

مبدأ السرية والإفشاء في بيانات طرفي العقد الإلكتروني

The principle of confidentiality and information in the data of the parties
in the electronic contract

1. Maamar Benali

Faculty of Law and Political Science.

University of Lghouat - Algeria

Maa.benali75@lagh-univ.dz

2. AbdelMalek Dah

Faculty of Law and Political Science.

University of Lghouat – Algeria

malekdine75@gmail.com

1. معمربن علي*

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة الأغواط - الجزائر

Maa.benali75@lagh-univ.dz

2. عبد المالك الدح

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة الأغواط - الجزائر

malekdine75@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/09/22

تاريخ الاستلام: 2019/08/16

ABSTRACT:

The Electronic contracts are characterized by rapid performance and mutual trust between contractors, resulting in guarantees related to the consumer and Conversely obligation of the Electronic supplier, so he must inform to the consumer about the character of goods or services and his personality, and also the Electronic supplier is obliged not to disclose information concerning the consumer because of its importance to the consumer, naturally the Electronic contracts may be resulted some risks, such as the Electronic supplier don't declare their true statement of his information. From this point on, we want to study the guarantees relating to the consumer and the responsibility of the Electronic supplier to inform the consumer about his personality.

Key words: Consumer Electronics. Electronic supplier, obligations, risks.

ملخص باللغة العربية:

تتميز العقود الإلكترونية بالسرعة في الأداء والثقة المتبادلة بين المتعاقدين، مما ينجر عنهما ضمانات متعلقة بالمستهلك الإلكتروني، وتقابلها التزامات من قبل المورد الإلكتروني؛ لذا على هذا الأخير أن يلتزم بإعلام المستهلك، بما يتضمنه العقد من بنود تخص صفة السلع أو الخدمات. وبطبيعة الحال فالتعاقد الإلكتروني؛ قد ينجر عنه بعض المخاطر: كحالة عدم التزام التاجر المهني بالتصريح الحقيقي لمعلوماته، ومن هذا المنطلق؛ نقوم بدراسة عن الضمانات المتعلقة بالمستهلك، وما يقع على عاتق المورد من إعلام المستهلك بشخصيته.

كلمات مفتاحية: المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني، الالتزامات، المخاطر.

* المؤلف المرسل

مقدمة:

إن التطور السريع في شبكة المعلوماتية العالمية، أدى إلى ظهور عقد من نوع خاص، وهو العقد الإلكتروني، الذي يتم بوسيلة الكترونية، وتعمل هذه الوسيلة، على تقريب إرادة طرفي العقد من خلال الإيجاب والقبول، والتي من خلالها ينعقد هذا العقد، بالشروط المتفق عليها عن بُعد؛ فهذه العقود، ساهمت في تطور حركية التجارة الدولية والوطنية؛ مما سمح بإبرام العديد من العقود بسرعة وبسهولة تامة؛ لما يتمتع به هذا الأخير من خصائص؛ إلا أن عقد البيع الإلكتروني أظهر بعض الفجوات والمخاطر التي قد تنتج عنه كعدم توافق وقصور الضمانات التقليدية لعقد البيع الإلكتروني. لذا سارعت بعض الدول إلى استصدار ضمانات كفيلة لسد الثغرات المتوقعة من ضمانات القواعد العامة؛ كضمان التعرض والاستحقاق، وضمان العيب الخفي، واستحدثت ضمانات أخرى، لحماية التعاملات الإلكترونية. فمن بين هذه الضمانات؛ ضمان احترام خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وضمان إعلام المستهلك الإلكتروني بشخصية المورد الإلكتروني، مع بيان صفة المبيع أو الخدمات.

ومن هذا المنطلق؛ يتحدد الهدف من هذا البحث الذي يقوم على مدى إعلام المستهلك بالضمانات التي يجب أن يحددها المورد الإلكتروني في العقد، خصوصا المعلومات التي يجب احترام سريتها، مع ضمان الإدلاء بشخصيته التجارية، وصفة المبيع والخدمات وكيفية عملها، مع تجنب المخاطر التي قد تحدث من جراء الإخلال بهذا الالتزام، وكذا الآليات الوقائية التي يمكن أن يتخذها المورد الإلكتروني للحفاظ على هذه المعاملة الإلكترونية.

ومن خلال ما سبق ذكره، نطرح الإشكالية التالية : ما هي الضوابط القانونية التي تحكم السرية والإفصاح في بيانات طرفي العقد الإلكتروني ؟ وما هي الآثار المترتبة عن الإخلال بهذه الضوابط ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية، اتبعنا المنهج التحليلي، والدراسة المقارنة؛ انطلاقا من نصوص قانونية، وبعض المراجع المتخصصة؛ لأجل تفصيل هذه

الإشكالية، ثم التطرق للموضوع، من خلال تقسيمنا للورقة البحثية، إلى ثلاث مباحث: المبحث الأول نتكلم فيه عن ضمان أمن سرية المعلومات الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، ثم يليه المبحث الثاني ندرس فيه بالمقابل ضمان إفشاء المعلومات المتعلقة بشخصية المورد الإلكتروني والعقد للمستهلك الإلكتروني، والمبحث الأخير نتكلم فيه عن المخاطر، والآثار المترتبة عن الإخلال بهذا الالتزام، والإجراءات الوقائية لحماية معلومات المستهلك.

المبحث الأول: ضمان أمن سرية المعلومات الخاصة بالمستهلك الإلكتروني.

قبل التطرق إلى معرفة المعلومات السرية المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني يجب أولاً تعريف المستهلك من الناحية الفقهية والقانونية، ثم مدى تطابق التعريف الفقهي والقانوني لتعريف المستهلك الإلكتروني ثانياً.

المطلب الأول: تعريف المستهلك التقليدي والإلكتروني:

يستوجب في هذا المطلب تعريف المستهلك من الناحية الفقهية والقانونية في أغلب التشريعات الغربية والعربية، ومدى تطابق هذه التعريفات لتعريف المشرع الجزائري للمستهلك التقليدي أو الإلكتروني أولاً: التعريف الفقهي والقانوني للمستهلك.

