



## شكر و تقدير

{و قل اعملوا فسيرى الله عملكم و رسوله و المؤمنون}  
إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة، إلى نبي الأمة محمد صلى الله عليه  
وسلم.

يقال من لم يشكر الناس لم يشكر الله و على هذا:

نتقدم بأسمى معاني الشكر و التقدير إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم  
و المعرفة، إلى جميع أساتذتي جزاهم الله عنا كل خير  
"كن عالما... فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فأحب العلماء،  
فإن لم تستطع فلا تبغضهم".

و أخص بجزيل الشكر و التقدير إلى من علمنا التفاؤل و المضي إلى  
الأمام، إلى الذي تفضل علينا بالإشراف على هذا العمل، فجازاه الله عنا  
كل الخير، له مني كل التقدير و الاحترام الأستاذ "رزق الله العربي بن  
مهدي"

كذلك نشكر كل من ساعدنا على اتمام هذا البحث و قدم لنا يد المساعدة من  
قريب أو من بعيد، جزاكم الله كل الخير و التوفيق.



# إهداء

إلى قرة عيني وحبيبي محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم وآله و صحبه أجمعين  
إلى التي علمتني أن أحيى بنور الإله، إلى من علمتني أن الحياة تنبتق من الداخل وأن

القلب يحويها ولا نحويه

إلى أمي الغالية

إلى من علمني ألا أخضع لأي سلطة تغير سلطة السماء، وألا أتفهم للوراء، وألا أنظر إلى  
الأسفل وأن الركون أساس الجمود واليأس، أما الطموح المجنح فهو أساس النجاح، و لو  
يدخر يوماً بشيء من أجل سعادتني أبي الكريم الشامخ الذي هو و أمي كانا سببا في

وجودي و رضاهم مقصدي.

وإلى كل أفراد عائلتي

وإلى كل من ساعدني في إنجاح هذا العمل، إلى جميع أصدقاء قريبي كان أو بعيد.

إلى كل من حملهم قلبي ولم يحملهم قلبي

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهد هذا العمل المبذول

والله المستعين وعليه العمد و الاتكال فهو نعم المولى ونعم النصير

# الهاشمي



# إهداء

إلى قرة عيني وحببي محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم وآله و صحبه أجمعين  
إلى التي علمتني أن أحيى بنور الإله، إلى من علمتني أن الحياة تنبتق من الداخل وأن

القلب يحويها ولا نحويه

إلى أمي الغالية

إلى من علمني ألا أخضع لأي سلطة تغير سلطة السماء، وألا أتفنت للوراء، وألا أنظر إلى  
الأسفل وأن الركون أساس الجمود واليأس، أما الطموح المجنح فهو أساس النجاح، ولو  
يدخر يوماً بشيء من أجل سعادتني أبي الكريم الشامخ الذي هو و أمي كانا سببا في  
وجودي و رضاهم مقصدي.

وإلى كل أفراد عائلتي الكريمة وخاصة أختي سمية

وإلى كل من ساعدني في إنجاح هذا العمل، إلى جميع أصدقاء قريبي كان أو بعيد.

إلى كل من حملهم قلبي ولو يحملهم قلبي

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهد هذا العمل المبذول

والله المستعين وعليه العمد و الاتكال فهو نعم المولى ونعم النصير

## عبد الصمد



حَدَّثَنَا

يظل الإنسان دائما هو الهدف وهو الوسيلة لتحقيق أي تقدم، ومن هنا كان الإيمان بحمايته والالتزام بمتطلباته أمرا ضروريا، والإنسان بطبيعته كائن استهلاكي، وحمايته وفقا لذلك تعد ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان، فحرية لم تعد مجرد نصوص خالية من أي مضمون بل غدت مطلبا لكل الشعوب، وتحقيقها صار التزاما على كل الدول، كما لم تعد حقوقه ذات طبيعة فكرية فقط، بل امتدت لتشمل الحقوق ذات الطبعين الاقتصادية والاجتماعية، وذلك ليس فقط باعتباره أهم طرف في علاقات السوق، بل لأنه محور العملية الاقتصادية جميعها .

وترتبيا على ذلك أصبحت حماية الإنسان بوصفه مستهلكا، تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدول المعاصرة، حتى صار من المفترض أن تدرج برامج هذه الحماية في السياسة الاقتصادية لها، خاصة أنه قد يكون مبعث الاهتمام بها اعتبارات سياسية تكونت في ظل ظروف خاصة، كأن يتبنى المشرع في وقت ما سياسة لتحديد الأسعار، أو يتدخل لحماية المستهلك بمناسبة ظهور بعض السلع الصناعية المتطورة التي تتميز بتعقيدها أو بطابعها الغني على نحو قد يمثل خطرا على أمن وسلامة مستعملها .

إن إقرار القواعد القانونية الخاصة بحماية المستهلك يمثل التطبيق العملي من الناحية القانونية لحماية حقوق الإنسان طبقا للفلسفة السياسية والقانونية التي تسود النظم القانونية المعاصرة وهي الحماية التي أقرتها المواثيق والاتفاقيات والإعلانات الدولية الخاصة بحقوق الإنسان، فقد انتقلت العناية بهذه الحقوق من ميدان المبادئ الأخلاقية والنظريات الفلسفية إلى ميدان الممارسة الواقعية وأصبح العمل يجري على إنشاء الوسائل والآليات القانونية اللازمة لتقرير هذه الحقوق وحمايتها وقد عكست هذه الحماية على المستوى الدولي ما اعتمدهت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها المرقم ب(39/ 248) الصادر بتاريخ 9 / 4 / 1985 والذي تضمن مبادئ توجيهية لحماية المستهلك في ثمانية مجالات في الحق في السلامة والحق في الاختيار والحق في أن يكون صوته مسموعا والحق في إشباع حاجاته الأساسية والحق في الإنصاف والتعويض والحق في التعليم والتنظيف والحق في بيئة صحية ملائمة

إن المستهلك في علاقته القانونية مع المحترف شخص طبيعي كان هذا الأخير أو معنوي بروم الحصول على السلع والخدمات التي يحتاجها، وقد تتطوي هذه العلاقة على اختلال في التوازن بسبب حالة الضعف المسيطرة على المستهلك لمصلحة المحترف إذ إن الأخير يتمتع بمركز أقوى من حيث القدرة الاقتصادية والخبرة.

إن غرض المحترف في علاقاته القانونية هو الحصول على أوفي قدر من الربح على حساب المستهلك باستعمال أساليب الدعاية والإعلان التي قد تتطوي على التضليل والاحتيال كما أنه قد يستغل

حاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة من أجل فرض شروطه التعسفية بما يجعل العقد غير متكافئ مما يلحق ضررا بالمستهلك الذي قد لا يستطيع اللجوء إلى القضاء لارتفاع تكاليف التقاضي في نزاع يتعلق بسلعة أو خدمة قد تكون قليلة القيمة، فضلا عما تقدم فإن سيطرة قوى الإنتاج العملاقة على السوق الاقتصادي أدى إلى تغيير أنماط الاستهلاك الحقيقية عن المستهلك من خلال أساليب الدعاية المتطورة بحيث أصبح المستهلك طرفا ضعيفا في علاقته مع التاجر المحترف مما يتحتم معه إحاطته بالحماية اللازمة، فموضوعية التنظيم القانوني تقتضي أن لا ينتصر القانون المصالح مجموعة اجتماعية على حساب أخرى بل إعادة تأسيس المساواة من خلال الروابط التعاقدية عندما تصبح مهددة بمضرة طرف من الأطراف الذي يجد نفسه والحالة هذه مستهلكا.

وإذا كانت فكرة اختلال التوازن في العلاقة ما بين التاجر المحترف والمستهلك وضرورة إحاطة المستهلك بالحماية ليست بالفكرة الحديثة ولا هي قاصرة على عقود التجارة الإلكترونية، إذ ينبغي إحاطة المستهلك بالحماية - أي كان العقد الذي يبرمه - مادام الطرف المقابل له محترفا يتمتع بالخبرة والقدرة الاقتصادية. إلا إن هذه الفكرة تبدو أكثر إلحاحا حينما يكون العقد الذي يبرمه المستهلك من عقود التجارة الإلكترونية لأن المستهلك هنا يبرم العقد مع محترف قد لا يعرفه ولا يعرف مكان وجوده كما أنه قد لا يستطيع التأكد من مواصفات محل العقد إلا بقدر ما يقدمه المحترف من معلومات مما يضيف مبررات أخرى لحماية المستهلك.

وإذا كانت عقود التجارة الإلكترونية لا تختلف في جوهرها عن جميع التعامل القانونية الأخرى إلا من حيث الوسيلة التي تتم بها فهي تتم عبر وسيلة الكترونية ومن ثم فإن المسألة التي تثير الإشكال هي أن اغلب عقود التجارة الإلكترونية تتم بين مستهلك من جهة وبين محترف من الجهة الأخرى وهذه العلاقة تكون غير متكافئة.

ومما لا شك فيه أن ازدهار التجارة الإلكترونية ونموها إنما يتوقف على مدى وضوح النظام القانوني للتجارة الإلكترونية وقدرته على توفير الثقة للمتعاملين به بصفة عامة وللمستهلك بصفة خاصة فالتعاقد الإلكتروني هو ميدان تتعدد فيه وسائل الغش والخداع لذلك يجب حماية المستهلك في نطاق هذا التعاقد لا سيما وإنما في الجزائر ودول العالم الثالث بشكل عام أطراف في عملية تبادل السلع والخدمات ولو بصفة مستهلكين. وان البحث في هذا الموضوع يقتضي منا تحديد الشخص المعني بالحماية وهو المستهلك والطرف الآخر المقابل له وهو المحترف والطرف الوسيط بينهما وهو غير المهني كما ان الامر يقتضي تحديد مفهوم مبسط لعقود التجارة الإلكترونية وكذلك بيان مبررات الحماية في عقود التجارة الإلكترونية وأخيرا بيان كيفية المعالجة وهو ما نبهته في الفقرات الآتية:

## أهمية الموضوع:

يتمثل الهدف من هذه الدراسة في الوقوف على مدى كفاية الوسائل الفنية التي تحتويه النظرية العامة للعقد في التغلب على مشكلات العقدية الحديثة بأنواعها على نحو أسفر عن وجود اختلال حاد بين مراكزهم القانونية من جانب ومراكز المنتجين أو البائعين من جانب آخر

والجدير بالذكر أنه لا يمكن تحديد هذه الأهداف بالصورة أكثر تفصيلا والوقوف على مدى تحقيقها ففي هذه الدراسة إلا من خلال إلقاء الضوء على الواقع الذي سوف تتعامل معه في مراحل العقد المختلفة بداية من المرحلة التي تسبق مرحلة العقد ومرورا بمرحلتي إبرام العقد وتنفيذه

وتبدو أهمية الدراسة حماية المستهلك في معاملات التجارة الإلكترونية لا سيما وأن التجارة بجانب من مميزات لها بعض المساوئ ناتجة عن استخداماتها فهناك يوجد اللصوص والمتسللين إلى شبكة غرض الاستلاء على المستهلكين والذين أطلقوا عليه عادة صفة القرصنة والذين استغلوا مواطن الضعف الفنية في شبكة الإنترنت واستخدموها لتمويل الأموال والتلاعب بالحسابات وتزايد بطاقات الائتمان والتجسس على بيانات العملاء وعلى انتهاك الخصوصية والتزوير العلامات فإنه من الضروري بيان وسائل كافية في حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية.

## أسباب اختيار الموضوع:

- ❖ أهم الأسباب التي دفعت إلى اختيار الموضوع ميول شخص إلى اكتشاف أكثر على هذا المجال
- ❖ الرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر لحماية المستهلك للتجارة الإلكترونية
- ❖ إثراء المكتبة بمرجع جديد قد يكون الانطلاقة في بحث جديد في المستقبل لإعطاء النور للدراسات أخرى.

## منهج البحث:

للإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية اعتمدنا على الا سلوب التحليلي بالتطرق الي أهم مراحل العقد الالكتروني والمصطلحات المتعلقة بالموضوع من أجل الوصول الي المعرفة الحقيقية والتفصيلية لعناصر البحث والتحلي بنتائج الدراسات المتمثلة في البحث المكتبة القائم علي الاستعانة بالمراجع المتنوعة كالكتب والمجلات الاقتصادية والبحوث الأكاديمية ورسائل الدكتوراه والتقارير المنشورة. واعتمدنا في بعض الدراسات علي الاسلوب المقارن بالنظر الي قوانين الدول ومقارنتها بالقانون الجزائري .

## الإشكالية:

فيما تكمن الحماية التي قررتتها التشريعات لتوفير ضمانات للمستهلك في عقد التجارة الإلكترونية؟

## الأسئلة الفرعية:

ومن خلال الإشكالية العامة تبادر لدينا بعض الأسئلة منها:

كيف تتم حماية المستهلك في العقود التجارية الإلكترونية؟

وماهي حقوق المستهلك في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني؟

## خطة البحث:

حيث قمنا بتقسيم الموضوع إلى فصلين الفصل الأول كان تحت عنوان حماية المستهلك قبل وأثناء التعاقد الإلكتروني، وقسمناه إلى مبحثين حيث احتوى المبحث الأول على حماية المستهلك في مرحلة قبل التعاقد الإلكتروني و تطرقنا فيه إلى وسائل حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية وحق المستهلك في الاعلام السابق لإبرام عقد البيع الإلكتروني.

أما المبحث الثاني حماية المستهلك في إبرام العقد وتناولنا فيه الحماية المدنية للمستهلك أثناء التعاقد و الحماية الجزائية للمستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني.

أما الفصل الثاني فكان تحت عنوان حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد حيث احتوى على مبحثين المبحث الأول كان تحت عنوان حق المستهلك في الضمان وتناولنا فيه حق المستهلك في الضمان عدم التعرض والاستحقاق وحق المستهلك في العيوب الخفية.

أما المبحث الثاني حماية المستهلك عند تنفيذ التزاماته وارتأينا فيه حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني و حماية المستهلك عند تسلم المبيع.

في ضوء التقدم العلمي والتكنولوجي وما صاحبه من تدخل المعارف التكنولوجية في صناعة السلع والخدمات وإنتاجها التي يستخدمها المستهلك في تلبية احتياجاتها الضرورية وتحقيق رفاهيته فإن أهم ما يحتاج إليه المستهلك في المرحلة السابقة لإبرام العقد هو التتوير المعلوماتي أي إمداده بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة وبين التاجر المحترف فالمستهلك يفنقر إلى المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات بما يجعله طرفاً ضعيفاً في مواجهة التاجر المحترف الذي يملك الإلمام الكافي بها.

بشكل من أشكال الدعاية ولإعلان بوصفه أداة للتعريف بالمنتجات والخدمات ومدى قدرتها علي الوفاء بحاجات المستهلك، إلا أن التاجر المحترف قد يلجأ الي أساليب الغش والكذب والخداع لتضليل المستهلك الامر الذي يجعل من حماية المستهلك تحنل أهمية قصوى، بيد انه قد لا توجد الإعلانات بالمعلومات الضرورية اللازمة لتتوير المجتمع مما يتوجب معه إلقاء التزم علا عائق التاجر يتعلق بتقديم معلومات وبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة كافة او المستهلك بما يكفل إقدامه على التعاقد عليها عن رضا مستتير.

تأسيساً على ما تقدم سيكون قوام هذا الفصل مبحثين نبحث في الأول منهما حماية المستهلك في مرحلة قبل التعاقد الإلكتروني والمبحث الثاني حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد

## المبحث الأول: حماية المستهلك في مرحلة قبل التعاقد الإلكتروني

لقد كان التطور السريع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، دور في التأثير على كافة مجالات الحياة الإنسانية، فقد أدى هذا التأثير إلى التحول في منهج دراسة إبرام العقود. حيث أصبح من الضروري التطرق إلى المرحلة السابقة على التعاقد، نظرا لإمكانية تعرض المستهلك للعديد من الأخطار وهو بصدد إبرامه للعقد الإلكتروني. فهو يحتاج حماية واضحة و شاملة تعزز موقفه، خاصة أنه يمثل الطرف الضعيف في مقابل المزود الذي يتمتع بالخبرة والدراية الاقتصادية. فقد زادت مخاطر تعرض المستهلك للاحتيال والقرصنة عند تعاقد إلكتروني، خصوصا كونه غير قادر على معاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية، هذا ما يترتب زيادة التزام المزود بتبصير المستهلك في التعاقد الإلكتروني مقارنة بالتعاقد التقليدي<sup>1</sup>. لذلك كان لابد من التطرق لوسائل حماية المستهلك في مواجهة ما يسمى بالإعلانات التجارية الإلكترونية وحمايته من الإعلانات الكاذبة في المطلب الأول، فضلا عن حقه في الإعلام والتبصر الذي سنتناوله في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: وسائل حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية

عادة ما تكون الأعمال التجارية الإلكترونية، مسبوقة بشكل من أشكال الدعاية والإعلان عبر الشبكة أو بأية وسيلة إلكترونية أخرى. هذا ما جعل الإعلان من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة وتحقيق الربح عبر الشبكات الإلكترونية<sup>2</sup>. لذا وجب تحديد قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية في فرع أول. والحماية المدنية للمستهلك ضد الإعلان الكاذب في الفرع ثاني.

### الفرع الأول: تحديد قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية

تقوم قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية، على ثلاث قواعد أساسية. أولها تتعلق باشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني وثانيها تتمثل في منع الإعلان الإلكتروني المضلل، أما الثالثة فتتحدث عن الرقابة على الإعلانات المقارنة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 357

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص72

<sup>3</sup> خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص531

**أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني:**

إن شرط وضوح الإعلان الإلكتروني، يعني أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد والتي من شأنها أن تخلق لدى المستهلك تفكير واع متبصر، يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لديه، تجعله يوافق على التعاقد وهو مدرك لما سيقبل عليه. وهو ما اشترطه المشرع الفرنسي في المادة 43-2 من القانون الصادر في 30 سبتمبر 1986 المتعلق بحرية الاتصال، وكذا المادة 10 فقرة 2 من القانون الصادر في 1 أوت 1986 المتعلق بإصلاح النظام القانوني للصحافة، حيث أوجب أن تكون الدعاية الإلكترونية واضحة وغير غامضة، ودون أي لبس أو غموض. من جانب آخر، أصدر الاتحاد الأوروبي عدة توجيهات أرست دعائم الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد من أجل حماية المستهلك. فقد جاء في المادة 4 من التوجيه الأوروبي الصادر في مايو 1997، إلزام البائع بتقديم معلومات قبل إبرام العقد وأن تتلائم مع لغة المستهلك الوطنية على أن تكون مفهومة.

أما المشرع الجزائري وبالرغم من عدم نصه صراحة على وضوح الإعلان الإلكتروني، إلا أنه يمكن لنا أن نستخلص من نص المادة 5 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و المادة 18 من قانون حماية المستهلك الجزائري و قمع الغش، على أن يكون الإعلام ما قبل التعاقد مفهوما و مقروءا و متعذرا محوه، واشترط استعمال اللغة العربية أساسا في ذلك. هذا ما يمكن تطبيقه على الإعلانات الإلكترونية، باعتبار أن المشرع الجزائري أخذ بمبدأ حرية اختيار وسائل الاتصال المستعملة.<sup>1</sup>

فنستخلص مما سبق، أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد لا بد أن يكون واضحا و غير غامض وذلك عن طريق إدلاء المهني أو المنتج بكافة المعلومات، التي على أساسها يستطيع المستهلك أن يتدبر أمره بالقبول أو الرفض، فيصدر رضاه سليما وغير معيب.

**ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني المضلل**

يعد الإعلان التجاري عامل تسويق وأداة إعلام للجمهور بالمنتجات والخدمات ومظهرا من مظاهر المنافسة المشروعة، وحتى يؤدي الإشهار وظيفته الحمائية لا بد أن تقتصر الرسالة الإشهارية على سرد خصائص السلع والخدمات بكل موضوعية بعيدا عن كل ما هو ذاتي وخيالي، وتجنب المبالغة والمغالاة

<sup>1</sup> أنظر نص المادة 5 من قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المنظمة على الممارسات التجارية ونص المادة 18 من قانون

03-09 مؤرخ 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

ليتمكن المستهلك من اختيار ما يناسبه من منتجات عن وعي، إلا أنه يمكن أن يحتوي على تضليل أو نوع من أنواع الخداع، فيصبح بذلك إعلاناً مضللاً وغير مشروع.<sup>1</sup>

وقد عرف بعض شراح القانون الإعلان التجاري المضلل، على أنه: "الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك". كما عرف أيضاً بأنه: "الإعلان المتضمن معلومات، تهدف إلى الوقوع في خلط و خداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج".

ولقد أوصى قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، بضرورة حماية المستهلك من الوقوع في الخطأ بنص المادة 6 منه: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضل لدى المستهلك، أو وقوعه في خلط أو غلط.

أي أن المشرع المصري، رتب على عاتق المعلن والمورد التزاماً بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة السلعة وخصائصها، حتى لا يتكون اعتقاد خاطئ أو انطباع غير حقيقي لدى المستهلك.

هذا وقد تحدث توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 عن الإعلان المضلل أو الخادع. فجاء في نص المادة 2 منه أنه: "أي إعلان بأية طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل لهؤلاء الذين يوجه إليهم الإعلان". كما نصت المادة 3 منه، على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها.

أما المشرع الجزائري فقد نص في المادة 28 من القانون رقم 04-02.<sup>2</sup> المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، على منع كل إشهار تضليلي لاسيما إذا تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات، يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته. أي أنه أخذ، بما سماه بالإشهار التضليلي الذي يوقع المستهلك في خلط أو خداع، وذلك عند تقديم المزود أو البائع معلومات خاطئة، عن السلعة أو الخدمة وما يتعلق بها من عناصر وأوصاف جوهرية. فبالرغم من عدم نصه على الإعلان الإلكتروني وهو ما اقتدى به المشرع المصري، إلا أنه يمكن القياس على ما

<sup>1</sup> موقف حماد عبد، حماية المدنية للمستهلك، العقود التجارية الإلكترونية، ط1، مكتبة السنهوري، 2001، ص148

<sup>2</sup> تنص المادة 28 على أن دون الإخلال للأحكام التشريعية المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهاراً غير شرعي، ومنوع كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي للتضليل لتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته

أخذ به وتطبيقه حال وجود إعلان إلكتروني. غير أنه لا بد على المشرع الجزائري أن يأخذ الأمر بجدية ومسؤولية أكبر، خاصة أن النصوص القانونية التقليدية أصبحت غير قادرة على الوقوف أمام أساليب التضليل الإلكتروني

**ثالثا : الرقابة على الإعلانات المقارنة يعد الإعلان التجاري الإلكتروني إعلانا مضللا و غير مشروع، إذا ما أدى إلى وقوع المستهلك في خلط أو لبس، ذلك أنه استهدف تغليب المستهلك من أجل حمله على التعاقد بمعلومات وشروط مغلوطة، أما إذا ما استهدف التضليل في الإعلان قيمة السلع والخدمات التجارية المنافسة، فإنه يعتبر إعلانا مقارنا، هدفه تشويه منتجات المنافسين والتقليل من قيمتها، إضافة إلى إيقاع المستهلك في لبس.<sup>1</sup>**

ولقد تطرق المشرع الفرنسية لهذا النوع من الإعلانات الغير مشروعة، إضافة إلى التوجيه الأوروبي الصادر في 6 أكتوبر 1997، فعرفوه بأنه: " كل إعلان يؤدي صراحة أو ضمنا إلى التعرف على سلعة أو خدمات منافس آخر ."

