

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع: .....

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

## مظاهر الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية ضمن أحكام 05-18

ميدان الحقوق والعلوم السياسية

التخصص: قانون قضائي

تحت إشراف الأستاذ(ة):

ميسوم فضيلة

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً

مشرفاً مقرراً

مناقشاً

الشعبة: القانون الخاص

من إعداد الطالب(ة):

حميداش زهيرة

الأستاذ(ة): سي مرابط شهرزاد

الأستاذ(ة): ميسوم فضيلة

الأستاذ(ة): بلعربي سومية

السنة الجامعية: 2025/2024

نوقشت في : 2025/06/24



بسم الله

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم



كلية الحقوق و العلوم السياسية  
مصلحة الترتيبات

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية في إنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد: محمد بن عبد الله بن زكريا ..... الصفة: أبني .....  
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 3814257 والصادرة بتاريخ: 2017/10/15  
المسجل بكلية: الحقوق والعلوم السياسية قسم: قانون ضاهي  
والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان:

مظاهر الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية في أحكام 18-ك

أصح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.



التاريخ: 16 JUL 2025

Hamidec  
إمضاء: عدة عمار حسينية

\* ملحق القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## إهداء

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، كما يحب ربنا ويرضى،  
والصلاة والسلام على من بُعث رحمةً للعالمين، سيدنا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين.

إلى روح والدي الطاهرة، الذي لم يغب عن وجداني لحظة،  
رحمك الله يا من غرست في قلبي بذور القوة والإيمان، وأسأل الله أن يجعل هذا العمل صدقة جارية  
عن روحك الطيبة، وأن يجمعني بك في مستقر رحمته.

إلى أمي الحبيبة، النور الذي أضاء لي درب الحياة، والدعاء الذي رافقني في كل خطوة،  
جزاك الله عني خير الجزاء، وبارك لي في عمرك وصحتك ورضاك.  
إلى جدي العزيزة، نبع الحنان، ومأوى الطمأنينة، ودعاؤها لي في الخفاء نور يضيء طريقي، أهديك ثمرة  
جهدي، وأدعو الله أن يطيل عمرك وصحتك ورضاك.

إلى خطيبي العزيز، رفيق دربي وشريك أمني،  
شكراً لك على دعمك، صبرك، ووقوفك إلى جانبي في كل لحظة... أسأل الله أن يتم لنا بخير، ويجعل  
حياتنا طاعةً ورضاً وسعادةً لا تزول.

وإلى كل من ساندني بكلمة طيبة، أو دعاء خالص، أو لحظة صبرٍ في وقت الحاجة...

أهدي هذا العمل المتواضع، راجيةً من الله تعالى أن يكون خالصاً لوجهه الكريم، وأن يجعله شاهداً لي لا  
عليّ، يوم ألقاه.

اللهم صلّ وسلم وبارك على سيدنا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين.

## شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم: "لئن شكرتم لأزيدنكم". سورة إبراهيم الآية 7.

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبرحمته تنزل البركات والصلاة والسلام على خير الأنام محمد صلى الله عليه وسلم.

قال صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" رواه الترمذي.

وفي مستهل كلمتي، لا يسعني إلا أن أتوجه أولاً بالحمد والشكر لله عزوجل، الذي وفقني وهداني، ويسر لي سبل الوصول إلى هذه المرحلة العلمية المتقدمة بينكم، وبلغني هذا المقام لأكون بينكم اليوم وأنا أناقش رسالتي في الماجستير.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير وعظيم الامتنان لأستاذتي

"ميسوم فضيلة" حفظك الله وبارك في عمرك، لما قدمت من دعم، ووقت ثمين، وجهد

مخلص، كان لكي الأثر الكبير في إخراج هذا العمل العلمي بهذه الصورة. فبتوجيهاتها

السديدة ونصائحها القيمة، استطعت المضي بثبات في هذا المسار.

ولا يفوتني كذلك أن أتقدم بجزيل الشكر إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الأفاضل، لتفضلهم

بقبول مناقشة هذه المذكرة، وهو ما أعده شرفاً ووساماً أعتز به.

## قائمة المختصرات

- الجريدة الرسمية: ج ر
- صفحة: ص
- عدد: ع
- ق م: ق م
- السجل التجاري الجزائري: س ت ج
- قانون تجارة جزائري: ق.ت.ج

مقدمة

شهد العالم أواخر القرن العشرين انطلاقة نوعية غيرت ملامح الحياة الاقتصادية والاجتماعية، بفعل الطفرة التكنولوجية التي أعادت رسم خريطة التفاعلات البشرية. فقد أدى التطور المتسارع في مجال التقنيات الحديثة إلى بروز نمط جديد من الاقتصاد قوامه المعرفة، التي أصبحت المحرك الأساسي لمختلف القطاعات.

وكان للمجال التجاري النصيب الأوفر من هذا التغيير، حيث أسهمت الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة في إعادة صياغة طرق التبادل وأساليب التفاعل بين المتعاملين الاقتصاديين. ولم يقتصر الأثر على الجانب التقني فحسب، بل شمل أيضًا تغييرًا في العقلية، وفي نماذج السلوك الاستهلاكي والإنتاجي.

وقد أفرزت هذه التحولات نمطًا مستحدثًا من التجارة، يتخطى الحواجز الجغرافية ويعتمد على تدفق المعلومات في الزمن الحقيقي، وعلى التفاعل اللحظي مع متغيرات السوق، وهو ما أطلق عليه اصطلاحًا التجارة الإلكترونية، باعتبارها الشكل الأحدث من المبادلات التجارية في العصر الرقمي<sup>1</sup>.

فقد أصبحت التجارة الإلكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم، وساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقًا واحدًا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة دون الحاجة لمغادرة أماكنهم<sup>2</sup>.

كما أصبحت تمثل أحد أبرز مظاهر الاقتصاد الرقمي المعاصر، فقد ساهم الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت، والسهولة التي توفرها في التواصل وإبرام الصفقات، في إعادة صياغة

<sup>1</sup> بوهكة فتيحة، عوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2016، ص 36.

<sup>2</sup> سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة مناصوري قسنطينة، 2011، ص أ.

مفهوم المبادلات التجارية، وجعلها أكثر سرعة وفعالية، من خلال تجاوز العوائق الزمنية والمكانية.

لم تعد المبادلات اليوم مرتبطة بالمحلات التجارية أو الوثائق الورقية، بل أصبحت تعتمد على التفاعل الرقمي بين المورد والمستهلك، حيث يتم عرض السلع والخدمات وتقديم الطلبات وتسديد الثمن إلكترونياً، دون الحاجة إلى الحضور المادي.

وقد ترتب عن هذا التحول العميق نشوء بيئة تعاقدية جديدة، تختلف من حيث طبيعتها القانونية والعملية عن العقود التقليدية، وتطرح تحديات متعددة خاصة في جانب حماية أطراف العلاقة، وعلى رأسهم المستهلك الإلكتروني الذي غالباً ما يكون في موقع ضعيف.

كما أن التطور الكبير في مجال التجارة الإلكترونية أظهر الحاجة الملحة إلى وجود قواعد قانونية خاصة تُنظم هذا النوع من المعاملات، وتوطر العلاقة بين المورد والمستهلك، وتضمن الحد الأدنى من الحماية القانونية لطرفي العقد، بما يتلاءم مع طبيعة البيئة الرقمية ومتطلباتها الخاصة. ولم تعد النصوص العامة في ق م أو التجاري كافية لضبط هذه المعاملات، بسبب خصوصيتها التقنية والسرعة التي تتم بها، وهو ما استوجب تدخل المشرع بإطار قانوني مخصص.<sup>1</sup>

وفي هذا السياق، بادرت الجزائر إلى تنظيم التجارة الإلكترونية من خلال إصدار القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018<sup>2</sup>، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والذي يُعد أول نص تشريعي يضع ضوابط خاصة بالعقود الإلكترونية في البيئة الجزائرية. وقد تضمن هذا القانون مجموعة من الأحكام التي تهدف إلى ضبط النشاط التجاري عبر الوسائط الإلكترونية، مع التركيز على ضمان حقوق المستهلك، وفرض التزامات واضحة على الموردين الإلكترونيين.

<sup>1</sup> عاقل فصيلا، الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وواقع استخدامها في الدول العربية، جامعة باتنة، الجزائر، 2016، ص 168.

<sup>2</sup> قانون 05-18 مؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28.

كما حاول هذا القانون وضع آليات فعالة لحماية المتعاملين إلكترونياً، من خلال إلزام المورد بالإعلام المسبق، وبيان هويته وشروط العرض بدقة، وتكريس الحق في العدول، وتنظيم الإشهار الإلكتروني، بالإضافة إلى توفير حماية خاصة للبيانات ذات الطابع الشخصي، وغيرها من المظاهر التي تهدف إلى تحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية الإلكترونية.

ورغم أن تطبيق هذا القانون لا يزال في مراحله الأولى، إلا أنه يمثل خطوة تشريعية مهمة نحو إرساء بيئة قانونية تتماشى مع متطلبات العصر الرقمي، وتواكب التحديات التي يفرضها الاقتصاد الإلكتروني، خاصة في ظل الحاجة إلى بناء ثقة حقيقية بين الموردين والمستهلكين، وتوفير مناخ قانوني آمن يضمن استمرارية وفعالية هذا النمط الحديث من المبادلات التجارية.<sup>1</sup>

تكمُن أهمية بحثنا من كون النجاح في ميدان التجارة الإلكترونية يتطلّب وضع آليات قانونية وتقنية فعّالة تضمن حمايتها، بما يعزز الثقة بين مختلف المتعاملين ضمن هذا الإطار. إذ لا يمكن تحقيق بيئة رقمية آمنة دون قواعد واضحة تضمن الحقوق وتحدد الالتزامات.

كما تتجلى أهمية حماية التجارة الإلكترونية في كون تطوّر المجتمع بات مرتبطاً إلى حدّ كبير بتطوّر أنظمة المعاملات الإلكترونية، وهوما يفرض ضرورة توفير حماية قانونية متكاملة للتجارة الإلكترونية، تكفل أمن المعاملات وتحمي أطرافها، سواء كانوا تجاراً أو مزوّدي خدمات أو مستهلكين.

أما بالنسبة لأسباب اختيارنا لهذا الموضوع فإنه لم يكن بمحض الصدفة، بل جاء بدافع شخصي واهتمام متزايد بموضوع التجارة الإلكترونية، التي باتت تشكّل جزءاً من حياتنا اليومية. فعلى المستوى الذاتي، وبحكم تعاملي المستمر مع منصات البيع والشراء عبر الأنترنت، بدأت تثيرني العديد من التساؤلات حول الإطار القانوني الذي ينظم هذه

<sup>1</sup> لبايش سهيبة، المرفق العمومي والتحول التكنولوجي والرقمي، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، سنة 2022، ص 15.

المعاملات، وحول الحقوق والضمانات التي يتمتع بها المتعامل الإلكتروني خاصة في الحالات التي يكون فيها المستهلك هو الطرف الأضعف.

أما من الناحية الموضوعية، فإن التجارة الإلكترونية تمثل اليوم أحد أعمدة الاقتصاد الرقمي، وقد فرضت نفسها كواقع حتمي لا يمكن تجاهله. ومن هذا المنطلق، جاء إصدار قانون رقم 05-18 في الجزائر بهدف ضبط هذا النوع من المعاملات وتوفير الحماية القانونية اللازمة لمختلف الأطراف. ومع ذلك لا تزال التساؤلات كثيرة حول نجاعة هذا القانون، وحدود فعاليته في حماية المتعاملين، وهو ما حفزني أكثر على الخوض في هذا البحث، لمحاولة استكشاف الإطار القانوني القائم وتحليله، وبيان مواطن القوة والقصور فيه.

كما يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على الإطار القانوني الذي نظم من خلاله المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية، والكشف عن مدى فعالية الحماية التي أقرها القانون لمختلف أطراف العلاقة التعاقدية الإلكترونية، سواء من خلال الضمانات المدنية أو الجزائية كما يسعى إلى تحليل أحكام القانون 05-18 وتبيان نطاق تطبيقه ومجالاته، وإبراز أهم الآليات التي وفّرها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني والمورد معاً. بالإضافة إلى الوقوف على النقائص أو الثغرات القانونية التي قد تحدّ من فعالية الحماية التشريعية وفي الأخير تقديم اقتراحات قانونية من شأنها تعزيز الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

أمام الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية، وما رافقها من مخاطر قانونية وتحديات عملية، بات من الضروري توفير حماية تشريعية تواكب هذا التطور وتحفظ حقوق جميع الأطراف المتعاملة. وقد حاول المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 05-18 تنظيم هذا المجال، وفرض مجموعة من القواعد القانونية لضمان الأمان والثقة في التعاملات الإلكترونية.

ومن هنا تطرح الإشكالية التالية:

ما مدى نجاعة الحماية التشريعية التي أقرها المشرع الجزائري لتنظيم التجارة الإلكترونية في ظل احكام القانون 05-18 ؟

من أجل حل هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهج التحليلي في المقام الأول، وذلك من خلال تحليل نصوص القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، قصد تفكيك مضامينه القانونية وتبيان مدى فاعليته في تحقيق الحماية المطلوبة لأطراف المعاملات الإلكترونية، لا سيما المستهلك الإلكتروني والمورد.

كما تم توظيف المنهج الوصفي لعرض واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، وبيان الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحكم هذا النوع من المعاملات، مع التركيز على أهم التحديات العملية التي يطرحها تطبيق هذا القانون على أرض الواقع.

لدراسة موضوع بحثنا هذا اعتمدنا على خطة من خلالها الإلمام بكل جوانب البحث، وذلك بتقسيمه لفصلين، خصصنا الفصل الأول للتنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18، والذي بدوره قسمناه إلى مبحثين، المبحث الأول منه أفردنا الأحكام العامة لعقود التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى آثار العقود الإلكترونية وتنفيذها، وفي الفصل الثاني تناولنا آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، عالجتنا في المبحث الأول الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في القانون 05-18، والمبحث الثاني للضمانات القانونية لحماية المستهلك أثناء مرحلتي تنفيذ وإبرام العقد الإلكتروني، لنختم هذا العمل المتواضع بمجموعة من النتائج والتوصيات تخص موضوع بحثنا هذا.

**الفصل الأول:**  
**التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية**  
**وفق القانون 05-18**

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

أدت التحولات المتسارعة في مجال التكنولوجيا والاتصال إلى بروز أشكال جديدة من التعاملات، لعل أبرزها التجارة الإلكترونية التي لم تعد خيارًا ثانويًا، بل أصبحت واقعًا اقتصاديًا وقانونيًا لا يمكن تجاهله. وقد انعكس هذا التحول على بنية العقود وطرق إبرامها، حيث لم تعد العلاقة التعاقدية تُبنى دائمًا على اللقاء المادي بين الأطراف، بل أصبحت تتم عبر وسائط رقمية متقدمة، فرضت على النظم القانونية التعامل مع واقع جديد مليء بالتحديات.

فالتجارة الإلكترونية قامت بتغيير كثير من المفاهيم الكلاسيكية المرتبطة بالعقد، مثل المكان والزمان، وطبيعة التوقيع، وطرق الإثبات، بل وأثرت حتى على مبدأ الثقة بين المتعاملين، ما استوجب إعادة النظر في القواعد التي تحكم التعاقد بصفة عامة. كما أصبحت الحاجة ماسة إلى توفير حماية قانونية تُراعي خصوصية البيئة الرقمية وتُحقق التوازن بين حرية التعامل من جهة، وضمان الحقوق من جهة أخرى.

ولا شك أن التكييف القانوني لهذه العقود، ومعرفة الأسس التي تُبنى عليها، يُعد مدخلًا أساسيًا لأي دراسة قانونية لهذا النوع من التجارة. كما أن الوقوف على آثارها القانونية، وما تنشئه من التزامات وحقوق، أمر لا يقل أهمية، بالنظر إلى ما يمكن أن ينشأ عنها من نزاعات، سواء على مستوى التنفيذ أو المسؤولية.

ومن هذا المنطلق، سيتناول هذا الفصل في المبحث الأول الأحكام العامة لعقود التجارة الإلكترونية، وفي المبحث الثاني خصصناه لدراسة آثار العقود الإلكترونية.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

### المبحث الأول: الأحكام العامة لعقود التجارة الإلكترونية

تعد العقود الإلكترونية جوهر المعاملات في التجارة الإلكترونية، إذ تمثل الإطار القانوني الذي تنظم داخله العلاقات بين المتعاملين عبر الوسائط الرقمية. وبالنظر إلى خصوصية البيئة الإلكترونية، تدخل المشرع الجزائري من خلال القانون 05-18<sup>1</sup> ليضع أحكاماً عامة تنظم إبرام هذه العقود وشروط صحتها، مع مراعاة التوازن بين حماية المستهلك وتشجيع النشاط التجاري الرقمي.

وعليه، يتناول هذا المبحث الأحكام العامة المنظمة لعقود التجارة الإلكترونية وفقاً لما جاء به القانون، من خلال الوقوف على الأساس القانوني ونطاق تطبيق عقود التجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، ومن ثم نتطرق إلى تكوين عقد التجارة الإلكترونية وشروطه (المطلب الثاني).

#### المطلب الأول: الأساس القانوني ونطاق تطبيق عقود التجارة الإلكترونية

سننتاول في هذا المطلب الطبيعة القانونية لعقود التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، إضافة إلى نطاق تطبيق العقود الإلكترونية في القانون 05-18 (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> القانون 05-18، يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

### الفرع الأول: الطبيعة القانونية لعقود التجارة الإلكترونية

يوجد اختلاف بين الفقهاء في تبيان طبيعة عقود التجارة فمنهم من يرى أن عقود التجارة الإلكترونية هي عقود إذعان ومنهم من يرى أنها عقود مساومة ومنهم من يراها مختلطة. و لتبيان طبيعة عقود التجارة الإلكترونية نتناول ثلاث اتجاهات مختلفة في تبيان طبيعة عقود التجارة الإلكترونية الموضحة في الاتجاهات التالية:

أولاً: الاتجاه القائل بأن عقود التجارة الإلكترونية عقود الإذعان

لقد عرف المشرع الجزائري عقود الإذعان من خلال المادة 70 من ق.م، والتي تنص: "يحصل القبول في عقد الإذعان بمجرد التسليم بشروط مقررة يصفها الموجب ولا يقبل المناقشة فيها"<sup>1</sup>.

وعليه يرى أنصار هذا الاتجاه أن العقود الإلكترونية تُعد من عقود الإذعان، حتى وإن كانت الشروط العامة للبيع مذكورة على موقع التاجر، إذ لا يملك المستهلك أو الطرف الآخر سوى القبول بهذه الشروط كما هي أو رفضها كلياً، دون وجود أي مجال للتفاوض. ويتم التعبير عن هذا القبول عادةً من خلال النقر على أيقونة "القبول"، أما في حال عدم الموافقة، فيتمثل ذلك في الامتناع عن النقر، وبالتالي رفض الشروط.

ويُعتبر الإيجاب في هذه الحالة إيجاباً دائماً موجَّهاً إلى الجمهور، لا يُتيح إمكانية التفاوض حول مضمونه. ويستند هذا الاتجاه إلى بعض التشريعات التي نظمت التجارة الإلكترونية، ومن بينها التشريع المصري الذي نص في المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية على أن: "العقود المبرمة إلكترونياً تُعد من عقود الإذعان في مفهوم

<sup>1</sup> الأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن ق م، منشور في الجريدة الرسمية، ع 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون 10-05، المؤرخ في 20 يونيو 2005، منشور في الجريدة الرسمية، الع 44 الصادر في 26 يونيو 2005، بمقتضى القانون 05-07، منشور في الجريدة الرسمية الع 33، الصادر في 13 مايو.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

القانون، من حيث تفسيرها لمصلحة الطرف المُدْعن، ويجوز إبطال ما تتضمنه من شروط تعسفية. ويُعتبر الشرط تعسفياً إذا أخلّ بالتوازن المالي للعقد، أو تضمن حكماً غير مألوف في العرف.<sup>1</sup>

ويضيف هذا الاتجاه أن وصف الإذعان ينطبق على العقود الإلكترونية متى توفرت الخصائص المعروفة لعقود الإذعان، كالاختكار وغياب إمكانية مناقشة بنود العقد من طرف المدْعن. أما إذا توافرت بعض هذه الخصائص دون الأخرى، فلا يمكن اعتبار العقد عقد إذعان بالمعنى الكامل.<sup>2</sup>

وعليه، فإن أنصار هذا الاتجاه يرون أن عقود التجارة الإلكترونية تُعد من عقود الإذعان بالنسبة للمستهلك، نظراً لوضعه الاقتصادي الذي يجعله الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية. وقد يُعزز هذا الوضع وجود احتكار فعلي للسلطة التعاقدية من قبل الشركات المالكة لمنصات التجارة عبر شبكة الإنترنت، مما يضع المستهلك في موقف لا يملك فيه سوى القبول بالشروط المفروضة عليه.<sup>3</sup>

ويتم هذا القبول في أغلب الأحيان بدافع الحاجة الماسة إلى السلعة أو الخدمة، دون أن تتاح له إمكانية مناقشة أو تعديل أي من بنود العقد، مما يؤدي إلى اعتبار العقد عقد إذعان.<sup>4</sup>

ويؤكد هذا الاتجاه أن عقود الإذعان تتميز عادة بغياب التفاوض وسيطرة طرف واحد على شروط التعاقد، كما هو الحال في عقود تقديم الخدمات أو تزويد السلع عبر المنصات الإلكترونية. وبناءً على ما سبق، فإن كل عقد تُحدد شروطه مسبقاً من طرف

<sup>1</sup> القانون رقم 15 لسنة 2005، بتنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، مصر.

<sup>2</sup> خالد صبري الجنابي، التراضي في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 147-148.

<sup>3</sup> أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة لنشر، مصر، 2005، ص 30.

<sup>4</sup> خولة كاظم محمد راضي المعموري، الإيجاب في عقد الإذعان، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية (سنة السادسة)، المجلد 1، 2014، ص 367 إلى 401، كلية التكنولوجيا.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

الموجب، دون أن يُمنح الطرف القابل فرصة مناقشتها أو تعديلها، يُعتبر حسب هذا الاتجاه عقد إذعان<sup>1</sup>. ولما كان عقد الإذعان وفقاً للقواعد العامة يتطلب شروطاً لأعماله تتمثل في:

- ضرورة السلطة للمستهلك
- أن يعرض الموجب للسلطة أو الخدمة على الجمهور كافة بشروط واحدة معدة سلفاً دون مناقشتها
- أن يكون مقدم السلعة محتكراً لها
- وقد ذهب بعض الفقه إلى اعتبار عقد التجارة الإلكترونية عقد إذعان بالنسبة للمستهلك، نظراً لظروفه الاقتصادية التي تضعه في موقع الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، مقابل طرف آخر يتمثل غالباً في شركات كبرى تمتلك قوة اقتصادية كبيرة وقدرات هائلة في مجالي الدعاية والتسويق، مما يُعزز من هيمنتها على شروط التعاقد.

والملاحظ أن هذا الاتجاه يتوافق مع ما نصّت عليه المادة 70 من ق م ، التي اشترطت لقيام عقد الإذعان أن يكون أحد طرفي العقد محتكراً للسلعة أو الخدمة، وهو ما ينطبق تماماً على واقع التجارة الإلكترونية التي تُسيطر فيها بعض الشركات على السوق وتفرض شروطها دون تفاوض فعلي مع المستهلك<sup>2</sup>.

ثانياً: الاتجاه القائل بأن عقود التجارة الإلكترونية عقود مساومة

يرى أنصار هذا الاتجاه أن العقود الإلكترونية لا تُعد من عقود الإذعان، بل تُصنف ضمن عقود المساومة، إذ يتمتع الأطراف - ولا سيما المستهلك الإلكتروني- بحرية كاملة في قبول أو رفض الشروط التي يضعها الطرف الموجب. فالمستهلك غير مُلزم بالموافقة

<sup>1</sup> عمر حسن المومني، التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية: دراسة تحليلية مقارنة، دار وائل للنشر والتوزيع -عمان -الأردن، 2003، ص37.

<sup>2</sup> جامع مليكة، حماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية، قانون خاص، جامعة الجليلي الياض سيدي بلعباس، السنة الجامعية، 2016-2015، ص90.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

على بنود عقد معين، وله حرية التعاقد مع مزود آخر يعرض منتجًا أو خدمة مماثلة بشروط مختلفة.

ويؤكد هذا الاتجاه أن العقود الإلكترونية تقوم على مبدأ الرضائية، حيث يمكن للمستهلك ببساطة أن يتجاوز الموقع الذي لا تُعجبه شروطه، وينتقل إلى موقع آخر بحثًا عن عرض يتوافق مع احتياجاته وتفضيلاته. وبالتالي، لا تتوافر في هذه العقود الخصائص الجوهرية لعقود الإذعان، والمتمثلة في الضرورة، والاحتكار، والإيجاب الدائم.<sup>1</sup>

كما يستند أنصار هذا الرأي إلى وفرة العروض على شبكة الإنترنت، والتي تمنح المستهلك فرصة حقيقية للاختيار والمفاضلة، مما يعني أن هذا الأخير لا يُعد طرفًا مدعنا في تعاقدته الإلكترونية.<sup>2</sup>

### الاتجاه الثالث: عقود التجارة الإلكترونية مختلطة

يدعو أنصار هذا الاتجاه إلى تحديد الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني استنادًا إلى الوسيلة التي تم من خلالها إبرامه. فإذا تم التعاقد بواسطة البريد الإلكتروني، فإن العقد يُعد رضائيًا لكونه يسمح بتبادل الرسائل الإلكترونية، مما يفتح المجال أمام التفاوض والمناقشة بين الطرفين. وينطبق نفس الحكم على العقود التي تُبرم من خلال المحادثة المباشرة<sup>3</sup>، حيث يكون التفاعل الفوري بين المتعاقدين مؤشرًا على تحقق التراضي. أما في حالة إبرام العقد عبر مواقع الإنترنت، فإن العقد غالبًا ما يُصنّف ضمن عقود الإذعان، نظرًا لاعتماد تلك المواقع على نماذج عقود موحدة ومعدة مسبقًا، لا تتيح للطرف

<sup>1</sup> وسيلة لزعر، تنفيذ العقد الإلكتروني، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر كلية الحقوق بن عكنون)، 2010-2011، ص 19.

<sup>2</sup> خالد صبري الجنابي، التراضي في عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 149-148.

<sup>3</sup> لما عبد الله صادق سهلب، مجلس العقد الإلكتروني - رسالة ماجستير - كليات الدراسة العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2008، ص 61.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

الأخر مناقشة الشروط أو تعديلها، مما يحدّ من حرية التفاوض ويضعه في موقف القبول الكلي أو الرفض دون مساومة<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: نطاق تطبيق العقود الإلكترونية في القانون 05-18

يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حال كان أحد أطراف العقد الإلكتروني يحمل الجنسية الجزائرية، أو لديه إقامة شرعية في الجزائر، أو إذا كان شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري، أو إذا كان محل تنفيذ العقد يتم في الجزائر. يتنافى هذا القانون لأي معاملة تُبرم عبر وسائل الاتصال الإلكترونية وتتعلق بمواضيع مثل: القمار، الرهان، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به، كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد تصريح مسبق، الاعتراف والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكل المنتجات أو الخدمات التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي<sup>2</sup>.

**المطلب الثاني: تكوين عقد التجارة الإلكترونية وشروطه**

عقد التجارة من العقود الحديثة التي تتم عبر الوسائط الرقمية، ويخضع في تكوينه لمبادئ التعاقد التقليدي، مما يستدعي بيان كيفية انعقاده وشروط صحته. سنتطرق في هذا المطلب لدراسة الشروط الشخصية والموضوعية للعقد الإلكتروني (الفرع الأول)، وأركان عقد التجارة الإلكترونية في (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: شروط ممارسة العقد الإلكتروني

عمل المشرع الجزائري على تنظيم التجارة الإلكترونية من خلال وضع إطار قانوني خاص يعزز الثقة بين المتعاملين، ما يسهم في توسيع نطاق هذا النوع من المعاملات عبر الفضاء الرقمي. وقد تجسّد ذلك في القانون 05-18<sup>2</sup> الذي يتضمن القواعد العامة

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة المقارنة، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.

<sup>2</sup> القانون 05-18، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، سالف الذكر.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

المنظمة للتجارة الإلكترونية، سواء ما تعلق بتقديم السلع والخدمات أو بالمعاملات المحظورة، كما حدّد الشروط التي يجب أن يلتزم بها المورد الإلكتروني لممارسة هذا النشاط. ويُعد هذا القانون أول نص قانوني جزائري ينظم التجارة الإلكترونية، حيث سعت من خلاله الدولة إلى مواكبة التحولات الاقتصادية العالمية وتنظيم السوق الافتراضي والاستفادة منه، مع ضمان الاندماج في الاقتصاد الرقمي الدولي. كما شدد القانون على ضرورة استيفاء الشروط القانونية المسبقة لتسويق وتقديم السلع والخدمات إلكترونياً، بما يكفل الأمان القانوني لأطراف العلاقة التعاقدية.