1. التعريف الفقهي:

المستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف إشباع وتلبية رغباته وحاجاته الشخصية والعائلية، أو بمعنى آخر هو الذي يقوم باقتناء الخدمات والسلع لاستعماله الشخصي أو لاستعمال أفراد أسرته أو للأشخاص الذين يعيّلهم¹. وقد عرفه بعض الفقهاء الفرنسيين، بأنه الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل أو يستعمل المال، أو الخدمة لغرض غير المزود²،

1 أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص : 20.

2 V.Calais-Auloy(J.) Et Steinmetz (F.), *Droit De La Consommation*, 5ème Edition, Dalloz, Paris, 2000, P :07.

2. التعريف القانوني:

قامت بعض التشريعات بتعريف المستهلك، فمثلا عرفه المشرع الفرنسي، بموجب نص المادة 1649 من القانون المدني الفرنسي: "المستهلك هو كل شخص طبيعي الذي يتعاقد من أجل العرض لا يدخل ضمن نشاطاته المهنية أو التجارية"، وعرفه المشرع اللبناني: "المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها و ذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني"¹.

أما المشرع المصري فقد عرفه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يُقدم إليه إحدى أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص"².

أما المشرع الجزائري فقد عرفه في القانون رقم: 09-03 في المادة الثالثة الفقرة الأولى: "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"³.

ثانياً: تعريف المستهلك الإلكتروني.

1. التعريف الفقهي:

عرف الدكتور أحمد السيد طه كردي المستهلك الإلكتروني على أنه: "هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء و إيجار وقرض و انتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو

1 انظر المادة 02 من قانون رقم: 659 صادر في 04 شباط 2005، متعلق بحماية المستهلك اللبناني، لبنان، 2005، ص: 02.

2 انظر المادة 01 الفقرة 01 من قانون رقم: 181 المؤرخ في: 13 سبتمبر 2018، المتعلق بحماية المستهلك، الجريدة الرسمية المصرية العدد 37، 2018، ص: 03.

3 انظر المادة 03 الفقرة 01 من قانون رقم: 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.د.ش، الجريدة العدد 15، الجزائر، 2009، ص: 13.

العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها و دون أن تتوفر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها¹.

2. التعريف القانوني:

جاء تعريف المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية في المادة 06 الفقرة الثانية من قانون رقم: 05-18: "المستهلك الإلكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"²، يقوم المستهلك الإلكتروني بنشاط تجاري إلكتروني*.

أما العلاقة التي تربط بين المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني، فهو عقد الإلكتروني الذي عرفه التوجيه الأوروبي رقم: 97-7 في المادة الثانية منه عقد البيع عن بُعد بأنه "كل اتفاق يتعلق بالسلع أو الخدمات أبرم بين مورد ومستهلك في نطاق نظام البيع باستخدام تقنية أو أكثر للاتصال عن بُعد لإبرام العقد وتنفيذه"³.

أما المشرع الجزائري لم يعرف العقد الإلكتروني في المادة (06) الفقرة الثانية** وإنما أحالنا على المادة 06 من قانون رقم 04-02، والذي عرف العقد

1 أحمد السيد طه كردي، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، جامعة بنها، كلية التجارة، مصر، 2011، ص: 13.

2 انظر المادة 06 الفقرة 02 من قانون رقم: 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ج.د.ش، الجريدة الرسمية العدد: 28، الجزائر، 2018، ص: 05.
* التجارة الإلكترونية: "هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان سلع وخدمات عن بُعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية" المادة 06 الفقرة الأولى من قانون رقم: 05-18، القانون نفسه، ص: 05.

3 خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، 2011، ص: 454.
** العقد الإلكتروني "العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني" المادة 06 الفقرة 02 القانون رقم: 05-18، القانون السابق ذكره، ص: 05.

بصفة عامة من خلال المادة 03 الفقرة الرابعة والتي تنص على أن: "العقد كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حُرر مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة سلفاً¹؛ وعند تعاقد المستهلك الإلكتروني مع المورد الإلكتروني، يجب على المستهلك الإلكتروني ملئ الطلبية الخاصة بالسلع المعروضة في موقع الانترنت الخاص بالمورد، ولاتصال هذا الأخير بالمستهلك يستوجب عليه الإلقاء بمعلوماته الشخصية مع ضرورة احترام المورد الإلكتروني لسرية هذه المعلومات.

المطلب الثاني: المعلومات السرية المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني.

تعرف المعلومات السرية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني بخصوصية البيانات الرقمية للشخص، وهي المعاملات التي تتم عن طريق الآلة أو وسيط الكتروني، بداية من ماكينة الصراف الآلي، ووصولاً إلى جهاز الحاسب الآلي؛ ومع التطور التكنولوجي السريع، صارت معظم معاملاتنا في الحياة اليومية تتم بشكل رقمي- فبطاقات الهوية (الرقم الوطني) هي بيانات رقمية مسجلة لدى المؤسسات الحكومية، يتم من خلالها الاستدلال على هوياتنا الشخصية²، أما المعطيات ذات الطابع الشخصي، فقد عرفها المشرع الجزائري في المادة (03) الفقرة (01) من قانون رقم: 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي: "هي كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرف

1 انظر المادة 03 الفقرة الرابعة من قانون رقم: 02-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.د.ش، الجريدة الرسمية العدد: 41، 2004، ص: 04.

2 محمد محمود عبد الرحمن، نطاق الحق في الحياة الخاصة، الطبعة الأولى، منشورات دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 1994، ص: 76.

أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه بالشخص المعني بصفة مباشرة أو غير مباشرة لا سيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية¹.