وتباينت مواقف التشريعات بشأن الإعلان المقارن، فمنها من ارتأت إجازته واعتبرته مفيدا للمستهلك كونه يمثل جانبا من جوانب حماية المستهلك إذا ما تعلق الأمر بحقه في الغش، كالقانون الأمريكي و الهولندي و السويسري، و منها من أجازته في ظل شروط معينة كالقانون الفرنسية.

### الفرع الثاني: الحماية المدنية للمستهلك ضد الإعلان الكاذب

تعتبر الفترة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني من أهم مراحل حياة العقد على الإطلاق، بل وأكثرها خطورة، نظرا لما قد يلحق بالمستهلك من أضرار بسبب الكذب والخداع، خاصة في مجال الإعلان التجاري الإلكتروني، لذلك واجهت معظم التشريعات التدليس أو التغيرير والذي يتمثل في الكذب والخداع.

ويقصد بالتدليس في القانون المدني الجزائري إيهام الشخص بغير الحقيقة عن طريق الحيل والخداع لحمله على التعاقد، أي أن التدليس يقوم على عنصرين: عنصر مادي، يتمثل في الوسائل المختلفة التي تستعمل لتضليل المتعاقد ودفعه لإبرام العقد كالكذب والكتمان. وعنصر معنوي، يتجسد في نية التضليل والخداع لدى المدلس قصد دفع الطرف الآخر للتعاقد.

<sup>1</sup> خالد ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 92

وحتى يعتبر التدليس عيباً من عيوب الرضا، لا بد أن تتجه نية المدلس إلى خداع المتعاقد، وتكون الطرق الاحتمالية صادرة عن المتعاقد أو نائبه أو عالماً به على الأقل. كما يجب أن يعتدي المهني على المستهلك مستعملاً وسائل التدليس، مما لا يسهل على المستهلك إثباته وبيانه، فيظل مشكل عدم التوازن مطروح. هذا ما أكدته القانون المدني المصري في نص المادة 125 التي جاء فيها على أن: "التدليس هو خداع أحد العاقدين الآخر بوسائل احتمالية تحمله على الرضا بما لم يكن ليرضى به بغير تلك الوسائل".

والتدليس أو التغيرير نوعان: الأول إيجابي، و يتمثل في القيام بوسائل احتمالية عبر شبكة الإنترنت بغرض إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد. أما النوع الثاني فهو سلبي، و يتمثل في سكوت أحد المتعاقدين عن ذكر بيانات معينة، إذا كان من شأن العلم بها إجماع أو امتناع المتعاقد عن إبرام العقد الإلكتروني. ولا يختلف هذا النوع من التدليس عن التدليس الذي نص عليه المشرع الجزائري بنص المادة 86 / 2 من ق.م.ج،...يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت ان المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة او هذه الملاحظة<sup>1</sup>.

والمشرع المصري بنص المادة 125 من القانون المدني المصري، إلا من حيث العامة أو الوسيلة المستخدمة.

ويشترط حتى يعتبر الإعلان المضلل تدليسا، توافر ثلاثة شروط: فالشرط الأول يتمثل في الطرق الاحتمالية المستعملة التي تحمل المستهلك على التعاقد. ونجد إلى جانبه شرط ثان يتعلق بنية الوصول لغرض غير مشروع، في حين يتمثل الشرط الثالث في كون التدليس هو الدافع للتعاقد.

فإذا ما توافرت هاته النقاط الثلاث، اعتبر الإعلان المضلل تدليسا. وأصبح للمستهلك الذي أصيب بضرر من جراء هذا العمل الغير مشروع، الحق في رفع دعوى تدليس، بوصفه متعاقدا مطالباً بإبطال العقد وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية، أو أن يرفع دعوى تنفيذ الالتزام التعاقدى يطالب المعلن فيها بتسليمه منتجا من ذات خصائص الشيء المعلن عنه، إلى جانب حقه في المطالبة بالتعويض. غير أنه يمكن للمعلن أن يدفع عنه المسؤولية وينفي وقوع التغيرير من جانبه، إذا ما أثبت أن المعلومات التي احتواها الإعلان فنية و تقنية، يصعب على المعلن العادي التأكد من صحتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> القانون المدني 07-05 المؤرخ في 2007.

<sup>2</sup> عمر محمد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، الإسكندرية، جلال خوزة وشركاه، 2008، ص98

لذلك فقد تطرقت معظم قوانين حماية المستهلك الوسائل وقائية، تهدف إلى منع الغلط وحماية رضا المستهلك، من خلال منع الإعلان الخادع والمضلل، عن طريق الالتزام بالإعلام والتبصر، ففتح للمستهلك الحصول على معلومات صحيحة عن المنتجات التي يشتريها وتوفر له حماية وقائية.

ويستنتج مما سبق، أن الخداع في الإعلان الإلكتروني يدخل في مجال التدليس كلما توافرت شروطه، إذ أنه من السهل خداع المستهلك في التعاقد الإلكتروني مقارنة بالتعاقد التقليدي، بسبب عدم إمكانية معاينته للشيء المبيع معاينة حقيقية .

لذلك يرى البعض أنه في حالة عقد البيع الإلكتروني، إذا قام البائع بخداع المشتري باستعمال الوسائل الاحتيالية في إعلاناته عن السلع أو الخدمات، فإنه لا بد من إبطال عقد الغش لما للغش من آثار مفسدة لتصرفاته . كما أنه وكقاعدة عامة في التعاقد الإلكتروني، يعتبر السكوت تدليسا حتى ولو قام المزود بحبس جزء فقط من أجزاء المعلومة الكاملة. ولقد قضى القضاء الفرنسي بأنه يمكن للمستخدم في مجال الكمبيوتر أن يطالب بإبطال العقد للتدليس السكوتي الذي تسبب فيه المورد، بكتمانه المعلومات التي تنير بصيرة المتعاقد وتمكنه من حسن الاختيار بإرادة واعية ومستنيرة.

وبما أن نظرية التدليس في القانون الجزائري وقوانين بعض الدول العربية كمصر لا توفر الحماية المطلوبة للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، وذلك لصعوبة إثبات الطرق الاحتيالية بسبب طبيعة المعاملات الإلكترونية، لهذا لا بد أن يستفيد مشروع هذه الدول وغيرهم ممن لا تزال منظوماتهم التشريعية خالية وبعيدة عن تنظيم المعاملات الإلكترونية، من التجربة الفرنسية والتونسية عند إصدارهم لقوانين تنظم العقود الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بحق المستهلك في إرجاع المنتج خلال مدة معينة، من أجل حمايته من تسرعه في قبول التعاقد.<sup>1</sup>

كما يمكن الحد من ظاهرة الغش والتدليس في التعاقد الإلكتروني، وذلك بتفعيل نشاط جهات التوثيق الإلكتروني، ليتعدى دورها التأكد من صحة ونشأة الإرادة التعاقدية الإلكترونية، إلى التأكد من جدية هذه الإرادة، واكتشاف وسائل الغش والتدليس.

<sup>1</sup> بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، 2012-2013

## المطلب الثاني: حق المستهلك في الإعلام السابق لإبرام عقد البيع الإلكتروني

تتعدد التزامات المزود اتجاه المستهلك عند إبرام العقد الإلكتروني كونه الطرف الأكثر قوة في العلاقة العقدية. ويتلخص أحد هاته الالتزامات في واجب الإدلاء بعدة معلومات حتى يبرم المستهلك العقد بناء على رضاء مستنير، وهذا ما يطلق عليه الالتزام بالتبصر السابق على إبرام العقد الإلكتروني<sup>1</sup>. ويتعلق الأمر بإعلام المستهلك بشخصية المزود الذي سنتطرق لتفاصيله في فرع الأول، وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد في فرع ثاني، إضافة إلى إعلام المستهلك باللغة الوطنية في فرع ثالث.

### الفرع الأول: إعلام المستهلك بشخصية المزود

إن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يكفل للمستهلك حماية فعالة، ما كانت نظريات عيوب الرضاء، وضمان العيوب الخفية، وضمان العرض والاستحقاق لتوفرها له، بسبب صعوبة إثباته الوقوع في غلط حول صفة جوهرية في الشيء المبيع، في حين يكفي عند وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أن يثبت المستهلك، أن هناك معلومات جوهرية متعلقة بالمبيع و يعلمها المزود وهي من المعلومات المهمة بالنسبة للمستهلك إلا أنه كذب عليه فيها أو كتمها عنها. لذلك، لا بد لنا في نقطة أولى أن نتطرق إلى المقصود بالإعلام قبل التعاقد و شروطه قبل تحديد شخصية المزود.

### أولاً: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

عرف جانب من الفقه الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه: "التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل وممتور، حيث يكون المتعاقد الآخر على علم بكافة تفاصيل هذا العقد.. هذا هو مفهوم الإعلام قبل التعاقد بشكل عام، أما الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني فهو : التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع العقود الإلكترونية، يلتزم المهني خلاله بإعلام المستهلك الإلكتروني حول الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره فيصدر قراره بناء على إرادة واعية و رضاء سليم.

فنستنتج من هذا التعريف، أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني هو التزام سابق على التعاقد الإلكتروني، يتمثل في التزام المزود بتبصير المستهلك و ذلك من خلال إدلاءه بالمعلومات الشاملة عن

<sup>1</sup> بوزكري انتصار، المرجع السابق، ص43

كل ما يتعلق بعملية البيع عبر الوسيط الإلكتروني، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره. فيتخذ القرار المناسب على ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد الإلكتروني. هذا ما جسده المبادئ التشريعية الحديثة بسبب الاهتمام المتزايد و الضروري بمسألة حماية المستهلك.<sup>1</sup>

والحكمة من وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد تكمن في أن نظرية عيوب الإرادة قد لا توفر للمستهلك الحماية اللازمة، بسبب تشدد الشروط اللازمة لتطبيقها، حيث أنه قد يصعب على المستهلك إثبات وقوعه في الغلط حول صفة جوهرية في المبيع، في حين يكفي لكي يستفيد من الحماية التي يوفرها له الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، أن يثبت كتمان التاجر أو كذبه عليه بخصوص معلومات جوهرية متصلة بالمبيع. غير أن انعدام التكافؤ بين التاجر والمستهلك من حيث العلم بالعناصر الجوهرية المتعلقة بالعقد، لمن أبرز مبررات تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

كما تجب الإشارة، إلى أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني يعتبر ذو أهمية أكبر، مقارنة بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد التقليدي، ذلك أن التعاقد الإلكتروني يتم دون النقاء الحقيقي أو فعلي بين أطراف العقد، و دون تمكن المستهلك من معاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية.

**ثانياً: شروط الإعلام قبل التعاقد الإلكتروني** إن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، يفترض أن أحد الطرفين يحوز معلومات جوهرية متصلة بالعقد لا يعلمها الطرف الآخر، أي أنه يلزم توافر شرطين لقيامه: أولهما يتمثل في علم البائع بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع، وثانيهما يتعلق بجهل المستهلك لهذه المعلومات جهلاً مشروعاً.

إلا أننا نرى من الناحية المنطقية، أن واجب الإعلام قبل التعاقد في التعاقد الإلكتروني لا يقع على المزود وحده، بل يمتد للمستهلك الذي لا بد له من أن يوضح هويته خاصة فيما يتعلق بأهليته. فكل شخص أهل للتعاقد ما لم تسلب منه كالمجنون و المعتوه والصبى غير المميز، أو يحد منها بحكم القانون كالصبى المميز و السفیه و ذو الغفلة. وهي أمور من السهل التأكد منها في العقود التقليدية، على عكس ما هي عليه في التعاقد الإلكتروني. وذلك بسبب عدم إمكانية النقاء الطرفين في مجلس عقد مادي، خاصة إذا ما تعاقد ناقص الأهلية إخفاء نقص أهليته، الأمر الذي يثير إشكالية تتعلق بصحة وسلامة التصرفات القانونية التي يبرمها عبر الوسيط الإلكتروني.

<sup>1</sup> بريكات كريم، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، دراسة مقارنة، محاضرات لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، 2016-2017، ص53

ومن أجل حل هذه المشكلة وحتى يتسنى للمتزوج التأكد من شخصية المستهلك وصلاحيته لإبرام التصرفات القانونية الإلكترونية، استحدث خبراء التجارة الإلكترونية حلولاً متطورة منها تقنية التوثيق من المواقع، سلطات الإشهار وتقنية الحائط النارية، إضافة إلى بعض الحلول القانونية كالاقرار بالوثائق الإلكترونية ومنحها الحجة القانونية، فيتم التأكد من صحة الوثائق والتحقق من هوية مرسلها.

ولقد تطرقت معظم قوانين حماية المستهلك إلى ضرورة إعلام المستهلك قبل التعاقد. فقانون الاستهلاك الفرنسي والقانون الأوروبي المنظم للبيع عن بعد، تطرقا لالتزام المزود أو التاجر بالإدلاء بالمعلومات التي تبصر المستهلك من خلال التعاقد والتي تكون بين غائبين.<sup>1</sup>

أي أن هذه النصوص، تطبيقاً دون أدنى شك في نطاق العقود الإلكترونية. كما أضاف المشرع الفرنسي في هذا الإطار المرسوم رقم 741 سنة 2001 المتعلق بإعلام المستهلك بالمعلومات الضرورية قبل التعاقد الإلكتروني

أما بالنسبة للمشرع الجزائري، فقد أورد الفصل الخامس من ق. ح. م. ق. غ الجزائري السالف الذكر تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك، الذي نص في مادته السابعة عشرة،

على ضرورة إعلام المستهلك بالمعلومات اللازمة الشاملة عن البيع وهو إلتزام ينشأ في المرحلة السابقة على العقد. كما يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات وكذا شروط البيع أمر ضروري رغم صعوبة تنظيمه، هذا ما جاء في نص المادة 4 من القانون رقم 02\_04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، حيث نصت على أنه: يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع. فتكون معرفة سعر السلعة أو الخدمة من حق المستهلك، ذلك أنه أمر وجوبي يخضع له البائع حتى وإن لم يطلب منه ذلك، هذا ما جاء في نص المادة 5 من نفس القانون، كما أن سعر السلع والخدمات يجب أن تقدم و توضع في علم المستهلك في المكان الذي عرضت فيه هذه السلع والخدمات.<sup>2</sup>

ومن الوسائل التي اعتمدها المشرع الجزائري، الإعلام المستهلك بخصائص السلعة أو الخدمة، نجد الوسم *étiquetage* الذي عرفه من خلال نص المادة 3 من ق. ح. م. ق. غ. ج على أنه "كل

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 88

<sup>2</sup> زيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية الغير شرعية في ظل القانون 02-04 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2005-2006،

البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها. إضافة إلى أي وسيلة مناسبة يراها المزود الإعلام المستهلك و إحاطته علما بتفاصيل الشيء المراد التعاقد عليه."

كما أنه لا يمكن لنا أن نغفل أن هناك صنفين من البيانات في الوسم. يهدف الصنف الأول إلى إعلام المستهلك بكيفيات استعمال المنتج، أما الثاني فيهدف إلى إعلامه بطبيعة المنتج (صنفه، مكوناته الأساسية... ). فالمشرع ألزم المهني بإعلام خصوصيات منتوجه المستهلك عن طريق وضع المعلومات الضرورية الخاصة بالمنتج أو الخدمة.

ومن خلال ذلك، يتبين لنا أن وسيلة الوسم وبإبرازها العناصر الضرورية، من شأنها أن تؤدي دورا إعلاميا، على أن يحتوي التغليف على هذه العناصر والبيانات، إضافة إلى الدور الوقائي الذي يتجسد من خلال نص المادة 18 ق م ق غ ( يجب ان تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى في تنظيم الساري المفعول بلغة العربي أساسا.....) والتي ألزمت المهني أن تكون بيانات الوسم سهلة القراءة و متعذر محوها، مع اشتراط أن تكون مكتوبة باللغة العربية.<sup>1</sup>

غير أن المشرع الجزائري وإن لم يقيد المهني فيما يخص الوسائل الإعلامية، فقد أضاف إلى جانب الوسم وسيلة أخرى، تتمثل في التغليف emballage الذي عرفه بموجب المادة الثالثة من ق.ح.م.ق. غ. ج، والذي اعتبره إجراء ضروري لحماية المنتج من كل الأضرار التي قد تصيبه وكذا حماية المستهلك، حيث أنه يجب أن يقدم المنتج وفقا لمقاييس تغليفه وذلك من أجل تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه.

لذلك نستنتج، أن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ضرورة عملية من أجل تحقيق التوازن العقدي بين الطرفين. فهو بمثابة صمام الأمان لتحقيق الرضاء المستتير للمستهلك في العقود الإلكترونية. كما أنه يحقق زيادة الثقة في الوسيلة المستخدمة، سواء أكانت شبكة الإنترنت أو أية وسيلة إلكترونية أخرى.

<sup>1</sup> . جرعود الياقوت ،عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،بحث لنيل شهادة الماجستير ،كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2001-2002 ص40.

### فرع الثاني: وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد.

تفرض تشريعات وقوانين حماية المستهلك على المزود أن يبين بوضوح الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعروضة، سواء أكانت الوسيلة شبكة الإنترنت حيث يوضح ذلك من خلال الحاسوب المرتبط بتلك الشبكة، أو كانت الوسيلة عبر الهاتف.<sup>1</sup>

#### أولاً: بيان السمات الأساسية للسلعة أو الخدمة

يعتبر الحق بالإعلام والتبصر بخصائص وصفات السلع والخدمات المعروضة، جوهر فكرة الإلتزام بالإعلام لأن خصائص السلعة أو الخدمة قد تكون الباعث الرئيس لدى المستهلك على التعاقد، وفي إطارها يقع المستهلك ضحية الغش والتقليد

فالإعلام عن الثمن من أهم الأمور التي يجب توضيحها، فالسلعة المسعرة هي التي يحدد لها القانون ثمن لا يجوز تجاوزه، فالمستهلك يبين قراره في الإقدام على شراء السلع والخدمات بناء على إمكانياته المادية مع الحرص على ألا يدفع في السلعة أكثر من قيمتها الحقيقية، وفي هذا السياق يجب تجنب التخفيض الوهمي لأسعار السلع والمنتجات المعلن عنها.<sup>2</sup>

والإلتزام المفروض على المزود اتجاه المستهلك يجب أن يتعلق بكل المعلومات المتعلقة بالصفة الجوهرية الخاصة بالشيء محل تعاقد، خاصة إن كانت هذه الصفة غير متوافرة بحسب المعتاد، فمن يشتري ثلاجة جديدة من حقه أن يفترض أنها خالية من العيوب تماماً، إذ أن صفة الجودة تمثل صفة جوهرية، ومن يستأجر شقة مفروشة من حقه أن يفترض أن بها أثاث صالح للاستعمال على نحو يوفر العيش الكريم، فصفة أنها مفروشة تمثل هنا صفة جوهرية

هذا وتتص المادة 111 من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 949 لسنة 1993 أن على المزود الذي يعرض منتجاته عبر الإنترنت أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة، وعلى وجه الخصوص الخصائص الكيفية والكمية والمدة التي ستعرض فيها.

<sup>1</sup> أنظر المادة 2/3 من التوجيه الأوربي رقم 7 ، 1997 ، وكذلك نص المادة 121-04/20 من قانون المستهلك الفرنسي 949، 1993.

<sup>2</sup> عبد الله ذيب، عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين 2009، ص55.

وقد تناول قانون حماية المستهلك الفلسطيني حقوق المستهلك، حيث اشترط القانون ضرورة حصول المستهلك على المعلومات الصحيحة عن المنتجات التي يريد شرائها أو استخدامها، حيث أكدت المادة السابعة من ذات القانون والذي تتحدث عن ملامسة المنتجات، على ضرورة مطابقة المنتج للتعليمات الفنية الإلزامية التي نص عليها قانون المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم 6 لسنة 2000، ويجب كذلك إتباع الشروط التي نص عليها قانون الصحة العامة الفلسطيني لسنة 2005، من كون السلعة صالحة للاستخدام البشري إلى غير ذلك من الشروط الأخرى.<sup>1</sup>

وقد تحدث المشرع الفلسطيني عن السعر حيث جاء في المادة 17 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني " يجب إعلان السعر بالعملة المتداولة على وحدة البيع المعروضة للمستهلك بشكل مباشر عليها وإذا تعذر ذلك تودع بشكل بارز في مكان عرضها

هذا وقد أوجب قانون حماية المستهلك المصري على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن خصائص وطبيعة المنتج محل التعاقد، وحذر المورد من إمداد المستهلك بمعلومات تؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل، مما قد يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط، حيث أشارت إلى ذلك المادة السادسة من قانون حماية المستهلك المصرية.<sup>2</sup>

وقد وردت ذات الأحكام في التوجيه الأوروبي الصادر في 20 مايو 1997 بصدد البيع عن بعد، حيث توجب تلقي المستهلك كل المعلومات في الوقت المناسب قبل إبرام العقد، حيث يتعين على البائع الممتن أن يبين الهدف التجاري من العرض، واما إذ كان مجانية بقصد الدعاية والإعلان، ويجب أن تظهر على شاشة العرض إجراءات الدفع والتسليم والتفويض، وكذلك الأمر في حال تمت الصفقة عبر الهاتف، فإن المورد يلتزم في بداية المحادثة مع المستهلك، بالإفصاح عن شخصيته والهدف التجاري من المكالمة

وخلاصة القول أن تبصير المستهلك بخصائص وصفات المبيع، يجعله يقدم على التعاقد وهو مطمئن من عدم وجود غش أو خداع من قبل المزود، فالإعلام عن الثمن يجعل المستهلك على بينة من أمره بحيث يقوم بالتعاقد بناء على إمكانياته المادية مع الحرص على ألا يدفع في المبيع أكثر من قيمته الحقيقية، كما وتتبع أهمية إعلام المستهلك بخصائص المبيع من أن التعاقد يتم عن بعد، أي يتم بوسائل

<sup>1</sup> موقف حماد عبد، المرجع السابق، ص128.

