

## أوجه الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية

### (عقد البيع الالكتروني نموذجاً)

أ/ رفاوي شهيناز

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

Achkinez@yahoo.com

### ملخص باللغة العربية:

في عصر التكنولوجيا ومع شيوع استعمال الانترنت في شتى المجالات التجارية أصبح للعقد الالكتروني أهمية بالغة تستدعي تكريس حماية قانونية فعالة لفئة ضعيفة هي فئة المستهلكين، وقد هدفت هذه الدراسة إلى بيان أوجه الحماية المدنية المقررة للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية بصفة عامة وعقد البيع الالكتروني بصفة خاصة، وبما أنه لم يصدر قانون ينظم معاملات التجارة الالكترونية إلى حد الساعة فإن هذا جعلنا نعمل على إسقاط القواعد القانونية الموجودة في إطار النظرية العامة على العقد الالكتروني، لكن تبين لنا أن هذه القواعد قاصرة وغير كافية مما يستدعي استحداث قانون جديد ينظم العقود والمعاملات الالكترونية بأسرع وقت كي يتواءم التشريع الجزائري مع التشريعات المقارنة.

**الكلمات الدالة:** التجارة الالكترونية، العقد الالكتروني، المستهلك، الحماية المدنية.

### Résumé:

À l'ère de la technologie et de l'utilisation généralisée d'Internet dans divers domaines commerciaux, le contrat électronique est devenu très important c'est pour ça il faut accorder une protection juridique efficace pour le consommateur faible. Le but de cette étude est de clarifier les aspects de la protection civile prescrits au consommateur dans les contrats de commerce électronique en général et le contrat de vente électronique en particulier, En absence d'une loi réglementant les transactions de commerce électronique, nous avons appliqué les règles juridiques dans la théorie générale sur le contrat électronique, mais nous avons constaté que ces règles sont déficientes, ce qui nécessite la promulgation d'une nouvelle loi pour réglementer les contrats et les transactions électroniques dès que possible.

### Mots-clés:

commerce électronique, contrat électronique, consommateur, protection civile.

إن التطور التكنولوجي الحديث في مجال الاتصالات والمعلومات أسهم في دخول الأجهزة الإلكترونية في مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، وهو ما أثر على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية، حيث أصبح الطريق ممهداً أمام نوع جديد من التّعاملات لم تكن معروفة من قبل، والتي تستخدم فيها وسائل الاتصال الحديثة على رأسها شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"، هذه الشبكة التي باتت مركزاً تجارياً يتّسع لجميع سكان الأرض ومهيمنة على غالبية النشاطات و الأعمال التجارية، حيث أصبحت العديد من المعاملات والعقود تبرم يومياً من خلالها، وتعتبر هذه العقود الإلكترونية جزءاً من التجارة المسماة بالتجارة الإلكترونية.

فبانتمت شبكة الإنترنت بدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات استعراض وإنشاء مواقع الويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال بها، وكنتيجة لتطوير وتحسين صفحات شبكة الويب على الإنترنت وسرعة انتشارها وكذا تزايد عدد مستخدميها قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها، فنشرت معلومات الأنشطة وإعلانات السلع والخدمات، إضافة إلى بيانات المنتجات بالرسوم والصور عبر شبكة الويب مع وصلات مرجعية للمنتجات، مما ساهم في نموّ تطبيقات التجارة الإلكترونية.

وقد أثر ظهور التجارة الإلكترونية بشكل كبير على النظام القانوني للعقود التقليدية، خاصة مع ظهور التسوق عبر الإنترنت وما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية في كثير من الأحيان، ومن ثمة فإنه نظراً لخصوصية هذا العقد فقد باتت مسألة حماية المستهلك مدنياً عبر الإنترنت من المسائل الهامة حتى لا يقع المستهلك ضحية للغش والاحتيال، وحتى يكون على بينة من أمره ويدرك حقيقة التصرفات التي يباشرها وطبيعة الأشخاص الذين يتعامل معهم.

وبما أن الثقة في السوق الإلكترونية تعد من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية فإنه يلزم توفير حماية قانونية له باعتباره الطرف الضعيف في مثل هذه العقود، وهذه الحماية سواء كانت في المرحلة السابقة على إبرام العقد أو في مرحلة إبرامه أو تنفيذه تعتبر مهمة جداً لأن المستهلك قد يخضع لشروط غير عادية ومجحفة بحقه.

وتهدف الدراسة إلى بيان أوجه الحماية المدنية المقررة للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بصفة عامة وعقد البيع الإلكتروني بصفة خاصة، خاصة وأن هذه الحماية تزداد أهميتها في عقود التجارة الإلكترونية عنها في العقود العادية، لأن المستهلك هنا يبرم عقداً مع محترف لا يعرفه ولا يعرف مكان تواجده، كما أنه لا يستطيع التأكد من مواصفات محل العقد إلا بقدر محدود من المعلومات.

وعليه يمكن القول أن إشكالية الدراسة تكمن في بيان مدى استيعاب المشرع الجزائري لنظرية الاستهلاك الحديثة هاته، وهو ما يدفعنا إلى طرح التساؤل التالي: ما هي أوجه الحماية المدنية التي قررها المشرع الجزائري لحماية

المستهلك في عقود التجارة الالكترونية ؟ وهل أوجد لها نطاقا قانونيا متكاملًا أم اكتفى بالقواعد العامة الواردة في القانون المدني ؟ وفي سبيل الإجابة عن هذه الإشكالية، ونظرا لعدم إمكانية التطرق لكافة أوجه الحماية المدنية لمحدودية حجم المدخلة، فإننا سنكتفي بالتركيز على أهم هذه الأوجه حرصا منا على معالجة الأهم من المهم.

وللإجابة عن هذه الإشكالية سنتبع المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع الحقائق والمعلومات والعمل على استخلاص أهم القواعد والأحكام للإحاطة بكل ما قيل في هذا الموضوع، كما سنستعمل المنهج التحليلي لتحليل مختلف النصوص القانونية التي سنت في هذا المجال بهدف توضيح الفكرة وإزالة الغموض.

## أولا - أوجه حماية المستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد الالكتروني

للمرحلة السابقة على إبرام العقد أهمية بالغة نظرا لما يتحدد فيها من حقوق والتزامات على عاتق طرفي العقد والتي في أكثرها تُقرر الحماية للطرف الضعيف، فهي تركز الوسائل الوقائية لحماية المستهلك عند الإقبال على التعاقد عبر شبكة الانترنت، من خلال حمايته من الإعلانات الالكترونية وتقرير حقه في الإعلام والتبصير.