أما المقصود بالشخص المعني في نص المادة، فهو كل شخص طبيعي تكون المعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به موضوع المعالجة- انظر المادة (03) الفقرة (02) من نفس القانون²، فالأصل أن المعاملات رقمية وإلكترونية تتم عن طريق كتابة مجموعة من بيانات شخصية على صفحات أو تطبيقات تلك المواقع. وعرفت النسخة الأولى من الإرشادات التي أصدرتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في العام 1980 "تعتبر البيانات الشخصية كل معلومة عائدة لشخص طبيعي محدد، أو قابل للتحديد"؛ وعليه فهي تلك البيانات التي تنقل معلومات، يمكن ربطها بشخص معين لتحديد هويته³.

فالمعلومات الشخصية هي التي تحدد هوية الفرد، والتي تتمثل في التعريف باسمه وعنوانه ورقم هاتقه والوظيفة والنوع الاجتماعي والحالة الاجتماعية؛ والتي تُعد جميعها بيانات مجردة موضوعية، ولكن تُعد مميزات للشخصية لمن تتعلق به المعلومة؛ وقد تكون المعلومة أيضاً ذاتية؛ أي تحمل رأياً ذاتياً عن الشخص كآرائه السياسية مثلاً، وإن كانت المعلومات ذاتية أو شخصية، فهي تمس الحياة الخاصة للفرد، وله الحق في خصوصيتها، ولكن يمكن لهذه البيانات أن تكون محلاً للمعالجة

1 المادة (03) الفقرة (01) من قانون رقم: 18-07 المؤرخ في 10 يونيو سنة 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ج.د.ش.ج.ر. عدد 34، ص: 12

2 المادة (03) الفقرة (02) من قانون رقم: 18-07، القانون نفسه، ص: 12

3 منى الأشقر جبور-محمود جبور، البيانات الشخصية والقوانين العربية: الهم الأمني وحقوق الأفراد، الطبعة الأولى، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، لبنان، 2018، ص: 75.

الآلية¹؛ والمعالجة الآلية أو معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي: "هي كل عملية أو مجموعة عمليات منجزة بطرق أو بوسائل آلية أو بدونها على معطيات ذات طابع شخصي"، على حسب المادة (03) الفقرة (03) من القانون رقم: 18-07² فالبيانات الشخصية تعتبر هي معلومات شخصية متعلقة بالمستهلك الإلكتروني، والتي يجب على البائع الإلكتروني (المورد الإلكتروني) أن يضمن عدم نشرها. ويجب احترام سرية البيانات الخاصة بالمستهلكين، وكذلك احترام حقهم في الخصوصية ويقضي ذلك الالتزام بعدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة.

والجدير بالذكر أن العقد النموذجي الفرنسي في شأن التجارة الإلكترونية الصادر عام 1997 قد أوجب تحديد ما إذا كان المستهلك قد وافق صراحة أو ضمناً على استعمال بياناته الاسمية التي يتم تلقيها بمناسبة هذا العقد، والهدف من ذلك هو حماية أسرار المستهلك وخصوصياته، وهو ما تم النص عليه أيضاً في التوجيه الأوروبي الصادر في 1997/12/01، حيث تبنى الحق في حماية المستهلك وحماية بياناته الشخصية³.

وقد نصت المادة 26 من القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية، كما يجب عليه الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات، وأكدت على ذلك أيضاً المادة (07) من القانون رقم: 18-07 الذي ألزم على المورد الإلكتروني عند معالجة معلومات الشخص المعني،

1 حسام الدين كامل الأهواني، الحماية القانونية للحياة الخاصة في مواجهة الحاسب الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد 02، 1990، ص: 115.

2 المادة (03) الفقرة (03) من قانون رقم: 18-07، القانون السابق ذكره، ص: 12.

3 ميكائيل رشيد علي، العقود الإلكترونية على شبكة الانترنت بين الشريعة و القانون، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015، ص: 438.

أن يتحصل على الموافقة الصريحة منه¹. فهذا الإجراء لضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات، كما أنه لا يمنع من معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي إذا كانت هذه البيانات ضرورية بالنسبة لإبرام العقد، وكان الشخص المعني طرفاً فيه، بشرط أن تكون موافقة هذا الأخير في الإجراءات السابقة للعقد².

ويتم تحديد كفاءات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما³، هذا فيما يخص الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني في علاقته مع بياناته الشخصية وكيفية تعامل المورد الإلكتروني بهذه المعلومات، فهل يحق للمستهلك الإلكتروني معرفة شخصية المورد الإلكتروني كمحل اعتبار في العقد إضافة إلى إعلام المستهلك بصفة السلعة أو الخدمة المعقود عليها.

المبحث الثاني: ضمان إفضاء المعلومات المتعلقة بالمزود الإلكتروني والعقد.

ينصب الالتزام بالإعلام حول محورين أساسيين يتمثل الأول في تحديد شخصية البائع، والثاني في بيان سمات وصف المنتج و الخدمة محل التعاقد، فيجب أن تكون هذه الالتزامات فعالة لكسب ثقة المستهلك الإلكتروني، خصوصاً عند التعامل التجاري عبر قنوات الاتصال الإلكترونية⁴، لذلك قمنا بدراسة شخصية البائع والسمات المتعلقة بالسلع والخدمات في التشريعات الغربية في المطلب الأول، والتشريعات العربية والتشريع الجزائري في المطلب الثاني.

المطلب الأول: شخصية البائع والسمات المتعلقة بالسلع والخدمات في التشريعات الغربية.

توجد عدة معلومات يجب على المورد الإلكتروني الإداء بها للمستهلك، وذلك قبل أن يقوم المستهلك بإبرام العقد الإلكتروني، وهذا ما يطلق عليه الالتزام

1 المادة (07) من قانون رقم: 18-07، القانون السابق ذكره، ص: 13.

2 المادة (07) الفقرة (07) من قانون رقم: 18-07، القانون نفسه، ص: 14

3 انظر المادة 26 من القانون رقم: 18-05، القانون السابق ذكره، ص: 08.

⁴ Eric Brousseau ; *Confiance ou Contrat*, INRA Edition, Les Colloques, 2000, P : 72

مبدأ السرية والإفصاح، في بيانات طرفي العقد الإلكتروني

بالتبصير السابق على إبرام العقد الإلكتروني، فالهدف من ذلك؛ أن يبرم المستهلك العقد بناءً على رضاه مستنير¹.