<sup>2</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، نفس المرجع السابق، ص57

إلكترونية، وبالتالي لا تتوفر إمكانية معاينة المبيع للمستهلك، ومن هنا جاءت أهمية الاهتمام بإعلام المستهلك وتبصيره في التعاقد الإلكتروني.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: إعلام المستهلك باللغة الوطنية

يعتبر وجوب مراعاة اللغة الأم لكل مستهلك من أشكال الحماية التي أضافتها المبادئ القانونية المعاصرة للمستهلك، ليتسنى له فهم مضمون العقد الذي يريد أن يقدم عليه، إذ أوجبت المبادئ القانونية الحديثة أن يكون العقد بلغة المستهلك.

فالزام المزود بإعلام المستهلك باللغة التي يفهمها، من وسائل حماية المستهلك بإعتباره الطرف الأضعف، وذلك حتى يقدم المستهلك على التعاقد وهو على علم ودراية كافيين بطبيعة ومضمون محل التعاقد والشروط التعاقدية وكيفية السداد، فالإيجاب عبر الشبكات الإلكترونية غالباً ما يتسم بالطبيعة العالمية ويتم باللغة الإنجليزية، وهو ما يستتبع أن يتم الإعلام قبل التعاقد، حيث أن وجود مصطلحات فنية وقانونية غير مألوفة، أو ذات دلالات قانونية مختلفة تعبر عن النظام القانوني المتبع في دولة المزود أو المورد، قد يثير مشاكل في إعلام المستهلك، خصوصاً إذا كان النظام القانوني المتبع في دولة المستهلك يختلف عن النظام المتبع في دولة المزود.

وقد أُلزم قانون حماية المستهلك الفلسطيني المزود أو المورد بأن يورد المعلومات التي تعتمد عليها مؤسسة المواصفات والمقاييس باللغة العربية، تبعاً لطبيعة كل سلعة ووفقاً لخصائصها، وهذا ما جاء في نص المادة 12 من ذات القانون.

ويلاحظ أن المشرع الفلسطيني لم يتحدث عن اللغة العربية في الإعلان عن السلع، لكنه تحدث بشكل عام عن بطاقة البيان بوجوب أن تكون المعلومات الواردة فيها باللغة العربية، وكان يفضل أن يورد ضرورة وجود اللغة العربية في الإعلان، كذلك فإن المشرع الفلسطيني لم يتحدث بشأن السلع التي تأتي من خارج فلسطين، بحيث أنه لم يحدد لغة أجنبية أخرى بديلة عن اللغة العربية، وكان يفضل أن يضيف المشرع الفلسطيني نص بمقتضاه مثلاً جواز استخدام اللغة الإنجليزية في حالات الإعلانات، والمنتجات المعروضة على شبكة المعلومات الدولية من خارج فلسطين، على أن تكون مصاحبة بترجمة باللغة العربية للبيانات الجوهرية لهذه المنتجات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نضال سليم برهم، أحكام التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2010، ص 127

<sup>2</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 65

أما قانون حماية المستهلك المصري فقد ألزم المنتج والمستورد أن يضعوا البيانات والمعلومات اللازمة حسب طبيعة كل منتج وطبقا للمواصفات القياسية المصرية، وأن تكون البيانات باللغة العربية، حيث جاء في المادة الثالثة على أنه على المنتج أو المستورد - بحسب الأحوال - أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أي قانون آخر أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون، وذلك بشكل واضح تسهل قراتها، وعلى النحو الذي يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه، وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها

وقد تناول المشرع الفرنسي اللغة في مرحلة قبل التعاقد، حيث فرض المشرع الفرنسي صياغة الإيجاب باللغة الفرنسية، فقد جاء القانون الصادر في 13 ديسمبر 1975 باستخدام اللغة الفرنسية في مجال تزويج السلع والخدمات

وفي هذا المجال ظهر قانون توبون الصادر عام 1994، واللائحة الخاصة به الصادرة في 19 مارس 1996 و6 مارس 1997 الخاصة بضرورة استخدام اللغة الفرنسية، حيث نص القانون الفرنسي رقم 94 - 665 الصادر في 4 أغسطس 1994 المسمى بقانون توبون المتعلق باستخدام اللغة الفرنسية في المادة الثانية على أنه " يجب استخدام اللغة الفرنسية في الإيجاب في كل أنواع التجارة، بما في ذلك التجارة الإلكترونية، وبصفة خاصة في التعليمات الخاصة بالتشغيل، وشروط الضمان، ووصف المنتج أو الخدمة و الفواتير والإيصالات، وينطبق هذا على الإعلانات المرئية والمسموعة أو الناطقة أو المكتوبة والواقع أن هناك صعوبات في استخدام اللغة الفرنسية عند إبرام العقد الإلكتروني، لأن غالبية المنتجات والخدمات يتم الإعلان عنها وتسويقها باللغة الإنجليزية، ذلك أن الإنترنت في الأصل أنجلو أمريكي، ولذلك يرى جانب من الفقه الفرنسي أن استخدام اللغة الفرنسية في إطار

البيع للمستهلك يجب أن يوضع في إطار المادة 30 من اتفاقية روما والتي تبنت فيها بدائل متعددة الاستخدام اللغات في المعاملات والاتصالات التجارية.<sup>1</sup>

وقد نص القانون اللبناني لحماية المستهلك على اعتماد اللغة العربية من حيث المبدأ في الإعلان عن المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المعروضة، وفي محاولة للتخفيف من هذا الشرط، أجاز القانون

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 112

لوزير الاقتصاد والتجارة تحديد الحالات التي يجوز فيها اعتماد إحدى اللغتين الإنجليزية، أو الفرنسية في الإعلان عن السلع والخدمات كبديل عن اللغة العربية.<sup>1</sup>

ويلاحظ مما سبق أن مراعاة اللغة الأم للمستهلك هي من أشكال الحماية التي أضافتها المبادئ القانونية الحديثة للمستهلك، فاللغة هي وسيلة مهمة في فهم المستهلك المحتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم عليه، سواء تعلق الأمر في إعلام المستهلك بلغته، وإبرام العقد بلغته أيضاً، فإعلام المستهلك بلغته هو من وسائل حماية المستهلك باعتباره الطرف الأضعف، حيث يجب ان يكون المستهلك على علم ودراية كافية بطبيعة ومضمون التعاقد، فالتعاقد الإلكتروني غالباً ما يتسم بالطبيعة العالمية ويتم باللغة الإنجليزية، إلا أن ذلك لا يعني المزود الذي يعرض السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت أن لا يقوم بتبصير المستهلك بلغته الأم أيضاً.

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص113

## المبحث الثاني: حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد

حق المستهلك في الإعلام والتبصير هناك عدة معلومات يجب على المزود أن يقوم بالإدلاء بها للمستهلك، وذلك قبل أن يقوم المستهلك بإبرام العقد الإلكتروني، وهذا ما يطلق عليه الالتزام بالتبصير السابق على إبرام العقد الإلكتروني، فالهدف من ذلك أن يبهر المستهلك العقد بناء على رضا مستتير، لذلك سأتناول في هذا المبحث الحماية المدنية للمستهلك اثناء التعاقد في المطلب الأول، وأتحدث الحماية الجزائية للمستهلك اثناء التعاقد الإلكتروني في المطلب الثاني.

### المطلب الأول الحماية المدنية للمستهلك اثناء التعاقد الإلكتروني

#### الفرع الأول : حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

إن العلاقات التعاقدية قائمة على مبدأ عام مفاده التراضي. إلا أن التفاوت في المراكز المالية بين الأطراف وتطور الأوضاع الاقتصادية، دفعت أحدهم لإملاء شروطه على الطرف الآخر دون مناقشته لبنود العقد وهذا النوع ما أطلق عليه بعقود الإذعان. لذلك لا بد لنا أن نتطرق في أولا إلى تعريف عقد الإذعان، ثم نتناول بالدراسة سلطة القاضي في مواجهة الشروط التعسفية في العنصر ثانيا ، أما ثالث فسوف نخصه لضرورة وجود قائمة قانونية تتضمن الشروط التعسفية.<sup>1</sup>

#### أولا: تعريف عقد الإذعان

لقد نص المشرع الجزائري على عقد الإذعان في فحو المادة 70 من ق.م.ج<sup>2</sup>، و بلغة مطابقة جاعت المادة 100 من ق.م.م. إلا أن المشرع الجزائري، لم يكتف بالنص على مثل هذه العقود في القانون المدني، بل أدخله في مفهوم كل عقد منصوص عليه في القانون رقم 04-02 المطبق على الممارسات التجارية.

وهذا تماما ما تناولته المبادئ القانونية الحديثة، التي قلصت الشروط اللازم توافرها حتى بعد العقد إذعانا إلى شرط واحد فقط وهو أن يقوم الطرف القوي في العقد بإعداد الشروط مسبقا مع تحديد التزامات

<sup>1</sup> مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص57.

<sup>2</sup> المادة 70 من قانون المدني الجزائري، "يحصل القبول غي عقد الإذعان بمجرد تسليم لشروط مقررة يصفها الموجب ولا يقبل المناقشة فيها، كما نصت المادة 100 من ق.م.ج على أن القبول في عقد الإذعان يقتصر على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل المناقشة فيها.

الأطراف وحقوقهم. فنكون بصدد، نموذج عقد مع سلفا ويكون متضمنا بنودا تعسفية لا يملك المستهلك إلا التوقيع على مثل هذه العقود، في حين نجد المبادئ القانونية التقليدية، تشترط ليعتبر العقد إذعانا أن يكون هناك احتكار للسلعة أو الخدمة من قبل مقدمها وأن تكون السلعة أو الخدمة ضرورية للمستهلك، على أن تكون شروط العقد مفروضة على المستهلك دون أن يمنح له الحق في تعديلها أو مناقشتها.

لذلك، كان لا بد من أن يحظى الطرف الضعيف في العقد (المستهلك) بحماية خاصة في مواجهة تعسف المزود في استعمال سلطته الاقتصادية، من أجل رفع مظاهر الإذعان التي قد يتعرض لها الطرف المدعن، والمتمثلة خاصة في الشروط التعسفية التي أولى معظم المشرعين اهتماما بتعريفها ومحاولة القضاء عليها، فقد جاء في م 3 ف5 من القانون رقم 04-02 المطبق على الممارسات التجارية تعريفا للشرط التعسفي (كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد)

إلا كما تطرق التوجيه الأوربي رقم 93 / 13 الصادر في أبريل 1993 إلى تعريف الشرط التعسفي في المادة الثالثة منه، وكذا ق. ف الذي نص في المادة 131 ف1، على تعريف الشرط التعسفي استنادا على المبادئ القانونية الحديثة.<sup>1</sup>

فمن كل محاولات تعريف الشرط التعسفي يتضح أنه: " ذلك الشرط الذي يترتب عليه عدم توازن تعاقدى لصالح المهني أو المحترف في مواجهة المستهلك الذي لا تتوافر لديه الخبرة أو الدراية الفنية أو الاقتصادية.

### ثانيا: سلطة القاضي في مواجهة الشروط التعسفية

تباينت المواقف التشريعية بخصوص كيفية مواجهة الشروط التعسفية. فمنها ما اكتفى بالقواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني، كقاعدة الشك يفسر لمصلحة المدين، وهو ما نصت عليه المادة 112 من ق.م. ج، ف1 (يؤول الشك في مصلحة المدين). التي تضي حماية للمستهلك في مواجهة الشروط التعسفية من خلال تفسير الشروط الغامضة التي يحيط الشك بحقيقة المقصود منها المصلحة الطرف المدعن أو الأقل خبرة وبما يحقق مصالحه دائما كان أم مدينا. والذي يعد استثناء على

<sup>1</sup> خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص46

القاعدة العامة المنصوص عليها في المادة 112 ف1 من ق.م.ج. إذ جاء هذا الاعتبار العدالة، فالمدين، يراد به المدين في الشرط أو الطرف المضار من أعمال الشرط محل التفسير<sup>1</sup>

وهذا ما جاء أيضا في مشروع قانون التجارة الإلكتروني المصري، الذي نص على جواز إبطال الشروط التعسفية المنصوص عليها في العقود الإلكترونية والتي تعتبر عقود إذعان وتفسيرها لصالح الطرف المدعن مع إمكانية إبطال كل شرط يخل بالتوازن المالي العقد.<sup>2</sup>

فخرجوا عن السلطة الممنوحة للمحكمة في تفسير العقود، يجوز للقاضي مراجعة الشروط التي تضمنها العقد وذلك بالتعديل أو الاستبعاد، إذا كان مجرد التعديل لا يكفي لرفع التعسف وإعادة التوازن إلى العقد بغية حماية الطرف المدعن من تعسف المزود، وهو ما نصت عليه المادة 110 من ق.م.ج. إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية جاز للقاضي ان يعدل هذه الشروط او ان يعفي الطرف المدعن منها وذلك وفقا لما تقضي به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك)

من خلال هذه المادة ، يتضح أن المشرع أعطى للقاضي سلطة تعديل الشرط التعسفي أو إلغائه، إضافة إلى أنه لم يجز للمتعاقدين أن يتفقا على سلب القاضي السلطة الممنوحة له، حيث جعل مثل هذا الاتفاق باطلا لمخالفته النظام العام.

أما المشرع الفرنسي، فقد وضع عدة وسائل المقاومة الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك كعقد البيع الإلكتروني. من بين هذه الوسائل نجد، منح القاضي الحق في تقرير الشروط التي تعد تعسفية واستبعادها، حتى لو لم تذكر ضمن قائمة الشروط المعدة والمنصوص عليها في كل من المادة 1- R132 و R132-2 من ق.ا.ف.

هذا و أضافت المادة 1-132 أنه يمكن للقاضي وبمناسبة النزاع الذي يعرض عليه، أن يحكم باعتبار الشرط الذي يعد تعسفيا كأنه لم يكتبه، إلى جانب حقه في تقرير الصفة التعسفية في شرط منصوص عليه في عقد معروض عليه وهو ما نصت عليه المادة 1414 L من ق. إ. ف الصادرة بموجب القانون رقم 2008-3 الصادر في 2008/01/03

فنستنتج مما سبق، أن مشرعي أغلب الأول تنبئه إلى وجوب إصدار تشريعات متخصصة في مقاومة الشروط التعسفية، والتي تتضمن شرط وجود نص يمنح القاضي سلطة إبطال أو مراجعة الشروط

<sup>1</sup>قانون المدني الجزائري 07-05

<sup>2</sup> خالد إبراهيم ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص459.

التعسفية، بغية إعادة التوازن للرابطة العقدية والذي نجده في فحوى القوانين التي لم تفرد نصوصا خاصة بمقاومة الشروط التعسفية. مما يوجب على المشرع الجزائري التنبه لمثل هذا الأمر، إذا ما أصدر مستقبلا تشريعا خاصا بحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية. إذ أن وجود نص قانوني أو شرط عام يعترف للقاضي بسلطة تعديل أو إبطال الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، لمن أهم الوسائل التي تساهم في الحد من تعسف المزود في مقابل المستهلك الذي يعد دوما الطرف الأضعف في البيئة الإلكترونية<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: حماية رضا المستهلك

إن الرضا المعتبر والمنتج لأثره في التعاقد الإلكتروني هو الرضا الصادر من ذي أهلية، وغير مشوب بأي عيب من عيوب الرضا، ذلك أنه طبقا للقواعد العامة يشترط لصحة التراضي خلو الإرادة من العيوب، وأن تكون صادرة عن شخص كامل الأهلية

فالمشرع الأردني لم يأخذ بنظرية الاستغلال كعيب من عيوب الرضا كما فعل كل من المشرع المصري في المادة 129 من القانون المدني المصري، و مشروع القانون المدني الفلسطيني في المادة 128، ويرى بعض شراح القانون عدم ضرورة ذلك باعتبار أن المشرع الأردني قد أخذ بنظرية العين التي لم يأخذ بها المشرع المصري والمشروع الفلسطيني، إلا أن هناك اتجاه يحذر من وجوب عدم الخلط بين الغبن و الاستغلال، على اعتبار أن الغبن معياره مادي بحت بالنظر إلى قياس عدم التعادل بين ما يعطيه العاقد، وبين ما يأخذه بموجب العقد، أما الاستغلال فهو أمر له علاقة بالحالة النفسية للمتعاقد كالطيش البين أو الهوى الجامح، ونحن مع هذا الرأي الذي يعتبر أن هنالك فرق ما بين الغبن والاستغلال، وبالتطبيق في حالة التعاقد الإلكتروني فإن البعض رأى أن الاستغلال لا يؤثر في العقد الإلكتروني إلا في حالة اندفاع المستهلك للتعاقد نتيجة طيشه وهواه الجامح، كذلك نحن ما هذا الرأي أيضا، ذلك أنه من الناحية الفعلية فإن الاستغلال لا يؤثر في العقد الإلكتروني، إلا في حالة توفر الطيش لدى المستهلك، وبالتالي وقوعه في استغلال المزود، وقد اهتم المشرع التونسي في قانون المعاملات الإلكتروني بهذا الجانب، فنص على حماية المستهلك، وهذا ما جاء في المادة 50 من ذات القانون، أما مشروع المبادلات والمعاملات الإلكتروني الفلسطيني فإنه لم يأخذ بهذه المادة، ورأى ضرورة وجود نص

<sup>1</sup> خيرى سعاد، عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال،

يحمي المستهلك من الاستغلال في مشروع قانون المبادلات والمعاملات الإلكترونية الفلسطينية كنص المادة 50 من القانون التونسي.<sup>1</sup>

فالمبادئ القانونية التقليدية لم توفر الحماية المطلوبة للمستهلك، فالتدليس أو التغيرير يشترط لإثباته عدة شروط منها: استعمال طرق احتيالية قد يصعب إثباتها، وهو ما لا يتفق وطبيعة المعاملات الإلكترونية، وقد تطورت نظرية التدليس في الفقه والقضاء الفرنسي واتسعت لتشمل كل من الكذب والكتمان

فالمستهلك في التعاقد الإلكتروني لا يتمكن من معاينة الشيء المبيع كما في التعاقد التقليدي، وإنما يعاين الشيء من خلال شاشة الحاسوب، ولذلك يرى البعض أنه في عقد البيع الإلكتروني إذا قام البائع بخداع المشتري عن طريق استخدام الحيل التكنولوجية في عرض المنتج أو الخدمة فإنه يجب إبطال العقد للغش، فالغش يفسد كل التصرفات، هذا ويعتبر السكوت في التعاقد الإلكتروني تدليسا كقاعدة عامة، حيث يعتبر كتمان المعلومات المهمة عن السلعة أو السكوت عنها، أو حتى ذكر بعضها والسكوت عن البعض الآخر من المعلومات تدليسا.

وطرق الغش كثيرة ومتنوعة، ومن أشهر هذه الطرق المستخدمة عبر الإنترنت إنشاء موقع وهمي على الإنترنت لا وجود له على الإطلاق، وهو أمر منصور في المعاملات الإلكترونية، ويمكن الحد من ظاهرة الغش والتدليس في التعاقد الإلكتروني من خلال تنشيط دور جهات التوثيق، أو مقدم خدمة التوثيق، فدورها ليس قاصرة على مجرد التأكد من صحة ونسبة صدور الإرادة التعاقدية الإلكترونية إلى منشئها، بل التأكد من جدية هذه الإرادة وبعدها عن وسائل الغش والتدليس.<sup>2</sup>

ويستنتج مما سبق أن هناك بعض الطرق التي يمكن من خلالها حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني من التغيرير أو التدليس، والتي تم الإشارة إليها، حيث أن هذه الوسائل الحديثة تساعد على الحد من عيب التغيرير و الغش.

أما بالنسبة لعيب الغلط فهو أمر متصور الحدوث في التعاقد الإلكتروني، هذا ويعرف الغلط بأنه وهم يقوم في ذهن العاقد يحمله على اعتقاد غير الواقع، وينقسم الغلط إلى ثلاث أنواع: الأول الغلط

<sup>1</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 89

<sup>2</sup> سليمة احمد يحيوي، آلية حماية المستهلك من التعسف التعاقدية، ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة

الجزائر 1، بن عكنون، 2010-2011، ص 90

المانع أو الحائل، حيث يقع في ماهية العقد، وقد تناوله كل من المشرع الأردني في المادة 152 من القانون المدني الأردني، والمشرع المصري في المادتين 121، 122 من القانون المدني المصري، ومشروع القانون المدني الفلسطيني في المادة 118، كما عرفت الشريعة الإسلامية الغلط المانع، وذلك حين يقع الغلط في جنس الشيء بأن يكون المعقود عليه من جنس غير الذي اعتقده أحد العاقدين، إذ يكون المحل معلوم كمن يشتري ماساً فإذا هو زجاج، والنوع الثاني من الغلط المعيب للرضا وهو الذي يعيب الإرادة ولكن لا يمس وجودها فهو لا يمينه العقد الصحيح، وإنما يجعل العقد موقوفاً على إجازة العاقد، وقد عرفت الشريعة الإسلامية الغلط المعيب للرضا بأنه الغلط الذي لا يمنع من انعقاد العقد، فيكون العقد صحيحاً نافذاً ولكنه غير لازماً، حيث يكون للعاقد خيار الفسخ، أما النوع الثالث من الغلط فهو الغلط المؤثر أي الغلط الذي لا أثر له على صحة العقد ولا يفسد الرضا.

ويلاحظ المستهلك يستطيع فسخ العقد، ويستطيع كذلك طلب التعويض من التاجر، وذلك إذا كان الغلط نتاج عن خطأ من التاجر، أو العيب في أجهزة الربط التي يستخدمها هذا التاجر.

ويستنتج ان كل من عيب التدليس أو التغيرير، وعيب الغلط يؤثران وبشك كبيرة في الإرادة اللازمة للتعاقد الإلكتروني، وهذا لا يعني استحالة وقوع أي من العيبين (الاستغلال والإكراه)، لكن إمكانية وقوعهما تبقى ضئيلة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني الحماية الجزائية للمستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني.

تحرص التشريعات المعاصرة على حماية المستهلك بصفة عامة، وفي المجال الإلكتروني بصفة خاصة، لذا تم تجريم بعض الأفعال التي تشكل اعتداء عليها، ومن أشكال هذه الأفعال الغش التجاري والصناعي، وجريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى الصور الأخرى من الجرائم التي تمس المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية.

ولذلك سأتناول في الفرع الأول ماهية الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، وأتحدث في الفرع الثاني عن صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني. أما الفرع الثالث فسنتحدث عن تجريم الاعمال الإلكترونية في قانون العقوبات الجزائية.

