

التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون رقم 05-18 يتعلق  
بالتجارة الإلكترونية

The Obligations of the Electronic Supplier under Law  
No 18-05 Related to Electronic Commerce

GUALIA Fairouz

Faculty of Law and political Science

University of Mouloud MAMMERRI

TIZI OUZOU- Algeria

gualia\_fairouz@outlook.fr

قالية فيروز

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة مولود معمري

تيزي وزو - الجزائر

gualia\_fairouz@outlook.fr

تاريخ القبول: 2020/11/18

تاريخ الاستلام: 2020/03/03

**ABSTRACT:**

*The consumer contract of consumption is considered to be one of the contracts most affected by communication technologies, and the most common is the contract via the Internet, which has led most legislations to regulate the field of electronic transactions, and so it is the same applies to the Algerian legislator who promulgated Law No. 05-18, in which it specifies the obligations of the parties to the electronic consumer contract. The fifth chapter is devoted to the obligations of the electronic supplier, some of which are linked to the contract depending on usage, and some of which are imposed by the electronic nature of the transaction, so it takes on a formal or procedural nature.*

**Keywords:** *Electronic Supplier, Pre-contractual Information, Electronic Delivery, Electronic Consumer Contract.*

**ملخص باللغة العربية:**

يعتبر عقد الاستهلاك من أكثر العقود تأثراً بتكنولوجيا الاتصالات، وأكثرها شيوعاً التعاقد عبر شبكة الإنترنت الذي أدى بمعظم التشريعات إلى تنظيم مجال المعاملات الإلكترونية، والأمر ذاته بالنسبة للمشرع الجزائري الذي أصدر قانون رقم 05-18، وحدد فيه التزامات طرفي عقد الاستهلاك الإلكتروني، إذ خص الفصل الخامس للالتزامات المورد الإلكتروني منها ما هو مرتبط بالعقد وفقاً لما هو متعارف عليه، ومنها ما تفرضه الطبيعة الإلكترونية للتعامل فيأخذ طابعاً شكلياً أو إجرائياً.

**كلمات مفتاحية:** المورد الإلكتروني، الاعلام قبل التعاقد، التسليم الإلكتروني، عقد الاستهلاك الإلكتروني.

## مقدمة:

أثر التطور التكنولوجي لمجال الاتصالات على تغيير نمط التعاقد من التقليدي إلى الإلكتروني يبرم بمختلف الوسائل، وأكثرها شيوعا التعاقد عبر شبكة الإنترنت، إذ أصبح المستهلك الذي يرغب في اقتناء أي سلعة أو خدمة لا يتكلف عناء السفر أو التنقل بين الأسواق للحصول عليها، وإنما عليه فقط استعمال جهاز حاسوبه الموصول بشبكة الإنترنت ليتمكن من زيارة عديد المواقع الإلكترونية التجارية ليستطيع اختيار ما يتناسب مع حاجاته خلال المقارنة بين ما هو معروض على المواقع من حيث الجودة والسعر ومدى ملائمتها لتلبية رغباته، بغض النظر عن مكان تواجدها فالمسافة لم تعد عائقا في ظل التكنولوجيا الحديثة.

ورغم انتشار وشيوع التعامل الإلكتروني في الجزائر إلا أنه بقي لفترة طويلة دون تنظيم قانوني، الأمر الذي كانت له سلبياته على المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، ما يجعله دون أي حماية في مواجهة المورد الذي قد يتعسف في وضع شروط التعاقد أو يرفض القيام بالتزاماته... إلخ، فغياب النص القانوني المنظم لمجال التجارة الإلكترونية لم يكن عائقا أمام انتشارها واتساع نطاق معاملاتها إذ أصبحت أمرا مفروضا وواقعا لا يمكن تجاهله فازدادت بذلك الحاجة لحماية المستهلك الإلكتروني، كل ذلك كان من بين أهم الدوافع والضرورات لإصدار قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

تتضح أهمية دراستنا لهذا موضوع إنطلاقا من ضرورات حماية المستهلك الإلكتروني في كل مراحل التعاقد (قبل وأثناء وبعد إبرام العقد) ولا يتحقق ذلك إلا من خلال إبراز أهم الإلتزامات التي فرضها المشرع على المورد الإلكتروني في محاولة منه لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين وأخذا بعين الاعتبار المركز التعاقدي للمستهلك.