لذا؛ يجب أن يكون العرض المقدم على صفحة الانترنت محدداً بدقة وواضحاً ومفهوماً، ولا بد من التأكد من ظهور كل البيانات الإلزامية الخاصة بالتعاقد مع العرض المقدم، ويستوي في ذلك البيانات التي نص عليها القانون الغريبي².

وبما أن العقد الإلكتروني يتم عن بُعد صدر عن التوجيه الأوربي رقم: 99-144 الصادر في 25 مايو 1999، بشأن حماية المستهلك في عمليات البيع وضمانات الأموال الاستهلاكية، وقد صدر المجلس الأوربي عدة توجيهات في هذا الشأن؛ منها التوجيه الأوربي رقم: 97-07 الصادر في 20 مايو 1997 الخاص بالمعاملات الإلكترونية عن بُعد، ونص فيه على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك، يجب عقد المؤتمرات الدولية، بهدف وضع قواعد موحدة للمعاملات التجارية الإلكترونية، ومن التوجيهات المقررة لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، والتي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على سبيل المثال منها³:

- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك وبلغة مفهومة له وأن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية؛
- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد منها تحديد الثمن، وطريقة الدفع والضمانات المقدمة وطريقة تسليم المنتج؛
- الحصول على موافقة صريحة وواضحة من المستهلك؛

1 عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني: دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص: 85.

2 أحلام ثروة، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية، العدد 04، 2013، ص: 210.

3 عبد الفتاح محمود كيلاني، المسؤولية المدنية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية عبر الانترنت، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2011، ص: 356.

- إعطاء المستهلك مهلة مناسبة للتفكير في إتمام التعاقد أو العدول عنه؛
- التعريف بالقانون الواجب التطبيق على التعاقد الإلكتروني -المحاكم المختصة-؛
- إنشاء وسائل لتوثيق المعاملات الإلكترونية فيما بين التاجر والمستهلك؛
- تضمين المادة 1/6 أحقية المستهلك في العدول في خلال سبعة أيام من تاريخ استلام المنتجات و السلع¹؛

وكما يكون نفس الالتزام، بإعلام المستهلك في الفترة السابقة من العقد على التعاقد بكل ما يتعلق بمتعهد الخدمات المقترحة، وكيفية إبرام العقد وتنفيذه وإجراءات ذلك في المرسوم الفرنسي رقم: 2005-648 الصادر في 06 يونيو 2005،² هذا في التشريعات الغربية.

المطلب الثاني: شخصية البائع والسمات المتعلقة بالسلع والخدمات في التشريعات العربية والتشريع الجزائري :

عنيت التشريعات العربية والتشريع الجزائري كذلك بخلاف التشريع الغربي بضمان حماية أوفر للمستهلك في التعاقد الإلكتروني من خلال إدلاء المورد الإلكتروني بالمعلومات الخاصة به، والخصائص الأساسية المتعلقة بالسلع والخدمات، وكذا الشروط المتعلقة بالعقد.

أولاً: في التشريعات العربية.

حيث يستوقفنا القانون الخاص بالمبادلات التجارية الإلكترونية التونسي رقم: 2000-83 في 09 أوت 2000³، الذي نص على إلزام البائع في المعاملة التجارية الإلكترونية، أن يوفر للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة جميع المعلومات التي تمكنه من العلم بملازمات العقد المراد إبرامه.

1 عبد الفتاح محمود كيلاني، المرجع نفسه، ص: 356.

2 نبيل محمد أحمد صبيح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية: دراسة مقارنة، مجلة الحقوق جامعة الكويت، العدد رقم: 02، سنة 22 يونيو 2008، ص: 336.

3 انظر الفصل 25 من الباب الخامس في المعاملات التجارية الإلكترونية قانون رقم: 83 لسنة 2000 المؤرخ في 09 أوت 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، جريدة الرائد لجمهورية تونس، 2000، ص: 06.

وتناولت المادة 52 من الفصل العاشر من قانون رقم: 659 المؤرخ في 04 شباط 2005، المتعلق بحماية المستهلك والتعاملات الإلكترونية اللبناني، التي تتم عن بُعد؛ بتزويد المستهلك بمعلومات واضحة وصريحة فيما يخص شخصية البائع الإلكتروني¹.

ثانياً: في التشريع الجزائري:

أما عن التشريع الجزائري فقد نصت المادة 08 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية أن أي نشاط تجاري يتعامل عن بُعد، يجب أن يسجل في السجل التجاري²؛ كما يجب أن يتوفر على الموقع الإلكتروني الخاص بالمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته. وتُنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري- تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري³.

ويجب على المورد الإلكتروني أن يقدم العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتفه، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، الشروط العامة؛ لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي⁴.

كما يجب على كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني، أن توثق بموجب عقد إلكتروني، يصادق عليه المستهلك الإلكتروني⁵.

1 انظر المادة 52 من الفصل العاشر قانون رقم: 659 صادر في 04 شباط 2005، المتعلق بحماية المستهلك، الجريدة الرسمية اللبنانية، 2005، ص: 15-16.
2 انظر المادة 08 من قانون رقم: 18-05، القانون السابق، ص: 06.
3 انظر المادة 09 من قانون رقم: 18-05، القانون السابق ذكره، ص: 06.
4 انظر المادة 11 من قانون رقم: 18-05، القانون نفسه، ص: 06.
5 انظر المادة 10 من قانون رقم: 18-05، القانون نفسه، ص: 06.

وإضافة لذلك؛ يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني: شروط متعلقة بالسلع والخدمات، وكيفيات التسليم، والدفع، وشروط الضمان¹. وعند إبرام العقد؛ يجب على المورد الإلكتروني إرسال نسخة الكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني².

كما يترتب على كل بيع لمنزوح أو تأدية خدمة إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلّم للمستهلك الإلكتروني، وتُعد وفق التشريع والتنظيم المعمول به، كما يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب الفاتورة في شكلها الورقي³.