ويمكننا توضيح ذلك فيما يلي:

### أولاً: الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الإلكترونية

نظم المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية بفرض موضوعية لضمان مشروعية النشاط وتعزيز الثقة فيه، سنتطرق إليها

#### 1- المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الإلكتروني

بموجب المادة 3 من القانون رقم 05-18<sup>1</sup> تنص على أنه: "تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما" غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يلي:

- أ- لعب القمار والرهان واليانصيب،
- ب- المشروبات الكحولية والتبغ،
- ج- المنتجات الصيدلانية،
- د- المنتجات التي تمس بحق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية،
- هـ- كل سلعة أو خدمة محضرة بموجب التشريع المعمول به،
- و- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

<sup>1</sup> المادة 3، من القانون رقم 05-18، سالف الذكر.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما<sup>1</sup>.

من خلال تحليل المادة الثالثة من القانون السالف الذكر، نستنتج أن المعاملات التجارية عبر الاتصال الإلكتروني تحكمها مجموعة من الضوابط المنصوص عليها في هذا القانون، ومن خلال المادة نجد أن للشخص كامل الحرية في تسويق واقتراح السلع والخدمات، خاصة وأن مجالات التجارة الإلكترونية متنوعة باستثناء ما حظره المشرع الجزائري من المعاملات المذكورة على سبيل الحصر لا المثال في المادة الثالثة، وذلك راجع لكون أنها غير مشروعة أو غير تجارية، ويمكننا توضيح ذلك فيما يلي:

### أ- حظر لعب القمار والرهان واليانصيب

في الآونة الأخيرة، انتشرت بشكل واسع فكرة "اليانصيب" عبر الإنترنت، حيث استُغلت من قبل مواقع إلكترونية مزيفة كوسيلة للاحتيال. إذ يقوم المحتالون بإرسال رسائل بريد إلكتروني وهمية تُوهم المتلقي بأنه فاز بمبلغ مالي أو بجوائز عينية، مما يدفعه إلى إدخال معلوماته الشخصية معتقداً أنه بصدد استلام جائزته.

وكون أن لعب القمار والرهان ممارسة ممنوعة في القواعد العامة باستثناء الرهان الخاص بالمسابقة والرهان الرياضي الجزائري طبقاً للمادة 612 من ق م التي جاء فيها: "يحظر القمار والرهان، غير أن الأحكام الواردة في الفقرة السابقة لا تطبق على الرهان الخاص بالمسابقة الرهان الرياضي الجزائري"<sup>2</sup>

### ب- حظر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ

تنص المادة 51 من القانون 11-18 المتعلق بالصحة<sup>3</sup> على أنه: "يمنع كل شكل من أشكال الترويج والرعاية والإشهار لفائدة مواد التبغ" والمادة 60 من نفس القانون تنص على أنه: "يمنع الترويج والرعاية والإشهار للمشروبات الكحولية ولكل مادة أخرى معينة ومصنفة مضرّة بالصحة".

<sup>1</sup> القانون 05-18، سالف الذكر.

<sup>2</sup> أمر رقم 58-75 المتضمن ق م، سالف الذكر.

<sup>3</sup> قانون رقم 11-18، المؤرخ في 2 يوليو سنة 2018، يتعلق بالصحة، ج ر، ع 44، الصادر في 29 يوليو 2018.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

من خلال القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وكذا القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة، يتضح أن المشرع الجزائري قد شدد على منع التعامل بالمشروبات الكحولية في إطار التجارة الإلكترونية، كما حظر بشكل صريح الترويج والإشهار لمنتجات التبغ والمشروبات الكحولية.

ويُفهم من هذا التشديد أن المشرع سعى للحد من انتشار هذه المواد بسبب ما تسببه من أضرار صحية جسيمة على مستهلكيها، فضلاً عن انعكاساتها السلبية على المجتمع من حيث تفشي الآفات الاجتماعية وتفاقم المشاكل الأسرية والسلوكية. كما أن هذه المواد تتعارض مع الآداب العامة ومبادئ الشريعة الإسلامية، ما يجعل من منعها إجراءً وقائياً يهدف إلى حماية الفرد والمجتمع.

### ج- حظر التعامل بالمنتجات الصيدلانية

بما أن المشرع الجزائري قد منع الإشهار للمواد الصيدلانية والترويج إتجاه المستهلكين طبقاً للمادة 237 في فقرتها السابعة من قانون الصحة المذكور مسبقاً التي نصت عليه: "يمنع الإشهار للمواد الصيدلانية والترويج لها تجاه الجمهور بكل الوسائل الإعلامية". وفقاً لما أفردّه قانون الصحة الجزائري، يُقصد بالإشهار الموجه لمهنيي الصحة فيما يخص المواد الصيدلانية، كل نشاط يُمارس بهدف الترويج لوصف هذه المواد أو صرفها، وذلك طبقاً لما نصّت عليه الفقرة الأولى من المادة 237.<sup>1</sup>

### د- حظر التعامل بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية

قام المشرع الجزائري بحظر عرض أو بيع أي منتجات تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، مثل السلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة لعلامات أصلية، وذلك لما يشكّله هذا الفعل من انتهاك للحقوق الاستثنائية الممنوحة لمالك العلامة الأصلية. ويُعد هذا الفعل جنحة تقليد وفقاً لأحكام المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق

<sup>1</sup> سيف الدين رحالي، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، ع 08، جانفي 2002، ص 76.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

بالعلامات<sup>1</sup>. كما صنّف المشرع التقليد ضمن الجرائم التي يعاقب عليها، وذلك في المواد من 27 إلى 33 من نفس الأمر.

### 2- المعاملات المستبعد من خضوعها للتعامل الإلكتروني

نصت المادة الخامسة من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا المنتجات و/أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي"<sup>2</sup> يتضح من خلال المادة السابقة أن المشرع الجزائري قد حظر صراحة التعامل عبر وسائل الاتصال الإلكتروني فيما يخص المنتجات الحساسة، وكل ما من شأنه المساس بمصالح الدفاع الوطني، أو النظام العام، أو الأمن العمومي. ويلاحظ من خلال صياغة هذه المادة أن المشرع قد ميز بين مفهومي "النظام العام" و "الأمن العمومي"، رغم أن الأمن العمومي يعد في الواقع أحد مكونات النظام العام، إلى جانب كل من الصحة العامة والسكينة العامة.

ومن أجل تعزيز حماية الأمن العمومي في مجال التجارة الإلكترونية، وضمان سلامة التعاملات، أقر المشرع جملة من الالتزامات على عاتق الموردين، من أبرزها حظر الإشهار الكاذب أو المضلل الذي من شأنه أن يغش المستهلك الإلكتروني<sup>3</sup> ويدفعه إلى اتخاذ قرارات خاطئة في عملية الشراء.

كما نجد أن المرسوم التنفيذي رقم 09-410، ولا سيما المادة الثانية منه، قد قدم تعريفا دقيقا لما يقصد بالمنتجات أو التجهيزات الحساسة، حيث نص على أنها "كل عتاد يمكن أن يمس استعماله غير المشروع بالأمن الوطني وبالنظام العام"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> أمر رقم 06-03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر، ع44، الصادر في 23 يوليو 2003.

<sup>2</sup> المادة 05 من القانون رقم 05-18، سالف الذكر.

<sup>3</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، 77-78.

<sup>4</sup> المرسوم التنفيذي رقم 09-410، المؤرخ في 10 ديسمبر 2009، يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، الجريدة الرسمية، ع73، الصادر في 13 ديسمبر 2009، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي على رقم 16-61، مؤرخ في 11 فبراير 2016، منشور في ج ر، ع09، صادر في 17 فبراير 2016.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

وعليه فإن المشرع الجزائري قد سعى من خلال هذا الإطار القانوني إلى منع أي نشاط إلكتروني يتعلق بمنتجات أو خدمات قد تمس بالأمن العمومي أو الدفاع الوطني، وذلك بهدف تفادي المخاطر التي قد تتجم عن إساءة استخدام هذه الوسائط في تداول مثل هذه المواد.

### ثانيا: الشروط الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية

تنص المادة 8 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تنص على أنه "يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية حسب الحالة، ولنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد "DZ.COM".

يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

وتنص المادة 9 من نفس القانون على أنه "تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى المصالح المركز الوطني للسجل التجاري، وتنتشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني".

وانطلاقا من نص المادتين 8 و 9 من القانون رقم 05-18 نجد أن هناك إجراءات يقوم بها المورد الإلكتروني من جهة، وإجراءات يقوم بها المركز الوطني للسجل التجاري من جهة أخرى.

### 1- من جانب المورد الإلكتروني

ألزم المشرع الجزائري بموجب المادة 08 من القانون 05-18، كل شخص يرغب في مباشرة نشاط تجاري إلكتروني بضرورة الامتثال لجملة من الشروط القانونية. وتتمثل هذه الشروط أساسا في التسجيل بسجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب طبيعة

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

النشاط، ونشر هذا التسجيل على موقع إلكتروني خاص بالنشاط، شريطة أن يكون هذا الموقع مستضافا داخل التراب الوطني ويمتلك ن طاقا يحمل الامتداد الوطني COM.DZ. كما يوجب القانون إيداع اسم نطاق النشاط الإلكتروني لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، وذلك ضمانا للشفافية وحماية للمستهلك الإلكتروني<sup>1</sup>.

### أ- تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل او في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة

إن تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في السجل أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة إجراء قانونيا إلزاميا، يستوجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة النشاط باسمه ولحسابه الخاص بالتصريح تحت مسؤوليته لدى هيئة إدارية رسمية مختصة، تمسك سجلا خاصا بذلك، وتتولى تدوين تصريحها تثبتا للحقوق وحماية للمصالح<sup>2</sup>.

### - تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل التجاري

يلزم كل تاجر، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنوياً، يرغب في ممارسة نشاط التجارة عبر وسائل الاتصال الإلكتروني، بتسجيل هذا النشاط في السجل التجاري. ويعد هذا التسجيل شرطا أساسيا لممارسة النشاط بشكل مشروع ونزيه، بما يضمن له الاستفادة من الحماية القانونية المقررة في إطار تنظيم التجارة الإلكترونية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المادتان 8-9، من القانون 05-18، نفسه.

<sup>2</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، ص 80.

<sup>3</sup> كريمة كريم، " استعمال تكنولوجيا المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري "، مجلة عارف، قسم العلوم القانونية، جامعة آكلي محند اولجاج، البويرة، الجزائر، الع 24، جوان 2018، ص 69.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

وقد أصبح التسجيل في السجل التجاري إلكترونيًا، بموجب المادة 5 مكرر من القانون 06-13 المعدل للقانون رقم 04-08 التي جاء فيها أنه "يمكن القيد في السجل التجاري بالطريقة الإلكترونية".

يمكن إصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة إجراء إلكتروني، يحدد نمودجه عن طريق التنظيم<sup>1</sup>.

وقد أصبح القيد بشكل إلكتروني إجراء إلزامي بعد صدور التنظيم وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-112<sup>2</sup>، وهذا ما يفهم من خلال المادة 7 منه.

وبناء على ما ورد في المادة 7 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر نجد أن المشرع قد صرح أنه يلزم التجار الذين لا يملكون سجل تجاري مزود برمز الاللكتروني "س.ت.ا" أن يعدلوا مستخرج سجلهم التجاري، لدى فروع المركز الوطني للسجل التجاري المختص إقليميًا، كما وضح في ذات الوقت أن مستخرجاتهم الغير مزودة برمز السجل إلكتروني تبقى صالحة لمدة سنة واحدة ابتداء من نشر المرسوم في الجريدة الرسمية.

وقد تم تمديد الفترة المنصوص عليها في الفقرة الأخيرة إلى غاية 31 ديسمبر 2019 بموجب المرسوم التنفيذي 19-251 في مادته الثانية<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> القانون رقم 04-08، المؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر، ع 58، الصادر في 18 غشت 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 1306، المؤرخ في 23 يوليو 2013، ج ر، ع 39، الصادر في 31 يوليو 2013، وكذا بالقانون رقم 18-08، المؤرخ في 10 يونيو سنة 2018، ج ر، ع 35، الصادر في 13 يوليو 2018.

<sup>2</sup> مرسوم تنفيذي رقم 18.112، المؤرخ في 5 أبريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، الجريدة الرسمية، الح 21، الصادر في 11 أبريل سنة 2018.

<sup>3</sup> مرسوم تنفيذي رقم 19-251، المؤرخ في 16 سبتمبر سنة 2019، يعدل ويتمم مرسوم تنفيذي رقم 18.112، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء الاللكتروني، ج ر، ع 57، الصادر في 18 سبتمبر 2018.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

وبعد تمديد الأخير قد مددت الوزارة مرة أخرى بسبب تقاعس التجار إلى غاية 30 جوان 2020، ولكن نوهت على أنه مع انقضاء هذه المدة تصبح مستخرجات السجل التجاري التي لا تحمل رمز إلكتروني غير صالحة.<sup>1</sup>

كما يمكن الإشارة إلى أنه في حال ما اقترح شخص طبيعي أو معنوي في الجزائر توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصال الإلكتروني، دون التسجيل في السجل التجاري، يتم التعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق من طرف الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر إلى أن يسوي وضعيته وهذا بناء على نص المادة 42 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

### - تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل الصناعات التقليدية والحرفية

بحيث يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يرغب بممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، يجب عليه التسجيل في الصناعات التقليدية والحرفية وذلك من أجل أن تكون ممارسته لهذا النشاط في النطاق المشروع والنزيه.<sup>3</sup>

لكن المشرع بخصوص هذا الأمر لم يحدد أي جزاء واضح لأي حرفي قد يمارس نشاط التجارة الإلكترونية من دون التسجيل المسبق في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

### ب- نشر نشاط التجارة الإلكترونية في موقع إلكتروني أو في صفحة إلكترونية

أضاف المشرع الجزائري إجراء شكليا آخر لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، يتمثل في ضرورة نشر هذا النشاط عبر موقع إلكتروني أو صفحة بريدية

<sup>1</sup> المرسوم التنفيذي 22-50، مؤرخ في يناير 2022، يعدل المرسوم المرسوم التنفيذي رقم 18-112 المتعلق بنموذج مستخرج السجل التجاري الصادر عن طريق إجراء إلكتروني.

<sup>2</sup> أنظر المادة 42 من القانون 05-18، سالف الذكر.

<sup>3</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، ص 82.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

على الأنترنت، شرط أن يكون هذا الموقع مستضافا داخل الجزائر ويحمل الامتداد الوطني  $dz.com^1$ . ويشترط أيضا أن يتضمن الموقع وسائل تقنية تتيح التحقق من صحته ومصداقيته. وبذلك، يلزم المشرع المورد الإلكتروني بامتلاك اسم نطاق خاص به، باعتباره الواجهة الأساسية لنشاطه التجاري عبر الأنترنت، والوسيلة التي تمكن المتعاملين من الوصول إلى خدماته وإبرام الصفقات في إطار المنافسة التجارية المشروعة<sup>2</sup>.

### ج- إيداع اسم نطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري

عرف المشرع الجزائري اسم النطاق في الفقرة الأخيرة من المادة السادسة من القانون 05-18<sup>3</sup>، باعتباره سلسلة من الأحرف والأرقام تكون مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاقات، وتستخدم للتعرف على الموقع الإلكتروني والولوج إليه. وقد ألزم المشرع المورد الإلكتروني بإيداع اسم النطاق المرتبط بنشاطه لدى المركز الوطني للسجل التجاري، لضمان مزاولة نشاطه بطريقة مشروعة وشفافة. كما أنتاح القانون إمكانية تعليق تسجيل اسم النطاق من قبل الجهة المخولة بمنح أسماء النطاقات في الجزائر، وذلك بموجب مقرر صادر عن وزارة التجارة، في حالتين هما:

- الحالة الأولى يتم التعليق الفوري لتسجيل اسم النطاق لأي شخص يقترح توفير سلع والخدمات عن طريق الاتصال الإلكتروني من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، وهنا التعليق يبقى ساري المفعول إلى غاية تسوية الوضعية.

<sup>1</sup> المقصود ب  $dz.com$ ، ف  $com$  هو عبارة عن عنوان يشير للمواقع التجارية وتعتبر من العناوين العامة التي تختص بها جميع دول العالم، أما  $dz$  فهي تخص نطاق الحدود الجزائرية فقط.

<sup>2</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، ص 82.

<sup>3</sup> المادة 6 من القانون رقم 05-18، المرجع السابق.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

- أما الحالة الثانية يتم التعليق تسجيل اسم نطاق للمورد الإلكتروني تحفظيا، عندما يرتكب أثناء ممارسة نشاطه لمخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل وفق ما جاء في القانون الممارسات التجارية، وهنا لا يمكن أن يتجاوز مدة التعليق 30 يوما.
- كما يمكن كذلك أن يأمر القاضي بغلق اسم النطاق كعقوبة إضافية للغرامة المالية، وذلك في حالتين:

- فالحالة الأولى قد بأمر القاضي بغلق اسم النطاق لمدة تتراوح من شهر إلى ستة أشهر في حالة عرض أو بيع منتجات أو خدمات مذكورة في المادة الثالثة من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- والحالة الثانية قد يأمر القاضي بغلق اسم النطاق كليا إذا ما خالق المورد الإلكتروني أحكام المادة 05 من نفس القانون<sup>1</sup>.

### 2- من جانب المركز الوطني للسجل التجاري

عند استيفاء المورد الإلكتروني لجميع الشروط الموضوعية والشكلية اللازمة لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، يتولى المركز الوطني للسجل التجاري إدراجه ضمن بطاقة وطنية خاصة بالموردين الإلكترونيين، سواء كانوا مسجلين في السجل التجاري أو فب يجل الصناعات التقليدية والحرفية، وذلك بهدف إضفاء الطابع الشرعي والقانوني على نشاطهم. وفي هذا الإطار، أسندت للمركز الوطني للسجل التجاري مهمة إنشاء هذه البطاقة الوطنية التي تضم كافة الموردين الإلكترونيين عبر التراب الوطني، ويتم نشرها عبر البوابة الإلكترونية للمركز، بما يتيح للمستهلك الإلكتروني الإطلاع عليها والتعامل بثقة مع الموردين المسجلين رسميا.

<sup>1</sup> القانون 05-18، سالف الذكر.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

### أ- مفهوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين

لم يعرف المشرع الجزائري البطاقة الوطنية تعريفا واضحا ومحددا في قانون التجارة الإلكترونية، ولكن والرجوع إلى المادة 09 من القانون 18-05<sup>1</sup>، يمكن استخلاص تعريف لها بأنها: "وثيقة مرجعية مفصلة تضم مجموعة من المعلومات والبيانات عن الموردين الإلكترونيين المتواجدين عبر التراب الوطني الذين استوفوا الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، ينشئها المركز الوطني للسجل التجاري ويتولى نشرها لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني"<sup>2</sup>.

تتمتع البطاقة الوطنية بمجموعة من المميزات التي من بينها:

- هي عبارة عن توثيق معلوماتي يعتمد على قاعدة بياناتية، حيث تحمل كل المعلومات الشخصية للمورد الإلكتروني<sup>3</sup>.
- تتميز بكونها علنية وليست سرية، حيث تنشر في البوابة الإلكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري.
- يعتبر كل شخص يحمل البطاقة الوطنية للموردين، مورد الإلكتروني بحيث تترتب عليه الالتزامات الناشئة عن هذه الممارسة، وتطبق عليه العقوبات في حالة الإخلال بها.
- تعتبر وسيلة لمراقبة الموردين الإلكترونيين عن ممارستهم لنشاط التجارة الإلكترونية.
- تم النص عليها بالاعتماد على عدة مبادئ قانونية والتي هي مبدأ المشروعية، ومبدأ الشمولية، ومبدأ المراجعة والتحيين.

### ب- وظائف البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين

<sup>1</sup> المادة 9، من القانون رقم 18-05، السابق ذكر.

<sup>2</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، ص 85.

<sup>3</sup> سهيلة بوخميس، {عصرنة الإدارة العمرانية في الجزائر}، "البطاقة الوطنية لقرارات التعمير والمخالفات المتعلقة بها نموذجا"، مجلة الدراسات القانونية والسياسي، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الع 07-07 جانفي 2018، ص 313.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

تضطلع البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين بعدة وظائف أساسية، من أبرزها حماية المستهلك الإلكتروني من خلال تمكينه من التعرف على الموردين المعتمدين، وكذا المساهمة في تنظيم المنافسة في السوق التجارية الإلكترونية، بما يضمن الشفافية والنزاهة في المعاملات عبر الأنترنت<sup>1</sup>.

### - البطاقة الوطنية لحماية المستهلك الإلكتروني

يعد إنشاء البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين بحد ذاته وسيلة فعّالة لحماية المستهلك الإلكتروني، إذا يتيح له الاطلاع على قاعدة بيانات شاملة يتم نشرها عبر بوابة المركز الوطني للسجل التجاري، مما يكرّس مبدأ الشفافية في المعاملات التجارية<sup>2</sup> عبر الأنترنت. فمن خلال هذه البطاقة، يمكن للمستهلك الإلكتروني الحصول على المعلومات دقيقة وموثوقة حول الموردين، مثل: رقم التسجيل، اسم النطاق، تاريخ التسجيل، نوع المورد (تاجر أو حرفي)، اسم الشركة، رقم السجل التجاري 'العنوان، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني.

وعليه إذا كان الشخص الذي يوفر السلع أو الخدمات مسجلاً ضمن هذه البطاقة، فإن نشاطه يعتبر قانونياً، ويكون المستهلك محمياً وفقاً للإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية. أما إذا لم يكن المورد مسجلاً، فإن المستهلك لا يتمتع بالحماية القانونية، مما يعرضه لمخاطر التحايل أو الغش. لذلك من الضروري أن يتحقق المستهلك من المعلومات المدرجة في البطاقة قبل إبرام أي عقد إلكتروني ولضمان سلامة المعاملة وحماية حقوقه القانونية.

<sup>1</sup> آمنة رهيوي، وليد بوزيد، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر، 2021، ص49.

<sup>2</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، ص85-86.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

### - البطاقية إطار لتنظيم المنافسة الإلكترونية

يعتبر كل شخص مستوفي للشروط المطلوبة، ويقوم بنشاطه بشكل مشروع محمي قانونيا، وكذلك يصبح محل للاستثمارات الداعمة وهذا طبقا للمادة الرابعة من القانون 05-18<sup>1</sup> المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبالإضافة لكل هذا فكل مورد إلكتروني منظم للبطاقة الوطنية، فهو هكذا قد قام بحماية هويته التجارية على الخط، وجعل تعاملاته التجارية الإلكترونية مؤمنة.

### - البطاقية إطار لضبط السوق الافتراضية

تعتبر البطاقية الوطنية إطارا مرجعيا للدولة الجزائرية، حيث أنها تسمح من جهة بإعطاء صورة كاملة عن صورة كاملة عن تعداد الموردين الإلكترونيين الموجودين عبر التراب الوطني الجزائري<sup>2</sup>.

وعليه يمكن القول إن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية بشكل شرعي، حيث يكون المستهلك مخمي والمورد الإلكتروني مؤمن يجب القيام ببعض الشروط الموضوعية والشكلية التي من شأنها تحديد مشروعية هذا النشاط، وكذلك المساهمة في إضفاء جو من الأمان والثقة بين المتعاملين.

### الفرع الثاني: أركان عقد التجارة الإلكترونية

يتعين أن يتوافر في العقد الإلكتروني عن طريق إحدى وسائل الاتصال الإلكترونية الأركان العامة وهي الرضا والمحل والسبب.

<sup>1</sup> المادة 4 من القانون رقم 05-18، المرجع السابق.

<sup>2</sup> سيف الدين رحالي، المرجع السابق، ص 88.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

أولاً: أطراف عقد التجارة الإلكترونية (المستهلك والمورد)

سننتظر لتعريف المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني حسب القانون 05-18

المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>

1- تعريف المستهلك الإلكتروني:

عرف المشرع المستهلك الإلكتروني في المادة 6 من القانون 05-18، على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، سواء بمقابل أو بصفة مجانية، سلعة أو خدمة عن طريق وسائل الاتصال الإلكتروني، وذلك من المورد الإلكتروني وبغرض الاستهلاك النهائي. ويلاحظ أن المشرع لم يقتصر على الشخص الطبيعي فقط، بل شمل أيضاً الشخص المعنوي، كما لم يقتصر على السلع دون الخدمات، بل جمع بينهما في التعريف، وهو ما يعكس شمولية نسبية في تحديد نطاق المستهلك الإلكتروني<sup>3</sup>.

لكن يسجل على المشرع تجاهله لأنواع أخرى من المستهلكين الذين تنشأ عنهم تعاملات إلكترونية واقعية، كالمستهلكين في نمط التجارة بين المهنيين (b2b) ومنهم:

- **المستهلك الصناعي أو الإنتاجي:** وهو من يشتري سلعة أو خدمة بهدف إدخالها في عملية إنتاجية جديدة، وليس بغرض الاستهلاك المباشر.
- **المستهلك الوسيط أو التجاري:** وهو من يقتني المنتجات من أجل إعادة بيعها كما هي، يشتري بالجملة ليبيع بالتجزئة.
- **الهيئات الحكومية:** والتي تستهلك سلعاً وخدمات لأغراض النفع العام، وليس لتحقيق منفعة شخصية.

<sup>1</sup> القانون 05-18، سالف الذكر.

<sup>2</sup> المادة 6، من القانون رقم 05-18، المرجع السابق.

<sup>3</sup> خديجة عبد اللاوي، محاضرات في قانون المعاملات الإلكترونية، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت، الجزائر، 2022، ص30.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

وعليه، فإن تعريف المشرع اقتصر على نمط b2c (من المورد إلى المستهلك النهائي)، دون التطرق إلى أنماط أخرى أكثر شمولاً ك b2b أو g2c، والتي لها فعلي وملموس في البيئة الإلكترونية الحديثة<sup>1</sup>.

### 2-تعريف المورد الإلكتروني:

عرف المشرع الجزائري المورد الإلكتروني في المادة 6 من القانون 05-18<sup>2</sup>، على أنه شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو باقتراح توفير سلعة أو خدمة عبر الوسائل الاتصال الإلكترونية. ويلاحظ من هذا التعريف أن المشرع لم يفرق بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي، بل شملهما معاً، مؤكداً أن المورد الإلكتروني قد يكون فرداً عادياً أو كياناً مؤسسياً، دون حصر النشاط في نوع معين من الأشخاص. ويقصد بالشخص الطبيعي الإنسان بصفته فرداً قائماً بذاته، بغض النظر عن جنسه أو وضعه الاجتماعي، شريطة أن يكون بالغاً وعاقلاً، وهو ما يؤهله قانوناً لاكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات. أما الشخص المعنوي، فهو كيان قانوني يتمثل في مجموعة من الأشخاص أو الأموال، يهدف إلى تحقيق غرض معين، ويعترف له القانون بالشخصية القانونية اللازمة لذلك، سواء تعلق الأمر بجهة عامة تمثل القطاع العام، أو جهة خاصة تمثل شركات ومؤسسات خاصة.

أما من حيث النشاط، فإن المشرع أشار إلى أن المورد يقوم إما بتسويق السلعة أو الخدمة، أو باقتراح توفيرها، وهي عبارة تشمل مختلف الوظائف المرتبطة بالعملية التجارية، من مبيعات وتوزيع وإشهار وتخطيط للإنتاج، إضافة إلى أبحاث السوق. فالتسويق لا يقتصر فقط على بيع المنتج، بل يشمل أيضاً جميع الجهود التي تبذلها المؤسسة للتواصل

<sup>1</sup>وقاد مصطفى، محيريق أحمد لمين، الإطار القانوني لعقود التجارة الإلكترونية في ظل القانون 05-18 جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2022، ص52.

<sup>2</sup> المادة 6، من القانون رقم 05-18، سالف الذكر.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

مع المستهلك، وفهم احتياجاته وتقدير آرائه، ثم ترجمها إلى منتجات أو خدمات تلبي التطلعات، بما يسهم في توسيع السوق وضمان استمرار الطلب.

وعليه، يمكن القول إن المورد الإلكتروني هو ذلك الشخص، الطبيعي أو المعنوي، الذي يسعى من خلال أدوات الاتصال الحديثة إلى الوصول إلى العملاء الحاليين والمحتملين، وتزويدهم بالمعلومات اللازمة حول الشركة أو العلامة التجارية، والمنتجات أو الخدمات المعروضة بهدف علاقة تجارية قائمة على الثقة والاستجابة لحاجيات السوق الإلكترونية<sup>1</sup>.