1 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28.

ومنه نطرح الاشكالية التالية: ما هي الالتزامات التي رتبها المشرع الجزائري على عاتق المورد الإلكتروني وما مدى فعاليتها في حماية المستهلك؟ للإجابة على هذا التساؤل اعتمدنا على المنهج الوصفي من خلال توضيح أهم التزامات المورد الإلكتروني المرتبطة بالتعاقد في حد ذاته، أو الالتزامات ذات الطابع الإجرائي أو الشكلي، كما اعتمدنا المنهج التحليلي لجمع المعلومات وتحليلها لاستخلاص الأحكام والنتائج المتعلقة بالموضوع، وتحليل النصوص القانونية ذات الصلة بصفة عامة وقانون رقم 18-05 بصفة خاصة.

تتنوع إلتزامات المورد الإلكتروني بين ما هو متعارف عليه في عقد الاستهلاك التقليدي والتي سنركز في دراستها على إبراز خصوصية تنفيذها بالنظر إلى الطبيعة الإلكترونية للعقد، ومنها ما تفرضه طبيعة التعامل الإلكتروني لنتوصل إلى مدى توفير هذه الالتزامات للحماية التي يحتاجها المستهلك الإلكتروني، ومن ذلك قسمت الدراسة إلى مبحثين، المبحث الأول خصص لدراسة الالتزامات الموضوعية للمورد الإلكتروني، المبحث الثاني خصص للالتزامات الإجرائية للمورد الإلكتروني كل ذلك في ظل قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

### المبحث الأول: الالتزامات الموضوعية للمورد الإلكتروني.

يعرف المورد الإلكتروني أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية<sup>1</sup>، ما يلاحظ على هذا التعريف وبعد مقارنته بتعريف المتدخل<sup>2</sup> نجد أن المشرع قد قدم تعريفا مغايرا ولم يكتف بالإشارة فقط إلى الوسيلة الإلكترونية التي يستعملها المورد في التعاقد، ما جعل نطاقه أضيق من نطاق المتدخل الذي يظهر في كل مراحل عرض المنتج للتداول، إلا أنه يبقى طرفا في عقد الاستهلاك الإلكتروني ويقع على عاتقه مجموعة من الالتزامات المتعلقة بالتعاقد والتي تهدف إلى حسن تنفيذ العقد في كل مراحل.

1 المادة 05 الفقرة الرابعة من قانون رقم 18-05

2 قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، المعدل والمتمم.

### المطلب الأول: التزام المورد بإعلام المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني.

يحتاج المستهلك قبل إبرامه للعقد إلى تزويده بالمعلومات الجوهرية عن السلعة أو الخدمة التي سيتعاقد بشأنها، حتى يتمكن من اتخاذ قراره بإرادة واعية ومستتيرة، وهذا الالتزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني بالنظر إلى معيار الإحتراف الذي يوصف به.

### الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني.

يعرف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني بأنه: "الالتزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة بمقتضاه يبصر المستهلك الإلكتروني مستعملا الوسائل الإلكترونية الحديثة، بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالعقد سواء كان محل العقد سلعة أو خدمة والتي يتخذ المستهلك بناء عليها قراره بإتمام التعاقد أو الانصراف عنه"<sup>1</sup>.

وهو أيضا: "الالتزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائل إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"<sup>2</sup>.

فهو التزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني باعتباره محترفا، يلتزم بالإدلاء بالمعلومات الجوهرية عن محل التعاقد بكل صدق ووضوح، حتى تستتير إرادته ويقبل على التعاقد بإرادة واعية ويتمكن من التمييز بين ما هو معروض والتعرف على أفضل ما يحتاجه<sup>3</sup>، ولكي تتحقق فاعليته في حماية المستهلك لا يكفي فيه الصدق والوضوح بل تقتضي مواجهة اختلال التوازن بين الطرفين أن يتم في المرحلة التي تسبق التعاقد.