### 1 - حماية المستهلك في مواجهة الإعلان التجاري الالكتروني

عادة ما تكون الأعمال التجارية الالكترونية مسبقة بشكل من أشكال الدعاية والإعلان عبر شبكة الانترنت أو بأية وسيلة الكترونية أخرى، وهذا ما جعل الإعلان من أهم آليات النشاط التجاري الالكتروني وتحقيق الربح عبر الشبكات الالكترونية، وعليه فإنه بحكم انتشار وتنوع أساليب هذه الإعلانات وتطورها التقني فإن المستهلك يني قراره بناء عليها في الإقبال على التعاقد من عدمه، فالمهني أحيانا يلجأ إلى استخدام أساليب دعائية مبنية على الغش والخداع والتضليل وذلك بذكر مواصفات خاطئة وغير صحيحة للمنتج المعلن عنه قصد دفع المستهلك إلى التعاقد.

### أ - قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الالكترونية

تقوم حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الالكترونية على قاعدتين أساسيتين، الأولى تتعلق باشتراط وضوح الإعلان الالكتروني والثانية تتعلق بمنع التضليل.

### - اشتراط وضوح الإعلان التجاري الالكتروني

يشترط في الإعلان الالكتروني أن يكون واضحا لا لبس فيه ولا غموض، يسمح للمستهلك إبرام العقد الالكتروني عن وعي حر مستنير، وبذلك يجب أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة مستنيرة للمستهلك وهو بصدد إبرام العقد.<sup>(1)</sup>

## - منع الإعلان التجاري الالكتروني المضلل

إن الإعلان الالكتروني مظهر من مظاهر المنافسة المشروعة وعامل من عوامل التسويق وأداة من أدوات إعلام الجمهور بالسلع والخدمات، فإذا كان الإعلان مضللاً أو خادعاً انعكس ذلك سلباً على المنافسة الحرة وحرمة المستهلك من حقه في معلومات صحيحة عن المنتجات المعلن عنها عبر شبكة الانترنت،<sup>(2)</sup> وحتى يؤدي الإعلان وظيفته الحماية لا بد أن تقتصر الرسالة الإشهارية على سرد خصائص السلع والخدمات بكل موضوعية بعيداً عن كل ما هو ذاتي وخيالي وتجنب المبالغة والتوهيل والمغالاة ليتمكن المستهلك من اختيار ما يناسبه من منتجات عن وعي.

ويقصد بالإعلان المضلل ذلك الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو من الممكن أن يؤدي إلى خداعه، إذ يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى غش وتضليل المخاطبين، أو هو ذلك الإعلان المتضمن معلومات قد تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط فيما يتعلق بعناصر جوهرية بالمنتج، وذلك من أجل إخفاء أو حجب الحقيقة عن المستهلكين الخاصة بالمنتج باستعمال أية وسيلة.<sup>(3)</sup>

وقد منع المشرع الجزائري الإعلان المضلل في المادة 13 من المرسوم التنفيذي 90-367<sup>(4)</sup> بنصه: "يمنع استعمال أية إشارة أو أي علامة أو أية تسمية خيالية، أو أي طريق للتقديم أو الوسم أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبساً في ذهن المستهلك"، كما نص المشرع في المادة 28 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>(5)</sup> على منع كل إشهار تضليلي لاسيما إذا تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.

## ب - الحماية المدنية للمستهلك من الإعلان التجاري الإلكتروني

لقد واجهت معظم التشريعات التدليس المتمثل في إيهام الشخص بغير الحقيقة عن طريق الحيل والخداع قصد تضليل الطرف الآخر ودفعه للتعاقد، والتدليس في العقود الالكترونية نوعان، الأول إيجابي يتمثل في القيام بوسائل احتيالية عبر شبكة الانترنت بغرض إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، والثاني سلبي يتمثل في سكوت أحد المتعاقدين عن ذكر بيانات معينة إذا كان من شأن العلم بها إحجام أو امتناع المتعاقد عم إبرام العقد الالكتروني.

ويشترط في الإعلان الالكتروني حتى يعتبر تدليسا توافر ثلاثة شروط، أولها يتمثل في الطرق الاحتيالية المستعملة لحمل المستهلك الالكتروني على التعاقد، وثانيها يتعلق بنية الوصول إلى غرض غير مشروع، وثالثها أن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد، وإذا ما توافرت هذه الشروط اعتبر الإعلان تدليسا ومن ثمة يمكن للمستهلك الذي أصيب بضرر من جراءه أن يستفيد من الحماية المدنية المقررة في القواعد العامة، والمتمثلة في رفع دعوى التدليس والمطالبة بإبطال العقد وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية، أو دعوى التنفيذ التعاقدية التي يطالب فيها المستهلك بتسليمه منتجا من ذات خصائص

الشيء المعلن عنه، إلى جانب حقه في المطالبة بالتعويض، غير أنه يمكن للمعلن أن يدفع عنه المسؤولية إذا ما أثبت أن المعلومات التي احتواها الإعلان الإلكتروني هي معلومات فنية وتقنية ويصعب على المعلن التأكد من صحتها.<sup>(6)</sup>

## 2 - حماية حق المستهلك في الإعلام والتبصير الإلكتروني

لما كانت الثقة تنطوي على المعرفة فرضت أغلبية القوانين الوطنية والدولية ومعايير الاتحاد الأوروبي على عاتق المهني المزود الإدلاء ببعض البيانات والمعلومات للمستهلك، لأن هذا الأخير يتعذر عليه في ظل التعاقد عبر الشبكة الرقمية الإحاطة بأوصاف السلعة ومميزات الخدمة قبل إبرام العقد، فطبيعة الانترنت وحدها يمكنها أن تفسر الأساس المنطقي لهذا الالتزام الذي يطرح الكثير من التساؤلات القانونية.

وعليه، فإن كان الالتزام بالإعلام يعتبر حجر الزاوية في جميع العقود فلا بد أن يعزز في العقود التي تبرم في البيئة الرقمية، لأن البيئة الإلكترونية تلعب دورا كبيرا في خلق مركز الضعف الذي يوجد فيه المستهلك، والذي تبدأ ملاحظته قبل التعاقد عن طريق الضغط الممارس عليه من خلال الدعاية الترويجية المضللة بشكلها الإلكتروني الحديث.

