



جامعة باتنة 1  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم الحقوق



# الضمانات القانونية المستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05.18

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

إشراف الدكتورة:

خلوي نصيرة

إعداد الطالبة:

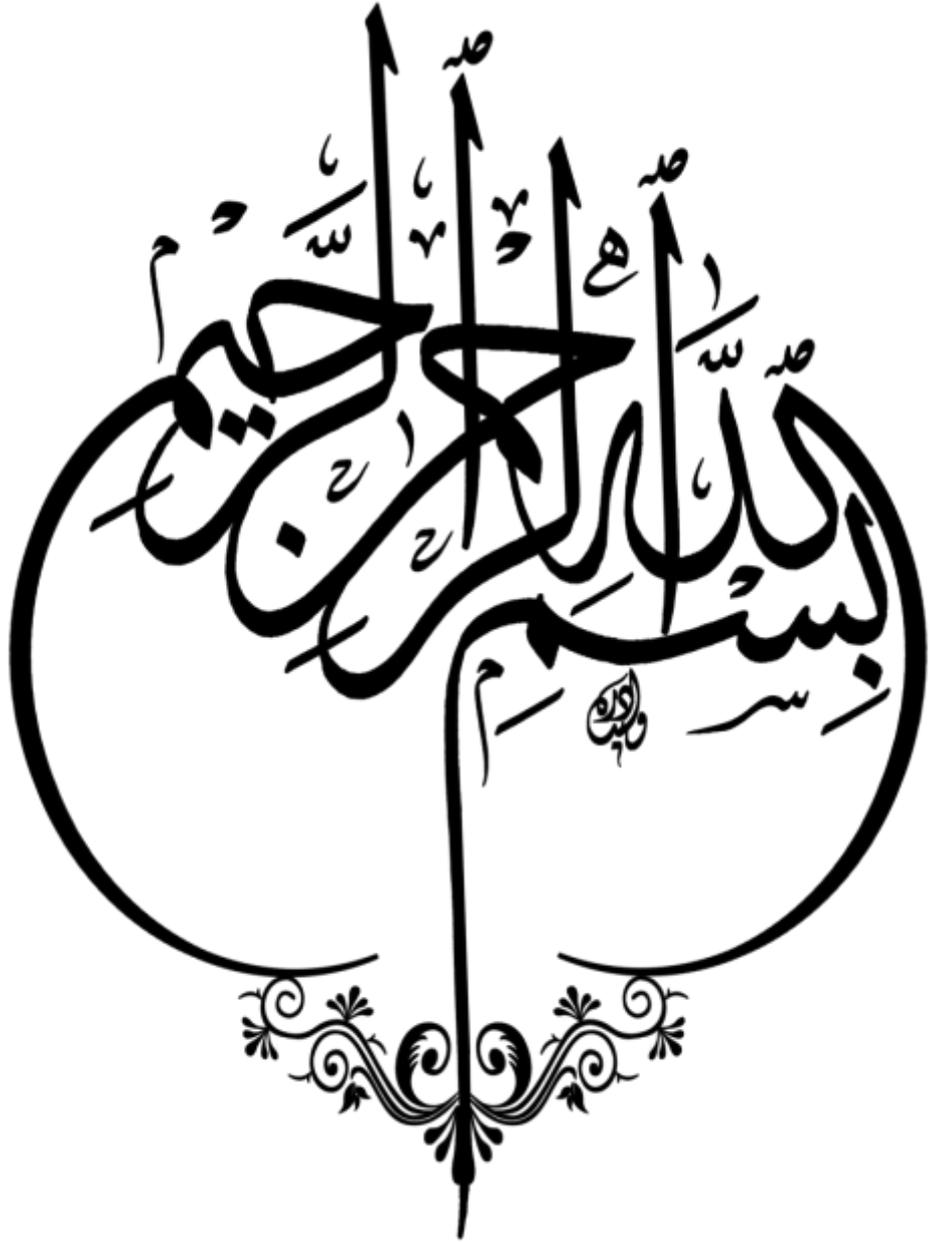
مباركي نوال

علاوة آيت أميرة أناغيم

## لجنة المناقشة

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

السنة الجامعية: 2023 – 2024



# شكر و عرفان

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله عز وجل"

نحمد الله عز وجل الذي ألهمنا الصبر والثبات وأمرنا بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل، فنحمدك اللهم ونشكرك على نعمتك وفضلك، ونسألك البر والتقوى ومن العمل ما ترضى وسلام على حبيبته وخليفه الأمين عليه أفضل الصلاة والسلام.

نتقدم بجزير الشكر لكل من أعاننا في إتمام هذه المذكرة

الأستاذة الفاضلة **خلوي نصيرة** التي لها الفضل على الإشراف على هذه المذكرة وحرصت أن يكون هذا العمل في صورة كاملة نسأل الله أن يجازيها كل خير على كل الجهود التي بذلتها من أجلنا جعل الله ذلك في ميزان حسناتها يوم الدين.

وأتقدم بجزير الشكر وخالص الامتنان الي لجنة المناقشة و جميع أساتذة قانون الاعمال و إوارة كلية الحقوق و العلوم

السياسية جامعة باتنة-1- ولكل من قدم لنا الدعم والإرشاد لإتمام هذا العمل.

# إهداء

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله أما بعد

من قال أنا لها "نالها"

وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها.

الحمد لله جبا وشكرا وامتنانا الذي بفضلها ها أنا اليوم انظر إلى حلم

طال انتظاره وقرأ صبح واقعا افتخر به.

أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي إلى:

من قال فيهما الله تعالى: "وقضى ربك إلا تعبدوا إلا إياه

وبالوالدين إحسانا".

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، واحتضنني قلبها قبل يريها، وسهلت لي الشرائر برعائها، إلى قوتي بعد الله

والعنتي الأولى والأبدية "أمي"

إلى سنري في هذه الحياة، إلى من كان مصدر الدعم والعهاء لي "أبي"

إلى من شر الله بيهم عضري فكانوا خير معين إخوتي "سروة ويحيى"

إلى من اعتبروني اختا لهم "أخوالي وخالاتي"

إلى كل الذين يفرحهم نجاحنا، ويمزنهم فشلنا.

إلى صديقاتي اللاتي جمعني بهن أعمل الأيام، إلى زميلات مساري الجامعي

وختاما إلى كل فروع من دائرة حياتي، إلى كل من زرع في قلبي أملا وأضاف في مسيرتي، شكرا لكم كل باسمه ومقامه.

نولان مباركتي

# إهداء

قال تعالى: (قل اعملوا فسيري الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

الحمد لله ونفى والصلوة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية

أهري ثمرة الجهد والنجاح:

إلى من كان شمعة تنير وربي ومن علمني الاجتهاد والمثابرة وحب الاطلاع والسير على خطى الحبيب المصطفى عليه

أفضل الصلاة والسلام وكان سر نجاحي ونور وربي

إلى والدي الحبيب أطال الله في عمره

إلى فيض الحب ووفاء العطاء بلا انتظار ولا مقابل إلى من كانت سنرا لي إلى من غمرتني بحنانها وحبها إلى أفضل

صديقة وأغلى ما أملك

إلى والرتي الحبيبة التي مهما قلت فيها لن أوفيتها حقها التي أتمنى لها وولام الصحة والعافية.

إلى منهم عزتي وسنري في الحياة إخوتي فرحة البيت وقوته كل باسمه ومقامه (يسمن أنيس) وأكرم

إلى كل أفراد عائلة الكريم عائلة علاوة و بوجللال

إلى من كانوا لي أوفياء.. أصدقائي جميعاً

إلى أهل غزة وإخواننا في فلسطين اللهم إنا لا نملك لهم إلا الدعاء

فاللهم كن عوننا ونصيرنا لهم وبرد خوفهم امننا وسرو ربيهم وثبت أقدامهم

وجعل لأهل غزة النصر والعزة والغلبة والقوة والهيبة

ألا إن نصر الله قريب

أميرة أناخيم

# مقدمة

شهد هذا القرن الكثير من التطورات خاصة في المجال التكنولوجي، الذي شمل عدة أصعدة بما في ذلك الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والتقنية، والذي أثر على مختلف المجالات منها الإعلام والاتصال، الخدمات المصرفية، قطاع التعليم والاستثمار، وغيرها، كما كان له تأثير على تعديل القواعد القانونية التي تحكم المعاملات المدنية والتجارية بين الأشخاص، ومن انعكاسات هذا التطور ظهور المعاملات الإلكترونية، أو ما يسمى بالتجارة الإلكترونية.

تعتبر التجارة الإلكترونية كل الأعمال التجارية التي تتم بين المستهلك والمورد الإلكتروني، والتي تتم عبر شبكة الأنترنت، مما يسهل على المستهلك التسوق، ويجنبه عناء الانتظار لشراء منتج معين أو طلب خدمة ما، ويوفر الوقت ونفقات التنقل.

رغم ما تقدمه التجارة الإلكترونية من مميزات وخيارات، إلا أن هناك العديد من المخاطر والصعوبات، تتمثل أساسا في سهولة الاحتيال والخداع، إفشاء المعطيات الشخصية، وفي مخاطر الدفع الإلكتروني بكل أشكالها.

تعتبر الثقة في السوق الإلكتروني أمراً مهما بالنسبة للمستهلك، لأنه يواجه مخاطر أكبر مما يواجهه في الأسواق التقليدية، فيجد صعوبة في فحص السلع ومعاينتها، ويعتمد على الأوصاف والصور المعروضة عبر الإنترنت، وهذا يجعله عرضة للتلاعب والاحتيال من قبل المورد، الذي قد يبرز مزايا المنتجات ويخفي عيوبها.

نظرا لما سبق ذكره، تسارعت التشريعات المقارنة الى تنظيم التجارة الإلكترونية، وذلك عن طريق سن تشريعات وقوانين متعددة، تهدف إلى حماية كل من المورد والمستهلك الإلكتروني، وتشجيع الثقة والشفافية في السوق لإلكترونية.

أصدر المشرع الجزائري، في هذا الصدد القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الذي ينظم المعاملات الإلكترونية والمسائل المرتبطة بالمستهلك الإلكتروني، حيث تطرق إلى العقد الإلكتروني الذي اعتبره وثيقة قانونية تحتوي على شروط وأحكام تنظم العلاقة بين الأطراف المتعاقدة إلكترونيا، كما تطرق للتعريف بالأطراف المتعاقدة، حيث اعتبر المستهلك الإلكتروني أنه كل شخص طبيعي أو اعتباري يقوم بشراء سلعة أو خدمة مجانا أو بمقابل من المورد الإلكتروني لاستخدامها بشكل نهائي عبر الإنترنت، واعتبر

المورد الإلكتروني أنه كل شخصي طبيعي أو اعتباري يقوم بتسويق سلع أو خدمات، أو يوفرها عبر الإنترنت، كما تضمن جملة من الضمانات التي تهدف بدورها لحماية المستهلك الإلكتروني من تصرفات المورد، أو من كافة المخاطر التي قد تطرأ في كافة مراحل التعاقد، ومن بين هذه الضمانات حق المستهلك في الإعلان والاعلام الإلكترونيين، وحقه في حماية بياناته الشخصية وحقه في العدول.<sup>1</sup>

أهمية الدراسة:

تعتبر دراسة موضوع ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني ذات أهمية كبيرة تتمثل في:

- التطور السريع للمعاملات التجارية الإلكترونية بين الافراد، وكثرة التسوق عبر الأنترنت.
- اعتبار المستهلك الإلكتروني الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.
- اصدار المشرع لقانون جديد يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني.
- الضمانات والحقوق التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني.

#### اهداف الدراسة:

دراسة موضوع حماية المستهلك الإلكتروني تستهدف تحقيق مجموعة من الأهداف الأساسية، فيما يلي بعضا منها:

- تعزيز ثقة أكبر في التجارة الإلكترونية، التي تمنح للمستهلكين ضمان بيئة رقمية آمنة وعادلة.
- تعزيز الوعي بين المستهلكين والموردين، أي معرفة حقوق وضمانات المستهلك وواجبات المورد الإلكتروني.
- معرفة المخاطر والمشاكل التي قد تواجه المستهلك، لاسيما تلك التي تتمثل في الإعلانات المضللة، وإساءة استخدام البيانات الشخصية، والمتعلقة بالدفع الإلكتروني.
- اقتراح إجراءات محكمة وفعالة لحماية المستهلك الإلكتروني، من خلال اصدار وتنظيم قوانين وتشريعات، وكذا تحسين الآليات الأمنية.

#### أسباب اختيار الموضوع:

<sup>1</sup> القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، المؤرخة في 16 مايو 2018.

إن اختيارنا لهذا الموضوع، له عدة أسباب منها الموضوعية ومنها الذاتية.

#### \* الأسباب الموضوعية:

من أهم الأسباب الموضوعية لاختيار هذا الموضوع، ما يلي:

- النمو الهائل والسريع للتجارة الإلكترونية، وتأثيراتها العميقة والمتزايدة على الاقتصاد العالمي والحياة اليومية للأفراد.
- الحاجة الماسة لحماية المعطيات الشخصية للمستهلك وضمان عدم افشاءها، أو استخدامها بطريقة غير آمنة.
- التعرف على مخاطر الدفع الإلكتروني، والجزاء المترتب عن الاخلال به.