1 نقلاً عن: كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، رسالة مقدمة للحصول على درجة

الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة بنها، 2010، ص 276

2 نقلاً عن: حوالم عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسين بن بوعلي، شلف الجزائر، العدد 15، جانفي 2016، ص 125.

3 ALAIN Bensoussan, *Le commerce électronique, aspects juridique*, Edition Hermés, Paris, 1998, P 86.

### الفرع الثاني: النطاق الموضوعي للالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

- تمر أي طلبية منتج أو خدمة إلزاميا بثلاث مراحل<sup>1</sup>، بداية من وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني بحيث يتمكن من التعاقد بعلم ودراية تامة، كما أوردت المادة 11 أهم المعلومات التي تكون محلا للالتزام بالإعلام قبل التعاقد والتي وردت على سبيل المثال لا الحصر تتمحور أساساً حول:
- معلومات تعرف بالمورد الإلكتروني: منها اسمه وعلامته التجارية والعنوان المادي والإلكتروني، ورقم الهاتف، ورقم التعريف الجبائي، ورقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية؛ أي كل ما يعرف به ويُمكن من والوصول إليه عند الحاجة.
  - معلومات تخص محل التعاقد: نذكر من بينها طبيعة السلع والخدمات وخصائصها، ومدى توفرها.
  - معلومات تتعلق بشروط التعاقد منها: شروط البيع، وكيفية التسليم وزمانه ومكانه ومرحلة تنفيذ المعاملة، شروط العدول وأجاله.
  - معلومات تتعلق بالسعر: ومنها الأسعار المقترحة باحتساب الرسوم، المصاريف وطريقة حساب السعر حين لا يكون قابلاً للتحديد مسبقاً، إجراءات الدفع.

### المطلب الثاني: التزام المورد الإلكتروني بتسليم محل التعاقد.

يترتب على اختلاف المحل في عقد الاستهلاك الإلكتروني اختلاف طريقة التسليم، إذ نجد بعض المنتجات التي يكفي فيها إبرام العقد عبر شبكة الإنترنت، أما التسليم فيكون مادياً بالنظر إلى طبيعة المحل، والبعض الآخر لا يكفي إبرام العقد فقط إلكترونياً بل تسلم أيضاً إلكترونياً، وفي كلتا الحالتين يترتب على المورد جزء في حال تسليمه منتج غير مطابق.

### الفرع الأول: صور التسليم في عقد الاستهلاك الإلكتروني

يعتبر التسليم التزاماً أساسياً يقع على عاتق المورد الإلكتروني بعد التعاقد ويتخذ إحدى الصورتين، إما أن يكون وفقاً للقواعد العامة وإما أن يتم إلكترونياً يتناسب مع طبيعة محل التعاقد.

1 المادة 12 من قانون رقم 18-05 السالف الذكر.

### أولاً: التسليم التقليدي لمحل التعاقد.

يلتزم المورد الإلكتروني بالقيام بكل ما هو ضروري لنقل محل التعاقد إلى المستهلك على أن يتم ذلك في الوقت والمكان المناسبين<sup>1</sup> والذي يخضع إما لاتفاق الطرفين أو للقواعد العامة وفي كل الحالات إما أن يكون فور إبرام العقد أو بعده بأجل معين، أما إذ لم يرد اتفاق في ذلك فيكون فور إبرام العقد، ويتم التسليم بالطريقة التقليدية حين يكون خارج شبكة الإنترنت حتى لو أبرم العقد إلكترونياً، ويتم إما بإرادة طرفي العقد أو بالنظر لطبيعة محل التعاقد التي لا تسمح بالتسليم الإلكتروني فقد يكون التسليم مادياً يداً بيد، أو بوضع البضاعة في مخازن المشتري، وهو ما يسمى بالتسليم الفعلي<sup>2</sup>، الذي يتم بكل طريقة من شأنها وضع المبيع تحت تصرف المستهلك بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق، كما قد يكون التسليم حكماً يتم بموجب تصرف قانوني يتم بالتراضي بين المتعاقدين على أن يتم التغيير صفة الحائز دون التغيير في الحيازة الفعلية للشيء محل التسليم<sup>3</sup>.