فإعلام المستهلك بخصوص شروط العقد أو بيانات المورد الإلكتروني قد تكون هي الدافع الأساسي للتعاقد مع المورد، ولعل من أهم المعلومات المتعلقة بتحديد هوية التاجر هي التي تشترك القوانين في وجوب تقديمها للمستهلك - بيان اسمه وعنوانه وتحديد كيفية الاتصال به ورقم القيد في السجل التجاري - هذا بالنسبة للتاجر الطبيعي، أما الأشخاص المعنوية كالشركات التجارية، فيجب الإفشاء بالمعلومات المتعلقة بمقرها في الخارج، وشكلها القانوني ومركز إدارتها، ورقم التسجيل في الدولة التي بها مقرها⁴.

المبحث الثالث: المخاطر والآثار المترتبة عن الإخلال بالضوابط القانونية.

يترتب عن الإخلال بالالتزام العديد من الأخطار التي تمس بحقوق المستهلك، فيجب ذكر أهم هذه المخاطر، ثم نتطرق إلى الجزاءات التي يُعاقب عليها التاجر الإلكتروني في حالة إخلاله بالإفشاء، وكذا الإجراءات الوقائية التي تتطلب حماية معلومات المستهلك الإلكتروني.

1 انظر المادة 13 من قانون رقم: 18-05، القانون نفسه، ص: 07.

2 انظر المادة 19 من قانون رقم: 18-05، القانون نفسه، ص: 07.

3 انظر المادة 20 من قانون رقم: 18-05، القانون نفسه، ص: 08.

4 موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري ومنشورات زين الحقوقية بغداد، العراق، 2011، ص: 126-127.

المطلب الأول: مخاطر التعاقد الإلكتروني.

ينجر عن التعاقد الإلكتروني عدة مخاطر، منها ما يتعلق بالمعلومات الواجب الإدلاء بها للمستهلك؛ ومن جهة أخرى توجد معلومات يتوجب على التاجر الإلكتروني عدم الإفشاء بها- وهي معلومات خاصة بالمستهلك-.

أولاً: مخاطر عدم الإفشاء بالمعلومات المتعلقة بالتاجر الإلكتروني والعقد.

قد تكون مخاطر يكون مصدرها التاجر الذي يكون طرفاً في العلاقة التعاقدية، والذي يمكن أن يتسم سلوكه بالغش أو التحايل أو التدليس قبل المستهلك. كما قد يواجه المستهلك خطراً من الغير، كاختراق الشبكات الإلكترونية، فضلاً عن الدعاية والإعلان في نطاق العقد، وما يتضمنه من إيقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى التعاقد دفعاً¹.

إضافة إلى أن المستهلك الإلكتروني هو الطرف الأضعف، لكونه بحاجة دائمة للمنتجات والخدمات، وبالمقابل نقص المعلومات لديه عن حقيقة الجودة والأسعار، أو ضعف قدرته التقنية مقارنة مع البائع، إضافة إلى جهله بما يمكن أن يقوم به التاجر من تجاوزات لتضليل المستهلك وإلحاق أضرار جسيمة، تحتاج إلى تعويضات مدنية.

ويُظهر لنا المثال التالي؛ في حالة عدم إفشاء المعلومات الخاصة بالعقد تجاه المستهلك، فقد يحدث أن هناك أمور قد لا يكشفها مقدم الخدمة في العقد أو يكتبها بخط صغير أو مبهم، وقد يطلب المشترك من شركة الاتصالات، إضافة الإنترنت إلى هاتفه المحمول، فتقوم الشركة بإضافة الخدمة دون أن تُبصر المشترك بشروطها، وأهمها السعر ومواصفات الخدمة، خاصة إذا كان السعر، يعتمد على نظام الفاتورة، إذ يُفاجأ المشترك بفاتورة مرتفعة السعر رغم الاستخدام المحدود، وربما دون الاستخدام أحياناً، فقد يُضاف مبلغ إلى مدة الاشتراك الشهري وليس إلى مقدار التنزيل، وأحياناً تكون الإضافة إلى مقدار التنزيل فقط، ولكن لكون الخدمة على

1 عبد الفتاح حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر،

هاتف محمول تصبح مرتفعة جداً، وهذه من الأمور التي لا يكون للمشارك علمٌ بها مسبقاً.

لكن بسبب التعمد في عدم الإعلام، وحشو العقد بشروط لصالح مقدم الخدمة، وكتابتها بخط صغير تجعل المشارك يحجم عن قراءتها، وغالباً ما نجد أن المشارك يعرف سوى الحقوق المتعلقة بمدة العقد والأسعار، أما عن نوعية الخدمات والالتزامات التي تقع على عاتق مقدم الخدمة تبقى غامضة بالنسبة للمشارك، خصوصاً إذ لم تتح له الفرصة لقراءة نموذج العقد وشروط التعاقد¹. فيجب على كل مهني بائع للسلع أو مؤدي لخدمات أن يُعلم المستهلك قبل إبرام العقد بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة².

ثانياً: مخاطر إفشاء البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

أثّرت تقنية المعلومات على هذا الحق على نحو أظهر إمكان المساس به إذا لم تنظم أنشطة جمع ومعالجة وتبادل البيانات الشخصية الجارية، في نطاق نظم معالجة البيانات وبنوك المعلومات، وأظهر الواقع العملي وجوب التدخل التشريعي لتنظيم أنشطة معالجة البيانات المتصلة بالشخص، وتنظيم عمليات تخزينها في بنوك وقواعد المعلومات، وعمليات تبادلها، وهذا التنظيم التشريعي ليس مجرد إقرار قواعد ذات محتوى تنظيمي، بل امتد إلى إقرار قواعد التعامل مع البيانات الشخصية، سواء ما يرتكب من قبل القائمين على هذه الأنشطة أم من قبل الغير³؛ فقد يسيء التاجر الإلكتروني استخدام بيانات المستهلك الإلكتروني، ويتعامل معها في غير الأغراض المخصصة له، كأن يرسلها إلى متعاملين آخرين دون إذن من صاحبها، أو يطرحها

1 خالدة خالد الحمصي، عقد الخدمة المعلوماتية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق جامعة حلب، سوريا، 2015، ص: 39.

