقم 07/18 على الجرائم المتعلقة بجمع ومعالجة المعطيات الشخصية بطرق غير مشروعة، وذلك في المادة 57، وكذلك المادة 59، والتي تتمثل في:

- معالجة معطيات شخصية دون موافقة صريحة من الشخص المعني بها.

- جمع معطيات شخصية بطرق تدليسية أو غير مشروعة، أو غير نزيهة.

وطبقا لأحكام هاتين المادتين، فإن العقوبة المقررة للجريمة المنصوص عليها في نص

المادة 57 من نفس القانون، تتمثل في الحبس من سنتين (2) إلى خمس (5) سنوات. وبغرامة

مالية من 200.000 ألف دج إلى 500.000 دج أما بالنسبة للعقوبة المقررة للجريمة

المنصوص عليها في المادة 59 فتتمثل في الحبس من سنة واحدة (1) إلى ثلاث (3) سنوات

وبغرامة مالية من 100.000 إلى 300.000 دج.

2- الجرائم المتعلقة بسوء الاستعمال أو الاستغلال غير المشروع للمعطيات الشخصية:

نصت كل من المواد 58-60-62-67 على الجرائم الإلكترونية المتمثلة في:

- القيام باستعمال أو إنجاز المعطيات لأغراض أخرى غير تلك المصرح بها.
 - السماح لأشخاص غير مؤهلين بالولوج للمعطيات الشخصية.
 - إفشاء معطيات محمية وشخصية.
 - نقل بيانات شخصية إلى بلد أجنبي دون ترخيصها من السلطة الوصية المكلفة بحماية البيانات الشخصية.
- وبناء على ما جاء في نص المواد المذكورة أعلاه، فإن العقوبة المقررة على هذه الجرائم تتمثل في:
- بالنسبة لجريمة القيام بإنجاز أو استعمال المعطيات لأغراض أخرى غير تلك المصرح بها، فإن العقوبة المقررة لها تتمثل في الحبس من ستة أشهر إلى سنة واحدة، والغرامة من 60.000 إلى 100,000 دج.
 - أما بالنسبة لجريمة السماح لأشخاص غير مؤهلين بالولوج للمعطيات ذات الطابع الشخصي، فإن العقوبة المقررة لها تتمثل في الحبس من سنتين إلى خمس سنوات، والغرامة من 200,000 إلى 500,000 دينار جزائري.
 - بالنسبة ل جريمة إفشاء معطيات محمية وذات طابع شخصي، فإن الشخص المعني بها يعاقب بالعقوبات المنصوص عنها في المادة 301 من قانون العقوبات.
 - بالنسبة لجريمة نقل معطيات ذات طابع شخصي إلى دولة أجنبية دون ترخيص مسبق من السلطة الوطنية المكلفة بحماية البيانات الشخصية، فإن العقوبة المقررة لها تتمثل في الحبس من سنة إلى خمس سنوات، والغرامة من 50,000 إلى 1000,000 دينار جزائري.

ب. عقوبات تكميلية مقررة على الجرائم المعلوماتية الماسة بالبيانات الشخصية:

تمنح المادة 46 من القانون رقم 07/18 السلطة الوطنية المكلفة بحماية المعطيات الشخصية، صلاحية اتخاذ إجراءات عقابية إدارية ضد أي فرد يسهم في انتهاك حماية تلك المعطيات، سواء عبر الإهمال في تأمينها أو تسريبها أو استخدامها بطرق غير مشروعة، وبذلك يكون معرض لعقوبات تكميلية تتمثل في الإنذار، الإعدار، السحب المؤقت للتصريح، السحب النهائي للترخيص وتعليق ممارسة النشاط التجاري.

هذه العقوبات التكميلية تعتبر قرارات إدارية تأديبية يمكن الطعن فيها أمام مجلس الدولة، وفقا للتشريعات السارية⁽¹⁾.

⁽¹⁾ عز الدين مبروك، الآليات القانونية لحماية البيانات الرقمية في بيئة التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد 02، السنة 2023، ص 163.

لا تقتصر حماية المستهلك في مرحلة التفاوض و إبرام العقد، بل تمتد هذه الحماية لمرحلة تنفيذ العقد، التي أعطاها المشرع أهمية كبيرة، وأحاطها بمجموعة من الضمانات القانونية التي تحميه في هذه المرحلة، باعتباره الطرف الضعيف في العقد، بما ان الحماية المقررة للمستهلك في البيئة المادية هي نفسها المقررة للمستهلك الإلكتروني، والفرق الوحيد بين المستهلك العادي والمستهلك الإلكتروني هو وسيلة العقد¹، فانه كما يخضع الى حماية قانون التجارة الإلكتروني، يخضع الى الحماية المقررة وفقا للقواعد العامة في القانون المدني وكذلك للقواعد الخاصة بحماية المستهلك والممارسات التجارية.

وقد استحدث المشرع ضمانات جديدة اقراها لتوفير حماية أكبر للمستهلك خلال هذه المرحلة، وتتمثل الحماية في حق العدول الذي يعد فرصة أخرى للمستهلك من أجل إعادة النظر في حاجته لهذا المنتج، والتأكد من تكوين رضا سليم لإتمام تنفيذ العقد، وأيضا حماية المستهلك أثناء الوفاء الإلكتروني، هذه الآلية التي افرزتها طبيعة العقد الإلكتروني الذي يتم عن بعد في مجلس افتراضي، جعلت المشرع يلزم بتأمين وسائل الدفع الإلكتروني من المخاطر التي يمكن ان تواجهها.

من خلال ما سبق قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: التزام المورد الإلكتروني بالتسليم والضمان، تطرقنا من خلاله في المطلب الاول إلى التزام المورد بالتسليم، وفي المطلب الثاني الالتزام بالضمان.

المبحث الثاني: حماية المستهلك وفق القواعد المستحدثة تطرقنا من خلاله في المطلب الأول إلى حماية المستهلك من خلال تأمين وسائل الدفع، وفي المطلب الثاني حق العدول.

¹ عتيق علي، مكافحة مخاطر التجارة الإلكترونية في الجزائر، مديرية التجارة عنابة، الجزائر، د س.

المبحث الأول: التزام المورد الإلكتروني بالتسليم والضمان

في غياب اصدار نصوص تنظيمية تنظم احكام التجارة الإلكترونية، فان اول التزام ينشأ بعد ابرام العقد هو التزام البائع بتسليم المبيع، والتسليم في العقد الإلكتروني لا يختلف عن العقد التقليدي، وكذلك بالنسبة لالتزام البائع بضمان المبيع من ظهور أي عيب قد يؤثر على استعماله، او ينقص من قيمته، وعليه سنتطرق في هذا المبحث، في المطلب الأول الى الالتزام بالتسليم وفق القواعد العامة في القانون، وفي المطلب الثاني الالتزام بالضمان وفق القواعد العامة، وقواعد حماية المستهلك في التشريع المعمول به.

المطلب الأول: الالتزام بالتسليم

التسليم هو اجراء يعقب ابرام العقد مباشرة، ولا يتوقف التزام البائع على تسليم المبيع فقط وانما يلتزم بالمحافظة عليه الى غاية نقل الحيازة الى المشتري، وقد نص المشرع في قانون التجارة الإلكترونية على هذا الالتزام، وسنتناول في هذا المطلب مفهوم الالتزام والاحكام التي تنظمه في القواعد العامة، او في قانون التجارة الإلكترونية.

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالتسليم

التسليم هو التزام مباشر ينشأ بمجرد ابرام العقد يلتزم به البائع اتجاه المشتري، سنتطرق في هذا الفرع الى تعريف التسليم، ثم عناصر التسليم، ثم صور التسليم.

أولاً: تعريف التسليم

عرفت اتفاقية فيينا 1980 لعقود البيع الدولي التسليم هو وضع المبيع تحت تصرف المشتري وقت ابرام العقد في مكان عمل البائع، كما عرفه القانون الفرنسي بانه نقل حيازة المبيع الى المشتري وتمكينه من الانتفاع به¹.

وقد عرفته اتفاقية لاهاي حول البيع الدولي للبضائع لعام 1964 بموجب المادة 19 بانه تخلي البائع عن حيازة المبيع لصالح المشتري بما يتفق مع نص القانون وبنود العقد. اما المشرع الجزائري فقد أشار الى الالتزام بالتسليم في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لم يقم بتعريفه، الا ان معنى التسليم في العقد الإلكتروني هو نفس المعنى في عقد البيع التقليدي، حيث عرف المشرع التسليم في المادة 1/367 من القانون المدني

¹ مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، أطروحة لنيل الدكتوراه في العلوم القانونية، تخصص قانون الاعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2011-2012، ص 163.

يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع بدون عائق ولو لم يتسلمه ماديا ما دام البائع قد أخبره بأنه مستعد لتسليمه بذلك، ويتم التسليم بحسب طبيعة الشيء المبيع.

اما الفقه فقد عرف التسليم بانه تنفيذ العقد بوضع المبيع في المكان والوقت المناسبين تحت تصرف المشتري¹، وعرفه أيضا بانه وضع البائع السلعة او الخدمة تحت تصرف المشتري لينتفع به دون أي اعتراض، وعلى البائع ان يتمتع عن أي عمل يجعل نقل المبيع صعبا وان يسلم السلعة في المكان والزمان المحددين في العقد².

ثانيا: عناصر التسليم

من خلال تعريف التسليم في المادة 367 من القانون المدني الجزائري تتبين لنا عناصر التسليم وهي³:

- وضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به.
- اعلام البائع للمشتري بان المبيع وضع تحت تصرفه.

ثالثا: صور التسليم:

طبقا للقواعد العامة في القانون، هناك نوعين للتسليم التسليم الفعلي، والتسليم الحكمي، وهناك تسليم خاص حديث وهو التسليم الالكتروني، سنتطرق لكل واحد مهم كمايلي:

1 - التسليم الفعلي (القانوني):

يتضح لنا من خلال المادة 367 من ق م ج، معنى التسليم الفعلي وهو التسليم المادي بوضع المبيع تحت تصرف المشتري تمكنه من حيازته والانتفاع به، وفي اغلب الأحيان تكون عن طريق المناولة يدا بيد بين البائع والمشتري، وقد يكون التسليم رمزيا عن طريق تسليم المشتري ما يمثل بضاعة مثل سندات الشحن او الإيداع، وهذا بحسب ما جاء

¹ قردان لخضر، النظام القانوني للتجارة الالكترونية، أطروحة لنيل الدكتوراه، جامعة بوبكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2019-2020، ص187.

² بن عيسى نصيرة، الالتزام بالتسليم في عقد البيع الالكتروني، مجلة الحوكمة والقانون الاقتصادي، جامعة باتنة، المجلد 01، العدد 02، السنة 2021، ص32.

³ خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، المرجع السابق، ص178.

في المادة 1/813 من ق م ج، ان تسليم سندات البضائع يقوم مقام تسليم البضائع بذاتها، ويعتبر التسليم الفعلي الأكثر تداولاً في عقد البيع¹.

2 - التسليم الحكمي (المعنوي):

نصت المادة 2/367 من ق م ج، بان التسليم الذي يتم بمجرد تراضي الطرفين على البيع، ويكون فيه البيع تحت حيازة المشتري قبل ابرام البيع، وتنتقل الملكية الى المشتري بمجرد التراضي بين الطرفين، في هذه الحالة يكون التسليم قائماً ولا يحتاج البائع ان يقوم بعمل مادي ويقع هذا النوع من المبيع بالاتفاق على ان التسليم قد يتم من البائع الى المشتري²، أي انه يقتصر على تغيير صفة الحائز للمبيع دون تغيير الحيازة الفعلية للسلعة³.

3 - التسليم الالكتروني:

التسليم عن بعد أصبح ممكناً مع التطور التكنولوجي بواسطة شبكة الانترنت نتج عنه تسليم من نوع خاص يتعلق بالمبيع الرقمي فيكون التسليم فيه معنوي كبرامج الحاسوب، والكتب الرقمية،

تتم عملية التسليم الالكتروني بواسطة البائع في وقت قصير جداً وبالسعة الفائقة⁴، وبعده طرق نذكر منها، التسليم عبر الواب عن طريق التحميل المباشر، وأيضا التسليم عبر الايميل، هذه الطريقة تجد انتشاراً في أوساط المعاملات الالكترونية.