### ثانياً: التراضي في عقود التجارة الإلكترونية (الإيجاب والقبول)

يعد التراضي أساساً جوهرياً في تكوين العقد، ويتجسد عبر الإيجاب والقبول، غير أن خصوصية التعاقد الإلكتروني تفرض معالجة مختلفة لهذا الركن، بالنظر لغياب التلاقي المادي بين الأطراف واعتماد وسائل إلكترونية في التعبير عن الإرادة.

#### 1- الإيجاب في العقد الإلكتروني

يتم الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني من خلال استخدام الأجهزة الإلكترونية، اعتماداً على شبكة الأنترنت كوسيلة للتواصل بين طرفي العقد. وعلى خلاف البريد العادي الذي يخضع للرقابة من جهات البريدية، فإن البريد الإلكتروني يتميز بالسرعة في تبادل الإيجاب والقبول بين المتعاقدين.

ويلاحظ أن هناك توجهاً تشريعياً نحو الاعتراف بحجية العقد الإلكتروني، خاصة مع توافر عناصر تسهّل الاطلاع على محتواه، وتمكّن الأطراف من ممارسة خيار القبول أو الرفض، إلى جانب إمكانية تحديد هوية الطرف المتعاقد بشكل دقيق<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> وقاد مصطفى، محيريق محمد لمين، نفس المرجع، ص 53.

<sup>2</sup> يونس عرب، العقود الإلكترونية، أنظمة الدفع والسداد الإلكتروني، ص 5.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

وبما أن طرفي العقد لا يلتقيان حضورياً، وفق ما يعبر عنه فقهاء الشريعة الإسلامية<sup>1</sup> بعبارة: "عدم اجتماع الأبدان"، فإن أبرز ما يميز هذا النوع من العقود هو الاعتماد على الوسائط الإلكترونية في إبرامه. ومن هذا المنطلق، جاء القانون المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية لينظّم هذا الشكل الجديد من التعاقد، ويواكب مستجدات التعامل الرقمي.

وتعرف الفقرة الأولى من المادة 91 من ق م الأردني<sup>2</sup> الإيجاب والقبول بقولها: "الإيجاب والقبول كل لفظين مستعملين عرفاً لإنشاء العقد وأي لفظ صدر أولاً فهو إيجاب والثاني قبول" بحيث يتم والإيجاب بواسطة المحادثة على شبكة الأنترنت أو عبر البريد الإلكتروني أو أي وسيلة إلكترونية<sup>3</sup>.

اشتراط المشرع الإيجاب ليعتد به قانون الشروط التالية:

**الشرط الأول:** يتعين أن يتضمن العرض الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة المقترحة أو الأصل التجاري المراد بيعه أو أحد عناصره إذا كان محل عرض للبيع.

**الشرط الثاني:** يتعين عليه أن يعين شروط بيع البضاعة أو الخدمة المعروضة أو شروط بيع الأصل التجاري أو أحد عناصره.

**الشرط الثالث:** تحديد الكيفية التي ينفذ بها أطراف العقد المزمع عقده للالتزامات التبادلية.

**الشرط الرابع:** كما ما يفيد المتعاقد المحتمل من الاطلاع على الأخطاء المرتكبة أثناء تحصيل المعطيات وتصحيحها.

**الشرط الخامس:** لم يشترط المشرع في العقد أن يحزر باللغة العربية وإنما يترك الحرية للأطراف الالتزام لاستعمال اللغة التي يرغبان فيها ونعتقد أنه إذا حزر العقد بلغة أجنبية

<sup>1</sup> المختار عبيدات، الوسيط في ق م، مصادر الالتزامات، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء 2002، ص104.

<sup>2</sup> المادة 91 من ق م الأردني رقم 43 لسنة 1976، منشور في الجريدة الرسمية ع 2660 بتاريخ 01 أغسطس 1976، صفحة 1245.

<sup>3</sup> لورانس محمد عبيدات، إثبات المحرر الإلكتروني الناشر: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2019، ص44.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

تعين ترجمته إلى اللغة العربية من قبل ترجمان محلف ليتمكن الاحتياج به أمام القضاء على اعتبار لغة التقاضي هي اللغة العربية والتي ردت الدعوى بعدم القبول.

**الشرط السادس:** أن يتضمن العرض أسلوب حفظ العقد وشروط الاطلاع على العقد المزمع عقده إذا لزم الأمر.

**الشرط السابع:** أن يتضمن الإنجاب الأسلوب الإلكتروني الذي يمكن من معرفة القواعد المهنية والتجارية التي يروم صاحب العرض الخضوع لها. وكل اقتراح لا يتضمن البيانات المذكورة يظل مجرد إسهاد لا يلزم صاحبه.

### 2-القبول في العقد الإلكتروني

لكي يعدّ القبول منتجاً في العقود الورقية، يجب أن يصدر خلال الفترة التي يكون فيها الإيجاب قائماً. وقد ساوى المشرّع بين العقد المبرم بين حاضرين والعقد الذي يتم عبر الهاتف، حيث يشترط صدور القبول قبل انقطاع الاتصال. أما في العقود الإلكترونية، فإن القبول يتحقق بالتعبير الصريح عن إرادة الطرف القابل، ويتم ذلك غالباً من خلال النقر على الخانة المخصصة للموافقة عبر الحاسوب، أو عبر التوقيع الإلكتروني<sup>1</sup>.

وفي هذا النوع من العقود، لا يشترط أن يكون لشخص المتعاقد اعتبار خاص، بل قد يكون مجهول الهوية، ومع ذلك يطلب منه التعبير الصريح عن إرادته في القبول بالوسائل الإلكترونية المتاحة. ولا يكفي الرد وحده، بل يجب تأكيد الموافقة بشكل واضح. وثم، فإن السكوت لا يعد قبولاً في الأصل، "وإن كان القبول قد يفهم ضمناً في بعض الحالات، مثل موافقة المستخدم على شروط عقد منشور على موقع إلكتروني من خلال الاستمرار في استخدام الخدمة أو استكمال خطوات التعاقد"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> لورنس محماد عبيدات، ص 45 وهو يشير إلى حسين عباس العقاد والإدارة الظاهرة ص76.

<sup>2</sup> لمحامي يونس عرب البنوك الإلكترونية، الجزء الثاني. مجلة البنوك المجلة 19 الع 4 أيار 2009.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

ولذا يثبت لمن أرسل إليه الإيجاب قبل التعبير عن إرادته بالقبول أن يكون له مكنة التحقق مما يلي:

- أن يتأكد من تفاصيل القبول الذي سيصدر عنه.
- أن يتحقق من ثمن الإجمالي للشيء محل التعاقد لأن ثمن ركن من أركان العقد الذي لا غنى عنه.
- أن يتمكن من تصحيح الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها إذا حصل قبوله والمقصود بالخطأ هنا الخطأ المادي الذي يتسرب إلى التعبير عن إرادته ولكن هذه المكنة لا تسوغ له الرجوع عن قبوله الذي ينعقد به العقد الإلكتروني.
- يثبت للقابل على الموجب التزام الأخير بمجرد توصله بالقبول أن يشعر القابل وذلك من باب تأكيد التعاقد.
- يعتبر العقد الإلكتروني منعقداً فور تسلّم الموجب للقبول ولا معنى للقول بأن القابل المفترض بمجرد تسلّمه الإيجاب يغدو ملزماً له، لأن المبدأ هو أن القابل قد يقبل وقد يرفض وهذا تعبير صادق عن مبدأ سلطان الإرادة.

### ثالثاً: الدفع الإلكتروني في الجزائر (الوفاء الإلكتروني)

تشهد الجزائر توجهاً متزايداً نحو اعتماد النظام المصرفي الإلكتروني، وهو ما أفرز العديد من التغيرات الإيجابية على مستوى الاقتصاد الوطني بوجه عام، وعلى المنظومة المالية بشكل خاص، مما ساهم في تحفيز الديناميكية الاقتصادية ومعالجة بعض مظاهر الجمود التي كانت تميز النظام التمويلي التقليدي.

### 1- تأثير الصيرفة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري

إن مرور الاقتصاد الجزائري بنترة انتقالية نحو اقتصاد السوق جعله مستعداً لتبني كل الوسائل التي تؤدي إلى استقرار، ونحن هنا نتحدث عن الصيرفة الإلكترونية، فماذا ستبين للاقتصاد الجزائري؟

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

وماذا يمكن أن تقدم لمكونات هذا الاقتصاد؟

والإجابة يمكننا إيجازها فيما يلي:

أ- تأثير الصيرفة الإلكترونية على حسب المؤسسة الاقتصادية: تسهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين فعالية الإدارة، وتوفير الوقت والتكاليف، مع تمكين العملاء من الاستفادة من خدمات ذات جودة عالية وبأسعار منخفضة.

ب- محاربة الاقتصاد الموازي<sup>1</sup>: لقد فرض تأخير وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية، وهذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذه الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي (غير الرسمي)، إن تنامي ثقافة الإكتناز يعد من العوامل التي ساهمت في اتساع السوق الموازية، وهو ما أصبح يشكل تهديداً حقيقياً للاقتصاد الوطني الذي لا يزال يعاني من الهشاشة.

وفي هذا السياق، فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية وتطوير أنظمة الدفع الإلكتروني من شأنه أن يسهل إدماج الكتلة النقدية المتداولة خارج الإطار الرسمي ضمن النظام المصرفي، مما يساهم في تقليص حجم اقتصاد غير الرسمي، خاصة إذا تم توفير بيئة مناسبة ومحفورة لتحقيق ذلك.

ج- إيجاد وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر: يعود تأسيس ظهور وتطور التجارة الإلكترونية في الأصل إلى انتشار استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وفعالية الصيرفة الإلكترونية، ولا يخفي أحد أهمية التجارة الإلكترونية عنه، لذلك يجب على الجزائر تعزيز وسائل المصرفية والإلكترونية لإيجاد جسر مناسب لهذا النوع من التجارة.

د- إعطاء دفع للحكم الإلكتروني في الجزائر: أصبحت فكرة إنشاء حكومة إلكترونية ضرورة إبان انفتاح الجزائر على الاقتصاد العالمي وتشجيعه على الاستثمار الخارجية والمطالب

<sup>1</sup> حميد عبد الهادي، الحكومة الإلكترونية هل تقضي على البيروقراطية في الجزائر؟ إعلاناتك أسبوعية وطبعية متخصصة، الع 16 إلى 21 جانفي 2007، ص7.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

الشعبية المتزايدة بضرورة تخفيف الأعباء البيروقراطية، وهذا المشروع يتطلب توفير بنية تحتية لإطلاق أحد ركائزه وهو الصيرفة الإلكترونية.

هـ - بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر: سيكون اعتماد النظام المصرفي الإلكتروني الأساس لإطلاق مشاريع رقمية أخرى تدفع الاقتصاد الوطني نحو الاقتصاد الرقمي.

2- تأثير الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري<sup>1</sup>: إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري من شأنه أن يدخل هذا النظام مرحلة العصرية بشكل واسع، سواء تعلق الأمر بالبنوك التجارية، أو بنك الجزائر، أو مختلف المؤسسات المالية الأخرى. وتمنح هذه الصيغة الحديثة من العمل المصرفي جملة من الامتيازات، من أبرزها:

أ- تقليص النفقات التشغيلية التي تتحملها المصرف، سواء في تقديم الخدمات أو في إنشاء الفروع الجديدة، خاصة في ظل اتساع الرقعة الجغرافية للجزائر. فالتواجد الرقمي على الأنترنت يمكن البنوك من الوصول إلى شريحة واسعة من الزبائن، وتقديم خدمات متنوعة بجودة عالية وتكلفة أقل، مع إمكانية أكبر لتسويق الخدمات والتعاملات المصرفية عبر الوسائط الإلكترونية.

ب- يمثل استخدام الإنترنت في العمل المصرفي نافذة لتعزيز الشفافية، من خلال التعريف بالمؤسسات المصرفية، والترويج لخدماتها، ونشر المعلومات المالية والمؤشرات الدورية، مما يتيح للباحثين والمستثمرين وسائل المعنيين الاطلاع على الوضع المالي لهذه المؤسسات بكل وضوح.

ج- تسهم ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في تحسين الحياة اليومية للأفراد والعائلات، من خلال تسهيل المعاملات المصرفية والارتقاء بجودة الخدمات، وهو ما يسهم في تطوير المجتمع من خلال إتاحتها أدوات حديثة وفعالة.

<sup>1</sup> بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، بين الواقع والأفاق، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك مالية ونقود، جامعة سعد دحلب، البلدة، الجزائر ص 168، 169.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

د- تفعيل دور البورصة القيم المنقولة في الجزائر بإقامة سوق مالية إلكترونية متكاملة، وإنشاء أنظمة دفع رقمية تساهم في تطوير أدائها وتعزيز فعاليتها ضمن الاقتصاد الوطني.

هـ- تمكين المصارف الجزائرية من مواكبة التطورات العالمية في مجال الخدمات المصرفية الرقمية، بما يدعم اندماجها في الاقتصاد العالمي ويحسن من قدرتها على جذب الاستثمارات الأجنبية.

ومع كل هذه الامتيازات التي توفرها الصيرفة الإلكترونية، إلا أنه ينبغي عدم التغافل عن حجم المخاطر المصاحبة لهذا النمط من الخدمات، مما يستدعي اعتماد هذه التقنيات بشكل مدروس وتدرجي، بعيداً عن التسرع وبما يضمن وعياً كاملاً بمختلف التحديات المرتبطة بها

### المبحث الثاني: آثار العقود الإلكترونية وتنفيذها

مع تطور التجارة الإلكترونية واعتماد الوسائط الرقمية في إبرام العقود، برزت تساؤلات عملية وقانونية حول كيفية تنفيذ هذه العقود ومدى التزام أطرافها بما تم الاتفاق عليه إلكترونياً. فالعقد الإلكتروني، شأنه شأن العقود التقليدية، يرتب التزامات متبادلة بين الطرفين، غير أن طبيعته الرقمية تفرض خصوصيات في التنفيذ، سواء من حيث تسليم السلع أو تقديم الخدمات أو من حيث طرق الدفع و ضمانات الوفاء.

ويثير تنفيذ العقد الإلكتروني جملة من الإشكالات، أبرزها مدى احترام الأطراف لالتزاماتهم، والآثار القانونية المترتبة عن الإخلال بها، خصوصاً في ظل غياب التقاء مادي بين المتعاقدين ' مما يؤثر على الضمانات والوسائل القانونية المتاحة للطرف المتضرر. وعليه سنحاول من خلال المبحث الوقوف على أهم التزامات التي تقع على عاتق طرفي العقد الإلكتروني (المطلب الأول)، ثم نبين طريقة إثبات العقد الإلكتروني (المطلب الثاني).

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

### المطلب الأول: التزامات طرفي عقد التجارة الإلكترونية

يترتب على العقد التزامات متبادلة بين طرفيه تختلف باختلاف طبيعة العلاقة التعاقدية. ويعد كل من المورد والمستهلك ملتزماً بأداء واجبات معينة لضمان حسن تنفيذ العقد، وفي هذا الإطار، سنعرض فيما يلي أهم التزامات التي تقع على من المورد (الفرع الأول) والمستهلك (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: التزامات المورد الإلكتروني

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف المورد الإلكتروني في المادة 06 الفقرة 04 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن الاتصالات الإلكترونية<sup>1</sup>، من خلال ذات القانون بين مدى التزاماته وواجباته وكذا الجزاء المرتب عن إخلاله عن تنفيذ تلك الالتزامات.

**أولاً: التزام المورد بالتسليم:** يعد التزام المورد بالتسليم السلع أو تقديم الخدمات من أبرز الالتزامات التي تقع على عاتقه، لدرجة أنه يشكل الركيزة الأساسية لمعظم العقود، بما في ذلك عقود التجارة الإلكترونية، حيث تدور حوله بقية الالتزامات. وتختلف كمية تنفيذ هذا الالتزام بحسب طبيعة محل العقد، إذا إن بعض السلع أو الخدمات يمكن تسليمها بشكل مباشر عبر الوسائط الإلكترونية، في حين يتطلب البعض الآخر تسليماً مادياً فعلياً<sup>2</sup>.

**ثانياً: واجبات المورد الإلكتروني وفقاً للقانون 05-18:** وفقاً للمادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية، يصبح المورد الإلكتروني ملزماً قانوناً، بمجرد إبرام العقد بحسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عليه اتجاه المستهلك الإلكتروني. ويترتب على ذلك الحق هذا الأخير

<sup>1</sup> القانون 05-18، سالف الذكر.

<sup>2</sup> بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص 201.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

في الرجوع عليه في حال الإخلال بالتنفيذ، ما لم يثبت المورد أن سبب عدم تنفيذ يعود إلى قوة القاهرة.

ونجد أن المورد الإلكتروني ملزم بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني، وهذا ما نصت إليه المادة 20 من قانون التجارة الإلكترونية بأنه: "يترتب على كل بيع لمنتج أو تادية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلّم للمستهلك الإلكتروني، كما يجب أن تعد الفاتورة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بها، ويمكن ان يطلب المستهلك الإلكتروني للفاتورة في شكلها الورقي<sup>1</sup>".

إذا قام المورد الإلكتروني بتسليم المستهلك منتجاً لم يطلبه، فلا يحق له المطالبة بأي مقابل مالي، سواء تعلق الأمر بسعر المنتج أو بصاريف التوصيل، وهو ما أكدته صراحة المادة 21 من ق.ت.إ. كما يلزم المورد، بموجب المادة 24 من نفس القانون، بعدم الموافقة على طلبية تخص منتجاً غير متوفر في المخزون، وذلك تجنباً لأي إخلال بالتزامات العقد.

ومن جهة أخرى، أوجبت المادة 25 من ق.ت.إ. على المورد حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة، مع تواريخها، وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري. وتحدد كفاءات تنفيذ هذه الأحكام وفقاً للتنظيم المعمول بها.

أما بخصوص حماية المعطيات الشخصية، فقد نصّت المادة 26 من القانون ذاته على أن المورد الإلكتروني، عند جمعه للمعلومات ذات طابع الشخصي أو تشكيله لملفات خاصة بالزبائن، ملزم بالإكفاء بالبيانات الضرورية لإتمام المعاملة التجارية فقط. ويشترط عليه في ذلك الحصول على الموافقة المستهلك الإلكتروني مسبقاً، وضمان سرية هذه المعلومات، والامتثال للأحكام القانونية المعمول بها في هذا المجال<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> القانون 05-18 نفسه.

<sup>2</sup> المادة 21، 24، 25، 26 من القانون رقم 05-18، المرجع السابق.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

ثالثاً: الجزاء المترتب عن إخلال المورد الإلكتروني عن تنفيذ التزامه: بيّن المشرع الجزائري أنه في حال امتناع المورد الإلكتروني عن تنفيذ التزامه بالتسليم، أو تأخره عن الموعد المتفق عليه، أو إذا قام بسليم المنتج في غير الحالة التي كان عليها وقت إبرام العقد، يحق للمستهلك الإلكتروني أن يطلب التنفيذ العيني للعقد، كما يجوز له اللجوء إلى طلب فسخه. وفي كلتا الحالتين، تبقى السلطة التقديرية للقاضي، الذي يمكنه أيضاً الحكم بالتعويض إذا اقتضى الأمر ذلك<sup>1</sup>.

وتنص المادة 22 من ق.ت.إ<sup>2</sup> على أنه في حال إخلال المورد الإلكتروني بمواعيد التسليم، يحق للمستهلك إعادة المنتج خلال أجل أقصاه أربعة (4) أيام من تاريخ التسليم، بالإضافة إلى إمكانية المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به. وفي هذه الحالة، يلزم المورد بإرجاع المبلغ المدفوع من قبل المستهلك، إلى جانب النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، وذلك خلال أجل لا يتجاوز خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلام المنتج المرتجع.

أما في حال تسليم منتج غير مطابق للطلب، أو كان معيباً، فإن المورد يلتزم باسترجاعه، ويجب على المستهلك الإلكتروني إرجاع المنتج في غلافه الأصلي خلال مدة لا تتجاوز أربعة (4) أشهر من تاريخ التسليم الفعلي، من بيان أسباب الرفض. وتكون تكاليف الإرجاع على عاتق المورد الإلكتروني، الذي يقع عليه واجب تعويض المستهلك بإحدى الوسائل التالية: تسليم منتج مطابق للطلبية، أو إصلاح العيب، أو الاستبدال بمنتج مماثل، أو إلغاء طلبية وإعادة المبلغ المدفوع خلال خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ التسليم. كما يحق للمستهلك المطالبة بالتعويض عن الأضرار

<sup>1</sup> جحيط حبيبة، النظام القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013، ص 15.

<sup>2</sup> المادة 22، من القانون رقم 05-18، سالف الذكر.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

المحتملة، وهو ما أكدته المادة 23 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات في الجزائر<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: التزامات المستهلك الإلكتروني

يعتبر التزام المستهلك الإلكتروني بالدفع من الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتقه، وهذا الالتزام يتميز بالخصوصية في عقد مبرم عبر الأنترنت من حيث طريقة الوفاء به لذلك سنتطرق إلى مقصود الوفاء وصوره.

### أولاً: مفهوم الوفاء الإلكتروني

أعطى الفقه تعريفاً للوفاء الإلكتروني بأنه: "تصرف قانوني يكون الهدف من ورائه تسوية دين في ذمة شخص ما لصالح شخص آخر، كنتيجة لوجود معاملة تجارية تجري بينهما عبر شبكة المعلومات الدولية الأنترنت، وذلك إما باستخدام وسائل دفع موجودة أو معروفة من قبل، وتم تطويرها لتتوافق وحاجات التجارة الإلكترونية، وإما بالرجوع إلى وسائل الدفع المستحدثة"<sup>2</sup>.

وأما فيما يخص المشرع الجزائري فقد عرف وسيلة الدفع الإلكتروني في المادة 04 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات على أنها: "كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية"<sup>3</sup>.

كما بأنه يعتبر كوسيلة مستخدمة في الدفع مقبولة عالمياً فه يتسم بالطبيعة الدولية، وأنه وسيلة لتسوية المعاملات التي عن بعد، كما يعتبر كوسيلة تضمن قدراً

<sup>1</sup> القانون 05-18، سالف الذكر.

<sup>2</sup> كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، صفحة 551.

<sup>3</sup> القانون، نفسه.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

من الأمان عند إتمام عملية التسوية، وذلك لما توفره لكل مستخدم لهذه الوسائل من توثيق كامل لحقيقة وجود الطرف الآخر، كما تضمن أيضا وجود وصلاحيات أداة الدفع<sup>1</sup>.

### ثانيا: صور الوفاء الإلكتروني

تعددت وسائل الدفع الإلكتروني وتنوعت أشكالها، حيث شملت وسائل تقليدية تم تطويرها لتعمل في البيئة الرقمية، إلى جانب وسائل مبتكرة استحدثتها المؤسسات المالية والمصرفية بالتعاون مع الهيئات التقنية، استجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية وتطوراتها العملية.

1. وسائل الدفع الإلكترونية المطورة عن الوسائل التقليدية: مع التقدم المستمر في تكنولوجيا والاتصالات، توسع نطاق صناعة الخدمات المالية، مما أدى إلى تطوير العديد من الوسائل التقليدية المستخدمة في تسوية المعاملات، لتتوافق مع متطلبات البيئة الرقمية والتجارة الإلكترونية. وتتمثل هذه الوسائل أساساً في:

أ- الأوراق التجارية الإلكترونية: لا تختلف في تعريفها عن الأوراق التجارية التقليدية إذ هي: "أوراق تجارية معالجة إلكترونيا، بصورة كلية جزئية، تمثل حقا موضوعه مبلغ من النقود، وقابلة للتداول بالطرق التجارية، ومستحقة الدفع لدى الاطلاع، أو بعد أجل قصير، وتقوم مقام النقود في الوفاء". وتتمثل هذه الأوراق في: الشيك الإلكتروني<sup>2</sup>، والسفتجة الإلكترونية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>مصطفى كمال طه، الأوراق التجارية وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2013، ص 343.

<sup>2</sup> بالرجوع إلى التشريع الجزائري نجد أنه لم يقدم تعريفا للشيك، بل اكتفى بالنص على بياناته في المادة 472 من ق.ت.ج.

<sup>3</sup> لا يخلف معناها عن مثيلتها الورقية إذ عرفت بأنها: " محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيا بصورة كلية أو جزئية يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه، بأن يدفع مبلغا من النقود لشخص ثالث يسمى المستفيد لدى الاطلاع أو تاريخ معين - مدحت صالح غايب، "الحوالة التجارية الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية الاقتصادية، تكريت، 2010، ص 79.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

ب- التحويل الإلكتروني: تركّز معظم التعريفات الحديثة على الفقه على الجانب التقني لعمليات التحويل الإلكتروني، حيث يعرف هذا النوع من التحويلات بأنه: " عملية يقيد بموجبها مبلغ مالي معين في الجانب الدائن من حساب بنكي، سواء لحساب الشخص ذاته أو لحساب شخص آخر<sup>1</sup>، وذلك بناء على طلب من الأمر، وتنقّد العملية إما داخل نفس البنك أو بين بنكين مختلفين "

وتشترط هذه العملية وجود حسابين مصرفيين على الأقل، وأن يرد التحويل على مبلغ نقدي محدد، بالإضافة إلى أن يكون أمر التحويل محرراً بشكل كتابي<sup>2</sup>.

2. الوسائل المستحدثة للدفع الإلكتروني: تتسم المعاملات التجارية الإلكترونية بالسرعة ولمرونة، مما استدعى ظهور وسائل جديدة للوفاء الإلكتروني، تستخدم لتسوية الالتزامات المالية بشكل يتماشى مع الطابع الرقمي لهذه المعاملات. وتتمثل هذه الوسائل أساساً في:

أ- بطاقات الدفع الإلكتروني (البطاقات البلاستيكية): تنص المادة 543 مكرر 23<sup>3</sup> على أنه: "تعتبر بطاقة دفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل أموال وتعتبر بطاقة سحب كل بطاقة صادرة عن البنوك أو الهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها فقط بسحب الأموال".

ب- النقود الإلكترونية: تعد النقود الإلكترونية من الوسائل الحديثة التي أفرزها التقدم التكنولوجي في مجال العمليات المصرفية. وقد استخدم الفقه عدة مصطلحات للإشارة إليها، من بينها: "العملة الرقمية"، "النقد الإلكتروني"، "نقود الشبكة"، أو "نقود الإنترنت". وتعرف بأنها وحدات نقدية تخزن على وسيلة إلكترونية مدفوعة مسبقاً، دون أن تكون مرتبطة بحساب مصرفي، وتعتمد كوسيلة للدفع من قبل أطراف

<sup>1</sup> علاء التميمي، التنظيم القانوني للبنك الإلكتروني على شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 475.

<sup>2</sup> سليمان ضيف الله الزين، التحويل الإلكتروني للأموال ومسؤولية البنوك القانونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 82.

<sup>3</sup> القانون 02.05 المؤرخ في 06 فبراير 2005 يعدل ويتمم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية الع 11 الصادرة في 09 فيفري 2005م.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

غير الجهة المصدرة لها. ويتم حفظها وتداولها بين المتعاملين بها عبر الوسائط الإلكترونية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: إثبات العقد الإلكتروني

تختلف وسائل إثبات العقد الإلكتروني عن العقود التقليدية بسبب خصوصية طرق انعقاده وآثاره القانونية، إذا يتم الإثبات غالباً عبر الوسائل الإلكترونية، ما يطرح إشكالية مدى اعتراف القانون بها. وبما أن طرق الإثبات يحددها القانون وليس الأطراف أو القضاء، فإن صعوبة التوفيق بين الواقع العملي والمقتضيات القانونية تزداد، خاصة عند غياب دليل قانوني رغم وجود الحق فعلياً. وتعد الكتابة من أبرز وسائل الإثبات، وقد منحها المشرع الجزائري مكانة أساسية وفقاً للمادة 324 من ق م<sup>2</sup>، حيث لا يكفي وجود الكتابة بل يجب أن توقع لتكتسب حجيتها، وهو ما يبرز أهمية الكتابة والتوقيع معاً في إثبات العقود الإلكترونية، وعليه سندرس الكتابة الإلكترونية (الفرع الأول)، والتوقيع الإلكتروني (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: الكتابة الإلكترونية

نظم المشرع الجزائري الإثبات بالكتابة الإلكترونية في إطار تعديل ق م سنة 2005، حيث نصت المادة 323 مكرر 1 على أن "الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني يعد مساوياً للكتابة الورقية، شريطة إمكانية التحقق من هوية مصدرها، وأن تكون محررة في ظروف تضمن سلامتها"<sup>3</sup>

وبموجب هذا النص، منح المشرع للكتابة الإلكترونية نفس القوة القانونية التي تتمتع بها الكتابة العادية، سواء الرسمية أو العرفية. ويستمد الأساس المرجعي لهذا

<sup>1</sup> بهولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، ص 215.

<sup>2</sup> الأمر رقم 58-75، المتضمن ق م.