### أ - مفهوم الالتزام قبل التعاقد بالإعلام الإلكتروني

الالتزام قبل التعاقد بالإعلام الإلكتروني هو 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 ورضا سليم.<sup>(7)</sup>

ونستنتج من هذا التعريف أن هذا الالتزام يسبق التعاقد الإلكتروني، ويتمثل في التزام المزود بتبصير المستهلك من خلال إدلاءه بالمعلومات الشاملة عن كل ما يتعلق بالعقد المراد إبرامه عبر الوسيط الإلكتروني، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره فيتخذ القرار المناسب على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد الإلكتروني.<sup>(8)</sup>

وقد جسد المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بصفة عامة من خلال سلسلة من التشريعات التي تعنى بالمستهلك وفي أكثر من موضع، من بينها ما ورد في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>(9)</sup> الذي عنون الفصل الخامس منه بالزامية إعلام المستهلك، كم أوجب المشرع الإعلام المسبق للمستهلك بشروط العقد من أجل تحقيق نزاهة وشفافية العمليات التجارية في المرسوم التنفيذي 06-306 المحدد للعناصر الأساسية في العقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية<sup>(10)</sup>، وأكد المشرع على ضرورة تمكين المستهلك من معرفة ثمن وأسعار السلع والخدمات وشروط البيع في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

أما فيما يتعلق باللغة المستخدمة في تقديم المعلومات نلاحظ أن مختلف التشريعات المقارنة اشترطت ضرورة أن يتم إعلام المستهلك باللغة الوطنية، كي يكون على بينة ودراية ومعرفة بطبيعة العقد المراد إبرامه ومضمونه، ولكن هناك

خصوصية تتمتع بها شبكة الإنترنت، وهي أنها ذات طابع دولي وغير محصورة بدولة ما فقط، وإنما تعد سوقاً عالمية مفتوحة أمام الجميع، وهذه الخصوصية تثير مسألتين، تكمن الأولى في أن هناك العديد من الشركات التي تعمل على عرض السلع والخدمات من خلال تلك الشبكة وبلغات مختلفة، وبما أن اللغة الإنجليزية هي اللغة الشائع استخدامها عالمياً فإنه كان الأحرى بالتشريعات المقارنة النص على ضرورة أن تصاحبها ترجمة إلى اللغة الوطنية لأي دولة، بحيث تصبح المعلومة المقدمة واضحة ومفهومة وغير غامضة، أما المسألة الثانية فهي أنه لا بد من إعلام المستهلك في علاقاته التعاقدية الدولية أن العقد الذي يبرمه عقد ذو طابع دولي، حتى يكون على بينة بطبيعة العلاقة التي يعد طرفاً فيها، وتعد هذه المسألة ضرورة لحماية المستهلك لأن القانون الواجب تطبيقه قد يتم اشتراطه كبنود العقد، وبالتالي يجب إحاطته بهذا الشرط كي لا يتفاجأ بتطبيق قانون يختلف عن نظامه القانوني.<sup>(11)</sup>

### ب - محل الحق في الالتزام قبل التعاقد بالإعلام الالكتروني

إن وجود الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد هو ضرورة حتمية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين، فهو بمثابة صمام الأمان لتحقيق الرضا المستنير للمستهلك في العقود الالكترونية، ولا يختلف التاجر عبر الانترنت عن أي تاجر آخر، فهو ملزم بتمكين المستهلك من كل البيانات الضرورية لإتمام العقد، إذ يجب أن يكون العرض المقدم على شاشة الويب محدد بدقة ووضوح، ولا بد من ظهور كافة البيانات الإلزامية الخاصة بالتعاقد، كما يجب أن تكون كافة المعلومات صادقة وكافية وشاملة وذات طبيعة جوهرية.

ومن أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وتحد من إقباله على إبرام العقود الالكترونية هي عدم معرفته بشخصية المزود وعدم معرفة مواصفات المنتج أو السلعة محل العقد.

### - تحديد شخصية المهني أو مزود الخدمة

إن تحديد شخصية المهني أمر يحمل المستهلك على الاطمئنان قبل التعاقد، خاصة إذا كان هذا الاسم محل اعتبار، إذ توجد أسماء تجارية لأشخاص وشركات لها سمعة محلية ودولية تجعل من المستهلك يثق في تعاملاتها ومحتوى المعاملات الواردة على موقعها،<sup>(12)</sup> ويكون ذلك بتحديد الاسم والصفة واسم الشركة وطبيعتها القانونية وعنوانها أو مركز إدارتها الرئيسي، هذا في حالة ما إذا كان المتعاقد مؤسسة أو شركة، أما إذا كان شخصاً طبيعياً فيتوجب تحديد اسمه وعنوانه وصفته والبيانات الخاصة بتجارته كنوع التجارة ورقم سجله التجاري وغير ذلك.<sup>(13)</sup>

ويلاحظ مما سبق أن المعلومات المتعلقة بهوية المزود هي من أهم المعلومات التي يجب تبصير المستهلك بها في التعاقد الالكتروني حتى يتحقق الرضا الكامل له، وذلك أن المستهلك يهمل معرفة المزود الذي يتعاقد معه حتى يطمئن بأن هذا المزود حسن السمعة في تنفيذ التزاماته، كما أن المستهلك يهتم بالتعرف على هوية المزود الذي يتعاقد معه حتى يستطيع تقديم شكوى إلى جمعيات حماية المستهلك في حالة إخلال المزود بالتزاماته تجاه المستهلك.<sup>(14)</sup>

## - تحديد مواصفات المنتج أو الخدمة

تفرض تشريعات وقوانين حماية المستهلك على المزود أن يبين بوضوح الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعروضة، سواء أكانت الوسيلة شبكة الانترنت حيث يوضح ذلك من خلال الحاسوب المرتبط بالشبكة أو كانت الوسيلة عبر الهاتف.

ومن أهمّ الأمور التي لا بد للمزود أن يبينها للمستهلك ثمن السلعة أو الخدمة، إذ أنّ هذا الأخير لا يقدم على الشراء إلا إذا تناسبت قيمة السلع والخدمات مع إمكانياته المادية، فهو يحرص على أن لا يدفع في الشيء المتعاقد عليه أكثر من قيمته الحقيقية،<sup>(15)</sup> و لا يقتصر الالتزام على تبيان ثمن السلعة أو الخدمة فقط بل لا بد للمزود أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالصفة الجوهرية للشيء المبيع، خاصة إذا كانت هذه الصفة غير متوافرة بحسب المعتاد، وقد أكدّ المشرع الجزائري على ضرورة إعلام المزود المستهلك بشروط البيع أو تأدية الخدمة و كذا العناصر الأساسية المتعلقة بالمنتج، حيث نصت الفقرة الأولى من المادة 352 من القانون المدني الجزائري على أنه: " يجب للمشتري أن يكون عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

## ثانيا - أوجه حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني

إضافة إلى الحماية اللازمة للمستهلك قبل إبرام العقد الالكتروني لا بد من توفير ما يلزم من حماية لهذا الأخير أثناء إبرام العقد باعتباره الطرف الأضعف في هذه العلاقة التعاقدية، وذلك من خلال منحه العديد من الحقوق، فأغلب العقود التي تبرم عبر الانترنت لا يتوافر فيها تفاوض أو مساومة لذا تعتبر عقود إذعان يجب حماية المستهلك منها بتقرير حقه في تعديل الشروط التعسفية أو إبطالها، ولا يخفى علينا أن المستهلك الالكتروني يدي للمهني بمعلومات تتعلق بحياته الخاصة لذا يلزم القانون المهني أن يحمي كل البيانات التي يدي بها المستهلك وهو ما يعرف باحترام الحق في الخصوصية.