### ثانياً: التسليم الإلكتروني لمحل التعاقد.

يتم التسليم الإلكتروني عبر الشبكة عن طريق تنزيل المنتج على جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستهلك وهو ما يعرف بالتسليم المعنوي، وهذا ما يفرضه الطابع الرقمي لمحل التعاقد الذي يحتم التسليم اللامادي له، ومعنى اللامادي لا تعني عدم الوجود وإنما ترتبط بمفهوم الرقمية التي جعلت المنتج يأخذ شكل طاقة إلكترونية مضغوطة ومصغرة لدرجة أنها أصبحت غير مرئية<sup>4</sup>.

كما يتم تسليم المنتجات الرقمية من خلال تحويلها إلى معلومات رقمية بواسطة الكمبيوتر الذي يتولى تصميم المنتج المتفق عليه كمعلومة يعتمد على نظام

1 LETOURNEAU Philippe, *Contrats informatiques et électroniques*, Dalloz 2eme ed, 2002, p 90.

2 نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، ط1، الإصدار الأول، عمان 2005، ص 70.

3 خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007، ص 224.

4 شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016/2015، ص 32.

معالجة المعلومة آلية في مجال تمثيل البيانات وحفظها وتداولها وتكون المعالجة الرقمية من قبل المورد الذي يتولى وضعها على موقعه، وما على المستهلك إلا النقر عليه بعد أن يكون قد وفى الثمن إلكترونياً مسبقاً<sup>1</sup>، كما قد يتم التسليم المعنوي في صندوق البريد الإلكتروني كمن يشتري كتاباً أو مقالاً أو قطعة موسيقية، ويكون التسليم عن طريق تحميلها في شكل إلكتروني<sup>2</sup> أو بتمكين المستهلك من تحميل برامج الكمبيوتر محل العقد مثلاً على القرص الصلب الخاص به<sup>3</sup>.

يتضمن التسليم كل من المبيع وملحقاته وما أعد له بصفة دائمة لاستعمال هذا الشيء، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأشياء وقصد المتعاقدين فمثلاً التعاقد على برامج الكمبيوتر يعتبر من ملحقات المبيع المعلومات اللازمة لاستغلال البرنامج وكذلك دليل الإرشادات الموضح لطريقة تشغيله<sup>4</sup>.

### الفرع الثاني: جزاء إخلال المورد الإلكتروني بتسليم مطابق

بالنظر إلى خصوصية المعاملات الإلكترونية التي تتم في واقع افتراضي يجمع طرفيها مجلس عقد حكومي، فإن المستهلك لن يتمكن من المعاينة المادية لمحل التعاقد إلا بعد وصولها إليه ليكتشف عدم مطابقتها للطلبية أو أنها معيبة.

تطرق المشرع لهذا الوضع من خلال نص المادة 23 التي ألزمت المورد الإلكتروني بقبول استعادة سلعته غير المطابقة للطلبية أو المعيبة في حال أعادها المستهلك في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها 4 أيام من تاريخ التسليم الفعلي مبيناً سبب رفضه للتسلم، مع عدم تحميله أية مصاريف إضافية لإعادة السلعة.

يلتزم المورد بعد وصول السلعة غير المطابقة أو المعيبة إليه بما يلي:

- إما أن يقوم بتسليم منتج يتفق مع طلبية المستهلك الإلكتروني إن كان ذلك ممكناً وإن كان هذا الأخير ما زال بحاجة إليه.
- إصلاح المنتج إن كان ذلك ممكناً أو استبداله بمنتج آخر مماثل.

1 شايب بوزيان، مرجع نفسه، ص 33.

