

## The Legal Protection of the Electronic Consumer



Received: 05/08/2023; Accepted: 08/10/2023

د. كحول وليد

كلية الحقوق جامعة قسنطينة I (الجزائر)

### الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

#### الكلمات المفتاحية:

الحماية القانونية ؛  
التجارة الإلكترونية ؛  
المستهلك الإلكتروني ؛  
العقد الإلكتروني.

#### ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني نتيجة التحولات التي شهدتها العالم الجديد في شتى المجالات، فضلا عن التقدم المحرز في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و ظهور الانترنت، التي انفردت بخصائص في ظل ما أصطلح على تسميته بالعولمة ، و الذي كان له تأثير ملحوظ على النظام القانوني للعقود التقليدية ، فقد ظهر ما يسمى بالتسوق الإلكتروني و ما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية ، فاليوم جل المعاملات التجارية أصبحت تتم عبر وسائط إلكترونية ، باعتبارها تقنية جديدة افتراضية لها امتداد عالمي ، و قد أصبح هذا النوع الجديد من التعاملات الاقتصادية يعرف حاليا بالتجارة الإلكترونية ويشكل المستهلك هنا الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية.

و من هنا ظهرت الحاجة إلى حماية القانونية للمستهلك في السوق الإلكترونية، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد ، أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني التي تعتبر ذات أهمية بالغة ، ذلك أن الشركة البائعة تكون هي الطرف القوي في هذا العقد في مواجهة المستهلك.

#### Abstract

This study aims to highlight the legal protection of the electronic consumer, due to the transformations observed in the modern world across various fields.

E-commerce has emerged, along with a set of procedures for concluding electronic contracts, with the consumer being one of the main parties. Currently, the majority of commercial transactions take place online, as it is a new virtual technology with global reach. This new form of economic transactions is commonly known as e-commerce, where the consumer represents the most vulnerable element within the electronic contractual relationship.

Consequently, the need for legal protection of the consumer in the electronic market has arisen, whether during the pre-contractual phase or the execution of the electronic contract, as the selling company holds a stronger position compared to the consumer.

#### Keywords:

legal protection ;  
e-commerce ;  
electronic consumer ;  
electronic contract.

\* Corresponding author, e-mail: [maitrewalid25@gmail.com](mailto:maitrewalid25@gmail.com)

Doi:

**مقدمة :**

نتيجة للثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين (20)، ظهرت مشكلة حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مع العون الاقتصادي، هذا الأخير الذي يحتل مركز القوة في مواجهة المستهلك، فضلا عن أن التعاقد في المعاملات الإلكترونية يكون عن بعد، و لا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك إذ يعتبر المستهلك الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية، لذلك وجب إعطاؤه حماية خاصة، لأنها تتعلق بحماية حقوقه التي هي في نفس الوقت واجبات العون الاقتصادي، و من هنا ظهرت الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية، حيث أن الحماية القانونية للمستهلك سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام العقد، أو حتى في مرحلة تنفيذه، تعتبر مهمة جدا، فنظرا لكون المستهلك هو الطرف الضعيف، فإنه يخضع لشروط غير عادية و مجحفة بحقه، حيث أن الشركة البائعة تكون هي الطرف القوي في العقد في مقابل المستهلك.

إن التجارة الإلكترونية فرضت نفسها على الواقع باعتبارها أحد أوجه العولمة الاقتصادية، حيث أتاحت العديد من المزايا بالنسبة لرجال الأعمال أو الشركات التجارية، في عملية عرض السلع والخدمات بين العديد من الجهات دون لقاء مباشر فيما بينهم، الأمر الذي استلزم ضرورة توسيع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك (الإلكتروني)، ذلك أن هذا الأخير هو أساس العلاقات الاجتماعية والاقتصادية، مما يجعل مسألة الاهتمام به، سواء قبل التعاقد أو أثناءه أو بعده أمر لا بد منه نظرا لكونه يفتقد معاينة السلعة أو ذوقها، غير أن هذه التجارة القائمة على ربط العالم بشبكات إلكترونية قد ترافقها موجات كبيرة من الاختراقات والاعتداءات غير المتوقعة قد تكون سببا في بروز أشكال جديدة من الجرائم، وسبل غير متوقعة من الاحتيال والغش، وهو ما يدفع إلى السعي لإيجاد آليات وأساليب تكفل الحد منها، وتضمن الحماية اللازمة للمستهلك من خلال تكريس وسائل فنية وأخرى قانونية، تجعل التعاقد الإلكتروني آمنا.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في الأهمية البالغة التي تكتسبها العقود الإلكترونية في الحياة العملية، وخاصة في مجال تطوير التجارة الإلكترونية، وهو ما تسعى إلى تحقيقه العديد من الدول ومنها الجزائر، ولو أن المشرع الجزائري يسير بخطى متثاقلة في مجال تكيف المنظومة القانونية مع الثورة الإلكترونية الجديدة، كما أن هذه الدراسة من شأنها إلقاء الضوء على أهمية المكانة التي يركز عليها المستهلك في العقود الإلكترونية، حيث أنه لا يختلف عن غيره من المتعاقدين، خاصة و أنه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية ولهذا وجب توفير حماية قانونية فعالة له من طرف المشرع.

الهدف من هذه الدراسة هو البحث عن الجدير بالحماية القانونية ألا وهو المستهلك الإلكتروني والطرف المقابل له وهو العون الاقتصادي (المورد)، بالإضافة إلى تحديد وتبيان مفهوم العقد الإلكتروني ومجال وجوه وهي التجارة الإلكترونية، وأخيرا بيان كيفية المعالجة الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني على أساس هناك احتشام في الدراسات من طرف الباحثين حول هذا موضوع الدراسة.