<sup>3</sup> القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20-06-2005 يعدل ويتم ق م ج رقم 44 المؤرخة في: 26-06-2005، ص 17.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

التوجه من القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1996، وتحديداً المادة 6 المعنونة بـ "الكتابة الإلكترونية"<sup>1</sup>

### أولاً: تعريف الكتابة الإلكترونية

تُعد الكتابة الوسيلة الأساسية للإثبات وفقاً لما نص عليه ق م، وقد ظل المحرر الورقي لسنوات طويلة الأداة المعتمدة لإثبات الالتزامات أو نفيها، إلى أن تطور مع الزمن إلى محرر إلكتروني بفضل التقدم التكنولوجي. وقد أصبحت المحررات تُنشأ إلكترونياً عبر تحويل المعلومات إلى صيغ رقمية وتخزينها على أقراص مضغوطة، أو في ذاكرة الحاسوب، أو عبر البريد الإلكتروني، حيث تُكتب وتُوقَّع وتُرسل وتُحفظ ضمن بيئة رقمية<sup>2</sup>. واعترف المشرع الجزائري بالكتابة الإلكترونية بغض النظر عن الوسيلة المستعملة في إنشائها أو تداولها، بشرط أن تتم ضمن بيئة معلوماتية تعتمد على تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

وقد واكبت عدة تشريعات هذا التطور، منها ق م الفرنسي بعد تعديله سنة 2000<sup>3</sup>، حيث نصت المادة L1316 على أن الإثبات الخطي يشمل أي تدوين للحروف أو الأرقام أو الرموز ذات دلالة مفهومة، بصرف النظر عن الوسيط المستعمل. كما أكدت المادة L1316-1 على أن الكتابة الإلكترونية لها نفس حجية الإثبات المقررة للكتابة التقليدية، بشرط إمكانية تحديد هوية مُصدرها وأن تتم في ظروف موثوقة. ويلاحظ هنا تأثير المشرع الجزائري بالمشرع الفرنسي، سواء في تعريف الكتابة الإلكترونية أو في الشروط المرتبطة بحجيتها.

غير أن الممارسة العملية طرحت إشكالية مدى تطابق الكتابة الإلكترونية مع الكتابة الرسمية المنصوص عليها في ق م، خاصة في مجال العقود. وهنا انقسم الفقه

<sup>1</sup> القانون النموذجي حول التجارة الإلكترونية رقم 16251 الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ 1996-12-16.

<sup>2</sup> سامح عبد الواحد التهامي . التعاقد عبر الأنترنت . دار الكتب القانونية . 2008 مصر . ص 496.

<sup>3</sup> تعديل ق م الفرنسي بموجب القانون رقم 230-2000 لسنة 2000.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

إلى اتجاهين: الأول يرى أن النصوص القانونية، وبحكم عمومية تعريف الكتابة، تشمل الكتابة الرسمية حتى في شكلها الإلكتروني، مستنداً إلى المادة 323 مكرر من ق م ج الجزائري ونظيرتها في القانون الفرنسي<sup>1</sup>. في حين يرى الاتجاه الثاني أن الكتابة الإلكترونية لا يمكن أن تكتسب صفة الرسمية، لكون الأخيرة تقتضي حضور ضابط عمومي وتحريرها وفق شروط تنظيمية صارمة، مما يجعل الكتابة الإلكترونية مجرد كتابة عرفية.

ويُعد هذا الرأي الأخير هو الأرجح عملياً، خاصة في ظل المادة 324 من ق م ج، التي تشترط الحضور المادي للأطراف وتوقيع الضابط العمومي. عكس ما هو معمول به في التشريع الفرنسي، الذي أجاز لبعض التصرفات الرسمية أن تتم إلكترونياً عبر موثقين أو محضرين قضائيين<sup>2</sup>.

### ثانياً: شروط الكتابة الإلكترونية

اشترط المشرع الجزائري على غرار المشرع الفرنسي وجوب توافر شروط في المحرر الإلكتروني لتمكين ترتيب الآثار القانونية، ويمكن حصر الشروط الواجب توافرها في الكتابة الإلكترونية طبقاً للمادة 323 مكرر 1 من ق م فيما يلي:

#### 1- التأكد من هوية مصدر المحرر:

يقصد بشرط التأكد من الهوية، ضرورة التحقق من شخصية الطرف الذي قام بتحرير وإصدار وإرسال الوثيقة الإلكترونية، وكذا توقيعها<sup>3</sup>. ورغم أن بعض الفقهاء في فرنسا يرون أن هذا الشرط يمكن الاستغناء عنه قانوناً، باعتبار أن التوقيع الإلكتروني<sup>4</sup> يتضمن ضمناً عنصر تحديد الهوية، إلا أن فريقاً آخر من الفقهاء يؤكد على أهمية هذا الشرط نظراً لدوره المحوري في ضمان صحة المعاملات الإلكترونية، وهو ما كرّسه كل من التشريع والقضاء.

<sup>1</sup> محمد حسن قاسم . قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية . منشورات الحلبي الحقوقية بيروت لبنان . 2007. ص 107.

<sup>2</sup> التشريع الفرنسي (المرسوم رقم 972-2007 المتعلق بالمحضرين القضائيين والمرسوم رقم 973-2005 المتعلق بالعقود على مستوى مكاتب الموثقين).

<sup>3</sup> سامح عبد الواحد التهامي . المرجع السابق . ص 532.

<sup>4</sup> Caprioli E A- le juge et la preuve électronique- sur le site <http://www.juriscom.net>- p:10

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

وقد أيد هذا التوجه القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، حيث نصت الفقرة الثانية من المادة 9 منه على ضرورة الاعتماد على الوسائل التي تم من خلالها تحديد هوية منشئ الوثيقة الإلكترونية والتأكد منها، كشرط أساسي في المعاملات الإلكترونية.

### 2- ظروف إعداد المحرر الإلكتروني:

يُقصد بشرط سلامة المحرر الإلكتروني النظر في الظروف التي تم فيها إعداد هذا المحرر، بهدف التأكد من صحته وصلاحيته كوسيلة للإثبات، وذلك عبر تدوينه على دعامة إلكترونية تضمن حفظه لمدة زمنية طويلة، مع إمكانية الرجوع إليه عند الحاجة. ورغم أن الطابع الحساس للدعامات الإلكترونية قد يُضعف من قيمة هذا الشرط في ظل احتمال تلف البيانات نتيجة سوء التخزين، إلا أن التطور التكنولوجي في مجال البرمجيات وأجهزة التخزين عزز من موثوقية هذه الوسائط، حتى أصبحت - في كثير من الحالات - أكثر أماناً ودواماً من المستندات الورقية التقليدية<sup>1</sup>. كما يتضمن هذا الشرط ضرورة الحفاظ على المحرر الإلكتروني دون تعديل، وضمان وصوله إلى المرسل إليه بذات الشكل والمضمون الذي أنشئ به.

### 3- طريقة حفظ المحرر الإلكتروني:

يعنى بشرط الاحتفاظ بالمحرر الإلكتروني، ضرورة إمكانية حفظه في شكله الأصلي باتفاق بين الأطراف المعنية، بما يتيح الاستناد إليه لاحقاً كوسيلة إثبات في المعاملات التي تجمعهم<sup>2</sup>. وقد أشار المشرع الجزائري إلى هذا المبدأ في الفقرة الأخيرة من المادة 323 مكرر 1 من ق م<sup>3</sup>، على غرار ما كرسته عدة تشريعات مقارنة، والتي شددت على ضرورة الحفاظ على سلامة جميع المعلومات الواردة في المحرر الإلكتروني دون تعديل، وفقاً للنظام التقني المستخدم عند إنشائه أو إرساله، مع إمكانية الاستعانة بوسيط معتمد لضمان هذا الحفظ وتمكين الاطلاع عليه لاحقاً. وهذا ما نصت عليه

<sup>1</sup> سمير عبد العزيز جمال . التعاقد عبر التقنيات الاتصال الحديثة . دار النهضة العربية . القاهرة . 2007 ص : 200.

<sup>2</sup> محمد لورنس عبيدات . إثبات المحرر الإلكتروني . دار الثقافة للنشر والتوزيع . الأردن . 2005 . ص : 200.

<sup>3</sup> المادة 323 مكرر 1 من ق م ج، مرجع سابق.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

المادة 10 من القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية<sup>1</sup> تحت عنوان "الاحتفاظ برسائل البيانات". ويلاحظ أن المشرع الجزائري لم يُحدد بشكل دقيق الوسيلة أو الشكل الذي يتم به حفظ المحرر الإلكتروني<sup>2</sup>، خلافاً للتشريع الفرنسي، الذي أولى أهمية خاصة لحماية المستهلك الإلكتروني، إذ وضع حداً أدنى لنصاب البيانات الواجب حفظها ومدة زمنية محددة لذلك. وقد نص المشرع الفرنسي على وجوب الاحتفاظ بالمحرر الإلكتروني لمدة عشر (10) سنوات من تاريخ إبرام العقد، أو من تاريخ تنفيذ الخدمة، إذا تم ذلك بعد الإبرام.

وفيما اكتفى المشرع الجزائري بجعل إثبات المحرر الإلكتروني مماثلاً للوثيقة الورقية – سواء كانت رسمية أو عرفية – دون تنظيم خاص بها، فقد اهتم المشرع الفرنسي بتنظيم التوثيق الإلكتروني بشكل أكثر دقة، من خلال السماح بجعل المحرر الإلكتروني وثيقة رسمية<sup>3</sup>، وذلك باستعمال نظام التوثيق الإلكتروني. ويشترط في هذه الحالة حضور الأطراف المتعاقدة أمام موثقين حسب أماكن تواجدهم، ويتم اختيار أحدهم لرئاسة العملية، على أن يتم تبادل المحرر الإلكتروني وتوثيقه عبر شبكة داخلية (Intranet) مخصصة بين الموثقين.

وبالتالي، وفي ظل غياب تنظيم قانوني خاص بالتوثيق الإلكتروني في الجزائر، لا يزال المتعاملون يكتفون بتقديم الدليل الإلكتروني على غرار الوثائق الورقية العرفية، دون إمكانية منحه الطابع الرسمي، نظراً لاشتراط حضور ضابط عمومي كالموثق لذلك، وهو ما يبرز الحاجة إلى مواكبة التشريع الجزائري للتطورات الحاصلة في مجال المعاملات الإلكترونية.

<sup>1</sup> انظر المادة 10 من القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية، الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسيترال)، 1996، مع التعديلات التي أدخلت عام 1998.

<sup>2</sup> المرسوم 137-05 المؤرخ في 02-16-2005 المتعلق بتطبيق المادة 02-134 من قانون الاستهلاك الفرنسي <http://www.legifrance.gouv.fr>

<sup>3</sup> المرسوم رقم 973-05 المؤرخ في 08-10-2005 المعدل لمرسوم 941-71 المؤرخ في 11-26-1971 المتعلق بالعقود المحررة من الموثقين.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

### الفرع الثاني: التوقيع الإلكتروني

يعد التوقيع الإلكتروني وسيلة من وسائل الإثبات التي أقرها المشرع الجزائري، وذلك من خلال المادة 327 من ق م، وذلك في انسجام مع ما نصت عليه المادة 323 مكرر 1 بشأن الكتابة الإلكترونية أو المحرر الإلكتروني. ويستمد التوقيع الإلكتروني مرجعيته التشريعية من القانون النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية، الذي أقرته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي.

وقد ظهر استخدام التوقيع الإلكتروني في البداية ضمن المعاملات البنكية، لاسيما عند استعمال بطاقات الائتمان في أجهزة الصرف الآلي، ثم توسع ليشمل المعاملات التجارية المختلفة، إلى أن أصبح يُستخدم في توثيق المحررات والعقود الإلكترونية المبرمة بين أطراف متواجدين في أماكن متباعدة جغرافياً.

### أولاً: تعريف التوقيع الإلكتروني

ورد تعريف التوقيع الإلكتروني في المادة الثانية من القانون النموذجي للتوقيعات الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، حيث بيّن أن مقصود بهذا المفهوم شموله لكافة الاستخدامات التقليدية للتوقيع الخطي من أجل إحداث أثر قانوني. ويعتبر تحديد هوية الموقع والتعبير عن إرادته في التوقيع الحد الأدنى المشترك بين مختلف الأنظمة القانونية. كما أشار التعريف إلى أن التقنيات المستخدمة في التوقيع الإلكتروني قد تستعمل لأغراض أخرى غير إنشاء توقيعات ذات قيمة قانونية، لكنه شدد على أن القانون النموذجي يركّز على استعمال هذه التوقيعات كبداية وظيفية للتوقيعات اليدوية<sup>1</sup>.

### ثانياً: شروط التوقيع الإلكتروني:

بعد أن قمنا بتعريف التوقيع الإلكتروني وبيّنا أنه يتمتع بنفس القيمة القانونية التي يتمتع بها التوقيع التقليدي، باعتباره شكلاً حديثاً من أشكال التعبير عن الإرادة، فإن هذا يستدعي منا التوقف عند الشروط الواجب توافرها فيه حتى يُعتد به ويُنتج كامل آثاره القانونية.

<sup>1</sup> القانون النموذجي للتوقيعات الإلكترونية لسنة 2001، أنظر في الموقع <http://www.uncitral.org>

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

ف نجد أن بعض التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية، وبوجه خاص التوقيع الإلكتروني، قد نصت صراحة على هذه الشروط، بينما لم تذكرها تشريعات أخرى بشكل مباشر، لكن يمكن استخلاصها من مضمون النصوص القانونية ذات الصلة. وفيما يلي نعرض الشروط الأساسية التي يجب أن تتوافر في التوقيع الإلكتروني حتى يُعتبر صحيحاً ومُعتمداً قانوناً:

### 1- أن يكون التوقيع الإلكتروني علامة مميزة للموقع:

يصدر التوقيع عن شخص معين عندما يتخذ شكلاً مادياً ملموساً، ويُعد هذا الشكل هو العنصر المميز الذي يُفَرِّق بين الموقع وغيره، إذ يُنسب التوقيع لصاحبه ويحمّل بالتالي المسؤولية القانونية عن جميع التصرفات المرتبطة به<sup>1</sup>. وبغض النظر عن شكله، يُعترف بالتوقيع كوسيلة لتحديد هوية صاحبه، سواء تضمن اسمه صراحةً أسفل أم لا، وإن كان من الأفضل إرفاق الاسم لزيادة التوثيق.

أما التوقيع الإلكتروني، فيُعتبر بدوره علامة فريدة تخص الموقع وحده، ولا يمكن إصدار نسخ متعددة له، إذ لا يُتصور أن يُمنح نفس التوقيع لشخص آخر دون الإضرار بحقوق الغير، مما يُفقد التوقيع الإلكتروني أهم خصائصه، وهي تحقيق الأمان في المعاملات الإلكترونية، من خلال التحديد الدقيق لهوية الموقع ومركزه القانوني.

ويستمد التوقيع الإلكتروني تفرّده من اعتماده على خصائص ذاتية لا يمكن تكرارها، مثل بصمة الإصبع أو قزحية العين<sup>2</sup>، إذ يستحيل تشابهها بين شخصين، لأن الله سبحانه وتعالى خلق البشر بصفات بيومترية فريدة لا تتكرر.

### 2- التعبير عن إرادة صاحب التوقيع:

يعني هذا الشرط وجوب أن يعكس التوقيع رضا الموقع وإقراره بالتصرف الذي وقع عليه أي كان شكل التوقيع، وقد سبق وأن تم الاعتراف بتحقق هذا الشرط بخصوص استخدام

<sup>1</sup> السيد قنديل: التوقيع الإلكتروني، دار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2004، ص 51.

<sup>2</sup> طمين سهيلة: الشكلية في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون دولي للأعمال، كلية الحقوق، جامعة ملود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

الأرقام السرية لبطاقات الائتمان المصرفية في أجهزة الحاسب الآلي، ويعد ذلك بمثابة تعبير صريح عن إرادة الارتضاء بالتصرف<sup>1</sup>، نفس الشرط يتحقق مع كل أشكال التوقيعات الإلكترونية الأخرى، التي أصبحت تعتمد على تكنولوجيات فاقت بكثير تكنولوجية البطاقات المصرفية، وهو ما أثر على التشريعات وجعلها تعترف بحجيتها وإعطائه نفس القيمة القانونية الممنوحة للتوقيع التقليدي، باعتباره يعكس إرادة صاحبه دون أدنى شك خاصة مع تقنيات التشفير وإجراءات الأمان المتبعة في ذلك، بل وبشكل أفضل من التوقيع التقليدي<sup>2</sup>.

### 3- ارتباط التوقيع بالمحرر الإلكتروني ارتباطاً وثيقاً:

يتميز التوقيع العادي باتصاله المادي<sup>3</sup> والكيميائي المباشر بالسند الورقي، مما يصعب فصلهما دون إتلاف أحدهما. أما في التوقيع الإلكتروني، فغياب الدعامة المادية يجعل هذا الاتصال غير محسوس مادياً، مما يثير مخاوف من التلاعب. غير أن التقنيات الحديثة، كآلية التشفير بمفتاحيها العام والخاص<sup>4</sup>، تضمن ترابطاً وثيقاً بين التوقيع والمحرر الإلكتروني يصعب اختراقه، وتمنع الاطلاع أو التعديل غير المشروع. وبهذا، يؤدي التوقيع الإلكتروني—خاصة المتقدم منه—نفس وظائف التوقيع التقليدي بل يفوقه أماناً وموثوقية، ليصبح ضرورة لا غنى عنها في إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية.

### ثالثاً: صور التوقيع الإلكتروني:

كما يمكن للتوقيع الإلكتروني أن يتخذ صوراً حسب الطريقة التي يتم بها التوقيع والتي لها علاقة مباشرة بدرجة الثقة والائتمان في المعاملة الإلكترونية. وتتمثل هذه الصور في التوقيع الرقمي، والتوقيع المقترن بالرقم السري، وكذا التوقيع البيومتري، والتوقيع بالقلم الإلكتروني

<sup>1</sup> محمود ثابت محمود، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات، مجلة المحاماة، دمشق، سوريا، الع الثاني لسنة 2002، ص662.

<sup>2</sup> إلياس ناصيف، العقود الإلكترونية في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2016.

<sup>3</sup> طمين سهيلة: المرجع السابق، ص54.

<sup>4</sup> حسن عبد الباسط جمعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الأنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 178.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

للتعرّف أكثر على هذه الأصناف، سأعرض لها بصفة موجزة كما يلي:

### 1- التوقيع الرقمي

يعد هذا النوع من التوقيع الإلكتروني من أكثر الأنواع شمولاً وشيوعاً في الاستخدام عبر شبكة الإنترنت، حيث يُتيح تحديد هوية الموقع بدقة عالية، مما يجعله الخيار المفضل لدى المتعاملين في تحرير العقود الإلكترونية<sup>1</sup>. ويُقصد به التوقيع الذي يتكون من بيانات أو معلومات مرتبطة بنظام بيانات آخر باستخدام شيفرة معينة، بحيث يتم تحويل التوقيع إلى رموز رقمية تُخزن في ذاكرة الحاسوب، ولا يمكن إعادة فتح المستند إلى صيغته الأصلية المقروءة إلا من قبل الشخص الذي يمتلك الشيفرة أو المعادلة الخاصة بذلك.

### 2- التوقيع المقترن بالرقم السري

يُعد هذا النوع من التوقيع، شأنه شأن التوقيع الرقمي، واسع الانتشار في المعاملات الإلكترونية، غير أنه يختلف عنه من حيث طريقة الاستخدام. فهو لا يتطلب معرفة متقدمة بالإعلام الآلي أو الاتصال بشبكة الإنترنت، بل يمكن لأي شخص يمتلك بطاقة ائتمان استخدامه من خلال إدخال رقم تعريف شخصي ( Numéro d'identification personnel )

يُعبّر عن هويته الخاصة. ويُستخدم هذا التوقيع للحصول على الأموال من البنوك أو المؤسسات المالية التي تعتمد هذا النوع من التكنولوجيا، مما يجعل العملية المصرفية مقتصرة على طرفين فقط: الزبون والمؤسسة المصرفية المعنية

### 3- التوقيع البيومتري

يُعد التوقيع البيومتري أحد نماذج التوقيعات الإلكترونية، ويعتمد على تقنيات التعرف البيولوجي المرتبطة بالمستخدم، مثل بصمة الإصبع، ملامح الوجه، قزحية العين، بصمة اليد أو نبيرة الصوت. وبفضل هذا الاعتماد على السمات الجسدية الفريدة، يُعتبر التوقيع البيومتري

<sup>1</sup> محمد لورنس عبيدات المرجع السابق . ص 249.

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 18-05

من أكثر أشكال التوقيع الإلكتروني أماناً ودقة، ويُستخدم لتمييز المستخدمين بشكل موثوق ضمن الأنظمة الحديثة المعتمدة على التكنولوجيا<sup>1</sup>.

### 4- التوقيع بالقلم الإلكتروني

تقوم هذه الطريقة على كتابة التوقيع اليدوي باستخدام قلم إلكتروني على لوحة حساسة متصلة بالحاسوب، حيث يُعرض التوقيع على الشاشة ويُخزّن. ويُستخدم برنامج مخصص للتحقق من صحة التوقيع في كل مرة يُعاد كتابته، استناداً إلى خصائص حركة القلم كالأقواس والانحناءات الفريدة لكل توقيع. وتكمن ميزتها في إمكانية التحقق المستمر من صحة التوقيع، غير أنها تتطلب أجهزة إضافية غير متوفرة دائماً، كما أن استخدامها عبر الإنترنت يقتضي وجود جهة توثيق لضمان الحماية من التزوير أو التلاعب<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> بشار محمود دودين . الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الأنترنت . دار الثقافة للنشر والتوزيع . الأردن . 2008 . ص 248-249.

<sup>2</sup> محمود عبد الرحيم الشريفات: التراضي في تكوين العقد عبر الأنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

### خلاصة الفصل الأول

تناول هذا الفصل الأساس القانوني الذي أقره المشرع الجزائري لتنظيم التجارة الإلكترونية، من خلال القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية. وقد تم التركيز على الأحكام العامة التي تنظم عقود التجارة الإلكترونية، من حيث المفاهيم الأساسية، ونطاق التطبيق، والشروط الواجب توافرها في المورد الإلكتروني، لاسيما من حيث التسجيل في البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين، والبيانات الإلزامية الواجب إدراجها على المواقع الإلكترونية.

كما تناول الفصل الضوابط القانونية المتعلقة بإبرام العقود الإلكترونية، متضمناً الأركان الأساسية لهذا النوع من العقود، من رضا وتعبير عن الإرادة، وسلامة المحل والسبب، مع مراعاة الوسيط الإلكتروني ووسائل الإثبات الرقمية. وقد تطرّق الفصل أيضاً إلى الالتزامات المفروضة على المورد الإلكتروني، وعلى رأسها الإعلام المسبق، وضمان حماية بيانات المستهلك، وضمان جودة الخدمة أو المنتج، إضافة إلى آليات إلغاء العقد والحق في التراجع، بما يتماشى مع المبادئ العامة لحماية المستهلك في البيئة الرقمية.

**الفصل الثاني:**  
**آليات الحماية القانونية**  
**للتجارة الإلكترونية**

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

أصبحت التجارة الإلكترونية من أهم صور المعاملات الحديثة التي فرضها التطور التكنولوجي، حيث تجاوزت المعاملات التقليدية من حيث السرعة والمرونة، لكنها في المقابل أفرزت عدة إشكاليات قانونية خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني، باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية. فبينما يتمتع المورد الإلكتروني عادة بالخبرة التقنية والسيطرة على شروط العقد، يجد المستهلك نفسه أمام بيئة غير مألوفة، يتخذ فيها قرارات سريعة بالاعتماد على معلومات قد تكون غير كافية أو مضللة.

ونظراً لانعدام التفاعل المباشر بين المتعاقدين، واعتماد التعاقد الإلكتروني على وسائط غير مادية، فإن المستهلك يفتقر إلى الإمكانية الحقيقية لفحص السلعة أو التفاوض بشأن الشروط، مما يجعله عرضة لمخاطر متنوعة، من بينها الغش، الاحتيال، وعدم احترام الحقوق الأساسية التي تضمنها قوانين حماية المستهلك. ولهذا السبب، اتجه المشرع الجزائري من خلال القانون 18-105<sup>1</sup>، إلى إقرار مجموعة من الضمانات القانونية الخاصة التي تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني في مختلف مراحل التعاقد.

وتتجلى أهمية هذه الضمانات في كونها لا تقتصر فقط على مرحلة تنفيذ العقد، بل تبدأ منذ اللحظات الأولى لتصفح المستهلك للمنصة الإلكترونية، وذلك عبر فرض التزام بالإعلام المسبق على المورد، وتمكين المستهلك من معرفة كافة التفاصيل المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، من حيث السعر، الجودة، الخصائص، ووسائل الدفع والتسليم. كما يمنحه المشرع حق العدول عن الشراء خلال أجل محدد دون تحميله أي تبعات قانونية، وهو ما يعزز حرية اختياره واطمئنانه قبل التورط في التزام تعاقدي قد يجهل تبعاته.

<sup>1</sup> القانون 18-105 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

ثم تمتد الحماية القانونية إلى مرحلة إبرام العقد وتنفيذه، حيث وضع القانون قواعد خاصة تضمن صحة التعاقد وسلامة التنفيذ، من خلال تنظيم طرق الدفع الإلكترونية، وتأمين المعاملات، وفرض التزامات دقيقة على المورد من حيث تسليم المنتجات في الآجال المتفق عليها، وضمان مطابقتها للمواصفات المعلن عنها. كما أقر المشرع آليات لتسوية النزاعات المحتملة، عبر تعزيز دور الجهات الرقابية، وإتاحة وسائل التظلم، بما في ذلك إمكانية اللجوء إلى القضاء أو اعتماد حلول بديلة كالتسوية والوساطة.

وتتجلى أهمية هذه الضمانات في كونها لا تقتصر فقط على مرحلة تنفيذ العقد، بل تبدأ منذ اللحظات الأولى لتصفح المستهلك للمنصة الإلكترونية، وذلك عبر فرض التزام بالإعلام المسبق على المورد، وتمكين المستهلك من معرفة كافة التفاصيل المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، من حيث السعر، الجودة، الخصائص، ووسائل الدفع والتسليم. كما يمنحه المشرع حق العدول عن الشراء خلال أجل محدد دون تحميله أي تبعات قانونية، وهو ما يعزز حرية اختياره واطمئنانه قبل التورط في التزام تعاقدية قد يجهل تبعاته.

وبناءً على ما سبق، فإن الفصل الثاني من هذه المذكرة يتناول بالدراسة والتحليل آليات الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، وفق التقسيم الآتي:

الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد (المبحث الأول)، أما في (المبحث الثاني) الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء مرحلتي إبرام وتنفيذ العقد.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### المبحث الأول: الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة

#### ما قبل إبرام العقد في قانون 18-05

يعد توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل إبرام العقد أمراً أساسياً لضمان توازن العلاقة التعاقدية في بيئة التجارة الإلكترونية، خاصة في ظل اعتماد هذه الأخيرة على وسائل ترويجية وإعلانية مكثفة قد تكون مضللة أو خادعة. وقد ركّز المشرع الجزائري من خلال القانون على تعزيز هذه الحماية من خلال فرض التزامات قانونية على المورد الإلكتروني، سواء فيما يخص الإعلانات الرقمية أو ما يتعلق بواجب الإعلام المسبق. ويتناول هذا المبحث أهم هذه الضمانات من خلال التطرق في المطلب الأول إلى حماية المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة، وفي المطلب الثاني إلى حقه في الإعلام الواضح والكافي قبل إبرام العقد.

#### المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان الإلكتروني

تعد مرحلة الإعلان من أكثر المراحل حساسية في مسار التعاقد الإلكتروني، لما قد تنطوي عليه من مظاهر استغلال واختلال في التوازن بين طرفي العقد قبل إبرامه. الأمر الذي استدعى من المشرع إيلاء هذه المرحلة اهتماماً خاصاً، من خلال وضع ضوابط وأحكام تهدف إلى الحد من آثارها السلبية على المستهلك باعتباره الطرف الأضعف. وتتمثل الغاية الأساسية من هذه الضوابط في ضمان صدور إرادة المستهلك بشكل حر وسليم، وتمكينه من اتخاذ قراره التعاقدية عن وعي وبصيرة.

وتقوم مسألة حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية على قاعدتين أساسيتين: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني (الفرع الأول)، ومنع الإعلان الإلكتروني التضليلي (الفرع الثاني).

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### الفرع الأول: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

يعتبر هذا الشرط على درجة كبيرة من الأهمية، ذلك ان الطبيعة الخاصة للعقد الإلكتروني وكذا خصوصية الوسيلة التي يبرم عن طريقها، تجعل لشرط وضوح الإعلان الإلكتروني معنى خاصاً وعليه.