2 ضاري تمران الشمري، الجوانب القانونية لتنفيذ وإثبات العقد الإلكتروني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، الكويت، العدد الرابع، السنة الخامسة، ديسمبر 2017، مرجع سابق، ص 82.

3 ضاري تمران الشمري، مرجع نفسه، ص 81.

4 خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 226.

- إن تعذر تنفيذ ما سبق ذكره تلغى الطلبية بأثر رجعي ويلتزم المورد بإرجاع الثمن خلال أجل 15 يوماً تحسب من تاريخ استلامه للمنتج.

### المطلب الثالث: التزام المورد الإلكتروني بالضمان.

لا يقل الالتزام بالضمان أهمية عن غيره من الالتزامات لأنه يساهم في تمكين المستهلك من الانتفاع بمحل التعاقد، إذ يتمتع المورد عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة انتفاع المستهلك بالمنتج وفقاً للغاية المرجوة منه، كما يضمن أن لا يعيق الغير انتفاعه، ولا يقتصر الالتزام بالضمان على ذلك فقط بل يضمن المورد أيضاً خلو المبيع من العيوب الخفية التي لا يمكن اكتشافها بعناية الرجل العادي.

### الفرع الأول: ضمان المورد الإلكتروني التعرض والاستحقاق.

يعرف ضمان التعرض بأنه: "ضمان البائع كل فعل صادر منه نفسه أو من غيره، ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه"<sup>1</sup>، فإما أن يقع التعرض من المورد الإلكتروني نفسه أو أن يقع من الغير وفي كلتا الحالتين يلتزم المورد بالضمان، فيظهر التعرض الشخصي في التعاقد الإلكتروني حين يقوم المورد بعمل مادي أو تصرف قانوني يعيق انتفاع المستهلك بمحل التعاقد، نذكر على سبيل المثال قيام المورد الإلكتروني البائع لبرنامج معين بزراعة فيروس في البرنامج، أو من خلال توجيه فيروس عن بعد بشكل يمنع المستهلك من الاستفادة كلياً أو جزئياً منه ويصنف ضمن التعرض المعنوي<sup>2</sup>، وقد يعيق الغير انتفاع المستهلك بمحل التعاقد من خلال قيامه بأي تصرف قانوني ليثبت من خلاله أحقيته على المبيع، وفي نفس المثال قد يدعي الغير ملكيته للبرنامج، ففي هذه الحالة يقع على عاتق المورد الإلكتروني التدخل القانوني لرد مثل هذا الادعاء.

### الفرع الثاني: ضمان المورد الإلكتروني للعيوب الخفية.

يعرف العيب الخفي أنه: "كل ما يطرأ على الشيء من أمر يفوت أو ينقص المنفعة المرجوة منه، بحيث يؤدي ذلك إلى نقصان قيمته، وكان الغالب في أمثال

1 نقلاً عن: خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 230.

2 سامر بريدي، الحماية المدنية للمستهلك في العقود عبر الإنترنت، مجلة جامعة البعث، دمشق سوريا، المجلد 39، العدد 39 لسنة 2017، ص 139.

الشيء عدم وجوده"<sup>1</sup>، فهو بذلك يشمل كل ما ينال من صلاحية المنتج ويعيق الانتفاع به على نحو يخالف الغرض من التعاقد، ولكي يكون موجبا للضمان يجب:

- قدم العيب: يقصد بذلك أن يكون موجودا وقت التسليم بغض النظر إن كان موجودا قبل إبرام العقد أو بعده، على أن يبقى موجودا عندما ينوي المستهلك تحريك دعوى الضمان فإن قام المورد بإصلاحه فلا مجال للحديث عن الضمان<sup>2</sup>.

- تأثير العيب على المبيع: وذلك إذا بلغ حدا من الجسامة تؤدي إلى التقليل من قيمة المنتج أو أن يفقده قيمته، أو أن يظهر تأثيره على المنفعة المرجوة منه كما هو مبين في العقد، أو مما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له.
- خفاء العيب: إذ يقع على عاتق المستهلك بذل عناية الرجل العادي في فحص المبيع، حتى يتمكن من اكتشاف العيوب الظاهرة أو التي يسهل تبينها لأنها غير مشمولة بالضمان<sup>3</sup>، أما إذا قام بفحص المبيع ومع ذلك لم يتمكن من اكتشافه عد حينها عيبا خفيا.