#### \* الأسباب الذاتية:

من بين أهم الأسباب الذاتية ما يلي:

- الرغبة والميلول لممارسة التجارة الإلكترونية، والتعرف على التزامات المورد اتجاه المستهلك الإلكتروني.
- الوقوع في تجربة استغلال المورد في إحدى المعاملات التجارية.
- معرفة آليات تأمين الدفع الإلكتروني، وأنواع وسائله التقليدية والمستحدثة.
- معرفة حقي في العدول كمستهلة الكترونية.
- الاطلاع على العقوبات المقررة جراء انتهاك حقوق المستهلك الإلكتروني.

#### الإشكالية:

من خلال ما سبق، ارتأينا طرح الإشكالية التالية:

- ماهي الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني في القانون 18-05؟

#### المنهج المتبع:

اتبعنا في دراستنا منهجين اساسيين يتمثلان في المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، يتبين المنهج الوصفي من خلال تطرقنا لضبط مختلف التعريفات والمفاهيم الفقهية والتشريعية، أما المنهج التحليلي الذي يتبين من خلال تحليلنا لمختلف المواد القانونية التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة.

#### الخطة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة اتبعنا خطة تتكون من ثلاث فصول:

الفصل الأول: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد

الفصل الثاني: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني خلال ابرام العقد

الفصل الثالث: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

**الفصل الأول**  
**ضمانات حماية المستهلك**  
**الإلكتروني قبل التعاقد**

بفضل التقدم التكنولوجي في وسائل التواصل والتعاقد، وتحسين عمليات إنتاج السلع وتقديم الخدمات، أصبح من الواضح أن المستهلك بحاجة أساسية إلى إتاحة المعلومات الأساسية المتعلقة بالسلع أو الخدمات المعروضة، وذلك قبل توقيع أي عقد، وخصوصاً فيما يتعلق بالعقود الإلكترونية، من أجل تمكين المستهلك من تقييم مدى تناسب السلعة أو الخدمة مع احتياجاته واتخاذ قرار مناسب بشأن التعاقد، وينبغي أن يُعاقب أي مهني يتجاهل توفير هذه المعلومات الأساسية بعقوبة رادعة.

يتلقى المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد العديد من الإعلانات التجارية، والتي في كثير من الأحيان تحمل معلومات غير دقيقة أو إعلانات كاذبة، لذا يجب البحث عن وسائل لحماية المستهلك من التضليل الإعلاني في عقودهِ الإلكترونية مع المهنيين، ونظرًا لأن استلام المستهلك للإعلانات يُعتبر الخطوة الأولى التي تدفعه نحو التعاقد.

بناء على ما سبق، قسمنا هذا الفصل الى مبحثين على النحو التالي: (المبحث الأول) حماية المستهلك في مواجهة الإعلان الالكتروني، أما (المبحث الثاني) حق المستهلك في الإعلام الالكتروني.

## المبحث الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان الإلكتروني

يعتبر الإعلان الإلكتروني أداة حيوية في التسويق الحديث في عصرنا الحالي، حيث يمكن للشركات والأفراد التواصل مع جمهورهم المستهدف في الترويج لمنتجاتهم وخدماتهم بشكل جذاب ومبتكر، لكن هناك عدة مخاطر قد يتعرض لها المستهلك من هذه الإعلانات مثل الاحتيال والغش والإعلانات المضللة، والتي يقوم بها المعلنون التي قد تسبب لبس في ذهن المستهلك؛ لهذا السبب لجأت معظم التشريعات لفرض شروط وقواعد لهذه الإعلانات الإلكترونية، وفرض جزاءات في حال مخالفة هذه الضمانة سعياً منها لحماية المستهلك الإلكتروني.

لذا جرى تقسيم المبحث إلى مطلبين على النحو التالي: (المطلب الأول) مفهوم الإعلان الإلكتروني، أما (المطلب الثاني) سنتناول الشروط الواجب توافرها في الإعلان الإلكتروني وجزاء الاخلال بها.

### المطلب الأول: مفهوم الإعلان الإلكتروني

لا شك في استحداث وسائل جديدة يتم من خلالها الإعلان تبعا للتطور الذي حدث في وسائل ابرام العقد الإلكتروني.

سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الإعلان الإلكتروني في (الفرع الأول)، ثم إلى طبيعة الإعلان الإلكتروني في (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: تعريف الإعلان الإلكتروني

سنتناول تعريف الإعلان الإلكتروني، ثم تعريف الإعلان الإلكتروني التضييلي.

### أولاً: الإعلان الإلكتروني

لم يتضمن القانون الجزائري تعريفاً محدداً للإعلان التجاري الإلكتروني، إلا أنه جاء في نص المادة 3 فقرة 3 من القانون رقم 04-02 على أنه: كل نشاط ترويجي لسلعة أو خدمة معينة من أجل وضع إشهار لها عبر مختلف الوسائل، وبأي شكل كان وفي أي مكان.<sup>1</sup> وفي مفهوم المادة 2 فقرة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90 عرفت الإشهار على أنه: كل الوسائل التي تستخدم في الترويج والتسويق لسلعة أو خدمة ما، ويتم بشكل بصري أو سمعي بصري.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج ر، ع41، الصادرة في 27/06/2004.

ومع صدور قانون التجارة الإلكترونية، عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني على أنه: كل نشاط ترويجي لسلعة أو خدمة معينة عبر الانترنت، وبأي شكل من الأشكال المستعملة في الترويج.

من خلال ما سبق من كل هذه لتعريفات، نرى أن الإعلان التجاري الإلكتروني والإعلان التجاري التقليدي، كلاهما لهما نفس المضمون ونفس الهدف المتمثل في جذب المستهلكين لاقتناء سلعة أو خدمة معينة، ويختلفان فقط في الوسيلة المستعملة للترويج إما تقليدية وإما الكترونية.

### ثانياً: الإعلان الإلكتروني التضليلي

يعرف الإشهار الإلكتروني التضليلي على أنه: الإحتيال في استخدام طرق ومناورات خادعة من قبل إحدى الأطراف، بهدف إقناع الطرف الآخر بالتعاقد من أجل الحصول على مكاسب غير مشروعة.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان الإلكتروني

بشكل عام يجب أن يكون الإعلان عبر الإنترنت موجهاً للتفاوض أو التعاقد بحيث يكون الهدف منه تحفيز المستهلكين للتفاوض والتعاقد، ويجب أن يكون الإعلان واضحاً وشفافاً في بيان الشروط الجوهرية للتعاقد، وعرض التفاصيل المهمة للمنتجات أو الخدمات المقدمة، بما في ذلك السعر وطرق الدفع وشروط التسليم ويجب أن تكون عملية العرض والقبول واضحة وخالية من أي لبس أو غموض ويجب أن توفر الشروط والتفاصيل الكافية للمستهلك لاتخاذ قرار مستنير بشأن الشراء، والتعامل بنزاهة وشفافية في جميع العمليات التجارية.<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: شروط الإعلان الإلكتروني وجزاء الإخلال به

<sup>1</sup> المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، معدل ومتمم، ج ر، ع 05، المؤرخة في 31/01/1990.

<sup>2</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009، ص 45.

<sup>3</sup> نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص ص 12-13.

من خلال هذا المطلب سنتناول شروط الإعلان الإلكتروني المتمثلة في ثلاثة شروط (فرعا) أولا، ومن ثم سنتناول جزاء الإخلال بالإعلان الإلكتروني (فرعا) ثانيا.

### الفرع الأول: الشروط الواجب توافرها

تتمثل شروط الإعلان الإلكتروني في ثلاث قواعد أساسية وهي: وضوح الإعلان الإلكتروني، حظر الإعلان الإلكتروني المضلل، والرقابة على الإعلانات المقارنة، وهي كالتالي:<sup>1</sup>

#### أولا: وضوح الإعلان الإلكتروني

وضوح الإعلان الإلكتروني يعني أنه يجب تقديم المعلومات بشكل واف ودقيق عن المنتج أو الخدمة المُعلن عنها، بحيث يمكن للمستهلك فهمها بسهولة، وأن يحتوي الإعلان الإلكتروني على البيانات الكافية للمنتج أو للخدمة، ليكون المستهلك الإلكتروني قادراً على التعاقد.<sup>2</sup>

بالرجوع لأحكام المادة 30 من القانون 05-18، التي نصت على أنه: يتعين على الإعلانات الإلكترونية أن تلتزم بالأنظمة والتشريعات المعمول بها في هذا المجال، ويجب أن تكون واضحة ومحددة، وأنه يجب تحديد الفئة المستهدفة من الإعلان، ويجب أن تلتزم هذه الإعلانات بعدم المساس بالآداب العامة والنظام العام.

#### ثانيا: حظر الإعلان الإلكتروني التضليلي

اعتبر المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 04-02 إشهارا تضليليا: كل إشهار يحتوي على عناصر أو بيانات مظلمة، يمكن أن تؤدي إلى التضليل بشأن المنتج ومميزاته، وتضمنه لعناصر يمكن أن تسبب إلتباس للمستهلكين، وإذ تعلق الإشهار بعرض سلع وخدمات مع عدم توفر مخزون كاف.

نصت المادة 30 من القانون 05-18 في الفقرة الأخيرة منها على الإشهار التضليلي في مفهومها على أنه: لا يجوز للإعلانات الإلكترونية أن تحتوي على معلومات مضللة أو مغلوبة.

<sup>1</sup> انتصار بوزكري، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02، سطيف، 2012-2013، ص 11.

<sup>2</sup> سلمية موسوني، إبراهيم يامة، حماية المستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد الإلكتروني، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2020، ص 79.

نجد كذلك المادة 34 من نفس القانون منعت نشر أو ترويج أي إعلانات لأي منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عبر الاتصالات الإلكترونية بموجب القوانين والتنظيمات المعمول بهما.

### ثالثا: الرقابة على الإعلانات المقارنة

الإعلانات المقارنة تستهدف قيمة السلع والخدمات التجارية بشكل مباشر أو غير مباشر، ويهدف هذا النوع من الإعلانات إلى تشويه صورة منتجات المنافسين وتقليل قيمتها في عيون المستهلكين.

الإعلانات المقارنة التضليلية يمكن أن تُحرك المستهلكين لاتخاذ قرارهم استنادًا إلى معلومات مضللة، ومن الممكن أن يتعرض المستهلك للخداع أو اللبس بشأن قيمة وجودة منتجات المنافسين.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلان الإلكتروني

أقر المشرع الجزائري نوعين من الجزاء في حال الإخلال بالإعلان الإلكتروني، هما الجزاء المدني المتمثل في دعوى التنفيذ العيني ودعوى التدليس (أولا)، والجزاء الجزائي (ثانيا).

#### أولا الجزاء المدني:

يتمثل الجزاء المدني المقرر للإخلال بالإعلان الإلكتروني في دعوى التنفيذ العيني، وفي دعوى التدليس وهي كالتالي:

#### 1- دعوى التنفيذ العيني:

إذا أخل المعلن بتنفيذ التزاماته يلجأ المستهلك الإلكتروني إلى دعوى التنفيذ العيني، بطلب تنفيذ الالتزام عينا، وللمستهلك الإلكتروني أن يستعين بالقواعد العامة لغياب نصوص قانونية تنظم ذلك، فنجد ذلك في نص المادة 164 من القانون المدني التي نصت على أنه: يجبر المدين طبقا للمادتين 180 و181 على تنفيذ التزامه متى كان ذلك ممكنا.

فإذا لم ينفذ المعلن التزامه ذاته جاز للمستهلك الإلكتروني المتضرر نتيجة الإعلان الإلكتروني المضلل أن يحصل على شيء من النوع ذاته على نفقه المورد الإلكتروني، إذا كان هذا التنفيذ ممكنا بعد أن يطلب ترخيصا من القاضي بتنفيذ الالتزام على نفقه المدين.

#### 2- دعوى التدليس:

<sup>1</sup> انتصار بوزكري، مرجع سابق، ص15.

يقصد بالتدليس إيهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة، وذلك عن طريق استعمال طرق احتيالية بقصد دفعه إلى إبرام العقد.

واستنادا إلى هذا التعريف يتبين أن التدليس يشترط فيه توافر ثلاث شروط هي: استعمال طرق احتيالية قصد الإيقاع في الغلط، وأن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد، واتصال التدليس بالمتعاقد الأخر.<sup>1</sup>

### التدليس الإلكتروني:

لا يختلف التدليس الإلكتروني عن التدليس المدني ما عدى في الوسيلة المستعملة، والمتمثلة في وسائل الاتصال الحديثة، حيث يستعمل المورد الإلكتروني كافة الطرق الاحتياطية من أجل إيهام المتعاقد وتغليطه وتضليله، ويمكن للمتضرر من جراء الإعلان الإلكتروني المضلل أن يستفيد من الحماية المدنية المقررة في القواعد العامة المتمثلة في دعوى التدليس التي يرفعها المستهلك بوصفه متعاقدا مطالباً بإبطال العقد، وذلك وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية أو التعاقدية.<sup>2</sup>

### ثانيا: الجزاء الجزائي

تنص المادة 40 من القانون 05-18 على: كل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج، وذلك دون المساس بحقوق الأشخاص المتضررين في التعويض عن الضرر الذي لحق بهم. نستنتج مما سبق أن المشرع الجزائري أقر بمسؤولية المتدخلين في الإشهار الإلكتروني بصفة عامة وبشكل خاص مورد الخدمة، مما يعني أحقية المستهلك المتضرر من جراء هذا الإشهار في التعويض على أساس المسؤولية المدنية، بالإضافة إلى ترتيب المسؤولية الجزائية، والتي تلزم المتدخل المخالف بدفع الغرامة المالية المحددة وفق القانون السالف الذكر.