هذا ما يدفع بنا إلى طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في تكريس الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني ؟

وفي سبيل الإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج التحليلي كوننا بصدد التحليل والتعليق على النصوص المتعلقة بموضوع الدراسة.

وقد قسمنا موضوع الدراسة لقسمين، خصصنا المطلب الأول لدراسة الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، في حين أفردنا المطلب الثاني لدراسة آليات الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية، وأنهينا دراستنا بخاتمة تناولنا فيها تصور شامل للحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني وأهم النتائج والاقتراحات.

**المطلب الأول : الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**

نظرا للخطورة الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها، ومن أجل وقاية المستهلك وجب على التشريعات أن تركز كل ما يلزم من آليات كفيلة بحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، وإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بغية التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين، وتوسيع نطاق الحماية القانونية للمستهلك.

على هذا ارتأينا تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، الأول نتناول من خلاله مفهوم المستهلك الإلكتروني (الفرع الأول)، والثاني نبين فيه تعريف التجارة الإلكترونية والعقد الإلكتروني (الفرع الثاني).

## الفرع الأول : مفهوم المستهلك الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية

إن ظهور المستهلك تزامن مع تحرير الاقتصاد وانتهاج ما يعرف باقتصاد السوق، وترك المبادرة للأفراد في تحديد السلع والأسعار حسب ما يعرف بقانون العرض والطلب، ولقد تفاقم ضعف المستهلك أكثر مع تحرر الاقتصاد العالمي، حيث أن التغييرات الجذرية التي شهدتها العالم عموماً، والجزائر بصفة خاصة في أواخر القرن الماضي، استجابة منها للضغوطات الدولية التي فرضتها ميكانيزمات التوجه نحو اقتصاد السوق، وذلك خصوصاً بعد توقيع الجزائر على اتفاق شراكة مع الإتحاد الأوروبي، وتقدم المفاوضات الخاصة بانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة، أجبر هذه الأخيرة على الاندماج في الاقتصاد العالمي<sup>1</sup>.

وتحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني في العقد الإلكتروني يتطلب منا تعريف كل من المستهلك والعون الاقتصادي، وكذا تعريف كل من العقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية كل ذلك في المقام الأول، ثم نتطرق إلى استعراض مبررات حماية المستهلك الإلكتروني في المقام الثاني.

### أولاً : تعريف المستهلك الإلكتروني و العون الاقتصادي و معايير التمييز بينهما

مع اتساع دائرة مستخدمي الانترنت في العالم وتطور عقود التجارة الإلكترونية، تبلور معها مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني والحفاظ على حقوقه وحمايته من أساليب الغش والاحتيال بوسائل إلكترونية، بسبب المركز الضعيف الذي يحتله المستهلك أمام العون الاقتصادي (التاجر المحترف)، الذي يكون على درجة كبيرة من الخبرة بتقنيات السوق الجديدة.

وقبل التطرق إلى تعريف أطراف العقد الإلكتروني المبرم، سنحاول وضع تعريف وجيز لعملية الاستهلاك التي تعتبر حسب رجال الاقتصاد: "آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص لإشباع الحاجات"، في حين يعرفها رجال القانون بأنها "ذلك التصرف القانوني الذي يبرمه المستهلك للحصول على السلع والخدمات التي تشبع إحتياجاته الشخصية أو العائلية"، أما في مجال التعاملات الإلكترونية فعملية الاستهلاك لا تقتصر على العقود فورية التنفيذ فقط كالسلع القابلة للاستهلاك، بل تشمل أيضاً العقود طويلة الأجل ومؤجلة التنفيذ كعقد التأمين<sup>2</sup>.

### 1 تعريف المستهلك:

يرى البعض من الفقهاء أن المستهلك: "هو كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك، أي بغرض اقتناء أو استعمال مال أو خدمة، ووفقاً لهذا المفهوم فإن المستهلك يعتبر العون الاقتصادي الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني، وذلك على أساس أن هذا العون الاقتصادي غير المتخصص يظهر كذلك في الواقع ضعيفاً مثله مثل المستهلك"<sup>3</sup> و هذا حسب الاتجاه الفقهي الموسع.

أما الاتجاه الضيق فقد حصر مفهوم المستهلك في كونه: "ذلك الزبون غير المحترف للمؤسسة أو المشروع، فهو إما أن يكون شخص طبيعي أو اعتباري للقانون الخاص، و الذي يقتني أو يستعمل الأموال والخدمات لغرض غير مهني، أو لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية"<sup>4</sup>.

أما بالنسبة لتعريف المستهلك لدى المشرع الجزائري، فقد عرفه في نص 03 من قانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>5</sup> كما يلي: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

وكذلك عرفه في نص المادة 1/03 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن المستهلك<sup>6</sup>: " 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".

يستشف من التعاريف المذكورة أعلاه أن مفهوم المستهلك حسب المشرع الجزائري يشمل كافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية شريطة أن تكون مجردة من الغرض المهني لها، وبهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك.

ويمكن تعريف المستهلك الإلكتروني على أنه: "كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم، ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات، بالوسائل الإلكترونية الحديثة"<sup>7</sup>.

و هذا يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية التي قررها المشرع للمستهلك العادي، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية القواعد المتعلقة بالعقد الإلكتروني<sup>8</sup>.