### أولاً: معنى شرط وضوح الإعلان الإلكتروني

يُقصد بشرط وضوح الإعلان الإلكتروني أن يتضمّن هذا الأخير معلومات كافية ودقيقة حول السلعة أو الخدمة المعروضة، من شأنها أن تخلق لدى المستهلك تفكيراً واعياً ومنتصبراً يساعده على تكوين إرادة مستتيرة قبل الدخول في العلاقة التعاقدية<sup>1</sup>. ويجب أن يكون مضمون الإعلان خالياً من الغموض، وأن يُمكن المستهلك من الاطلاع بوضوح على خصائص المنتج أو الخدمة، وسعرها، وشروط التعاقد المتعلقة بها.

كما ينبغي أن يوضح الإعلان الجهة التي تم تصميم الرسالة لحسابها، وأن يُبين بشكل صريح ما إذا كان العرض المعروض يتضمن تخفيضات أو مكافآت أو هدايا، خاصة إذا كان ذا طابع ترويجي أو تنافسي، حتى لا يقع المستهلك في مغالطة أو تضليل.

ولا يشترط شكل موحد للإعلان الإلكتروني، إذ يمكن أن يكون مكتوباً أو على شكل فيديو، صور، رموز أو غيرها من الصيغ الإلكترونية، بشرط أن تكون الوسيلة المستعملة واضحة، وأن تكون الأصوات أو المؤثرات المصاحبة مفهومة ومرتبطة بمحتوى الرسالة الإعلانية.

ويُعد شرط الوضوح غير متحقق إذا تم وضع البيانات الجوهرية - خاصة تلك المتعلقة بالإيجاب - في أماكن يصعب الوصول إليها أولاً تُقرأ عادة، أو إذا تم عرضها بخط

<sup>1</sup> إبراهيم خالد ممدوح، إبراهيم خالد ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية . دراسة مقارنة . الطبعة 1، مصر، الدار الجامعية، 2007، ص 89.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

صغير جدًا يجعل قراءتها<sup>1</sup> أو إدراكها صعبًا، مما قد يؤدي إلى تضليل المستهلك والإضرار بحقه في الاختيار الحر.

### ثانياً: مضمون شرط وضوح الإعلان الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

المشروع الجزائري لم ينظم الإعلان الإلكتروني بقانون خاص وإنما تناولته مجموعة من المراسيم المتعلقة بحماية المستهلك، والقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>2</sup>، الذي خصص له فصلاً كاملاً وهو الفصل السابع منه.

وقد عرّفت المادة 06 من هذا القانون الإعلان الإلكتروني بأنه كل إعلان هدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، ونصت على شرط الوضوح في الإعلان الإلكتروني المادة 11 من القانون نفسه، حيث جاء فيها: «يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة...»، الأمر الذي يستخلص منه إلزام المورد الإلكتروني بضرورة تقديم الإعلان بطريقة واضحة غير مبهمّة. وذلك من خلال استعماله لمصطلحات: "مرئية ومقروءة ومفهومة"

وهذا طبعاً يكون بالنسبة للمستهلك الإلكتروني<sup>3</sup>. ثم أو رد المشروع في باقي نص المادة مجموعة من البيانات الواجب ذكرها في الإشهار، وهذه البيانات تزيد في وضوح الإعلان للمستهلك.

<sup>1</sup> شريف محمد غانم، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 63.

<sup>2</sup> القانون 18-05، سالف ال.

<sup>3</sup> عبد الله صفيح، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 05.18، مجلة الدراسات القانونية، جامعة المدية، المجلد السابع، الع الثاني، جوان 2021، ص798.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### الفرع الثاني: منع الإعلان الإلكتروني التضليلي

يُعد الإعلان التجاري أحد مظاهر المنافسة المشروعة، كما يُمثل وسيلة فعّالة للتسويق، وأداة لإعلام الجمهور بالخدمات والمنتجات<sup>1</sup> المتاحة في السوق. غير أن خطورته تظهر عندما يكون هذا الإعلان خادعاً أو مضللاً، إذ يترتب على ذلك آثار سلبية تمس جوهر المنافسة الحرة، كما تُقوّض حق المستهلك في الحصول على معلومات صحيحة وكاملة عن السلع أو الخدمات المعلن عنها عبر شبكة الإنترنت<sup>2</sup>.

ويؤثر هذا التضليل بشكل مباشر على سلوك المستهلك، ويحدّ من حريته في اتخاذ قرار تعاقد سليم، خاصة إذا استند في اختياره إلى معلومات خاطئة أو مغلوطة. ومما لا شك فيه أن التضليل عبر الإنترنت لا يختلف من حيث الشروط والمفهوم عن التضليل الذي يقع عبر وسائل الإعلان التقليدية، إذ يشتركان في الجوهر وإن اختلفت الوسائل. فالخداع هو ذاته، غير أن أدواته تطورت لتأخذ شكل الإعلانات الرقمية التي تصدر في سياق عقد تجاري إلكتروني تحكمه قواعد خاصة تختلف عن تلك المعمول بها في التعاقد التقليدي.

### أولاً: شروط اعتبار الإشهار التجاري الإلكتروني مضللاً

الإعلان التجاري المضلل قد يؤدي إلى خداع المستهلك من خلال تضمّنه معلومات مغلوطة بعناصر وأوصاف جوهرية في المبيع<sup>3</sup>، حيث تدفع هذه المعلومات المستهلك

<sup>1</sup> الزقدي، أحمد إسماعيل، الحماية القانونية من الخداع والإعلان في القانون الكويتي المقارن، مجلة الحقوق، الع الرابع، الكويت 1995، ص 144.

<sup>2</sup> مريم طويل، الإشهار التضييلي الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 01، الع 01، جامعة تلمسان، 2019، ص 66. وقد تحدث توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 12-15-1984 في المادة 02 منه عن الإعلان المضلل أو الخادع بأنه: أي إعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل لهؤلاء الذين يوجه إليهم الإعلان، كما نصت المادة 03 من هذا التوجيه على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال أحد الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها. انظر: إبراهيم خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 91.

<sup>3</sup> عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة -، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة لنجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 43.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

إلى الوقوع في غلط وانخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج<sup>1</sup>. وقد لا يذكر بيانات مغلوبة ولكنه لا يصوغ الإعلان في عبارات تؤدي إلى خداع المتلقي، ولذلك يقع هذا الإعلان في منطقة رمادية بين الإعلان الصادق والإعلان الكاذب.

### 1. استخدام معلومات تضليلية

ينبغي أن تتسم البيانات الواردة في الإعلان الإلكتروني بالوضوح والقدرة على نعت انتباه المستهلك، بما يضمن اطلاعه على المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة. ويُعد إغفال أي بيان جوهري من شأنه التأثير في قرار المستهلك، أو حجب المعلومات الحقيقية عنه<sup>2</sup>، من قبيل الإعلانات المضللة التي تُحلّ بمبدأ الشفافية.

وقد يتحقق التضليل سواء تعلق الأمر بذاتية المنتج أو الخدمة، كالمواصفات أو الجودة أو المصدر، أو انصبّ على عناصر خارجية لها علاقة بشروط التعاقد، كالسعر، مدة العرض، الضمانات، أو مزايا إضافية قد لا تكون حقيقية.

#### أ. التضليل في ذاتية المنتج أو الخدمات عبر الأنترنت

قد ينصبّ التضليل على عنصر أو أكثر من العناصر الجوهرية المرتبطة بذاتية المنتجات أو خصائصها، وهي عناصر تمثل محل اعتبار أساسي لدى المستهلك عند اتخاذ قراره بالتعاقد. ويشمل ذلك التضليل المتعلق بوجود المنتج أو الخدمة، أو مقدارها، أو نوعها، أو مكوناتها، أو طريقة تصنيعها.

<sup>1</sup> رجال بومدين، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد، مجلة الفقه والقانون، الع 2017، 58، ص 137.

<sup>2</sup> بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2014-2015، 2، ص 280.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

كما قد يمتدّ التضليل ليشمل منشأ المنتج أو أصله، وذلك من خلال نسبته إلى منطقة جغرافية معينة بشكل كاذب، بهدف التأثير على المستهلك وإيهامه بجودة أو موثوقية معينة. كأن يُعلن عن منتج على أنه "صُنع في ألمانيا"، في حين أن مصدره الحقيقي دولة أخرى مثل الصين، وهو ما يُعدّ خداعاً صريحاً يُفقد المستهلك ثقته ويؤثر في حريته في الاختيار<sup>1</sup>.

وقد نصت المادة 36 من المرسوم التنفيذي 13-378 على أنه: "يجب ألا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطباعاً خاطئاً بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك، ويجب ألا تكون الادعاءات المستعملة على الوسم وعلى المواد الغذائية الموضوعية حيز الاستهلاك غير صحيحة أو غامضة..."<sup>2</sup> وهو ما ذكرته المادة 24 من قانون 04-02<sup>3</sup> والمادة 34 من القانون 05-18، والمادة 09 من القانون 09-03<sup>4</sup>.

### ب . التضليل الخارج عن ذاتية المنتجات أو الخدمات عبر الأنترنت

في هذه الحالة، ينصبّ التضليل على عنصر أو أكثر من العناصر الخارجة عن ذاتية المنتج أو الخدمة، والتي رغم ذلك تُعد ذات تأثير مباشر على إرادة المستهلك وتوجهه نحو التعاقد. ومن بين هذه العناصر التي قد تكون محلاً للتضليل نذكر: الدافع إلى التعاقد، شروط التعاقد، النتائج المتوقعة من استعمال المنتج أو الخدمة، الأسعار المعروضة، التزامات المعلن، وكذا البيانات المتعلقة بهويته أو صفته<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> مريم طويل، المرجع السابق، ص 67.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر ع 58، صادر في 09 نوفمبر 2013.

<sup>1</sup> قانون رقم 02-04، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج. ر، ع 41، صادر في 27 يونيو 2004، ص 3.

<sup>4</sup> قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، ج. ر، ع 15، صادر في 08 مارس 2009، ص 12.

<sup>5</sup> عبد الفضيل مُحدّد أحمد، الإعلانات عن المنتجات والخدمات من وجهة قانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، ص 213.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

ويُعتبر هذا النوع من التضليل لا يقل خطورة عن التضليل المتعلق بالخصائص الذاتية للمنتج، نظرًا لما له من أثر في توجيه إرادة المستهلك بناءً على معلومات غير صحيحة، ما يُخلّ بمبدأ الشفافية ويُقوّض الحماية القانونية المقررة له.

### 2. تضليل المستهلكين بهدف جذبهم للتعاقد أو لزيادة التعاقد

في هذا السياق، يعتمد التاجر أو مقدم الخدمة إلى إدراج معلومات ضمن الإعلان يكون الهدف منها خداع المستهلك، وذلك من خلال إبراز مميزات وفوائد مبالغ فيها بشأن السلعة أو الخدمة، والإيحاء بأهميتها وضرورتها للمستهلك، بما قد يؤثر على إرادته عند اتخاذ قرار الشراء. وقد يؤدي ذلك إلى صرف نظر المستهلك عن منتج كان يعتزم اقتنائه لصالح المنتج المعلن عنه، بناءً على معلومات غير دقيقة أو مضللة.

ويُفترض القصد الجنائي العام في مثل هذه الحالات، إذ يُعد كل إعلان تجاري يحمل طابعًا تضليليًا مكونًا لجريمة بمجرد بثّه إلى الجمهور، دون حاجة لإثبات أن شخصًا معينًا قد وقع ضحية لهذا الإعلان فعليًا<sup>1</sup>. فالعبرة في هذه الجرائم ليست بالنتيجة، بل بالخطر الذي يُحدثه الإعلان على الثقة العامة وحماية المستهلك.

### ثانيًا: الإشهار المضلل في القانون التجاري الإلكتروني

نصّ المشرع الجزائري في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على تنظيم الإشهار الإلكتروني، حيث خصّص له المواد من 30 إلى 34، بالإضافة إلى المادة 40 التي تتضمن الجزاءات المترتبة على مخالفة أحكام الإشهار. فقد جاء في المادة 30 ما يلي:

"دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المنصوص عليها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية

<sup>1</sup> ميرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2001، ص184.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

يجب أن تلبى"<sup>1</sup>، وهوما يفيد إلزامية احترام شروط معيّنة عند القيام بأي ترويج إلكتروني للسلع أو الخدمات.

ويُعتبر تناول المشرّع لهذه الأحكام ضمن قانون التجارة الإلكترونية خطوة إيجابية، خاصة في ظل تأخر إصدار هذا النص التشريعي، حيث عبّر من خلالها عن وعيه بأهمية تنظيم الإشهار الإلكتروني كأداة لها تأثير مباشر على المستهلك الإلكتروني.

وفي سبيل ضمان مصداقية هذا النوع من الإشهار، أقرّ المشرع الجزائري عقوبات خاصة في حال مخالفته، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالتضليل في عرض السلع أو الخدمات. وقد جرم هذا السلوك من قبل المورد الإلكتروني، إذا خالف المادتين 11 و12 من نفس القانون، المتعلقةتين بالبيانات الإلزامية الواجب توفرها في العرض التجاري.

فنصت المادة 39 على ما يلي:

"يعاقب بغرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر".

ويلاحظ من خلال ذلك أن المشرّع قد شدد العقوبة في حال الإخلال بالبيانات الإلزامية، حيث لم يكتف بالغرامة المالية، بل أجاز أيضًا للجهة القضائية المختصة تعليق

---

<sup>1</sup> بالرجوع إلى القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك نجد المشرع قد ذكر بعض الحالات المتعلقة بخداع المستهلك، حيث نصت المادة 68 منه:

"يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتجات المسلمة، تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقًا، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج".

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

نفاذ المورد الإلكتروني إلى منصات الدفع الإلكتروني، وهي عقوبة ذات طابع اقتصادي مباشر تعيق نشاطه التجاري مؤقتاً<sup>1</sup>.

في المقابل، فإن مخالفة المقتضيات المتعلقة بالإشهار الإلكتروني تحديداً، والتي تم تنظيمها في المواد 30، 31، 32، و34، يقابلها عقوبة مالية فقط، حيث نصت المادة 40 من ذات القانون على ما يلي:

«دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30، 31، 32، 34 من هذا القانون».

ويُفهم من ذلك أن المشرّع فرّق من حيث درجة الخطورة بين مخالفة البيانات الإلزامية ومخالفة ضوابط الإشهار، معتبراً أن الإخلال بالأولى له أثر أعمق على حماية المستهلك وسلامة المعاملة التعاقدية، ما يبرر إقرار عقوبات أكثر صرامة.

### المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام قبل التعاقد

يعتبر إعلام المستهلك من الوسائل القانونية الفعالة لحمايته في التعاقد عبر الأنترنت، وهذا الالتزام واسع في مفهومه (الفرع الأول)، وله طبيعته الخاصة التي استوجبت إفراد أحكام تتمشى وهذه الخصوصية في قانون التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني

يُعد الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني التزاماً قانونياً يفرض على أحد طرفي العقد، وغالباً ما يكون المورد أو التاجر، بتمكين الطرف الآخر من الاطلاع على المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، باستخدام الوسائط الإلكترونية<sup>2</sup>، وفي الوقت المناسب، بكل شفافية وصدق. ويأتي هذا الالتزام لتمكين المستهلك

<sup>1</sup> هذه المدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر.

<sup>2</sup> السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت الدار الجامعية، بيروت، 2006، ص24.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

من اتخاذ قراره بالتعاقد أو الامتناع عنه بناءً على إرادة مدركة ورضا مستتير بما يترتب على هذا القرار من نتائج.

### أولاً: مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

تتميز المعاملات والبيوع التجارية الإلكترونية بكونها تتم عن بُعد، دون حضور فعلي مشترك للبائع والمشتري في مجلس عقد واحد، كما أن المبيع لا يمكن معاينته مادياً. لذلك، يُعد الإعلام بموضوع العقد ضرورياً، لا سيما فيما يتعلق بأمرين أساسيين: هوية البائع أو مزود الخدمة، والصفات الجوهرية للسلعة أو الخدمة محل العقد، وذلك بهدف حماية المستهلك من مخاطر الغش أو الاحتيال في المعاملات الإلكترونية.

#### 1. تحديد هوية البائع الإلكتروني

يُعد تحديد هوية البائع الإلكتروني شرطاً بالغ الأهمية، إذ يمنح المستهلك شعوراً بالاطمئنان قبل إبرام العقد، خصوصاً في الحالات التي يكون فيها شخص البائع محل اعتبار<sup>1</sup>. وتشمل المعلومات الأساسية التي يجب إعلام المستهلك بها، في حال كان البائع شخصاً طبيعياً: اسمه الكامل، رقم هاتفه، عنوان تسجيله في السجل التجاري، إضافة إلى وضوح التزاماته وإمكانية تنفيذها<sup>2</sup>. أما إذا كان البائع شخصاً معنوياً، فيُفترض تحديد اسم الشركة، طبيعتها القانونية، وعنوان مقر إدارتها الرئيسي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> قانون التجارة المادة 10 قانون التوجيه الأوربي رقم 97/07 الصادر بتاريخ 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعدم 4/1. نكره: ربيع زهية، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 10، .، الع 2، جامعة الوادي 2019، ص 428.

<sup>2</sup> سمير عبد السميع الاودن، العقد الإلكتروني، منشأة معارف الإسكندرية، 2005، ص 122.

<sup>3</sup> معزوز دليلة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، الع 2، جامعة مولود

معمرى بتيزي وزو، 2012، ص 384.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

ويكتسي هذا الإعلام أهمية خاصة، لأنه يمكن المستهلك من التحقق من الهوية الحقيقية للبائع وتفاذي الوقوع في عمليات احتيال، كما يضمن إبرام العقد بناءً على رضا صحيح. فضلاً عن ذلك، فإن معرفة هوية التاجر الإلكتروني تُسهل على المستهلك تقديم شكاوى للهيئات المختصة بحماية المستهلك، في حال أخل البائع بأي من التزاماته المنصوص عليها في قانون الاستهلاك<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للمشروع الجزائري، فإن قانون حماية المستهلك رقم 09-203 لم يتضمن نصاً صريحاً يلزم البائع الإلكتروني بتقديم بيانات مفصلة حول هويته، بل ركّز بشكل أساسي على المنتج نفسه. ويُفهم من هذا التوجه أن المشروع ربما اعتبر أن الالتزام بالإعلام من خلال وسم المنتج يتيح للمستهلك إمكانية التعرف على هوية البائع أو المنتج، وذلك من خلال ذكر مكان الصنع أو البيع، بالإضافة إلى أرقام هواتف الجهات المعنية.

### 2— الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة تمثل حماية للمستهلك من الغش والاحتيال في العقد الإلكتروني

يُعد الإعلام بالصفات أو الخصائص المتعلقة بالمبيع عنصراً أساسياً في جذب المستهلك وتشجيعه على التعاقد، وهو ما يمثل جوهر الالتزام بالإعلام، خاصة في ظل ما قد يشوب المعاملات الإلكترونية من غش وتقليد<sup>3</sup>. ويتم هذا الإعلام من خلال قيام البائع بعرض معلومات تفصيلية عن منتوجاته عبر شبكة الإنترنت، بحيث يمكن للمستهلك الاطلاع عليها من خلال أجهزة الحاسوب أو غيرها من الوسائط الإلكترونية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص274.

<sup>2</sup> القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الع 15، الصادرة بتاريخ 8 مارس 2009.

<sup>3</sup> حجازي عبد الفتاح بيومي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2006، ص 39.

<sup>4</sup> ربيع زهية، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 10، الع 2، جامعة الوادي، 2019.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

وفي حال كانت السلع معنوية، مثل برامج الحاسوب، فيُشترط أن يتم تنزيلها مباشرة على جهاز المتعاقد لضمان حمايتها من الغش أو القرصنة الإلكترونية. أما إذا كانت السلع مادية، فيُعرض وصفها عبر الإنترنت<sup>1</sup> من خلال تحديد أبعادها ووزنها وجودتها، إلى جانب تقديم صور واضحة لها<sup>2</sup>.

وقد أوجب المشرع الجزائري، بموجب القانون 05-18، على المورد الإلكتروني التصريح بالصفات الأساسية والتفصيلية للمنتج قبل إبرام العقد الإلكتروني. حيث تنص المادة 11 الفقرة الثالثة من هذا القانون على ضرورة أن يتضمن العرض التجاري الإلكتروني "طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب الرسوم". كما ألزمت المادتان 12 (الفقرتان 2 و3) بوضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك، لاسيما ما يتعلق بالخدمات أو المنتجات المطلوبة، ونصت المادة 13<sup>3</sup>، الفقرة الأولى على ضرورة أن يحتوي العقد الإلكتروني على الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات محل التعاقد.

### ثانياً: شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يمكن إجمال شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في شرطين هامين وهما:

1. جهل المستهلك بالمعلومات.

2. علم المحترف بالمعلومات وبدورها الفعال والمؤثر في تكوين رضا المستهلك.

---

<sup>1</sup> الزهرة جقريف، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراسة على ضوء القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، المجلد 24، الع 51، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، 2020، ص 720.

<sup>2</sup> معزوز دليّة، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، الع 2، جامعة مولود معمري بتيزي وزو، 2012.

<sup>3</sup> المادة 11، 12، 13 من القانون 05-18.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### 1. جهل المستهلك بالمعلومات

مبدئيًا، لا يلتزم المهني الإلكتروني بالإعلام عن المبيع إلا إذا كان المستهلك يجهل حقيقة. ومع ذلك، لا يُقبل من المستهلك التذرع بالجهل بشكل مطلق، إذ يقع على عاتقه بذل جهد معقول للاستعلام عن المعلومات المتعلقة بالمبيع وبالعقد بوجه عام. إلا أن أهمية هذا الاستعلام تقل كلما اتسعت الفجوة الفنية بين أطراف العقد، حيث إن الاستعلام في البيئة الإلكترونية يتطلب إدراكًا كافيًا لقيمة المعلومات وأثرها، وهو أمر لا يتوفر عادة لدى المستهلك. ومن ثم، فإن التزام المحترف الإلكتروني بالإعلام يصبح قائمًا في الحالات التي يتعذر فيها على المستهلك، بوسائله الخاصة، الإحاطة بالمعلومات الجوهرية<sup>1</sup>.

وقد يرجع جهل المستهلك بتلك المعلومات إلى عوامل مشروعة، من أبرزها: الثقة المشروعة التي يُوليها المستهلك للمهني، إذ يتوقع منه أن يقدم المعلومات تلقائيًا وبشكل واضح؛ أو إلى استحالة موضوعية، مثل صعوبة العلم بطبيعة المبيع أو خصائصه؛ أو استحالة شخصية، كأن يكون المستهلك غير متمرس أو يفتقر إلى الخبرة في هذا المجال. وبالتالي، فإن التزام المهني بالإعلام ينشأ عندما يكون جهل المستهلك مشروعًا، مع الأخذ في الاعتبار أن هذا الالتزام ليس مطلقًا، بل يقف عند حدود الالتزام بالاستعلام<sup>2</sup>. فالمطلوب هو إقامة توازن واقعي بين الطرفين في العلاقة التعاقدية، وتحقيق قدر من الاستقرار في المعاملات، على أساس أن المستهلك ملزم هو الآخر بالسعي للاستعلام عن المعلومات المتصلة بموضوع العقد، في حدود إمكانياته<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> معزوز دليلة، المرجع السابق.

<sup>2</sup> ربيع زهية، المرجع السابق ص 430.

<sup>3</sup> راجع في تفصيل الالتزام بالاستعلام، ضريفي الصادق، النظام القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 21 ماي 2015 ص 321 ومايليها.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### 2. علم البائع المحترف بالمعلومات وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك

مفاد هذا الشرط أنه إذا رغب المستهلك الإلكتروني في طلب إبطال العقد بسبب الغلط الجوهرى الناتج عن إخلال البائع بالتزامه بالإعلام، فإنه يتحمل عبء إثبات أن البائع كان على علم بالمعلومات أو المواصفات الجوهرية المتعلقة بالمبيع، وأن تلك المعلومات كان لها تأثير مباشر على إرادته في التعاقد.

ولا يُعفى البائع أو التاجر الإلكتروني من المسؤولية بمجرد ادعائه الجهل بتلك المعلومات، إذ إن صفة الاحتراف، سواء في التاجر العادي أو الإلكتروني، تُعد قرينة على علمه بها. وبالتالي، فإن مسؤوليته لا تنتفي إلا إذا أثبت أنه بذل عناية الشخص العادي في توفير المعلومات، أو إذا أثبت وجود سبب أجنبي حال دون قيامه بذلك، وكل هذا يأتي في إطار حماية المستهلك<sup>1</sup>.

كما أن المهني، بحكم طبيعته الاحترافية، لا يُفترض فقط علمه بالمواصفات الفنية للمنتج محل العقد، بل يتعين عليه أيضاً أن يدرك مدى أهمية هذه المعلومات وتأثيرها المباشر في تكوين رضا المستهلك وإرادته التعاقدية<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

الإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني هو إلتزام على عاتق المورد مفروض بنص القانون، ويترتب على ذلك أن الإخلال بهذا الإلتزام يترتب جزاءات قانونية على هذا المورد الإلكتروني.

أولاً: فرض الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد على المورد الإلكتروني في قانون 18-05

<sup>1</sup> معزوز دليمة، المرجع السابق، ص 338.

<sup>2</sup> ربيع زهية، المرجع السابق، ص 430.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

نص المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية على الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، وإن لم يخصه بعنوان مستقل، إلا أنه أدرجه ضمن الالتزامات الواقعة على عاتق المورد قبل إبرام العقد<sup>1</sup>. وقد أكدت المادة 12 من هذا القانون على ضرورة وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك، لتمكينه من التعاقد عن علم وإدراك. كما ألزمت المادة 11 المورد الإلكتروني بتقديم العرض التجاري بطريقة مرئية، مقروءة ومفهومة، على أن يتضمن المعلومات المحددة في نفس المادة.

إضافة إلى ذلك، نصت المادة 09 من القانون ذاته<sup>2</sup> على ضرورة تسجيل الموردين الإلكترونيين في السجل التجاري، وهو إجراء يُعزز من ثقة المستهلك في هوية المورد ويوفر له قدرًا أكبر من الأمان.

ويلاحظ على المشرع في القانون 18-05 أنه لم يُلزم باستخدام لغة معينة لتنفيذ الالتزام بالإعلام، بخلاف ما ورد في قانون حماية المستهلك رقم 09-03، حيث نصت المادة 18 منه على ضرورة تحرير بيانات الوسم والمعلومات الأخرى باللغة العربية، مع إمكانية إضافة لغة أخرى مفهومة لدى المستهلكين<sup>3</sup>، شرط ألا تمس بوضوح المعلومة وأثرها.

---

<sup>1</sup> سعى المشرع الجزائري في تنظيم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كضمانة لحماية المستهلك بصفة عامة وذلك في القواعد العامة. فبالرجوع إلى ق م نجد المادة 352/1 تلزم البائع بضرورة أن يعلم المشتري علما كافيا بالشيء المباع. ونجد تنظيم هذه الضمانة أيضا في نص المادة 07 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المادة 17 من نفس القانون، التي نصت على وجوب إعلام المستهلك قبل العقد وذلك من أجل تنويره. انظر: بن دياب ماسينيسا، إشكاليات التعاقد في البيئة الرقمية، دراسة تحليلية نقدية على ضوء القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، مجلد 03، ع2، ص04.

<sup>2</sup> المادة 9 و12 من القانون 18-05.

<sup>3</sup> الماحي فاطمة زهرة شريفة، مدى فعالية القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، الع 3، تامنغست، 2021، ص 185.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### ثانيا: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد في القانون 05-18

إن الجزاء المترتب على الإخلال بالالتزام بالإعلام يستمد مشروعيته من الغاية التي شرّع من أجلها، والمتمثلة في تنوير إرادة المستهلك عند التعاقد. وبالتالي، فإن أي تقصير في تنفيذ هذا الالتزام يُعدّ مؤثراً بشكل مباشر في رضا المستهلك الإلكتروني، ويؤدي إلى إفساد إرادته. وبناءً عليه، فإن خرق هذا الالتزام من طرف التاجر المحترف يُعزّضه للمساءلة القانونية، سواء على مستوى المسؤولية المدنية لما قد يترتب عن ذلك من ضرر، أو حتى المسؤولية الجزائية إذا اقترن الفعل بسوء نية أو تحايل.

#### 1. الجزاءات المدنية المقررة في القانون 05-18

إن إخلال التاجر بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد يؤثر بشكل مباشر على رضا المستهلك، وقد يؤدي إلى تعيب إرادته عند إبرام العقد. وفي هذه الحالة، يحق للمستهلك المطالبة بإبطال العقد متى ثبت أن هذا الإخلال كان سبباً في وقوعه في غلط جوهري، كما تترتب المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني إذا ترتب عن هذا الإخلال ضرر فعلي للمستهلك. وقد أكدت المادة 14 من القانون 05-18 على ذلك، حيث نصّت على أنه في حال عدم احترام أحكام المادتين 10 و13 من طرف المورد الإلكتروني، يمكن للمستهلك الإلكتروني المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به<sup>1</sup>.