الفرع الثاني: محل الالتزام بالتسليم

جاء في المادة 364 من ق م ج، بان شرط تسليم المبيع يكون على الحالة التي كان عليها وقت المبيع، بمواصفاته وبالمقدار الذي تم تحديده في العقد وأيضا ملحقاته، وعليه سنرى الحالات التي يمكن ان يؤول اليها المبيع واحكامها بالتفصيل كمايلي:

¹ يمينة حوحو، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، المرجع السابق، ص133.

² المرجع نفسه، ص134.

³ خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص185.

⁴ يمينة حوحو، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، المرجع السابق، ص133.

أولاً: حالة المبيع

تحديد حالة المبيع اثناء التسليم ليس من النظام العام، يمكن لطرفي العقد تحديده في الاتفاق، في حالة عدم الاتفاق تطبق القواعد العامة في التسليم المنصوص عليها في المادة 364 من ق م ج، كمايلي:

- إذا كان معينا بذاته يلتزم البائع بتسليم المبيع وفقاً لحالته وصفاته التي كان عليها وقت إبرام العقد.

- إذا كان معينا بالنوع فيلتزم البائع بان يكون التسليم من نفس الجودة المتفق عليها، وإذا لم يكن هناك اتفاق مسبق تكون الجودة من الصنف المتوسط.

- اذا ادعى احد طرفي العقد بانه كان اتفاق مسبق على الحالة التي يجب ان يكون عليها المبيع وقت التسليم، في هذه الحالة يقع عبء الاثبات على الطرف الذي يدعي الاتفاق¹.

ثانياً: مقدار المبيع

جاء في نص المادة 1/365 انه عند تحديد مقدار البيع في العقد يجب الالتزام بتسليم المبيع بالمقدار المتفق عليه، في بعض الحالات قد يكون هذا المقدار اقل او اكثر من المتفق عليه في هذه الحالة فلكليهما حق الرجوع على بعضهما².

1 - حالة نقص المبيع:

إذا وجد المشتري نقص في مقدار المبيع له الحق في انقاص الثمن لان البائع مسؤولاً عما نقص منه، وإذا كان هذا النقص جسيماً بما لا يتسامح فيه في العرف في هذه المعاملات، يجوز للمشتري ان يطلب فسخ العقد لنقص في مقدار المبيع بشرط ان يثبت ان هذا النقص لو علمه ما كان ليتم البيع³.

¹ بن عيسى نصيرة، المرجع السابق، ص 34.

² المرجع نفسه، ص 34.

³ زكريا سرايش، الموجز في شرح قواعد البيع، دار بلقيس، الجزائر، 2019، ص 59.

2 - حالة الزيادة في المبيع:

يتضح لنا من خلال الفقرة الثانية من المادة 365 انه قد يسلم البائع مقدارا زائدا في المبيع للمشتري في هذه الحالة يجب ان نميز بين اذا ما كان ثمن البيع مقدر بالوحدة او بالجملة كمايلي¹:

- إذا كان ثمن المبيع بالوحدة وغير قابل للتقسيم فيلزم على المشتري دفع ثمن الزيادة الا إذا اثبت ان مقدار الزيادة فاحشة لو علمها لما اتم البيع، في هذه الحالة يجوز له طلب فسخ العقد.

- إذا كان ثمن المبيع بالوحدة وقابل للتقسيم في هذه الحالة للمشتري الحق ان يلتزم بالمقدار المتفق عليه بشرط ان تكون الزيادة فاحشة.

- في كلتا الحالتين إذا كانت الزيادة طفيفة في حدود ما يتسامح به العرف في هذه المعاملات فيلزم القانون على المشتري دفع ثمن هذه الزيادة، الا إذا تمسك المشتري بطلب فسخ العقد في هذه الحالة يقع عليه عبء اثبات انه لو علم هذه الزيادة لما اتم البيع.

- اما اذا كان ثمن المبيع مقدر بالجملة وليس بالوحدة، وتبين ان مقدار المبيع فيه زيادة يرى الفقه ان المشتري لا يكون ملزما بدفع مقابل الزيادة، وذلك لان المقدار ورد على سبيل الوصف، ثم ان البائع هو الذي حدد الثمن بالجملة².

3 - تقادم الدعوى في حالة نقص او زيادة المبيع:

حق المشتري في طلب فسخ العقد او إنقاص الثمن يسقطان بمرور سنة من تاريخ التسليم ونفس الشيء بالنسبة للبائع في طلب تكملة الثمن كما جاء في نص المادة 366 من ق م ج.

ثالثا: حالة النقص في قيمة المبيع

تعرض المشرع لحالة نقص قيمة المبيع في نص المادة 370 من ق م ج، ويقصد بنقص قيمة المبيع ان يكون النقص بسبب تلف أصاب المبيع سواء كان طفيف او جسيم،

¹ زكريا سرايش، المرجع السابق، ص 59-60.

² يمينة حوحو، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، المرجع السابق، ص 147.

ما يعني استبعاد أي سبب آخر، إذا يجب ان نميز بين التلف الطفيف والتلف الجسيم في قيمة المبيع كمايلي:

- في حالة التلف الطفيف الذي يتسامح معه العرف في هذه المعاملات أجاز القانون للمشتري إنقاص الثمن فقط.
- اما في حالة التلف الجسيم الذي يؤثر في الانتفاع بالمبيع على الوجه المخصص له، بحيث لو كان المشتري يعلمه لما اتم البيع، فأجاز القانون للمشتري حق طلب فسخ العقد مع خيار إنقاص الثمن.

يفترض نص المادة ان التلف الذي أصاب المبيع راجع الى سبب اجنبي، اما اذا كان هذا التلف بسبب البائع في هذه الحالة تقوم المسؤولية العقدية للبائع بوجوب تعويض المشتري¹.

الفرع الثالث: مكان وزمان التسليم

سننظر في هذا الفرع الى الاحكام المتعلقة بمكان وزمان التسليم كما جاءت في القواعد العامة للقانون كالاتي:

أولاً: مكان التسليم

لقد اعطى المشرع الحرية للمتعاقدين في تحديد مكان التسليم وفي حالة عدم الاتفاق، نطبق احكام القواعد العامة التي نصت على مايلي:

- إذا كان المبيع معين بذاته مكان التسليم هو مكان وجود المبيع وقت العقد كما جاء في المادة 282 من ق م ج.
- إذا كان المبيع معين بنوعه فمكان التسليم موطن البائع كما نصت المادة 282 من ق م ج.
- في حالة تصدير المبيع الى المشتري كما جاء في المادة 368 ق م ج، فان التسليم لا يتم الا اذا وصل الى المشتري، أي ان التسليم هو مكان المشتري².

¹ زكريا سرايش، المرجع السابق، ص60.

² حوجو يمينه، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، المرجع السابق، ص139.

ثانيا: زمان التسليم

لقد منح القانون للمتعاقدين حرية الاتفاق على تحديد زمان الاستلام، وإذا لم يتم الاتفاق على زمن الاستلام، فالأصل في التسليم يكون فوري، أي بمجرد إبرام العقد، بحسب ما جاء في المادة 281 من ق م ج، إلا أنه قد يمكن أن تكون طبيعة المبيع تجعل من زمان التسليم يختلف¹.

إذا لم ينفذ البائع التزامه بالتسليم لسبب ما، أجاز له القانون أن يطلب من القاضي تمديد مدة التسليم، وإذا قام القاضي بتمديد المدة وذلك مراعاة لمركز المدين وحالته الاقتصادية، يجب أن لا تتجاوز سنة، يتوقف فيها التنفيذ، مع إبقاء جميع الأمور على حالها.

ثالثا: زمان التسليم وفق قانون التجارة الإلكتروني 05/18

لقد ألزم القانون في نص المادة 11 المورد الإلكتروني تحديد كفاءات و آجال تسليم المنتج في العرض، ويمكن الاتفاق على آجال التسليم في بنود العقد، وقد نص القانون أيضا في نص المادة 22 منه في حالة عدم احترام آجال التسليم من طرف المورد يمكن للمستهلك الإلكتروني رد المنتج على نفقة المورد في مدة لا تتجاوز أربعة (4) أيام، وله الحق في المطالبة بالتعويض، إذا كان المستهلك قد دفع ثمن المنتج في هذه الحالة يترتب على المورد في هذه الحالة إعادة المبلغ خلال مدة لا تتجاوز خمسة عشر (15) يوما من تاريخ استلام المنتج.

الفرع الرابع: هلاك المبيع قبل التسليم

لقد اخذ المشرع الجزائري في هلاك المبيع بتبعية العقد لا بتبعية الملك، أي أن الشيء يهلك على المدين الذي أصبح تنفيذ التزامه مستحيلا، أما تبعية الملك فيجعل هلاك الشيء على المالك، سواء وقع التسليم أو لم يقع، معناه إذا انتقلت الملكية إلى المشتري ووقع الهلاك قبل التسليم كان الهلاك على المشتري²، والبحث في تبعية الهلاك يكون إلا في البيوع المعينة بالذات، أو معين بنوعه ثم أفرز فعينت بذلك ذاته³، سنتطرق إلى تبعية الهلاك قبل التسليم التي تكون على البائع، ثم الحالات التي تقع فيها على المشتري كمايلي:

¹ بن عيسى نصيرة، المرجع السابق، ص35.

² زكريا سرايشي، المرجع السابق، ص61.

³ بن عيسى نصيرة، المرجع السابق، ص36.

أولاً: تبعة الهلاك على البائع

البائع يتحمل تبعة الهلاك قبل تنفيذ التسليم وهذا كما جاء في المادة 369 من ق م ج، كالاتي:

- اذا كان الهلاك بفعل البائع، يكون البائع مسؤولاً في مواجهة المشتري بالتعويض عما أصابه من ضرر ورد الثمن¹.
- اما إذا كان الهلاك بسبب أجنبي، لا يد للبائع في ذلك سقط البيع واسترد المشتري الثمن.

ثانياً: هلاك المبيع على المشتري

إذا لم يدفع المشتري ثمن المبيع، وكان البائع حابساً للمبيع، فتبعة الهلاك تقع على المشتري، لان عدم التسليم ترجع الى خطأ المشتري طبقاً للمادة 391 من ق م ج، اما الحالة الثانية إذا أعذر البائع المشتري ان يتسلم المبيع ولم يتسلمه دون مبرر ثم هلك المبيع، فان تبعة الهلاك تقع على المشتري².

المطلب الثاني: الالتزام بالضمان

ان أهم الضمانات التي أقرها المشرع لحماية المستهلك، هي ضمان المنتج أثناء استعماله والانتفاع به على الوجه المخصص له، وقد أسس المشرع فكرة الضمان في القواعد العامة للقانون في العقود الناقلة للملكية، من خلال دعوى العيوب الخفية، وقد زاد المشرع من هذا الضمان في قانون حماية المستهلك، حيث جعل هذا الالتزام من النظام العام، لا يمكن اسقاطه، خدمة لمصالح المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقد، في مواجهة المحترف وعليه ستتطرق في هذا المطلب الى الضمان طبقاً للقواعد العامة، وطبقاً للنصوص التشريعية والتنظيمية المعمول بهما في مجال حماية المستهلك.

الفرع الاول: ضمان العيوب الخفية

سنتناول في هذا الفرع مفهوم العيوب الخفية، والشروط التي يجب ان تتحقق في هذا العيب الخفي حتى يكون موجب للضمان، ثم احكامه، وذلك طبقاً للقواعد العامة في القانون.

¹ يمينة حوحو، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، المرجع السابق، ص 151.

² بن عيسى نصيرة، المرجع السابق، ص 36.

أولاً: تعريف العيب الخفي

كل التعريفات للعيب الخفي تضمنت مفهوماً خاصاً وعماماً، فالمفهوم الخاص يقصد به تخلف الصفة وفي نقص القيمة المقصودة في المبيع بعد استخدامه من طرف المستهلك، ما يستدعي تدخل أصحاب الخبرة للكشف عن هذا العيب الخفي، أما المفهوم العام للعيب الخفي هو عدم تحقيق السلامة و المطابقة مع المنتج المعيب¹.