## 2\_ تعريف العون الاقتصادي (التاجر المحترف):

بعد تعريف الطرف الأول في العلاقة التعاقدية الإلكترونية، نتطرق إلى تعريف الطرف الثاني ، ثم نستعرض معايير تمييزه عن المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني، العون الاقتصادي هو كل شخص طبيعي أو معنوي يظهر في العقد الإلكتروني كمحترف يمتلك موقعا إلكترونيا، يدعو من خلاله لإبرام العقود، ليدخل في علاقة خصيصا مع المستهلكين في دولة أو عدة دول، إذن فالعون الاقتصادي هو الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه لقب التاجر والشخص المعنوي كالشركات " 9 .

بالرجوع إلى القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش في الفقرة 8 من نص المادة 03 منه نجد المشرع الجزائري عرف العون الاقتصادي على أنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك " .

و كذلك المادة 03 في فقرتها الثانية من القانون رقم 12/08 المتعلق بالمنافسة تنص على أن " المؤسسة كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع أو الخدمات أو الاستيراد " 10 بالإضافة إلى نص المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على أن العون الاقتصادي هو : " كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسست من أجلها " .

من خلال ما سبق، نستنتج أن المشرع الجزائري لم يفرق بين المنتج و الموزع والوسيط في تعريفه للعون الاقتصادي، الأمر الذي يجعل مصطلح المتدخل الوارد في قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجديد مصطلحا عاما يدخل في إطاره كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للاستهلاك .

### ثانيا \_ معايير تمييز العون الاقتصادي عن المستهلك الإلكتروني :

هناك معياران للتمييز بين العون الاقتصادي والمستهلك في العقد الإلكتروني وهما:

#### 1 : معيار الاحتراف :

والمقصود به تلك الأعمال التجارية التي يتم القيام بها على سبيل التكرار، وبصفة دائمة ومنظمة ومستمرة واتخاذها مهنة للحصول على مصدر رزق<sup>11</sup>.

#### 2 : معيار الربح :

فالعون الاقتصادي هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يباشر حرفة تجارية أو صناعية أو فنية، مهنية أو حرة أو زراعية أو مدنية على وجه الاحتراف، ويتمكن من خلالها من الحصول على السلع و الخدمات، وتقديمها للجمهور بمقابل مادي، بهدف الحصول على ربح<sup>12</sup>.

### الفرع الثاني : تعريف التجارة الإلكترونية و العقد الإلكتروني

سوف نتناول من خلال هذا الفرع تعريف التجارة الإلكترونية و العقد الإلكتروني ثم نبين مبررات حماية المستهلك في العقود الإلكترونية على النحو التالي:

#### أولا \_ تعريف التجارة الإلكترونية :

هي عبارة عن معاملات في التجارة الدولية تتم عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات، وغير ذلك من وسائل الاتصال، والتي تتطوي على استخدام بدائل للأشكال الورقية وللاتصال وتخزين المعلومات<sup>13</sup>.

#### ثانيا \_ تعريف العقد الإلكتروني :

لم يعط المشرع الجزائري تعريفا محددًا للعقد الإلكتروني، و في غياب ذلك فإنه يمكن تطبيق القواعد العامة للعقود، واعتبار العقد الإلكتروني من طائفة العقود غير المسماة. ولكن يعرفها البعض بأنها : " شكل من أشكال التعاقد الإلكتروني، التي يكون فيها التعامل إلكترونيا بدلا من التعاقد المادي المباشر " 14.

#### ثالثا : مبررات حماية المستهلك في العقد الإلكتروني :

تتلخص مبررات حماية المستهلك في العقد الإلكتروني فيما يلي:

## 1 \_ التطور الحديث في شبكة الإنترنت:

حيث يمثل التطور التقني في هذا المجال واقعا عمليا ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك، بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية<sup>15</sup>، غير أنه من الممكن أن يؤثر سلبا على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية<sup>16</sup>.

## 2 \_ حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية :

والتي تنبع من كونها توفر خدمات ومنتجات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وهو ما من شأنه أن يجعلها محل طلب من طرف الكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن الحماية للمستهلك بشكل ملح وواضح<sup>17</sup>.

## 3 \_ إفتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني :

والذي يعني إفتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية، وعدم توفر الحد الأدنى على الأقل من القدرة على التعامل من خلال شبكة الانترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة ، والذي من شأنه أن يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في حيل وخدع قرصنة الأنترنت، من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي<sup>18</sup>.

بالإضافة إلى ما سبق، يمكن القول أنه من مبررات حماية المستهلك الإلكتروني أيضا، هو عدم التكافؤ الذي قد يقع بين المستهلك والعون الاقتصادي من حيث القدرة والخبرة والمعرفة ما يؤدي إلى اختلال التوازن بينهما، وبالنتيجة يمكن القول أن هذه الحماية تستهدف إضافة إلى حماية أحد الطرفين ضد تجاوزات الآخر(الطرف القوي) حماية أحد المتعاقدين من نفسه<sup>19</sup>.

كما تجدر الإشارة إلى أن التعاقد الإلكتروني يثير نقطة مهمة في هذا الصدد وهي مسألة أمن المعلومات، فقد يتطلب التعاقد قيام المستهلك بتقديم معلومات شخصية تخصه، كرقم بطاقة الائتمان أو عنوان بريده الإلكتروني مما قد يجعل خصوصياته محل انتهاك من قبل التاجر<sup>20</sup>.

## المطلب الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية

إن الحاجة إلى حماية المستهلك تعاضمت نتيجة التحولات التي شهدتها العالم منذ التسعينات من القرن الماضي في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والقانونية، فضلا عن التقدم المحرز في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وظهور الأنترنت، التي انفردت بخصائص في ظل ما أصطلح على تسميته بالعولمة ، والذي كان له تأثير ملحوظ على النظام القانوني للعقود التقليدية، فقد ظهر ما يسمى بالتسوق الإلكتروني عبر الحدود، وما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية في كثير من الأحيان.