#### 2. الجزاءات الجزائية المقررة في القانون 05-18

نصّ قانون التجارة الإلكترونية الجزائري على عقوبات مالية تُفرض على المورد الإلكتروني في حال مخالفته للالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12

<sup>1</sup> الماحي فاطمة الزهرة شريفة، المرجع السابق، ص 185.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

من نفس القانون، حيث تتراوح الغرامة بين 50.000 دج و500.000 دج. وتتمثل هذه المخالفات أساسًا في عدم تقديم العرض التجاري بطريقة مرئية ومفهومة، أو في إغفال تضمين هذا العرض البيانات الإلزامية، مثل: رقم التعريف الجبائي، العناوين المادية والإلكترونية، رقم الهاتف، وغيرها<sup>1</sup>.

إلى جانب العقوبة المالية، حوّل المشرع للقضاء أن يصدر أمرًا إلى منصات الدفع الإلكتروني بمنع أي تعامل يتعلق بالسلعة محل المخالفة، وذلك خلال فترة لا تتجاوز ستة أشهر، متى ثبت أن المورد الإلكتروني قد أخل بالتزامه بالإعلام تجاه المستهلك. غير أن هذا المنع يطرح إشكالات تقنية على مستوى التنفيذ، إذ أن صيغة النص جاءت بصيغة الأمر القضائي، ما يثير التساؤل حول الجهة المخولة بالتنفيذ: هل تُوجه الأوامر إلى الجهات التقنية الوطنية لتعليق وصول المورد إلى منصات الدفع من خلال موقعه الإلكتروني؟ أم تُخاطب مباشرة منصات الدفع الإلكتروني، التي تكون غالبًا أجنبية وخارج نطاق السلطات الوطنية؟ وهو احتمال يبدو صعب التحقيق من الناحية العملية، بالنظر إلى محدودية سيطرة السلطات الجزائرية على تلك المنصات الدولية.

### المبحث الثاني: الضمانات القانونية لحماية المستهلك أثناء مرحلتي تنفيذ وإبرام العقد الإلكتروني

أصبحت العقود الإلكترونية أداة أساسية في المعاملات التجارية الحديثة، غير أنها تطرح تحديات قانونية تمس بشكل مباشر مصلحة المستهلك الإلكتروني، الذي يُعد الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، نظرًا لغياب الاتصال المباشر مع المورد وصعوبة التحقق

<sup>1</sup> المواد 11-12-39 من القانون 05-18.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

من المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة. ولأجل تحقيق حماية فعالة لهذا المستهلك، تدخل المشرع الجزائري من خلال القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مدعوماً بأحكام قانون حماية المستهلك 09-03، حيث أقر مجموعة من الضمانات القانونية التي تحيط بالمستهلك خلال مختلف مراحل العلاقة التعاقدية. ومن هذا المنطلق، سنتناول في هذا المبحث تلك الضمانات من خلال المطلب الأول المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني عند إبرام العقد، والمطلب الثاني المتعلق بحمايته أثناء تنفيذ العقد، وذلك بهدف الوقوف على مدى نجاعة الإطار التشريعي في تأمين مصالحه وضمان رضاه السليم.

### المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني عند إبرام العقد

تكتسي المرحلة التمهيدية لإبرام العقد عبر الإنترنت أهمية بالغة بالنسبة للطرف الذي يعتزم التعاقد، لاسيما من حيث التحقق من مشروعية التعبير عن الإرادة في هذا السياق، ومدى قابلية العقد للإبرام من خلال الوسائل الإلكترونية. فإذا كانت التشريعات تسمح بالتعبير عن الإرادة وإبرام العقد عبر الإنترنت، فإنه يصبح بإمكان المتعاقد أية إشكالات قانونية محتملة قد تترتب عن استخدام هذه الوسيلة، والسعي لإيجاد حلول مناسبة لها قبل الشروع الفعلي في إبرام العقد. وعليه سنتطرق لحماية المستهلك الإلكتروني في الإعلام والعدول (الفرع الأول)، حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في الإعلام والعدول

أقر المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام والعدول وعيله:

#### أولاً: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

أصبح الالتزام بالإعلام يشكل اليوم أحد الأسس القانونية المستحدثة التي فرضتها تطورات الحياة المعاصرة ومتطلباتها، الأمر الذي يستوجب توسيع نطاق تطبيق هذا الالتزام

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

ليشمل مختلف أنواع العقود، بهدف الحد من حالات عدم تكافؤ المعرفة بين أطراف العقد محل الإبرام. وتزداد أهمية هذا الالتزام في إطار العقد الإلكتروني، نظراً لخصوصيته القائمة على استخدام الوسائط الإلكترونية وغياب التواصل المادي المباشر بين المتعاقدين، ما يرفع من احتمالية وقوع مخاطر قد تؤثر على رضا المستهلك<sup>1</sup> وتقلص من حريته في التعاقد.

لذا كان حرص التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني على نحو معين يختلف عن الحق في الإعلام في الحالات العادية<sup>2</sup>.

### 1. مفهوم الالتزام بالإعلام

يلتزم المهني، قبل إبرام العقد، بتقديم جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالعملية التعاقدية، والتي من شأنها أن تمكن الطرف الآخر من التوصل إلى رضا سليم وكامل، مبني على إدراك دقيق لكافة تفاصيل العقد. ولا يهدف هذا الالتزام إلى التضيق على حرية الإرادة، وإنما يُكرّس مبدأ المسؤولية والتعامل بحسن نية بين الطرفين<sup>3</sup>.

وقد تناول المشرع الجزائري هذا الالتزام ضمن أحكام ق م، باعتباره الشريعة العامة التي تحكم معظم التصرفات القانونية، حيث نص في المادة 1/352 من القانون المدني، في سياق تنظيمه لعقد البيع، على ما يلي:

“يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع عالماً كافياً، ويُعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه”<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> زريقات عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، (ط 1)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 339.

<sup>2</sup> أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء مضمون العقدي، (ط 1)، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 105.

<sup>3</sup> عروبة شافي المعموري، التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد (دراسة المقارنة)، رسالة ماجستير في ق م، جامعة بابل، 2008، ص 116.

<sup>4</sup> الأمر رقم 75-58، المتضمن ق م.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

وعليه، يُلزم البائع بتقديم وصف دقيق للمبيع يزيل أي جهالة محتملة، ويُفترض عليه إعلام المستهلك بجميع الملابسات المحيطة بالعقد في إطار العقود التقليدية، دون أن يُخصّص المشرّع الجزائري أحكاماً خاصة بالعقود الإلكترونية في هذا السياق. وهو ما يختلف عن موقف المشرّع الفرنسي، الذي أدرج ضمن قانون حماية المستهلك أحكاماً خاصة بالمعاملات الإلكترونية، في إطار تنظيم التعاقد عن بعد<sup>1</sup>، تعزيزاً لحماية المستهلك في هذا النوع من العقود.

### أ. تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يُعرف الالتزام بالإعلام بأنه التزام سابق على إبرام العقد، يقتضي من أحد الطرفين . وغالباً ما يكون المهني — تقديم جميع البيانات والمعلومات الضرورية للطرف الآخر، بهدف تمكينه من تكوين رضا سليم وكامل، قائم على إدراك واضح لكافة تفاصيل العقد. ويعود هذا الالتزام إلى اعتبارات متعددة، قد ترتبط بطبيعة العقد، أو بصفة أحد طرفيه، أو بطبيعة محل الالتزام، أو بأي ظرف آخر يجعل من المتعذر على أحد الطرفين الحصول على المعلومات بنفسه، أو يستوجب عليه منح ثقة مشروعة للطرف المقابل<sup>2</sup>.

وقد عرّف بعض الفقه هذا الالتزام بأنه "الالتزام قانوني عام سابق على التعاقد، يُلزم فيه المهني بإعلام المستهلك — في ظروف محددة — إعلاماً صحيحاً وصادقاً بجميع المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد، والتي لا يستطيع هذا الأخير الوصول إليها بوسائله

<sup>1</sup> أسامة أحمد بدر، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ع 40، 2009، ص 439.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة المقارنة، (ط1)، الدار الفكر الجامعي، القاهرة، 2007، ص 163.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

الخاصة، حتى يتمكن من اتخاذ قرار سليم بإبرام العقد من عدمه<sup>1</sup>. ويُقصد بهذا الالتزام، في جوهره، تمكين المستهلك من اتخاذ قرار واعٍ بشأن التعاقد، من خلال تزويده بكافة المعطيات الضرورية. كما يُفهم من خلال بعض التعريفات أنه يُفرض على المهني، باعتباره الطرف الأقوى في العلاقة التعاقدية، أن يزود المستهلك – الطرف الأضعف – بكل البيانات المؤثرة على تكوين إرادته، بما يضمن له رضا حراً ومستتبصراً، ويعزز مبدأ التعاون بين الطرفين في تنفيذ العقد وفقاً لمبادئ حسن النية والثقة المشروعة.

ويتبين من هذه التعريفات أن الالتزام بالإعلام يستمد أساسه من الالتزام بحسن النية، الذي يُعد مبدأً رئيسياً يحكم مرحلة ما قبل التعاقد. إذ يفرض هذا المبدأ على كل طرف اتخاذ موقف إيجابي تجاه الطرف الآخر منذ بداية المفاوضات، من خلال الإفصاح عن جميع البيانات الجوهرية المرتبطة بالعقد المراد إبرامه<sup>2</sup>.

ويتم الالتزام بالإعلام، سواء في صورته التقليدية أو الإلكترونية، خلال المرحلة السابقة على التعاقد، أي في مرحلة المفاوضات، ويتطلب توفر شرطين أساسيين حتى يترتب آثاره في العقود الإلكترونية:

- **الشرط الأول:** أن يكون أحد المتعاقدين مهنيًا خبيرًا، يملك علماً كافياً وشاملاً ببيانات ومواصفات محل العقد، ولا يقتصر علمه على المعلومات التقنية فحسب، بل يمتد ليشمل إدراكه لأهمية هذه المعلومات في تكوين رضا المستهلك.
- **الشرط الثاني:** أن يكون المستهلك جاهلاً بتلك المعلومات، حيث يُشترط أن يكون هذا الجهل مشروعاً، بمعنى أن لا يكون ناتجاً عن إهمال أو تقصير

<sup>1</sup> نضال إسماعيل براهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، (ط1)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 138.

<sup>2</sup> محمد السعيد رشدي، التعاقد بوسائل الإتصال الحديثة ومدى حجيتها في الإثبات، (ط1)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 16.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

من جانبه، إذ إن نطاق التزام المهني بالإعلام لا يتجاوز ما يجهله المستهلك على نحو مشروع، ولا يمتد إلى ما لا يجهله المهني نفسه.

### ب. أهداف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يُعد الالتزام بالإعلام الإلكتروني أحد مظاهر التنسيق والتعاون بين المتعاقدين، ويعكس إرادة تنظيم العلاقة التعاقدية بما يكفل لها قدرًا أعلى من المصداقية والوضوح. ويعود الاعتراف التشريعي بهذا الالتزام، في جوهره، إلى طبيعة عقد الاستهلاك، الذي يتسم بغياب التوازن العقدي بين طرفيه. وتزداد حدة هذا الاختلال عندما يُبرم العقد بوسائل إلكترونية<sup>1</sup>، حيث يغيب التواصل المادي المباشر بين الطرفين، رغم أن الطابع التفاعلي للوسيط الإلكتروني قد يوهم بعكس ذلك، إلا أن المسافة المادية والافتراضية تخلق نوعاً من الغموض يحدّ من شفافية العلاقة.

ومن أبرز الأسباب العملية التي أفرزت الحاجة إلى هذا الالتزام قبل التعاقد، هو انعدام التكافؤ بين المستهلك والمهني في عقود الاستهلاك الإلكتروني، ويُعزى هذا الاختلال إلى عدة عوامل، من أهمها:

. أن المعاملات التجارية الإلكترونية غالباً ما تسبقها حملات دعائية وإعلانية رقمية، تُعد أكثر سهولة وأقل تكلفة من نظيرتها التقليدية، لكنها تشكل في الوقت ذاته مصدر خطر على توجيه إرادة المستهلك، إذ تُغريه باقتناء منتجات أو خدمات لا يحتاج إليها فعلياً. وتزداد الخطورة في ظل تطور وسائل العرض التقني، التي تُجمل المنتجات بصورة افتراضية غير مطابقة للواقع، مما يكرس صورة خادعة

<sup>1</sup> جرمود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص العقود والمسؤولية، كلية الحقوق - بن عنكون، جامعة الجزائر، 2002، ص 38.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

تؤثر على حرية المستهلك في اتخاذ قراره التعاقد<sup>1</sup>، ويعزز من موقع الهيمنة الذي يتمتع به المهني.

. من جهة أخرى، قد لا تُتيح الوسائط الإلكترونية للمستهلك فرصة حقيقية للتفاوض أو المساومة. ويتفاهم الأمر في إطار التعاقد عبر المواقع التجارية التي تستخدم العقود النموذجية، وهي عقود موحدة مُعدة سلفاً، تتضمن شروطاً ثابتة لا يُتاح للمستهلك مناقشتها، بل يكون ملزماً إما بقبولها كما هي أو العدول عن التعاقد. وفي ظل غياب التفاعل المباشر، يُجبر المستهلك على الانصياع لشروط مجففة وموضوعة سلفاً لصالح المهني، مما يفقد العقد توازنه ويُضعف من رضا المستهلك الحر والمستتير<sup>2</sup>.

وعليه، فإن انعدام التكافؤ في عقود الاستهلاك الإلكتروني يعود بدرجة كبيرة إلى التفاوت في المعرفة والخبرة بين المهني والمستهلك. ومن ثمّ، يُعد الإعلام شرطاً جوهرياً لضمان حرية المستهلك في الاختيار، وتحقيق توازن فعلي في العلاقة التعاقدية.

### 2. الأساس القانوني للالتزام بالإعلام ومضمونه

تلعب البيئة الإلكترونية دوراً محورياً في تكريس مركز الضعف الذي يجد فيه المستهلك نفسه، حيث تبدأ مظاهر هذا الضعف في الظهور منذ المرحلة السابقة للتعاقد، من خلال الضغط غير المباشر الناتج عن الإعلانات الترويجية الإلكترونية التي تتسم في كثير من الأحيان بطابع مضلل. وللد من الآثار السلبية الناجمة عن هذا النمط من التعاقد، سعت العديد من التشريعات إلى تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، لاسيما في حالات التعاقد عن بُعد، وذلك من خلال إقرار التزام يقع على عاتق

<sup>1</sup> خليفي مريم، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الع الرابع، 2011، ص 203.

<sup>2</sup> غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، رسالة الماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012 ص 17.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

المهني، يُلزمه بإعلام المستهلك بكافة البيانات الجوهرية المرتبطة بالعقد<sup>1</sup>، بما يضمن لهذا الأخير إدراكاً وافياً للظروف المحيطة بالعلاقة التعاقدية.

### أ. الأساس القانوني للحق في الإعلام

اختلف الفقه بشأن الأساس القانوني الذي يستند إليه حق المستهلك في الحصول على الإعلام من المهني، فقد ذهب فريق إلى أن هذا الالتزام يجد مصدره في ضرورة تحقيق التوازن العقدي بين طرفي العلاقة، بالنظر إلى حالة عدم التكافؤ التي تطبع عقود الاستهلاك، لاسيما الإلكترونية منها، حيث يُعد الإعلام وسيلة جوهرية لرأب هذا الخلل. في المقابل، يرى اتجاه فقهي آخر أن الأساس الحقيقي لهذا الالتزام هو مبدأ حسن النية في التعاقد، إذ يفرض على كل طرف التصرف بإيجابية وشفافية خلال مراحل تكوين العقد، مما يُرتب على المهني التزاماً بالإفصاح عن كافة المعلومات الجوهرية<sup>2</sup> التي تمكن المستهلك من إبرام العقد عن علم وإرادة حرة.

### • التوازن العقدي

يرى بعض فقهاء القانون أن الالتزام بتقديم المعلومات في المرحلة السابقة على التعاقد يجد أساسه في مبدأ سلامة العقد وتحقيق التوازن العقدي بين طرفيه. ويُعد وجود هذا الالتزام ضرورياً في ظل عدم المساواة المعلوماتية بين المتعاقدين، لاسيما في العقود التي يكون أحد أطرافها في موقع أقوى من حيث المعرفة الفنية أو التقنية. فالمهني الذي يعرض سلعة أو خدمة - خصوصاً عبر وسائط إلكترونية كشبكة الإنترنت - يكون على دراية تامة بخصائص ما يعرضه، بينما يفنقر المستهلك، في الغالب، إلى ذات القدر من المعلومات، ما يؤدي إلى اختلال في التوازن العقدي. وبناءً على هذا

<sup>1</sup> خليفي مريم، المرجع السابق، ص 204.

<sup>2</sup> يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح، فلسطين، 2006، ص 30.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

الطرح، فإن من يملك المعلومات الجوهرية المتعلقة بموضوع العقد، يلتزم قانوناً بكشفها للطرف الآخر، بهدف إرساء عقد متوازن يقوم على إرادة مستتيرة، ويحقق مبدأ العدالة التعاقدية.

### • مبدأ حسن النية في العقود

اتجه كل من الفقه والقضاء إلى اعتبار مبدأ حسن النية الأساس القانوني الذي يقوم عليه الالتزام بالإعلام، لما يفرضه هذا المبدأ من التزامات متبادلة بين المتعاقدين تهدف إلى ترسيخ الأمانة وتعزيز الثقة بينهما. ويترتب مبدأ حسن النية التزاماً على عاتق الطرف المهني، خاصة البائع، بضرورة الإفصاح عن جميع المعلومات الجوهرية والمواصفات الأساسية المتعلقة بموضوع العقد، بما يمكن المتعاقد الآخر من اتخاذ قراره عن علم. ويُعد الكتمان المتعمد لأي من هذه البيانات إخلالاً صريحاً بحسن النية، وهو ما أكد عليه المشرع الجزائري في المادة 107 من ق م<sup>1</sup>، التي تُقرّ بأن تنفيذ العقد يجب أن يتم بحسن نية. ورغم تعدد الآراء الفقهية حول الأساس القانوني للالتزام بالإعلام، فإن الرأي الراجح يستقر على أن مبدأ حسن النية، الذي يسري من مرحلة تكوين العقد وحتى تنفيذه، يُشكل الإطار العام الذي ينبثق منه هذا الالتزام.

### ب . مضمون الالتزام بالإعلام

يُعد التعرف على هوية الطرف الآخر، خاصة البائع، من أبرز ما يشغل المستهلك عند إبرام العقود عبر شبكة الإنترنت، ذلك أن طبيعة التعاقد الإلكتروني تقوم على مبدأ الشفافية في كافة مراحلها، وفي مقدمتها وضوح شخصية الموجب<sup>2</sup>. ويتطلب هذا النوع من المعاملات تحديد هوية المهني بشكل دقيق لا يترك مجالاً للغموض أو الالتباس، حرصاً

<sup>1</sup> يحيى يوسف فلاح حسن، المرجع نفسه، ص 31.

<sup>2</sup> تنص: المادة 107 من ق م " يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبحسن نية ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون، والعرف، والعدالة، وبحسب طبيعة الالتزام".

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

على تعزيز الثقة والأمان لدى المستهلك، وتشجيع التعاملات التجارية الإلكترونية. ولذلك يلتزم المهني، عند طرح إيجابه عبر الوسائط الإلكترونية، بأن يُدرج فيه جميع البيانات التي تسمح بالتعرف عليه بشكل كافٍ<sup>1</sup>.

ورغم أن التشريع الجزائري لم يُفرد نظاماً قانونياً خاصاً لحماية المستهلك الإلكتروني، إلا أنه أولى اهتماماً ملحوظاً بحماية المستهلك بوجه عام، وقد كرس الالتزام بالإعلام في عدة قوانين، أبرزها القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث خصص الفصل الخامس منه لأحكام تُلزم المورد بإعلام المستهلك بمختلف البيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة<sup>2</sup>.

ومن المستجدات التي كرستها المبادئ القانونية الحديثة لحماية المستهلك، مراعاة اللغة الأم لهذا الأخير، باعتبارها وسيلة أساسية لضمان فهمه الكامل لمضمون العقد، وبالتالي ضمان رضاه الواعي عند الدخول في العلاقة التعاقدية. وتُعد هذه القاعدة من الضمانات الجوهرية لحماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، لاسيما في العقود المبرمة عن بعد. وفي هذا الإطار، ورغم أن المشرع الجزائري لم يحدد لغة أجنبية معينة يمكن اعتمادها، إلا أنه أجاز تقديم المعلومات بلغات أخرى بالإضافة إلى اللغة الأصلية<sup>3</sup>، بما يعزز من فرص فهم المستهلك لحقوقه والتزاماته المستقبلية.

### ثانياً: حق المستهلك الإلكتروني في العدول

#### 1. مفهوم الحق في العدول

<sup>1</sup> تامر محمد سليمان الدمايطي، إثبات التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت (دراسة المقارنة)، (ط1)، بهجات للطباعة، الإسكندرية، 2009، ص 68.

<sup>2</sup> بلحاج العربي، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء ق م ج، دار وائل للنشر، عمان، 2010، ص 33.

<sup>3</sup> قانون 03-09 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 15، الصادرة 8 مارس 2009.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

لم يتضمن القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تعريفاً صريحاً لحق العدول، غير أن المشرع أجاز للأطراف المتعاقدة إدراج شروط وآجال ممارسة هذا الحق في العقد الإلكتروني عند الاقتضاء. وبناءً على ذلك، يُفهم حق العدول على أنه الخيار المخوّل للمستهلك الإلكتروني، بموجب القانون أو الاتفاق، للتراجع عن التعاقد خلال فترة زمنية محددة بعد إبرام العقد، من خلال تصريح يعبر فيه عن رغبته في عدم الاستمرار في الالتزام التعاقدية.

ويُعد حق العدول في العقود الإلكترونية حقاً شخصياً وإرادياً خالصاً، يُمارسه المستهلك وفقاً لتقديره الخاص وفي حدود الضوابط القانونية. وقد أشار المشرع إلى هذا الحق في المادة 11 من القانون 18-05 ضمن عبارة: "شروط وآجال العدول عند الاقتضاء"، مما يدل على أنه خاضع لإرادة المتعاقدين في تحديد آليات ممارسته.

أما القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمعدل بموجب المادة 02 من القانون رقم 18-109<sup>1</sup>، فقد نص في الفقرة الثانية من المادة 19 على أن للمستهلك الحق في العدول عن شراء منتج ما دون تقديم مبرر ودون تكبده مصاريف إضافية، شريطة احترام شروط التعاقد. كما أو كل المشرع تحديد شروط وكيفيات ممارسة هذا الحق، وآجاله، والمنتجات المعنية به، إلى نصوص تنظيمية.

كما نظم القانون رقم 18-05 في المادة 22<sup>2</sup> منه ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول في حالة إخلال المورد الإلكتروني بآجال التسليم، حيث يُمكن للمستهلك إعادة المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (04) أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي، مع احتفاظه بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر. وألزم القانون المورد

<sup>1</sup> القانون رقم 09-03 سالف الذكر، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> المادة 22، من القانون 18-05، نفسه.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

الإلكتروني بإرجاع المبلغ المدفوع وكافة النفقات المتعلقة بإعادة المنتج، وذلك خلال أجل لا يتعدى خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلامه للمنتج المرتجع.

وأضافت المادة 23 من نفس القانون<sup>1</sup> التزاماً على عاتق المورد الإلكتروني يتمثل في استرجاع المنتج في حال كان غير مطابق للطلبية أو معيباً. كما اشترط المشرع لممارسة المستهلك لهذا الحق احترام مهلة لا تتجاوز أربعة (04) أيام عمل من تاريخ تسليم المنتج، مع ضرورة إعادته في تغليفه الأصلي وإرفاقه ببيان يوضح سبب الرفض.

### 2. خصائص الحق في العدول

يتميز الحق في العدول عن العقد بعدة خصائص قانونية تجعله آلية فريدة لحماية المستهلك، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- محله العقود الملزمة للجانبين
- لا يمارس هذا الحق إلا في العقود التي ترتب التزامات متبادلة بين الطرفين، كعقد البيع والإيجار، ولا يمتد ليشمل العقود المجانية أو غير متبادلة مثل الهبة أو الوصية.
- طابعه الأمر (من النظام العام) يعدّ الحق في العدول من القواعد الآمرة التي لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، إذ لا يُعتد بأي شرط أو اتفاق يُقيّد المستهلك أو يمنعه من ممارسة هذا الحق قبل نشوئه. ويُعدّ كل اتفاق من هذا النوع باطلاً. غير أنه يجوز التنازل عنه بعد نشوئه، إذا لم يُمارس ضمن المهلة القانونية، وفقاً للقواعد العامة.
- مؤقت بطبيعته يُمارس الحق في العدول خلال مدة زمنية محددة، سواء تم تحديدها بموجب القانون أو باتفاق الأطراف. وينقضي هذا الحق إما باستعماله، أو بانتهاء الأجل المقرر له، وذلك حفاظاً على استقرار المعاملات وضماناً لمصالح الطرف الآخر، أي المهني.

<sup>1</sup> المادة 23 من القانون نفسه.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

- يمارس بإرادة المستهلك المنفردة يُمنح للمستهلك سلطة تقديرية كاملة في مباشرة هذا الحق، دون أن يكون ملزماً بتبرير قراره أو بيان أسبابه. ولا تترتب عليه أية مسؤولية قانونية نتيجة ممارسته لهذا الحق، رغم أنه يُشكل استثناءً من مبدأ القوة الملزمة للعقد، المكرس في المادة 106 من ق م. ومع ذلك، يلاحظ أن المشرع المصري قد خالف هذا التوجّه، إذ ألزم المستهلك ببيان الأسباب والمبررات التي دفعته إلى العدول، مع وجوب إثباتها بكافة وسائل الإثبات القانوني<sup>1</sup>، وذلك بهدف الحد من أي تعسف محتمل قد يضر بالتوازن العقدي.
- لا يتطلب موافقة الطرف الآخر ولا تدخل القضاء يتم الحق في العدول عن طريق تصرف قانوني بإرادة منفردة من المستهلك، دون الحاجة إلى قبول المهني أو اللجوء إلى القضاء.
- يمارس بشكل مجاني يثبت للمستهلك حق الرجوع عن العقد دون مقابل، ويُعتبر باطلاً كل اتفاق يُلزم المستهلك بدفع مبلغ مالي مقابل ممارسة هذا الحق. وقد كرس المشرع الفرنسي هذا المبدأ في المادة 121-20 من قانون الاستهلاك، حرصاً على فعالية ممارسة المستهلك لحقه، إذ أن فرض مقابل مالي قد يُفرض هذا الحق من مضمونه ويُضعف مركز المستهلك التعاقدية. وقد أكدت محكمة العدل الأوروبية ذلك بقولها: "إن التوجيهات الأوروبية تعارض إدراج أي شرط في العقد يُلزم المستهلك بدفع تعويض جزافي للمهني لمجرد ممارسته حقه في العدول عن العقد"<sup>2</sup>.
- يمنع من انعقاد العقد لكنه يعلّق نفاذه لا يُؤثر حق العدول في صحة انعقاد العقد بين الطرفين، لكنه يعلّق نفاذه تجاه المستهلك خلال فترة العدول. ولا يصبح العقد ملزماً

<sup>1</sup> محمد يونس، حق المستهلك في العدول عن العقد، كوسيلة للحماية المدنية اللاحقة للمستهلك في قوانين الإستهلاك، مجلة أكاديمية شركة دبي، 2016، ص 21.

<sup>2</sup> يوسف شندي، أثر خيار المستهلك في الرجوع في التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد، مجلة الشريعة والقانون، ع 43، جامعة فلسطين، يوليو 2010، ص 261.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

له إلا بعد انتهاء تلك الفترة دون ممارسة الحق. وتجدر الإشارة إلى أن عدم ممارسة المستهلك لحق العدول خلال المهلة المحددة، لا يُحرمه من مباشرة دعاوى أخرى كدعوى الضمان، سواء تعلق الأمر بعييب خفي، أو بعدم مطابقة المبيع للوصف، أو بعدم صلاحيته للاستخدام خلال مدة معينة، وفقاً للأحكام العامة<sup>1</sup>.

### 3. كيفية ممارسة الحق في العدول

من ثبوت الحق في العدول، هي التأكد من رضا المستهلك فيما يتعلق بالتمهل في إبرام العقد وهو ما يجب معه إطلاق إرادة التعبير في الرجوع عن التعاقد من أي قيود اتفاقاً مع هذه الغاية فالأصل ألا يخضع هذا الحق لأية إجراءات خاصة.

كما لم يحدد المشرع الفرنسي وكذا التوجيه الأوروبي طريقة أو شكل معين يتم فيه تعبير المستهلك عن عدو له في العقد، غير أنه وضماناً لحقوق المستهلك، ذلك يبقى كوسيلة إثبات كأن يكون ذلك مثلاً عن طريق البريد الإلكتروني، أو بطريق بريد موصى عليه ليستخدمها إذا ما أنكر التاجر تبليغه بالعدول.