وعرفه الفقه هو آفة تصيب الشيء المبيع فتتقص من قيمته الاقتصادية ومن منفعته، كما يعتبر من قبيل العيب تخلف الصفة المتفق عليها.

أما المشرع الجزائري لم يعرف العيب الخفي واكتفى ببيان شروطه في نص المادة 379 من ق.م، وأيضاً الشرع الفرنسي لم يعرفه لكنه أشار إليه في المادة 1641، وعرفته محكمة النقد المصرية أنه: " الأفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع "².

ثانياً: شروط الالتزام بضمان العيوب الخفية

يجب أن تتوفر في العيب شروط حتى يكون موجب للضمان وهي:

1 - الأقدمية: شرط أقدمية العيب نصت عليه المادة 379 ق.م، وهو أن يكون العيب موجود قبل تسليم المبيع.

2 - أن يكون مخفياً: العيب المخفي هو الذي لا يمكن اكتشافه أثناء فحصه إلا من طرف خبير، أو عن طريق التجربة³.

لقد ألغى القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، شرط أن يكون العيب الخفي لصالح المستهلك وبذلك لا تثار هذه المشكلة⁴.

3 - شرط عدم العلم: علم المشتري بالعيب وقت البيع يسقط حقه في الرجوع على البائع فيما بعد، لأن سكوت المشتري وقت البيع بالرغم من علمه بوجود العيب، يعتبر بمثابة تنازل عن حقه في الرجوع⁵.

¹ حليلة كوسة، حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيوب الخفية دراسة على أضواء احكام القانون رقم 18-05،

منشورات مخبر الامن الإنساني، جامعة باتنة 1، الجزائر، ص 128.

² حساني علي، ضمان حماية المستهلك، نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2017، ص 172.

³ حمود الخلايلة، إبراهيم صبري الارناؤوط، المجلة العربية للنشر العلمي، الاردن، العدد 42، السنة 2022، ص 287.

⁴ حليلة كوسة، المرجع السابق، ص 137.

⁵ زكريا سرايش، المرجع السابق، ص 70.

قد ذهب بعض الفقه إلى القول بأن عدم العلم والخفاء غير مطلوبين في جميع الأحوال التي يوجد فيها العيب الذي يتحقق فيه الضمان ، وهذا ما ذهب إليه الشرع الفرنسي فيكفي وجود العيب وهو الآفة التي توجب الضمان¹.

4 - يجب أن يكون العيب مؤثرا: العيب المؤثر هو العيب الذي يجعل المبيع غير صالح للاستعمال وفق الغاية المرجوة منه، أو تنقص من قيمته بحيث لو علمه المشتري ما كان ليشتريه أو دفع فيه ثمنا أقلًا.

العيوب الخفية التي لا يمكن إصلاحها بسبب طبيعتها وتجعل الا يمكن استعماله للغرض المعد له، هي عيوب جسيمة موجبة للضمان.

5 - عند تخلف الصفة: عندما تذكر الصفة في العقد، يُعتبر ذلك تأكيدًا على التزام الطرفين بتحقيق تلك الصفة. وبناءً على ذلك، فتخلف الصفة يوجب الضمان، حتى لو كانت الصفة لا تؤثر بشكل كبير على قيمة المبيع المتعاقد عليه أو على فائدته، فإن ذلك لا يمكن أن يُستخدم كسبب لإلغاء الالتزام، بغض النظر عن أهميتها أو تأثيرها².

ثالثا: حالات فقدان المشتري الحق في الضمان:

يفقد المشتري حقه في ضمان العيوب الخفية في الحالات التالية:

1 - بموجب اتفاق: في القواعد العامة يجوز الأطراف العقد إنقاص أو زيادة الضمان ويمكن حتى إسقاطه بشرط أن يكون البائع حسن النية، اما في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، نص على أن أي إنقاص في الضمان يعتبر باطل وهو من النظام العام،

2- بموجب القانون: يسقط حق المشتري في الضمان من العيوب الخفية في الحالات التالية:

- الضمان في البيوع القضائية والبيوع الإدارية التي تكون عن طريق المزاد العلني طبقا للمادة 385 ق م.
- يسقط الحق في الضمان بالتقادم هذا ما جاء في نص المادة 383 بعد سنة من تسلم المبيع وفي حالة غش البائع لا تسقط إلا بمرور 15 سنة.
- يسقط الحق في الضمان في حالة زوال العيب نهائيا حيث أن العيب كان مؤقتا وزال نهائيا.

¹ فتحي إبراهيم محمد الحنطور، ضمان العيوب الخفية في عقود الاستهلاك الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2019، ص 70.

² ميمنة حوحو، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، المرجع السابق، ص 177.

رابعاً: دعوى ضمان العيب الخفي

لقد جاء في المادة 23 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الآليات التي تمكن المستهلك من استقاء حقه وهي المطالبة بإصلاح العيب أو استبدال المنتج، أو فسخ العقد ورد المبيع، ونظرا لعدم صدور نصوص خاصة تنظم أحكام ضمان العيب الخفية، فيمكن للمستهلك الإلكتروني الرجوع بدعوى ضمان العيوب الخفية على البائع بالشروط المنصوص عليها في القواعد العامة للبيع.

خامساً: أحكام ضمان العيوب الخفية¹:

وعليه يجب أن نفرق بين حالة العيب الجسيم وحالة العيب غير الجسيم:

1 - في حالة العيب الجسيم: يحق رد المبيع والمطالبة بالتعويض المنصوص عليها في المادة 75 ق م.

2 - حالة العيب غير الجسيم: للمشتري الحق في مطالبة البائع بالتعويض عن الأضرار المترتبة عن العيب.

3 - أثر الهلاك من دعوى الضمان: إذا هلك المبيع بسبب العيب للمشتري الحق في طلب التعويض طبقاً للمادة 375 من القانون المدني، أما إذا لم يكن هلاك المبيع بسبب العيب فلا يسقط حق المشتري في رفع دعوى الضمان والمطالبة بالتعويض.

سادساً: ضمان صلاحية المبيع (الضمان الإضافي): المادة 386 ق م.

للبيع أن يضمن صلاحية المبيع خلال مدة معينة، وعلى البائع أن يكون ملتزماً بضمانه في حالة العيب.

في حالة الضمان الإضافي يكون البائع ملتزماً بالضمان، فإذا ظهر خلل في المبيع خلال المدة المتفق عليها في الضمان، على المشتري أن يبلغ البائع بظهور العيب خلال مدة شهر من ظهور الخلل، وله أن يرفع الدعوى خلال ستة أشهر من تاريخ إعلام البائع.

هذا الضمان يقتصر على صفة العيب الذي يحد من انتفاع المبيع وليس الذي ينقص من قيمته، ويجب تعديل أحكام الضمان، يمكن تعديل الأشياء التي لا يسري عليها القانون رقم 03-09.

¹ زكريا سرايش، المرجع السابق، ص-ص 71-72.

الفرع الثاني: الالتزام بضمان المنتج

ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني في نص المادة 11 من ال قانون 05-18 بتحديد شروط الضمان وخدمة ما بعة البيع في عرضه التجاري، وبما أنه لا يوجد تنظيم يحدد شروط وكيفيات الضمان وخدمة ما بعد البيع في قانون التجارة الإلكترونية فقد أخضع المورد الإلكتروني بنص المادة 35 من نفس القانون المورد الإلكتروني لنفس الالتزامات المتدخل المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما المطبق على النشاطات التجارية وحماية المستهلك.

إذا فالالتزامات المطبقة على المتدخل في قانون حماية المستهلك التقليدي هي نفسها المطبقة على المورد الإلكتروني وهي تشكل ضمانات قانونية للمستهلك الإلكتروني ومن بينها شرط ضمان المنتج وخدمة ما بعد البيع.

أولاً: تعريف الضمان

عرفت المادة 03 من القانون 03-09 الضمان بأنه التزام كل متدخل في فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب في المنتج باستبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليحه أو تعديل الخدمة على نفقته، ونظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بواسطة المرسوم التنفيذي رقم 327/13 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ¹، الذي ألغى المرسوم التنفيذي رقم 90-266، حيث جاء في المادة 03 منه مفهوم الضمان بأنه كل الآثار القانونية المترتبة على تسليم سلعة أو خدمة غير مطابقة لعقد البيع، وتغطي العيوب الموجودة أثناء اقتناء السلعة أو تقديم الخدمة².

وبهذا نجد ان المشرع قد اهتم بمسألة ضمان حق المستهلك في حالة حصوله على السلعة أو الخدمة بشكل ينتقص من قيمتها أو منفعتها، وهذا الحكم وان كان ورد في أحكام حماية المستهلك التقليدي إلا أنها تطبق أيضا بالنسبة لحماية المستهلك الإلكتروني على حد سواء³.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 13-327، المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، جريدة رسمية، العدد 49، لسنة 2013.

² خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص 200.

³ الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، جامعة ادرار، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الموسم الجامعي 2013-2014، ص 139.

ثانياً: أنواع الضمان

يوجد نوعين من الضمان هما:

1 - الضمان القانوني:

نصت عليه المادة 13 من القانون 09-03 على أنه ضمان قانوني يستفيد منه المستهلك بقوة القانون في حالة اقتتاءه أي منتج (سلعة أو خدمة)، وأي اتفاق على إنقاصه أو إبطاله يعد باطلاً، كما يستفيد المستهلك من هذا الضمان دون أعباء إضافية.

لقد بينت المادة طريقة التنفيذ الضمان عن طريق أحد الأوجه التالية: استبداله، أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتج، أو تعديل الخدمة على نفقة المتدخل (المحترف).

وتطبيقاً لنص هذه المادة صدر المرسوم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، حيث نجد أن أقل مدة الضمان القانوني في السلع الجديدة هو ستة أشهر، حسب ما جاء في نص المادة 16 منه، وضمان المنتجات المستعملة ثلاثة أشهر، حسب المادة 17 منه، وقد ألزم المشرع المتدخل تسليم شهادة الضمان مع المنتج للمستهلك، ولزيادة ضمان حماية المستهلك أشار في المادة 8 من المرسوم التنفيذي أعلاه أنه في حالة ضياع أو عدم تسليم شهادة الضمان يبقى الضمان ساري المفعول وللمستهلك إثباته بأي وسيلة إثبات أخرى.

نجد أيضاً المشرع في قانون التجارة الإلكتروني قد ألزم المورد الإلكتروني بتضمين العقد الإلكتروني شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، وذلك بموجب المادة 13 منه.

2 - الضمان الاتفاقي (الإضافي):

لقد أجاز القانون في المادة 14 من القانون 09-03 والمادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعاقدين على زيادة الضمان بمقابل أو دون مقابل، وهذا دون أن يمس من الاستفادة من الضمان القانوني. وجاء في نص المادة 18 من المرسوم مصطلح الضمان الإضافي بدل الضمان الاتفاقي الذي نجده في نصوص القواعد العامة للقانون.

اشتراط المشرع في أن يكون الضمان الإضافي مكتوباً في شكل التزام تعاقدية تحدد فيه طريقة تنفيذ هذا الضمان الإضافي، كما يجب أن يحتوي على البيانات الإلزامية المنصوص عليها في المادة 06 من نفس المرسوم التنفيذي¹.

¹ أنظر المادة 06 من المرسوم التنفيذي 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر لسنة 2013.

ثالثا: خدمة ما بعد البيع

أقر المشرع الجزائري خدمة ما بعد البيع في نص المادة 16 من القانون 09-03 ، و تطبيقا لنص هذه المادة صدر المرسوم التنفيذي رقم 21-244 الذي يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع¹، حيث عرفت المادة 3 من هذا المرسوم خدمة ما بعد البيع في التزام المحترف بتقديم خدمات عند تعرض السلعة للاستهلاك مجانا أو بمقابل مثل التصليح والصيانة وتوفير قطع الغيار والمراقبة التقنية، والنقل.