فالمعاملات التجارية أصبحت تتم عبر وسائط الكترونية باعتبارها تقنية جديدة للبيع تتسم بخصائص تتمثل في اللامادية والتفاعلية والعالمية، بما أن لها امتداد عالمي، حيث ظهرت متاجر ومؤسسات ومصانع قائمة افتراضيا، تشتغل في مجال تسويق المنتجات أو عرض الخدمات، وقد أصبح هذا النوع الجديد من المعاملات الاقتصادية يعرف حاليا بالتجارة الإلكترونية.

و قد عرفت منظمة التجارة العالمية، بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات، وتأسيس الروابط التجارية، وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية، ويشكل المستهلك هنا الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية.

وهو ما دفعنا لتناول الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني في سبيل توفير ضمانات أكثر له، بهدف جعله على بينة من أمره قبل إبرام العقد، بل وحتى بعد إبرامه باعتبار العقد في هذا المجال يتم عن طريق الأنترنت.

وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب حيث نستعرض آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد في (الفرع الأول)، ثم نتطرق إلى آليات حمايته في مرحلة تنفيذ العقد في( الفرع الثاني).

### الفرع الاول : آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد :

إن المستهلك الإلكتروني لا تتوفر لديه الإمكانية الفعلية لمعاينة السلع والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مما استوجب وضع آليات تؤدي إلى توفير على الأقل الحد الأدنى من الحماية للمستهلكين في الفترة السابقة على التعاقد عبر الأنترنت، وهو ما سنستعرضه وفق التفصيل الآتي:

## أولا \_ حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني :

نتيجة لعدم التساوي بين المتعاقدين في المعرفة بالمعلومات المتعلقة بمحل التعاقد والشروط المتعلقة به بالإضافة إلى عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية بين المستهلك والعميل الاقتصادي<sup>21</sup>، لذلك فرض على المهني الالتزام بإعلام المستهلك بجميع البيانات و المعلومات و الشروط المتعلقة بالعقد<sup>22</sup>، سواء من حيث وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد، أو من حيث ثمن المنتج أو مقابل الخدمة، أو حتى من ناحية المعلومات الإضافية لذا يعد الإعلام من أهم المواضيع في سياسة حماية المستهلك، لأنه يساعد على حرية المستهلك في اختيار الخدمات والمنتجات<sup>23</sup>.

وقد أكد المشرع الجزائري على هذا الالتزام في نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09\_2403، حيث ألزم العميل الاقتصادي بواجب تبصير المستهلك ، الذي يعد جوهر الالتزام بالإعلام ، ذلك أن خصائص السلعة أو الخدمة أو المنتج ، قد تكون هي الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد، وفي إطارها يقع المستهلك ضحية الغش و التقليل<sup>25</sup>. وهنا أخذ المشرع الجزائري بنظام الموسم<sup>26</sup> والتغليب<sup>27</sup>، هذا الأخير الذي يصلح تطبيقه بدرجة أكبر في مجال عقود التجارة الإلكترونية المبرمة في الجزائر مادام لا يوجد نص خاص بهذا النوع من التجارة.

و تجدر الإشارة في هذا الصدد، إلى أن المشرع الجزائري قد أخذ بمبدأ حرية الموسم وقيدها من خلال إلزام العميل الاقتصادي بالموسم على بعض المنتجات، بأن تظهر أو تحمل على غلافها بعض البيانات<sup>28</sup>، كما أكد على ضرورة التغليب، بإلزام الأعوان الاقتصاديين بإعلام المستهلك بخصائص المنتج وذلك بوضع البطاقات<sup>29</sup> بالإضافة إلى واجب التزام العميل الاقتصادي بإعلام المستهلك بخصائص السلعة أو المنتج، يقع على عاتقه أيضا واجب إعلام المستهلك بالمقابل النقدي لكل منتج، شاملا كافة الضرائب و الرسوم.

وفي هذا الصدد ينبغي التمييز بين حالتين:

في حالة ما إذا كانت التجارة الإلكترونية قد تمت على المستوى الخارجي، فإن التزام العميل الاقتصادي بإعلام المستهلك بالأثمان وملحقاتها يعد ذو أهمية بالغة، يستوجب فرضه بقوة عن طريق المعاهدات الدولية مع توقيع الجزاء الصارم على من يخالفه، لتفادي عدم علم المستهلك برسوم الشحن والضرائب وما يجب عليه دفعه<sup>30</sup>.

أما في حالة ما إذا كان التعاقد قد تم في الجزائر، فالعميل الاقتصادي الذي يسوق سلعته أو يورد خدماته إلكترونيا، يلتزم بضرورة إعلام المستهلك الجزائري بأثمان المنتجات والخدمات المعروضة وأن يكون ذلك بالعملة الوطنية. وقد استدرك المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك الجديد مسألة الإعلام بالأسعار.

ويتم إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية و مقروءة<sup>31</sup>، ويجب على المهني أن يحترم السعر المصرح به، فكل إعلام حول سعر المنتج أو الخدمة، يجب أن تظهر القيمة الإجمالية التي سيدفعها الزبون مقابل شراء سلعة أو تأدية خدمة وهذا ما سيحمي المستهلك من كل الزيادات، وتحديد الثمن عن طريق البطاقات والملصقات<sup>32</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أن المستهلك يستفيد في عقود التجارة الإلكترونية وفي إطار الشفافية والأمانة العقدية وما يقتضيه مبدأ حسن النية، من حقه في أن يزود بكافة المعلومات الخاصة بالعقد وتبصيره بشروطه الاستثنائية خاصة ما تعلق منها بالمسؤولية العقدية للمستهلك<sup>33</sup>، كما تحرص بعض المواقع القانونية ، كإدارة المنافسة و الإستهلاك بوزارة الإقتصاد و المالية ، للرجوع إليها خلال إبرام العقد<sup>34</sup>.