### الفرع الأول: ماهية الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

<sup>1</sup> أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 213

تقع الحماية الجزائية في التعاقد الإلكتروني من خلال تجريم الأفعال التي يقوم بها الجاني في مقابل المستهلك بقصد الإضرار به عبر شبكة الإنترنت، فالعديد من القوانين والتشريعات الحديثة أضافت هذه الحماية للمستهلك في قوانين التجارة الإلكترونية.<sup>1</sup>

### أولاً: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك

تتميز الجريمة الإلكترونية عن الجريمة التقليدية في أن الجريمة الإلكترونية تكون الأداة فيها ذات تقنية عالية، وأيضاً مكان الجريمة لا يتطلب انتقال الجاني إليه انتقالاً مادية، فالجريمة الإلكترونية تتم عن بعد باستخدام شبكات الإنترنت بين الجاني والمستهلك، وتتشابه الجريمتين في أن أطراف الجريمة من مجرم ذي دافع لارتكاب الجريمة، وضحية والذي قد يكون شخص طبيعي أو شخص اعتباري.

### أ: الركن المادي في الجريمة الإلكترونية المرتكبة ضد المستهلك

إن السلوك الإنساني المحظور الذي يؤدي إلى الضرر أو التهديد بوقوعه يشكل الركن المادي للجريمة الإلكترونية، فالفعل وهو السلوك الإنساني المحظور، والنتيجة التي ترتكب على وقوع هذا الفعل، وعلاقة السببية بين الفعل والنتيجة هي التي تشكل عناصر الركن المادي للجريمة الإلكترونية

فالنشاط أو السلوك المادي في جرائم الانترنت يتطلب وجود بيئة اتصال بالانترنت، ويتطلب أيضاً معرفة بداية هذا النشاط والشروع فيه ونتيجته، فمن يقوم بسرقة رقم البطاقة الائتمانية للمستهلك عبر الإنترنت، يحتاج إلى تجهيز الحاسوب لكي يحقق له حدوث الجريمة، فيقوم بتحميل الحاسوب ببرامج اختراق، أو أن يقوم بإعداد هذه البرامج بنفسه، وكذلك قد يحتاج إلى تهيئة صفحات تحمل فيروسات السرقة معلومات هذه البطاقة، أو أرقام الحساب أو غير ذلك من المعلومات المهمة بتحميلها عن جهاز المستهلك، كما يمكن أن يقوم بجريمة إعداد برامج فيروسات تمهيدا لبحثها، مع العلم أنه لا يشترط أن تكون هناك أعمال تحضيرية لوقوع الجريمة، هذا ويعتبر شراء برامج الاختراق، ومعدات لفك الشفرات وكلمات المرور من الأشياء التي تمثل جريمة في حد ذاتها، وأشار هنا إلى أن مسألة النتيجة الإجرامية في جرائم الانترنت يمكن معرفتها، من خلال معرفة وقت الضرر الذي لحق المستهلك نتيجة وقوع العمل الجرمي عليه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الله ذيب عبد الله، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 94

<sup>2</sup> هاشم، ممدوح خير، مشكلة البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت، القانون المدني، ط 1، دار النهضة العربية، 2000،

## ب: الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية

يعرف الركن المعنوي على أنه اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب فعل ضد حق يحميه القانون ويعاقب عليه، وهو عالم أنه يقوم بعمل غير مشروع ينطوي على اقرار جريمة محددة لحماية المستهلك جزائية في الباب الحادي عشر من قانون العقوبات، والمنظم لأحكام الجرائم التي تقع على الأموال.

إضافة إلى الحماية الجزائية المقررة للمستهلك في قانون العقوبات، فإن حماية المستهلك جزائياً منصوص عليها في قانون حماية المستهلك الفلسطيني، وهو ما تنص عليه المادة 27 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني، من أن كل من يعرض أو يبيع سلع تمويينية فاسدة أو تالفة، أو يتلاعب بتاريخ صلاحيتها، يعاقب بالسجن لمدة تزيد عن عشر سنوات أو بغرامة لا تتجاوز عشرة آلاف دينار أردني أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانوناً، أو بكلتا العقوبتين، مع إتلاف البضاعة الفاسدة، كما يعاقب بالسجن لمدة لا تزيد عن ستة أشهر أو بغرامة لا تتجاوز خمسمائة دينار أردني أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانوناً، أو بكلتا العقوبتين كل من يعرض أو يبيع منتج مخالف للتعليمات الفنية الإلزامية، وبذات المعنى جاءت المادة 31 من قانون المواصفات والمقاييس الفلسطينية بأن كل من يصنع أي أدوات غير قانونية من أجل بيعها بهدف الغش أو يتلاعب بأوزان، أو أحجام المواد بقصد الغش، أو أي أفعال يكون من شأنها خداع أو غش المستهلك، يعاقب مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على سنة، أو بغرامة لا تقل عن ألف دينار ولا تزيد على عشرة آلاف أردني أو ما يعادلها قانوناً أو بكلتا العقوبتين معاً، ومصادرة الأدوات المخالفة

كما تنص المادة 28 و المادة 29 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني، على أن من يقوم بخداع المستهلك بحقيقة المنتجات أو طبيعتها أو عددها أو نوعها، يعاقب بالسجن لمدة لا تزيد عن ثلاث سنوات، أو بغرامة لا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أردني، أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانوناً، أو بكلتا العقوبتين، كما يعاقب بذات العقوبة كل من صنع أو باع أي سلع أو معدات تستعمل في الغش، أو حرض على استعمالها بواسطة نشرات أو إعلانات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، نفس المرجع السابق، ص 97

## الفرع الثاني: صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

تتعدد صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني بتعدد الجرائم الممارسة ضده، فهناك جرائم تتعلق في الغش التجاري والصناعي، وكذلك جرائم تتعلق بسرقة أرقام البطاقة الائتمانية الخاصة بالمستهلك، وجرائم التحايل والخداع ضد المستهلك في التعاقد الإلكتروني، وهو ما سأعرض له في ما يلي:

**أولاً: الحماية الجنائية ضد الغش التجاري والصناعي:** من صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، فقد يقع الغش بفعل الإنسان - كما في حالة الخلط أو الإضافة -، وقد يكون الغش ناتجا عن أسباب خارجة عن إرادة الإنسان، كما هو الحال في حالة فساد السلعة نتيجة لطبيعتها، وجعلها غير صالحة للاستخدام كاللحوم والبيض، فجريمة الغش لها ركنان أحدهما مادي والآخر معنوية، ويتحقق الركن المادي في حالة البيع الإلكتروني من خلال العرض، أو الطرح للبيع عن طريق الإنترنت للسلع الفاسد، أو المغشوشة التي تصل إلى المستهلك لاحقا، كما يتحقق الركن المعنوي في هذه الجريمة بتوافر نية الغش، أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية.<sup>1</sup>

ويلاحظ أن جرائم الغش في المواد الغذائية هي من جرائم الخطر، وليس من جرائم الضرر، بالمعنى أن الجريمة متوافرة حتى ولو لم يترتب على هذا الغش ضرر بأحد، وأن العقوبة المفروضة على هذا النوع من الجرائم ستشدد بدرجة ملحوظة إذا كانت السلع المغشوشة، أو الفاسدة ضارة بصحة الإنسان، وتجب الإشارة إلى أن احتفاظ التاجر بسلع ضارة، أو منتهية الصلاحية، سواء أكانت هذه السلع بكميات كبيرة أو قليلة بعد عمل غير مشروع، بشرط أن يكون القصد الجرمي متوجها إلى إعادة بيعها، أما إذا كان الهدف من وراء تخزينها هو إعادتها إلى المصدر، أو إتلافها فإنه لا مجال للعقاب في تلك الحالة.

ولقد نص المشرع الجزائري على تجريم الغش التجاري والصناعي من خلال نص المادتين 70 من قانون رقم 09-03 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي أحالت العقاب عليها إلى نص المادة 431 من قانون العقوبات، حيث اعتبرتها جنحة، وخصص لها عقوبة تتمثل في الحبس (02) سنتين إلى (05) خمس سنوات والغرامة من 20 000 إلى 100 000 دج وعقوبة تكميلية تتمثل حسب نص المادة 82

<sup>1</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، نفس المرجع السابق، ص 98

من قانون حماية المستهلك وقمع الغش في مصارة المنتوجات ولادوات وكل وسيلة أخرى استعملت في ارتكاب الجرائم المنصوص عليها في المادة 70 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

كما نجد أن المشرع الجزائري نص على تجريم الخداع التجاري أو الشرع فيه في نص المادتين 68 من قانون رقم 09-03<sup>1</sup> والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 429 من قانون العقوبات، والمادة 429 من قانون العقوبات، اين حددت المادة 68 عناصر الركن المادي لجريمة الخداع أو الشرع فيه والمتعلق بشخص المستهلك، حيث وفرة له الحماية الجنائية ولذلك يرى جانب من الفقه أن نطاق تطبيق هذا النص ضيق، بحيث يقتصر تطبيقه على العقود المبرمة ما بين المهني والمستهلك وبذلك فمناطق التجريم يتمثل في الحماية العقدية الذي يبرمه المستهلك فقط.

أما نص المادة 429 من قانون العقوبات فوسعت التجريم ليشمل المتعاقد، والذي يمكن أن يكون مستهلك، كما يمكن أن يكون، وبذلك فنص المادة يوفر كذلك الحماية الجنائية للمستهلك، حيث أن العقوبة المقررة في النصين واحدة وهي الحبس من شهرين (02) الى ثلاث (03) سنوات والغرامة من 20000 الى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.<sup>2</sup>

ومن صور الحماية الجنائية للمستهلك حمايته من جرائم السطو على أرقام البطاقات الائتمانية، فالاستيلاء على بطاقات الائتمان عبر الإنترنت أمر ليس صعبا، فلصوص بطاقات الائتمان مثلا يستطيعون الآن سرقة مئات الألوف من أرقام البطاقات في يوم واحد من خلال شبكة الإنترنت، ومن ثم بيع هذه المعلومات للأخرين، وقد لجأت بعض الشركات والبنوك إلى العمل سويا لتجاوز هذه المخاطر، كالإنفاق الذي وقع بين مؤسسة هونج كونج وشنغهاي البنكية (HSBC)، وهي من أكبر المؤسسات المصرفية في هونج كونج وشركة كومباك للحاسب الآلي، وذلك لتطوير أول نظام آلي أمن للتجارة الإلكترونية، والذي يمنح التجار خدمة نظام دفع أمن التمير عمليات الشراء عبر الإنترنت.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المادة 68 يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة كانت حول كمية المنتوجات المسلمة، تسليم المنتوجات الغير تلك المعنية مسبقا، قابلية أشغال المنتج أو مدد صلاحية المنتج طرق استعمال الاحتياطات الازمة لإشغال المنتج.

<sup>2</sup> خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، 2016/2017، صص 260 و 274

<sup>3</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 102

وجرائم السطو على أرقام البطاقات الائتمانية مجرمة شرعا وقانونا حيث تصنف ضمن جرائم السرقات، فأغلب التشريعات أمرت بالمحافظة على أموال الناس، وصيانتها من كل اعتداء غير مشروع بحيث يهدد الأمن والاستقرار، ويقترح بعض الخبراء باستخدام بطاقة ائتمان خاصة بالإنترنت يكون حدها الائتماني معقول، بحيث يقلل من مخاطر فقدانها والاستيلاء غير المشروع عليها، وهو الأمر الذي بدأت بعض البنوك الدولية في تطبيقه أخيرا.<sup>1</sup>

فتجريم فعل السطو على أرقام بطاقات الائتمان ومحاربتة، وكذلك الغش التجاري والصناعي، يوفر للمستهلك الأمن والاستقرار في تعاملاته عبر الإنترنت.

### ثانيا: تجريم الأعمال الإلكترونية في قانون العقوبات الجزائرية: تجريم الأفعال الإلكترونية

في قانون العقوبات الجزائري: لقد تطرق المشرع الجزائري الي تجريم الأفعال الماسة بأنظمة الحاسب المالي وذلك نتيجة تأثره بما أفرزته الثورة المعلوماتية من أشكال جديدة من الاجرام التي لم تشهدها البشرية من قبل مما دفع المشرع الجزائري الي تعديل قانون العقوبات بموجب القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المتمم لأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات من قانون العقوبات تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات هذا القسم ثمانية مواد من مادة 394 المكرر الي 394 مكرر ونصت هذه المواد على ما يلي :

نصت المادة 394 مكرر على جريمة الدخول أو البقاء عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة المعالجة -الآلية للمعطيات محالة ذلك بنصها "يعاقب بالحبس من ثلاثة اشهر الى سنة وبغرامة من 50000 دج الي 10 000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في الكل جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك .

تضاعف لعقوبة اذا ترتب علي ذلك الحذف أو تغيير معطيات المنظومة .

وإذا ترتب على الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام اشتغال المنظومة تكون العقوبة الحبس من ستة أشهر الى سنتين والغرامة من 50.000 دج الي 150.000 دج."

<sup>1</sup> الطباخ شريف، الدفع في جرائم الغش والتدليس في ضوء القضاء والفقهاء، ط1، المصدر القومي لإصدارات القانونية،

نصت المادة 394 مكرر 1 على ادخال او إزالة او تعديل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الالوية بنصها "يعاقب بالحبس من ستة أشهر الى ثلاث سنوات أو بغرامة من 500.000 دج الي 2000.000 دج كل من أدخل بطريقة الغش معطيات بنظام المعالجة الالوية أو أزال او عدل الغش المعطيات التي يتضمنها."

نصت المادة 394 مكرر 2 على أن "يعاقب بالحبس من شهرين الي ثلاث سنوات وبغرامة من 1000.0000 دج الي 5000.0000 دج كل من يقوم عمداً أو عن طريق الغش بما يلي:

- 1-تصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسله عن طريق منظومة معلوماتية يمكن ان ترتكب بها الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم .
- 2-حيازة أو افشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من أحدا الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم."

-نصت المادة 394 مكرر 4 على أنه " يعاقب الشخص المعنوي الذي يرتكب أحدا الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم بغرامة تعادل خمس مرات بالحد الأقصى للغرامة المقرر للشخص الطبيعي."

نصت المادة 394 مكرر 5 على فعل الاشتراك في جريمة أو أكثر من الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم فانه يعاقب بنفس عقوبة المقرر بالجريمة بحد ذاتها وذلك بنصها "كل من شارك بمجموعة او اتفاق بغرض الاعداد لجريمة او اكثر من الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم وان هذا التحضير مجسداً بفعل او بعدة أفعال مادية ، يعاقب بالعقوبات المقرر للجريمة ذاتها."

نصت المادة 394 مكرر 6 على "مع الاحتفاظ بحقوق الغير بحسن النية، بحكم مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع الاغلاق المواقع التي تكون محل لجريمة من الجرائم المعاقب عليها وفقاً لهذا القسم ، علي إغلاق المحل أو مكان الاستغلال اذا كانت بجريمة قد ارتكبت بعلم مالكتها" 1

<sup>1</sup>بكرة سعيدة: الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، الحقوق،

من المفترض، أنه بإبرام العقد، يكون المستهلك قد حيز له على الأقل من وجهة نظره كافة مقومات العلاقة العقدية الصحيحة و العادلة، بداية من تحرر إرادته من اي ضغوط تكون قد دفعته إلى التعاقد، و تلقيه إعلاما صادقا قبل تعاقديا صادرا من المتعاقد الآخر، و مروراً بخلو إدارته من العيوب التي تشوب رضائه و تعيين محل العقد سواء كان الثمن أم المعقود عليه بصورة نافية لجهالة، و انتهاء بعدم تعرضه لأي من مظاهر التعسف أو استغلال المتعاقد الآخر، و من ثم لم يتبق له لكي يتحقق له الهدف الذي من أجله أقبل على التعاقد، إلا قيام المتعاقد الآخر بوضع المعقود عليه تحت تصرفه بصورة صحيحة وكاملة على نحو يمكن مع من الانتفاع به على وجه المأمول.

ولكن واقع الحال، يشير إلى أن هذه الأمور لا تسير بهذا القدر من السهولة، فهناك العديد من المشكلات التي كثيرا ما تعترض تنفيذ ذلك، وهو الفرض الذي يؤدي إلى: إما انتفاع المستهلك بالمعقود عليه على وجه غير مرض، أو عدم الانتفاع به على الإطلاق، فيحاول اللجوء إلى نصوص و قواعد القانون المدني عسى أن يجد ما يعينه على مواجهة هذه المشكلات، حيث يثور قدرا من التساؤل حول مدى قدرة أو إمكانية هذه النصوص وتلك القواعد في معالجة الآثار التي قد تترتب على هذه المشكلات.

ومن جانب آخر فإنه في ضوء السرعة التي تتم بها المعاملات، وبالنظر إلى انتشار العقود النموذجية بالإضافة إلى الطبيعة الحديثة للمنتجات والخدمات قد يتبين للمستهلك لسبب أو لآخر، رغم قيام المتعاقد الآخر بتنفيذ التزامه صحيحا وكاملا، أن شروط العقد و بنود قد جاءت في غير صالحه، أو أنه في غير حاجة إلى هذا التعاقد أساسا. حيث يثور التساؤل أيضا حينئذ حول مدى حق المستهلك في الرجوع في التعاقد إزاء هذه الفروض.

وجدير بالذكر في هذا المقام اختلاف الرجوع في التعاقد عن أمر العدول عنه، فبينما يجد الرجوع مجاله في المرحلة التي تلي تنفيذ العقد، نجد أن المدلول عن التعاقد يرتبط بمرحلة إبرام العقد.

تأسيسا على ما تقدم سيكون قوام هذا الفصل في مبحثين نبحث في الأول عن حق المستهلك في الضمان والمبحث الثاني حماية المستهلك عند تنفيذ التزاماته.

### المبحث الأول: حق المستهلك في ضمان وحقوقه المستحدثة

ينشئ عقد البيع سواء التقليدي أو الإلكتروني التزاما علي عاتق المحترف للضمان في حالة حصول التعرض والاستحقاق حيث يجب علي المحترف او البائع أن يمكن المستهلك من الانتفاع بالمبيع بطريقة صادقة وكاملة فلا يتعرض له شخصا ولا يسمح للغير أن يتعرض له كما يضمن المحترف العيوب الخفية التي لا يستطيع المستهلك اكتشافها أثناء التعاقد فمن حق المستهلك أن يتسلم مبيع مطابق لما اتفق عليه مع المحترف دون أن ننسا ان للمستهلك حق في العدول وله الحق في الاستعانة بهيئات لحمايته .

### المطلب الأول: حق المستهلك في ضمان عدم التعرض والاستحقاق

يستفيد المستهلك الذي يتعاقد عبر الانترنت مما هو مقرر بشأن عقد البيع عموما فعقد البيع يترتب على عاتق البائع الالتزام بنقل الملكية، وبضمان العيوب الخفية، والتزاما بضمان ملكية المبيع والاستفادة منها بطريقة هادئة وكاملة، فلا يتعرض للمستهلك شخصا ولا يسمح للغير بالتعرض له أيضا، وقد نصت المادة 371 ق م ج على التزام البائع بعدم التعرض الشخصي أو من الغير كمايلي: " يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه، سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، ويكون البائع مطالباً بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد أل إليه هذا الحق من البائع نفسه".<sup>1</sup>

ويعرف ضمان عدم التعرض بأنه ضمان البائع كل فعل صادر منه أو من غيره ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضها.

### الفرع الأول: ضمان عدم التعرض الشخصي:

يقصد بضمان عدم التعرض في مجال عقد البيع الإلكتروني امتناع المحترف عن اتيان أي فعل من شأنه أن يعرقل انتفاع المستهلك انتفاعا هادئا بالمبيع سواء كان هذا التعرض ماديا أو قانونيا.<sup>2</sup> ويجب أن نميز بين ضمان عدم التعرض الشخصي وضمان عدم التعرض الصادر من الغير، فضمان عدم التعرض الشخصي يلتزم به البائع من خلال الامتناع عن أي عمل من شأنه أن يعيق انتفاع

<sup>1</sup> القانون المدني الجزائري 07-05 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007

<sup>2</sup> عبيدي علي هادي، العقود المسماة - البيع والايجار وقانون المالكين والمتاجرين، ط، عمان، الأردن، 2009، ص110

المشتري بالمبيع على النحو الذي أعد له، ويشمل ضمان البائع عدم التعرض الشخصي للمشتري كل عمل مادي وكل تصرف قانوني يصدر منها.

### أولاً : التعرض المادي

يتمثل التعرض المادي في قيام البائع بأي فعل يؤدي الى الحيلولة دون انتفاع المشتري بالمبيع، ويحق للمشتري في هذه الحالة رفع دعوى على أساس الإخلال بالتزام عقدي ألا هو الالتزام بضمان عدم التعرض والاستحقاق، فكل فعل يقوم به البائع ويترتب عليه حرمان المشتري من الانتفاع بالمبيع حرماناً كلياً أو جزئياً، يعتبر تعرضاً مادياً، وذلك دون أن يستند البائع على حق يدعيه على المبيع<sup>1</sup>، ويشترط لرفع دعوى ضمان عدم دون أن يستند البائع على حق يدعيه على المبيع، ويشترط لرفع دعوى ضمان عدم التعرض توافر الشرطين التاليين:

- وقوع التعرض فعلاً فلا يكفي مجرد احتمال وقوعه.

- أن يكون التعرض الذي وقع فعلاً من شأنه أن يحول كلياً أو جزئياً دون انتفاع المشتري بالمبيع.

### ثانياً : التعرض القانوني

يتمثل التعرض القانوني في ادعاء البائع أن له حق في المبيع في مواجهة المشتري وهو كذلك استعمال البائع لحق يدعيه على المبيع والذي من شأنه نزع المبيع من المشتري مثال ذلك أن يكون البائع ليس مالكا حقيقيا للمبيع ثم يملكه بعد ذلك عن طريق التقادم المكسب.<sup>2</sup> عالج المشرع الجزائري هذه المسألة إذ اعتبر البيع صحيحاً في حق المشتري وتنتقل إليه ملكية المبيع، في حالة ما آلت الملكية الى البائع بعد إبرام عقد البيع.

### الفرع الثاني : ضمان عدم التعرض الصادر من الغير

يكون البائع ملزماً بالضمان عند تعرض الغير للمشتري في الانتفاع بالمبيع سواء كان كله أو بعضه، فيلزم البائع بالضمير ولو كان قد ثبت حق الغير (الأجنبي) بعد البيع اذا كان هذا الحق قد آل اليه من البائع نفسه

<sup>1</sup> عبيدي علي هادي، المرجع السابق، ص 114.

<sup>2</sup> فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 106.

ولقيام هذا الضمان يجب توفر ثلاث شروط هي:

- أن يكون التعرض قانوني، أي يستند فيه الغير الى حق يدعيه على المبيع.

- أن يكون التعرض وقع فعلا أي أن الحق في الضمان لا ينشئ الا من وقت منازعة الغير

- أن يكون الحق الذي يدعيه الغير سابقا على البيع أو تاليا له ولكنه مستمدة من البائع.