### المبحث الثاني: حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني

<sup>1</sup> سارة عزوز، الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار التجاري المضلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، ع10، جامعة باتنة 1، 2017، ص514.

<sup>2</sup> مسعودة عمارة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، ع 02، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البلدة 2012، ص 32.

في ضوء الاهمية البالغة للالتزام بالإعلام قبل التعاقد، وزيادة الحاجة لتحقيق قدر من الحماية للمستهلك في مواجهة الأخطار التي قد تنشأ في ظل غياب المعلومات الهامة والمؤثرة في السلعة والخدمات موضوع التعاقد والالتزام توفرها لصحة الرضا، ولإقدامه على التعاقد، وعلمه بالشروط الواجب توفرها، ألزم المشرع الجزائري المورد في قانون التجارة الالكترونية، بضرورة إعلام المستهلك.

وفي هذا الإطار تم تقسيم المبحث الى مطلبين، في (المطلب الأول) مفهوم حق الإعلام الإلكتروني، أما (المطلب الثاني) محل الالتزام بالإعلام الإلكتروني وجزاء الاخلال به.

### المطلب الأول: مفهوم حق الإعلام الإلكتروني

لا يختلف الالتزام بالإعلام التقليدي عن الالتزام بالإعلام الإلكتروني، فكلاهما يتضمن معلومات أساسية يجب أن يحيط بها المستهلك قبل التعاقد حتى يتخذ القرار المناسب في هذا الأخير.

ولقد خصصنا لهذا المطلب ثلاثة فروع: الفرع الاول (تعريف الإعلام الإلكتروني)، أما الفرع الثاني (طبيعة الإعلام الإلكتروني)، وفي الفرع الثالث (الشروط الواجب توافرها).

#### الفرع الأول: تعريف الإعلام الإلكتروني

عرف الالتزام بالإعلام الإلكتروني أنه: التزام المورد بإخبار المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المراد اقتناءها، والتي تسمح للمستهلك بالتعاقد أو لا.<sup>1</sup>

وقد عرفه البعض بأنه: الالتزام الواقع على أحد الأطراف بإخبار، وإخطار، ولفت انتباه الطرف الاخر بكافة البيانات الجوهرية، من أجل التوصل إلى ابرام العقد أو تنفيذه.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: طبيعة الاعلام الالكتروني

تم تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام بأنه التزام ببذل عناية او تحقيق نتيجة، اذ يرى البعض أن الالتزام بالإعلام عبارة عن التزام ببذل عناية، اذ يكفي أن يقدم المورد الإلكتروني المعلومات والبيانات الضرورية الخاصة بالمنتج، وفي المقابل فإن الالتزام يفرض ضرورة

<sup>1</sup> عبد القادر الصادق، بالعبيدي رافع احمد، التزامات المورد الالكتروني على ضوء قانون التجارة الالكترونية رقم 18-05، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2020، ص299.

<sup>2</sup> بوزيان شايب، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الالكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016/2015، ص262.

استعمال المستهلك لتلك المعلومات استعمالاً مطابقاً وصحيحاً لما تلقاه، فالمورد لا يمكن أن يجبر المستهلك على اتباع نصائحه وتحذيراته لكون ذلك يتعلق بمحض إرادة المستهلك، لذا العناية المطلوبة تتمثل في عناية الرجل العادي.<sup>1</sup>

بينما يري اتجاه آخر أن الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة، نظراً لكون ذلك يخفف على المستهلك عبء إثبات المسؤولية عن هذا الالتزام.<sup>2</sup>

### الفرع الثالث: الشروط الواجب توافرها في الإعلام الالكتروني

الالتزام بالإعلام يكمن جوهره في عدم التكافؤ بين طرفي العقد من حيث العلم بعناصره وظروف العقد المراد إبرامه، ولذلك فإن هذا الالتزام يفترض استحواد أحد أطرافه معلومات جوهرية متعلقة بمحل التعاقد يجهلها الطرف الآخر، وعلى هذا يلزم لقيام الإعلام شروط ثلاثة وهي:<sup>3</sup>

#### أولاً: إعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد

يجب أن يلتزم كل من المهني وغير المهني عبر وسائل الاتصال الالكتروني بإعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المقدمة قبل التعاقد، والتي من خلالها يتخذ المستهلك القرار بالتعاقد من عدمه.<sup>4</sup>

#### ثانياً: جهل المستهلك بمثل هذه المعلومات جهلاً مشروعاً

ينص القانون على أن المهني ملزم بإعلام المستهلك بجميع المعلومات الضرورية حول المنتج أو الخدمة، ومع ذلك يجب أن يكون المستهلك أيضاً على دراية بحقوقه وواجباته، وعليه بذل جهود معقولة، ولعل جهل المستهلك وعدم قدرته للحصول على المعلومات

<sup>1</sup> امينة احمد محمد احمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016، ص 182.

<sup>2</sup> احمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2019، ص 97.

<sup>3</sup> عبد المنعم احمد خليفة، الحماية القانونية للمستهلك في عقود توريد برمجيات الحاسوب (دراسة تحليلية مقارنة لتقرير حماية فعالة للمستهلك في مواجهة القوة الاحتكارية لشركات انتاج برمجيات الحاسوب)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 135-136.

<sup>4</sup> كريمة بركات، الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد والمسؤولية المترتبة عن الاخلال به، دراسة مقارنة، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرا، 2020، ص 226.

اللازمة راجع لعدة أسباب منها: قلة خبرته في هذا الميدان، أو الثقة في المهني بأن يوفر له المعلومات الضرورية بشكل صحيح، أو صعوبة الحصول عليها.<sup>1</sup>

### ثالثا: أن تكون البيانات مؤثرة على إرادة المستهلك

إن الالتزام بالإعلام يرتبط بالمعلومات الجوهرية، والمعلومات لا تكون جوهرية إلا إذا كان يتوافر فيها شرط أساسي وهو أن تكون مؤثرة على إرادة المتعاقد، فوجوب تأثير المعلومات على إرادة المستهلك تشمل كل من النصح والإدلاء بالبيانات، وأخيرا التحذيرات، فالمعلومات الغير المؤثرة في أي من العناصر الثلاثة تكون غير ملزمة للمنتج.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: محل الالتزام بالإعلام الإلكتروني وجزاء الإخلال به

إن تحديد محل التزام المهني قبل التعاقد بالإعلام الإلكتروني يكون له دور كبير في وضوح وشفافية التعامل بينه وبين المستهلك، ويوفر الكثير من الجهد على المهني في معرفة المعلومات الواجب عليه إعلام الطرف الاخر، لذلك تطرقنا في هذا المطلب في (الفرع الأول) إلى محل الالتزام بالإعلام الإلكتروني، وفي (الفرع الثاني) إلى جزاء الإخلال بهذا الالتزام.

### الفرع الأول: محل الالتزام بالإعلام الإلكتروني

تناولنا محل الإعلام الإلكتروني كالتالي: تحديد هوية المورد الإلكتروني (أولا) وإعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد(ثانيا).

#### أولا: تحديد هوية المورد الإلكتروني

تحديد شخصية المورد الإلكتروني يعد خطوة حاسمة للمستهلك قبل التعاقد، حيث يساهم في ضمان مصداقية ونزاهة المورد، ومنه يجب توضيح الإسم التجاري للشخص أو الشركة الموردة بشكل واضح، وأيضا ينبغي تقديم معلومات كاملة ودقيقة عن المورد أو الشركة الموردة وضرورة توافر معلومات الاتصال الخاصة بالمورد بصورة دائمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سمير شهباني، ريمة عباس، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الالكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الالكترونية الجزائري 18-05، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، المجلد 08، ع02، 2023، ص 546 و547.

<sup>2</sup> عبد المنعم أحمد خليفة، مرجع سابق، ص 137-138.

<sup>3</sup> نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص 22.

تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري عرف المورد الإلكتروني في نص المادة 6 من القانون 05-18، على أنه: كل فرد يبيع سلعًا ومنتجات، أو شركة تقدم خدماتها عبر الإنترنت.

وبالرجوع لنص المادة 11 الفقرة 2 و3 من القانون 05-18 السالف الذكر، نجد أن المشرع الجزائري يلزم المورد بأن يعرض العرض الإلكتروني بوضوح وبطريقة مفهومة رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم الهاتف، ورقم السجل التجاري، أو رقم بطاقة المهنية للحرفي، وغيرها من المعلومات التي جاءت على سبيل الحصر.

### ثانياً: إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد

نظراً لطبيعة المعاملات الإلكترونية وعدم وجود اتصال مباشر بين المستهلك والمورد، فإن من الضروري أن يتضمن العرض الإلكتروني معلومات شاملة تتعلق بالمنتج أو الخدمة المقدمة، وتوضيح الخصائص والمواصفات الفنية بشكل دقيق وواضح، ويجب أن يتضمن العرض الإلكتروني سعر المنتج أو الخدمة مع احتساب كل الرسوم والتكاليف، أيضاً يجب توضيح ما إذا كان المنتج أو الخدمة متوفرًا حاليًا للشراء أم لا.<sup>1</sup>

نجد ذلك في المادة 11 الفقرتين 4 و5 من القانون 05-18 السالف الذكر، بأنه يجب على المورد أن يبين طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة وباحتساب كل الرسوم، وأن يبين حالة توفر السلعة أو الخدمة.

### الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام الإلكتروني

يعتمد الجزاء المترتب على مخالفة الالتزام بالإعلام على عدم قيام المورد بتتوير إرادة المستهلك، والذي قد يعرضه للمسؤولية المدنية وحتى الجزائية.<sup>2</sup>

### أولاً: الجزاءات المدنية المقررة في القانون 05-18

جاء في نص المادة 14 من القانون رقم 05-18، أن للمستهلك الإلكتروني المطالبة بالتعويض عن الضرر الناجم أو الغاء العقد، في حال عدم امتثال المورد الإلكتروني بأحكام المادتين 10 و13 من هذا القانون.

### ثانياً: الجزاءات الجزائية المقررة في القانون 05-18

<sup>1</sup> كمال فتحي، حيزوم بدر الدين، التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2020، ص 283.

<sup>2</sup> سمير شهباني، ريمة عباس، مرجع سابق، ص 548.

بالإضافة للجزاء المدنية المقررة، يمكن أيضاً محاسبة المورد الالكتروني جزائياً وفقاً للمادة 39 من القانون رقم 18-05 التي نصت على عقوبة الغرامة التي يمكن تطبيقها على الموردين في حالة عدم الامتثال للالتزامات المنصوص عليها في المواد 11 و12 من نفس القانون.

**الفصل الثاني**  
**ضمانات حماية المستهلك**  
**الإلكتروني خلال إبرام العقد**

يعتبر مرور المستهلك الإلكتروني بالمرحلة السابقة للتعاقد ووصوله لمرحلة إبرام العقد أمراً في غاية الأهمية، لأنه في هذه المرحلة يتمتع بضمانات قانونية تحميه من تصرفات المورد الإلكتروني، نظراً لما يتمتع به هذا الأخير من امتيازات بما في ذلك الخبرة والاختصاص، وهو الأمر الذي يجعله في مركز أقوى منه، والذي يمكنه من إملاء شروطه التعسفية، أو يمكنه من إفشاء ونشر المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

وهذا ما سنتطرق له من خلال هذا الفصل، حيث خصصناه لإلقاء الضوء على ضمانات حماية المستهلك خلال إبرام العقد، والتي تعتبر من أهم مراحل انعقاد العقد.

سنتناول في هذا الفصل مبحثين أساسيين هما: (المبحث الأول) تحت عنوان حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، وخصصنا (المبحث الثاني) لحماية المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

## المبحث الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

نتيجة للتطورات في عمليات إبرام العقود وظهور قواعد جديدة تنظم العلاقة بين أطراف العقد، خاصة مع انتشار الحرية واحتكار السلع والخدمات من طرف بعض المؤسسات، مما أتاح للمؤسسات الكبرى والمنتجين الفرصة للهيمنة على السوق عن طريق الاحتكار وفرض شروط تعاقدية التي تتناسب مع مصالحهم دون إعطاء الطرف الآخر حرية التفاوض. يزداد هذا التحكم بسبب العقود النموذجية التي تحتوي على شروط ثابتة وغير قابلة للتعديل، ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة عبر شبكة الإنترنت، يجد المستهلك نفسه محاصرًا بشروط تعاقدية مفروضة عليه، لذا وجب تحديد مفهوم الشروط التعاقدية التعسفية وتوضيح الآليات المتاحة لمواجهتها.

تطرقنا في هذا المبحث إلى مطلبين: (المطلب الأول)، بعنوان مفهوم الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني، أما (المطلب الثاني)، آليات حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية.

### المطلب الأول: مفهوم الشروط التعسفية

في هذا المطلب سنتناول تعريف الشروط التعسفية، وتحديد أنواع الشروط التعسفية، وعناصر الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني.

#### الفرع الأول: تعريف الشروط التعسفية

سنتناول التعريف الفقهي للشروط التعسفية ثم للتعريف القانوني لها.