## ثانيا \_ الحق في العدول كجزء على الإخلال بالالتزام بالإعلام :

الملاحظ في هذا الشأن هو أن النصوص الجديدة المنظمة للتعاقد عن بعد، لم تتضمن صراحة أي جزاء خاص يوقع في حالة مخالفة العميل الاقتصادي لالتزامه بإعلام المستهلك، لذلك فلا مناص من إعمال القواعد العامة في هذا الشأن. وهنا يمكن القول، أن الإخلال بهذا الالتزام التعاقدية قد يؤدي إلى فسخ العقد، وفي حالة ما إذا وقع المستهلك الإلكتروني في غلط أو تدليس، وكان الالتزام الذي نحن بصدده لاحق على إبرام العقد، فلا يوجد ما يحول دون إمكانية مطالبة المستهلك بفسخ العقد وفقا للقواعد العامة، باعتبار أن العميل الاقتصادي في هذه الحالة قد امتنع عن تنفيذ التزام عقدي كما يمكن للمستهلك من ناحية أخرى الرجوع على المهني بدعوى المسؤولية العقدية عن هذا الإخلال، كما يكون له حق الرجوع على العميل الاقتصادي بموجب قواعد المسؤولية التقصيرية، للمطالبة بالتعويض عما يكون قد لحق به من أضرار بسبب عدم إعلامه على نحو صحيح، متى كان لهذا التعويض مستحق<sup>35</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أن تمسك المستهلك بالإبطال استنادا لنظرية عيوب الإرادة (لوقوعه في غلط أو تدليس) له

أهمية بالغة، تتجلى في إعفائه من مصروفات النقل والتي سيتحملها البائع، كذلك لن يستطيع البائع في حالة التدليس أن يتمسك بالشروط التي تحظر إرجاع السلعة، أو تقيّد ذلك الإرجاع بشروط معينة، كما سيكون للمستهلك إمكانية الرجوع على البائع بالتعويض في حالة التدليس على أساس العمل غير المشروع، فضلا عن أن المستهلك بإمكانه الاستفادة من المدة المقررة لرفع دعوى الإبطال بسبب عيوب الإرادة، وهي تتجاوز بكثير المدة المقررة لاستعمال الحق في الرجوع في العقد الإلكتروني<sup>36</sup>.

وقد أقر المشرع الجزائري عقوبة الغرامة المقدرة من مائة ألف دينار جزائري (100.000) إلى مليون دينار جزائري (1000.000) بالنسبة لكل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من قانون حماية المستهلك رقم 3703/09، كما يعاقب القانون المنظم للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية رقم 02/04 بغرامة مالية تتراوح ما بين خمسة آلاف (5000) دج ومائتي ألف (200.000) دج، على جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

وبالنسبة، يمكن القول أن الحق في العدول يهدف بصفة أصلية إلى حماية رضا المستهلك، وذلك من خلال إعطائه مهلة إضافية للشروع والتدبير في أمر العقد المبرم تفاديا للأخطار التي قد تلحق به لتسريعه في التعاقد نظرا لما تتميز به المعاملات الإلكترونية من دعاية وإغراء، فمن خصائص حق العدول، أن مصادره محددة بالقانون والاتفاق، وأنه يتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك، ودون الحاجة إلى اللجوء للقضاء ودون اشتراط موافقة الطرف الآخر<sup>38</sup>، وفي حال تم فسخ العقد ونقضه بصفة نهائية فما على المستهلك إلا أن يرجع البضاعة كما تسلمها أو أن يتنازل عنها إذا كانت عبارة عن خدمة فعلية<sup>39</sup>.

### ثالثا \_ حق المستهلك الإلكتروني في حماية بياناته الشخصية و مواجهة الشروط التعسفية:

سوف نتناول ذلك على النحو التالي:

#### 1 \_ الحماية ضد الشروط التعسفية :

والتي عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 5/3 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والغرض من وضعها هو تحقيق مصلحة أحد أطراف العقد، وقد أعطت المادة 30 من القانون رقم 02/04، إمكانية منع العمل ببعض الشروط التي تعد تعسفية في مختلف العقود، وذلك عن طريق التنظيم<sup>40</sup>، وعليه فلحماية رضا المستهلك من كل عيب، لا بد على العون الاقتصادي أن يضع في علم المستهلك كافة شروط البيع حتى يتسنى له معرفة مدى التزاماته لحظة إبرام العقد.

#### 2 \_ حماية البيانات الشخصية :

فحماية خصوصية المستهلك أمر ضروري يفرض إيجاد الآليات التي تمنع استعمال هذه المعلومات الناتجة عن التعاملات الإلكترونية<sup>41</sup>، وهذه البيانات تشكل جزءا من حياة المتعاقد عبر الأنترنت الخاصة فلا يجوز إفشاءها للغير بقصد أو بدون قصد، ولا يحق للباعة تداولها فيما بينهم، في سبيل الترويج لسلع أو خدمات أخرى، كما لا يجوز للبائع نفسه باستخدامها إذا ما انتهت العلاقة العقدية بينهما، ولا يحق له أيضا الاحتفاظ بها فيما وراء المدة المعلنة أو المحددة لغايات العلاقة العقدية الأولى<sup>42</sup>.