وفي حال حصول تعرض من الغير، يلتزم البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملزما بدفعه، وفي هذه الحالة يصبح البائع منفذا لالتزامه تنفيذا عينيا، أما اذا ثبت استحقاق المبيع للغير، فيلتزم البائع بتنفيذ الضمان عن طريق التعويض، فاذا قام المشتري بإخطار البائع بوجود التعرض من الغير، يتدخل البائع في دعوى الاستحقاق أما اذا لم يتدخل البائع في الدعوى رغم اخطاره في الوقت المناسب وجب عليه الضمان.<sup>1</sup>

وبصفة عامة يستطيع المشتري الرجوع على البائع بضمان الاستحقاق في الحالات الآتية :

1- اذا أخطر المشتري البائع بدعوى الاستحقاق، ولم يتدخل البائع فيها وحكم المتعرض باستحقاق المبيع، يرجع المشتري على البائع بالضمان.

2- اذا أخطر المشتري البائع بدعوى الاستحقاق، ولم يتدخل البائع فيها وأقر المشتري بحق المتعرض أو تصالح معه، دون أن ينتظر حكما قضائيا، ولم يستطع البائع اثبات أن المتعرض لم يكن على حق في دعواه يستطيع المشتري الرجوع على البائع بضمان الاستحقاق.

3- اذا لم يخطر المشتري البائع بدعوى الاستحقاق، وحكم للمتعرض ولم يثبت البائع أن تدخله في الدعوى كان سيؤدي الى رفضها، يستطيع المشتري الرجوع على البائع بضمان الاستحقاق

4 - اقرار المشتري بحقه في المبيع دون دعوى يرفعها المتعرض، ولم يثبت البائع عدم أحقية المتعرض في دعواه، فان المشتري في هذه الحالة أيضا يستطيع الرجوع على البائع بضمان الاستحقاق.

تدخله في الدعوى كان سيؤدي الى رفضها، يستطيع المشتري الرجوع على البائع بضمان

الاستحقاق

وعند تطبيق القواعد العامة في ضمان التعرض والاستحقاق على عقد البيع الالكتروني يتضح أن التعرض في عقد البيع الالكتروني قد يكون ماديا من قبل البائع، مثال ذلك قيام البائع المزود بزراعة

<sup>1</sup> دالي بشير، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، مبدأ تأويل العقد، سنة 2008/2007 ص101

فيروس داخل برنامج الحاسوب المباع، أو بتوجيه الفيروس عن بعد من خلال جهاز المودام الموجود داخل جهاز الحاسوب الخاص بالمستهلك حيث يتم ذلك من خلال شبكة الأنترنت، مما قد يسبب تدمير كلي أو جزئي للنظام المعلوماتي للجهاز الحاسوب عند تشغيله

ويلاحظ أن التعرض المادي من قبل البائع لانتفاع المشتري في المبيع قد تحقق سواء كان كليا أو جزئيا، فقيام البائع المزود بزراعة فيروس داخل برنامج الحاسوب المبيع، أو بتوجيه الفيروس عن بعد من خلال الأنترنت يؤدي إلى التعرض لانتفاع المتعاقد بملكية البرنامج، حيث لا يوجد في القانون أو العقد ما يبرر ذلك التعرض، ويجب الإشارة إلى أن التعرض في التعاقد الإلكتروني ليس تعرضا ماديا ملموسا، بل هو تعرض معنوي غير ملموس.

أما بالنسبة للتعرض القانوني للانتفاع بالمبيع، فإنه يتمثل في حالة شراء شخص لوحة فنية محملة برهن متنازع عليه بين البائع وصاحب الرهن، أو محملة بدين التأمين المتنازع عليه أيضا، أو حالة شراء براءة اختراع متنازع على تسجيلها بين البائع والمخترع أو حالة شراء بالبرنامج حاسوب لم يكن للبائع سوى حق استعماله دون استغلاله

ونستنتج أن ضمان التعرض والاستحقاق المنصوص عليه في القواعد العامة يمكن تصوره في عقد البيع الإلكتروني إلا أنه وفي سبيل حماية المستهلك لا يجوز انقاص الضمان أو الاتفاق على إسقاطه، لكن يجوز زيادته<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> خالد إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، المرجع السابق 2006ص233

## المطلب الثاني حق المستهلك في ضمان العيوب الخفية

## الفرع الأول: تعريف العيب الخفي

اختلفت التعاريف والشروحات التي قدمها فقهاء القانون وقضاة المحاكم للعيوب الخفية، دون أن ننسى التعاريف القانونية له.

## أولاً: التعريف القضائي للعيوب الخفية.

يعود أول تعريف جاء به القضاء للعيوب الخفية إلى سنة 1948 حيث صدر عن محكمة النقض المصرية حكم عرف العيب الخفي كما يلي: "الآفة الطارئة التي تخلو منا الفطرة السليمة للمبيع".

تعرض هذا التعريف للعيوب الخفية الذي جاءت به محكمة النقض المصرية للكثير من النقد لأنها حصرت العيب الخفي الموجب للضمان في حالة واحدة فقط، وهي الآفة الطارئة التي عادة ما تكون بعد تكوين الشيء في حين أهملت حالة الخلقة والتكوين، التي تكون فيها الآفة مصاحبة لتكوين الشيء كما أن العيب ليس هو ما تخلو عنه الفطرة السليمة بل ما يخلو عنه أصل هذه الفطرة

كما عرفت محكمة ليون الفرنسية العيب الخفي في حكمها الصادر بتاريخ 18 فيفري 1952 انه "النقص الذي يصيب الشيء بشكل عارض ولا يوجد حتماً في الأشياء المماثلة".<sup>1</sup>

## ثانياً : التعريف الفقهي للعيوب الخفية

سعى بعض الفقهاء المختصين في مجال القانون لتقديم تعريفا للعيوب الخفية، فعرفه الدكتور خليل أحمد حسن قداة بأنه: "أنه آفة تصيب الشيء المبيع فنقص من قيمته الاقتصادية ومن منفعته كما عرفه الدكتور توفيق حسن فرج بقوله: "أما العيب الخفي بحسب تعريف الفقه الإسلامي هو ما تخلو عنه الفطرة السليمة، أو هو حالة يخلو عنها الشيء عادة لا تظهر عند البيع بفحص مبيع، أو تكون من شأنها أن تنقص من قيمته نقصانا محسوسا أو تؤثر على الانتفاع به".

<sup>1</sup> مراد قرفي، ضمان القانوني للمبيع، مذكرة لنيل الماجستير، فرع عقود ومسؤولية كلية الحقوق وعلوم التجارية جامعة

وبالرغم من اختلاف التعاريف الفقهية للعيب الخفي، الا أن هذا لم يمنع الفقهاء من أن يتفقوا على أن العيب الخفي الموجب للضمان هو في مجمله الآفة أو النقيصة التي تصيب الشيء المبيع دون أن تظهر عند فحصه مما ينجم عنها انقاص في قيمته.<sup>1</sup>

### ثالثا : التعريف القانوني للعيب الخفي

لم يعرف المشرع الجزائري العيب الخفي الموجب للضمان في عقد البيع، بل اكتفى فقط بذكر شروطه وهذا ما يظهر جليا في نص المادة 379 ق م ج التي تنص على ما يلي: " يكون البائع ملزم بالضمان اذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي يعهد بوجودها وقت التسليم الى المشتري أو اذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها ".<sup>2</sup>

بالرجوع الى نص المادة 379 ق م ج يتبين لنا أن المشرع قد ألزم البائع بضمان العيب الخفي في المبيع في حالتين هما :

- حالة وجود عيب في المبيع ينقص من قيمته بمعنى الآفة.

- حالة تخلف صفة من الصفات التي كفل البائع للمشتري وجودها في المبيع وقت التسليم.

وكما قلنا سابقا أن كل ما تناولته القواعد العامة في نظرية العقد والأحكام الخاصة بعقد البيع عموما هي بالتأكيد تنطبق على عقد البيع الالكتروني.

أما بالرجوع الى المادة 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،<sup>2</sup> والتي تنص على ما يلي: "يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشأه ومميزاته الأساسية وتركيبته"

نجد أن المشرع قد أكد على ضرورة مطابقة المبيع " المنتج " للمواصفات الخاصة به والمميزة له، والتي يضمن المتدخل "المحترف وجودها بالمنتج، وهو نفس ما تنص عليه القواعد العامة للقانون المدني (المادة 379 ق م ج).

<sup>1</sup> خليل احمد حسن قدادة الوجيز في شرح قانون المدني الجزائري، ج 4 عقد البيع، دوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2000، ص173

<sup>2</sup> المؤرخ في 2009/02/25، ج العدد 15 الصادر بتاريخ 2009/03/8

كما تؤكد على التزام المتدخل بالضمان في عقد الاستهلاك المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ<sup>1</sup>، التي تنص على ما يلي: "في إطار تنفيذ الضمان يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم الخدمة<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: شروط العيب الخفي الموجب للضمان

لا يكون المحترف ضامناً لعيوب المبيع إلا إذا توفرت شروط معينة في العيب وهي: أن يكون مؤثراً خفياً، قديماً وغير معلوم لدى المستهلك.

#### أولاً: أن يكون العيب مؤثراً

بالرجوع إلى نص المادة 1/379 ق م ج نجد أن المشرع قد اشترط في العيب حتى يكون مؤثراً أن يتوفر فيه أحد الشرطين، أما الانقاص من قيمة المبيع، أو الانقاص من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه.<sup>3</sup>

ويعد الانقاص من قيمة المبيع المادية بسبب العيب اللاحق به، مما يجعل العيب مؤثراً، وليس النقص في مقدار المبيع الذي يعتبر فيه البائع قد أحل بالتزامه في تسليم الكمية المتفق عليها، لذا فإن النقص الذي يمس قيمة المبيع يفترض فيه أن البائع قد سلم كل الكمية المتفق عليها إلا أنه بها عيباً أنقص من قيمتها المادية، وعادة ما تقاس هذه القيمة على أساس قيمة المبيع في السوق

أما النقص في منفعة المبيع، فقد حدده المشرع وفقاً لثلاثة ضوابط تحكمه وهي: النقص في منفعة المبيع حسبما هو مبين في العقد، أو ما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له، فقد يقوم المتعاقدان في العقد بتبيان الغرض المطلوب في المبيع، بحيث تحدده منفعة المبيع بحسب ما هو مبين في العقد، بمعنى أن القصد الخاص للمشتري قد اتجه إلى استعمال المبيع استعمالاً غير عادياً، لذا يجب أن يكون البائع على علم بهذا الغرض الذي يقصده المشتري. كما أن طبيعة الشيء المبيع تبين المنافع المقصودة منه، وهي التي تبين العيوب التي تخل بهذه المنافع، دون أن ننسى أن الغرض المعد له المبيع

<sup>1</sup> المؤرخ 2013/09/26 ج العدد 49، الصادر بتاريخ 2013/10/02

<sup>2</sup> يجب أن يتم تنفيذ وجوب الضمان طبقاً للمادة 13 من القانون رقم 09-03 التي تنص على ما يلي يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازاً أو عتاداً أو مركبة... من الضمان بقوة القانون.

<sup>3</sup> خليل أحمد حسن قداد، المرجع السابق، ص 175

حسب ما يظهر من استعماله يحدد كذلك منفعة المبيع أو مدى النقص في هذه المنفعة، والاستعمال المقصود هنا هو الاستعمال العادي وليس الخاص الذي يريده المشتري.<sup>1</sup>

ولم يحدد المشرع الجزائري درجة جسامة العيب، أو مقدار النقص لمعرفة ما إذا كان العيب مؤثرا أم لا أما المشرع الفرنسي فقد قام بتحديد المعيار الذي يعتمد عليه التحديد مقدار النقص الذي يعتبر فيه العيب مؤثرا، وذلك من خلال ما يظهر من نص المادة 1641 ق م ف التي تنص على: العيب الخفي هو الذي يجعل المبيع غير صالح للاستعمال المقرر له وينقص من صلاحيته لدرجة أن المشتري لم يكن ليشتريه، ولم يكن ليدفع فيه إلا ثمنا أقل فيما لو علم بهذا العيب.

وبالتالي يعتبر المشرع الفرنسي مؤثرا إذا بلغ حدا من الجسامة وبحيث لو علم به المشتري وقت التعاقد لا ممتنع عن الشراء أو اشتراه بثمن يقل عن ثمنه.

وعلى كل حال فإن تقدير ما إذا كان العيب مؤثرا أم لا، أمر يعود إلى القاضي.

### ثانيا: أن يكون العيب خفيا

يكتسي هذا الشرط أهمية بارزة، بحيث أن معظم التشريعات تناولت هذا الموضوع تحت عنوان: ضمان العيوب الخفية، إلى حد أن البعض اعتبره بمثابة المصدر الحي لنظام العيب الخفي، ويرجع ذلك دون شك إلى الطابع الجوهرى لهذا الشرط مقارنة بباقي الشروط الأخرى.

والمقصود بالعيب الخفي هو ذلك العيب الذي يكون موجود في الشيء المبيع وقت البيع، ولكن لم يكن بوسع المشتري أن يتفطن له، أو يكتشفه عند فحصه بعناية الرجل العادي، وهذا ما حدده المشرع الجزائري بنص المادة 379 ق م ج.

ومعيار الخفاء هو الضابط الذي يستعين به المشرع للفرقة بين العيب الظاهر والعيب الخفي مما يسهل عليه معرفة متى يسأل البائع عن مبيعه الذي شابه عيب غير ظاهر ومتى لا يسأل عنه، وقد اعتمد المشرع على المعيار الموضوعي الذي ينظر فيه إلى عناية وقدرة الشخص العادي في اكتشاف العيب لا إلى عناية المشتري ذاته.

<sup>1</sup> مراد قرفي، مرجع السابق، ص 33-35

لأنه في حالة ما اذا اكتشف المشتري العيب بعد تفحصه للمبيع بقدره واستطاعة الرجل العادي اعتبر هذا العيب ظاهراً<sup>1</sup>، أما إذا تعذر على المشتري اكتشاف العيب بنفسه حتى لو أنه تفحص المبيع بعناية الرجل العادي فان العيب في هذه الحالة يعتبر خفياً بحيث وصل من الخفاء درجة لا يمكن الكشف عنه إلا إذا تم فحصه من طرف رجل خبير نظراً للصعوبة اظهاره الا من خلال استعمال وسائل وطرق فنية، أو تحاليل كيميائية ليس بوسع الرجل العادي استعمالها<sup>2</sup>.

وبصفة عامة تبقى مسألة اظهار العيب من خفاءه مسألة نسبية تخضع لتقدير قاضي الموضوع، ويرجع فيها إلى مسلك الشخص العادي في فحص المبيع.

نص المشرع الجزائري على الأصل العام الذي يحكم مسألة خفاء العيب وهو عدم مساءلة البائع عن العيوب الظاهرة (المادة 379 ق م ج )، الا أنه جاء باستثناء على هذا الأصل أوجب فيه الضمان على البائع حتى وان كان العيب ظاهراً وذلك في حالتين هما:

#### الحالة الأولى : تأكيد البائع المشتري خلو المبيع من العيوب

وفي هذه الحالة يعتبر هذا التأكيد بمثابة ضمانه يطمأن بها المشتري فيجعله يثق به، مما يغنيه عن فحص الشيء المبيع فيصبح هذا بمثابة اتفاق ضمني نشأ بين الطرفين فحواه ضمان العيب الظاهر إن وجد في المبيع ويقع على البائع على اثبات أن البائع قد أكد له خلو المبيع من أي عيب، وأنه بناء على هذا الأساس لم يتم بفحص المبيع، في هذه الحالة يحق له الرجوع على البائع بالضمان<sup>3</sup>.

#### الحالة الثانية : تعمد البائع اخفاء العيب غشاً منه

فاذا أثبت المشتري أن البائع قد تعمد اخفاء العيب غشاً منه مثل " طلاء لحام في آلة أو جهاز حتى لا يكتشفه المشتري " في هذه الحالة يحق للمشتري الرجوع على البائع بالضمان حتى وان كان العيب

<sup>1</sup> محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني عقد البيع والمقايضة دراسة مقارنة في القوانين العربية دار الهدى الجزائر 2008 ص 379

<sup>2</sup> رمضان أبو سعود شرح العقود المسماة في عقد البيع والمقايضة ط2 دار الجامعة الجديدة للنشر مصر، ص 352-353 .

<sup>3</sup> خليل احمد حسن قداد مرجع السابق ص 174

يمكن اكتشافه أو تم فحصه بعناية الرجل العادي وحتى وان أثبت البائع بأن المشتري لم يقم بفحص المبيع، لأن خطأ البائع في هذه الحالة استغرق خطأ المشتري.<sup>1</sup>

#### -ثالثا : أن يكون العيب قديما

جاء في نص المادة 379 ق م ج ما يلي: " يكون البائع ملزما بالضمان، اذا لم يشتمل التي تعهد بوجودها وقت التسليم الى المشتري ... ". وبذلك نستنتج أن المشرع الجزائري قد اعتمد على معيار " وقت تسليم المبيع "، في اعتبار العيب قديما أم لا. فاذا كان العيب موجود في المبيع قبل البيع، أي قبل ابرام العقد بين الطرفين اعتبر هذا العيب قديما كأن يكون الخشب أو القمح المباع مسوسا قبل أن يتم البيع. كما قد يكون المبيع سليما قبل ابرام العقد، وحتى بعد ابرامه وانتقال ملكيته للمشتري الا أنه قبل أن يقوم البائع بتسليمه للمشتري يحدث به عيب مثلا: لو بيعت ثلاجة سليمة للمشتري وانتقلت ملكيتها له بمجرد التعاقد، بشرط أن تسلم له بعد اسبوع مع حقه باستعمالها

وأثناء هذه المدة أصيب محركها بعطب، فأصبح أداؤها ضعيفا ثم يقوم المشتري باستلامها ويكتشف عطب محركها، وفي هذه الحالة يعتبر العيب قديما، بحيث يلتزم البائع بضمانها.<sup>2</sup>

ويقع عبئ اثبات مسألة وقت قدم العيب، على عاتق المشتري، وذلك باستخدام كل وسائل الإثبات المسموح بها قانونا من شهادة الشهود، والقرائن والخبرة القضائية التي عادة ما تعد أنجع الطرق التي يعتمد عليها القاضي في معرفة تاريخ ووقت حدوث العيب، من خلال الاستعانة بخبير مختص في هذا المجال.

#### رابعا : جهل المشتري للعيب

قد يكون العيب خفيا ومع ذلك لا يضمنه البائع ويكون ذلك في حالة ما اذا كان المشتري على علم بالعيب وهذا ما يؤكد نص المادة 2/379 ق م ج الذي جاء كما يلي: " غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع ... ".

ففي حال علم المشتري بالعيب الموجود في الشيء المبيع سواء وقت البيع او اثناء التسليم فانه يفقد حقه في الضمان، حتى وان كان هذا العيب خفيا ولا يمكن الكشف عنه أو تم فحصه بعناية الرجل

<sup>1</sup> احمد عبد الرزاق السنهوري الوسيط في شرح القانون المدني ج4 العقود التي تقع علي الملكية،البيع

والمقايضة،ط3،المنشورات الحلبي الحقوقية للبنان،1998،ص762

<sup>2</sup> محمد يوسف الزعبي، العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2006 ص

العادي، وذلك راجع الى كون أن علم المشتري بالعيب والسكوت عنه يعد نزولا عن حقه في الضمان وقبول ضمنى لهذا العيب.<sup>1</sup>

ونقصد بالعلم الذي يسقط الحق في الضمان العلم الحقيقي بالعيب، وليس العلم الضنى أو العلم المشكوك فيه، كما أنه لا يعني اقرار المشتري بمعاينة المبيع يجعل منه عالما بالعيوب الخفية الموجودة فيه، لذا فان علم هذا الأخير قد يكون اما بواسطة اخبار الغير له أو البائع، أو يعلم بنفسه عند تفحصه للمبيع، أو عن طريق خبير يكشف له ما بالمبيع من عيوب، كما أن جهل البائع للعيب الموجود في المبيع لا يعفيه من ضمانه حتى وان كان خفيا فهو يضمنه دائما، وقد يترتب على علمه دون اخبار المشتري به بصور غش منه أو تدليس مما ينجم عنه تشديد مسؤوليته.<sup>2</sup>

يقع على البائع عبئ اثبات علم المشتري بالعيب الموجود في المبيع، بكافة طرق الاثبات المتاحة قانونا لأن علم المشتري يعتبر واقعة مادية<sup>3</sup>

كل الشروط السابقة الذكر اللازمة لقيام التزام البائع بضمان العيب الخفي في المبيع في عقد البيع التقليدي تنطبق على عقد البيع الإلكتروني أيضا، فإذا قام مستهلك بشراء عن في عقد البيع التقليدي تنطبق على عقد البيع الإلكتروني أيضا، فإذا قام المستهلك بشراء عن طريق الأنترنت برنامج حاسوب ألي وعند استعماله تبين انه معيب أو تم زرع فيروس به لا يستطيع اكتشافه إلا خبير برمجة إلكترونية، فهنا نكون بصدد عيب خفي يؤثر على انتفاع المستهلك به، وفي هذه الحالة يلتزم المحترف في عقد الاستهلاك بضمان العيب الخفي في برنامج الكمبيوتر.<sup>4</sup>

وحسب المادة 380 ق م ج فإن المشتري لا يكون له حق مطالبة البائع بضمان العيب الخفي، إلا بعد أن يقوم بإخطاره فور كشفه للعيب، في أجل مقبول أو في الوقت الملائم، ولم يحدد المشرع مهلة معينة للإخطار.

<sup>1</sup> خليل احمد قداة، المرجع السابق، ص 177

<sup>2</sup> محمد صبري السعدي المرجع السابق ص 384 و 385

<sup>3</sup> محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ط5، دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2006، ص 154

<sup>4</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، المرجع السابق ص 247 و 248

وإذا استلم البائع الاخطار من المشتري ولم يستجب كان من حق هذا الأخير رفع دعوى الضمان خلال سنة من وقت تسلم المبيع طبقا لنص المادة 383 ق م ج التي تجيز الاتفاق بين البائع والمشتري على الزيادة في مدة الضمان أي الاتفاق على مدة أطول من سنة.