## 1 - حماية رضا المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية

تعتبر الشروط التعسفية من أهم ما يثقل التزام المستهلك باعتبارها شروطا مجحفة تنال من رضاه، لذلك قرر المشرع الجزائري أن أي شرط تعسفي يمكن للمستهلك المطالبة بإبطاله لأنه يمثل اعتداء على مصلحته.

### أ - مفهوم الشروط التعسفية

تناول المشرع الجزائري تعريف الشرط التعسفي في المادة 5/3 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث عرفه بأنه: " 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".

ولكي يعتبر الشرط تعسفياً يجب أن يتوفر عنصران هما:

- التعسف في استعمال القوة أو السلطة الاقتصادية للمهني، ويقصد به الوضع الاقتصادي القوي للمهني الذي يجعله يملك نفوذ وتفوق في التقنية عن المستهلك الذي لا يكون أمامه إلا القبول أو الرفض للتعاقد دون إمكانية مناقشة شروط العقد.

- الميزة المفرطة والمتجاوزة التي يحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد، وهو عنصر موضوعي يتعلق بتوفير مزايا مبالغ فيها للمهني. (16)

ومن أمثلة الشروط التعسفية شرط عدم الضمان الذي اعتبره المشرع الجزائري لاغياً في نص المادة 13 من القانون 03-09 التعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي نصت على حق المستهلك في الضمان ورتبت البطلان على الشرط المخالف لذلك.

ويمكن فيما يلي تحديد بعض الصور التي قد يمارسها المهني وينتج عنها اختلال في التوازن العقدي ويظهر من خلالها المستهلك كطرف ضعيف ليس بيده إلا الخضوع أو الرفض الكامل للتعاقد:

- وجود اختلال في الالتزامات المتقابلة أين يأخذ المهني حقوقاً والتزامات لا تقابلها حقوقاً وامتيازات مماثلة للمستهلك.

- الانفراد بتعديل العقد كتعديل الثمن مثلاً أو تعديل محل العقد دون أن يوافق المستهلك على ذلك، أو جعل العقد يتضمن شرط عدم المسؤولية، أو جعل عبء مصاريف النقل على عاتق المستهلك، وغيرها من التعديلات.

- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل المهني بأحد التزاماته. (17)

## ب - وسائل حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية

قررت أغلب التشريعات الوطنية وضع حماية للمستهلك الضعيف تتمثل في مظهرين هما:

### - تحويل القاضي سلطة تعديل عقد الإذعان

يجوز للقاضي مراجعة الشروط التي تضمنها العقد ومن بينها الشروط التعسفية، 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، كما أن المشرع لم يجز للمتعاقد أن يتفقا على سلب القاضي السلطة الممنوحة له، حيث جعل مثل هذا الاتفاق باطلا لمخالفته النظام العام. (18)

## - تفسير الشك في مصلحة الطرف المدعّن

وهو ما نصّت عليه المادة 112 من القانون المدني الجزائري، التي تضيء حماية للمستهلك في مواجهة الشروط التعسفية من خلال تفسير الشروط الغامضة التي يحيط الشك بحقيقة المقصود منها لمصلحة الطرف المدعّن وبما يحقق مصالحه.

## 2- حماية حق المستهلك الإلكتروني في الخصوصية

تعتبر المعلومات التي تتعلق بالشخص ذاته وتنتمي إلى كيانه كإنسان مثل اسمه وعنوانه ورقم هاتفه وغيرها من المعلومات و البيانات معلومات خاصّة، وهذه النوعية من المعلومات أصبحت على درجة كبيرة من الأهمية خاصة إذا ما اندرجت في بيئة إلكترونية، إذ أن إبرام المعاملات الإلكترونية تحتمّ على المستهلك الإفصاح عن هاتاه البيانات للمتعاقد معه، لذلك لا بد من احترام حق المستهلك في الخصوصية الذي يستوجب عدم نشر أي بيانات تتعلق بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة وكذا بياناتهم المصرفية.<sup>(19)</sup>

فالبيانات المعالجة إلكترونياً التي يتم من خلالها التعامل في نطاق التجارة الإلكترونية يجب الحفاظ على سرّيتها وخصوصيتها لتأمين هذه التجارة، ومن أجل تحقيق هذا الأمان تتبع النظم المعلوماتية وسائل عديدة تتسم بالسرية والقدرة على حماية البيانات، لأن ذلك سيؤثر سلباً في ازدهار التجارة الإلكترونية طالما أن البيانات الشخصية غير مؤمنة بطريقة كافية ويمكن اختراق الموقع المخزنة عليه ومن ثم سرقتها والاستفادة منها على وجه قد يسبب ضرراً بليغاً لهذا الشخص، سيما لو تعلقت هذه البيانات بحياته الخاصة.<sup>(20)</sup>

## أ- تعريف الحق في الخصوصية

إن تعريف الحق في الخصوصية أو حرمة الحياة الخاصة من أدق الأمور التي مازالت تثير النقاش والخلاف في القانون المقارن، وقد اختلف الفقه في تحديد معالم الخصوصية، ويذهب جانب من الفقه إلى تعريف الحق في الحياة الخاصة أنه "الحق في الخلوة"، فمن حق الشخص أن يظل مجهولاً غير معروف عند الناس بعيداً عن حب استطلاعهم ونظرهم، أو هو "حق الشخص في أن تركه يعيش وحده"، يعيش الحياة التي يرتضيها دون أدنى حد للتدخل، واستعمال مصطلح الخصوصية يقترب من السر، والسر يفترض فيه الكتمان.<sup>(21)</sup>

والمشرع الجزائري لم ينص بشكل صريح ومباشر في القانون المدني عن حماية الحق في الحياة الخاصة، ولم نجد إلا إشارة إلى ضمان الحقوق الملازمة للشخصية طبقاً لنص المادتين 47، 48 من ق.م.ج، كما نجد أنّ الدستور الجزائري وفي المادة 34 منه نصّ على أنه: "تضمن الدولة عدم انتهاك حرمة الإنسان". وفي المادة 39 منه نصّ على أنه: "لا يجوز انتهاك حرمة حياة المواطن الخاصة وحرمة شرفه، ويحميها القانون ... سرية المراسلات والاتصالات الخاصة بكل أشكالها

مضمونة"، وفي المواد 303 و303 مكرر من قانون العقوبات<sup>(22)</sup> جعل الاعتراف على حرمة الحياة الخاصة جريمة يعاقب عليها القانون.

### ب - مجال تحريك البيانات الشخصية

يتبادل المستهلك والمهني عبر الانترنت المعلومات بوسائل الكترونية عديدة مثل البريد الالكتروني ونظام التبادل الالكتروني للبيانات.