وجاءت في المادة 4 من نفس المرسوم التنفيذي أعلاه أنه يجب توفير خدمة ما بعد البيع من المنتج أو المستورد، ويمكن تعيين طرف ثالث يكفل ضمان خدمة ما بعد البيع، كما يجب ضمان توفير قطع الغيار لمدة خمس سنوات على الأقل في حالة توقف عن إنتاج أو استيراد سلعة معينة.

يستفيد المستهلك من خدمة ما بعد البيع بعد انتهاء مدة الضمان القانوني أو الإضافي، أو في الحالات التي يمكن للضمان أن يؤدي مفعوله، هذا ما يجعل الخدمة التزاما مستقلا عن الالتزام بالضمان².

الفرع الثالث: مطابقة المنتج

لقد أشار قانون التجارة الالكترونية إلى مطابقة المنتج في المادة 23 منه، وبما أنه لا يوجد تنظيم يحدد شروط وكيفيات الضمان والمطابقة في التجارة الالكترونية، نجد ان نفس القانون في مضمون المادة 35 منه أحال على قانون 09-03.

وعليه فقد عرف القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المطابقة أنها استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاص به، وأضاف أيضا في المادة 11 من نفس القانون على أن المنتج يجب أن يكون وفق الرغبات المشروعة للمستهلك في خصائصه ومواصفاته

¹ مرسوم تنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 31 مايو سنة 2021، الذي حدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، جريدة رسمية، عدد 45، لسنة 2021.

² بوهنتالة أمال، محاضرات في قانون حماية المستهلك، أقيمت على طلبه الماستر، سنة ثانية، تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الدراسية 2023-2024، منشورة على الموقع التالي:

<https://ead-dsp.univ-batna.dz/>

وكمية مقداره والنتائج المرجوة منه والأخطار الناجمة التي يمكن توقعها عند استعماله، وأيضا تاريخ بداية وانتهاء صلاحيته وطرق استخدامه وكيفية حفظه، والمراقبة التي خضع لها. والمطابقة نوعان، هي المطابقة الكمية، والمطابقة الوضعية، ويقصد بالمطابقة الكمية تسليم الكمية المحددة للشيء المبيع في الاتفاق، والأصل أن يتم تسليم البضاعة مطابقة للكمية المتفق عليها، إلا أن العرف التجاري الدولي جرى على وجود تفاوت في البيئة المسلمة، وهو عادة تفاوت يسير، أما المطابقة الوضعية فيقصد بها أن يشتمل المبيع عند تسليمه على المواصفات والخصائص المتفق عليها عند إبرام العقد، وقد يتم تحديد المواصفات والمطابقة من خلال اشتراط تقديم شهادة الجودة، وهناك منظمات عالمية تتولى إصدار شهادات الجودة لكل من يطلبها¹.

من خلال استقراء المادتين 03 و 11 من القانون حماية المستهلك يتبين لنا أنه هناك شروط خاصة بالمنتج يفرضها القانون، وشروط تخضع لاتفاق الطرفين المتعاقدين وفق مبدأ العقد شريعة المتعاقدين.

وأیضا في الحالة التي تتعلق بتخلف صفة، تؤدي إلى عدم تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك المتفق عليها في العقد، يترتب عليها حق المستهلك الإلكتروني في رفع دعوى المطابقة².

وقد نص القانون 05-18 في المادة 23 على أن للمستهلك الإلكتروني الحق في إرجاع المنتج غير المطابق في مدة لا تتجاوز 04 أيام على نفقة المورد ويلتزم هذا الأخير باستبدال المنتج بآخر مطابق، أو إرجاع الثمن خلال 15 يوما، ولا يسقط حق المستهلك في طلب التعويض.

¹ مخلوفي عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 167 - 168.

² ربحي تبوب فاطمة الزهراء، قانون المعاملات الإلكترونية وفقا لقانون 05-18، بيت الأفكار، الدار البيضاء، الجزائر، ط1، 2021-2022، ص 279.

المبحث الثاني: حماية المستهلك وفق القواعد المستحدثة في قانون 18 - 05

بعد تأكيد الطلبية من طرف المستهلك يتم تكوين العقد، فينشأ في ذمه المستهلك الإلكترونية التزام يتمثل في دفع ثمن السلعة او الخدمات محل العقد، وقد الزم المشرع البائع والمورد الإلكتروني تحديد شروط وكيفيات الدفع في المادة 13 و 11 من القانون 05-18، كما الزم المشرع أيضا طرفي العقد عند الدفع الكتروني ان يكون من خلال منصات دفع التي تديرها البنوك المعتمدة و بريد الجزائر حصرا، الموصولة عبر شبكه المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية، وذلك حسب ما جاء في المادة 27 من نفس القانون.

كما الزم المورد الإلكتروني في المادة 28 من نفس القانون، بان يكون له توقيع الكتروني موصول بمنصات الدفع مؤمنا بواسطة نظام التصديق، كما اخضع المشرع منصات الدفع الإلكتروني بموجب المادة 29 من نفس القانون، لرقابه بنك الجزائر لضمان امن وسلامه عمليه الدفع الإلكتروني، لقد حرص المشرع من خلال هذه الاحكام على تأمين وسائل الدفع الإلكتروني، التي تعد اهم ضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في بيئة رقميه تطلب توفير حماية تقنيه تدعمها حماية قانونيه.

بعد ابرام العقد ودفع ثمن قد يكتشف المستهلك انه قد تسرع في شراء السلعة او طلب الخدمة، لأنه ليس بحاجة اليها، او قد يكون تعرض لإغراء من طرف البائع دفعه الى ابرام العقد، او انه اكتشف بعد معاينة المنتج الذي تسلمه، انه لا يبدو مثل الذي كان في العرض التجاري للمورد الإلكتروني، فالمشرع في هذه الحالة احاط المستهلك بالحماية اللازمة، من خلال اقراره بحق المستهلك في اعاده النظر في ابرام العقد، او رد المنتج، الذي يطلق عليه كما جاء في القانون 09-03 حق العدول، وعليه سنتطرق في هذا المبحث: الى حمايه المستهلك اثناء الدفع الإلكتروني في المطلب الأول ، وحق المستهلك في العدول في المطلب الثاني.

المطلب الأول: حماية المستهلك عن طريق تأمين وسائل الدفع الإلكتروني

الدفع الإلكتروني هو الوفاء بطريقه الكترونيه بثمن الخدمات والسلع باستخدام وسائل دفع الكترونيه وقد حدد القانون وسائل الدفع المعتمدة وابقى المجال مفتوحا لظهور وسائل دفع أخرى¹، وقد انتشر استخدام هذه الطريقة في الدفع، بحيث اصبحت وسيلة لا يمكن الاستغناء

¹ خنفوسي عبد العزيز، قانون الدفع الإلكتروني مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2018، ص7.

عنها في مجال التجارة الالكترونية، الا ان استخدام هذه الوسيلة قد يعرضها لأخطار الاختراق و القرصنة، مما قد يسبب اضرار للمستهلك.

إذا فمستقبل الدفع الالكتروني يعتمد على مدى توفير الحماية لوسائل الدفع الالكتروني، التي تتمثل في حماية تقنيه وحماية قانونيه على حد سواء، وعليه سنتطرق في هذا المطلب الى مفهوم وسائل الدفع الالكتروني، ثم اليات حماية هذه الوسائل عن طريق الحماية التقنية والحماية القانونية

الفرع: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

سنتطرق في هذا الفرع الى تعريف وسائل الدفع، ثم أنواع وسائل الدفع الالكتروني، ثم المخاطر التي ينكن ان تواجه عملية الدفع الالكتروني.

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني:

عرفها المشرع الجزائري من خلال قانون التجارة الإلكتروني في المادة 5/6 بانه " كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو بعد عبر منظومة إلكترونية "، وبعد القانون رقم 03-11 المتعلق بالنقد و القرض¹، أول قانون جزائري تضمن وسائل الدفع الحديثة². وقد عرف وسائل الدفع في المادة 69 " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل ".

من خلال هذا التعريف نرى أن المشرع تناول وسائل الدفع بالمفهوم الواسع بقوله: " كل الأدوات .. « مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل " ما ترك المجال مفتوحاً لدخول وسائل دفع جديدة³.

1 قانون رقم 03-11 مؤرخ في 27 اوت 2003 يتعلق بالنقد والقرض، معدل ومتمم، جريدة رسمية، عدد 52، لسنة 2003.

2 الذهبي خدوجة، المرجع السابق، ص 108.

3 بومعروف لعربي، آسيا بن بوعزيز، آليات حماية وسائل الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الوطني، الموسوم ب: الدفع الإلكتروني _ الواقع والمأمول، المنعقد بجامعة الحاج لخضر باتنة 1 بتاريخ 27 نوفمبر 2019، ص 03.

وقد أضاف المشرع في قانون 09-23 الذي يتضمن القانون النقدي والمصرفي¹، في المادة 74 منه العملة الإلكترونية كوسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني.

ثانيا: مخاطر الدفع الإلكتروني:

إن عمليات الدفع الإلكتروني تتم في بيئة مفتوحة يجعلها معرضة لأخطار تمس بيانات و حسابات المستهلك وأبرز هذه الأخطار هي² :

1- الاضطهاد الإلكتروني: يتم إرسال رسائل نصية من طرف قرصنة الإنترنت إلى المستهلك بانتحال شخصية البنك، يستطيعون من خلالها الحصول على بياناته الشخصية لحسابه ورقم بطاقته والاستيلاء على أمواله.

2- الخداع الإلكتروني: يتم عن طريق إنشاء مواقع وهمية وكأنها أصلية، الدخول إليها يسمح للقرصنة بالوصول إلى المعلومات وحسابات الأشخاص والاستيلاء على أموالهم.

3- التجسس الإلكتروني: عن طريق برامج إلكترونية يتم وضعها في الهواتف الشخصية، تكشف لهم كل المعلومات والبيانات التي تسمح لهم بالوصول إلى حساب العميل والاستيلاء على أمواله.

4- إنشاء أرقام البطاقات الإلكترونية: هناك برامج إلكترونية تسهل مهمة إنشاء أرقام البطاقات من خلال تزويدها بالأرقام الخاصة بالبنوك المصدرة لهذه البطاقات الإلكترونية، وبعدها يمكن استخدامها في شراء السلع، أو تحويل الأموال.

5- تقنية تفجير المواقع التجارية الإلكترونية : تتم عن طريق إرسال مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية من جهاز حاسوب القرصان إلى الجهاز المستهدف للتأثير على سعته التخزينية ما يؤدي إلى تفجير الموقع على الشبكة وتحرير المعلومات الخاصة به، ما يجعل القرصنة يتمكنون بكل حرية من الوصول إلى المعلومات وبطاقات الدفع أو أي وسيلة دفع أخرى³.

¹ قانون رقم 09-23 مؤرخ في 21 يونيو 2023 يتضمن القانون النقدي والمصرفي، يلغي احكام الامر 03-11 المخالفة لهذا القانون، ج ر، عدد 43، لسنة 2023.

² بومعروف لعربي، اسيا بن بوعزيز، المرجع السابق، ص 07.

³ الذهبي خدوجة، المرجع السابق، ص 121.

ثانيا: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني:

مع التقدم التقني في التكنولوجيا الحديثة، صاحبه تطور كبير في المعاملات التجارية الإلكترونية، الذي أوجد معه الوفاء الإلكتروني عبر عدة وسائل الدفع الإلكتروني، منها أهم هذه الوسائل وأشهرها وخاصة المستخدمة في الجزائر:

البطاقات البنكية: تحتوي على بيانات إلكترونية سرية مخزنة بداخلها، وبيانات ظاهرة على وجه البطاقة، وتكون وفق معايير عالمية، ومن أشهر البطاقات البنكية في العالم فيزا كارد، ماستر كارد.

مثل: بطاقات الدفع، بطاقة السحب، بطاقات الائتمان، إلا أنه في الجزائر يقتصر استعمال البطاقات البنكية على بطاقات السحب وبطاقات الدفع، أما بطاقات الائتمان في الجزائر لا تصدرها البنوك، أما إصدار البطاقات البنكية القانون البنوك و بريد الجزائر وحدها المحولة بإصدار البطاقات وإدارة وسائل الدفع دون غيرها من المؤسسات المالية الأخرى¹ بحسب ما جاء في مضمون المادة 71 من الأمر 03-11 أن لا يمكن للمؤسسات المالية غير المصرفية بإدارة وسائل الدفع أو وضعها تحت تصرف الزبائن.