### المطلب الثالث حقوق المستهلك المستحدثة في مرحلة تنفيذ العقد

إن التشريعات الحديثة توجهت الي إرساء قواعد إضافية تساهم في إضفاء حماية أكيدة للمستهلك خاصة وإن القواعد العامة قد اثبتت عدم كفايتها وقدرتها علي منح المستهلك حماية كاملة شاملة لاسيما ان التعاقد الإلكتروني يتميز بخصوصية معينة تجعله يحظى باهتمام اكبر عن غيره من التعاقدات العادية الأخرى وسنتناول في هذا المطلب أهم الحقوق التي استحدثتها التشريعات الحديثة

#### الفرع الاول: حق المستهلك في استلام مبيع مطابق

فضلا عما تناولته القواعد العامة فيما يخص مسألة تسليم مبيع مطابق من قبل البائع، نجد التشريعات الحديثة تؤكد على مثل هذا الالتزام و تضيف ما يجعله مضمونا وأمنا، خاصة ما يتعلق بالعقد المبرم عبر الإنترنت الذي يوصف غالبا بأنه عقد غير ملموس. فالالتزام بالتسليم في هذا العقد لا يقتصر على مجرد التسليم الفعلي والحكمي، بل لا بد من وجود التسليم المعنوي أو ما يعبر عنه بالتسليم الإلكتروني. الذي يتم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري، فيمكنه من الانتفاع به عن طريق حيازته دون عائق وهو ما يتم في أغلب الأحيان عن طريق البريد،<sup>1</sup> كما يتم تسليم السلع أو الخدمات إلكترونيا مثل الأبحاث والتقارير الإلكترونية، الكتب الإلكترونية، أفلام الفيديو وغيرها، من خلال تنزيل أحد البرامج أو الرسائل على جهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل، فيصبح العقد بذلك مبرما ومنفذا على الخط داخل شبكة الإنترنت. إلا أن عقد البيع عبر الإنترنت، لا يبرم وينفذ داخل شبكة الإنترنت غالبا؛ فمنه ما يبرم داخلها وينفذ خارجها، وذلك إذا ما وقع التسليم على شيء لا بد من إيصاله للمشتري حتى يكتمل البيع.

والتزام البائع بتسليم المبيع، يتسع نطاقه ليشمل التزامات جديدة فرضها التطور التكنولوجي، الذي أدى إلى ظهور منتجات ذات تقنية عالية وصعبة الاستعمال، والتي لا يتسنى للمشتري العادي معرفتها والتحكم فيها، فضلا عن المخاطر التي تحيط به جراء استعمالها، ومن بينها واجب البائع بضمان مطابقة

<sup>1</sup> مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر، عين

الشيء المبيع، وواجب الضمان، خصوصا و أن العرض عبر الإنترنت، غالبا ما لا يتناول ذات المبيع بل يرد على نموذج مصور أو عرض فقط لأوصاف المبيع.<sup>1</sup>

والمطابقة في القانون الجزائري تعني مطابقة السلع والخدمات للمقاييس المحددة والمعدة من طرف التنظيم. هذا هو ما استحدثه المشرع الجزائري في ق. ح. م. ق. غ. ج.<sup>2</sup> فقد غير من فكرة المطابقة التي تقتصر على إرادة المستهلك في شراء المنتج والتي لا يمكن أن تحقق له الحماية، والمنصوص عليها في ق. ح. م. ج، لاسيما ما جاء في المواد 94 و353 من هذا القانون والتي تخص البيع بالعينة.

فالمشرع الجزائري، أكد على مطابقة المنتجات المعروضة للاستهلاك للمقاييس المحددة من طرف التنظيم، الذي يكون من خلال فرض رقابة مباشر خلال جميع مراحل عملية البيع. لذلك فرضت المادة 12 من ق. ح. م. ق. غ. ج، على كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك، أن يقوم بالرقابة الذاتية للتأكد من مطابقة المنتج أو الخدمة للمقاييس المحددة قانونا. حيث تنتهي هذه الرقابة بتسليم شهادة مطابقة توضع تحت تصرف مراقبي الجودة وقمع الغش.<sup>3</sup>

كما يجوز أيضا، لهيئات أخرى كالأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من نفس القانون التدخل للتأكد من مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك.

ولم يكتف المشرع الجزائري بإعطاء حق استلام مبيع مطابق للمستهلك، بل أضاف حق الضمان الذي يعد من أهم الحقوق التي لا بد أن يقترن بحق استلام مبيع مطابق. لذلك أدرج بعض الأحكام التي لا بد للمتدخل أن يتبناها. فيمنح من خلال ذلك، فترة ضمان المستهلك يحق له خلالها حال ظهور عيب بالمنتج استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليحه على نفقة المتدخل وقد أكد المشرع الجزائري، على حماية الطرف الأضعف في العقد من خلال إدراجه نصوصا خاصة تلزم البائع بتسليم مبيع مطابق وصالح للاستعمال، لاسيما ما جاء في المواد من 9 إلى 11 والمادة 19 من ق. ح. م. ق. غ. ج.

<sup>1</sup> د، خالد عمر زريقات، عقد البيع الأنترنيت، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة تحليلية، ط1، عمان، دار النشر والتوزيع، 2007، ص348

<sup>2</sup> وقد جاء في الفصل الثالث من الباب الثاني من ق ح م ق غ ج تحت عنوان الزامية مطابقة المنتوجات ومطابقة منتوجات تعني تسليم المبيع صالح للاستعمال الذي يبيع من اجله وفي نفس الاطار انظر محمود جمال الدين زكي مشكلات المسؤولية المدنية مطبعة جامعة القاهرة، 1987، ص428

<sup>3</sup> انظر الفصل الثالث من الباب الثاني من ق ح م ق غ ج تحت عنوان الزامية مطابقة المنتوجات لاسيما المواد 12 و13 منه انظر أيضا، مرسوم تنفيذي، رقم 30/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش انظر أيضا محمود جمال الدين زكي، مرجع نفسه ص428

وهذا ما يمكن تطبيقه فعليا على عقد البيع عبر الإنترنت؛ فالمشتري في هذا العقد، يفتقد الخبرة والوجود الفعلي. لذا لا بد وأن يقترن واجب تسليم المبيع بشرط المطابقة وصلاحيته للاستعمال وهو ما لا يتحقق، إلا باقترانهما بمدة الضمان التي تعتبر من القواعد العامة والتي لا يجوز إنقاصها أو حرمان المشتري منها، حتى يتسنى له معاينة المبيع والتأكد من مطابقته لما اتفق عليه في العقد، فضلا عن صلاحيته للاستعمال العادي أو التجاري<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: حق المستهلك في العدول عن العقد

إن حق المستهلك في العدول أو رخصة الرجوع عن العقد، تعتبر في الواقع الآلية القانونية الأساسية المعدة لضمان حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني. فهو حق يستطيع من خلاله هذا الأخير أن ينقض اتفاه مع المزود في مهلة معينة والتي تسمى، بمهلة التروي أو التفكير وهي عادة سبعة أيام تسري من تاريخ إبرام العقد أو تسليم البضاعة فهذا الحق يمثل في الواقع خروجاً علي مبدأ القوة الملزمة للعقد وإن هذا الخروج يجد مبرره في ضرورة حماية المستهلك الذي يعتبر الطرف الأضعف في عقد البيع الإلكتروني، خاصة أن هذا العقد، يتم دون إمكانية حقيقية لرؤية المستهلك ما تعاقد عليه ولا الإلمام بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد.

لذلك، يعد حق العدول حقا ثابتا للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني،<sup>2</sup> لأن المستهلك عند ممارسته لحق العدول لا يلزم إلا بنفقات التسليم، وإذا ما هلك المبيع كليا قبل التسليم بفعل المزود فإنه يكون قد أخل بالتزامه بالتسليم. من ثم يحق للمستهلك فسخ العقد أو إنقاص الثمن بقدر نقص القيمة، إضافة لحقه بالتعويض، أما إذا هلك المبيع قبل التسليم بسبب أجنبي، فإن العقد يفسخ ويسترد المستهلك بذلك ما أداه من ثمن. ولقد تقرر هذا الحق في فرنسا بنص المادة 20/121 L من ق. ا. ف رقم 949 لسنة 1993، الذي سبق وأن نصت عليه المشرع الفرنسي في القانون رقم 20/88 الصادر في 6 جانفي 1988 بشأن البيع عن بعد والبيع عن طريق التلفزيون. إضافة إلى المرسوم الفرنسي رقم 2001 / 741 لعام 2001 الذي أقر هذا الحق في البيع عبر الإنترنت باعتباره تعاقدًا عبر المسافات . كذلك، فإن التوجيه الأوروبي رقم 7 / 97 / CE الصادر في 20 مايو 1997 نص في المادة 6 ف1 منه على هذا الحق. كما نصت

<sup>1</sup> د خالد عمر زريقات، المرجع السابق، ص350

<sup>2</sup> د يوسف حسن يوسف، العقود التجارية الإلكترونية الدولية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية القاهرة، 2012ص

المادة 20 / L121 من ق..ف، على أن اللحظة التي يبدأ فيها سريان مهلة العدول تختلف إذا ما كان محل العقد سلعة أو خدمة؛ فإذا كان المحل خدمة، فإن مهلة العدول تبدأ منذ لحظة قبول المستهلك للإيجاب الصادر من المزود، أما إذا كان المحل سلعة، فإن مهلة العدول تبدأ في السريان منذ الوقت الذي يتم فيه تسليم السلعة للمستهلك خلال سبعة أيام. كما نصت ف2 من هذه المادة وف3 من المادة 6 من التوجيه الأوروبي السابق الذكر على استثناءات على حق المستهلك في العدول.

غير أنه تجدر بنا الإشارة إلى أنه لا يجوز التضيق من مجال الحماية المقررة للمستهلك، خاصة بالنسبة لحقه في العدول إذا كان العقد غير وارد في الحالات المستثناة في القانون، و إلا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا. ذلك أن القواعد الخاصة بحماية المستهلك عن بعد متعلقة بالنظام العام وفق ما نصت عليه المادة 07 / 20 / L121 من ق. ا. ف. ويلاحظ من النصوص السابقة، أن المشرع الفرنسي قد أولى اهتماما كبيرا لحق المستهلك في العدول عن العقد، الذي يتمثل في استبدال المبيع بأخر أو برده واسترداد ثمنه؛ فلقد أصاب كثيرا، عندما قرر تمديد فترة العدول حال عدم قيام المزود بتبصير المستهلك بإحدى المعلومات الواردة في نص المادة L121/19 المعدلة بموجب المادة 35 من القانون رقم 853 / 2010 الصادر في 23 جويلية 2010، إضافة إلى أنه لم يحدد شكلا معينا للتعبير عن هذا الحق بل أعطى المستهلك حرية اختيار طريقة التعبير عن ذلك مما يساهم في عدم تقييده وبالتالي تمتعه بالحماية المنشودة.<sup>1</sup>

إلا أنه ما يعاب على المشرع الفرنسي هو إهماله لأهم نقطة يتأسس عليها حق المستهلك في العدول. إذ أنه وفي الأصل، لا يلتزم من تقرر له حق العدول، بتقديم تبرير للأسباب التي دفعته للجوء والتمسك بهذا الحق. ذلك أن حق الرجوع، يتعلق بحماية رضاء المستهلك الذي يعد من الناحية العملية قد صدر متسرا ودون يتعلق فقط بحماية المستهلك من ضعفه الشخصي والذاتي وعدم خبرته في مجال العقد المبرم بينه وبين المزود الذي لا علاقة لسلوكه في هذا المجال. لذلك، لا بد وأن يعترف للمستهلك بحقه في العدول دونما حاجة إلى تبرير الأسباب الدافعة لاستعماله له، حتى يتفق هذا الحق مع الهدف الذي تقرر من أجله.

أما المشرع المصري، فقد تبني فكرة حق المستهلك في العدول في مشروع قانون حماية المستهلك الإلكتروني بنص المادة 8 منه والذي نص فيها، على أنه: " يحق للمستهلك العدول خلال فترة أربعة عشر

<sup>1</sup> بوزكري انتصار، مرجع سابق، ص 77 و78

يوما التالية على تاريخ التعاقد على أية سلعة لعب في الصناعة أو خطأ في المناولة والتخزين أو لعدم المطابقة للمواصفات.<sup>1</sup>

كما أنه لا بد، أن نشير إلى أنه هناك بعض الأنظمة القانونية التي تتشابه مع البيع القابل لإعادة النظر أو العدول، مثل خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية والبيع بشرط التجربة أو المذاق والوعد بالبيع بالعربون، إلا أنها لا تعد بيعا مقترنا بحق العدول هذا الحق، الذي يعد وسيلة حامية هامة للمستهلك المتسرع الذي اختار مجال التعاقد عن بعد ليشبع حاجاته المختلفة.

### الفرع الثالث: حق المستهلك بالاستعانة بهيئات حمايته

إن التحديات الراهنة التي فرضتها سرعة التطور التكنولوجي، أفرزت العديد من الآثار والتي هي في الأغلب سلبية على المستهلك، خاصة في وطننا العربي الذي لا يزال في أولى خطواته نحو هذا المجال. هذا الوضع أوجد المستهلك عامة والمستهلك الإلكتروني خاصة في موقف الضعيف اتجاه المزود القوي، الذي يفترض أن يمارس مهامه وفق قواعد صحيحة بعيدة عن الغش والخداع وأساليب التضليل التي تمس بالرضاء الصحيح للمستهلك. لذلك كان لا بد من إحاطة المستهلك الإلكتروني بحماية تعيد للمعادلة العقدية اتزانها وتمنحه من الحقوق ما يعزز به ثقته في المعاملات الإلكترونية.

ولعل أبرزها يتمثل في اهتمام الكثير من الهيئات بتوفير خدمات و ضمانات أكيدة له. حيث نجد معظم القوانين المعنية بحماية المستهلك، تنص على إنشاء هذه الجهات التي تتولى مهمة حماية المستهلكين.

فكثيرة، هي مظاهر هيئات حماية المستهلك التي قد تكون على شكل اتحادات دولية كالاتحاد العربي للمستهلك، أو تكون ممثلة في جمعيات حماية المستهلك، أو على شكل مواقع إلكترونية.<sup>2</sup>

وبعد تزايد الاهتمام بحماية المستهلك على المستوى الدولي، وجدت الجزائر نفسها مضطرة للاهتمام أكثر بمسألة حماية المستهلك التي تخص الشريحة الأكبر من مواطنيها، لذلك عمدت إلى إنشاء هيئات

<sup>1</sup> انظر مشروع قانون تنظيم احكام التجارة الإلكترونية المصري، المنشور عبر الموقع الإلكتروني

[http : www.law.net](http://www.law.net)

<sup>2</sup> الموقع الكتروني الخاص بوزارة التجارة الجزائرية الذي خصص باب كاملا لحماية المستهلك

<http://www.mincommerce.gov.dz>

وتعيين إدارات تكون انشغالاتها منصبة على حماية المستهلك. ومن ثم محاربة الغش والاحتيال الذي تقضى في مختلف المجتمعات لاسيما العربية منها.

وترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة، التي تتولى العديد من المهام المنوطة بحماية المستهلك. كما يتم تنفيذ هذا الدور الحماي للمستهلك إضافة للوزارة الوصية، قطاعات وزارية أخرى والعديد من المصالح التابعة لوزارة التجارة، التي تهتم وتختص بحماية المستهلك. حيث نجد من أهمها على المستوى المركزي، المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنيين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغشة. أما على المستوى الخارجي، فنجد مديريات ولائية للتجارة ومديريات جهوية للتجارة.<sup>1</sup>

إضافة إلى الهيئات المتخصصة، التابعة لوزارة التجارة التي تتمثل في المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC consommateurs conseil national pour la protection des) الذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 6 جويلية 1992، كما نصت عليه المشرع الجزائري بموجب المادة 24 من ق. ح. م. ق. غ. ج.

وإلى جانب المجلس الوطني لحماية المستهلكين، نجد المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق

(CACQE Centre Algerien du Contrale de la qualité et de l' emballage)

الذي تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 318/03 وإضافة إلى الهيئتين السابق ذكرهما، فقد أنشئت شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية

(RELEA) Reseau des Laboratoires d'Essai et d' Analyses de la qualite

التي أدمجت ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

وتهدف هذه الهيئات إلى وضع سياسة ترمي إلى ضمان حماية وأمن وصحة المستهلك. إلا أنه وبالرغم من كثرة الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، إلا أنها لا تفي بالغرض الذي أنشئت من أجله ما يجعل المستهلك، في موقع الغير القادر على إثبات الضرر اللاحق به وكذا الدفاع عن حقوقه بمفرده. لذلك، تبنت الجزائر فكرة إنشاء جهاز يتولى متابعة صحة تطبيق قواعد حماية المستهلك والذي يتمثل في

<sup>1</sup> انظر م 2 من مرسوم التنفيذي رقم 3-409 المؤرخ في 05/11/2003 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة

التجارة وصلاحياتها وعملها. ج. ر. رقم 68 ص 16

جمعيات حماية المستهلك، حيث أعطى المشرع الجزائري، لهذه الجمعيات دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك؛ ذلك أنها تلعب دورا جد فعال في مجال التحسيس والتوعية.<sup>1</sup>

ومن جهة اخرى فقد، حول القانون لهذه الجمعيات حق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين، من أجل الحصول على تعويض بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون قام بمخالفة أحكام القانون. لذلك تعد الجمعية، خير وسيلة يمكن للمستهلك أن يلجأ إليها، تقف إلى جانبه وتتأسس أمام الجهات القضائية كطرف مدني يطالب بحق المستهلك المضرور أو أمام الجهات الإدارية المختصة.

من كل ما سبق، يمكن أن نستنتج أن المشرع الجزائري وإن كان لا يزال بعيدا كل البعد عن مجال التعاقد الإلكتروني وحماية المستهلك أثناء ذلك، إلا أنه يعتبر كمن خطا خطوة مهمة في تنظيم و إنشاء ما يدعم حماية المستهلك الجزائري وما قد يسهل عليه تنظيم أحكام التعاقد عن بعد، إذا ما تنبه إلى ضرورة ذلك وتطبيق أحكام حماية المستهلك على عمليات التعاقد عن بعد. ففي ظل غياب نظام خاص بالتعاقد عن بعد، ليس لنا إلا أن نلجأ إلى ما نصت عليه من قواعد عامة وقوانين، قصد إضفاء حماية فعالة و أكيدة للمستهلك الجزائري.

أما عربيا، فقد تم تأسيس الاتحاد العربي لحماية المستهلك سنة 1998، الذي أقر تكوين اللجنة التأسيسية للاتحاد العربي لحماية المستهلك؛ ويتم عمل اللجنة في تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية عن السلع و الخدمات وحمايته من الإعلانات المضللة والكاذبة وكذا المنتجات أو الخدمات، التي تؤدي إلى مخاطر تؤثر على صحته وربما حياته.

كما أنه ومن أهم أدوارها، تشجيع الدول العربية على إنشاء جمعيات أو هيئات الحماية المستهلك العربية؛ فإلى جانب اتحادات حماية المستهلك وجمعيات حمايته، ظهرت العديد من المواقع العربية على شبكة الإنترنت بهدف حماية المستهلك وإعلامه وكذا توعيته وتعريفه بحقوقه، إلى جانب بعض المواقع العالمية الخاصة بالمستهلك الغربي والتي تهتم بمقاواة الأعدان الذين خالفوا قوانين وأنظمة حماية المستهلكين ومساعدتهم في الاختيار السليم للمنتجات، ناهيك عن إعطاء المستهلك حق إبداء رأيه عن من يتعامل معهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ارزقي الزويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة

مولود معمري نيزي وزو. 2011 ص162-164

<sup>2</sup> خالد إبراهيم مدوح، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، المرجع السابق ص272

وبالرغم من ظهور هذه المواقع على شبكة الإنترنت وكل ما أوجدته الحكومات العربية من حلول من أجل تطوير المستهلك بحماية أكيدة، إلا أنه هناك العديد من المشاكل والمعوقات التي لا تزال تواجه المستهلك العربي خاصة، لاسيما إذا ما اختار مجال التعاقد عن بعد لإبرام العقد وذلك، نتيجة لضعف الإمكانيات المادية وعدم مواكبة مختلف الهيئات المنوطة بحماية المستهلك التطورات التعاقد الإلكتروني، إضافة إلى أكبر مشكل يهدد المستهلك العربي والذي يتمثل في نقص الوعي وتدني عامل التنقيف لديه.

كما لا يفوتنا أن نشير إلى إسهام المزودين وبنسبة كبيرة، في إضعاف عمل هيئات حماية المستهلك. من خلال لجوئهم لشتى وسائل الضغط على الحكومات العربية لتحقيق مصالحهم إضافة إلى انتشار جميع أنواع الفساد والرشاوي وكذا مساهمتهم في انتشار العديد من المواد التالفة والفاصلة في الأسواق، أو المواد التي لا تطابق مقاييس السلامة والصحة للمستهلك، الذي يقع ضحية فخ عمليات التضليل والاحتيال والغش والخداع.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني حماية المستهلك عند تنفيذ التزاماته

في عقد البيع الإلكتروني يقوم المهني بأداء التزاماته المتمثلة في نقل ملكية الشيء المبيع وتسليمه الي المستهلك المشتري وهو بدوره يقوم بأداء التزاماته المتمثلة في دفع الثمن وتسلم الشيء المبيع وكل المتعاقدين (البائع والمشتري) يقوم بأداء التزاماته طبقا لقاعدة لوجوب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية<sup>2</sup>

إلا أنه نظرا لكمية المخاطر التي يتعرض لها المستهلك خلال هذه المرحلة الحساسة فقررت معظم تشريعات حمايته من هذه المخاطر عند الدفع الإلكتروني للثمن (المطلب الأول) وعند تسلم الشيء المبيع (المطلب الثاني)

### المطلب الأول حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني

يتميز التزام المستهلك بدفع الثمن بخصوصية في عقد البيع الإلكتروني من حيث طريقة الوفاء به حيث يتم أداء الثمن عبر الانترنت والنقود هي الوسيلة المثلى ولأكثر شيوعا من وسائل تسوية المعاملات وقد يتم الدفع بواسطة وسيلة أخرى تحل محل النقود مثل الشيك إلا أن الشيك كان يصلح كورقة مادية

<sup>1</sup> زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع. عمان 1997. ص 459

<sup>2</sup> المادة 107 ق م ج.

لتسهيل التعامل الذي يتم في البيئة المادية فانه غير مناسب للتعامل الذي يتم في بيئة الإلكترونيّة. ومن هنا تم ابتكار أسلوب يتفق مع هذه البيئة ومع طبيعة التجارة الإلكترونيّة التي تتم عبر الانترنت ويتمثل هذا الأسلوب في الدفع الإلكترونيّ.