### - عن طريق البريد الالكتروني

تقوم فكرة البريد الالكتروني على تبادل الرسائل الالكترونية والملفات والصور والرسوم والأغاني والبرامج وغيرها، عن طريق إرسالها من المرسل إلى شخص أو أكثر باستعمال عنوان البريد الالكتروني للمرسل إليه بدلا من عنوان بريده التقليدي، ويشبه صندوق البريد الالكتروني صندوق البريد العادي، فلكل مشترك صندوق بريدي عبر الانترنت مع وجود فارق جوهري أنه في صندوق البريد الالكتروني توجد الرسائل المرسله وكذا الرسائل التي سبق إرسالها وحتى الرسائل الملغاة.

### - عن طريق التبادل الالكتروني للبيانات

عرف قانون الاونسترال النموذجي للتجارة الالكترونية في المادة 2 منه تبادل البيانات الالكترونية بأنه: " نقل المعلومات الكترونيا من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات"، وتستخدم تقنية التبادل الالكتروني EDI لغرض تبادل المعلومات والاستفسارات عن السلع وأسعارها وإصدار أوامر الشراء والاستفسار عن وقت شحنها ووصولها، فيتم إرسال العمليات التجارية بعد إعدادها وفق معيار خاص صمم لهذه التقنية،

وهناك ثلاث طرق لاستخدام تقنية تبادل البيانات الالكتروني EDI لإتمام العملية التجاري الكترونيا، الطريقة الأولى تتمثل في الاتصال المباشر وهي مكلفة جدا، والطريقة الثانية من خلال الشركات الوسيطة مباشرة، والطريقة الثالثة تكمن في استخدام تقنية تبادل البيانات الالكتروني من خلال الانترنت EDI/INTERNET وهي أقل تكلفة ولا تتطلب استثمارا ضخما في تقنية المعلومات لذلك لاقت رواجاً كبيراً في بيئة الشركات الصغيرة والمتوسطة.<sup>(23)</sup>

### ثالثاً - أوجه حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني

لاشك أن حماية المستهلك الالكتروني يجب أن تمتد إلى مرحلة تنفيذ العقد بعد إبرامه، وذلك حتى تكون حماية المستهلك تامة على أكمل وجه وفي مختلف عقود التجارة الالكترونية التي يبرمها، وبما أن أغلب العقود التي تتم بين المهني أو المزود والمستهلك سواء تقليدية أو الكترونية هي عقود بيع وشراء تنصب على السلع وتقديم الخدمات فقد كان لزاماً علينا تسليط الضوء على الحماية المقررة للمستهلك في هذه المرحلة، سواء كانت هذه الحماية طبقاً للنظرية العامة للعقد أو حماية مستحدثة.

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

## 1 - حماية المستهلك طبقا للنظرية العامة للعقد

ينشأ عن عقد البيع سواء كان الكترونيا أو تقليديا التزامات على عاتق المهني وهي في الوقت ذاته تعتبر حقوقا للمستهلك يجب تفعيلها، وتتعلق بضمان العيوب الخفية وكذا ضمان التعرض والاستحقاق.

### أ - حق المستهلك في ضمان العيب الخفي

الالتزام بضمان العيوب الخفية تستلزمه طبيعة الأشياء وقصد المتعاقدين، فالمستهلك الذي يتعاقد الكترونيا مع المزود من أجل شراء سلعة معينة يفترض فيها أنها خالية العيوب وصالحة للغرض الذي اشتراها من أجله، ولو كان يعلم ما بها من عيوب لما أقدم على شرائها ولما دفع فيها الثمن المسمى<sup>(24)</sup>.

### - تعريف العيب الخفي في المنتوجات

عرف بعض الفقه العيب الخفي في المبيع بأنه: " كل ما يعرض للمبيع فيجعله غير ملائم أو يؤثر على إمكانية تصريفه أو يعوق استعماله العادي ويجب أن يعتد بكل ذلك قانونا "، وعرفه البعض الآخر بأنه: "عدم قابلية المبيع للاستعمال المعد له إما بحسب طبيعته أو تبعا لإرادة الطرفين، أو التدني اللاحق بهذه القابلية بشكل لم يكن ليرضى به المشتري، أو ما كان قد رضي به إلا بثمان أقل " <sup>(25)</sup>.

وعليه فإن العيب الذي يلحق بالمبيع هو العيب الذي يصيب المنتوج سواء في الأوصاف أو الخصائص بحيث يجعله غير صالح للهدف المعد من أجله أو يؤدي إلى إتلاف المنتوج أو إنقاص قيمته ومنفعته وغيرها من العيوب الخفية. <sup>(26)</sup>

وقد تعرض المشرع الجزائري للعيب الخفي في متن المادة 379 من القانون المدني التي نصت على ما يلي: " يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله ".

وباعتبار أن أكثر ما يهتم المستهلك هو صحته فإن استخدام بعض المنتوجات قد يثير أحيانا كارثة حقيقية، وبالتالي فإن ضمان سلامة المستهلك أصبح التزاما جوهريا على المزود أو المورد، وعليه في حالة وجود عيب في المنتوج يشكل ضررا على صحة المستهلك يمكن لهذا الأخير إبلاغ الجهات المختصة، بالإضافة إلى إعلام الجمهور بواسطة وسائل الإعلام، وكذا سحب السلعة من الأسواق واسترداد السلع التي جرى بيعها، أو تأجيرها وإعادة الثمن المدفوع، أو استبدال السلع، ولكن هذه الإجراءات لا تحول دون رجوع المستهلك على المزود بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء استخدام المنتوج المعيب. <sup>(27)</sup>

## - شروط ضمان العيب الخفي

حرصاً على استقرار المعاملات فقد اشترط المشرع الجزائري على غرار بقية التشريعات توافر شروط معينة في العيب تتمثل فيما يلي:

- يجب أن يكون العيب مؤثراً بحيث ينقص من قيمة المنتج نقصاً محسوساً وغير صالح للاستعمال في ما أعد له، وهذا حسب الفقرة 1 من المادة 379 من القانون المدني الجزائري، وعليه فإذا كان العيب خفيفاً أو طفيفاً بحيث لا يترتب عليه سوى نقص في بعض الأمور الثانوية الكمالية بالنسبة للمستهلك فلا يكون موجبا للضمان، وكذلك لا يكون موجبا للضمان العيب المتسامح به عرفاً، أي العادة التي درج الناس على إتباعها في وقت معين مع اعتقادهم الراسخ بالزاميتها ووجوب تطبيقها، كاحتواء القمح كمية مألوفة من التربة مثلاً، والمبيعات التي لا تعرف حقيقة حالها إلا بإحداث تغيير فيها، كالبطيخ مثلاً، وعلى كل حال فإن تقدير ما إذا كان العيب مؤثراً أم لا أمر يعود للقاضي.