التحويل الإلكتروني:

عن طريق هذه العملية يتم نقل النقود من حساب المدين إلى حساب الدائن، بواسطة طرف ثالث يعمل على إتمام إجراءات الوفاء بين مصرفي المستهلك والتاجر²، وقد تتم التحويلات الإلكترونية بين البنوك الوطنية أو البنوك الأجنبية، وأشهر شركة توفر الإرسال واستلام الحوالات المالية عبر العالم شركة وسترن يونيو المتواجد بالجزائر منذ سنة 2001³.

النقود الإلكترونية:

هي مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تسمح للرسالة الإلكترونية بأن تؤدي دور عملية تبادل العملات وهي على عدة أشكال:

- النقود الإلكترونية المبرمجة : أصبح بالإمكان استخدام النقود الإلكترونية لإتمام عملية الشراء عبر الإنترنت بواسطة برمجيات معينة أشهرها برنامج cash ، تسمح هذه البرمجيات بإرسال النقود الإلكترونية مرفقة برسالة بريدية، يجب أن تكون لدى المتجر

¹ يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 206.

² مخلوفي عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 147.

³ يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 254.

والعميل (المستهلك) حساب بنكي لدى البنك الإلكتروني ونفس البرنامج ومنفذ لدى الإنترنت¹.

- المحفظة الإلكترونية : هي عبارة عن بطاقة مصرفية صالحة الدفع لغاية مبلغ محدد ومشحونة مسبقا بالمبلغ المحدد من الجهة المصدرة لها، وتشبه بطاقة شحن الهاتف النقال² مثل : بطاقة قوقل.

الشيك الإلكتروني (الأوراق التجارية الإلكترونية): هو وسيلة تقليدية مطورة للوفاء عن طريق تقنيات إلكترونية وفيما إذا كان بالإمكان استخدام الشيك الإلكتروني فلم ينص التشريع الجزائري صراحة على ذلك، بل جاء ضمنيا. و الشيكات الإلكترونية هي عبارة عن رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك العامل عبر الإنترنت³.

الفرع الثاني: الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني

إن تطور التجارة الإلكترونية وانتشارها عبر العالم، زاد من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني للرقاء بثمن السلع والخدمات، وقد زادت معها مخاطر ارتفعت مخاطر استعمال هذه الوسائل، ما جعل العديد من الشركات العاملة في تكنولوجيا المعلومات تطور تقنيات وبرامج لحماية المعاملات الإلكترونية منها وسائل الدفع الإلكتروني وهي في تطور مستمر. سنتطرق إلى أهم هذه التقنيات وأشهرها:

أولا: جدران الحماية أو الجدار الناري

هي تقنية تحمي الشبكات الخاصة وتمنع الغير من اختراق الشبكة عن طريق حماية وحدات التحكم و الإرسال في الانترنت ، من عيوب هذه التقنية أنها تحمي الشبكة من الاختراق من الخارج، أما داخل الشبكة فهي لا توفر الحماية ويمكن لأي شخص من الداخل الوصول إلى المعلومات والبيانات السرية⁴.

¹ بن عزة محمد أمين، زهوري جلييلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني، دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 03، جامعة خميس مليانة، ماي 2011، ص 190.

² لخضر قردان، المرجع السابق، ص 216.

³ نفس المرجع، ص 214.

⁴ خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، المرجع السابق، ص 227 - 228.

ثانياً: تشفير البيانات

هي تقنية يطلق عليها لفظ التعمية، للدلالة على تشفير الرسالة أي أنه لو تم اعتراض الرسالة فلا يمكن فتحها و الاطلاع على المعلومات والبيانات التي تحملها، و آلية تشفير المعلومات تكون عن طريق برامج خاصة للتشفير مثبتة على الحاسوب لكل من المرسل و متلقي الرسالة فبعد إدخال رقم الحساب أو رقم البطاقة السري، يقوم هذا البرنامج بتشفير هذه الأرقام قبل إرسالها إلى البنك أو التاجر¹.

نظراً للمزايا التي وفرها هذا النظام و الثقة التي اكتسبها لدى المتعاملين زاد الإقبال عليه، فقد وقع اتفاق شراكة بين شركة فيزا كارد وشركة ماستر كارد سنة 1996 من أجل استخدام نظام مشترك في التشفير²، وأهم أنظمة التشفير وأشهرها هي:

- تقنية المعاملات الإلكترونية (SET) : تم تكوينه من طرف فيزا و ماستر كارد، يقوم نظام (SET) بحفظ أمن البيانات أثناء إجراء المعاملات المالية عبر شبكة مفتوحة و يستخدم برنامج يدعى المحفظة الإلكترونية ، تتيح التحقق من المستهلك والتاجر عند الدفع الإلكتروني بواسطة الشهادة الرقمية الخاصة لكليهما³.
- بروتوكول الحركات المالية الآمنة.
- نظام أمن الحسابات المركزية، ونظام أمن الحسابات الشخصية من بينه برنامج بي سي سايف (PC Safed) أنتجته شركة إنغما لوجيك هو برنامج يستخدم كلمة مرور لمرة واحدة فقط.
- برنامج مايل سايف من إصدار شركة (Security data RSA) يقوم هذا البرنامج بتشفير ملفات البريد الإلكتروني.
- نظام نت سكيب (Netscape).

¹ دبابش عبد الرؤوف، هشام ذبيح، وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني، مجلة الاجتهاد

القضائي، العدد 14، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2017، ص 108.

² ذهبي خدوجة، المرجع السابق، ص 125.

³ خنفوسي عبد العزيز، المرجع السابق، ص 35.

ثالثا: الرقم السري والكلمات السرية

هذه التقنية تسمح للبرنامج التأكد من هوية المستعمل عند محاولة الدخول لنافذة مؤمنة عن طريق إدخال رقمه السري، يستخدم فيها العميل رقما سريا لتأمين معاملاته الإلكترونية¹.

رابعا: تأمين الدفع بواسطة التوقيع الإلكتروني

يعتبر التوقيع الإلكتروني من الضمانات التي تحمي المستهلك أثناء الدفع الإلكتروني، ويمكن تعريفه على أنه أداة اتصال مشفرة رقميا تعمل على توثيق كل المعاملات الإلكترونية. وعرفه قانون الأونسترال النموذجي في المادة 02 الصادر في سنة 2001² " هو بيانات في شكل إلكتروني مضافة في رسالة بيانات، ومرتبطة بها تستعمل لتحديد هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات، وإظهار موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات³.
تكمن أهمية التوقيع الإلكتروني في إعطاء هوية لصاحب وسيلة الدفع الإلكتروني وتحديد هوية المتعاملين مع البنك للتأكد من كل المعلومات والأوامر⁴.

كما عرف المشرع الجزائري التوقيع الإلكتروني في المادة 3 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 162/07 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية⁵ بـ: " التوقيع الإلكتروني معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و323 مكرر 1 من القانون المدني ".

¹ دبابش عبد الرؤوف، ذبيح هشام، المرجع السابق، ص 106.

² قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية، الصادر سنة 2001.

³ خنفوسي عبد العزيز، المرجع السابق، ص 27.

⁴ روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية،

جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، السنة 2022، ص 466.

⁵ مرسوم تنفيذي رقم 162-07 مؤرخ في 30 ماي 2007، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع

الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية والكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، جريدة رسمية، عدد 37، لسنة 2007.

وفي المادة 02 من القانون 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني¹، عرفه أيضا " التوقيع الإلكتروني بيانات في شكل إلكتروني، مرفقة ببيانات إلكترونية أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق " .

وفي المادة 07 من القانون 04-15 ذكر نوع جديد من التوقيع الإلكتروني الموصوف الذي يخضع للشروط التوقيع العادي وهو البيانات الإلكترونية التي تكون على شكل حروف أو أرقام أو أصناف، وتستخدم من أجل تحديد هوية صاحبه² .

والتوقيع الإلكتروني يمكن استخدامه لتوثيق كل عمليات الدفع بكل وسائل الدفع المختلفة³ وتوجد هناك عدة، صور للتوقيع الإلكتروني وهي:

أ- **التوقيع الرقمي**: هو ملف صغير يصدر عن أحد الهيئات المتخصصة والمستقلة معترف بها حكوميا، يتم تخزين في هذا الملف الاسم ورقم التسلسل وتاريخ انتهاء الشهادة ومصدرها، وتحتوي على مفتاحين ومفتاح خاص هو التوقيع الإلكتروني للمستهلك الذي يميزه عن غيره، ومفتاح عام متاح لعامة الناس.

ب- **التوقيع البيومتري**: يستخدم الخواص الذاتية كالبصمة الصوتية أو بصمة الاصبع كإجراء للتوثيق ويتم تخزين هذه البصمة داخل دائرة إلكترونية للجهاز الذي يتعامل معه، ولا يتم الدخول إلا من خلال هذه البصمة.

ج- **التوقيع بالقلم الإلكتروني**: هو عبارة عن توقيع بواسطة قلم إلكتروني على شاشة الكمبيوتر.

د- **التوقيع باستخدام بطاقة الائتمان بالرقم السري PIN** : يحتوي هذا النظام على رقم سري لا يعرفه إلا صاحب البطاقة، لا يستطيع أي شخص استخدامها غيره⁴

¹ القانون 04-15 مؤرخ في 01/02/2015 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، جريدة رسمية، عدد06، لسنة 2015.

² ربحي تبوب فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 248.

³ لموشية سامية، الضمانات القانونية للمشتري في عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق جامعية محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2018-2019، ص 449.

⁴ ربحي تبوب فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 249.

خامسا: تأمين الدفع بواسطة التصديق الإلكتروني:

تقدم شهادة التوثيق الإلكتروني من جهة معترفة بها فالتصديق الإلكتروني هو عملية تضمن الجوانب الامنية لتبادل المعلومات على الشبكات الرقمية، وان الغاية من شهادة التوثيق الإلكترونية هو تأكيد التوقيع الإلكتروني الصادرة ممن نسبت اليه، وان التوقيع صحيح¹. ولقد عرف المشرع الجزائري مصدر التوقيع الإلكتروني على " انه كل شخص طبيعي او معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكترونية موصوفة، وقد يقدم خدمات أخرى في مجال التصديق الإلكتروني".

الفرع الثالث: الحماية القانونية لوسائل الدفع القانونية

لقد حرص المشرع الجزائري على سن قوانين تساهم في توفير حماية، تضاف الى تلك الحماية التقنية، وذلك من اجل حماية وسائل الدفع الإلكتروني.

أولا: حماية المستهلك بموجب القانون رقم 04-15

ان توفير الحماية الجزائية للأنظمة المعلوماتية واساليب المعالجة الآلية للمعطيات يهدف الى رضع الجريمة المعلوماتية بحظر كل اساليب الاحتيال والغش التي تمس بالأنظمة المعلوماتية وهو حكم عام يشمل الخاص يفرض الحماية غير مفار الشرارات لوسائل الدفع الإلكترونية².

وقد اصدر المشرع الجزائري القانون رقم 04-15 المتضمن لجرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات³ انطلاقا من مبدأ الشرعية للتصدي لهذه الجرائم ومعاقبه مرتكبيها. فقد أدرج الاعتداءات الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات ضمن احكام القسم السابع مكرر ونظمها في المواد 394 مكرر الى 394 مكرر 7 فجرم كل اختراق غير مصرح به داخل انظمه المعالجة الآلية للمعلومات فتناولها كما يلي⁴:

يعاقب بجريمه الدخول او البقاء عن طريق الغش داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات، بالحبس من ثلاثة أشهر الى سنة ويغرامه من 50,000 دينار جزائري الى

¹ كريمة شايب، اليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، جامعة البليدة 2، 2018، ص44 مقال منشور على الموقع التالي: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/133970>

² الذهبي خدوجة، المرجع السابق، ص 131.

³ قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10/11/2004، المتضمن لجرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، يعدل ويتمم

الامر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية، عدد71، لسنة 2004.

⁴ لموشية سامية، المرجع السابق، ص 456.

100,000 دينار جزائري، وتضاعف العقوبة إذا الحق هذا الفعل اضرار بالنظام المعلوماتي سواء وقع هذا الاعتداء من داخل نظام المعالجة الاليه للمعطيات او خارجه.

جرائم الاعتداء من داخل النظام، هو كل تلاعب بالمعطيات عن طريق ادخال او تعديل او ازاله، يؤدي الى تخريب المعطيات بتعطيلها او محوها، يعاقب عليها بالحبس من ستة أشهر الى ثلاث سنوات ويغرامه من 500,000 دينار جزائري الى مليونين دينار جزائري. جريمة الاعتداء على سلامه معطيات معلوماتية موجودة خارج النظام، هي افعال يقوم بها اشخاص تتم خارج النظام، وتمس بسلامته مثل تطوير برامج تحكم عن بعد، او برامج فيروسات عبر الشبكة الرقمية والاتجار بها.

التحضير لارتكاب جريمة تمس بأنظمة المعالجة الاليه للمعطيات، هو اتفاق بين مجموعه من الأشخاص، على ارتكاب جريمة او أكثر من الجرائم المنصوص عليها في نص المادة 394 مكرر الى 394 مكرر 2 من قانون 04-15، وتكون عقوبة هذا الفعل بنفس عقوبة الجريمة والمراد ارتكابها، او بعقوبة اشد في حال تعدد الجرائم.

وبالرجوع الى المادة 394 مكرر 5 نجد انه لا بد ان تكون مجموعة منظمة قامت بتحضير مسبق، حيث الاتفاق وحده لا يكفي لارتكاب جريمة او أكثر من الجرائم المنصوص عليها والمعاقب عليها، بالإضافة الى مصادرة الوسائل التي تم بها ارتكاب الجريمة، واغلاق المواقع التي كانت محلا لها، واغلاق المحل التي ارتكبت فيه الجريمة بعلم مالکها بموجب المادة 394 مكرر 6.

ثانيا: حماية المستهلك بموجب قانون رقم 09-04

بناء على القانون رقم 04-09 المتضمن للقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها¹، جرم كل اعتداء يمس بأمن وسلامه المراسلات والمعاملات الإلكترونية، عن طريق نصوص قانونيه في مجال المعلومات والاتصال.

وقد تم تكريس ضمانات وقائية اخرى من خلال ضرورة انشاء هيئات مستقلة تقوم بالإشراف والرقابة لتلك الأنظمة، وتطبيقا للأحكام المادة 13 من القانون 04-09، تم اصدار

¹ قانون رقم 04-09 مؤرخ في 05 اوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، جريدة رسمية، عدد 47، لسنة 2009.

مرسوم رئاسي رقم 61/15 الذي يحدد تشكيل وتنظيم سير الهيئة الوطنية للرقابة من جرائم المتصلة بالتكنولوجيا الاعلام والاتصال¹.

ثالثا: الحماية بموجب أمن أنظمة الدفع

تتمثل هذه الحماية من خلال قانون النقد والقرض 03-11، وقد صدر بخصوصه النظام رقم 05-07 المتعلق بأنظمة الوفاء²، الذي يهدف الى ضمان تامين البنية التحتية للنظام ووسائل الدفع المختلفة من طرف بنك الجزائر³.

اذا رأى بنك الجزائر ان احدى وسائل الدفع لا تتوفر على الضمانات الأمنية الكافية فيطلب من الجهة التي تصدرها، اتخاذ اجراءات مناسبة لمعالجه الامر، وله الصلاحية بعد استشارة السلطة المكلفة بالمراقبة، اتخاذ قرار توقيف ادخال وسيله دفع معينه في النظام⁴.

المطلب الثاني: الحق في العدول

لقد اعتبر البرلمان الاوروبي في التوجيه رقم 61 الصادر بتاريخ 2002⁵، بوجوب توفير الحماية للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف من الناحية المعرفية في العقد⁶، فقد يسعى التاجر الى تسهيل عمليه البيع للمستهلك واغراءه بكل وسائل الدعاية واساليب الترويج، التي يقع من خلالها المستهلك ضحية لها⁷.

من خلال هذه المبررات جعلت الكثير من التشريعات المقارنة، ومنها المشرع الجزائري اقرار او منح المستهلك الحق في العدول، وعليه سنتطرق في هذا المطلب في الفرع الى مفهوم الحق في العدول، ثم ضوابط هذا الحق في الفرع الثاني، واثاره في الفرع الثالث.

¹ مرسوم رئاسي رقم 61-15 مؤرخ في 8 أكتوبر 2015، يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها، جريدة رسمية، عدد53، الصادرة بتاريخ لسنة 2015.

² نظام رقم 05-07 مؤرخ في 28 ديسمبر 2005، يتعلق بأمن أنظمة الوفاء، جريدة رسمية، عدد 28، لسنة 2005.

³ زلاسي بلقاسم، غريب حاج علي، الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، السنة الجامعية 2020-2021، ص25.

⁴ لموشية سامية، المرجع السابق، ص641.

⁵ المادة 1/6 من التوجيه الأوروبي رقم 61، الصادر بتاريخ 2002/08/23.

⁶ محمد ربيع فتح الباب، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول عن العقود المبرمة (دراسة مقارنة)، مجلة القانون والاقتصاد، العدد 89، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، دس، ص775.

⁷ كوثر سعيد عدنان، سميحة القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2016، ص 636.

الفرع الأول: مفهوم العدول

سنتناول في هذا الفرع مايلي: تعريف العدول، وذكر خصائصه، ثم بيان طبيعته

القانونية.

أولاً: تعريف العدول

تعددت تسميات العدول فهناك من يطلق عليه اسم حق الانسحاب، واخر حق اعاده النظر او مهله التفكير، وفي كثير من التشريعات العربية يطلق عليه حق الرجوع، ويعرف حق العدول بأنه تعبير عن اراده جديده عكس ما وقع الاتفاق عليه، والرجوع الى الحالة التي كان عليها قبل التعاقد¹.

وعرفه جانب بين الفقه بأنه سلطه تسمح لاحد المتعاقدين بفسخ العقد دون النظر الى ارادة الطرف الاخر، وقد منح الفقه هذا الحق للمستهلك، حيث يمكنه رد المنتج دون اي تسبب².

وقد عرفه الفقه الفرنسي بأنه تعبير عن اراده جديده معاكسه لإرادته الاولى والرجوع عنها كأن لم تكن وذلك من اجل تجريدها من اي اثار كانت في الماضي، او تكون في المستقبل³.

بخلاف المشرع الفرنسي الذي لم يعرف الحق في العدول في قانون حماية المستهلك تاركاً بذلك تعريفه للفقه، وحتى المشرع المصري، والتونسي لم يعرفاه، فان المشرع الجزائري قد عرفه في المادة 2 من القانون 18-409 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم، بأن "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب..."، وأضافت المادة انه مجاني دون مصاريف اضافية، كما انها لم تحدد المدة لاستعمال هذا الحق وترك تنظيمها الى حين صدور التنظيم.

¹ غول نسيمه، ميهوب علي، اليات حماية المستهلك الإلكتروني مرحلة ما قبل التعاقد، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 5، العدد 4، جامعة زيان عاشور الجلفة، لسنة 2020، ص34.

² احمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2019، ص 266.

³ محمد ربيع فتح الباب، المرجع السابق، ص781.

⁴ القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 35، لسنة 2018، معدل ومتمم.

اما في القانون 18-05 فان المشرع لم يعرف، وانما ذكر الحالات التي تتيح حق العدول للمستهلك الالكتروني، ونلاحظ ان هذا الحق في هذا القانون قد جاء مقيد ومرتبطة بظهور عيب في المنتج او عدم احترام اجال التسليم من المورد الالكتروني او عدم مطابقه المنتج¹.

ثالثا: خصائص العدول

من خلال تعريف الحق في العدول نتضح لنا خصائصه كما يلي²:

- حق يرد على العقود الملزمة للجانبين.
- الحق في العدول هو حق مقرر للمستهلك دون غيره، ولا يجوز اسقاطه بالاتفاق بين طرفي العقد فهو حق مقرر بقوه القانون.
- ممارسة هذا الحق لا تحتاج اللجوء الى القضاء، او موافقه الطرف الاخر من العقد.
- حق مؤقت يكون ضمن اجال محدد قانونا، ويسقط هذا الحق بالقضاء هذا الاجل.
- عدم ممارسه حق العدول لا يسقط حق المستهلك في الرجوع على البائع بدعوه ضمان العيوب الخفية.
- حق العدول لا يمنع انعقاد العقد ويكون نافذه بالنسبة للمحترف ولا يكون نافذا بالنسبة للمستهلك.
- فحق العدول هو حق شخصي يخضع لتقدير المستهلك ويمارسه وفقا لما يراه محققا لمصلحه وهو غير ملزم لبيان اسباب هذا العدول.

¹ الماحي فاطمة زهرة شريف، مدى فعالية القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية في حماية المستهلك

الالكتروني من تجاوزات الموردين الالكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، السنة، 2021، ص 188.

² بوهننالة امال، الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، العدد 05، كلية الحقوق جامعة قسنطينة، السنة 2018، ص 139.

- هو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الالكتروني ويشكل خروجاً عن المبدأ، ويعتبر عقداً صحيحاً غير لازم بالنسبة للمستهلك وعقد صحيحاً لازماً للمورد¹.

رابعاً: الطبيعة القانونية لحق العدول

اختلف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية لحق العدول ان كان حقاً؟ او رخصه؟ او يشكل طبيعة قانونية خاصة وقد انقسم الفقه في هذه المسألة الى ثلاثة اتجاهات كما يلي²:

- اتجاه يرى بانها حق وانقسم هذا الرأي بين من يراه حق شخصي واخر يراه حق عيني.
- اتجاه اخر يراه رخصة تتمثل في اباحة لحرية من الحريات العامة يمنحها القانون.
- واتجاه اخر يرى انها اقل من انها حق وأكثر من مجرد رخصة، أي هي مكنة، وهو حل وسط بين الحق والرخصة.

الفرع الثاني: ضوابط ممارسه حق العدول

الحق في العدول ليس حق مطلق وانما هناك ضوابط تضبطه، تتعلق بالضابط الشخصي، والموضوعي، ثم الآجال القانونية لاستخدام هذا الحق، ستطرق اليها كالاتي.

أولاً: العدول الضابط الشخصي

يجب ان يكون أحد طرفي العقد مستهلكاً حتى يتقرر له الحق في العدول وبذلك يخرج من نطاق هذه الحماية العقود التي لا يكون أحد طرفيها مستهلكاً كالعقود التي تكون بين المنتجين او العقود التي تكون من اجل الاستعمال المهني، فالأمر يقتضي منا تعريف المستهلك الذي يمنح له القانون هذه المكنة³.

تعريف المستهلك الالكتروني: قد جاء تعريف المستهلك في قانون التجارة الالكتروني هو كل شخص يقتني منتج عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الالكتروني، من اجل الاستخدام النهائي.

وعرفه ايضا القانون 09-03 في المادة 3 منه هو كل شخص يقتني سلعه او خدمه موجهه للاستعمال النهائي لتلبية حاجاته الشخصية له او لغيره، او حيوان متكفل به.

¹ عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص 199.

² خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، المرجع السابق، ص 284.

³ محمد ربيع فتح الباب، المرجع السابق، ص 809.

لقد تبني المشرع الجزائري المفهوم الضيق للمستهلك وذلك لتمييزه عن المهني، من خلال العنصر الجوهري الذي يميز بينهما، وهو الغرض من اقتناء المنتج، فيجب ان يكون هذا الاقتناء ليس للاستعمال المهني ويكون الاستهلاك للاستعمال الشخصي¹.

أولاً: تعريف المورد الإلكتروني

هو الطرف الثالث في عقد الاستهلاك، وأطلق عليه المشرع في قانون التجارة الإلكتروني اسم المورد الإلكتروني في المادة 6 منه، وهو كل شخص يقوم بالتسويق او اقتراح خدمه او سلعه بواسطة الاتصالات الإلكترونية.