### الفرع الأول: تعريف الدفع الإلكترونيّ وخصائصه.

#### أولاً: تعريف الدفع الإلكترونيّ

نقصد بالدفع الإلكترونيّ قيام المشتري بأداء ثمن المبيع مقابل الملكية وفقاً لما تقرره القواعد العامة، أصبح الدفع الإلكترونيّ ذا خصوصية ظاهرة في كافة أشكال البيع عن بعد التي تتم عبر شبكة الانترنت، فهو يعتبر إيجاباً ينعقد به العقد وذلك انطلاقاً من ضرورات حماية المستهلك التي استجوبتها التشريعات الخاصة بحماية المستهلك في البيوع التي تتم عن بعد، فبالإضافة إلى عناصر المبيع ومواصفاته وكل بياناته، يجب أن يتضمن عرض البائع عبر الانترنت تحديد ثمن السلعة أو الخدمة المعروضة، وهذا ما يؤكد التوجيه الأوروبي رقم 97 / 7 المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد إلى أن من المعلومات التي يجب العلم بها لحظة الإيجاب وقبل إبرام العقد الثمن.<sup>1</sup>

#### ثانياً: خصائص الدفع الإلكترونيّ

يتميز الدفع الإلكترونيّ بجملة من الخصائص جعلته يحتل مكانة رئيسية وأساسية في ميدان التجارة الإلكترونيّة وذلك مراعاة لمقتضيات تطورها المستمر والسريع، وتتمثل هذه الخصائص في النقاط التالية:

1/- يتم الدفع الإلكترونيّ بالطبيعة الدولية أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول لتسوية الحساب في المعاملات الإلكترونيّة التي تتم بين المستخدمين من كل أنحاء العالم.

2/- يتم الدفع الإلكترونيّ من خلال استخدام النقود الإلكترونيّة وهي عبارة عن قيمة نقدية محملة على بطاقة أو كارت به ذاكرة رقمية.

3/- يستخدم الدفع الإلكترونيّ لتسوية المعاملات الإلكترونيّة أو العقود التي تتم إبرامها عن بعد ما بين أطراف متباعدين في المكان، حيث يتم الدفع عبر شبكة الانترنت من خلال تبادل المعلومات اللازمة

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي. إبرام العقد الإلكترونيّ. أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون اعمال. كلية الحقوق

لإعطاء الأمر بالدفع وفقا لمعطيات الكترونية تفرضها الشبكة تسمح بالاتصال المباشر ما بين طرفي العقد.

4/- يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين:

- من خلال نقود مخصصة لهذا الغرض، ومن ثم يتم الدفع بالخصم من النقود.

- من خلال الكروت البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل أن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه الكروت قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك.

5/- يستوجب الدفع الالكتروني وجود نظام مصرفي معد لإتمام ذلك، أي توافر أجهزة تتولى إدارة

هذه العمليات التي تتم عن بعد وتتولى البنوك القيام بهذه المهمة بالإضافة إلى منشآت أخرى يتم إنشاؤها خصيصا لهذا الغرض.

6/- يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

- شبكة خاصة يتصل بها أطراف العقد فقط، الجارية بينهم معاملات تجارية ومالية مسبقة، وفي هذه الحالة لا تقتصر إدارة الدفع الالكتروني على البنوك، وإنما تقوم بذلك بعض المؤسسات الخاصة الأخرى العاملة في هذا المجال.

- شبكة عامة، يتم من خلالها التعامل بين العديد من المستخدمين لا توجد بينهم أية روابط ولا تعاملات سابقة وفي هذه الحالة لا تقتصر إدارة إجراءات الدفع جهة معينة، بل يمكن أن تتولى ذلك جهات مختلفة سواء كانت عامة أو خاصة.

7/- يكون الدفع الالكتروني مصحوبا بوسائل إما فنية من شأنها أن تحدد المدين الذي يقوم بالدفع

والدائن الذي يستفيد منه، فالدفع يتم من خلال فضاء معلوماتي مفتوح، ولذا فإن فرضية السطو على أرقام بطاقات الدفع أثناء عملية السداد تكون قائمة، وعليه فإن عملية الدفع غالبا ما تتم بطريقة مشفرة وذلك عن طريق استخدام برنامج معد لهذا الغرض بحيث لا يظهر الرقم البنكي على الشبكة، وإنما يتم إنشاء أرشيف خاص بالمبالغ التي تم السحب عليها باستخدام هذه الطريقة يكون من السهل الرجوع إليه؛ ويقوم بهذه المهمة الجهة التي تقدم خدمة الدفع الالكتروني، وبذلك فإن الدفع الالكتروني يتميز بالفعالية الأكيدة باعتباره وسيلة من الوسائل التي تيسر التجارة الالكترونية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي، نفس المرجع، ص164

8/- أغلب وسائل الدفع الإلكتروني لا تقبل الرجوع فيها، كما هو الدفع بواسطة الشيك أو النقود السائلة فهذه الخاصية تلائم المعاملات الإلكترونية التي تتم في العالم الافتراضي، ويرد استثناءين على هذه القاعدة، الأول وهو حالة ما إذا تم التعامل فقط بالرقم الظاهر على بطاقة الوفاء حيث لا يعتبر ذلك أمراً حقيقياً بالدفع، والثاني جاء به التوجيه الأوروبي رقم 97/7 المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد، حيث نصت المادة 83 منه على أنه: « تحرص الدول الأعضاء على وجود إجراءات ملائمة للمستهلك لإمكانية طلب إلغاء دفع، في حالة الاستخدام غير المشروع البطاقة الدفع الخاص به في إطار العقود التي تتم عن بعد، والداخلية في نطاق هذا التوجيه.<sup>1</sup>»

### الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

تم ابتكار وسائل جديدة في عملية الدفع الإلكتروني، تتلاءم مع موسوعة انجاز المعاملات التجارية الإلكترونية بكل ثقة واطمئنان، فظهرت البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية والطبقات الذكية والشيكات الإلكترونية، فضلا عن التوجه عن الحديث للدفع بواسطة الهاتف المحمول وغيرها من الاساليب التقنية الحديثة، والتي أصبحت تحل محل النقود الورقية والشيكات التقليدية، وسوف نتطرق لاهم الوسائل كما يلي:

#### أولاً: التحويل الإلكتروني

تتمثل هذه الوسيلة في تحويل مبلغ معين من حساب المدين الي حساب الدائن، ويتولى البنك أوجه خاصة أنشأت لهذا الغرض، إدارة هذه العملية.

#### ثانياً : البطاقة البنكية (النقود البلاستيكية)

تصدر البنوك لعملائها هذه البطاقات الممغنطة للتعامل بها بدلا من حمل النقود، وهي بطاقات بلاستيكية مستطيلة الشكل تحل اسم المؤسسة المصدرة لها وأسعارها، وتوقيع حاملها ورقمها واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها. وبفصل هذه البطاقة يستطيع حملها أن يحصل على ما يحتاجه من سلع وخدمات دون أن يضطر الي الوفاء بثمنها فورا (نقدا أو شيكات)، وإنما يكفي بتقديم بطاقته إلى التاجر الذي يدون بياناتها باستخدام آلة طابعة الكترونية أو يدوية في فاتورة من عدة نسخ يوقعها العميل، ويرسل

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي مرجع السابق ص 165

التاجر نسخة من هذه الفاتورة الي الجهة المصدرة للبطاقة فتتولي سداد قيمتها وتقوم الجهة المصدرة في نهاية كل شهر بصفة عامة سداد القيمة التاجر وخصمها في نفس الوقت من الحساب الجاري للعميل لديها.<sup>1</sup>

ومن أهم وأحدث البطاقات الوفاء نذكر: بطاقة السحب الالي، وبطاقة الدفع، وبطاقة الشيكات، وبطاقات الائتمان، وبطاقات الصرف البنكي والطبقات الذكية وبطاقة الموندلكس.

وتقاديا لمخاطر التي قد يتعرض لها الدفع بهذه البطاقات الالكترونية من قرصنة معلوماتية محتملة علي ارقامها السرية، وحماية للمستهلكين المتعاملين بهذه الطاقات، قدمت عدة مشاريع، وبذلت جهود كثيرة من أهمها: النظام الخاص بالتأمين الذي طورته شركتي "فيزا ومستر كارد" والمعترف به من طرف "امريكان اكسبرين" والذي يعرف بنظام الصفقات الالكترونية، ويرتكز هذا النظام علي الاستخدام الامن لبطاقة الدفع الاعتيادية اذا يقوم علي مبدا تشفير الارقام السرية وقت تبادلها عن بعد، ويقيم علاقة ثلاثية بين التاجر وشركة الخدمات وبين الهيئة التي تتولى عملية الدفع .

**ثالثا: الوسيط الالكتروني المصرفية :** تتطور أساليب التكنولوجيا الحديثة باستمرار، وتبعاً لذلك تتطور كذلك النقود حيث أنها ظهرت بصورة وسائل الكترونية يتم تدولها من خلال عدة أشكال أهمها:

**أ/الهاتف المصرفي :** يستطيع العميل أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي شتراها عبر الانترنت الي البائع، ويتم ذلك بعد التأكد شخصية العميل عن طريق ادخال الرقم السري الخاص بالعميل والمعطى له من قبل البنك، كما يستطيع الميل الكشف عن حسابه أو السحب من رصيده أو الاضافة اليه، عن طريق رسالة مكتوبة، صورة تحمل الرد عن طلبه ويقوم المصرف بالرد علي العميل بعد التأكد من هويته.

وتعتبر طريقة استخدام الرسائل (Sms) للدفع عبر الهاتف المحمول طريقة سهلة وسريعة وقليل الكلفة ومتوفرة لجميع حاملي الهواتف المحمولة، إذ أنها لا تحتاج إلى بروتوكول معين من أجل إمكانية الدخول إلى الشبكة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، منشأة المعارف، مصر، 2006، ص 107.

<sup>2</sup> بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص 174.

كما يستطيع العميل استخدام الهاتف المحمول للدخول إلى الأنترنت (Wap)، ويقوم بأشراء السلعة أو الخدمة، وإضافة حسابها على فاتورة هاتفه المحمول، وتتولى شركة الاتصالات التي يتعامل معها العميل دفع مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها بدلا منه ثم تقوم بإضافة المبلغ المدفوع على فاتورة المكالمات الخاصة بالعميل.

ب/ **الانترنت المصرفي:** أتاح انتشار استخدام الأنترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي حيث يتم إنشاء مقرات لها على الانترنت بدلا من المقر العقاري (المقر الإلكتروني بدلا من المقر المادي)، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الأنترنت وهو في منزله، فيقوم بمحاورة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية.

#### رابعاً: الوسائط الإلكترونية الجديدة

أدت عمليات القرصنة التي تطول البطاقات الائتمانية، إلى البحث عن وسيلة آمنة والتي تتمثل في الدفع الإلكتروني عبر الاستعانة بوسيط إلكتروني، هذا الأخير يتولى إجراءات الدفع بين البائع والمشتري في شبكة الانترنت حيث يقوم بالتوسط بين بنك البائع وبنك المشتري، ويمكن الاستعانة بوسيط لإتمام عملية الدفع أيا كان نوعها سواء كانت بالنقود الإلكترونية أو باستخدام بطاقات الائتمان، ويتم الدفع بهذه الطريقة وفق عدة أنظمة ومن أهمها:

أ/ **نظام الهوية الكونية (Globe id):** تتم عملية الدفع وفق هذا النظام عن طريق الوسيط

<sup>1</sup> (Klein)

ب/ **القباض (Incorporâtes):** هو وسيط يتلقى طلبات وبيانات المتعاملين ويتحقق منها عن طريق موقعه على الشبكة ويتولى مباشرة عملية عرض الخدمة والتسليم والوفاء نظير

عملية معينة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <http://www.klein.fr>

<sup>2</sup> محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 108.

ج/ الشيكات الإلكترونية ( **Electronique - chèques** ) : هي عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني المؤمن وتتضمن هذه البيانات، البيانات التي يحتويها الشيك البنكي من تحديد مبلغ الشيك واسم المستفيد واسم من أصدر الشيك وتوقيعه برموز خاصة<sup>1</sup>

يتم استخدام الشيك الإلكتروني في عملية الوفاء، بأن يقوم كل من البائع والمشتري بفتح حساب لدى بنك محدد ويقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني وتوقيعه الكترونياً وبمجرد التوقيع، يندمج التوقيع في الشيك ويصبح كلا منهما جزءاً واحداً، ويمكن أن يكون كل من الشيك والتوقيع مشفرين، بحيث لا يستطيع أي شخص من المتطفلين على الشبكة معرفة مضمون الشيك أو التعرف على التوقيع، ويقوم المشتري بإرسال الشيك إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني ثم يقوم هذا الأخير بالتوقيع على الشيك عن طريق التوقيع الإلكتروني الخاص به، ثم يرسل البائع الشيك إلى البنك الذي يقوم بمراجعة الشيك والتحقق من التوقعات وتوافر الرصيد اللازم لإتمام عملية الشراء، وبعد ذلك يقوم البنك بإخطار كل من البائع والمشتري بأن العملية قد تمت، أي خصم الرصيد من المشتري وإضافته لحساب البائع.

#### خامساً: النقود الإلكترونية

وقد سميت أيضاً بالنقود الرقمية، والنقود الرمزية، وأيضاً النقود القيمة، إلا أنها تؤدي وظيفة واحدة هي الوفاء بالثمن. وهي عبارة عن وحدات ذات قيمة تسمى وحدات نقدية الكترونية وكل وحدة تشمل سند دين مدمج في أداة الكترونية وتحوز قبول الغير لها كأداة وفاء، وتتجسد النقود الإلكترونية في صنفين: نقود مجسدة في مخزون الكتروني ونقود ائتمانية.

أ/ **نقود المخزون الإلكتروني**: يتم تخصيص مبالغ في حافظة نقود الكترونية (PME) فيتم التخزين على بطاقة لها ذاكرة غير قابلة للاستعمال بعد انتهاء المبالغ المحملة عليها، وقد تكون هذه الحافظة افتراضية، فهي بطاقة وفاء مصرفية مسبقة الدفع حيث يتم تحميل مبلغ من المال عليها، يسمح بالوفاء بقيمة أكثر من عملية تجارية أو خدمة.

وتعتبر هذه المحافظ وسيلة جديدة للوفاء عبر الانترنت، يجب تشجيع المستهلكين للإقبال عليها، لما توفر من الأمان القانوني الذي ينشده المتعاملون في مجال وسائل الدفع الإلكترونية.

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص ص 172 و 173.

ب/ النقود الائتمانية الإلكترونية (PM7): وتسمى أيضا " النقود الرقمية"، وهي تسمح بالوفاء مباشرة بالمقابل النقدي للعقد الإلكتروني عن طريق الانترنت دون تدخل وسيط، حيث تنتقل العملة مباشرة من المشتري إلى البائع دون تدخل البنك. وتتمثل النقود الائتمانية في سلسلة الأرقام التي تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو الافتراضية لعملائها يتم الحصول عليها في صورة نبضات كهرومغناطيسية على Smart card أو على <sup>1</sup> CD-ROOM -

وكخلاصة عن الدفع الإلكتروني ووسائله، يجب أن نذكر موقف المشرع الجزائري منه، حيث أن ما نلاحظه أن التشريعات الوطنية لغاية اليوم لا تساير المشاكل الناجمة عن التطور التكنولوجي، على غرار بعض تشريعات الدول الأخرى كفرنسا مثلا، حيث نجد أن المشرع الجزائري عدل وتم القانون التجاري عدة مرات، وسمح بتداول النقود بالطرق الإلكترونية إلا أنه لم ينص على اتخاذها الشكل الإلكتروني مما يعني أنه ليس هناك ما يحول قانونا من التعامل الإلكتروني في السداد الدفع<sup>2</sup>، وكما تنص المادة 3/414 ق ت ج<sup>3</sup>، بخصوص وفاء السفنجة على ما يلي: « يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل الكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما » والمادة 2/502 ق ت ج بخصوص تقديم الشيك للوفاء.

لكن يبقى الإطار القانوني للنقود الإلكترونية منعما في الجزائر، كما أن المشرع لم يتبنى صراحة التعامل بنظام البطاقات الإلكترونية، ضمن نصوص القانون رقم 90-10 المتعلق بالنقد والقرض<sup>4</sup>، بل يتم العمل بنظام هذه البطاقات من خلال مرونة نصي المادتين 66 و69 من نفس القانون، ولم يتم تنظيم هذه البطاقات الإلكترونية، بنصوص خاصة من خلال القانون التجاري ما عدا المادتين 543 مكرر 23 و543 مكرر 24 المنظمة لبطاقات.

<sup>1</sup> محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، 2006، المرجع السابق، ص 129.

<sup>2</sup> تؤكد ذلك المادة 35 وما بعدها المعدلة للمواد 51 وما بعدها من قانون الإجراءات الجبائية، ج ر العدد 85، الصادر بتاريخ 2005.

<sup>3</sup> أمر رقم 75-59 مؤرخ في 1975/09/26 يتضمن القانون التجاري، معدل ومتمم بالقانون رقم 05-02 المؤرخ في 2005/02/06، ج ر العدد 11.

<sup>4</sup> قانون رقم 90-10 مؤرخ 1990/04/16 يتعلق بالنقد والقرض، معدل بموجب الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 203/06/26، ج ر العدد 11، الصادر في 2003/06/28.

## المطلب الثاني: حماية المستهلك عند تسلم المبيع

في عقد البيع الإلكتروني، يلتزم كل طرف بتنفيذ الالتزامات المترتبة في ذمته، فيلتزم المشتري عبر الانترنت بتنفيذ ذات الالتزامات التقليدية المترتبة في ذمة المشتري في عقد البيع عموماً، من حيث التزامه بالتسليم، حيث يعتبر هذا الالتزام من أهم الالتزامات في تنفيذ عقد البيع المبرم عن طريق الانترنت، لا سيما إذا أخذنا بعين الاعتبار عدم الحضور المادي لكل من البائع والمشتري في مكان واحد حيث يفصل بينهما في الغالب الحدود الدولية والإجراءات الجمركية ولا يتصور وجود عنصر المناولة اليدوية، ومن ناحية أخرى، وعلى اعتبار أن البيوع عبر شبكة الأنترنت منها ما يبرم وينفذ داخلها مثل البرامج والمؤلفات، ومنها ما يبرم داخلها وينفذ خارجها مثل البضائع والسلع.<sup>1</sup>

وعليه سنتطرق إلى تحديد مضمون الالتزام بالتسليم وكيفيته (الفرع الأول) ثم بيان زمان ومكان التسلم (الفرع الثاني).

## الفرع الأول، مضمون الالتزام بتسليم وكيفيته

يعتبر التسلم تصرفاً قانونياً ومادياً، ذا أهمية في المعاملات الإلكترونية، نظراً لما يثيره من مشاكل خاصة، لذلك فقد نظمته المشرع الجزائري في نصوص القانون المدني وحدد مضمونه (أولاً) وكيفيته (ثانياً).

## أولاً: مضمون الالتزام بتسليم المبيع

يلتزم المشتري بتسليم المبيع الذي يقابل التزام البائع يتعلم المبيع ولقد نظمته المشرع الجزائري من خلال نص المادة 394 ق م ج التي جاءت كما يلي: « إذا لم يعين الاتفاق أو العرف مكاناً وزماناً لتسليم المبيع، وجب على المشتري أن يتسلمه دون تأخير، باستثناء الوقت الذي تتطلبه عملية التسلم...» نستخلص من النص أن واقعة التسلم تخضع لاتفاق الطرفين أولاً ثم لأحكام التعامل ثانياً، وفي حالة التعاقد عن بعد يكون التسلم في مكان المشتري، لأنه لا يعقل أن في حالة الشراء عبر الانترنت، يشتري الشخص إحدى السلع المعلن عنها عبر الشبكة ويذهب بنفسه لتسلمها من مكان تواجدها.

والأصل أن تسلم المشتري المبيع يعني قبوله به، ومطابقة المبيع للمواصفات، أي أن يقوم بتسليم المبيع على حالته وقت البيع وهي الحالة التي تراضا عليها الطرفان (البائع والمشتري)، فقد تكون هذه

<sup>1</sup> صالح المنزلاوي. القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية. دار النهضة العربية القاهرة 2005 ص 50

الحالة التي وضعت المشتري إلى التعاقد، فلو كانت حالة المبيع تختلف عما شاهده المشتري وقت التعاقد لكان للمشتري أن يتفق بشروط أفضل، يستوي في ذلك الأمر في حالة ما إذا كانت المشاهدة مباشرة كأن يرى المشتري المبيع أمامه، أو أن يراه على شاشة الكمبيوتر أو بواسطة كتالوج أو أية وسيلة أخرى، وبصفة عامة يجب على البائع أن يسلم المبيع للمشتري بالحالة التي تراضيا عليها عند إبرام العقد وعلى أساسها تم الاتفاق.<sup>1</sup>

إلا أن التزام البائع بتسليم مبيع بالحالة التي كان عليها عند التعاقد ليس من النظام العام، ويجوز تعديله حسب رغبة الأطراف المتعاقدة، بمعنى أنه قد يتم أن يتفق الأطراف على تسليم مبيع بحالة غير التي كان عليها عند التعاقد، فهنا يطبق اتفاق الأطراف، ويلتزم البائع بتسليم مبيع بالحالة التي تم عليها الاتفاق، وسواء أكانت هذه الحالة أفضل من حالة المبيع عند التعاقد، أو أسوأ منها.<sup>2</sup>

ويجب أن تكون السلعة موضوع التسلم مطابقة للمواصفات المطلوبة من قبل المشتري أو المتفق عليها، أو التي تفتضيها قواعد العرف والتعامل أو تكون موافقة للشروط المذكورة في دفتر الشروط المرفق بالعقد وهذا الالتزام قائم في كل الحالات سواء كانت السلعة ذات كان مادي محسوس كالأجهزة الكهربائية أو الالكترونية، أو تكون السلعة عبارة عن أشياء ذات كيان معنوية أي ليس لها وجود مادي ملموس ومن ذلك برامج الكمبيوتر، وقواعد البيانات والقطع الموسيقية والأفلام السينمائية... الخ.

كما تختلف طريق التسلم بحسب نوع السلعة، ففي السلع المادية يتم التسلم بالطرق التقليدية، أما في حالة السلع المعنوية فيتم التسلم بالوسائل الالكترونية

ويعد الالتزام بالمطابقة التزاما بتحقيق نتيجة يقتضي تسليم المبيع وفقا لما يستلزمه العقد، فالمعيار الأساسي في المطابقة هو العقد الذي يعين كمية السلعة، ونوعها وأوصافها، وهذا ما أخذت به اتفاقية فيينا بشأن عقد البيع الدولي العام 1986 حيث نصت في المادة 1 / 35 منها على ما يلي: « على البائع أن يسلم بضاعة تكون كميتها ونوعها وأوصافها وفقا لما يتطلبه العقد، وأن تكون تعبئتها أو تغليفها بالطريقة التي اشترطها العقد»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي .المرجع السابق ص155

<sup>2</sup> عبد الرزاق السنهوري .المرجع السابق ص559

<sup>3</sup> بلقاسم حامدي .المرجع السابق ص155

وقد نصت على المطابقة المادتين 11 و12 من الفصل الثالث المتعلق بالزامية مطابقة المنتوجات من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ويقصد بالمطابقة طبقاً للفقرة 18 من المادة 3 من نفس القانون: « استجابة كل منتج لموضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والأمن الخاصة به».