2 Voir l'article (L.111-1) Ordonnance no 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation.

3 يونس عرب، تطوير التشريعات في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية، ورشة عمل من قبل هيئة تنظيم الاتصالات مسقط، سلطنة عُمان، 2013، ص: 18.

للإطلاع العام¹، وقد صدر تشريع بخصوص الأمن السيبراني الذي يُعرفه على أنه: "مجموع الأدوات والسياسات ومفاهيم الأمن والآليات الأمنية والمبادئ التوجيهية وطرق تسيير المخاطر والأعمال والتكوين والممارسات الجيدة والضمانات والتكنولوجيات التي يمكن استخدامها في حماية الاتصالات الإلكترونية ضد أي حدث من شأنه المساس بتوفر وسلامة وسرية البيانات المخزنة أو المعالجة أو المرسل²".

فأمن سرية المعلومات هو أمن المعلومات الشخصية، التي قد تكون في نظام حاسوبي، أو قد تكون على ملف شخصي على مواقع الانترنت، ويهتم أمن المعلومات بمجالات مختلفة، كالتأمين الفيزيائي، والمعايير الأمنية، وإدارة أمن المعلومات، والمخاطر.

ويعاقب القانون رقم: 05-18 كل من لم يحترم سرية معلومات المستهلك الإلكتروني من 50.000 دج إلى 500.000 دج³، وقد أحالت المادة 39 من القانون رقم: 05-18 إلى المادة 11 و12 من نفس القانون التي تنص على: "...لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي..."⁴.

ويعاقب كذلك القانون رقم: 07-18 حسب المادة (55) منه: "كل من قام بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي دون الموافقة الصريحة للشخص المعني بالحسب من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج

1 عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري: دراسة مقارنة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية، بدون بلد النشر، المجلد 27 (1)، 2013، ص: 18.

2 انظر المادة 10 الفقرة 03 من قانون رقم: 04-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل: 10 مايو سنة 2018، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج.ج.د.ش،

الجريدة الرسمية العدد 27، 2018، ص: 07.

3 انظر المادة 39 من قانون رقم: 05-18، القانون السابق ذكره، ص: 10.

4 انظر المادة 11 من قانون رقم: 05-18، القانون نفسه، ص: 06.

ويعاقب بنفس العقوبة كل من يقوم بمعالجة معطيات ذات طابع شخصي رغم اعتراض الشخص المعني بذلك¹.

المطلب الثاني: جزاء إخلال الالتزام بالإعلام والإجراءات الوقائية لحماية معلومات المستهلك الإلكتروني.

يترتب عن أي إخلال بالضوابط القانونية جزاءات يعاقب عليها القانون كجزاء عدم إداء التاجر بمعلومات تخص شخصيته، والخصائص الأساسية المتعلقة بالسلع والخدمات، في حين يتوجب أيضاً على التاجر الإلكتروني أن يضع إجراءات وقائية لحماية المعلومات الخاصة بالمستهلك.

أولاً: جزاء الإخلال بالالتزام بالإفشاء الإلكتروني.

الإخلال بهذا الالتزام قبل التعاقد يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك عديم الخبرة، مما يسمح له بمطالبة فسخ العقد، أو المطالبة بإبطاله إذا وقع في غلط أو تدليس. ويمكن الرجوع على التاجر الإلكتروني بمقتضى قواعد المسؤولية العقدية استناداً إلى وجود التزامات سابقة، وأن هذه الالتزامات تعتبر ضمانات للمستهلك معاصرة أو سابقة على التعاقد².

كما للمستهلك الرجوع على التاجر بالمسؤولية التقصيرية، والمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر، وما فاتته من كسب بسبب عدم إعلامه. كما أورد المشرع الجزائري جزاءات في حالة عدم التزامه؛ حيث يعاقب المورد الإلكتروني بغرامة تتراوح من 50.000 دج إلى 500.000 دج، الذي يخالف الالتزامات التي تقع على عاتقه؛ كعدم إفشاء المعلومات الخاصة بالتاجر، أو عدم إعلام المستهلك بشروط العقد مثلاً كالأسعار، نوعية الخدمة، والسلعة، مدة الرجوع

1 المادة (55) من قانون رقم: 18-07، القانون السابق ذكره، ص: 22

2 السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، منتدى محامي سوريا، سوريا، دون ذكر تاريخ النشر، ص: 14.

عن العقد. كما يجوز للجهة القضائية التي رُفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز سنة 06 أشهر¹.

ثانياً: الإجراءات الوقائية لحماية معلومات المستهلك الإلكتروني.

يعتبر ضمان سلامة المعلومات مكملاً لموجب سرية البيانات من الناحية المادية، ومن الموجبات الأساسية للمسؤول عن المعالجة. ويرتبط الالتزام بضرورة الحفاظ على أمن المعلومات ومنع تسريبها، والحد من مخاطر انكشافها. ويقتضي هذا الالتزام، قيام المسؤول عن المعالجة باتخاذ التدابير والإجراءات الضرورية لتحقيق ذلك، سواء أكانت تقنية أم إدارية أم تنظيمية؛ فيضع قواعد وحدوداً للإطلاع عليها حتى للمعالجين، بحيث لا يسمح لهم بالوصول إليها إلا في حدود ما هو ضروري لتنفيذ مهام كل واحد منهم. كما يفترض استخدام برامج خاصة لمنع الاختراق، وكلمات سر لمنع الوصول إلى أي ملف دون إذن².