#### أولاً: التعرف الفقهي للشروط التعسفية

يعتبر بعض الفقهاء أن الشروط التعسفية هي: كل شرط ينشأ عنه عدم توازن واضح بين حقوق والتزامات كل من المهني والمستهلك في عقد الاستهلاك، حيث يعود ذلك إلى استخدام المهني لقوته الاقتصادية لتحقيق ميزة مفرطة على المستهلك.<sup>1</sup> وعرفها بعض فقهاء القانون الجزائري على أنها: الشروط التي يوردها المحترف في تعاقدته مع المستهلك، والتي تؤدي إلى عدم التوازن الفاحش بين حقوق والتزامات الطرفين.

<sup>1</sup> أمينة أحمد محمد أحمد، مرجع سابق، ص 291-295.

ويتم تقدير مدى وجود الشرط التعسفي من خلال النظر إلى ظروف التعاقد وموضوعه وحالة الطرفين، ويترك الأمر للقاضي لاستخدام سلطته التقديرية وفقاً لما يقرره القانون.<sup>1</sup> من خلال استقراء العديد من التعريفات التي قيلت في شأن الشروط التعسفية يمكن أن نستخلص ضرورة وجود عنصرين أساسيين للقول بأن هذه الشروط تعسفية، أولهما التعسف في استعمال القوة الاقتصادية للمهني، وحصوله بسبب هذا الشرط على ميزة كبيرة، والعنصر الثاني يتضح من خلال عدم التوازن بين حقوق والتزامات الطرفين في غير مصلحة المستهلك.<sup>2</sup>

### ثانياً: التعريف القانوني للشروط التعسفية

تهدف جل القوانين إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية، وإن كان وضع التعريفات من عمل رجال الفقه، إلا أن العديد من التشريعات ومن أجل حماية فعالة للمستهلك عملت على التعريف بالشروط التعسفية في العقود بين المهنيين والمستهلكين، وذلك بهدف وضع إطار قانوني لهذه الحماية، ففي الجزائر بالرغم من صدور القانون 05-18 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية لم يرد أي تعريف للشروط التعسفية.<sup>3</sup>

جاء في نص المادة 04 من القانون 02-04 أنه: كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تادية خدمة حررت مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق، مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه.

بالتالي يفهم من نص المادة أن الشروط التعسفية تظهر بشكل واضح من خلال تعريف العقد الإلكتروني.

على ذكر ما سبق، فقد عرف المشرع الجزائري الشرط التعسفي في المادة 03 فقرة 5 من القانون رقم 02-04 بأنه: كل بند أو شرط بمفرده أو مشترك مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى، من شأنه الإخلال بالظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.

<sup>1</sup> حسينة شرون، نجات حملاوي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، في ظل أحكام القانون 02-04 بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات، ع04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص51.

<sup>2</sup> احمد عصام منصور، مرجع سابق، ص193.

<sup>3</sup> عبد العزيز زرداري، مواجهة الشروط التعسفية كألية لحماية المستهلك، مداخلة أقيمت في الملتقى الدولي السابع عشر، حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 76.

ركز المشرع على الإخلال الظاهر في التوازن بين حقوق والتزامات أطراف العقد بالنظر للميزة القاصرة على المورد الإلكتروني.<sup>1</sup>

من خلال هذا التعريف يتضح أن المشرع الجزائري، قد اعتمد في إرساء حماية المستهلك طريقة تحديد موضوع الحماية بشكل واضح ودقيق، بحيث أدرج تعريف الشرط التعسفي مباشرة ضمن أحكام القانون المطبق على الممارسات التجارية، وهذا عكس بعض التشريعات المقارنة.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: أنواع الشروط التعسفية

تتعدد أنواع الشروط التعسفية منها ما هو متعلق بتكوين العقد، ومنها ما هو متعلق بتنفيذ العقد.

#### أولاً: الشروط التعسفية المتعلقة بتكوين العقد

إن أهم عناصر تكوين العقد هي محل العقد وتحديد ثمن السلعة أو الخدمة، لذلك يمكن أن يضع المهني أو المحترف شروطاً تعسفية تتعلق بـ:

تعديل خصائص المنتج مثل الشرط الذي يسمح للمورد بأن يعدل بإرادته المنفردة في بعض خصائص المنتج، أو أن يحتفظ لنفسه بحق تسليم منتج غير مطابق للمواصفات المعروضة، الشرط المتعلق بتحديد الثمن مثل الشرط الذي يضعه المورد في العقد ليرفع بمقتضاه السعر خلال الفترة ما بين انعقاد العقد والتسليم.<sup>3</sup>

#### ثانياً: الشروط التعسفية المتعلقة بتنفيذ العقد

إن التزام المحترف بتحمل المسؤولية عادة ما يدفعه إلى وضع شروط تعسفية بشأنها تخفيف أعبائه والتزاماته، ومن هذه الشروط:

#### 1- الشروط المتعلقة بالتسليم:

إذ يُمكن للمحترف أن يشترط سلطته المنفردة والمطلقة في تحديد موعد التسليم دون أن يكون ملزماً بتقديم أي أعذار عن التأخير، أو توضيح أسباب اختيار موعد معين دون غيره.

#### 2- الشروط المتعلقة بالمسؤولية والضمان

<sup>1</sup> نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص 32.

<sup>2</sup> عبد لعزیز زرداڤي، مرجع سابق، ص 76.

<sup>3</sup> نعمة غدوش، حماية المستهلك الإلكتروني، رسالة ماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 39.

تعتبر الشروط التعسفية التي تتعلق بتعويض أهم التزامات المحترف وهي التزامه بضمان العيوب الخفية، فيبحث عن طريقة من أجل تحديدها في بعض أجزاء المبيع دون غيرها.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: عناصر الشروط التعسفية

لكي يعتبر الشرط تعسفياً يجب أن يتوافر على العناصر التالية:

#### أولاً: أن نكون بصدد عقد استهلاك إلكتروني

لاعتبار الشرط تعسفياً يجب أن يكون عقد الاستهلاك قد تم بطريق إلكتروني، والعقد الإلكتروني يتميز بجملة من الخصائص التي تميزه عن العقد التقليدي، حيث يتم إبرامه دون حضور مادي للمتعاقدين، وباستخدام إحدى الوسائل الإلكترونية.<sup>2</sup>

#### ثانياً: أن يكون أحد أطرافه مستهلكاً إلكترونياً

يجب أن يكون أحد الأطراف مستهلكاً إلكترونياً، وهو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقتني سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية للاستخدام النهائي.

#### ثالثاً: أن يكون الشرط التعسفي مكتوباً

نصت المادة 03 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على أنه: يمكن أن ينجز العقد في شكل طلبية فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة مهما كان شكلها أو سندها تتضمن خصوصيات أو مراجع المطابقة لشروط البيع العامة لمقرر سلفاً.

والمقصود بالكتابة هنا ليس الكتابة الرسمية، وإنما مجرد إيراد الشروط العامة للتعاقد في الوثائق المختلفة التي تصدر عن المورد، كما هو الحال في الفاتورة، سند الضمان، وصل التسليم، وغيرها، حيث أوجب المشرع في العقود الإلكترونية التي تكون مجالاً لشروط التعسفية أن تكون محررة مسبقاً من خلال عبارة حرر مسبقاً، ومنه أن الحماية من الشروط التعسفية في الجزائر تقتصر على الشروط المكتوبة مسبقاً دون التي لم تكتب.<sup>3</sup>

#### رابعاً: أن يؤدي الشرط الوارد في العقد الإلكتروني إلى الإخلال الظاهر بالتوازن

<sup>1</sup> نعمة غدوش، مرجع سابق، ص 40.

<sup>2</sup> زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من التغير والغش في العقود الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 79.

<sup>3</sup> محمد امين سي الطيب، الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان، 2008، ص 108.

الشروط المقصودة هي تلك الشروط التي يكون موضوعها أو نيتها أن تخلق عدم التوازن بين حقوق والتزامات أطراف عقد الاستهلاك الإلكتروني، بحيث يجب أن يكون الاختلال في الالتزامات والحقوق ناشئاً عن تعسف المورد في استعمال نفوذه الاقتصادي الذي يملكه من جهة مما يمنح المورد ميزة مفرطة على حساب المستهلك.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

من أجل حماية المستهلك الإلكتروني، والحد من الشروط التعسفية، أوجد المشرع الجزائري وسائل وآليات قانونية من شأنها القضاء على الممارسات التعسفية في عقود الاستهلاك، باعتبارها تشكل أحد أهم التجاوزات القانونية والعقبات الشائعة في مجال المعاملات الاستهلاكية الإلكترونية، وانطلاقاً من ذلك سنحاول عرض أهم الآليات التي أقرها المشرع الجزائري.

#### الفرع الأول: الرقابة القضائية

نجد في أحكام القانون 05-18 أن المشرع لم يحدد بوضوح صور الممارسات التعسفية الإلكترونية، إلا أنه يمنح المستهلك الحق في الاستناد إلى القوانين الأخرى مثل القانون 02-04 والمرسوم التنفيذي 06-306 طالما ينطبق عليه صفة المستهلك. اعتمد المشرع الجزائري في حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية على المادة 29 من القانون 02-04، حيث أورد في المادة ثمانية شروط اعتبرتها تعسفية والمتمثلة في:

1. وجود اختلال في الالتزامات المتقابلة، حيث يمنح البائع نفسه حقوقاً أو امتيازات لا تُقابلها حقوق أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك، والذي لا يملك سوى قبول الشروط التي تخدم مصالح البائع.
2. فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، بينما يتمكن البائع من التعاقد بشروط يُحققها حسب رغبته.
3. امتلاك البائع حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون الحصول على موافقة المستهلك.
4. التفرد في إتخاذ قرار بشأن مدى مطابقة العملية التجارية للشروط المتعاقد عليها.
5. التزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يُلزم البائع بتنفيذ التزاماته.

<sup>1</sup> أحمد عصام منصور، مرجع سابق، ص 192.

6. رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا خالف الالتزام أو عدة التزامات في ذمته.

7. التفرد بتغيير آجال تسليم المنتج أو آجال تنفيذ الخدمة.

8. تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية بمجرد رفضه لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

وفي حالة وجود نزاع حول الطابع التعسفي للشروط منح القاضي صلاحية إثبات وجوده من عدمه وذلك عن طريق المادة 38 من القانون 04-02 والتي اعتبرت أن مخالفة أحكام المادة 29 منه هي ممارسات تعاقدية تعسفية يُعاقب المشرع الجزائري عليها بغرامات مالية تتراوح بين 50 ألف دينار وخمسة ملايين دينار، ولكنه لم يحدد بوضوح العقوبات المدنية المتعلقة بذلك، وإنما اكتفى بالجزاء العقابي والمتمثل في الغرامة.

### الفرع الثاني: الرقابة الإدارية

أقر المشرع الجزائري وسيلة أخرى تتمثل في الرقابة الإدارية، هدفه هو تحقيق التوازن العقدي في العلاقة التعاقدية وذلك بإنشاء جهاز إداري للرقابة على الشروط التعسفية عرف هذا الجهاز بـ " لجنة البنود التعسفية" بموجب الفصل الثالث من المرسوم التنفيذي 06-306، وهي لجنة ذات طابع استشاري يرأسها ممثل الوزير المكلف بالتجارة، تهدف إلى حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

وتكلف اللجنة طبقاً للمادتين 07 و12 من المرسوم 06-306 بتولي مهمة البحث في كل العقود المطبقة من طرف المهنيين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي، وتقوم بصياغة التوصيات التي يتم تقديمها إلى الوزير المكلف بالتجارة والمؤسسات ذات الصلة. بالإضافة إلى ذلك، تتيح للجنة إمكانية إجراء دراسات أو خبرات تتعلق بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكين، ونشر آرائها وتوصياتها بكل الوسائل الملائمة، وفي كل سنة تقوم بإعداد تقارير نشاطاتها تبلغ الي الوزير المكلف بالتجارة.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: حماية المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

<sup>1</sup> المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ 10/09/2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود البرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، ع56، مؤرخة في 11/09/2006.

يحق لكل فرد في المجتمع الحفاظ على سرية بياناته الشخصية حتى لا يتمكن الآخرون من الاطلاع عليها أو استخدامها دون إذنه، لذلك تم إرساء مبدأ حماية الحياة الخاصة للأفراد والحفاظ على سرية معطيائهم الشخصية.<sup>1</sup>

لذلك سنتطرق في (المطلب الأول) لتحديد مضمون حماية خصوصية المستهلك الإلكتروني والذي قسمناه لفرعين أساسيين: (الفرع الأول) تعريف المعطيات ذات الطابع الشخصي، ثم (الفرع الثاني) طرق تحريك المعطيات الشخصية، أما (المطلب الثاني) بعنوان آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات الشخصية وجزء أخلاجه بها، والذي بدوره قسمناه لفرعين، (الفرع الأول) آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات الشخصية، أما (الفرع الثاني) جزء أخلاجه بها.

### المطلب الأول: مضمون حماية خصوصية المستهلك الإلكتروني

تشمل المعاملات التي تتم عبر الإنترنت المعلومات الخاصة بالمستهلك مثل اسمه الكامل، ومكان اقامته، وعمله، وقد يساء استخدام هذه المعلومات من طرف المورد، ولهذا تم تنظيم آليات مستحدثة في مجال التعاملات الإلكترونية لحماية خصوصية المستهلك.<sup>2</sup>

### الفرع الأول: تعريف المعطيات ذات الطابع الشخصي

سنتطرق (أولاً) للتعريف الفقهي للمعطيات الشخصية، ثم للتعريف التشريعي (ثانياً).  
أولاً: التعريف الفقهي للمعطيات الشخصية

عرفت المعطيات الشخصية بأنها: البيانات المتعلقة بحرية الحياة الخاصة للفرد، بما في ذلك البيانات التي قد تخص ميوله الشخصي، وتلك المتعلقة بميوله السياسي، ومعتقداته الدينية، ومعاملاته المالية والمصرفية، وجنسيته، وهويته.