- يجب أن يكون العيب خفياً وكان موجوداً وقت التعاقد وليس بوسع المستهلك أن يتبينه أو يكتشفه ولو فحص المنتج بعناية الرجل العادي، ولكن كاستثناء على هذه القاعدة أجاز المشرع الجزائري الاستفادة من أحكام ضمان العيب الخفي حتى وإن كان العيب ظاهراً، وذلك في حالتين، الأولى أن يكون المهني قد أكد للمستهلك خلو المبيع من العيوب ويقع على عاتق المستهلك عبء إثبات ذلك، والثانية إذا أثبت المستهلك أن المهني قد تعمد إخفاء العيب غشاً منه إذ لا يجوز أن يستفيد المهني من غشه.

- يجب أن يكون العيب قديماً أي موجوداً قبل انتقال ملكية المنتج إلى المستهلك أو عند انتقالها كحد أقصى، أما إذا كان العيب لا يظهر إلا بعد انتقال ملكية المنتج إلى المستهلك كما في حالة شراء كبش به جرثومة فإن الضمان يكون واجباً على المهني.

- يجب ألا يكون العيب معلوماً لدى المستهلك لأن علمه به يدل على رضاه فيسقط حقه في الضمان، والعبارة بتاريخ العلم بالعيب في المنتج وهو وقت التسليم أو وقت الفرز لأنه الوقت الذي يتاح فيه عملياً للمستهلك الإلكتروني الاطلاع على المنتج ومن ثمة اكتشاف العيب، وبعد فحص المبيع وإخطار المهني بالعيب في الفترة المعقولة ولم يستجب كان على المستهلك رفع دعوى الضمان خلال سنة من وقت تسلم المنتج فعلياً وتجزئاً المادة 383 من القانون المدني الجزائري الاتفاق على مدة أطول من سنة.<sup>(28)</sup>

## - المسؤولية عن المنتج المعيب

سعى المشرع الجزائري إلى سد القصور الذي شاب أحكام ضمان العيب الخفي باستحداث نص المادة 140 مكرر بموجب القانون 05-10<sup>(29)</sup>، والذي كرس من خلاله بشكل صريح مسؤولية المنتج عن العيب في منتجاته

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

واستحدثت مبدأ مسؤولية الدولة عن تعويض الأضرار الجسمانية بفعل المنتجات المعيبة في حال انعدام المسؤول وذلك من خلال المادة 140 مكرر 2.

وحتى تثبت المسؤولية في جانب المهني أو المزود لا بد من وجود منتج معيب ووجود ضرر يمس المصالح المادية أو المعنوية للمستهلك بشرط أن يكون محققاً ومباشراً، بالإضافة إلى وجود علاقة سببية بين الضرر وعيب المنتج، أي أن يكون الضرر ناتج عن هذا العيب.

وبقيام المسؤولية فإنه يثبت للمستهلك الإلكتروني ما يثبت للمستهلك العادي من الحق في مطالبة المزود أو البائع باستبدال المبيع أو إصلاحه، أما إن لم يتمكن هذا الأخير من ذلك فإنَّ المستهلك مخير بين ردِّ المبيع واسترجاع ثمنه أو الاحتفاظ به و المطالبة بإنقاص الثمن حالة كون العيب بسيطاً، هذا ما نصت عليه المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، غير أنَّ الأمر لا يقتصر على ذلك فقط، بل أن المشرِّع الجزائري مكَّن المستهلك من أمر محترف مؤهل بإصلاح المنتج المعيب على نفقة البائع، فضلاً عن مطالبة هذا الأخير البائع بدفع تعويض، نتيجة الضَّرر الذي أصاب المستهلك في نفسه أو أملاكه جراء هذا العيب، وهو ما أوضحته المادتان 6 و18 من المرسوم نفسه.

#### ب - حق المستهلك في ضمان عدم التعرض والاستحقاق

يلتزم المهني أو المزود في التعاقد عبر شبكة الإنترنت بالامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة المستهلك من الانتفاع بالمبيع أو الخدمة وفقاً للغاية المرجوة منهما، وهذا يتطلب تمكينه من الانتفاع به بطريقة هادئة ومستقرة فلا يتعرض للمستهلك شخصياً، ولا يسمح للغير بالتعرض له، وهذا الالتزام يتفق وطبيعة الالتزام الذي يقع على عاتق البائع المنصوص عليه في القواعد العامة المنظمة لعقد البيع.

ويتفق معظم الفقه على فحوى الالتزام بضمان التعرض وهو " ضمان البائع كل فعل صادر من نفسه أو غيره، ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه ".<sup>(30)</sup>

#### - ضمان التعرض الشخصي

يلتزم المهني بضمان التعرض الشخصي من خلال الامتناع عن أي عمل من شأنه أن يعيق انتفاع المستهلك بالمنتج، ويشمل هذا الضمان الأعمال المادية والقانونية، ويقوم التعرض المادي بإحدى الأفعال المادية التي من شأنها الحيلولة دون انتفاع المستهلك بالمنتج بشكل جزئي أو كلي، مثل قيامه بالاستمرار في استغلال الأرض التي باعها، أما التعرض القانوني فهو يتمثل في ادعاء المهني أن له حق في مواجهة المستهلك، وفي هذه الحالات يحق للمستهلك رفع دعوى على أساس الإخلال بالتزام عقدي ألا وهو الالتزام بضمان عدم التعرض.<sup>(31)</sup>

وعند تطبيق القواعد العامة في ضمان التعرض والاستحقاق على عقد البيع الإلكتروني، يتبين أنه قد يكون تعرضاً مادياً من قبل البائع، كأن يقوم هذا الأخير بإرسال فيروس عن بعد من خلال جهاز المودم الموجود داخل جهاز الحاسوب الخاص بالمشتري الذي يتم من خلال شبكة الإنترنت، فيتسبب في إتلاف النظام المعلوماتي للمشتري كلياً أو جزئياً، فنستنتج أنّ التعرض المادي من قبل البائع لا انتفاع المشتري بالشيء المبيع

قد تحقق، سواء أكان كلياً أم جزئياً، فبمجرد توجيه المزدود الفيروس عبر شبكة الإنترنت فإن ذلك يؤدي إلى التعرض للانتفاع المستهلك بملكية البرنامج، كما تجدر الإشارة إلى أن التعرض في عقد البيع الإلكتروني ليس تعرضاً مادياً ملموساً، إنّما يعدّ تعرضاً معنوياً غير ملموس.<sup>(32)</sup>

ويتوجب ضمان المهني بعدم التعرض توافر شرطين، يكمن الأول في وقوع التعرض فعلاً لأن احتمال وقوعه لا يلزم المهني بالضمان، ويتمثل الثاني في أن يؤدي التعرض إلى منع الانتفاع الكلي أو الجزئي للمبيع.<sup>(33)</sup>

### - ضمان التعرض الصادر من الغير

إنّ ضمان التعرض و الاستحقاق لا يقتصر فقط على شخص البائع إنّما يمتد إلى الغير الذي يثبت له وقت البيع حق على المبيع يحتج به على المشتري وينازعه في ملكيته للشيء المبيع، لذلك كان لا بد أن يضمن البائع عدم التعرض الصادر من أجنبي عن العقد، وذلك عند تعرض هذا الأخير للمشتري حال انتفاعه بالشيء المبيع سواء أكان كله أو بعضه، فالبائع ملزم بالضمان و لو كان للغير حق ثبت له بعد البيع و قد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه.