- جهل المستهلك بالعيب: لتقوم مسؤولية المورد الإلكتروني بضمان العيوب الخفية يجب أن لا يعلم المستهلك بوجوده وإنما تم اكتشافه بعد تخلصه للمنتج بعد إبرام العقد، ليقوم حينئذ وخلال مدة معقولة أو فور ظهوره بإخطار المورد الإلكتروني لتنفيذ التزامه بالضمان، وإلا عد سكوته قبولا منه للمنتج بحالته.

يكون العيب الخفي في السلع والخدمات المادية، كما قد يكون في الكيان المعنوي أو المنتجات الرقمية فإذا قام المستهلك مثلا بشراء برنامج حاسب آلي من المورد وتبين بعد التعاقد أنه معيب ولا يحقق الغاية المرجوة منه لوجود فيروس به لا يمكن اكتشافه إلا من طرف خبير<sup>4</sup>.

1 وسام عبد محمد ظاهر وحسام عبد محمد ظاهر، العيب الخفي في عقد البيع الإلكتروني، مجلة جامعة تكريت، العراق، المجلد (1)، العدد (3)، الجزء (2)، السنة (1)، آذار 2017، ص 400.  
2 LETOURNEAU Philippe, op cit, p 106.

3 عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف، ط 2، الاسكندرية، 2008، ص 532.

4 خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سابق، ص 247.

## المطلب الرابع: التزام المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من حقه في العدول عن التعاقد.

يدرك أحياناً المستهلك الإلكتروني أنه تسرع في إبرام العقد إذ لم تكن إرادته مستتيرة عن كل تفاصيله، أو أنه كان مندفعاً بتأثير الإعلانات المغرية فتعاقد دون أن ينتبه للشروط أو للسعر أو أنه لم يكن أصلاً بحاجة إلى تلك السلعة أو الخدمة هذا الوضع حوله أن يكون محمياً بنصوص قانونية تقر بحقه<sup>1</sup> في العدول.

### الفرع الأول: تعريف حق العدول عن التعاقد الإلكتروني.

يعرف العدول عن التعاقد بأنه: "ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد أن أبرم العقد صحيحاً أو قبل إبرامه دون أن تترتب على ذلك مسؤولية المستهلك بتعويض المتعاقد الآخر عما يصيبه من أضرار بسبب الرجوع"<sup>2</sup>. أو هو: "وسيلة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك يستطيع بمقتضاها إعادة النظر في العقد الذي ساهم بإرادته في إبرامه عن طريق الرجوع فيه بإرادته المنفردة دون أدنى مسؤولية تقع على عاتقه"<sup>3</sup>.

فالعدول عن التعاقد إذن هو خروج عن القاعدة العامة التي تقر بالقوة الملزمة للعقد وتمنع الرجوع فيه أو تعديله من طرف واحد، ومنح المستهلك هذه الميزة التي تخوله التحلل من العقد بإرادته المنفردة بهدف لتوفير حماية حقيقية لرضاءه<sup>4</sup>.

أما المشرع الجزائري وبالرجوع قانون التجارة الإلكترونية فلم ينظم العدول وإنما تمت الإشارة إليه في المادة 11 ضمن المعلومات التي يجب الادلاء بها

1 اختلف الفقه في تحديد طبيعة العدول، إن كان حقاً أو رخصة أو وسيلة أو مكنة قانونية، ناصر خليل جلال، الأساس القانوني لعدول المستهلك عن العقود المبرمة الكترونياً عن بعد، مجلة الحقوق جامعة البحرين، المجلد التاسع، العدد الأول 2009، ص 344 وما يليها.

2 سليمان براك دايج، لرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك، مجلة الحقوق، جامعة النهريين المجلد 18، عدد 14، العراق، 2005، ص 189.