الشرط الوحيد لممارسة الحق في العدول هو أن يتم ضمن مهلة محددة مدة 07 أيام وفقاً للقانون الفرنسي والتشريع الأوروبي، كما أنه توجد تشريعات أخرى أطالت المدة، ويختلف حساب هذه المدد باختلاف محل العقد فان كان عبارة عن سلعة فمن يوم التسليم أما إذا كان خدمة فمن يوم إبرام العقد، والمدة المحددة قانوناً تحسب بالأيام الكاملة، وإذا تضمنت آخر يوم عطلة فإنها تمتد إلى اليوم الموالي لأول يوم عمل، أما إذا أخل التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك الإلكتروني قبل العقد فان هذه المدة تمتد إلى غاية ثلاثة أشهر<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> مساعد زيد عبد الله المطيري، الحماية المدنية للمستهلك في القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة القاهرة 2007، ص 191.

<sup>2</sup> كريمة كريم، سبل حماية المستهلك أثناء إبرامه للعقد الإلكتروني، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي ليايس بلعباس، الع 09، 2012، ص 204-205.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### 4. آثار ممارسة الحق في العدول

يترتب على ممارسة المستهلك لحقه في العدول عن التعاقد زوال العقد واعتباره كأن لم يكن، مما يستلزم إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل إبرامه. وينتج عن هذا الحق آثار قانونية تنعكس على كلا طرفي العلاقة التعاقدية، أي المورد من جهة، والمستهلك من جهة أخرى، بحيث يُلزم كل طرف بإرجاع ما تسلمه بموجب العقد وفقاً للقواعد العامة للرجوع.

#### أ. آثار العدول بالنسبة للمورد الإلكتروني

في حال انقضاء المهلة القانونية المحددة للمستهلك الإلكتروني لممارسة حقه في العدول، والمقدرة بأربعة (04) أيام عمل من تاريخ استلامه الفعلي للمنتج، يصبح العقد نهائياً وملزماً للطرفين. أما إذا مارس المستهلك هذا الحق ضمن الأجل المحدد، فإن ذلك يترتب عليه التزام المورد الإلكتروني برد الثمن المدفوع مسبقاً، إضافة إلى تحمل النفقات الخاصة بإعادة إرسال المنتج، وذلك خلال مدة لا تتجاوز خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلامه للمنتج المرتجع، وفقاً لما نصّت عليه المادتان 22 و23 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

#### ب. آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني

تُعدّ ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول بمثابة إنهاء للعقد وإرجاع العلاقة التعاقدية إلى حالتها الأصلية قبل الإبرام، ويترتب عليه التزام المستهلك بإعادة السلعة إلى المورد في نفس الحالة التي كانت عليها عند استلامها. غير أنه يجوز للمستهلك، بدلاً

<sup>1</sup> المادة 22-23 من القانون 05-18.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

من فسخ العقد، اختيار حل بديل يتمثل في المطالبة بالمطابقة، كاستبدال السلعة بأخرى مطابقة للمواصفات المطلوبة<sup>1</sup>.

وفي هذا الإطار، تنص المادة 23 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه في حال تسليم منتج غير مطابق للطلبية أو في حال وجود عيب فيه، يلتزم المستهلك بإعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال أجل لا يتجاوز أربعة (04) أيام عمل من تاريخ استلامه الفعلي لها، مع توضيح سبب الرفض. وتُلقى تكاليف الإرجاع على عاتق المورد الإلكتروني.

كما توجب نفس المادة على المورد الإلكتروني أحد الإجراءات التالية:

• تسليم منتج جديد مطابق للطلبية؛

• إصلاح المنتج المعيب؛

• استبدال المنتج بأخر مماثل؛

• أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة من قبل المستهلك.

ويُشترط في جميع الحالات أن تتم عملية إرجاع المبالغ المدفوعة في أجل لا يتجاوز خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلام المورد للمنتج المرتجع، دون المساس بإحق المستهلك في المطالبة بالتعويض عن أي ضرر لحق به نتيجة الإخلال بالعقد.

### الفرع الثاني: حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

تتضمن المعاملات الإلكترونية تبادلاً لبيانات شخصية يُدلي بها المستهلك لصالح المورد الإلكتروني، وذلك في إطار التحقق من الهوية وإتمام عملية البيع. وقد تتنوع هذه البيانات بين معلومات اسمية، وصور رقمية، بالإضافة إلى تفاصيل تتعلق بمقر إقامة

<sup>1</sup> زاهية حورية سي يوسف، "حق العدول عن آلية لحماية المستهلك الإلكتروني". مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، 2018، ص 23.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

المستهلك، أو طبيعة نشاطه المهني، وغيرها من المعطيات ذات الطابع الشخصي. ونظرًا لأهمية هذه البيانات وخطورتها في البيئة الرقمية، نحن سنتطرق إلى مفهوم البيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، ثم نتناول شروط التزام المورد الإلكتروني بحماية هذه المعطيات.

### أولاً: مفهوم البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

يتم إبرام عقود التجارة الإلكترونية بين المورد والمستهلك، ويقضي ذلك من هذا الأخير الإفصاح عن عدد من البيانات والمعلومات الشخصية، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وذلك خلال مرحلتي إبرام العقد وتنفيذه. وتشمل هذه البيانات معطيات اسمية وبيومترية واتصالية، يُدلي بها المستهلك للمورد الإلكتروني في سياق العلاقة التعاقدية.

غير أن خصوصية هذه البيانات في البيئة الرقمية تجعلها عرضة للاعتداء والانتهاك، إما من قبل المورد نفسه، أو من طرف ثالث غير مصرح له بالاطلاع عليها. ومن هنا، حرص المشرع الجزائري، على غرار العديد من التشريعات المقارنة، على تقرير حق المستهلك الإلكتروني في حماية حياته الخاصة وبياناته الشخصية، وهو ما كرسه بموجب القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

وفي ظل الفراغ التشريعي الذي كانت تعرفه المنظومة القانونية الجزائرية فيما يخص حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، تم إصدار القانون رقم 07-18 المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي<sup>2</sup>، والذي يُعد أول نص تشريعي متكامل يُنظم هذا المجال.

<sup>1</sup> القانون 05-18 سالف الذكر.

<sup>2</sup> القانون رقم 07-18 سالف الذكر.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

وقد نصّت المادة 03 من هذا القانون على تعريف دقيق للبيانات ذات الطابع الشخصي، على أنها:

"كل معلومة، بغض النظر عن دعامتها، تتعلق بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه، يُشار إليه بـ "الشخص المعني"، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، لا سيما من خلال رقم تعريف أو عنصر أو مجموعة عناصر تخص هويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية".

وتُصنّف هذه المعطيات الشخصية إلى فئتين رئيسيتين:

- **الفئة الأولى:** تتعلق بالمعطيات الاسمية المباشرة، مثل الاسم، اللقب، العنوان، البريد الإلكتروني، المعطيات الجينية والصحية، صحيفة السوابق العدلية، الصور الشخصية، الحالة المدنية، السيرة الذاتية، تاريخ ومكان الميلاد، محل الإقامة والعمل.
- **الفئة الثانية:** تندرج ضمن المعطيات الاسمية غير المباشرة، وتشمل: رقم الهاتف، رقم الضمان الاجتماعي، رقم بطاقة التعريف الوطنية، كلمات المرور، المعطيات البيولوجية والبيومترية، رقم الحساب البنكي، بصمات الأصابع، البصمة الوراثية، وغيرها من البيانات التي يمكن أن تتيح تحديد هوية الشخص المعني، سواء تم الإدلاء بها طوعاً من طرفه أو جُمعت بشكل تلقائي أثناء تصفحه للمنصات والمواقع الإلكترونية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مريم لوكال، الحماية القانونية الدولية والوطنية للمعطيات ذات الطابع الشخصي في الفضاء الرقمي في ضوء قانون حماية المعطيات رقم 18-07 " أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2019، مجلة العلوم القانونية والسياسية، ص 10.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

ثانياً: شروط الوفاء بالتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك

لقد ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بالإعلان عن البنود العقدية المتعلقة بحماية البيانات الشخصية للمستهلكين ضمن العرض التجاري الإلكتروني، وكذا التقيد بضوابط معالجة المعطيات الشخصية للمستهلك، كما حظر على الموردين جمع بيانات أكثر مما تستلزمها المعاملات التجارية.

ثالثاً: إعلان المورد الإلكتروني عن البنود الخاصة بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك تنص المادة 11 من القانون رقم 18-05<sup>1</sup> على إلزامية تضمين العرض الإلكتروني المقدم من المورد كافة الشروط العامة للبيع، لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي. ويتربط على ذلك أن يلتزم المورد الإلكتروني بإدراج سياسة واضحة ومفصلة لحماية خصوصية المستهلك ضمن محتوى موقعه الإلكتروني.

ويقتضي هذا الالتزام أن يقوم المورد بعرض الإجراءات التقنية والتنظيمية المعتمدة لحماية البيانات الشخصية التي يُفصح عنها المستهلك أثناء التعاقد، وذلك في إطار ما يعرف بـ سياسة الخصوصية. وتتضمن هذه السياسة توضيحاً لعدة عناصر جوهرية، منها:

- طبيعة البيانات التي يتم جمعها ومعالجتها،
- كيفية نقل هذه المعطيات وتخزينها،
- طرق استعمالها ومدى توافق ذلك مع الغرض من جمعها،
- الوسائل المعتمدة لتأمينها ضد الوصول أو الاستخدام غير المشروع،
- الخيارات التي يُمكن للمستهلك ممارستها للوصول إلى بياناته أو تعديلها أو الاعتراض على معالجتها،

<sup>1</sup> المادة 11 من القانون 18-05، سالف الذكر.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

• والتأكيد على الالتزام بعدم الكشف عن المعطيات الشخصية لطرف ثالث دون موافقة صريحة من المستهلك المعني.

ويُعد هذا الالتزام امتداداً لحق المستهلك في حماية خصوصيته في البيئة الرقمية، ويعكس توجه المشرع نحو إرساء مبدأ الشفافية والمسؤولية في المعاملات الإلكترونية<sup>1</sup>.

### رابعاً: التقيد بضوابط معالجة المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

أكد المشرع الجزائري من خلال المادة 26 من القانون رقم 18-05<sup>2</sup> على مجموعة من الضوابط التي يجب على المورد الإلكتروني التقيد بها عند جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي في إطار إعداد ملفات الزبائن أو الزبائن المحتملين. وقد نصت هذه المادة صراحة على أنه لا يجوز للمورد الإلكتروني جمع إلا البيانات الضرورية التي تستلزمها المعاملات التجارية، كما يلزم القانون المورد بما يلي:

- الحصول على موافقة مسبقة وصريحة من المستهلكين الإلكترونيين قبل الشروع في جمع بياناتهم؛
- ضمان أمن نظام المعلومات المعتمد في حفظ البيانات، وكذا الحفاظ على سريتها ومنع أي كشف أو استعمال غير مشروع لها؛
- الامتثال للأحكام القانونية والتنظيمية ذات الصلة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

<sup>1</sup> سهام قارون. (2018). "الالتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 18-05 المتعلق

بالتجارة الإلكترونية"، مجلد 07، الع 02، سنة 2020، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، 7 (2).

<sup>2</sup> المادة 26 من القانون 18-05، سالف الذكر.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

وقد أحال المشرع إلى نصوص تنظيمية لاحقة لتحديد كيفية تخزين وتأمين هذه البيانات، بما ينسجم مع التشريع المعمول به في مجال حماية الحياة الخاصة والمعطيات الرقمية.

ويتضح من خلال هذا النص أن الموافقة التي يمنحها المستهلك الإلكتروني للمورد بغرض جمع بياناته الشخصية، لا تعني بأي حال من الأحوال تحويل تلك البيانات من خانة الخصوصية إلى العلانية، كما أن قبول المستهلك بتخزينها لا يفيد حرية تداولها أو نقلها دون ضوابط. بل إن هذه الموافقة تبقى مقيدة بشرط السرية والأمن وعدم الإفشاء دون ترخيص صريح من صاحب المعطيات.

وتعزيزاً لهذا الالتزام، نصت المادة 39 من نفس القانون<sup>1</sup> على جزاءات مالية تطال المورد الإلكتروني المخالف، حيث جاء فيها:

"يعاقب بغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف (500.000 دج) دينار جزائري، كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون...".

وتمثل هذه العقوبة آلية ردعية تهدف إلى ضمان امتثال الموردين الإلكترونيين للمعايير القانونية المتعلقة بحماية البيانات الشخصية، بما يصون حقوق المستهلكين في البيئة الرقمية ويحميهم من أي استغلال أو انتهاك لمعطياتهم الخاصة.

### المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني عند تنفيذ العقد

يُعد تنفيذ العقد المرحلة الأهم في العلاقة التعاقدية الإلكترونية، إذ تترجم فيها الالتزامات المتبادلة بين الطرفين إلى أفعال ملموسة، فيتسلم المستهلك المنتج أو الخدمة، بينما يتلقى المورد المقابل المالي. غير أن هذه المرحلة كثيراً ما تكون محل

<sup>1</sup> انظر المادة 39 من القانون 18-05، سالف الذكر.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

إخلالات تمس حقوق المستهلك، بالنظر لطبيعة التجارة الإلكترونية التي تقوم على التعاقد عن بُعد، وتفتقر في الغالب إلى التوازن بين طرفي العقد.

فالمستهلك الإلكتروني يُعتبر الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، سواء من حيث محدودية سلطته على شروط العقد، أو من حيث جهله بالجوانب التقنية المتعلقة بالخدمة أو المنتج محل التعاقد، فضلاً عن صعوبة الرجوع إلى المورد عند الإخلال بالالتزامات بعد التسليم أو التنفيذ، خاصة إذا كان المورد مقيماً خارج الإقليم الوطني.

ومن هنا، تدخل المشرع الجزائري عبر القانون رقم 18-05، ومن خلال الإحالة إلى قوانين أخرى كقانون حماية المستهلك وقمع الغش، من أجل تدعيم موقع المستهلك الإلكتروني عند مرحلة تنفيذ العقد، وذلك بتقرير مجموعة من الضمانات القانونية التي تهدف إلى حمايته من الغش أو التحايل أو الإخلال بالالتزامات التعاقدية.

ونحن سنتطرق لهذين الصنفين من الضمانات وفق التقسيم الآتي:

الضمانات القانونية العامة لحماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الأول)، أما بالنسبة لـ (الفرع الثاني) الضمانات القانونية الخاصة لحماية المستهلك الإلكتروني.

**الفرع الأول: الضمانات القانونية العامة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد**

وقرت النظرية التقليدية لحماية المستهلك، حماية قانونية أثناء مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، من خلال تقرير ضمانات كلاسيكية تشمل ضمان التعرض، وضمن الاستحقاق، وضمن العيوب الخفية. وتُعدّ هذه الضمانات من الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني باعتباره المنتج أو البائع، وهي تهدف إلى صون حق المستهلك في الانتفاع السليم بالمنتج محل التعاقد. وتمتاز هذه النظرية بطابعها العام، إذ تنطبق على مختلف أنواع العقود سواء كانت تقليدية أو إلكترونية، مما يجعلها تشكل

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

أساسًا مشتركًا للحماية القانونية للمستهلك بصرف النظر عن طبيعة الوسيلة المستعملة في التعاقد<sup>1</sup>.

### أولاً: ضمان التعرض والإستحقاق

يُعدّ ضمان التعرض والاستحقاق من الالتزامات الأساسية التي تترتب على عاتق البائع وفقًا للقواعد العامة، إذ يلتزم بضمان عدم المساس بحق المشتري في التمتع الكامل بالمبيع<sup>2</sup>، سواء من جانبه أو من جانب الغير. وبالرجوع إلى عقود التجارة الإلكترونية، فإن هذا الالتزام يمتد ليشمل المورد الإلكتروني، الذي يُفترض فيه أن يضمن للمستهلك الإلكتروني حق الانتفاع بالمنتج محل العقد دون منازعة أو تعرض.

ويُقسم التعرض إلى نوعين: تعرض شخصي صادر عن البائع (أي المورد الإلكتروني)، وتعرض صادر عن الغير:

1. ضمان التعرض الشخصي يلتزم المورد الإلكتروني بعدم الإتيان بأي فعل مادي أو تصرف قانوني من شأنه أن يحرم المستهلك الإلكتروني من الانتفاع الكلي أو الجزئي بالمنتج. وقد يتخذ هذا التعرض صورًا متعددة، كأن يكون كليًا أو جزئيًا، مباشرًا أو غير مباشر. وفي حال إخلال المورد بهذا الالتزام، يجوز للمستهلك اللجوء إلى القضاء للمطالبة بضمان التعرض، وذلك متى توفرت الشروط التالية:

○ وقوع التعرض فعليًا.

<sup>1</sup> عقبي يمينة، الضمانات القانونية المقررة للحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد التشريع في الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04 العدد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، سيدي بلعباس، الجزائر، 2020، ص 305.

<sup>2</sup> " لقد عرفت المادة 371 من ق م ج ضمان التعرض بنصها : "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الإنتفاع بالمبيع كله أو بعضه سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري.

ويكون البائع مطالبًا بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد أل إليه هذا الحق من البائع نفسه".

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

◦ أن يؤدي هذا التعرض إلى انتقاص أو حرمان المستهلك من الانتفاع بالمنتج محل التعاقد<sup>1</sup>.

2. ويُشار إلى أن بعض الفقه يشكك في إمكانية تحقق التعرض الشخصي في مجال التعاقد الإلكتروني، باعتبار أن المورد يسعى عادةً للحفاظ على سمعته التجارية. إلا أن ذلك لا يمنع من وجود صور محتملة لهذا التعرض، من بينها مثلاً: قيام المورد بتقديم نفس الخدمة لعميل آخر بسعر أقل وجودة أعلى، على نحو يلحق ضرراً بالأول<sup>2</sup>، كما في حالة الاشتراك في خدمات الإنترنت.

3. ضمان التعرض الصادر عن الغير يلزم المورد الإلكتروني كذلك بدفع التعرض الصادر من الغير متى كان قانونياً، أي يستند إلى حق ثابت لهذا الغير في المبيع. ويتحقق هذا النوع من الضمان بتوفر الشروط التالية:

◦ وقوع تعرض فعلي من الغير.

◦ أن يكون هذا التعرض متجسداً في ادعاء الغير ملكية المبيع.

◦ أن يكون الحق المدعى به ثابتاً للغير قبل إبرام العقد أو آل إليه من المورد بعد البيع<sup>3</sup>.

4. وفي هذه الحالة، إذا رفع الغير دعوى استحقاق ضد المستهلك الإلكتروني، وجب على المورد التدخل في الخصومة أو تعويض المستهلك عن فقدانه للمبيع، حتى ولو

---

<sup>1</sup> إيناس بن غيدة، 2014-2015، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر، ص 93.

<sup>2</sup> رفاعي العطار محمد حسن، 2007، البيع عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة)، سوريا، منشورات الحلبي الحقوقية، ص 125.

<sup>3</sup> نصت المادة 371 من ق م على: "يضمن البائع عدم التعرض المشتري في الانتفاع بالمبيع كله، سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري. ويكون البائع مطالباً بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد آل إليه الحق من البائع نفسه".

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

اعترف هذا الأخير بحق الغير بحسن نية قبل صدور الحكم، ما لم يثبت المورد أن دعوى الغير لا تستند إلى حق مشروع، أو أن المستهلك قد تسبّب بخطأ جسيم أو تدليس، أو أخفق في إبلاغ المورد بالدعوى في الوقت المناسب<sup>1</sup>..

ويمكن تطبيق هذه المبادئ العامة في ضمان التعرض والاستحقاق على العقود الإلكترونية، ولو أن مظاهر التعرض في هذا السياق قد تختلف من حيث الشكل. فالتعرض قد يكون معنوياً غير ملموس، كأن يُدمج فيروس داخل برنامج معلوماتي مبيع، يؤدي إلى تلف النظام المعلوماتي لدى المستهلك، فيمنعه من الاستفادة من البرنامج. ومادام هذا التعرض لم يُبرر في العقد أو في القانون، فإن المورد يُعد مسؤولاً عن ضمانه وفقاً للقواعد العامة<sup>2</sup>.

### ثانياً: ضمان العيوب الخفية

عرف الفقه العيب الخفي بكونه "آفة طارئة تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع"، أو بأنه "نقص يصيب الشيء بطريقة غير مألوفة في الأشياء المماثلة، ويؤثر على قيمته أو منفعته، ويظل مستتراً لا يظهر للمشتري عند التعاقد"<sup>3</sup>.

ويمكن التمييز في تعريف العيب الخفي بين عدّة جوانب:

- من الناحية المادية: يتمثل في وجود نقص يؤثر سلباً على سلامة المبيع أو يؤدي إلى إتلافه كلياً أو جزئياً.
- من الناحية الوظيفية: يتعلق بخلل يصيب خصائص الشيء أو صافه، فيفقد الصلاحية للغرض المعد له.

<sup>1</sup> طبقاً لنص المادتين 372 و373 من ق م.

<sup>2</sup> إيناس بن غيدة، المرجع السابق، ص 98.

<sup>3</sup> محمد بودالي، 2006، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، الجزائر، دار الكتاب الحديث، ص 351.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

• من الناحية العقدية: يتمثل في تخلف إحدى الصفات التي تعهد البائع بوجودها عند إبرام العقد<sup>1</sup>.

• أما من الناحية القانونية: فقد اكتفى المشرع الجزائري ببيان شروط ضمان العيب الخفي في المادة 397 من ق م ق دون تقديم تعريف صريح له، حيث تنص المادة على ما يلي:

“يكون البائع ملزماً بالضمان، إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، وإذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله.

فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالمًا بوجودها.

غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب 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 غشاً عنه.”

يتضح من نص المادة أن تحقق ضمان العيب الخفي يتطلب الشروط التالية:

1. أن يكون العيب قديماً، أي موجوداً وقت التسليم.
2. أن يكون العيب خفياً، لا يستطيع المشتري اكتشافه بالفحص العادي.
3. أن يكون العيب مؤثراً، أي يُنقص من قيمة المبيع أو منفعته.
4. أن يكون المشتري جاهلاً بوجود العيب، مع بذله عناية الرجل العادي في الفحص.

<sup>1</sup> إيناس بن غيدة، المرجع السابق، ص 105.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

وتتجسد هذه الشروط كذلك في سياق العقود الإلكترونية، إذ يواجه المستهلك الإلكتروني صعوبات كبيرة في فحص المنتج قبل شرائه، نظرًا لاعتماد عملية التعاقد على معطيات رقمية وعرض معلومات منتقاة من قبل المورد. وغالبًا ما يكتشف المستهلك وجود العيب في المنتج الإلكتروني بعد الاستعمال<sup>1</sup>، خاصة في المنتجات التقنية أو البرمجيات، ما يجعل العيب في هذه الحالة خفيًا بالمفهوم القانوني.

فإذا تحقق العيب الخفي وفقًا لما سبق، يحق للمستهلك الإلكتروني المطالبة بعدة خيارات: إما إرجاع المبيع واستبداله، أو إصلاحه، أو استرداد الثمن المدفوع، وذلك دون الإخلال بحقه في المطالبة بالتعويض إن ثبت وقوع ضرر بسبب العيب، وهذا استنادًا إلى المادة 23 من القانون رقم 18-05<sup>2</sup>، والتي تنص على:

“يمكن للمستهلك، في حالة عدم مطابقة المنتج أو الخدمة لما تم التعاقد عليه، أن يطلب استبداله أو إصلاحه أو استرجاع ثمنه دون الإخلال، عند الاقتضاء، بحقوقه في التعويض عن الضرر اللاحق.”

ومع ذلك، يرى جانب من الفقه أن نص المادة 397 من ق م لا يتلاءم مع خصوصيات العقود الإلكترونية، خاصة في شقه المتعلق بفحص المبيع. فالمستهلك في البيئة الإلكترونية لا يتعامل مع المبيع بشكل مادي مباشر، وإنما يكتفي بمعاينة صور

<sup>1</sup> إنتصار بوزكري، 2012-2013، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الباز 02 سطيف، الجزائر، ص 55.

<sup>2</sup> نصت المادة 23/2 من قانون التجارة الإلكترونية على: "...ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي:

- تسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب، أو استبدال المنتج بأخر مماثل،
- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع الضرر.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

أو أوصاف يقدمها المورد، ما يجعله غير قادر على إجراء الفحص الذي تتطلبه المادة المذكورة، وبالتالي يكون من غير المنطقي تحميله مسؤولية عدم اكتشاف العيب الخفي<sup>1</sup>.

ويُعد هذا الرأي وجيهاً، خصوصاً أن المنتجات الإلكترونية والرقمية تتميز بتقنيات حديثة، يصعب على المستهلك العادي التحقق من خلوها من العيوب دون مساعدة فنية أو خبرة متخصصة، الأمر الذي يدعو إلى مراجعة التشريع المدني بما يتلاءم مع طبيعة التجارة الإلكترونية وضمان حماية حقيقية للمستهلك في هذا السياق الجديد.

### الفرع الثاني: الضمانات القانونية الخاصة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء مرحلة تنفيذ العقد

لقد أرسى المشرع الجزائري ضمانات مستحدثة لحماية حقوق المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني بهدف تحقيق فعالية للعقود الإلكترونية بحيث ألزم المورد الإلكتروني بضمان إعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات التي يحتاجها والتي تساعده على التعرف بالمنتج الإلكتروني، وكذا إلزامه بأن يكون المنتج الإلكتروني مطابق للموصفات.

### أولاً: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

يُعرف الالتزام بالإعلام التعاقدية فقهيًا بأنه: "إحاطة المشتري علمًا بمكونات السلعة وخصائصها، والطريقة السليمة لاستعمالها، مع لفت انتباهه إلى المخاطر الكامنة فيها، وتوجيهه إلى اتخاذ الاحتياطات اللازمة أثناء الحياة أو الاستعمال"<sup>2</sup>.

وقد تطور هذا المفهوم ليتماشى مع العقود الإلكترونية، فصار يُعرف الإعلام الإلكتروني بأنه "التزام يقع على عاتق المنتج أو المهني في العقد الإلكتروني، يقضي بتمكين المستهلك من كافة المعلومات الضرورية حول طبيعة المنتج أو الخدمة، خصائصها، كيفية

<sup>1</sup> فلاح سفيان ومعمّر فرّاق، 2018، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 03، الع 03، ص 406.

<sup>2</sup> زاهية حورية سي يوسف، 2009، المسؤولية المدنية للمنتج، الجزائر، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، ص 39.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

استخدامها، والتحذير من مخاطرها إن وُجدت، بما يساعده على اتخاذ قراره التعاقدية عن بيئة"<sup>1</sup>.

أما تشريعًا، فقد نص المشرع الجزائري على هذا الالتزام من خلال:

- المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش<sup>2</sup>،
- والمادة 352 من ق م<sup>3</sup>، لكنها نصوص عامة لا تراعي خصوصية التعامل الإلكتروني.

وقد حاول المشرع تدارك هذا النقص عبر المادة 2/5 من المرسوم التنفيذي 13-378، التي تنص على وجوب تقديم البيانات الإجبارية للمستهلك وقت التسليم عند استخدام تقنيات الاتصال عن بعد<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> سامية بويصري، 23/08/2018، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أو لحاج -البويرة \_، الجزائر، ص 15.

<sup>2</sup> تنص المادة 17 من القانون 03-09 على: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

<sup>3</sup> المادة 352/1 من ق م تنص على: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بيانا يمكن من تعريفه".

<sup>4</sup> جريدة رسمية ع 58.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

ورغم صدور قانون التجارة الإلكترونية (القانون 18-05)، فإنه لم يتناول بشكل صريح الالتزام بالإعلام أثناء تنفيذ العقد، ما يستدعي تدخلاً تشريعياً أو توجيهياً لضمان حماية فعلية للمستهلك الإلكتروني في هذه المرحلة.

أما من حيث الطبيعة القانونية لهذا الالتزام، فقد اختلف الفقه:

- فهناك من اعتبره التزاماً بتحقيق نتيجة (مجرد توفير المعلومة)، وهو رأي غير دقيق.
- بينما يرى اتجاه ثانٍ أنه التزام ببذل عناية، أي تقديم المعلومات المتاحة دون ضمان اتخاذ المستهلك لقرار معين<sup>1</sup>.
- أما الاتجاه الأرجح، فهو أن الالتزام بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة:

1. نقل المعلومات وتوجيه المستهلك بصدق وشفافية،

2. وضمان قدرة المستهلك على فهم المعلومة والاستفادة منها، بما يوازن

بين حماية هذا الأخير وضمان حرية المورد الإلكتروني<sup>2</sup>.