ثانياً: الضابط الموضوعي

يقصد به تحديد التي لا تمكن للمستهلك ممارسه حق العدول فيها، وبالرجوع الى التشريعات المقارنة نجد ان المشرع الفرنسي حدد العقود المستبعدة من حق العدول بنصوص قانونيه في قانون الاستهلاك الفرنسي².

اما المشرع الجزائري لم يحدد العقود المستبعدة من حق العدول الى غاية الان فقد اشار في نص المادة 19 من القانون 09/18 الى انه سيتم تحديد قائمه المنتجات المعينة بواسطة التنظيم الذي سيصدر لاحقاً.

لا يمكن تصور ان يكون حق العدول حق مطلق في جميع عقود الاستهلاك لان هذا يسبب اضرار للمستهلك ويمس بمركزه الاقتصادي، وعليه يجب وضع استثناءات كما فعلت التشريعات المقارنة وللتوضيح أكثر نذكر العقود التي استبعتها المشرع الفرنسي من دائرة العقود التي تمكن المستهلك حق العدول وهي³:

- عقود السلع والخدمات التي الاسعار فيها غير ثابتة.
- عقود التوريد التي يتم تصنيعها طبقاً لشروط المستهلك وخصائصه.
- الصحف والمجلات وعقود الخدمات الرهان واليانصيب المصرح بها.
- توريد سلع استهلاكية عادية في مكان عمل او سكن المستهلك.

¹ معنصري مريم، الرجوع عن التعاقد كآلية لحماية المستهلك في البيئة الإلكترونية، مجلة قانونية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، العدد 8، السنة 2021، ص311.

² محمد ربيع فتح الباب، المرجع السابق، ص851.

³ بوهنتالة امال، الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك، المرجع السابق، ص141.

ونجد ايضا المشرع المصري في قانون حماية المستهلك لسنة 2018 في المادة 17 منه قد نص على انواع العقود المستبعدة التي لا يجوز فيها حق الرد مثل:

- السلع سريعة التلف السلع المصنعة بمواصفات طلبها المستهلك.
- الصحف والبرامج الإلكترونية السلع التي طريقه تغليفها او تعبئتها او خصائصها تحول دون امكانيه ردها او يستحيل ارجاعها الى الحالة التي كانت عليها عند التعاقد

ثالثا: الضابط الزمني

حدد المشرع للمستهلك عند استعماله حق العدول في طرازه المهنية معينه لممارسته فاذا انتهت هذه المدة سقط حقه في العدل وذلك من اجل ضمان استقرار المعاملات وعليه نجد ان التشريعات الخاصة بحمايه المستهلك اتفقت على تحديد مجال زمني يمارس في هذا الحق الى انها اختلفت في زمن هذه المدة¹.

ف نجد المملكة المتحدة حددته بسبعة ايام اما التشريع الالمانى فحدده ب 14 يوما تمدد الى اربعة أشهر في حاله اخلال التاجر بأعلام المستهلك بحقه في الرجوع².

اما المشرع الفرنسي فقد استجاب لتوصيات التوجيه الاوروي رقم 83 لسنة 2011 للدول الاعضاء بتوحيد مهله العدول المقدره ب 14 يوما فجاء في قانون الاستهلاك الفرنسي 344,14 في المادة 121 21 ان مهله حق العدول 14 يوم بدلا من سبعة ايام واطاف في هذه المادة انه يمكن تمديد فتره الحق في العدول الى 12 شهرا إذا لم يقم المحترف بإعلام المستهلك بالمعلومات المنصوص عليه في المادة 17/121³.

رابعا: تمديد مهه الحق في العدول

ان تباين التشريعات المقارنة في تحديد مقدار المدة المحددة في استخدام حق العدول امتد ايضا الى طريقه احتساب هذه المدة فبعض التشريعات تحتسب المدة على اساس ايام العمل بينما تشريعات اخرى فاحتساب المدة يشمل ايام العمل والعطل.

وقد تدارك المشرع الفرنسي ذلك فنص في المادة 121 - 20 من قانون الاستهلاك انه إذا صادف اليوم الاخير من انتهاء المهلة المحددة في استعمال حق العدول يوم عطله او عيد فان هذه المدة تمدد الى اول يوم عمل التالي.

¹ احمد عصام منصور، المرجع السابق، ص 279-280.

² كوثر سعيد عدنان خالد، سميحة مصطفى القليوبي، المرجع السابق، ص 646.

³ احمد عصام منصور، المرجع السابق، ص 284.

ويختلف احتساب مدة حق العدول في السلع عنها في الخدمات، حيث يبدأ احتساب المدة في هذه الأخيرة من يوم إبرام العقد، أما في السلع فيبدأ احتساب المدة من يوم تسلم السلعة، هذا ما نص عليه قانون الاستهلاك الفرنسي، وهو ما ذهب اليه المشرع المصري في مشروع قانون التجارة الإلكترونية¹.

أما المشرع الجزائري فلم يصدر تنظيم خاص ينظم الحق في العدول، إلا أنه في مضمون المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية، حدد المدة التي تمكن للمستهلك استعمال الحق في العدول بأربعه (4) أيام.

إن هذه المدة التي نص عليها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري غير كافية، خاصة إذا علمنا أن التعاقد يتم عن بعد، في ظروف لا يمكن فيها للمستهلك معاينه وفحص المنتج الذي قد لا يكون بنفس الجودة أو الخصائص التي قدمها المورد في العرض التجاري.

الفرع الثالث: آثار العدول

الحق في العدول يترتب آثار على كل من المستهلك والمحترف (المورد الإلكتروني).

أولاً: بالنسبة للمستهلك

إن استعمال المستهلك حقه في العدول يؤدي إلى فسخ عقد الاستهلاك واعتباره كأنه لم يكن، أما الالتزامات المترتبة عن استعمال هذا الحق تتمثل في رد السلعة إلى المورد مع تحمل المصروفات المباشرة لردها إذا كان المستهلك استلم السلعة بالفعل، أما إذا كان سبب ردها يعود إلى عدم احترام آجال التسليم أو عدم مطابقه المنتج، فالمستهلك لا يتحمل نفقات رد المنتج وتكون على نفقه المحترف، هذا ما جاء في نص المادة 121 - 3/21 من قانون الاستهلاك الفرنسي².

كما أقرت بعض التشريعات أن حق العدول يترتب عنه فسخ أي عقد آخر ارتبط بالعقد الذي جرى العدول عنه.

أما المشرع الجزائري فنجد له موقفين بالنسبة لحق العدول كمايلي:

¹ احمد عصام منصور، المرجع السابق، ص 281-282.

² محمد ربيع فتح الباب، المرجع السابق، ص 864.

نجده في قانون التجارة الالكتروني تأثر بالمشرع المصري بتقييده لحق العدول، وجعله الا في حالات نص عليها القانون وهي: إذا كانت السلعة غير مطابقة للطلبية او بها عيب او الاخلال بأجال التسليم، كما انه ألزم المستهلك عند رده المنتج ذكر سبب الرفض. اما قانون 09 18 فوجد المشرع الجزائري تأثر بالمشرع الفرنسي حيث لم يقيد حق العدول وجعله متاحا للمستهلك يستخدمه في ارجاع المنتج دون تبرير او ذكر الاسباب اما الآجال او الشروط فأحالها الى التنظيم الذي لم يصدر بعد¹.

ثانيا: بالنسبة للمورد الالكتروني

تتمثل التزامات المورد طبقا للمادة 22 و 23 من قانون التجارة الالكتروني في:

- تسديد مصاريف رد المنتج.
- تسليم موافق للطلبية اصلاح المنتج المعيب او استبداله باخر.
- استرجاع المنتج ورد الثمن إذا كان المستهلك قد دفعه ويكون ذلك خلال 15 يوما من تاريخ الاستلام المنتج.
- الالتزام بالتعويض عن الضرر الذي لحق بالمستهلك إذا تمسك به.

¹ ربحي تبوب فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 220.

في نهاية الدراسة، وبعد التطرق الى الضمانات التي جاء بها قانون التجارة الالكترونية الجزائري، بهدف حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقد في مواجهه المورد الالكتروني، نستخلص أهم النتائج التي توصلنا اليها كمايلي:

- الإعلان التجاري الموجه إلى المستهلك الإلكتروني عبر الإنترنت قد يعتبر إيجابا قانونيا، في حالة ما إذا تضمن العناصر الجوهرية للتعاقد، ويعتبر دعوة للتعاقد إذا لم يتضمن ذلك الإعلان التجاري العناصر الجوهرية للتعاقد.
- يعتبر الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد وسيلة لتتوير إرادة المستهلك، بحيث محل الالتزام يتم عن طريق تحديد شخصية المهني ووصف الخدمة أو المنتج وبيان السمات الأساسية لهما، بحيث تعد خصائص أو الخدمة أساس فكرة الالتزام بالإعلام وهي الباعث الرئيسي للتعاقد في عقود التجارة الإلكترونية.
- يعد المستهلك الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية التي يميزها الاحتكار، لذا من الضروري حمايته إذ تعتبر هذه العقود عقود إذعان ويحق للمستهلك أن يطلب إبطالها وحمايته من الشروط التعسفية فيها.
- الفرق بين المستهلك الالكتروني والمستهلك التقليدي هو وسيلة التعاقد.
- الحماية المقررة للمستهلك التقليدي هي نفسها المقررة للمستهلك الالكتروني.
- العروض التجارية المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي التي يتأثر بها المستهلك، ليست هي المعاملات التجارية التي تخضع لحماية قانون 18-05.
- الدفع الالكتروني لا يكون الا عبر منصات الدفع التي تخضع لرقابه بنك الجزائر.
- لم ينص القانون 18-05 صراحة على حق العدول، وانما ذكر الحالات التي تمنح للمستهلك الحق في رد المنتج.

من خلال ما تقدم يمكن تقديم بعض الاقتراحات التي بإمكانها دعم وتعزيز وتطوير نشاط التجارة الالكترونية كمايلي:

- العمل على تعزيز وعي المستهلك وثقافته الاستهلاكية.
- تطوير النظام البنكي بما يتماشى والتطورات الحاصلة في مجال الدفع الالكتروني كالدفع باستعمال الهاتف المحمول المرتبط بحساب المستهلك.
- الاسراع في اصدار تنظيم خاص ينظم حق العدول.

- على المشرع الجزائري أن ينص صراحة على حق المستهلك في العدول في قانون التجارة الالكترونية، وألا يقيدته بالحالات التي نص عليها في المادة 11 و 13 من نفس القانون، ويكون مطابقا لمفهوم حق العدول الذي جاء بقانون 18-09.
- تمديد حق العدول في حاله اخلال المورد بإعلام المستهلك في العقد، بحقه في العدول مثل ما جاء في التشريع الفرنسي.
- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك بشكل أوسع، حيث يمكن اعطائهم صلاحيات متابعه شكاوى المستهلكين لدى مديريه التجارة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القوانين

أ - النصوص التشريعية:

- 01 - القانون رقم 03-11 مؤرخ في 27 اوت 2003 يتعلق بالنقد والقرض، معدل ومتمم، جريدة رسمية، عدد 52، لسنة 2003.
- 02 - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، عدد، لسنة 2004.
- 03 - القانون رقم 04-15 مؤرخ في 10/11/2004، المتضمن لجرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، يعدل ويتمم الامر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية، عدد 71، لسنة 2004.
- 04 - القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 15، لسنة 2009.
- 05 - القانون رقم 09-04 مؤرخ في 05 اوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، جريدة رسمية، عدد 47، لسنة 2009.
- 06 - القانون رقم 15-04 مؤرخ في 01 فيفري 2015، المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكتروني، جريدة رسمية، عدد 06، لسنة 2015.
- 07 - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية، العدد 28، الصادر في سنة 2018.
- 08 - القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، يعدل ويتمم القانون 09-03، جريدة رسمية، عدد 35، لسنة 2018.
- 09 - القانون رقم 18/07 المؤرخ في 18-7-2018م، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، جريدة رسمية، عدد 34، لسنة 2018.
- 10 - القانون رقم 23-09 مؤرخ في 21 يونيو 2023 يتضمن القانون النقدي والمصرفي، يلغي احكام الامر 03-11 المخالفة لهذا القانون، جريدة رسمية، عدد 43، لسنة 2023.
- 11- الامر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، جريدة رسمية، عدد 78، لسنة 1975.