1. تشفير البيانات إلكترونياً :

إن تشفير البيانات هو وسيلة لضمان إرسال الرسائل الإلكترونية، ونقل المعلومات لتنفيذ اتفاق بطريقة سرية³. كما عرف المشرع التونسي التشفير بأنه "استعمال رموز وإشارات غير متداولة تصبح بمقتضاها المعلومات المرغوب تحريرها أو إرسالها غير قابلة للفهم من قبل الغير أو استعمال رموز وإشارات لا يمكن وصول المعلومة بدونها"؛ وعرفه مشروع قانون التجارة الإلكتروني المصري بأنه: "تغيير في شكل البيانات عن طريق تحويلها إلى رموز أو إشارات لحماية هذه البيانات من إطلاع الغير عليها أو تعديلها أو تغييرها"⁴.

1 انظر المادة 39 من قانون رقم: 18-05، القانون السابق ذكره، ص: 10.

2 منى الأشقر جبور، ومحمود جبور، المرجع السابق، ص: 131.

3 عبد الفتاح محمود كيلاي، المرجع السابق، ص: 363.

4 محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 159.

كما توجد أنواع من التشفير كالتشفير المماثل، والذي يتم إعداده بين طرفي العلاقة ليتم التشفير من خلاله، وتحويل الرسالة إلى رموز وإشارات غير مفهومة، ومن ثم يتم فك التشفير بواسطة المفتاح نفسه المعد للتشفير، إلا أن عدم نجاح هذا التشفير المماثل حل محله التشفير اللامماثل، حيث تم استخدام مفتاحين الذي تربطهما علاقة رياضية متينة، ويدعيان هذان المفتاحان بالمفتاح العام، والمفتاح الخاص¹.

وتتم عملية إعادة فك الشفرة، بتحويل البيانات المشفرة إلى صيغتها الأصلية، التي كانت عليها قبل عملية التشفير، وذلك باستخدام المفتاح المناسب لفك الشفرة الذي تم اعتماده من قبل طرفي العلاقة². والهدف من التشفير هو إيجاد وسيلة للمحافظة على سرية البيانات وحمايتها؛ لكي لا يستطيع أي شخص الإطلاع على هذه البيانات غير المتعاقدين، أو المصرح له قانوناً³ بذلك. ويهدف التشفير إلى منع الغير من التقاط الرسائل، أو المعلومات؛ ومن ثم منع وصولها مشوهة للطرف الآخر في المعاملة التجارية على نحو يُعرقل هذه التجارة. وفي كل الأحوال لابد من حماية الرسائل وضمان وصولها بالشكل المطلوب إلى مستقبل هذه الرسالة⁴.

وقد يوجد ضمان آخر خلافاً لعملية التشفير، التي قد تكون آمنة بالنسبة للمتعاقدين لكن قد يكون هذا برنامج التشفير متاحاً لمن قام بإعداد هذا البرنامج، وتكون بذلك المعلومات غير سرية لبعض المعالجين، إلا أنه توجد وسيلة أخرى غير التشفير وهي عملية محو البيانات.

1 محمد فواز المطالقة، المرجع نفسه، ص: 164-165.

2 محمد فواز المطالقة، المرجع نفسه، ص: 163.

3 هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، مصر، 2006، ص: 61.

4 مدحت عبد العليم رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 2001، ص: 02.

2. محو البيانات الشخصية:

كانت الإرشادات الأوروبية الصادرة عام 1995، قد نصت في المادة 12 منها: على ضرورة ضمان حق كل شخص في طلب محو بياناته الشخصية، وكانت الهيئة الوطنية الفرنسية للمعلوماتية والحريات قد وضعت لائحة، بعدد من المعايير التي يجب العودة إليها لتقدير الاستجابة لطلب المحو، وتعتبر هذه المعايير غير حصرية، بحيث يمكن تطويرها على ضوء الخبرة المكتسبة.

ولقد أورد القانون التونسي مادة خاصة، بالحق في المحو هي المادة 45، والتي نصت على "إعدام المعطيات الشخصية"، مفسدة الأسباب والحالات، والتي ترتبط مباشرة بانتهاء المدة المحددة لحفظها، أو بانتفاء الهدف من ذلك، مع استثناء المعطيات الشخصية التي تكون قد أُحيلت، أو معدة لثحال إلى الأجهزة الأمنية، أو الهيئات الرسمية.

أما المشرع الموريتاني فقد خصص القسم الرابع لـ: "حق التصحيح و الحذف"، أي أنه أورد من ضمن الحقوق التي أقرها لصاحب البيانات الشخصية¹؛ والسؤال الذي يطرح ما هي مدة حفظ المعلومات ؟

تتأثر مدة حفظ المعلومات مباشرة بالهدف المرجو من عملية المعالجة، كما تتأثر بمبدأ الملائمة الذي يفرض جمع البيانات الضرورية واللازمة فقط. وعليه لا يمكن الاحتفاظ بالمعلومات الشخصية لفترة غير محددة، لذا يفترض بالمسؤول عن المعالجة أن يحدد هذه المهلة على ضوء طبيعة المعاملات، والهدف من معالجتها، بحيث يتم محوها أو إتلافها، أو تشفيرها أو أرشفتها عند تحقيقه. لذا تختلف مدة الاحتفاظ بالمعلومات، على حسب احتياجات مسؤول المعالجة، لذلك تستقل حدود مدة الاحتفاظ بالبيانات عن زمن تحقيق الهدف في كل مرة، لا يكون ممكناً تحديد وقت الإفادة منها، كأن تكون هذه البيانات وسيلة إثبات علاقات عمل، أو التزامات، أو عقود²، ويعتبر تحديد مدة حفظ المعلومات، إضافة إلى الحق في طلب التعديل،

1 منى الأشقر جبور، ومحمود جبور، المرجع السابق، ص: 129.

2 منى الأشقر جبور، ومحمود جبور، المرجع نفسه، ص: 125.

المرتکز الأساسي للحق في المحو، الذي مهد بدوره لإقرار الحق في النسيان عبر محو البيانات الشخصية، في القواعد الأوروبية الجديدة لحماية البيانات الشخصية¹. وبذلك نجد أنه لا بد للتاجر الإلكتروني، إما أن يحتفظ بالبيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك إلى غاية تحقيق الغرض من العقد، ثم يقوم بعد ذلك بمحو البيانات الشخصية، أو يقوم بتشفير تلك المعلومات لكي لا يتسنى للغير من ممارسة التطفل عليها، أو بأرشفتها إلكترونياً في قرص مضغوط بعيداً عن الاتصال بالانترنت.