وأخيراً، فإن حق المستهلك في الإعلام لا يكتمل دون التحقق من هوية المورد الإلكتروني، تقادياً للاحتيال، وهوما أشار إليه المشرع في المواد 08، 09، و11 (فقرتي 1 و2) من القانون 18-05، حيث أوجب على المورد تقديم معلومات واضحة عن هويته ونشاطه التجاري، بما يتيح للمستهلك التأكد من الجهة التي يتعامل معها إلكترونياً.

<sup>1</sup> فلاح سفيان ومعمّر فرقاق، المرجع السابق، ص 399.

<sup>2</sup> سامية بويصري، المرجع السابق، ص 29.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### ثانياً: حق المستهلك الإلكتروني في ضمان المطابقة

لقد كشف الواقع العملي عن قصور القواعد العامة المتعلقة بضمان العيوب الخفية في توفير حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني، وذلك بسبب خصوصية هذا النوع من العقود وصعوبة اكتشاف العيوب قبل تسلّم المنتج. الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى تبني نظام قانوني خاص يتمثل في ضمان المطابقة، بموجب قانون التجارة الإلكترونية، حيث ألزم المورد الإلكتروني بتقديم منتج مطابق للمواصفات القانونية أو التعاقدية.

غير أن أحكام هذا الضمان، ورغم أهميتها، جاءت بصيغة عامة، مما يضطرننا أحياناً إلى الرجوع إلى النصوص المكملّة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لا سيما عند تحديد مفهوم ضمان المطابقة وتفصيل أحكامه باعتباره نظاماً خاصاً<sup>1</sup> ومستحدثاً لحماية المستهلك الإلكتروني.

ويُقصد بضمان المطابقة التزام المورد الإلكتروني بتسليم المنتج وفقاً لما تم الاتفاق عليه من حيث النوع، والجودة، والكمية، والمواصفات. وفي حال الإخلال بهذا الالتزام، يكون على المستهلك أن يُعيد المنتج في غلافه الأصلي خلال أجل أقصاه أربعة أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي، مع بيان أسباب الرفض، وتحمّل التكاليف على المورد.

وتبعاً لذلك، يُلزم المورد الإلكتروني بأحد الأمور التالية:

1. تسليم منتج جديد مطابق،
2. أو استبدال المنتج،
3. أو إلغاء الطلبية واسترجاع المبالغ المدفوعة، مع احتفاظ المستهلك بحقه في التعويض عن الضرر عند الاقتضاء، وكل ذلك يجب أن يتم خلال 15 يوماً من تاريخ استلام

<sup>1</sup> المواد 03 و 11 و 12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

المورد للمنتج المرتجع، وفقاً لما نصت عليه المادة 2/23-3-4 من القانون

18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

وإذا امتنع المورد عن تنفيذ هذه الالتزامات، جاز للمستهلك الإلكتروني رفع دعوى ضمان المطابقة، بشرط أن يكون قد وفى بجميع التزاماته، وعلى رأسها:

- دفع الثمن بواسطة وسيلة دفع إلكترونية<sup>2</sup>،
- استلام المبيع، مع إثبات ذلك بواسطة وصل استلام موقع منه<sup>3</sup>،
- وأن يظهر عيب عدم المطابقة وقت التسليم<sup>4</sup>.

كما يقع على عاتق المستهلك التحقق من مطابقة المنتج، من خلال فحصه عند الاستلام، للتأكد من مدى توافقه مع الشروط المتفق عليها. وفي حالة اكتشاف عيب، يتعين عليه إخطار المورد الإلكتروني بذلك فوراً، وفقاً لما تنص عليه الأحكام الخاصة بضمان المطابقة في التعاقد الإلكتروني<sup>5</sup>

<sup>1</sup> نصت المادة 2/23-3-4 من قانون التجارة الإلكترونية على أنه: "... يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني.

ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي: تسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب، أو إستبدال المنتج بأخر مماثل، أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع الضرر. يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر من تاريخ استلامه المنتج."

<sup>2</sup> طبقاً لنص المادة 16 من قانون التجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup> لقد عرفت المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية وسيلة الدفع الإلكتروني ب: كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً لتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.

<sup>4</sup> المادة 17 من قانون التجارة الإلكترونية.

<sup>5</sup> سامية بويزري، المرجع السابق، ص 73-74

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

### خلاصة الفصل الثاني

خصص هذا الفصل لدراسة الضمانات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني، وذلك خلال مختلف مراحل العملية التعاقدية. ففي المرحلة السابقة لإبرام العقد، أوجب القانون 05-18 على المورد تقديم معلومات واضحة وكافية حول هوية المورد، وطبيعة المنتج أو الخدمة، وكذا الشروط المتعلقة بالتوصيل، والدفع، والضمان، ما يُمكن المستهلك من اتخاذ قرار تعاقدي واعٍ.

أمّا أثناء مرحلة إبرام العقد، فقد حرص المشرع على ضمان التعبير الحر والواضح عن إرادة المستهلك، من خلال إعطائه الفرصة للتحقق من تفاصيل الطلب قبل التأكيد النهائي، إلى جانب تأمين وسائل الدفع الإلكتروني من خلال وسائل معتمدة وموثوقة. وفي مرحلة تنفيذ العقد، أكد القانون على ضرورة احترام آجال التسليم، وضمان المطابقة، مع منح المستهلك الحق في التراجع خلال 10 أيام دون تحمل تكاليف إضافية، إضافة إلى إمكانية إلغاء العقد في حالة عدم تنفيذ المورد لالتزاماته.

كما تناول الفصل أدوات الحماية القضائية والإدارية المتاحة، وسبل الطعن وتسوية المنازعات إلكترونياً، في ظل تحديات الإثبات الرقمي، مما يعكس حرص المشرع على تحقيق توازن عادل بين أطراف المعادلة التعاقدية في بيئة إلكترونية متجددة.

خاتمة

في ختام بحثنا هذا نخلص أن موضوع "مظاهر الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية في ضوء القانون 05-18" لم يكن مجرد استعراض لنصوص قانونية أو تلخيص لإجراءات تنظيمية، بل كان محاولة جادة للتوغل في عمق منظومة قانونية حديثة النشأة، تسعى لمواكبة تحوّل جذري في بنية العلاقات التعاقدية، فرضته الثورة الرقمية وسرعة التبادل التجاري عبر الوسائط الإلكترونية.

لقد شكّلت التجارة الإلكترونية نقطة نوعية في مفاهيم التعاقد، إذ لم تعد المراكز القانونية للأطراف واضحة كما في المعاملات التقليدية، وأضحى المستهلك في مواجهة شركات تقنية معقدة وشركات عابرة للحدود، مما أبرز حاجة ملحة إلى حماية قانونية تتناسب مع حجم التحديات الرقمية، وتضمن له ممارسة حقه في التعاقد الإلكتروني بأمان وشفافية وعدالة.

ورغم أن المشرع الجزائري حاول من خلال القانون 05-18 تنظيم هذا المجال، ووضع قواعد تُوفّر العلاقة بين المورد والمستهلك، إلا أن التطبيق العملي كشف عن ثغرات تشريعية وفراغات تنظيمية تُضعف الحماية، بل تُهدد أحياناً بفقدان الثقة في المعاملات الإلكترونية، وتقلص من ضمانات المستهلك وتكريس العدالة التعاقدية.

وانطلاقاً من دراستنا للموضوع المتعلق بالتجارة الإلكترونية، يمكننا حصر أهم النتائج المتوصل إليها فيما يلي:

- 1 - أن التعاقد الإلكتروني هو نشاط تجاري موجه بوجه خاص إلى المستهلك، يتطلب توفير بيئة قانونية تكفل له حماية فعّالة تواكب طبيعة الاتصالات الإلكترونية .
- 2 - أن إبرام العقد الإلكتروني يتم عبر وسائل إلكترونية، حيث يتم تبادل الإيجاب والقبول عبر الوسائط الإلكترونية، بما يُخرجه عن الإطار التقليدي للعقود الحضورية .
- 3- عدم التفصيل في آليات العدول والضمان ورد السلعة، وترك المستهلك في كثير من الحالات في وضع قانوني مبهم عند رغبته في الرجوع عن العقد .
- 4- غياب هيئة متخصصة مستقلة تُعنى بتولي الرقابة على التجارة الإلكترونية، وتُعنى باستقبال الشكاوى وتسوية المنازعات الإلكترونية .
- 5 - عدم وجود نصوص صريحة تُفصّل العقوبات في حال مخالفة المورد الإلكتروني لالتزاماته القانونية، مما يُضعف الردع القانوني .
- 6 - ضعف الثقة القانونية لدى المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد، بسبب ضعف الشفافية في شروط التعاقد وعدم وضوح المعلومات المقدمة من المورد .
- 7 - عدم ملاءمة النصوص التشريعية للتطورات التكنولوجية المتسارعة، مثل الذكاء الاصطناعي، العقود الذكية، والعملات المشفرة، والتي بدأت تدخل تدريجياً في التجارة

الإلكترونية

- 8 - إهمال تنظيم العقود الإلكترونية المبرمة عبر التطبيقات والعوالم الذكية، وهي من أكثر الوسائل استخداماً في الجزائر .
- 9 - اقتصار القانون على حماية تقليدية لا تواكب واقع المخاطر الرقمية الجديدة، كالمتبع الإلكتروني وسوء استعمال البيانات الشخصية .

وفي هذا الإطار، فإن تفعيل الحماية القانونية الفعلية للتجارة الإلكترونية لا يمكن أن يتحقق بمعزل عن آليات القضاء، سواء من خلال الإجراءات المدنية أو الإدارية. فالإجراءات المدنية تُعد وسيلة فعالة لتمكين المستهلك من المطالبة بحقوقه أمام الجهات القضائية، عبر تبسيط إجراءات التقاضي الإلكترونية، واعتماد وسائل الإثبات الحديثة التي تتماشى مع طبيعة التعاقد الرقمي. أما على المستوى الإداري، فتكمن أهميته في تمكين الهيئات التنظيمية والإدارية المختصة من التدخل السريع والفوري لردع التجاوزات، من خلال فرض العقوبات التأديبية والإدارية، وضمان احترام قواعد المنافسة والنزاهة التجارية في البيئة الرقمية. وعليه، فإن الحماية القانونية المنشودة تتطلب تكاملاً بين القانون الموضوعي وقواعد الإجراءات المدنية والإدارية، مما يرسخ عدالة ناجزة وفعالة قادرة على مواكبة التطورات الرقمية وضمان الثقة في الاقتصاد الرقمي الوطني

بناءً على ما سبق، نقترح ما يلي لتعزيز فعالية الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

- 1- إنشاء سلطة وطنية للرقابة الرقمية، تكون لها صلاحيات فعلية في مراقبة المنصات والمواقع التجارية، وضمان احترام التزامات الموردين .
- 2- من المهم تكريس ثقافة الثقة الرقمية بين المتعاملين من خلال حملات توعوية وتكوينات تستهدف المستهلكين والموردين، تُعرّفهم بحقوقهم وواجباتهم، وتُشجّع على اللجوء إلى الوسائل القانونية المشروعة في حالة النزاع .
- 3 - يُستحسن إدراج وحدات دراسية متخصصة حول العقود الإلكترونية والقانون الرقمي ضمن برامج كليات الحقوق والعلوم الاقتصادية، بما يضمن تكوين جيل من الكفاءات المتخصصة في هذا الجانب .

- 4 - من المهم إنشاء قاعدة بيانات رسمية تشمل كافة الموردين الإلكترونيين المعتمدين، تُمكن المستهلك من التحقق من هوية البائع ومصادقته، وتحد من ظاهرة النصب والاحتيال المنتشرة على المنصات غير المراقبة .
- 5 - على الدولة دعم الابتكار الرقمي المحلي، من خلال تشجيع إنشاء منصات تجارة إلكترونية جزائرية ذات جودة ومصادقية، خاضعة للقانون الوطني، وتنافس المنصات الأجنبية التي لا تخضع للرقابة القانونية المحلية.

6 - من الضروري منح السلطات المختصة صلاحيات أوسع في تتبع النشاط التجاري الإلكتروني غير المشروع، وتفعيل العقوبات المنصوص عليها قانوناً ضد كل من يخرق أحكام القانون 05-18، خاصة في حالات الإشهار المضلل أو خرق حماية البيانات وبذلك، فإن الحماية القانونية في مجال التجارة الإلكترونية ليست مسألة نصوص جامدة بل منظومة متكاملة يجب أن تكون مرنة، وقادرة على التفاعل مع تحولات الواقع الرقمي، وبمسؤولية مشتركة بين الدولة، والمنظومة القضائية، والمجتمع الرقمي، حتى يتحول المستهلك من متلق سلبي إلى طرف واعٍ بحقوقه الرقمية، فاعل في الدفاع عنها، ومساهم في بناء بيئة رقمية جزائرية آمنة ومزدهرة .

# قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

### 1. القوانين:

#### أ- القوانين الجزائرية:

- قانون التجارة المادة 10 قانون التوجيه الأوربي رقم 07/97 الصادر بتاريخ 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعدم 1/4. ذكره: ربيع زهية، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد. 10، العدد 2، جامعة الوادي 2019.
- قانون رقم 02-04، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج.، عدد 41، صادر في 27 يونيو 2004.
- القانون 02-05 المؤرخ في 06 فبراير 2005 يعدل ويتمم 59-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد 11 الصادرة في 09 فيفري 2005.
- القانون رقم 03-09 مؤرخ في فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، عدد 15، صادر في 8 ماي 2009، صفحة 12.
- القانون رقم 04-08، المؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، منشور في الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادر في 18 غشت 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 13.06، المؤرخ في 23 يوليو 2013، الجريدة الرسمية، العدد 39، الصادر في 31 يوليو 2013، وكذا بالقانون رقم 18-08، المؤرخ في 10 يونيو، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادر في 13 يوليو 2018.
- سنة 2018، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادر في 13 يوليو 2018.
- قانون رقم 11-18، المؤرخ في 2 يوليو سنة 2018، يتعلق بالصحة، منشور في الجريدة الرسمية، عدد 44، الصادر في 29 يوليو 2018.
- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 رمضان عام 1439 الموافق 25 ماي سنة 2018، والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 24 ماي 2018

#### ب- القوانين الأجنبية

- القانون المدني الفرنسي بموجب القانون رقم 2000-230 لسنة 2000.
- القانون رقم 15 لسنة 2005، بتنظيم التوقيع الإلكتروني و بإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، مصر.

## قائمة المصادر والمراجع

- التشريع الفرنسي (المرسوم رقم 972-2007 المتعلق بالمحضرين القضائيين والمرسوم رقم 973-2005 المتعلق بالعقود على مستوى مكاتب الموثقين).
- المرسوم رقم 137-05 المؤرخ في 16-02-2005، المتعلق بتطبيق المادة 134-02 من قانون الإستهلاك الفرنسي .

### 2- الأوامر

- الأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن ق م، منشور في الجريدة الرسمية، عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون 10-05، المؤرخ في 20 يونيو 2005، منشور في الجريدة الرسمية، العدد 44 الصادر في 26 يونيو 2005، بمقتضى القانون 05-07، منشور في الجريدة الرسمية العدد 33.
- امر رقم 03-06، المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، عدد 44، الصادر في 23 يوليو 2003.

### 2- المراسيم التنفيذية

- حسن عبد الباسط جميعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الأنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- السيد قنديل: التوقيع الإلكتروني، دار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2004.
- السيد محمد السيد عمران ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت الدار الجامعية ، بيروت، 2006.
- سمير عبد العزيز جمال. التعاقد عبر التقنيات الاتصال الحديثة. دار النهضة العربية. القاهرة. 2007.
- سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الأنترنت دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008.
- زريقات عمر خالد ، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الأنترنت، (ط1)، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
- شريف محمد غانم، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008.
- زاهية حورية سي يوسف، 2009، المسؤولية المدنية للمنتج، الجزائر، دار هومه للطباعة و النشر و التوزيع.

## قائمة المصادر والمراجع

سليمان ضيف الله الزين, التحويل الإلكتروني للأموال و مسؤولية البنوك القانونية, الطبعة الأولى  
لى, دار الثقافة للنشر و التوزيع, عمان, 2012.  
خالد صبري الجنابي, التراضي في عقود التجارة الإلكترونية : دراسة مقارنة, دار قنديل للن  
شر و التوقيع, عمان, الأردن, 2013.

المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013, يحدد الشروط وكيفيات  
المتعلقة بإعلام المستهلك, ج. ر ع58, صادر في 09 نوفمبر 2013.

المرسوم التنفيذي رقم 09-410, المؤرخ في 10 ديسمبر 2009, يحدد قواعد الأمن المطبقة  
على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة, الجريدة الرسمية, ع73, الصادر في 13  
ديسمبر 2009, المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي على رقم 61-16, مؤرخ في 11 فبراير  
2016, منشور في ج ر, ع09, صادر في 17 فبراير 2016.

مرسوم تنفيذي رقم 08-112, المؤرخ في 5 أبريل 2018, يحدد نموذج مستخرج السجل  
التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني, الجريدة الرسمية, الع 21, الصادر في 11 أبريل  
2018.

مرسوم تنفيذي رقم 19-251, المؤرخ في 16 سبتمبر 2019, يعدل و يتم مرسوم تنفيذي  
رقم 08-112, يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني  
ج ر, ع 57, الصادر في 18 سبتمبر 2018.

المرسوم التنفيذي 22-05, المؤرخ في يناير 2022, يعدل المرسوم التنفيذي رقم 18-112  
المتعلق بنموذج مستخرج السجل التجاري الصادر عن طريق إجراء إلكتروني.

ثانيا : المراجع:

### 1. المؤلفات

- أحمد محمد الرفاعي, الحماية المدنية للمستهلك إزاء مضمون العقدي, (ط1), دار النهضة  
العربية, القاهرة, 1994.
- أسامة أحمد بدر, حماية المستهلك في العقد الإلكتروني, دار الجامعة الجديدة لنشر, مصر  
2005.

## قائمة المصادر والمراجع

- بشار محمود دودين. الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الأنترنت. دار الثقافة للنشر و التوزيع, الأردن, 2008.
- بلحاج العربي , الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء ق م ج , دار وائل للنشر, عمان, 2010.
- حجاري عبد الفتاح بيومي, حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت, دار الفكر الجامعي, الطبعة الأولى, مصر, 2006. المستهلكة, 20212.
- عمر حسن المومني, التوقيع الإلكتروني و قانون التجارة الإلكترونية , دراسة تحليلية مقارنة, دار وائل للنشر والتوزيع -عمان-الردن, 2003.
- لورانس محمد عبيدات , إثبات المحرر الإلكتروني الناشر : دار الثقافة للنشر و التوزيع , 2019.
- محمد السعيد رشدي, التعاقد بوسائل الإتصال الحديثة و مدى حجيتها في الإثبات , (ط1) , منشأة المعارف, الإسكندرية, 2008.
- محمد بودالي , 2006 , حماية المستهلك في القانون المقارن , دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي, الجزائر , دار الكتاب الحديث.
- محمد لورينس عبيدات, إثبات المحرر الإلكتروني . دار الثقافة للنشر و التوزيع . الأردن 2005.
- محمود عبد الرحيم الشريفات:التراضي في تكوين العقد عبر الأنترنت, دار الثقافة للنشر و التوزيع,الأردن, 2009.
- المختار عبيدات, الوسيط في ق م , مصادر الالتزامات , مطبعة النجاح الجديدة, الدار البيضاء 2002.
- مصطفى كمال طه , الأوراق التجارية وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة , دار الفكر الجامعي , الإسكندرية, 2013 .
- نضال إسماعيل براهيم, أحكام عقود التجارة الإلكترونية,(ط1), دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان, 2005, ص 138.

## 2. الرسائل والمذكرات العلمية:

### أ. رسائل دكتوراه:

- بهلولي فاتح ، النظام القهانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007.

## قائمة المصادر والمراجع

- جامع مليكة، حماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية، قانون خاص، جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، السنة الجامعية، 2015-2016
- ضريفي الصادق، النظام القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 12 ماي 2015.
- مساعد زيد عبد الله المطيري، الحماية المدنية للمستهلك فهي القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة القاهرة 2007.
- ب. رسائل ماجستير:**
- إنتصار بوزكري، 2012-2013، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الباز 02 سطيف، الجزائر.
- إيناس بن غيدة، 2014-2015، الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر.
- بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف. 2014-2015.
- بو عافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصري الجزائري، بين الواقع والأفاق، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك مالية و نقود، جامعة سعد دحلب، البلدية، الجزائر.
- سامية بويزري، 23/08/2018، الضمانات المستحدثة لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أو لحاج - البويرة، الجزائر.
- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منصور قسنطينة، 2011.
- طمين سهيلة، الشكالية في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون دولي الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر.
- عبد الله زيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة لنجاح الوطنية، فلسطين، 2009.
- عروبة شافي المعموري، التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد (دراسة المقارنة)، رسالة ماجستير في ق م، جامعة بابل، 2008.
- غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، رسالة الماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

## قائمة المصادر والمراجع

- لما عبد الله صادق سهلب، مجلس العقد لإلكتروني - رسالة ماجستير - كليات الدراسة العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2008.
- وسيلة لزعر، تنفيذ العقد الإلكتروني، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر كلية الحقوق بن عكنون)، 2010-2011.
- يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح، فلسطين، 2006.
- ت. مذكرات ماستر:
- جحيط حبيبة، النظام القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013
3. المجالات العلمية :
- أسامة أحمد بدر، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ع 40، 2009.
- بن دياب ماسينيسها، إشكاليات التعاقد في البيئة الرقمية، دراسة تحليلية نقدية على ضوء القانون 10-21 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، مجلد 03، ع 2.
- خليفي مريم، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الع الرابع، 2011.
- ربيع زهية، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقهد البيع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 10، الع 2، جامعة الوادي 2019، ص 428.
- رحال بومدين، حماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد، مجلة الفقه والقانون، ع 2017، ص 58.
- زاهية حورية سي يوسف، "حق العدول عن آلية لحماية المستهلك الإلكتروني". مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، 2018.
- الزد، أحمد إسماعيل، الحماية القانونية من الخداع والإعلان في القانون الكويتي المقارن، مجلة الحقوق، الع الرابع، الكويت 1995.
- الزهرة جقريف، الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني دراسة على ضوء القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة المعيار، المجلد 24، الع 51، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، 2020، ص 720.

## قائمة المصادر والمراجع

- سهام قارون (2018). "التزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلد 07، الع 02، سنة 2020، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية.
- س هيلة بوخميس، {عصرنة الإدارة العمرانية في الجزائر}، "البطاقة الوطنية لقرارات التعمير والمخالفات المتعلقة بها نموذجها"، مجلة الدراسات القانونية والسياسي، جامعة عمار ثليجي الأغواط، ع 07 جانفي 2002.
- سيف الدين رحالي، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، ع 08، جانفي 2002.
- عبد الله صفوح، الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 05-18، مجلة الدراسات القانونية، جامعة المدية، المجلد السابع، الع الثاني، جوان 2021.
- فلاح سفيان ومعمار فراق، 2018، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 03، ع 03.
- كريمة كريم، سبل حماية المستهلك أثناء إبرامه للعقد الإلكتروني، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي ليايس بلعباس، الع 09، 2012.
- كريمة كريم، "استعمال تكنولوجيا المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري"، مجلة عارف، قسم العلوم القانونية، جامعة آكلي محند اولجاج، البويرة، الجزائر، الع 24، جوان 2018.
- لمحامي يونس عرب البنوك الإلكترونية، الجزء الثاني. مجلة البنوك المجلة 19 الع 4 أيار 2009.
- ماحي فاطمة زهرة شريفة، مدى فعالية القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني من تجاوزات الموردين الإلكترونيين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والإقتصادية، المجلد 10، الع 3، تامنغست، 2021.
- محمد يونس، حق المستهلك في العدول عن العقد، كوسيلة للحماية المدنية اللاحقة للمستهلك في قوانين الإستهلاك، مجلة أكاديمية شركة دبي، 2016.
- محمود ثابت محمود، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات، مجلة المحاماة، دمشق، سوريا، ع 2 لسنة 2002.
- مدحت صال غايب، "الحوالة التجارية الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية الإقتصادية، تكريت، 2010. مريم طويل، الإشهار التضييلي الإلكتروني وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 1، الع 1، جامعة تلمسان، 2019.

## قائمة المصادر والمراجع

- مريم لوكال، الحماية القانونية الدولية والوطنية للمعطيات ذات الطابع الشخصي في الفضاء الرقمي في ضوء قانون حماية المعطيات رقم 07-18 " أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2019، مجلة العلوم القانونية والسياسية.
- معزوز دليلة، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة بديلة لضمان رضا المستهلك في البيع الإلكتروني، المجلة النقدية، الع 1، جامعة مولود.
- يوسف شندي، أثر خيار المستهلك في الرجوع في التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد، مجلة الشريعة والقانون، ع 43، جامعة فلسطين، يوليو 2010.
2. مواقع الإلكترونية :

<http://www.juriscom.net>

<http://www.legifrance.gouv.fr>

<http://www.uncitral.org/>:

# فهرس المحتويات

إهداء

شكر وعران

قائمة المختصرات

1.....مقدمة

## الفصل الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية وفق القانون 05-18

7.....المبحث الأول: الأحكام العامة لعقود التجارة الإلكترونية

7.....المطلب الأول: الأساس القانوني ونطاق تطبيق عقود التجارة الإلكترونية

8.....الفرع الأول: الطبيعة القانونية لعقود التجارة الإلكترونية

12.....الفرع الثاني: نطاق تطبيق العقود الإلكترونية في القانون 05-18

12.....المطلب الثاني: تكوين عقد التجارة الإلكترونية وشروطه

12.....الفرع الأول: شروط ممارسة العقد الإلكتروني

25.....الفرع الثاني: أركان عقد التجارة الإلكترونية

34.....المبحث الثاني: آثار العقود الإلكترونية وتنفيذها

35.....المطلب الأول: التزامات طرفي عقد التجارة الإلكترونية

35.....الفرع الأول: التزامات المورد الإلكتروني

38.....الفرع الثاني: التزامات المستهلك الإلكتروني

41.....المطلب الثاني: إثبات العقد الإلكتروني

41.....الفرع الأول: الكتابة الإلكترونية

46.....الفرع الثاني: التوقيع الإلكتروني

## الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

المبحث الأول: الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في قانون 18-05.....	54
المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلان الإلكتروني.....	54
الفرع الأول: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني.....	55
الفرع الثاني: منع الإعلان الإلكتروني التضليلي.....	57
المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام قبل التعاقد.....	62
الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقد الإلكتروني.....	62
الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري... ..	67
المبحث الثاني: الضمانات القانونية لحماية المستهلك أثناء مرحلتي تنفيذ وإبرام العقد الإلكتروني.....	70
المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني عند إبرام العقد.....	71
الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في الإعلام والعدول.....	71
الفرع الثاني: حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.....	85
المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني عند تنفيذ العقد.....	90
الفرع الأول: الضمانات القانونية العامة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد.....	91
الفرع الثاني: الضمانات القانونية الخاصة لحماية المستهلك الإلكتروني أثناء مرحلة تنفيذ العقد.....	97
خاتمة.....	103

قائمة المصادر والمراجع

## ملخص مذكرة الماستر

فرضت التطورات الرقمية واقعًا جديدًا في عالم التجارة، حيث أصبحت المعاملات الإلكترونية جزءًا أساسيًا من الاقتصاد الحديث. وجاء القانون 05-18 ليضع الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مع تركيز خاص على حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية. وتتجلى مظاهر هذه الحماية من خلال عدة آليات قانونية تشمل: ضمان الشفافية في المعلومات، الحق في العدول، حماية المعطيات الشخصية، محاربة الإشهار المضلل، وتنظيم مسؤولية المورد الإلكتروني. كما يعالج القانون مختلف مراحل العقد الإلكتروني من الإبرام إلى التنفيذ وتسوية النزاعات. وعليه، يُعد القانون 05-18 خطوة مهمة نحو ترسيخ الثقة في البيئة الرقمية ودعم التجارة الإلكترونية في إطار قانوني آمن ومتوازن.

### الكلمات المفتاحية:

1/ التجارة الإلكترونية /2 الحماية القانونية /3 المستهلك /4 المورد  
/5 البيئة الرقمية /6 التعاقد الإلكتروني

## Abstract of Master's Thesis

The rise of digital technologies has transformed commerce, making electronic transactions a core part of the modern economy. Law 18-05 provides a legal framework for e-commerce in Algeria, with a strong focus on protecting the electronic consumer as the more vulnerable party.

This protection is reflected in several mechanisms, such as information transparency, the right of withdrawal, data protection, regulation of supplier liability, and the prevention of deceptive advertising. The law also addresses all phases of the electronic contract, from formation to execution and dispute resolution.

Thus, Law 18-05 is a key step in building trust in the digital environment and promoting secure and balanced e-commerce in Algeria.

### Keywords:

1/ E-commerce      2/ Legal protection      3/ Consumer      4/  
Supplie      5/ Digital environment      6/ Electronic contracting