قائمة المصادر والمراجع

ب - النصوص التنظيمية:

- 1 - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات، جريدة رسمية، عدد 04 لسنة 1990، ملغى بموجب المرسوم التنفيذي 327/13.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1999 المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، العدد 5، الصادر في سنة 1990، المعدل والمتمم.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56، لسنة 2006.
- 4 - المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 9-11-2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر، العدد 58، لسنة 2013.
- 5 - المرسوم التنفيذي رقم 13-327، المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر، العدد 49، لسنة 2013.
- 6 - مرسوم تنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 31 مايو سنة 2021، الذي حدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، ج ر، عدد 45، لسنة 2021.
- 7 - مرسوم رئاسي رقم 15-61 مؤرخ في 8 أكتوبر 2015، يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر، عدد 53، لسنة 2015.
- 8 - القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، عدد 35، لسنة 2018، معدل ومتمم.
- 9 - نظام رقم 05-07 مؤرخ في 28 ديسمبر 2005، يتعلق بأمن أنظمة الوفاء، ج ر، عدد 28، لسنة 2005.

ثانيا: الكتب

- 1 - احمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2019.
- 02 - يمينة حوحو، عقد البيع في القانون والاجتهاد القضائي الجزائري، دار بالقيس، الجزائر، دس.

قائمة المصادر والمراجع

- 03 - حساني علي، ضمان حماية المستهلك، نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2017.
- 04 - يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الدار البيضاء - الجزائر، 2016.
- 05 - خنفوسي، قانون الدفع الإلكتروني مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2018.
- 06 - زكريا سرايش، الموجز في شرح قواعد البيع، دار بلقيس، الجزائر، 2019.
- 07 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 08 - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد: الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، 2019.
- 09 - فتحي إبراهيم محمد الحنطور، ضمان العيوب الخفية في عقود الاستهلاك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2019.
- 10 - كوثر سعيد عدنان خالد، سميحة مصطفى القليوبي، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2016.
- 11 - مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية الدولية للبيانات الشخصية عبر الإنترنت بين القانون الدولي الاتفاقي والقانون الوطني، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2016.
- 12 - فريحي تبوب فاطمة الزهراء، قانون المعاملات الإلكترونية وفقا لقانون 18-05، بيت الأفكار، الدار البيضاء، الجزائر، 2021-2022.

ثالثا: رسائل الدكتوراه

- 1 - خلوي نصيرة، الحماية المدنية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزوو، سنة 2012
- 2 - مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، أطروحة لنيل الدكتوراه في العلوم القانونية، قانون الاعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011-2012.

قائمة المصادر والمراجع

3 - لموشية سامية، الضمانات القانونية للمشتري في عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2018-2019.

4 - قردان لخضر، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، أطروحة لنيل الدكتوراه، جامعة بوبكر بلقاي تلمسان، الجزائر، 2019-2020.

رابعاً: رسائل الماجستير

- الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، الموسم الجامعي 2013-2014

خامساً: مذكرات الماستر

- زلاسي بلقاسم، غريب حاج علي، الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، السنة الجامعية 2020-2021.

سادساً: المقالات والمدخلات

1 - الزهرة جريف، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمان المستهلك الإلكتروني، دراسة على ضوء القانون، 5/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، العدد 51، جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية، 2020.

2 - بنت الخوخ مريم، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، المركز الجامعي عبد الله مرسللي، تيبازة، 2022.

3 - شهياني سمير، عباس ريمة، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في القانون التجاري الإلكتروني الجزائري 5/18، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، العدد 2، جامعة البويرة، 2023.

4 - عبد الله صفيح وفتحي بن جديد، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 5/18، مجلة الدراسات القانونية، العدد 2، جامعة يحيى فارس بالمدينة، الجزائر، 2021.

5 - صليح بنقلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، العدد 17، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019.

قائمة المصادر والمراجع

- 6 - خلوي نصيرة، آليات حماية المستهلك من الإعلان التجاري عبر الإنترنت، مجلة تجسير الأبحاث والدراسات متعددة التخصصات، العدد 1، جامعة باتنة 1، 2023.
- 7 - آمال بوهنتالة، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 03، جامعة باتنة 1، الجزائر، سنة 2021.
- 8 - حدو كريمة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، مجلة السياسة العالمية، العدد 02، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2022.
- 9 - مقدم الياسين، حماية البيانات الشخصية للمستهلك في العقد الإلكتروني، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2023.
- 10 - التميمي محمد رضا، آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد وفقا للقانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية في جامعة أم البواقي، العدد 02، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2022.
- 11 - عز الدين مبروك الآليات القانونية لحماية البيانات الرقمية في بيئة التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، سنة 2023.
- 12 - بن عيسى نصيرة، الالتزام بالتسليم في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الحوكمة والقانون الاقتصادي، المجلد 01، العدد 02، جامعة باتنة، السنة 2021.
- 13 - حليلة كوسه، حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيوب الخفية - دراسة على أعضاء احكام القانون رقم 18-05، منشورات مخبر الامن الإنساني، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021.
- 14 - حمود الخلايلة، إبراهيم صبري الارناؤوط، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 42، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن، السنة 2022.
- 15 - بومعراف لعربي، آسيا بن بوعزيز، آليات حماية وسائل الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الوطني، الموسوم ب: الدفع الإلكتروني _ الواقع والمأمول، المنعقد بجامعة الحاج لخضر باتنة 1 بتاريخ 27 نوفمبر 2019.
- 16 - دباب عبد الرؤوف، هشام ذبيح، وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2017.

قائمة المصادر والمراجع

- 17 - غول نسيمة، ميهوب علي، اليات حماية المستهلك الإلكتروني مرحلة ما قبل التعاقد، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 5، العدد 4، جامعة زيان عاشور الجلفة، لسنة 2020.
- 18 - الماحي فاطمة زهرة شريف، مدى فعالية القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية في حماية المستهلك الالكتروني من تجاوزات الموردين الالكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، المدرسة العليا للاقتصاد، وهران، السنة 2021.
- 19 - محمد ربيع فتح الباب، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول عن العقود المبرمة (دراسة مقارنة)، مجلة القانون والاقتصاد، العدد 89، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، دس،
- 20 - بوهنتالة امال، الحق في العدول عن التعاقد كوسيلة لحماية رضا المستهلك، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر باننة 1، السنة 2018.
- 21 - معنصري مريم، الرجوع عن التعاقد كألية لحماية المستهلك في البيئة الالكترونية، مجلة قانونية، العدد 08، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، السنة 2021.
- 22 - روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 06 العدد 2، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، السنة 2022.
- 23 - بن عزة محمد أمين، زهوري جلييلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 03، جامعة خميس مليلنة، ماي 2011،
- 24 - كريمة شايب، اليات الحماية من مخاطر الدفع الالكتروني في التشريع الجزائري، جامعة البليدة 2، 2018، مقال منشور على الموقع التالي:
<https://www.asjp.cerist.dz>

قائمة المصادر والمراجع

سابعاً: محاضرات جامعية

- بوهنتالة أمال، محاضرات في قانون حماية المستهلك، أقيمت على طلبة الماستر، سنة ثانية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، السنة الدراسية 2023-2024، منشورة على الموقع التالي: <https://ead-dsp.univ-batna.dz/>

ثامناً: القوانين النموذجية

01 - قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الالكترونية، الصادر سنة 2001.

02 - التوجيه الأوروبي رقم 61، الصادر بتاريخ 2002/08/23.

01.....	مقدمة
04.....	الفصل الأول: حماية المستهلك في مرحلة تكوين العقد
05.....	المبحث الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد
05.....	المطلب الأول: حق المستهلك في الاعلام
05.....	الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام
06.....	الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام السابق عن التعاقد الالكتروني
08.....	الفرع الثالث: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الالكتروني
10.....	الفرع الرابع: جزاء الاخلال بالالتزام بالإعلام
13.....	المطلب الأول: حماية المستهلك من الإعلان التجاري (الاشهار المضلل)
13.....	الفرع الأول: مفهوم الإعلان التجاري
14.....	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الالكتروني وشروط صحته
16.....	الفرع الثالث: اليات حماية المستهلك الالكتروني في مواجهة الإعلان التجاري الكاذب
17.....	الفرع الرابع: الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب او المضلل
19.....	المبحث الثاني: حماية المستهلك الالكتروني اثناء التعاقد
19.....	المطلب الأول: حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية
19.....	الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسف
20.....	الفرع الثاني: صور الشروط التعسفية

- 22..... الفرع الثالث: رقابة الشروط التعسفية.
- 24..... المطلب الثاني: حماية البيانات الشخصية للمستهلك.
- 24..... الفرع الأول: تعريف البيانات الشخصية.
- 25..... الفرع الثاني: أنواع البيانات الشخصية.
- الفرع الثالث: شروط الوفاء بالالتزام المورد الالكتروني بحماية البيانات الشخصية
- 26..... للمستهلك.
- 28..... الفرع الرابع: فعالية الحماية القانونية للبيانات الشخصية في عقود التجارة الالكترونية.
- 32..... الفصل الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد.
- 33..... المبحث الأول: التزام المورد الالكتروني بالتسليم والضمان.
- 33..... المطلب الأول: الالتزام بالتسليم.
- 33..... الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالتسليم.
- 35..... الفرع الثاني: محل الالتزام بالتسليم.
- 38..... الفرع الثالث: مكان وزمان التسليم.
- 39..... الفرع الرابع: هلاك المبيع قبل التسليم.
- 40..... المطلب الثاني: الالتزام بالضمان.
- 40..... الفرع الأول: ضمان العيوب الخفية.
- 44..... الفرع الثاني: الالتزام بضمان المنتج.

46.....	الفرع الثالث: مطابقة المنتج.....
48.....	المبحث الثاني: حماية المستهلك وفق القواعد المستحدثة في قانون 05/18.....
48.....	المطلب الأول: حماية المستهلك عن طريق تأمين وسائل الدفع الالكتروني.....
49.....	الفرع الاول: مفهوم وسائل الدفع الالكتروني.....
52.....	الفرع الثاني: الحماية التقنية لوسائل الدفع الالكتروني.....
56.....	الفرع الثالث: الحماية القانونية لوسائل الدفع الالكتروني.....
58.....	المطلب الثاني: الحق في العدول.....
59.....	الفرع الأول: مفهوم الحق في العدول.....
61.....	الفرع الثاني: ضوابط ممارسة حق العدول.....
64.....	الفرع الثالث: اثار العدول.....
66.....	خاتمة.....
68.....	قائمة المصادر والمراجع.....
77.....	الفهرس.....

ملخص البحث:

في العقود الأخيرة من القرن الماضي شهد العالم تحولا جذريا في المجال التكنولوجي، حيث تفتش استخدام الانترنت وتبادل المعلومات الالكترونية بشكل واسع، ومع هذه التطورات الهائلة تبنت العديد من الشركات والافراد العقود الالكترونية كوسيلة للتعامل التجاري، وهنا أدى الى ظهور تحديات جديدة في حماية حقوق المستهلكين.

تحرص التشريعات القانونية في العديد من الدول على وضع إطار قانوني يحمي المستهلك ويضمن مصالحه في هذا السياق الرقمي الجديد، حيث يعتبر المستهلك غالبا الطرف الأضعف في هذه العلاقات التعاقدية.

ABSTRACT:

In the last decades of the last century, the world witnessed a radical transformation in the technological field, as the use of the internet and the exchange of electronic information spread widely, with these tremendous developments, many companies adopted electronic contracts as a means of conducting business, and here this led to the emergence of new challenges in protecting the rights of consumers.

legal legislation in many countries is keen to establish a legal framework that protects the consumer and guarantees his interests in this new digital context, as the consumer is often considered the weakest party in these contractual relationships.