خاتمة:

من خلال ما سبق، يتبين أن معظم التشريعات أكدت على تنظيم صارم لهذا النوع من العقود، حيث ألزمت المورد الإلكتروني بضرورة احترام خصوصية المستهلك، والتي تتعلق بالبيانات الشخصية، وما ينجم عنها من تعدي على الحق في خصوصيته، فالحفاظ على بيانات المستهلك في العقود الإلكترونية يُورث الثقة لدى المستهلك، ويجعل بياناته في مأمن من الاختراق والسرقة. كما ألزمت المهني بإعلام وتبصير المستهلك بكافة البيانات الأساسية اللازمة، حتى يكون على علم ودراية بما يحتويه العقد وبياناته معاً، فإفشاء المعلومات للمستهلك شرط لحرية الاختيار، وما يبرر وجوده هو تحقيق التوازن العقدي بين الطرفين. فالثقة هي من أهم الأسس، في العملية التعاقدية للمستهلك، وتبصير المستهلك قبل التعاقد من أهم الضمانات المستحدثة في عقود التجارة الإلكترونية.

ومن بين أهم ما توصلنا إليه من نتائج و ملاحظات خلال هذه الدراسة:

- إلزام المورد الإلكتروني بضمان سرية البيانات التابعة للمستهلك الإلكتروني؛
- احترام خصوصية المستهلك وذلك بأخذ سوى البيانات الضرورية الخاصة به للتعاقد مع شرط موافقة مسبقة منه؛

1 منى الأشقر جبور، ومحمود جبور، نفس المرجع، ص: 126.

- إلزامية الإدلاء بالبيانات الخاصة بشخصية المورد الإلكتروني و الخصائص الأساسية للسلع والخدمات وشروط البيع؛
- إغفال المشرع الجزائري بإجراءات محو المعلومات أو تشفيرها ومدة الاحتفاظ بها، فقد أُشير إليها سطحياً في المادة (03) الفقرة (03) من قانون رقم : 07-18، دون التطرق إلى ذكر تفاصيلها، واكتفى فقط بضرورة إلزام المورد الإلكتروني بضرورة أمن سرية معلومات المستهلك، ولم يذكر حتى الوسائل الآمنة لسرية تلك المعلومات.

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب.

- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، مصر، 1994.
- أحمد السيد طه كردي، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، جامعة بنها، كلية التجارة، 2011.
- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، 2011.
- محمد محمود عبد الرحمن، نطاق الحق في الحياة الخاصة، منشورات دار النهضة العربية القاهرة، الطبعة الأولى، مصر، 1994.
- ميكائيل رشيد علي، العقود الإلكترونية على شبكة الانترنت بين الشريعة والقانون، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015.
- عبد الفتاح محمود كيلاني، المسؤولية المدنية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية عبر الانترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2011.
- موفق حماد عبده، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري ودار زين الحقوقية بغداد، الطبعة الأولى، العراق، 2011.

- عبد الفتاح حجازي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2004.
- محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2006.
- هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، مصر، 2006.
- مدحت عبد العليم رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 2001.
- منى الأشقر جبور، ومحمود جبور، البيانات الشخصية والقوانين العربية : الهم الأمني وحقوق الأفراد، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، الطبعة الأولى، لبنان، 2018.
- عبد الله زيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012.

ثانياً: الرسائل العلمية.

- خالدة خالد الحمصي، عقد الخدمة المعلوماتية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق جامعة حلب، سوريا، 2015.

ثالثاً: المجالات العلمية.

- أحلام ثروة، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني، مجلة المنارة للدراسات القانونية و الإدارية، العدد 04، 2013.
- حسام الدين كامل الأهواني، الحماية القانونية للحياة الخاصة في مواجهة الحاسب الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد 02، 1990.
- عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري: دراسة مقارنة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية، المجلد 27 (1)، 2013.
- عمران محمد السيد، الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، منتدى محامي سوريا، سوريا، دون ذكر تاريخ النشر.

- نبيل محمد أحمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية : دراسة مقارنة، مجلة الحقوق جامعة الكويت، العدد رقم: 02، سنة 22 يونيو 2008.
 - يونس عرب، تطوير التشريعات في مجال مكافحة الجرائم الالكترونية، ورشة عمل من قبل هيئة تنظيم الاتصالات مسقط، سلطنة عُمان، 2013.
- رابعاً: النصوص القانونية.

1. النصوص القانونية الجزائرية:

- قانون رقم: 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.د.ش، الجريدة الرسمية العدد: 41، 2004.
- قانون رقم: 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.د.ش، الجريدة العدد 15، الجزائر، 2009.
- قانون رقم: 18-04 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية، ج.د.ش، الجريدة الرسمية العدد 27، 2018.
- قانون رقم : 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.د.ش، الجريدة الرسمية العدد : 28، الجزائر، 2018.
- قانون رقم: 18-07 المؤرخ في 10 يونيو سنة 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.د.ش.ج.ر. عدد 34.

2. النصوص القانونية العربية:

- قانون رقم: 83 لسنة 2000 المؤرخ في 09 أوت 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الالكترونية، جريدة الرائد لجمهورية تونس، 2000.
- قانون رقم: 659 صادر في 04 شباط 2005، متعلق بحماية المستهلك اللبناني، لبنان، 2005.

- قانون رقم: 181 المؤرخ في: 13 سبتمبر 2018، المتعلق بحماية المستهلك،
الجريدة الرسمية المصرية العدد 37، 2018.

2. النصوص القانونية الأجنبية:

- Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie
législative du code de la consommation, J.O.R.F.

خامساً: الكتب الأجنبية.

- V.Calais-Auloy (J.) Et Steinmetz (F.), *Droit De La Consommation*, 5ème Edition, Dalloz, Paris, 2000.
- Eric Brousseau : *Confiance ou Contrat*, INRA Edition, Les Colloques, 2000