أيضاً عرف الدكتور خميخ محمد المعطيات الشخصية بأنها: تلك البيانات التي تتعلق بالحياة الخاصة للفرد عندما تكون محل للمعالجة الآلية، أو يتم إرسالها ونقلها عن طريق شبكات الاتصال المختلفة، أو عبر المواقع الإلكترونية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> هيثم حامد المصاروة، احمد عبد الرحمان المجالي، حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، دراسة تحليلية في الفقه الإسلامي والقانون السعودي، ط 1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2015، ص 53.

<sup>2</sup> نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص 41.

مما سبق المعطيات والبيانات الشخصية هي البيانات والمعلومات المتعلقة بالفرد التي يمكن استخدامها لتحديد هويته أو التعرف عليه.

### ثانياً: التعريف التشريعي للمعطيات الشخصية

نصت المادة 47 من دستور 2020 الحالي المعدل والمتمم، على أنه لا يجوز المساس بخصوصية المواطن وشرفه، فهما محميتان بالقانون.

سرية وضمن جميع المراسلات والاتصالات الخاصة.

لا يجوز انتهاك الحقوق المذكورة أعلاه بأي شكل من الأشكال إلا بأمر مبرر من السلطة القضائية.

إن ضمان حماية الأشخاص عند معالجة المعطيات الشخصية هو حق أساسي يكفله القانون، ويعاقب على كل مساس لهذه الحقوق.<sup>2</sup>

عرفت المادة 3 من القانون 07-18<sup>3</sup> المعطيات الشخصية على أنها: جميع المعلومات التي تتعلق بشكل مباشر أو غير مباشر بشخص محدد أو يمكن تحديده، يشار إليه ادناه بالشخص المعني ، ولا سيما فيما يتعلق برقم التعريف أو واحد أو أكثر من العناصر المتعلقة بشخصيته الجسدية او النفسية، الجينية، الفيزيولوجية، البيومترية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية... الخ.

ويقصد بالشخص المعني: كل شخص طبيعي تكون معطياته الشخصية موضوع معالجة.

يقصد بالبيانات الشخصية للمستهلك في سياق التجارة الإلكترونية: تلك البيانات التي يتم انتقالها من المستهلك إلى المورد الإلكتروني، قد تكون هذه البيانات بيانات إسمية أو

<sup>1</sup> اميرة غيايشة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الانترنت، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د.د.الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2020-2021، ص 253-256.

<sup>2</sup> المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 2020/12/30، يتضمن التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء اول نوفمبر 2020، ج ر، ع82، المؤرخة في 2020/12/30.

<sup>3</sup> القانون رقم 07-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع34، المؤرخة في 2018/06/10.

صورًا، أيضًا قد تشمل مكان إقامة المستهلك ونوع نشاطه والبيانات الخاصة برغبته وميولاته في شكل إلكتروني.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: طرق تحريك المعطيات الشخصية

يتم تحريك المعطيات الشخصية في مرحلة إبرام العقد عبر البريد الإلكتروني أو عبر نظام تبادل المعطيات الشخصية إلكترونيًا.

#### أولاً: من خلال البريد الإلكتروني

مفاد هذه الفكرة أنه يتم تبادل مختلف الرسائل والملفات عن طريق إرسالها من المرسل إلى الشخص المحدد بواسطة البريد الإلكتروني، فقد أصبح لكل مستخدم عنوان بريدي إلكتروني.<sup>2</sup>

يستخدم البريد الإلكتروني لتسهيل التواصل السريع، والسهل بين الأفراد، بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام البريد الإلكتروني لعدة أغراض كالتسويق، وإدارة المشاريع، وإضافة الروابط، والمرفقات، والملفات، والوسائط المتعددة مثل الصور، ومقاطع الفيديو إلى رسائل البريد الإلكتروني، مما يدل على فعاليته.

#### ثانياً: من خلال تبادل المعطيات الشخصية إلكترونيًا

جاء في نص المادة 2فقرة 2 من قانون الأونسيترال النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية تعريفًا لتبادل البيانات إلكترونيًا على أنها: نقل المعلومات عبر الوسائل الإلكترونية من كمبيوتر إلى آخر، وباستخدام معيار مشترك لتنظيم المعلومات.<sup>3</sup>

**المطلب الثاني: آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات الشخصية وجزاء إخلاله بها**  
تعامل المورد مع البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني يجب أن يتم بحرص، واحترام للخصوصية والأمان، مع إتخاذ الخطوات اللازمة للحفاظ على سرية البيانات الشخصية للمستهلك، أيضا يجب استخدام هذه البيانات فقط للأغراض المتفق عليها، وألا يشاركها مع طرف ثالث بدون موافقة المستهلك، وفي حال قام المورد بمخالفة احترام المعطيات الشخصية للمستهلك، فإن ذلك يعتبر خرقًا للقانون قد تتخذ ضده عقوبات، وغرامات مالية، وأخرى تكميلية.

<sup>1</sup> صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 01، ع01، جامعة سيدي بلعباس، 2019، ص 238.

<sup>2</sup> نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص 45.

<sup>3</sup> نصيرة خلوي، المرجع نفسه، ص 45.

**الفرع الأول: آليات تعامل المورد مع المعطيات الشخصية**

تنص المادة 26 فقرة 1 من قانون 18-05 على ما يلي: لا يجوز لمقدم الخدمة الإلكترونية الذي يجمع المعطيات الشخصية، وينشئ سجلات العملاء أو العملاء المحتملين إلا جمع البيانات اللازمة لإبرام أي معاملة تجارية، ويجب:

- الحصول على الموافقة الإلكترونية من المستهلك لجمع البيانات.
- ضمان أمن أنظمة الكمبيوتر وسرية البيانات.
- الامتثال للقوانين واللوائح المعمول بها.

**أولاً: الالتزام بجمع المعلومات الضرورية**

ألزمت المادة 26 فقرة 1 من القانون 18-05، المورد الإلكتروني ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإتمام المعاملة التجارية، حيث يكفي بجمع البيانات اللازمة لصحة التعاقد والكفيلة بالتعريف بالمستهلك الإلكتروني، وتحديد هويته، وضمان تنفيذ العقد الإلكتروني.

**ثانياً: الحصول على موافقة المستهلك الإلكتروني قبل جمع بياناته**

كرس المشرع في نص المادة 07 من القانون 18-07 على ضرورة الحصول على موافقة الشخص المعني الصريحة قبل معالجة بياناته الشخصية، مع مراعاة الاستثناءات الواردة على هذه الموافقة، والمنصوص عليها في المادة 07 الفقرة 5 من القانون 18-07.

**ثالثاً: ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات**

جاء في نص المادة 38 من القانون 18-07، إلزام المسؤول عن المعالجة باتخاذ التدابير التقنية المختلفة التي تهدف إلى حماية المعطيات الشخصية، وضمان عدم اختراقها، أو قرصنتها، وحمايتها من أي ضرر، ومن أي استخدام غير قانوني، مع وجوب أن تتضمن هذه التدابير التقنية مستوى مناسباً من الأمن، والسلامة مع الأخذ في الاعتبار مخاطر المعالجة، وطبيعة البيانات التي تتم معالجتها.

**رابعاً: الامتثال للقوانين واللوائح المعمول بها**

ألزم المشرع على المورد الالتزام بالامتثال للقوانين والتشريعات المعمول بها فيما يتعلق بحماية المعطيات الشخصية.

**الفرع الثاني: جزاء إخلال المورد بالمعطيات الشخصية**

في حال مخالفة المورد لاحترام المعطيات الشخصية للمستهلك، فإن ذلك يعتبر خرقاً للقانون، قد تتخذ ضده عقوبات، وغرامات مالية، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية سنتطرق لها كما يلي:

#### أولاً: العقوبات المالية

نصت المادة 39 من القانون 05-18، أنه: كل مورد إلكتروني يخالف أحكام المادة 11 و12 من هذا القانون يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.00 دج. كذلك تنص المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية على معاقبة المورد الإلكتروني بغرامة مالية من 50.000 دج و500.000 دج، عند مخالفته أحكام المادتين 31 و32 من نفس القانون.

إضافة إلى ذلك، وفي حال أخل المورد الإلكتروني بالمعطيات الشخصية للمستهلك، يمكن لإدارة حماية المستهلك استخدام غرامة الصلح في حال مخالفة قانون التجارة الإلكترونية، وحسب ما نصت عليه المادة 45 من قانون التجارة الإلكترونية. لا تطبق هذه العقوبة في حالة العود.<sup>1</sup>

#### ثانياً: عقوبة تعليق الوصول إلى منصات الدفع الإلكتروني

نصت المادة 39 من القانون 05-18 السابقة الذكر على أنه: .... كما أنه يجوز للسلطة القضائية الأمر بحجب الوصول إلى كافة منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز (6) ستة أشهر.

يفهم من نص المادة، أنه بالإضافة إلى الغرامة، تم فرض عقوبة تكميلية على كل مورد إلكتروني انتهك قواعد العرض الإلكتروني، والتي تكمن في منع المورد من الوصول إلى أي منصة دفع لفترة معينة لا تتجاوز ستة أشهر وفقاً لحكم قضائي.

<sup>1</sup> سهام قارون، التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة، المجلد 07، ع02، 2020، ص1026.

**الفصل الثالث**  
**ضمانات حماية المستهلك**  
**الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد**

تعتبر مرحلة تنفيذ العقد في البيئة الإلكترونية، المرحلة التي تلي إبرام العقد، والتي تتضمن جميع الضمانات اللازمة لإتمام العقد وفقاً للشروط المتفق عليها بين المستهلك والمورد.

حيث في هذه المرحلة، يصبح الالتزام من مجرد اتفاق إلى الاتجاه لتنفيذ العقد، حيث يتوقع المستهلك أن تتم عملية الدفع الالكتروني دون أية مخاطر، وأن تكون بيئة الدفع آمنة، وأن يستلم المورد أمواله لتتم عملية ارسال المنتج، أو تقديم الخدمة المتفق عليها. كذلك يتوقع المستهلك تلقي المنتجات أو الخدمات المطلوبة بالجودة والكمية المتفق عليها، وضمن الإطار الزمني المحدد في العقد، وفي حال وصولها في حالة غير جيدة أو بجودة غير التي تم الاتفاق عليها، أو وصولها في غير التاريخ والوقت المحدد، فإن القانون يضمن للمستهلك الالكتروني حق العدول، الذي يتيح له الخيار لإلغاء العقد، أو ارجاع المنتجات، أو التوقف عن استخدام الخدمة، دون تحمل أي عواقب قانونية أو مالية. مما سبق، تعد ضمانات تأمين الدفع الالكتروني وضمانات حق العدول من أهم الضمانات في هذه المرحلة نظراً لما يقدمانه للمستهلك من ثقة وشفافية في السوق الالكترونية. وهذا ما سيتم التطرق له في هذا الفصل من خلال مبحثين، حيث سنتناول في (المبحث الأول) تأمين الدفع الالكتروني، أما (المبحث الثاني) سنتناول حق العدول.

## المبحث الأول: تأمين الدفع الإلكتروني

يعتبر الدفع الإلكتروني آلية من الآليات التقنية الحديثة، التي أصبحت تشكل جزءاً أساسياً من الاقتصاد الرقمي والمالي، حيث أنه يسهل المعاملات الإلكترونية ويعزز الاقتصاد الرقمي من خلال وسائله المتعددة التي تتميز بالسرعة، والمرونة، والكفاءة، والتي تتيح أيضاً للمستهلك الإلكتروني إجراء معاملاته المالية بكل شفافية وأمان.

ومع تطور هذه الآلية أصبح من الضروري تأمينها نظراً للمخاطر التي قد يواجهها المستهلك الإلكتروني، لذلك وجب على المؤسسات المالية والتجارية أن توفر أنظمة وبرامج متخصصة لمواجهة هذه المخاطر، كذلك كان من الضروري فرض عقوبات على من يرتكب جرائم الدفع الإلكتروني، وذلك من أجل حماية المستهلك وحفظ حقوقه ومصالحه، ومن أجل تعزيز الثقة والأمان في المعاملات الإلكترونية.

هذا ما سنتناوله في هذا المبحث المعنون بتأمين الدفع الإلكتروني، حيث قسمناه لمطلبين، (المطلب الأول) بعنوان ماهية الدفع الإلكتروني، أما (المطلب الثاني) بعنوان مخاطر الدفع الإلكتروني وضمانات تأمينه.

### المطلب الأول: ماهية الدفع الإلكتروني

يعتبر الدفع الإلكتروني آلية تسمح بإجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت، من خلال استخدام وسائل متطورة، التي تسهل المعاملات الإلكترونية بطريقة آمنة وفعالة. وانطلاقاً من هذا سنحاول عرض مفهوم الدفع الإلكتروني فرعاً (أولاً)، ووسائل الدفع الإلكتروني فرعاً (ثانياً).