وهذا ما أقرّه فعلاً المشرع الجزائري بنص المادة 371 من القانون المدني، وباستقراءنا لما ورد في هذه المادة نستنتج أنّ ضمان التعرض من الغير للانتفاع بالمبيع لا يتمثل فقط إلا بشكل قانوني ولا يقتصر على مجرد التعرض المادي للانتفاع بالمبيع، إذ لا بد أن يكون قانونياً و أن يكون سبب الاستحقاق سابقاً على البيع كما يمكن أن يكون لاحقاً، على أن يكون هذا السبب راجعاً إلى البائع نفسه، أي أنّ البائع لا يمكن أن يستبعد مسؤوليته عن التعرض الصادر من الغير بإثبات حسن نيته أو إقامة الدليل على أنه قام بالعناية الواجبة لتحقيق هذه النتيجة التي هي ضمان عدم التعرض الصادر من الغير.

وفي حال حصول التعرض الصادر من الغير فإنّ البائع يكون ملزماً بدفع ذلك التعرض، أي ضمانه، فيكون البائع بذلك منفذاً لالتزامه تنفيذاً عينياً، أمّا إذا ما أثبت الغير استحقاقه للمبيع فإنّ البائع ملزم بالضمان عن طريق التعويض، وإذا ما أخطر المشتري البائع بدعوى الاستحقاق و لم يتدخل البائع في الدعوى و جب عليه الضمان، إلا إذا أثبت أنّ الحكم الصادر في الدعوى كان نتيجة خطأ جسيم أو تدليس صادر من المشتري.

والتعرض القانوني للانتفاع بالمبيع الصادر من الغير في عقد البيع الإلكتروني قد يتمثل في حالة شراء شخص لوحة فنية محمّلة بحق للغير، مما يطرح مشكلة استحالة علم المشتري بحق الغير في المبيع، لذلك و في سبيل توفير حماية كافية

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

للمستهلك الإلكتروني لا يجوز إنقاص الضمان أو الاتفاق على إسقاطه، غير أنه تجوز زيادته بالقدر الذي يفيد المستهلك. (34)

## 2 - الحماية المستحدثة للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

تعتبر حقوق المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد من الضمانات الأساسية للانتفاع بالمنتج محل التعاقد، وقد توجهت التشريعات الحديثة إلى إضافة حماية جديدة للمستهلك، وسنسلط الضوء في دراستنا هذه على حق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني باعتبارها من أهم الوسائل التي لجأت إليها التشريعات الحديثة لحماية رضا المستهلك.

### أ - مفهوم الحق في العدول

إنّ حق المستهلك في العدول أو رخصة الرجوع عن العقد تعتبر في الواقع الآلية القانونية الأساسية المعدّة لضمان حماية فعّالة للمستهلك الإلكتروني، فهو حق يستطيع من خلاله هذا الأخير أن ينقض اتفاه مع المزود في مهلة معينة والتي تسمى بمهلة التروي أو التفكير.

وعليه فإن الحق في العدول يقصد به تمكين المستهلك من التحلل من العقد بتقدير كامل لإرادته وفقاً لضوابط قانونية، وهناك عدة عوامل استدعت ضرورة استحداث هذا الحق، أولها تتمثل في صفة الاحتراف عند التاجر الذي يستعمل كل الدعايات من أجل إقناع المستهلك بالتعاقد معه، وثانيها يتمثل في ضعف خبرة المستهلك في هذا المجال، في حين يتمثل ثالثها في الضغوطات التي تمارس على المستهلك لدرجة يقدم على شراء سلعة خارج نطاق إرادته.

ومن خصائص الحق في العدول أن مصدره محدد بالقانون والاتفاق ويتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك دون حاجة للجوء إلى القضاء ودون اشتراط موافقة الطرف الآخر بل ودون الحاجة إلى إثبات أي وسيلة من وسائل التأثير أو الخداع.

### ب - إجراءات ممارسة الحق في العدول

لم يتم تحديد طريقة أو شكل معين يتم فيه تعبير المستهلك عن عدوله، لذلك وضماناً لحقوق المستهلك يمكن له أن يختار أية وسيلة تعبر عن عدوله كأن تكون عن طريق البريد الإلكتروني مثلاً، وهذا الحق يبقى خاضعاً لتقدير المستهلك إن شاء قام به وإن شاء امتنع دون أن يكون مطالباً بتقديم تبرير عن ذلك.

وقد حددت التشريعات مهلة الحق في العدول، فالتوجيه الأوروبي حددها بـ 7 أيام، في حين حددها المشرع الفرنسي بـ 15 يوماً، ويبدأ سريانها من تاريخ التسلم بالنسبة للسلع ومن لحظة الاستغلال بالنسبة للخدمات، وإذا استعمل المستهلك حقه هذا في المدة القانونية كان على المهني الالتزام برد الثمن في مدة أقصاها 30 يوماً طبقاً لما قضى

به التشريع الفرنسي، فإذا انقضت هذه المدة ولم يقيم المهني بإرجاع الثمن فإن كل يوم تأخير يصاحبه فوائد لصالح المستهلك.

وممارسة المستهلك لحقه في العدول يستتبع نقض العقد السابق إبرامه، ويترتب على ذلك التزام برد السلعة إلى المهني أو التنازل عن الخدمة، وفي مقابل ذلك فإن المستهلك لا يتحمل أية جزاءات أو مصروفات فيما عدى المصاريف المحتملة لإرجاع المنتج.<sup>(35)</sup>

## خاتمة

منذ أن صارت شبكة الإنترنت تشكّل الجهاز العصبي لحجم لا يستهان به من المعاملات الجارية عبرها أصبحنا نشهد الكثير من المشاكل التي أفرزتها طبيعة المعاملات الإلكترونية لما فيها من إجحاف في حق المستهلك، لذا فقد عرضنا من خلال هذه الدراسة أهم وأبرز حماية يمكن أن تطوق المستهلك و تلبسه درعا يصعب من خلاله على الطرف الآخر اختراقه، وهي الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية.