غير أن المشرع الجزائري لم ينص بشكل صريح في القانون المدني على حماية الحق في الخصوصية واكتفى بالإشارة إلى ضمان الحقوق الملازمة للشخصية في المادة 47 من القانون المدني، كما نص الدستور الجزائري في المادة 34 منه على ضمان الدولة عدم انتهاك حرمة الإنسان وفي المقابل جرم المشرع الجزائري في قانون العقوبات صراحة فعل الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة، وذلك من خلال نصوص المواد 303 مكرر و 303 مكرر<sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني : آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد :

بعد انتهاء مرحلة إبرام العقد الإلكتروني وتطابق الإيجاب والقبول ينتقل الطرفين إلى مرحلة تنفيذ العقد حيث يلتزم كل طرف بالوفاء بالالتزامات الناتجة عنه، وتنفيذها، وهو ما سوف نستعرضه على النحو التالي :

#### أولا \_ التزام البائع بنقل الملكية و تسليم المبيع :

وفي هذا الصدد يمكن للبائع الملتزم بنقل ملكية الشيء المبيع للمشتري، أن يحتفظ لنفسه بالملكية بمقتضى شرط في العقد حتى يوفي المشتري بكامل الثمن، وكثيرا ما يأتي النص على هذه الشروط في عقود البيع عبر شبكة الانترنت، وبمجرد انتقال ملكية الشيء المبيع للمشتري، يصبح لديه حق التصرف فيه، ويجوز له أن يبيعه أو أن يرهنه، أو أن يرتب عليه أي حق عيني آخر لأي شخص من الأشخاص<sup>43</sup>.

أما بالنسبة لمسألة تسليم المبيع فهذا الأخير يعد من أهم الالتزامات لدرجة أنه يعتبر محور عقد البيع الذي تدور

حواله كافة الالتزامات. وقد نص المشرع الجزائري على الالتزام بالتسليم في المادة 367 من القانون المدني الجزائري والذي هو عبارة عن وضع الشيء المبيع تحت تصرف المشتري، بحيث يستطيع حيازته أو الانتفاع به دون أن يعرقل ذلك أي عائق، ولو لم يتسلمه ماديا، ويلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كانت عليها وقت البيع، وعليه فإن موضوع التسليم هو الشيء المبيع الذي قد يكون سلعة أو خدمة<sup>44</sup>.

## ثانياً \_ إلتزام البائع بضمان التعرض و الإستحقاق :

يستفيد المشتري الذي يتعاقد عبر الأنترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموما حيث يلتزم البائع بالسماح للمشتري من الانتفاع بالمبيع، فلا يتعرض له شخصيا ولا يسمح للغير بالتعرض له أيضا.

### 1\_ ضمان التعرض الشخصي :

وهو كل تصرف قانوني يشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري، و يمكن أن يكون التعرض مادي في حالة قيام البائع بأي فعل يؤدي إلى الحيلولة دون انتفاع المشتري بالمبيع، ويحق للمشتري في هذه الحالة رفع دعوى على أساس الإخلال بالالتزام العقدي المتمثل في الإلتزام بضمان التعرض والاستحقاق، أما بالنسبة للتعرض القانوني فهو يتمثل في إدعاء البائع أن له حق في مواجهة المشتري<sup>45</sup>.

### 2 \_ ضمان التعرض الصادر من الغير :

ومن أمثلة التعرض الصادر من الغير الذي يدعي أنه وكيل إحدى الشركات المعروفة ويعلن عبر الشبكة استعداده لبيع منتجات تلك الشركة للعملاء ثم يتضح عدم أحقيته بذلك، وفي حالة حصول التعرض الصادر من الغير يلتزم البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملتزما بدفع ذلك التعرض وفي هذه الحالة يصبح البائع منفذا لالتزامه تنفيذيا عينيا<sup>46</sup>.

### ثالثا \_ ضمان العيوب الخفية :

حيث يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه، حسب ما هو مذكور بعقد البيع أو حسب ما يظهر من طبيعة استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها<sup>47</sup>.  
غير أن البائع لا يكون ملزما بضمان العيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع أو كان في استطاعته أن يطلع عليها، لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب، أو أنه أخفاها غشا منه<sup>48</sup>.

و تجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن التمسك بالضمان مرتبط بمدى توفر العيب الخفي، وأن يكون هذا الأخير على قدر من الجسامه التي ينظر فيها إلى مدى إحداثه للنقص في قيمة المبيع أو صلاحيته للاستعمال<sup>49</sup> بالإضافة إلى ضرورة إثبات المشتري لخباء العيب وقت البيع ، كما أن الضمان يرتبط أيضا بالعيب الموجود وقت العقد و الذي نشأ بعد العقد و قبل التسليم.

### الخاتمة :

من خلال ما سبق ذكره يمكن القول أن حماية المستهلك المتعاقد في مجال التجارة الإلكترونية هي هدف أساسي يتطلبه التطور العلمي والتقني الذي يمس جميع المجالات، فلا بد من تفعيل آليات تتلاءم مع طبيعة الحياة الاجتماعية ورغبات المستهلك نظرا لأثر التجارة الإلكترونية في تغيير طريقة إنتاج وبيع وتوزيع السلع والخدمات التي أصبحت أساس من أسس عالم اليوم.

فحماية المستهلك تحظى بأهمية كبيرة وهو ما استدعى ضرورة إنشاء وتفعيل آليات وقنوات اتصال لفحص السياسات الاستهلاكية عبر الأنترنت، وذلك بوضع قوانين تتدخل لحماية المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني وبعده، وإرساء قواعد جديدة تحكم العقود الإلكترونية نظرا لقصور القواعد التقليدية، وهو ما ينبغي على المشرع الجزائري مراعاته في تشريعاته من خلال إصدار تشريعات تنظيمية جديدة من أجل تنظيم التجارة الإلكترونية من جهة، وتنظيم قواعد السلوك في ميدان التسوق عبر الأنترنت من جهة أخرى.