### الفرع الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني

سنتناول التعريف الفقهي (أولاً)، ثم التعريف التشريعي (ثانياً)

### أولاً: التعريف الفقهي للدفع الإلكتروني

يقصد بالدفع الإلكتروني: كل عملية تحويل للأموال مقابل سلعة أو خدمة معينة بطريقة إلكترونية، بإرسال البيانات عن طريق الهاتف أو شبكة معينة، أو أي طريقة أخرى لإرسال البيانات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> اميرة غباشة، مرجع سابق، ص 315.

أو هو: الوفاء بالتزام مالي بالوسائل الإلكترونية، كبطاقة الوفاء، أو الشيك الإلكتروني، أو السفتجة الإلكترونية، أو محفظة النقود الإلكترونية.<sup>1</sup>

### ثانياً: التعريف التشريعي للدفع الإلكتروني

لم يعرف المشرع الجزائري الدفع الإلكتروني، بل اكتفى بتعريف وسائله بموجب الفصل السادس في نص المادة 06 ف05 من القانون 05-18، فضلاً عن نص المادة 69 من الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية

بعد التطرق لتعريف الدفع الإلكتروني، وجب التعريف بوسائل الدفع الإلكترونية (أولاً)، ومن ثم أنواع وسائل الدفع الإلكترونية (ثانياً).

### أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

سنتطرق لتعريف الفقهي لوسائل الدفع الإلكتروني، ثم للتعرف التشريعي لوسائل الدفع الإلكتروني.

#### 1- التعريف الفقهي لوسائل الدفع الإلكتروني:

عرفها بعض الفقهاء على أنها: جميع الأدوات، مهما كانت الطرق والوسائل التقنية المستخدمة، والتي تسمح بتحويل الأموال، حتى ولو كانت الدعامة المستخدمة ورقية، مثل الشيك، السند لأمر، والكمبيالة، أو الإلكترونية، مثل البطاقات المصرفية، أو قيدية مثل التحويل.<sup>3</sup>

#### 2- التعريف التشريعي لوسائل الدفع الإلكتروني:

عرف المشرع بموجب المادة 69 من الأمر 03-11 وسائل الدفع الإلكتروني أنها: جميع الأدوات التي تمكن الجميع من إجراء تحويل الاموال، بغض النظر عن السند أو الطرق التقنية المستخدمة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد المجيد قادري، الوفاء الإلكتروني، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عنابة، 2008، ص 484.

<sup>2</sup> اميرة غباشة، مرجع سابق، ص 314.

<sup>3</sup> كاملة بوعكة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 17، ع01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، جوان 2022، ص 7.

<sup>4</sup> القانون رقم 03-11، المؤرخ في 26/08/2003، المتعلق بالنقد والقرض، المعدل والمتمم، ج ر، ع52، مؤرخة في 27/08/2003.

نص المشرع كذلك في المادة 543 مكرر 23 من القانون التجاري، على أنها: تعد بطاقة سحب كل بطاقة تصدر من البنك أو المؤسسات المالية المؤهلة قانوناً، والتي تسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال.<sup>1</sup>

عرفها أيضاً في القانون 18-05، في المادة 06، على أنها: كل وسيلة دفع مرخصة بموجب القانون المعمول به، تسمح لصاحبها إجراء عملية الدفع سواء عن قرب أو عن بعد، من خلال نظام إلكتروني.

### ثانياً: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

تتمثل وسائل الدفع الإلكتروني في وسائل الدفع المعدلة وفي وسائل الدفع المستحدثة.

#### 1- وسائل الدفع المعدلة:

وهي البطاقات المصرفية، والأوراق التجارية المعالجة إلكترونياً، والتحويل المصرفي الإلكتروني.

#### أ- البطاقات المصرفية

تُعرف البطاقات المصرفية أنها: البطاقات البلاستيكية الممغنطة الصادرة عن البنوك لصالح عملائها، يمكن لحامل البطاقة الحصول على السلع والخدمات التي يحتاجها دون دفع الثمن فوراً، سواء نقداً أو بشيك. ومن أهم هذه البطاقات ما يلي:

#### \* بطاقة الائتمان: credit card

هي وسيلة دفع وسحب صادرة عن بنك تجاري أو مؤسسة مالية، حتى يتمكن حامل البطاقة من إجراء عمليات الشراء نيابة عن مصدرها، كما أنها تمكن صاحبها من الحصول على خدمات خاصة، والحصول على النقد بقرض من مصدره أو من الأشخاص المضمونين الآخرين.<sup>2</sup>

#### \* بطاقات الوفاء:

<sup>1</sup> الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26/09/1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، ج. ر، ع101، مؤرخة في 19/12/1975.

<sup>2</sup> مصطفى بواوي، الدفع الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ومظاهر تطبيقه في التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد القضائي، ع14، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017، ص 46.

وهي البطاقات التي تمكن حامل البطاقة من سداد مبلغ السلع والخدمات من محلات تجارية معينة، والتي تقبلها بموجب اتفاقية مع جهة إصدار البطاقة، عن طريق تحويل ثمنها من حساب العميل الى حساب التاجر البائع، وذلك بطريقتين، إما مباشرة وإما غير مباشرة.<sup>1</sup>

**ب- الأوراق التجارية المعالجة إلكترونياً:**

تتمثل هذه الأوراق في:

**\* الشيك الإلكتروني:**

هو محرر أو سند ثلاثي الاطراف يتم معالجته كلياً أو جزئياً إلكترونياً، بأمر من الساحب، إلى المسحوب عليه (البنك) لدفع مبلغ من المال، لصالح المستفيد.<sup>2</sup>

**\* السند لأمر الإلكتروني:**

هو محرر يتعهد فيه صاحبه بدفع مبلغ معين في تاريخ محدد أو يمكن تحديده لصالح المستفيد.<sup>3</sup>

**\* السفتجة الإلكترونية:**

لا يختلف تعريف السفتجة الإلكترونية عن السفتجة الورقية والتي يمكن تعريفها على أنها: محرر أو سند ثلاثي الأطراف تتم معالجته كلياً أو جزئياً إلكترونياً، بأمر من الساحب إلى المسحوب عليه الذي يدفع مبلغاً من المال المستفيد عند الاطلاع أو في تاريخ محدد.<sup>4</sup>

**ج- التحويل المصرفي الإلكتروني:**

هو عملية تفويض البنك بإجراء التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب إلى حساب مصرفي آخر، عن طريق الهاتف والكمبيوتر والمودم، إلكترونياً بدلاً من استخدام الورق، والتحويلات المالية تتم من خلال المقاصة الآلية.<sup>5</sup>

تناوله المشرع الجزائري في الفصل الأول من القانون التجاري في الكتاب الرابع المعنون ب: "السندات التجارية" في الباب الرابع، تحت عنوان "في بعض وسائل وطرق

<sup>1</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب 1، ط 1، مظاهر التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنياً، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 112.

<sup>2</sup> محمد مصطفى محمد عمر، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في العمليات المصرفية، المجلة القانونية (مجلة متخصصة في الدراسات والبحوث القانونية)، المجلد 07، كلية الحقوق، فرع الخرطوم، القاهرة، 2020 ص 15.

<sup>3</sup> اميرة غبابشة، مرجع سابق، ص 349.

<sup>4</sup> محمد مصطفى محمد عمر، مرجع سابق، ص 15.

<sup>5</sup> اميرة غبابشة، مرجع سابق، ص 334.

الدفع"، إلا أنه لم يتوسع في احكامه ولم يعرفه، بل أشار فقط إلى تحديد بياناته واللحظة التي يصبح فيها الوفاء غير قابل للرجوع فيه أو نهائياً.<sup>1</sup>

## 2- وسائل الدفع الإلكترونية المستحدثة:

تتمثل في النقود والمحفظة الإلكترونية.

### أ- النقود الإلكترونية:

هي النقود الغير ملموسة تكون على شكل وحدات إلكترونية يتم تخزينها في القرص الصلب في الكمبيوتر الشخصي للمستخدم، حيث توفر المحافظ الإلكترونية للعملاء القدرة على شراء أو بيع أو تحويل الأموال، وتبادل العملات والأوراق دون أي تكاليف، في ملفات موقعة رقمياً.<sup>2</sup>

### ب- المحفظة الإلكترونية:

هي وسيلة دفع افتراضية تستخدم للدفع المباشر أو غير المباشر للمبالغ صغيرة القيمة، يمكن أن تكون عبارة عن قرص مرن يتم إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي، أو عبارة عن بطاقة ذكية تثبت على الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية عبر الأنترنت.<sup>3</sup>

## المطلب الثاني: مخاطر الدفع الإلكتروني وضماناته وجزاء الإخلال به

قد يتعرض المستهلك الإلكتروني لعدة مخاطر أثناء عملية الدفع والتي قد تضر بحقوقه وبمصالحه، لذلك سعت مختلف التشريعات والمؤسسات المالية والتجارية لتأمين بيئة الدفع الإلكتروني، وفرض عقوبات على كل من يرتكب جرائم الدفع، ويهدد سلامة وأمن المستهلك للخطر.

### الفرع الأول: مخاطر الدفع الإلكتروني

تتمثل المخاطر في: الاستخدام غير المشروع للبطاقات البنكية، وفي المخاطر الفنية، وفي مخاطر عدم كفاءة الأنظمة وعدم ملائمة تصميمها وصيانتها وهي كالتالي:

<sup>1</sup> كريمة بوخالفة، النظام القانوني للتحويل المصرفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2014-2015، ص10.

<sup>2</sup> مصطفى بوادي، مرجع سابق، ص51-52.

<sup>3</sup> كاملة بوعكة، مرجع سابق، ص15.

**أولاً: الاستخدام غير المشروع للبطاقات البنكية**

يواجه المستهلك خطر استخدام بطاقات الدفع بشكل غير قانوني، وذلك عند كشفهم للتجار عن رقم البطاقة، أو عندما يقوم التجار بسحب مبالغ زائدة، أو إساءة استخدام أرقام التعريف الشخصية، أو إذا تمت سرقتها أو ضياعها، أو تم الحصول على رقم التعريف الشخصي بواسطة وسائل غير مشروعة، ويمكن أن يتضمن ذلك تزوير البطاقات أو اختراق أنظمة الاتصالات العالمية من أجل الحصول على معلومات بطاقة الدفع.<sup>1</sup>

**ثانياً: المخاطر الفنية للدفع الإلكتروني**

قد يواجه المستهلك عند استخدامه شبكة الإنترنت عدة مخاطر، والتي تتمثل في تمكن مجرمو الإنترنت من اختراق الحسابات عند استيفاء قيمة البضائع، أو في الخداع والاصطياد الإلكتروني، أو من خلال استهداف البطاقات المصرفية، أو فيما يستهدف تدمير الموقع بالكامل وتغيير المحتوى.<sup>2</sup>

**ثالثاً: مخاطر عدم كفاءة الأنظمة وعدم ملائمة تصميمها وصيانتها**

إن عدم كفاءة وقدرة الموظف على التحكم في عامل التكنولوجيات الخاص بنظام الدفع الإلكتروني وضعف شبكة الاتصال، قد يشكل خطراً كبيراً على الدفع الإلكتروني، أيضاً عدم التحكم في تدفق المعلومات والصور التي ترسل للبنوك والمؤسسات المالية إلى مركز الدفع الإلكتروني عبر نقل المعلومات الكاملة إلى الزبون، مما قد يعرضها لمخاطر القرصنة والاختراق.<sup>3</sup>

**الفرع الثاني: ضمانات تأمين الدفع الإلكتروني وجزاء الإخلال به**

سنتناول (أولاً) ضمانات تأمين الدفع الإلكتروني، أما (ثانياً) جزاء الإخلال بالدفع الإلكتروني.

**أولاً: ضمانات تأمين الدفع الإلكتروني**

إن من أهم ضمانات تأمين الدفع الإلكتروني: تأمين المواقع الإلكترونية، والتوقيع الإلكتروني والتشفير الإلكتروني.

<sup>1</sup> خدوجة الذهبي، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني عبر عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرا، 2015، ص120-121.

<sup>2</sup> اميرة غباشة، مرجع سابق، ص371-372.

<sup>3</sup> خدوجة الذهبي، مرجع سابق، ص 122.

**1- تأمين المواقع الإلكترونية:**

يتم استخدام برامج متخصصة لتأمين مواقع الإلكترونية، مما يجعل من الصعب على الآخرين الوصول إليها، من خلال إجراء الحماية المتمثل في استخدام الرمز السري، الذي يمكن الموقع من التحقق من هوية المستخدم عند دخوله للموقع التجاري الإلكتروني أو أي جزء منه، لذلك يجب عليه استخدام رمزه السري بشكل صحيح ليتمكن من الحصول على بيانات المعاملات التجارية الإلكترونية.<sup>1</sup>

**2- التوقيع الإلكتروني:**

عرفه المشرع الجزائري في المادة 2فقرة 1 من القانون 15-04 بأنه: بيانات في شكل إلكتروني مرتبطة منطقياً أو مرفقة ببيانات إلكترونية أخرى تستخدم كوسيلة للتوثيق.<sup>2</sup>

**3- التشفير كآلية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني:**

هو النظام الذي يتم فيه إخفاء البيانات السرية، مما يجعلها غير مفهومة لأولئك الغير المصرح لهم برؤيتها، مثل تخزينها في مكان آمن في ملف الكمبيوتر. أو يتم إرساله بشكل غير آمن مثل الإنترنت.<sup>3</sup>

يتطلب تشفير المعلومات تثبيت برامج متخصصة على جهاز الكمبيوتر الخاص بكل من المرسل ومستقبل المعلومات أو البيانات لتشفيرها. يقوم البرنامج بتشفير البطاقة عن طريق إدخال الرقم السري أو رقم الحساب، والذي يقوم بعد ذلك بإعادة توجيه الرسالة المشفرة إلى التاجر أو البنك. وبعد وصولها لهم يتم فك تشفيرها باستخدام البرنامج المخصص، لتمكينه من قراءتها، وإذا تمكن شخص ما من الحصول على نسخة من هذه الرسالة، فلن يتمكن من قراءتها بسبب تقنية التشفير.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> خدوجة الذهبي، المرجع نفسه، ص 123.