وقد حددت المادة 11 من نفس القانون هذه الشروط والمتطلبات الصحية كما يلي: « يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته وسنية المقومات اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله».

يجب أن يتطابق المنتج المسلم للمشتري مع المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمة وتميزه.

### ثانياً: كيفية تسلم المبيع

ويقوم المشتري بتسلم السلعة أو المنتج الذي قام بشرائه عبر شبكة الانترنت من خلال وسيط مكلف بالقيام بعمليات توزيع وتسليم البضائع المشتراة عبر الانترنت أو من خلال البريد أو مكاتب وفروع البائع أو المنتج أو وكلائه في مكان المشتري، هذا فيما يتعلق بالسلع المادية، أما السلع غير المادية مثل برامج الحاسوب أو القطع الموسيقية أو الكتب عبر الخط فيتم تسلمها من خلال تنزيل أو تحميل البرامج (download) أو النسخ (copy) من الموقع المتاح إلى الجزء الصلب من جهاز العميل مثلاً أو بأي شكل تقني آخر يتيح للمشتري الانتفاع به كمنحه الصلاحية بالدخول إلى موقع معين واستعراض المادة المحملة أو المخزنة محل التعاقد، كما يمكن تحميل بعض الأموال غير المادية الأخرى على اسطوانات أو دعامات مادية كالأقراص (CD) الليزرية أو الصوتية أو الممغنطة ويتم التسلم فيها مادياً وخارج الشبكة.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: مكان وزمان التسلم

يتم تسلم السلعة أو البضاعة في نفس المكان والزمان اللذين يتوجب إتمام عملية التسلم فيها، لأن هذا الالتزام متساوي من حيث كيفية التعلم والتسليم ومكانه وزمانه مما يجعل هذا الالتزام واحداً.

<sup>1</sup> عمر خالد زريقات. مرجع السابق ص ص 295-296

وفي حالة عدم تحديد وقت التسلم في العقد أو مكانه يتم الرجوع إلى طبيعة محل العقد والبحث في الظروف المرافقة لإبرام العقد، من خلال تحديد المدة التي استقر عليها العرف في إعداد مثل هذا المحل، ويجب على البائع إعلام المشتري بذلك للسعي إلى تمكينه من استلامه، وتهيئة الظروف المناسبة للبدء بعملية المطابقة. ولقد نصت المادة **394 ق م ج** على أن مكان وزمان التسلم في حالة عدم الاتفاق أو انعدام العرف المنظم لهذه الحالة، هو المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع، وأن يتسلم المشتري المبيع دون تأخير، فإن كان المبيع موجودا في موطن البائع أو كان موجودا في مخزن أو مستودع فإن على المشتري التنقل إليه لتسلمه.

أما بخصوص زمان التسلم فهو زمان التسليم، وبما أن القواعد العامة في القانون المدني لم تلزم أطراف عقد البيع بتحديد تاريخ معين لتسليم المبيع، فإن للمتعاقدين الحرية في ذلك، وإذا لم يوجد اتفاق في العقد يخصص زمن التسليم فإنه يتم بمجرد انعقاد البيع ما لم يتدخل العرف في تحديد هذا الزمن، وذلك عملا بقاعدة « واجب الوفاء بالالتزام يكون وقت انعقاد العقد مع مراعاة المواعيد المقررة بحسب العرف إذ أن المعروف عرفا كالمشروط شرطا »<sup>1</sup> وهذا ما نصت عليه المادة **281 ق م ج** « يجب أن يتم الوفاء فور ترتيب الالتزام نهائيا في ذمة المدين ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك ».

توجد مسألة مهمة تعتبر ضمانا لحماية المستهلك، تتعلق بوقت التسليم في حالة عدم اتفاق أطراف العقد على تحديده، هذه المسألة لم ينظمها القانون رقم **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ونظمها قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1992، بنص المادة **L.114-1** الذي جاء كما يلي: « يجب على المهني في كل عقد موضوعه بيع مال منقول أو توريد خدمات للمستهلك عندما لا يكون تسليم المال أو توريد التقديم فوراً إذا كان الثمن المتفق عليه يتجاوز العتبات المحددة عن طريق التنظيم، أن يبين التاريخ الأقصى الذي يتعهد فيه بتسليم المال أو تنفيذ التقديم... ».

فمنذ تاريخ صدور هذا القانون، أصبح يلتزم كل مهني في عقود الاستهلاك بتحديد تاريخ ( زمن التسليم صراحة وإن لم يتم تحديده عليه أن لا يتأخر في التسليم عن 7 أيام، والا جاز للمشتري طلب فسخ العقد خلال 60 يوما من تاريخ إبرام العقد.

إذا كان تحديد زمان التسليم سهل في بعض العقود، فإنه يصعب هذا التحديد في عقود أخرى، لأنه يكون متوقف على ظروف خارجية مثل إجراءات الشخص والجمارك، وإعداد الإمكانات المناسبة لتلقي

<sup>1</sup> بلقاسم حامدي. المرجع السابق ص ص 158-159

الخدمة، أو أن يكون المبيع عملاً ذهنياً يستدعي ابتكاره وتصميمه وملاءمته لاحتياجات المشتري فترة زمنية معقولة، حيث يتم في مثل هذه الحالات تحديد زمن تقريبي للتسليم، وهنا يتوقف الأمر على طبيعة الالتزام وتعقيده الفنية، وصفة المدين به كمهني محترف لا يقبل منه التنصل من المسؤولية عند التأخير في التنفيذ.<sup>1</sup>

كما جرى العمل أيضاً أن غالبية العقود المتداولة عبر شبكة الانترنت تكون متضمنة فراغاً خاصاً ضمن بند واضح يحدد التسليم، وذلك استجابة لما ورد في العقد النموذجي المتعلق بالمعاملات الالكترونية الصادر عن اليونسسترال حيث أفرد فراغاً يجب ملؤه من قبل المتعاقدين بالاتفاق مفاده: « بأن آخر موعد للتسليم هو ..... وإلا فإن التسليم خلال 30 يوماً».

وقد تضمن التوجيه الأوروبي 7/97 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد، النص على أنه إذا استحال على البائع أن يصدر البضائع المطلوبة خلال 30 يوماً فإنه يجب عليه أن يعلم المستهلك بذلك.

أما اتفاقية فيينا للبيع الدولي للبضائع لسنة 1980 فقد نصت في المادة 33 منها على ما يلي: « يجب على البائع أن يسلم البضاعة:  
1- في التاريخ المحدد أو القابل للتحديد طبقاً للعقد.  
2- في أي وقت وفي المدة المحددة طبقاً للعقد ما لم يتبين من الظروف أن المشتري هو الذي يختار تاريخ التسليم.

3- خلال مدة معقولة من تاريخ إبرام العقد في أية حالة أخرى».<sup>2</sup>  
مما سبق يمكن القول أنه بما أن العقود الالكترونية تتميز بالسرعة في الإبرام، فإنه يجب أن تقابل بالسرعة في تسليم المنتجات وخاصة مع عصر السرعة وتوافر إمكانيات المراسلة السريعة، بحيث لا تتجاوز المدة أسبوعاً من تاريخ العقد في حالة التعاقد عبر الحدود وتكون المدة 48 ساعة من لحظة تمام العقد إذا تم التعاقد بين متبايعين داخل حدود الدولة الواحدة، مع مراعاة إجراءات ونوعية الشحن المنفق عليه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي مصر، 2006

ص 83

<sup>2</sup> عمر خالد زريقات المرجع السابق ص 300

<sup>3</sup> بلقاسم حامدي، المرجع السابق ص 160

## خاتمة

أشارت مقدمة البحث إلى أن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو الوقوف حول مدى ملاءمة نصوص و قواعد النظرية العامة للعقد لحماية المستهلك إزاء ما أحاط مجددا بعلاقته العقدية المعاصرة من تداعيات كشفت النقاب عن وجود قدر كبير من التفاوت في مجال المعاملات بين قدرات هذا المستهلك و خبرته من جانب، و بين ما يناظرها لدى البائع أو المنتج من جانب آخر، وهو الواقع الذي أدى إلى بروز نوعا من الاختلال الواقعي في مفردات التوازن العقدي المفترض تحققه بين طرفي العقد الملزم ابرامه، وذلك علي نحو ألحت معه الحاجة الي العمل علي اعادة معادلة مصادر القوة بين هذين الطرفين بهدف تحقيق أقصى قدر ممكن من مقومات العدالة العقلية و استقرار المعاملات .

فارتأينا أن نستهل بحثنا بفصل أول ثم التطرق من خلاله لحماية المستهلك في مرحلتي قل وأثناء التعاقد الإلكتروني، وفي ما يتعلق في الالتزام قبل التعاقد فقد رأينا ان الهدف منه أنه تنوير رادة المستهلك لكي يقدم على التعاقد عن رضا حر ووعي مستنير، لأن أهمية هذا الالتزام تزداد في إطار عقود التجارة الإلكترونية لأن العقود تتم عن بعد و من ثم فإن المستهلك يجهل شخصية الطرف الآخر الذي يتعاقد معه ومكان وجوده، و يجهل المعلومات التي تتعلق بالسلع أو الخدمات، و يجهل النظام القانوني الذي يخضع له الطرف الآخر لذلك يجب فرض الالتزام على عاتق المحترف بالإضفاء للمستهل بالجوانب المحيطة كافة محل العقد و إحاطته علما بما يجهله و بيان جميع الحقوق التي تكون من مستهلك بناء على هذا العقد بحيث يصبح هذا الالتزام أهم الآليات القانونية لحماية المستهلك .

وفي ما يتعلق بمرحلة إبرام العقد، بات واضحا ذلك التعارض الواضح بين مبدأ سلطان الإرادة ونتائجه وبين مقتضيات التعامل الحديثة، وهو الواقع الذي أدى حدوث خلل واضح في كثير من المعاملات باعدا إلى حد كبير بين مقومات حماية المستهلك و بين ما أحاط مجددا بعناصر العلاقة العقدية.

ففي ما يتعلق بالحرية التعاقدية تبين أن التفاوت في لا قدرة والخبرة بين المتعاقدين ليس قاصرا على عقود الإذعان فقط، بل هو أمر متحقق أيضا في ما يناظرها من عقود متى تم إبرامها في ضل وجود تفاوت حقيقي في القدرة والمعرفة بين طرفيها، ومن أمثلتها عقود الاستهلاك، وذلك بهدف إسباغ الحماية القانونية على الطرف الضعيف الذي لا يتمكن في ظل ظروف إعداد العقد وفي ضوء نقص خبراته في

## خاتمة

مجال المعاملات من مناقشة شروطها، ذلك ان القانون لا يبغى وجود علاقة عقدية ذات أداءات متقدمة ومقدرة بإنصاف يأخذ كل طرف منها معادلا لما يعطى.

وفي هذا الإطار أيضا تلاحظ ذلك الارتباط الوثيق بين السرعة الفائقة التي تتم بها المعاملات في الوقت الحاضر و ذلك التغيير الجذري الذي أصاب طرق وسائل التعاقد، الأمر الذي أدى إلى استطاعة المستهلك القيام بإجراء دراسة متأنية أو مناقشة هادئة أو مفاوضة موضوعي لأمر التعاقد.

أما حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد تتمثل في الحق في الضمان ( ضمان العيوب الخفية، التعرض و الاستحقاق ) و حقوق المستهلك المستحدثة في مرحلة تنفيذ العقد

إضافة إلى حماية المستهلك أثناء تنفيذ التزاماتها المتمثلة في الدفع الإلكتروني و تسليم المبيع.

و في نهاية هذه الدراية توصلنا إلى وضع بعض التوصيات هي التالية:

لا بد للمشرع الجزائري سد الفراغ التشريعي للمعاملات الإلكترونية، بموجب ما تفرضه مستجدات معلوماتية اليوم و ذلك، إصدار قانون ينظم المعاملات الإلكترونية أو على الأقل إصدار تعديلات في القانون المدني الجزائري ينظم فيه المسائل المتعلقة بالتعاقد عن بعد .

فإقراره الحالي لمبدأ التعاقد بين غائبين ( التعاقد بالرسائل التقليدية و الهاتف).

و كذلك اعترافه بحجية التوقيع الإلكتروني هي من أهم الخطوات نحو سن القواعد التي تنظم وتعرف التعاقد عن بعد إضافة إلى إلزامية تعديل القانون التجاري ليشمل بابا خاصا بالتجارة الإلكترونية فبالرغم من أن المشرع الجزائري أولى اهتماما واضحا و كبيرا بحماية المستهلك، إلا أن الأولى به ان يضع قواعد صريحة تعمل على حماية المستهلك الإلكتروني.

## قائمة المراجع

---

## قائمة المراجع

### القوانين:

- 1) قانون رقم 90-10 مؤرخ 16/04/1990 يتعلق بالنقد والقرض، معدل بموجب الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 26/06/2003، الجريدة الرسمية العدد 11، الصادر في 28/06/2003.
- 2) قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المنظمة على الممارسات التجارية .
- 3) القانون المدني الجزائري 07-05 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007 .
- 4) قانون 09-03 مؤرخ 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري .

### الأوامر:

- 1) أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون التجاري، معدل ومتمم بالقانون رقم 05-02 المؤرخ في 06/02/2005، الجريدة الرسمية العدد 11.
- 2) مرسوم التنفيذي رقم 3-409 المؤرخ في 05/11/2003 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها الجريدة الرسمية رقم 68

### الجرائد:

- 1) الجريدة الرسمية العدد 85، الصادر بتاريخ 2005.
- 2) الجريدة الرسمية العدد 15 الصادر بتاريخ 08/03/2009
- 3) الجريدة الرسمية العدد 49، الصادر بتاريخ 02/10/2013

### الكتب:

- 1) أحمد عبد الرزاق السنهوري الوسيط في شرح القانون المدني ج4 العقود التي تقع علي الملكية، البيع والمقايضة، ط3، المنشورات الحلبي الحقوقية للبنان، 1998.
- 2) أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.
- 3) بريكات كريم، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، دراسة مقارنة، محاضرات لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، 2016-2017.
- 4) خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- 5) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- 6) خليل أحمد حسن قداد الوجيز في شرح قانون المدني الجزائري، ج 4 عقد البيع، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2000.

## قائمة المراجع

- (7) د يوسف حسن يوسف، العقود التجارية الإلكترونية الدولية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية القاهرة، 2012.
- (8) د، خالد عمر زريقات، عقد البيع الأنترنت، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة تحليلية، ط1، عمان، دار النشر والتوزيع، 2007.
- (9) رمضان أبو سعود، شرح العقود المسماة في عقد البيع والمقايضة ط2 دار الجامعة الجديدة للنشر مصر.
- (10) زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع. عمان 1997.
- (11) زيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية الغير شرعية في ظل القانون 04-02 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2005-2006.
- (12) صالح المنزلاوي. القانون الواجب التطبيق علي عقود التجارة الإلكترونية. دار النهضة العربية القاهرة 2005.
- (13) الطباخ شريف، الدفع في جرائم الغش والتدليس في ضوء القضاء والفقہ، ط1، المصدر القومي لإصدارات القانونية، 2005.
- (14) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- (15) عبيدي علي هادي، العقود المسماة - البيع والايجار وقانون المالكين والمتاجرين، ط 1، عمان، الأردن، 2009.
- (16) عمر محمد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، الإسكندرية، جلال خوزة وشركاه، 2008.
- (17) محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي مصر، 2006.
- (18) محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، منشأة المعارف، مصر، 2006.
- (19) محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني عقد البيع والمقايضة دراسة مقارنة في القوانين العربية دار الهدى الجزائر 2008.
- (20) محمد يوسف الزعبي، العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2006.
- مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001. (21)
- (22) مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2009.
- (23) موقف حماد عبد، حماية المدنية للمستهلك، العقود التجارية الإلكترونية، ط1، مكتبة السنهوري، 2001.
- (24) نضال سليم برهم، أحكام التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2010.

## قائمة المراجع

- (25) هاشم، ممدوح خيري، مشكلة البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت، القانون المدني، ط1، دار النهضة العربية، 2000.
- الرسائل والمذكرات:**
- (1) ارزقي الزويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو. 2011 .
- (2) بعرة سعيدة: الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، الحقوق، تخصص قانون جنائي سنة 2016/2015.
- (3) بلقاسم حامدي. ابرام العقد الإلكتروني. أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق وعلوم السياسية. جامعة الحاج لخضر .باتنة 2015/2014 .
- (4) خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، 2017/2016
- (5) دالي بشير، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، مبدأ تأويل العقد، سنة 2008/2007 .
- (6) سليمة أحمد يحيوي، آلية حماية المستهلك من التعسف التعاقدية، ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن عكنون، 2010-2011.
- (7) عبد الله ذيب، عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين 2009.
- (8) فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- (9) مراد قرفي، ضمان القانوني للمبيع، مذكرة لنيل الماجستير، فرع عقود ومسؤولية كلية الحقوق وعلوم التجارية جامعة بومرداس، 2005/2004.
- (10) بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، 2012-2013
- (11) جرعود الباقوت ،عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،بحث لنيل شهادة الماجستير ،كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2001-2002 .
- (12) خيري سعاد، عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، 2013-2012.

## قائمة المراجع

---

### المواقع الإلكترونية:

- (1) الموقع الإلكتروني [http : www.law.net](http://www.law.net)
- (2) الموقع الإلكتروني الخاص بوزارة التجارة الجزائرية الذي خصص باب كاملا لحماية المستهلك  
<http://www.mincommerce.gov.dz>
- (3) الموقع الإلكتروني : [.http://www.klein.fr](http://www.klein.fr)

## قائمة المراجع

---

## قائمة المراجع

### القوانين:

- 1) قانون رقم 90-10 مؤرخ 16/04/1990 يتعلق بالنقد والقرض، معدل بموجب الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 26/06/2003، الجريدة الرسمية العدد 11، الصادر في 28/06/2003.
- 2) قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المنظمة على الممارسات التجارية .
- 3) القانون المدني الجزائري 07-05 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007 .
- 4) قانون 09-03 مؤرخ 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري .

### الأوامر:

- 1) أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون التجاري، معدل ومتمم بالقانون رقم 05-02 المؤرخ في 06/02/2005، الجريدة الرسمية العدد 11.
- 2) مرسوم التنفيذي رقم 3-409 المؤرخ في 05/11/2003 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها الجريدة الرسمية رقم 68

### الجرائد:

- 1) الجريدة الرسمية العدد 85، الصادر بتاريخ 2005.
- 2) الجريدة الرسمية العدد 15 الصادر بتاريخ 08/03/2009
- 3) الجريدة الرسمية العدد 49، الصادر بتاريخ 02/10/2013

### الكتب:

- 1) أحمد عبد الرزاق السنهوري الوسيط في شرح القانون المدني ج4 العقود التي تقع علي الملكية، البيع والمقايضة، ط3، المنشورات الحلبي الحقوقية للبنان، 1998.
- 2) أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.
- 3) بريكات كريم، حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، دراسة مقارنة، محاضرات لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، 2016-2017.
- 4) خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- 5) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- 6) خليل أحمد حسن قداد الوجيز في شرح قانون المدني الجزائري، ج 4 عقد البيع، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2000.

## قائمة المراجع

- (7) د يوسف حسن يوسف، العقود التجارية الإلكترونية الدولية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية القاهرة، 2012.
- (8) د، خالد عمر زريقات، عقد البيع الأنترنت، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة تحليلية، ط1، عمان، دار النشر والتوزيع، 2007.
- (9) رمضان أبو سعود، شرح العقود المسماة في عقد البيع والمقايضة ط2 دار الجامعة الجديدة للنشر مصر.
- (10) زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع. عمان 1997.
- (11) زيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية الغير شرعية في ظل القانون 04-02 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2005-2006.
- (12) صالح المنزلاوي. القانون الواجب التطبيق علي عقود التجارة الإلكترونية. دار النهضة العربية القاهرة 2005.
- (13) الطباخ شريف، الدفع في جرائم الغش والتدليس في ضوء القضاء والفقهاء، ط1، المصدر القومي لإصدارات القانونية، 2005.
- (14) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- (15) عبيدي علي هادي، العقود المسماة - البيع والايجار وقانون المالكين والمتاجرين، ط 1، عمان، الأردن، 2009.
- (16) عمر محمد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، الإسكندرية، جلال خوزة وشركاه، 2008.
- (17) محمد حسن منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي مصر، 2006.
- (18) محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، منشأة المعارف، مصر، 2006.
- (19) محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني عقد البيع والمقايضة دراسة مقارنة في القوانين العربية دار الهدى الجزائر 2008.
- (20) محمد يوسف الزعبي، العقود المسماة، شرح عقد البيع في القانون المدني، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2006.
- مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001. (21)
- (22) مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة اثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2009.
- (23) موقف حماد عبد، حماية المدنية للمستهلك، العقود التجارية الإلكترونية، ط1، مكتبة السنهوري، 2001.
- (24) نضال سليم برهم، أحكام التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2010.

## قائمة المراجع

- (25) هاشم، ممدوح خيري، مشكلة البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت، القانون المدني، ط1، دار النهضة العربية، 2000.
- الرسائل والمذكرات:**
- (1) ارزقي الزويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو. 2011 .
- (2) بعرة سعيدة: الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، الحقوق، تخصص قانون جنائي سنة 2016/2015.
- (3) بلقاسم حامدي. ابرام العقد الإلكتروني. أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق وعلوم السياسية. جامعة الحاج لخضر .باتنة 2015/2014 .
- (4) خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، 2017/2016
- (5) دالي بشير، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، مبدأ تأويل العقد، سنة 2008/2007 .
- (6) سليمة أحمد يحيوي، آلية حماية المستهلك من التعسف التعاقدية، ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، بن عكنون، 2010-2011.
- (7) عبد الله ذيب، عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين 2009.
- (8) فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- (9) مراد قرفي، ضمان القانوني للمبيع، مذكرة لنيل الماجستير، فرع عقود ومسؤولية كلية الحقوق وعلوم التجارية جامعة بومرداس، 2005/2004.
- (10) بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، 2012-2013
- (11) جرعود الباقوت ،عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،بحث لنيل شهادة الماجستير ،كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2001-2002 .
- (12) خيري سعاد، عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، 2013-2012.

## قائمة المراجع

---

### المواقع الإلكترونية:

- (1) الموقع الإلكتروني [http : www.law.net](http://www.law.net)
- (2) الموقع الإلكتروني الخاص بوزارة التجارة الجزائرية الذي خصص باب كاملا لحماية المستهلك  
<http://www.mincommerce.gov.dz>
- (3) الموقع الإلكتروني : [.http://www.klein.fr](http://www.klein.fr)