لكن بغض النظر عن عدم وجود قانون ينظم معاملات التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، فإن هذا لا يمنع أعمال القواعد العامة التي يتضمنها حماية المستهلك، لأن هذه الأخيرة قد تضمنت حقوقا عامة تنطبق على العقد الإلكتروني.

ونأمل أن يكون للوقوف على هذا الموضوع قدر من الفائدة، إذا ما أن للمشرع الجزائري تنظيم موضوع التعاقد الإلكتروني ، وحماية المستهلك الإلكتروني استجابة لما بات ملحا من مستجدات الحياة التعاقدية والتقنيات الحديثة وهو الأمر الذي نأمل أن يكون قريب التحقق، وذلك بالنظر لما هو متداول الآن من مشروعات ومقترحات القوانين وبصفة خاصة فيما يتعلق بتنظيم التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية، وردع مرتكبي الجرائم الإلكترونية.

ومن خلال مضمون المقال وفق التفصيل أعلاه، ومن أجل تفعيل أساليب حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية فقد ارتأينا تقديم جملة من التوصيات والاقتراحات حتى نتمكن من بلوغ الأهداف المرجوة، توصلنا إلى إيجازها وفق الترتيب المبين أدناه نعرضها فيما يلي:

### النتائج والتوصيات :

سوف نتناول النتائج أولا، ثم نورد الاقتراحات ثانيا.

#### أولا : النتائج :

- أنه لا يمكن إنكار الدور القوي و الفعال للتجارة الإلكترونية في الإقتصاد العالمي و الوطني ، إذ دخلت التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر معظم مناحي الحياة ، سواء في قطاع السلع أو البضائع أو الخدمات .

- أن العقد الإلكتروني عقد كسائر العقود ، إلا أنه يختلف في الوسيلة الإلكترونية التي يتم إبرامه بواسطتها

- أنه رغم التعديلات المتتابعة للمشرع الجزائري على مستوى قانون المستهلك ، و رغم ما إستتبع ذلك ضمن نصوص خاصة ، إلا أن ما نص عليه عبارة عن نصوص عامة ، مثلما تنطبق على المستهلك العام ، تنطبق على المستهلك الإلكتروني ، وفي ذلك تقصير لأن هذا الأخير يحتاج إلى حماية خاصة نظرا لما يتميز به ، ونظرا للتقنية التي ينفرد بها.

- أن العقود التي تبرم في سبيل الإستهلاك في مجال التجارة الإلكترونية ، هي فئة جديدة من العقود ، تتميز عن غيرها في طريقة إبرامها ، و طرق تنفيذها ، و التي توجه إلى التوازن بين الأطراف المتعاقدة نحو ضمان سلام المستهلكين ، و بعيدا عن إحترافية البائع أو المنتج .

- أن المشرع الجزائري أغفل عن وضع قواعد خاصة تتعلق بحماية المستهلك المتعاقد في مجال التجارة الإلكترونية في قانون حماية المستهلك الجديد 03\_09 ، الذي لم يتضمن بنودا خاصة بهذه التعاملات الإلكترونية رغم خطورتها على المستهلك الجزائري .

#### ثانيا : التوصيات :

- ضرورة تدخل المشرع الجزائري لتعديل أحكام قانون الإستهلاك الحالي ، و إدراج مواد تنظم تلك المعاملات ، و ذلك من أجل تحقيق الحماية المرجوة للمستهلك ، خاصة كيفية إبرام العقد الإلكتروني و تنفيذه ، و حل المنازعات الناشئة في هذا النوع من العقود ، مع تخفيف عبء الإثبات ، و اللجوء إلى القضاء بالنسبة للمستهلك الذي يمثل الطرف الضعيف .

- تعزيز دور الجمعيات المختصة من أجل زرع ثقافة الفهم القانوني للنصوص الحالية، خاصة ما يتعلق منها بالتزامات وواجبات ، و حقوق فرضها قانون الإستهلاك الحالي، حتى إذا بلغت درجة الاستيعاب لهذه النصوص عند المواطن البسيط تم زرع ثقافة أخرى تتعلق بواقع العقود المبرمة عبر شبكة الانترنت.

- ضرورة وضع قانون خاص وواضح بحماية المستهلك الإلكتروني أو قانون خاص بالتعاملات الإلكترونية.

- يجب على الشركات معرفة كيفية إدارة معلوماتها الخارجية والداخلية والحفاظ عليها، والتعرف بشكل أفضل على المخاطر المرافقة لخصوصية المعلومات الواردة عبر شبكة الأنترنت.

- تطوير سياسات تعزز ثقة المستهلك بها، وعدم الاكتفاء بالمعايير العادية، ويجب الإفصاح عن هذه السياسات بطرق عملية، والتي يمكن من خلالها إقناع المشرع بفعاليتها العملية.

- ضرورة مواكبة المشرع الجزائري للتطورات الحاصلة على مستوى آليات الإستهلاك و ترويج المزودين للسلع الإستهلاكية في الفضاء الرقمي.