<sup>2</sup> القانون رقم 15-04 المؤرخ في 11/02/2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، ع06، مؤرخة في 10/02/2015.

<sup>3</sup> اميرة غبابشة، مرجع سابق، ص 378 و 379.

<sup>4</sup> خدوجة الذهبي، مرجع سابق، ص 124.

**ثانيا: جزاء الإخلال بالدفع الإلكتروني**

نصت المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات، انه: يعاقب كل من أدخل أو عدل أو أزال بطريق الغش بيانات في نظام المعالجة الآلية، بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 4.000.000 دج.<sup>1</sup>

نصت المادة 394 مكرر 5 من قانون العقوبات على: أي فرد كان عضوا في جماعة، وتم الاتفاق من أجل القيام بإحدى الجرائم المذكورة، وكان التحضير لهذه الجرائم ينطوي على فعل أو أكثر من الأفعال المادية، فيعاقب بالعقوبات المقررة للجريمة نفسها.

**المبحث الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول**

يعتبر حق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني من أهم مظاهر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني وأحد الضمانات التي تحمي هذا الأخير بعد تنفيذ العقد، فالمستهلك الإلكتروني ليست له الامكانية الفعلية لمعاينة السلعة او الامام بخصائص الخدمة قبل ابرام العقد وذلك كونها تتم عن بعد، فأقر المشرع له الحق في العدول وفق شروط يجب توفرها كما يطلق عليه بحق الرجوع، وهذا الحق يمثل خروجاً عن مبدأ القوة الملزمة للعقد، وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى أهم الضمانات القانونية في هذه المرحلة من العقد من خلال تحديد تعريف حق العدول، و مبرراته، و ضبط شروطه، وتبيان الآثار الناتجة عن حق العدول.

قسمنا المبحث لمطلبين، تناولنا في (المطلب الأول)، تعريف حق العدول ومبرراته، أما في (المطلب الثاني) تناولنا شروط حق العدول واثاره.

**المطلب الأول: تعريف الحق في العدول وتحديد شروطه**

يعد حق العدول من أهم الضمانات القانونية التي منحها التشريعات الحديثة للمستهلك الإلكتروني بعد انعقاد العقد نظراً لأن هذا الأخير لا تتوفر له إمكانية معاينة السلع أو الخدمة قبل ابرام العقد، وعليه سنتطرق إلى تعريف حق العدول (الفرع الأول) وشروطه (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> الأمر رقم 96-156، المؤرخ في 08/06/1996، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج ر، ع 49، المؤرخة في 11/06/1996.

## الفرع الأول: تعريف حق العدول

سوف نتطرق إلى تعريف حق العدول في الفقه (أولاً)، وفي القانون (ثانياً).

## أولاً: التعريف الفقهي لحق العدول

بالرجوع إلى الفقه نجد أن تعريفات حق العدول تباينت، فمنهم من عرفه بأنه: وسيلة سمح بها المشرع للمستهلك بإعادة النظر في العقد من جانب واحد، أو في الالتزام الذي ارتبط به، وذلك يكون في خلال مدة زمنية محددة.<sup>1</sup>

ويعرفه البعض بأنه: حق للمستهلك بإعادة النظر في العقد الذي أبرمه والعدول عنه خلال مدة محددة تختلف المدة باختلاف محل العقد، وبذلك يتم إرجاع المبلغ المدفوع واسترداد السلعة أو الخدمة.<sup>2</sup>

كما يتجه بعض الفقهاء إلى تعريفه بأنه: آلية قانونية منحتها المشرعات للمستهلك الذي تعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، وذلك بأن يعدل عن عقد أبرمه خلال مدة معينة يحددها وفقاً للقوانين المعمول بها.<sup>3</sup>

## ثانياً: التعريف القانوني لحق العدول

يعرف الحق في العدول أو حق الرجوع في التعاقد بأنه: حق المستهلك في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة في خلال مدة معينة يحددها القانون، دون إبداء أي مبررات، مع التزام التاجر أو مقدم الخدمة بحسب الأحوال برد قيمتها.<sup>4</sup>

وفي التشريع الجزائري نجد ان المادة 19 الفقرة الثانية بموجب القانون 09-18 تضمنت تعريفاً للعدول بأنه: حق للمستهلك في إرجاع منتج عند اقتناء ذلك دون وجه سبب.

وفي الفقرة 4 من نفس المادة حدد شروط وإجراءات ممارسة الحق في العدول، وكذلك أجله وقائمة المنتجات المعينة عن طريق التنظيم.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص318.

<sup>2</sup> مصطفى أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016، ص32.

<sup>3</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص274.

<sup>4</sup> امينة أحمد محمد أحمد، مرجع سابق، ص 410.

<sup>5</sup> القانون رقم 09-18 المؤرخ في 06/10 /2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 35، مؤرخة في 13/06/2018.

إلا أن نص التنظيم الذي يحدد كيفية تطبيق هذا النص لم يصدر الى غاية اليوم هذا على أمل أن يصدر لتنظيم أحكام العدول ويزيل الغموض عليه.

كما أشار المشرع إلى الحق في العدول في القانون رقم 18-05، حيث جاء في نص المادة 23 منه أن: للمستهلك الإلكتروني الحق في العدول عند تنفيذ العقد، وذلك بإعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة أيام عمل من تاريخ الاستلام الفعلي للمنتج، مع ضرورة توضيح سبب الرفض.

### الفرع الثاني: شروط ممارسة حق في العدول

يشترط لمباشرة الحق في العدول توافر شرطان هما:

أولاً: أن يتم الرجوع خلال المدة القانونية

لكي ينتج الحق في العدول أثره القانوني ينبغي أن يمارسه المستهلك خلال المدة المحددة قانوناً، وتختلف هذه المدة حسب التشريع المعمول به.<sup>1</sup>

بالنسبة للمشرع الجزائري أشار إلى الحق في العدول من خلال القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية فقد جعل مدة ممارسة الحق في العدول أربعة أيام وأكدت، على ذلك المادتين 22 و23 من القانون 18-05.

لا يكون العقد نافذ في حق المستهلك أو ملزماً له خلال مهلة العدول، وبمعنى آخر أن حرية استعمال المستهلك الحق العدول ليست مطلقة، بل هي مقيدة بمدة زمنية معينة ينبغي ممارسته خلالها، وإذا لم يمارس المستهلك حقه في العدول عن العقد خلال المدة القانونية فإنه يصبح ملتزماً بالعقد، وإذا كان من مصلحة المستهلك أن تكون المدة أطول فعلى العكس من ذلك يكون من مصلحة المورد إنقاص هذه الفترة إلى أقل ممكن.<sup>2</sup>

### ثانياً: احترام نطاق ممارسة الحق في العدول

أقرت التشريعات الحديثة المنظمة لحق العدول بوضع استثناءات على حق ممارسة العدول على بعض العقود منها خاصة العقود الإلكترونية، نظراً لطبيعة العقد التي تكون في الغالب غير متكافئة، إذ أن المستهلك الإلكتروني يكون الطرف الضعيف في العلاقة، فنجد

<sup>1</sup> نورة بسعدي، النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن، مجلة القانون الدولي والتنمية، ع1، جامعة وهران 2، 2022، ص 442.

<sup>2</sup> محمد الطاهر أديمين، حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، ع1، جامعة الجزائر، 2020، ص40.

أن المشرع أسقط بعض الفئة من العقود نظرا لطبيعتها التي لا يطبق معها هذا الحق، أو وجود إتفاق خاص بين الأطراف المتعاقدة.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: مبررات حق العدول وأثاره

سن المشرع حقا للمستهلك في العدول عما سبق التعاقد عليه من سلع أو خدمات يراها لا ترقى إلى تحقيق الهدف من وراء التعاقد عليها، مما يستلزم تحديد المبررات التي دعت لسن المشرع حق العدول، لهذا سوف نتطرق إلى مبررات حق العدول (الفرع الأول)، وأثاره (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: مبررات حق العدول

تكمن مبررات الحق في العدول في مجال العقود الإلكترونية لعدة جوانب لكونها تتم عن بعد مما لا يسمح للمستهلك بمعاينة المنتج أو الخدمة قبل إبرام العقد، بالإضافة إلى الاحترافية التي يتمتع بها المورد الإلكتروني، الذي يستعمل كافة الوسائل والطرق الاعلانية والتسويقية من أجل إقناع المستهلك للتعاقد معه الذي يفتقد للخبرة والمعرفة حول السلعة أو الخدمة للبيع.<sup>2</sup>

كما يرجع تقرير حق العدول لصالح المستهلك الإلكتروني إلى عجز نظرية عيوب الإرادة بتوفير الحماية الكافية للمستهلك نظراً لعدم ملاءمتها مع التطورات الحديثة، لهذا ساد الاعتقاد أن التعاقد عن الطريق الإلكتروني يعد أسلوباً غير تقليدي للتعاقد، ولذلك من الضروري البحث عن آليات حديثة توفر الحماية للمستهلك.<sup>3</sup>

بسبب للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الاتصال الحديثة، أصبح من الصعب تمكن المستهلك العادي أن يكون على دراية كاملة بجميع جوانب التعاقد الإلكتروني، وذلك لأن هذا الأخير يتم عن بعد وبوسائط إلكترونية مما لا يسمح للمستهلك بالمعاينة الفعلية للمنتج والعلم بخصائص الخدمة قبل وأثناء عملية إبرام العقد الإلكتروني.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نصيرة خلوي، مرجع سابق، ص 73.

<sup>2</sup> نصيرة غزالي، الحق في العدول كوسيلة قانونية الحماية المستهلك، مجلة آفاق علمية، المجلد 11، ع 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار للجبي، الأغواط، 2019، ص 301.

<sup>3</sup> محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 153.

<sup>4</sup> نورة بسعدي، مرجع سابق ص 467.

يفتقر المستهلك العادي غالباً إلى الخبرة في مواجهة المتدخل، والعقود المبرمة عن بعد تفتقر إلى عنصر التقدير والتفكير الدقيق، مما يجعل المستهلك يكتشف في بعض الأحيان عدم ملائمة العقد له بعد إبرامه، ولهذا السبب فإن منح المستهلك حق العدول يعتبر ضرورياً، بصفته الطرف الضعيف في العقد، ومن خلال منحه حق العدول يحمي المستهلك من سلوك المورد واستعادة التوازن في العلاقة التعاقدية.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى أن حق العدول فرصة قانونية للتفكير بالعقد الذي أقدم عليه في عجل، وتحت ضغط إغراءات المورد، وهذا ما يظهر من خلال عقود التجارة الإلكترونية التي تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة، فقد يضع التاجر صوراً للسلع والخدمات على مواقع الإلكترونية، لكي يراها المستهلك إلا أن تلك الرؤية افتراضية لا تتساوى مع الرؤية المادية، وبالتالي لن يكون بوسعه الحكم الدقيق على المنتج، وذلك ما يبرر إعطاء المستهلك عند التعاقد عن بعد الحق في العدول خلال فترة زمنية معينة.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: آثار حق العدول

يترتب على مباشرة حق العدول جملة من الآثار القانونية على عاتق كل من المستهلك والمورد الإلكتروني.

#### أولاً: آثار حق العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني

تنص المادة 23 من القانون رقم 18-05 على: في حالة عدم احترام المورد لأجال التسليم، يمكن للمستهلك إعادة إرسال المنتج على حالته في أجلاً أقصاه (04) أيام عمل ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج.

كما تنص المادة 24 من نفس القانون على: يجب على المستهلك إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة (04) أيام عمل ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد.

#### ثانياً: آثار حق العدول بالنسبة للمورد الإلكتروني

التزام المورد برد الثمن للمستهلك يعد الزام المورد برد ما حصل عليه من ثمن للسلعة أو مقابل للخدمة من المستهلك أثراً جوهرياً وطبيعياً للعدول، إذ يترتب على مباشرة العدول

<sup>1</sup> طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الأنترنت، دراسة مقارنة، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، 2014، ص75.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط1، الدار الجامعية، القاهرة، 2007، ص267.

اعتبار العقد كأنه لم يكن، ومن ثم كان من البديهي إلزام المورد برد الثمن إلى المستهلك، فالأخير لم يحصل على المنتج محل التعاقد، ولذلك كان حقا له استرداد ما دفعه مقابل السلعة أو الخدمة التي عدل عن التعاقد بشأنها، ويعتبر مقدار الثمن الذي يلتزم بسداده المورد هو نفس المبلغ الذي سبق أن تقاضاه من المستهلك، وتختلف مدة رد الثمن باختلاف التشريعات، ووجب الذكر بأن المشرع الجزائري قد أعطى مدة 15 يوما للمورد لرد الثمن في حال عدم احترام آجال التسليم.<sup>1</sup>

إذ جاء في نص المادة انه يجب على المورد أن يرجع للمستهلك المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه الإلكتروني لأجل التسليم، ويمكن للمستهلك إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج.