وتتمثل أهم النتائج التي خرجنا بها من هذه الدراسة فيما يلي:

**1 -** إن حاجة المستهلك الإلكتروني للحماية لمن أهم الواجبات التي ينبغي على كل الدول الاهتمام بها بسبب ما غزا العالم من مخاطر تلابس نشوء التجارة الإلكترونية، والتي تفرض أوضاعاً ينال فيها التجار المحترفون من أمان المستهلك باستخدام وسائل الترويج الحديثة، كإعلانات الإلكترونيّة المضلّة والكاذبة، فضلاً عن تحرير عقود تتضمن شروط تعسفية ومعدة مسبقاً، مما يكشف عن عدم التكافؤ بين طرفي العلاقة التعاقدية ووجود أشكال جديدة من السلع التي تنطوي على مخاطر وأضرار فادحة.

**2 -** إن الحماية المدنية المقررة للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بصفة عامة وعقد البيع الإلكتروني بصفة خاصة مازالت تراوح مكانها لعدم ظهور ملامحها بصفة واضحة من جانب التشريع الذي شهد فراغاً كبيراً.

**3 -** تشمل الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني عدة مراحل، منها ما يكون عند التفاوض أي قبل إبرام العقد، ومنها ما يكون عند إبرام العقد، ومنها ما يكون عند تنفيذه، فهذه المراحل كونت أسس الحماية التي يستطيع المستهلك كطرف ضعيف حماية نفسه بها.

وتتمثل الحماية المدنية للمستهلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد الإلكتروني في تكريس حقه في مواجهة الإعلانات التجارية وفي حقه في الإعلام والتبصير من خلال تحديد شخصية المزود ووصف المنتج محل التعاقد، بينما تتمثل في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية وكذلك في حماية البيانات الخصوصية للمستهلك، في

حين تكمن هذه الحماية في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني في ضمان العيوب الخفية وضمان التعرض وكذا الحق في العدول عن العقد.

**4 -** بغض النظر عن عدم وجود قانون ينظم معاملات التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري فإن هذا لا يمنع إعمال القواعد العامة التي تضمن حقوق عامة تنطبق على العقد الإلكتروني.

**5 -** بالرغم من محاولتنا إسقاط الحلول القانونية الموجودة في إطار النظرية العامة للعقد على وضع المستهلك الإلكتروني من أجل حمايته إلا أنها تبقى قاصرة، وذلك لعدم كفايتها أو لصعوبة إعمالها، خاصة في ظل غياب تشريع خاص يحمي المستهلك الإلكتروني وينظم تعاقدته عن بعد.

وبعد الوقوف على أهم النتائج المتوصل إليها يمكن أن نقترح مجموعة من التوصيات:

**1 -** يجب أن يتدخل المشرع الجزائري لتعديل أحكام قانون الاستهلاك الحالي بإدراج مواد تنظم المعاملات الإلكترونية من أجل تحقيق حماية فعالة للمستهلك، إضافة إلى تعديل القانون التجاري ليشمل بابا خاصا بالتجارة الإلكترونية.

**2 -** يجب العمل على تعزيز دور جمعيات حماية المستهلك المتواجدة في الجزائر من أجل زرع ثقافة الفهم القانوني للنصوص القانونية وكذا ثقافة إبرام العقود الإلكترونية خاصة الجانب المتعلق بالحماية، والقيام بالحملات التوعوية لتعريف المستهلكين بحقوقهم وواجباتهم أثناء التعاقد الإلكتروني وتكثيفها من خلال وسائل الإعلام.

**3 -** لا بد كذلك من تكثيف الاهتمام بقسم حماية المستهلك على مستوى وزارة الاقتصاد الوطني من خلال الدعم المالي وتوسيع الاختصاص وإضافة خبرات لهذا القسم لمواكبة التطورات.

**4 -** استحداث قانون جديد ينظم العقود والمعاملات الإلكترونية بأسرع وقت كي يتواءم التشريع الجزائري مع التشريعات المقارنة.

**5 -** يجب مراعاة اللغة الأم للمستهلك باعتبارها وسيلة مهمة في فهم المستهلك لمحتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم عليه.

**6 -** ينبغي العمل على تخصيص ندوات ودورات تدريبية خاصة بدراسة المعلوماتية القانونية لرجال القضاء، بهدف إعداد كوادر متخصصة في قضايا المستهلك وخصوصا في التعاقد الإلكتروني، لأن هذا الموضوع أصبح ضرورة اجتماعية واقتصادية، إلى جانب إنشاء فرع قضائي يختص بالنظر في المنازعات الإلكترونية.

## قائمة المراجع (الهوامش):

- (1) فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 69.
- (2) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 148.
- (3) زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009، ص 189.
- (4) المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج ر، العدد 83، الصادر بتاريخ 2005/12/25.
- (5) القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بالقانون رقم 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج ر، العدد 46، الصادر بتاريخ 2010/08/18.
- (6) 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، فلسطين، 2009، ص 45-47.
- (7) إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 95.
- (8) بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02، سطيف، 2013/2012، ص 20.
- (9) القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 2009/03/08.
- (10) المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، العدد 56، الصادر بتاريخ 2006/09/11.
- (11) طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة)، مجلة الجامعة العربية للبحوث، ص 72.
- (12) محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 129.
- (13) بن غيدة إيناس، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعقد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014، ص 41.
- (14) عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 58.
- (15) عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 9999.
- (16) خلوي عنان نصيرة، 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، ص 33.
- (17) بن غيدة إيناس، المرجع السابق، ص 55-56.
- (18) بوزكري انتصار، المرجع السابق، ص 39-40.
- (19) هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 67.
- (20) فلاح فهد العجمي، المرجع السابق، ص 98.
- (21) خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص 41.
- (22) الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.
- (23) خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص 45-46.
- (24) زريقات عمر خالد، عقد البيع عبر الانترنت، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الحامد للتوزيع والنشر، الأردن، 2007، ص 223.
- (25) آمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، الطبعة الأولى، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2010، ص 259.
- (26) زعموش محمد، حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد، دراسة منشورة في حوليات جامعة منتوري، قسنطينة، العدد 6، 2005، ص 101.
- (27) عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 111.

- (28) خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص ص 53-55.
- (29) القانون رقم 05-10 المؤرخ في 26 يونيو 2005، ج ر عدد 24 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني.
- (30) فتحي عبد الرحيم عبد الله، الوجيز في العقود المدنية المسماة، منشأة المعارف، القاهرة، د.س.ن، ص 167.
- (31) توفيق حسن فرج، الوجيز في عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص 120.
- (32) خالد إبراهيم ممدوح، المرجع السابق، ص 188.
- (33) بن غيدة إيناس، المرجع السابق، ص 93.
- (34) بوزكري انتصار، المرجع السابق، ص 50-52.
- (35) انظر إلى: خلوي عنان نصيرة، المرجع السابق، ص 71 وما بعدها.