- <sup>1</sup> يوسف بو عيس، **حماية المستهلك في العقود الإلكترونية**، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2013\_2014، ص 09.
- <sup>2</sup> إبراهيم خالد ممدوح، **أمن المستهلك الإلكتروني**، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 19.
- <sup>3</sup> محمد بودالي، **حماية المستهلك في القانون المقارن**، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2006 ص 22.
- <sup>4</sup> محمد بودالي، المرجع نفسه، ص 23.
- <sup>5</sup> القانون رقم 02\_04، المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 الصادرة بتاريخ 2004/06/27، معدل و متمم بموجب القانون رقم 06\_10 المؤرخ في 2010/08/15، الجريدة الرسمية رقم 46، الصادرة في 2010/08/18.
- <sup>6</sup> القانون رقم 03\_09، المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة بتاريخ 2009/03/08.
- <sup>7</sup> علي أحمد صالح المهدي، **أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني**، دراسة تحليلية، في قانون المعاملات المدنية الإتحادي رقم (01)، سنة 2006، بشأن المعاملات و التجارة الإلكترونية، و القانون الإتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك، مجلة الشريعة و القانون، عدد 42، ص 129.
- <sup>8</sup> إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 21.
- <sup>9</sup> \_HoutaitMazen . protection du consommateur dans les contrats conclus sur internet ( étude comparative \_ droit français \_ droit libanais . thèse de doctorat en droit privé . 2008 . p 270 .
- <sup>10</sup> القانون رقم 12/08 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق ل 25 يونيو سنة 2008، يعدل و يتم الأمر 03/03 المؤرخ في جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة معدل و متمم .
- <sup>11</sup> فلاح فهد العجمي، **الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني**، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، 2011، الأردن .
- <sup>12</sup> جرعود ياقوت، **عقد البيع و حماية المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002، ص 29.
- <sup>13</sup> الجبنيهي منير محمد و الجبنيهي ممدوح محمد، (2006)، **قوانين الأونسيترال النموذجية في مجال التجارة الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص 62.
- <sup>14</sup> محاسن نسرين، **إنعقاد العقد الإلكتروني**، دراسة مقارنة بين قانون المعاملات الإلكترونية الأردني، مجلة دراسات علوم الشريعة و القانون، الأردن، 2004، ص 322.
- <sup>15</sup> شاهين بهاء، **الأنترنيت و العولمة**، عالم الكتاب، مصر 1999، ص 46.
- <sup>16</sup> أسامة أحمد بدر، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005، ص 25.
- <sup>17</sup> عبد الله زيب عبد الله محمود، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني**، ( دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون )، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين ن 2009، ص 31.
- <sup>18</sup> أوثن حنان، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الإداري، كلية الحقوق جامعة عنابة، 2012، ص 05.
- <sup>19</sup> نبيل إبراهيم سعد، **نحو قانون خاص بالإنتمان**، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص 73.
- <sup>20</sup> طوني ميشال عيسى، **التنظيم القانوني لشبكة الأنترنت**، دراسة مقارنة، بيروت، 2001، ص 250.
- <sup>21</sup> محمد خليل قارة سليمان، **تكوين عقد البيع الإلكتروني**، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2010\_2011 ص 07.
- <sup>22</sup> HoutaitMazen . protection du consommateur dans les contrats conclus par internet . op cit . p 267.
- <sup>23</sup> عمر خالد رزيقات، **عقد التجارة الإلكترونية**، ( عقد البيع عبر الأنترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع الأردن، 2007، ص، ص 339، 340 .
- <sup>24</sup> راجع في ذلك مضمون نص المادة 17 من القانون رقم 03\_09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش .
- <sup>25</sup> محمد حسن قاسم، **التعاقد عن بعد**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الطبعة 2005، ص 34.
- <sup>26</sup> انظر المادة 03 في فقرتها الرابعة من القانون 03\_09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- <sup>27</sup> انظر المادة 03 في فقرتها الثالثة من القانون 03\_09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- <sup>28</sup> Mohamed kahoula et G Mekamecha . **la protection du consommateur en droit algérien « collection pedagogique .serie études et recherches »** .Anné1995 . p 21.
- <sup>29</sup> Mohamed kahoula et g mkamcha op.cit p 29 .
- <sup>30</sup> أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 171 .
- <sup>31</sup> أنظر المادة 05 من رقم 02\_04 المحدد للقواعد المطبقة في الأعمال التجارية .
- <sup>32</sup> أنظر المادة 06 من نفس القانون .
- <sup>33</sup> أنظر المادة 08 من نفس القانون.
- <sup>34</sup> أسامة أبو الحسن مجاهد، **التعاقد عبر الأنترنت**، دار الكتب القانونية، مصر، الطبعة 2005، ص 109.
- <sup>35</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، **مقدمة في حقوق الملكية الفكرية و حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي، مصر، الطبعة الأولى 2005، ص 27.
- <sup>36</sup> أسامة أبو الحسن مجاهد، مرجع سابق، ص 112 .

- 37 أنظر المادة 78 من قانون حماية المستهلك 09\_03 .
- 38 طاهر مؤمن شوقي ، عقد البيع الإلكتروني ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2007 ، ص 113 .
- 39 سلطاني أمنة ، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي ، حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي 13 و 14 أبريل 2008 ، ص 122 .
- 40 أنظر المادتين 03 و 30 من القانون رقم 04\_02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .
- 41 إبراهيم بختي ، التجارة الإلكترونية (مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص49.
- 42 هدى حامد قشقوش ، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2000، ص67.
- 43 محمد حسن رفاعي العطار ، البيع عبر شبكة الأنترنت ( دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004 ) ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2007 ، ص 108 .
- 44 خليل أحمد حسن قدارة ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، عقد البيع ، الجزء الرابع ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 2000 ، ص 121 .
- 45 حسنين محمد ، عقد البيع في القانون المدني الجزائري ، طبعة 2001 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2001 ، ص ، ص 127 126 .
- 46 عمر خالد رزيقات ، مرجع سابق ص 334.
- 47 أنظر المادة 379 من الأمر رقم 75\_58 ، المتضمن القانون المدني الجزائري ، معدل و متمم .
- 48 المرجع نفسه .
- 49 المرجع نفسه .