<sup>1</sup> عبد الله صفيح، فتحي بن جديد، حق المستهلك الإلكتروني في العدول بين الواقع والمأمول، مجلة صوت القانون، المجلد الثامن، ع 01، جامعة الجيلالي بونعامة، تيارت، 2021، ص 647.

# الخطبة

من خلال دراستنا لموضوع الضمانات القانونية المستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05-18، تبين أن المشرع الجزائري أوجد عدة ضمانات قانونية من أجل توفير حماية للمستهلك الإلكتروني في كافة مراحل التعاقد، وأن هذه الضمانات ماهي إلا محاولة في مواكبة التطور الحاصل في العالم، ومحاولة السير على نهج باقي قوانين حماية المستهلك وقوانين التجارة الإلكترونية العالمية.

توصلنا في الأخير لجملة من النتائج والاقتراحات وهي كالتالي:

### أولاً: النتائج

- تعتبر المرحلة السابقة للتعاقد في المعاملات الإلكترونية من أهم المراحل التي يمر بها المستهلك نظراً للضمانات المقررة فيها، ولعل أهمها الإعلان والإعلام الإلكتروني اللذان يعتبران أول ما يواجهه المستهلك، وأول ما يجعله يقرر الشراء أو لا.
- نص المشرع على الجزاء المدني، والمتمثل في التعويض عن الضرر في حال المساس أو الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد.
- بالنظر للقانون 05-18 نرى أن المشرع الجزائري لم يعرف الشروط التعسفية، ولم يحدد أشكالها، بل تطرق لها في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- ضرورة أخذ المورد بشروط حماية المعطيات الشخصية للمستهلك نظراً لخطورة افشاءها، أو جمعها بدون رضا المستهلك الإلكتروني.
- يعتبر تأمين الدفع الإلكتروني ضرورياً بالنسبة لكلا طرفي العقد، لأنه يعزز ثقة وائتمان أكبر لإكمال حسن سير المعاملة الإلكترونية.
- يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يستعيد المبلغ الذي دفعه مقابل المنتج أو الخدمة في حالة العدول، ويكون المورد ملزم برد الثمن دون تأخير.

## ثانياً: الاقتراحات

من خلال النتائج المتوصل لها، يمكن اقتراح ما يلي:

- يجب على المورد الإلكتروني مراعاة الإفصاح الكامل عن معلومات المنتج أو الخدمة المعروضة.
- تشديد عقوبة الالتزام بالإعلام و الإعلان الإلكتروني، نظراً لدورهم الفعال في إقدام المستهلكين على الشراء من عدمه.
- لا بد من ادراج الشرط التعسفي ضمن القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- ضرورة تنظيم الدفع الإلكتروني وعدم الاكتفاء بذكر وسائله.
- تحسين إجراءات استخدام وسائل الدفع المستحدثة، لكي يتسنى للمستهلكين العمل بها بكل سهولة وأريحية.
- بما أن المشرع نص على حق العدول في قانون التجارة الإلكترونية، فمن الضروري اصدار التنظيم الخاص به في أقرب وقت، وكذا تعديل المهلة القانونية المنصوص عليها.
- يجب المحافظة على العلاقة الجيدة بين المستهلك والمورد الإلكتروني، لأن المستهلك يعتبر أداة تسويق للمنتج أو الخدمة في حال رضاه عنها.
- يعتبر رضا المستهلك في المعاملات الإلكترونية نقطة قد تعود بالفائدة على المورد، من خلال اقدام مستهلكين جدد على الشراء بفضل المستهلك الأول.

# قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

القوانين:

1. القانون رقم 03-11، المؤرخ في 26/08/2003، المتعلق بالنقد والقرض، المعدل والمتمم، ج ر، ع52، مؤرخة في 27/08/2003.
2. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج ر، ع41، مؤرخة في 27/06/2004.
3. القانون رقم 15-04 المؤرخ في 10/02/2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، ع06، مؤرخة في 10/02/2015.
4. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع28، مؤرخة في 16/05/2018.
5. القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10/06/2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر، ع34، مؤرخة في 10/06/2018.
6. القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10/06/2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع35، مؤرخة في 13/06/2018.

الأوامر:

1. الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26/09/1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، ج ر، ع78، مؤرخة في 30/09/1975.
2. الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26/09/1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، ج. ر، ع101، مؤرخة في 19/12/1975.
3. الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 8/06/1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، ج ر، عدد 49، مؤرخة في 06/11/1966.

المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، معدل ومتمم، ج ر، ع 05، مؤرخة في 31/01/1990.
2. المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10/09/2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، ع56، مؤرخة في 11/09/2006.

3. المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 2010/12/30، يتضمن التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء اول نوفمبر 2020، ج ر، ع 82، مؤرخة في 2020/12/30.

### ثانيا: المراجع

#### الكتب:

1. أحمد عصام منصور، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2019.
2. أمينة أحمد محمد أحمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016.
3. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط 1، الدار الجامعية، القاهرة، 2007.
4. زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من التغير والغش في العقود الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط 1، الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، الاردن، 2017.
5. سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
6. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، ط 1، الكتاب الأول مظاهر التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنيا، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002.
7. عبد المنعم احمد خليفة، الحماية القانونية للمستهلك في عقود توريد برمجيات الحاسوب (دراسة تحليلية مقارنة لتقرير حماية فعالة للمستهلك في مواجهة القوة الاحتكارية لشركات انتاج برمجيات الحاسوب)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2015.
8. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
9. مصطفى أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016.
10. هيثم حامد المصاروة، احمد عبد الرحمان المجالي، حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، ط 1، دراسة تحليلية في الفقه الإسلامي والقانون السعودي، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2015.

الرسائل الجامعية:

أ: رسائل الدكتوراه:

1. أميرة غباشة، الحماية القانونية للمستهلك في العقد الإلكتروني المبرم عبر الانترنت، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د. الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2020-2021.
2. بوزيان شايب، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2016.

ب: مذكرات الماجستير

1. انتصار بوزكري، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02، سطيف، 2012-2013.
2. خدوجة الذهبي، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني عبر عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2015.
3. عبد الله محمود ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009.
4. كريمة بوخالفة، النظام القانوني للتحويل المصرفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2014-2015.
5. محمد أمين سي الطيب، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان، 2008.
6. نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.
7. نعمة غدوشي، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 27 سبتمبر 2012.

المقالات والمدخلات:

1. سارة عزوز، الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار التجاري المضلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، ع 10، جامعة باتنة 1، 2017.
2. سليمة موسوني، براهيم يامة، حماية المستهلك في المرحلة السابقة للتعاقد الإلكتروني، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2020.
3. سمير شبهاني، ريمة عباس، الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 08، ع 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023.
4. سهام قارون، التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، ع 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2020.
5. صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك إلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 01، ع 01، جامعة سيدي بلعباس، 2019.
6. عبد العزيز زرداري، مواجهة الشروط التعسفية كألية لحماية المستهلك، مداخلة أقيمت في الملتقى الدولي السابع عشر، حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.
7. طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الأنترنت، دراسة مقارنة، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، 2014
8. عبد القادر الصادق، رافع احمد بالعبيدي، التزامات المورد الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2020.
9. عبد المجيد قادري، الوفاء الإلكتروني، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار عنابة، 2008.
10. عبد الله صفيح، فتحي بن جديد، حق المستهلك الإلكتروني في العدول بين الواقع والمأمول، مجلة صوت القانون، المجلد الثامن، ع 01، جامعة الجيلالي بونعامة، تيارت، 2021.
11. كاملة بوعكة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 17، ع 01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2022.
12. كريمة بركات، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد والمسؤولية المترتبة عن الإخلال به، دراسة مقارنة، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2020.

13. كمال فتحي، حيزوم بدر الدين مرغني، التزام المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية، كتاب جماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2020.
14. محمد الطاهر أديمين، حق العدول عن العقود الاستهلاكية عن بعد كآلية قانونية لضمان حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، ع01، جامعة الجزائر، 2020.
15. محمد مصطفى محمد عمر، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في العمليات المصرفية، المجلة القانونية (مجلة متخصصة في الدراسات والبحوث القانونية)، المجلد 07، كلية الحقوق، فرع الخرطوم، القاهرة، 2020.
16. مسعودة عمارة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، ع02، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البليدة 2012.
17. مصطفى بوادي، الدفع الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ومظاهر تطبيقه في التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد القضائي، ع 14، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.
18. نجاه حملاوي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، في ظل أحكام القانون 02/04 بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات، ع 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.
19. نصيرة غزالي، الحق في العدول كوسيلة قانونية الحماية المستهلك، مجلة آفاق علمية، المجلد 11، ع 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار للجي، الأغواط، 2019.
20. نورة بسعدي، النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن، مجلة القانون الدولي والتنمية، ع01، جامعة وهران 2، 2022.

# قائمة المحتويات

2	.....	مقدمة
7	.....	الفصل الأول: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد
8	.....	المبحث الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان الإلكتروني
8	.....	المطلب الأول: مفهوم الإعلان الإلكتروني
8	.....	الفرع الأول: تعريف الإعلان الإلكتروني
9	.....	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإعلان الإلكتروني
9	.....	المطلب الثاني: شروط الإعلان الإلكتروني وجزاء الإخلال به
10	.....	الفرع الأول: الشروط الواجب توافرها
11	.....	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلان الإلكتروني
12	.....	المبحث الثاني: حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني
13	.....	المطلب الأول: مفهوم حق الإعلام الإلكتروني
13	.....	الفرع الأول: تعريف الإعلام الإلكتروني
13	.....	الفرع الثاني: طبيعة الاعلام الإلكتروني
14	.....	الفرع الثالث: الشروط الواجب توافرها في الإعلام الإلكتروني
15	.....	المطلب الثاني: محل الالتزام بالإعلام الإلكتروني وجزاء الإخلال به
15	.....	الفرع الأول: محل الالتزام بالإعلام الإلكتروني
16	.....	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالإعلام الإلكتروني
19	.....	الفصل الثاني: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني خلال إبرام العقد
20	.....	المبحث الأول: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية
20	.....	المطلب الأول: مفهوم الشروط التعسفية

20	الفرع الأول: تعريف الشروط التعسفية
22	الفرع الثاني: أنواع الشروط التعسفية
23	الفرع الثالث: عناصر الشروط التعسفية
24	المطلب الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية
24	الفرع الأول: الرقابة القضائية
25	الفرع الثاني: الرقابة الإدارية
25	المبحث الثاني: حماية المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني
26	المطلب الأول: مضمون حماية خصوصية المستهلك الإلكتروني
26	الفرع الأول: تعريف المعطيات ذات الطابع الشخصي
28	الفرع الثاني: طرق تحريك المعطيات الشخصية
28	المطلب الثاني: آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات الشخصية وجزاء إخلاله بها
29	الفرع الأول: آليات تعامل المورد مع المعطيات الشخصية
29	الفرع الثاني: جزاء إخلال المورد بالمعطيات الشخصية
32	الفصل الثالث: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني اثناء تنفيذ العقد
33	المبحث الأول: تأمين الدفع الإلكتروني
33	المطلب الأول: ماهية الدفع الإلكتروني
33	الفرع الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني
34	الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية
37	المطلب الثاني: مخاطر الدفع الإلكتروني وضمائنه وجزاء الإخلال به
37	الفرع الأول: مخاطر الدفع الإلكتروني

38	الفرع الثاني: ضمانات تأمين الدفع الإلكتروني وجزاء الاخلال به.....
40	المبحث الثاني: حق المستهلك الالكتروني في العدول.....
40	المطلب الأول: تعريف الحق في العدول وتحديد شروطه.....
42	الفرع الثاني: شروط ممارسة حق في العدول.....
43	المطلب الثاني: مبررات حق العدول وأثاره.....
43	الفرع الأول: مبررات حق العدول.....
44	الفرع الثاني: آثار حق العدول.....
47	الخاتمة.....
50	قائمة المصادر والمراجع.....
56	الفهرس.....

## ملخص:

للتطور التكنولوجي أثر كبير على التجارة الإلكترونية بصفة عامة وعلى المستهلك بصفة خاصة، لأنه بحاجة ماسة لإتاحة المعلومات الأساسية المتعلقة بالمنتجات والخدمات المقدمة له عبر الشبكة الافتراضية، وذلك كي لا يكون عرضة للمخاطر.

ولصد هذه المخاطر سعى المشرع الجزائري لإصدار قانون التجارة الإلكترونية، والذي من خلاله فرض مجموعة من الضمانات القانونية التي تساهم في حفظ حقوقه وتعزيز ثقته، وفرض عقوبات على المورد الإلكتروني في حالة إخلاله بهذه الضمانات.

**الكلمات المفتاحية:** المستهلك الإلكتروني؛ المورد الإلكتروني؛ القانون 05-18؛ الضمانات القانونية؛ الحماية.

## Abstract

The technological development of e-commerce, the electronic transactions have become a sensitive point for the electronic consumer since he needs to provide basic information related to the products and services provided to him, in order not to be exposed to various possible risks.

To counter these risks, the Algerian legislature has adopted the electronic commerce law, through which he imposed a set of legal guarantees that contribute to preserving his rights and enhancing his confidence, and imposing penalties on the electronic supplier in case of violating these guarantees.

**Keywords:** The electronic consumer; the electronic supplier; law n°18-05; legal guarantees; protection.