3 ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دراسة تحليلية في القانون المدني وقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ولانحته التنفيذية وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص 154.

4 محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد: قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع الإشارة لقواعد القانون الأوربي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2005، ص 57.

للمستهلك الإلكتروني ومنها شروط وأجال العدول فهو بذلك أقر بكونه حقا للمستهلك، ولكن بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش بموجب المادة 19 المعدلة<sup>1</sup> فتم النص على حق العدول وعرفه بأنه حق التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب، بشرط أن يكون ذلك ضمن احترام شروط التعاقد.

### الفرع الثاني: آثار ممارسة حق العدول عن التعاقد الإلكتروني.

يحمي الحق في العدول عن التعاقد المستهلك من أي تلاعب أو تغيير أو خداع قد يمارس من قبل المورد الإلكتروني وهو غير ملزم بتقديم تبرير لذلك مادام أنه يمارس حقا من الحقوق المقررة بنص القانون حتى وإن كان فيه خروجاً عن المبادئ العامة التي تحكم العقود أي القوة الملزمة للعقد.

إذا رغب المستهلك في العدول عن التعاقد فيلتزم بإعادة السلعة إلى المورد الإلكتروني وإذا تعلق العقد بخدمة فيتوقف عن توريدها والاستفادة منها، حتى يرتب التزام هذا الأخير بإعادة الثمن أو المقابل الذي تحصل عليه خلال مدة زمنية محددة في التشريع، وتبرز أهمية تحديد المدة التي يلتزم خلالها المورد الإلكتروني برد المبلغ إلى المستهلك من خلال أهمية الحق في العدول في حد ذاته باعتباره آلية لحماية المستهلك لذا فكان لزاماً على المشرع أن ينظم كل المسائل المتعلقة به وتبيان تفاصيله حتى يبين للمستهلك أنه يمارس حقا من حقوقه المقررة قانوناً وأنه متى اختار العدول فيكون محمي من المشرع ويضمن أنه لن يتعرض لخسارة المبلغ الذي دفعه، ولن يكون ذلك فعالاً في حماية المستهلك ما لم تكن المدة أو كل ما تعلق بالعدول مقترناً بالجزاء في حال مخالفته.

ولا يحق للمورد الإلكتروني فرض أي مصاريف أو غرامات على المستهلك وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 19 من قانون 09\_03 المعدل والمتمم على: "... للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفعه مصاريف إضافية..." أي كان شكلها أو قيمتها، حتى لا يؤدي ذلك إلى امتناع المستهلك عن استعمال حقه تقادياً لما قد يلحق به من جزء<sup>2</sup>.

1 قانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018 يعدل ويتمم قانون رقم 09\_03 المتعلق بحماية

المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 35.

2 محمد حسن قاسم، مرجع سابق، ص 70.

لا يمنع ذلك من تحمل المستهلك لمصاريف إعادة البضاعة كمصاريف النقل، الشحن... الخ، وإذا تعلق الأمر بتقديم خدمة وقام المستهلك بالعدول عنها ففي هذه الحالة لا يتحمل أية مصاريف فهي غير ملموسة لتعاد إلى المورد الإلكتروني أما إذا هلك المنتج في فترة العدول ففي هذه الحالة يعتبر المستهلك حائزا لا مالكا للسلعة لأنه لم يقرر بعد إعلان خياره بين المضي في العقد أو العدول عنه وبالتالي فرغم استلامه السلعة يبقى المورد هو المالك وبالتالي يتحمل تبعه الهلاك<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: الالتزامات الإجرائية للمورد الإلكتروني.

الانتقال من العالم المادي إلى العالم الإلكتروني وما يقتضيه الطابع الافتراضي للمعاملات التجارية، لم يقتصر تأثيره على نمط التعاقد فحسب بل أثر على كل جوانب العلاقة التعاقدية، ما أدى لفرض بعض الالتزامات على المورد الإلكتروني ذات طابع شكلي أو إجرائي يساهم في تحقيق الحماية للمستهلك ومن ذلك فرض تسليم الفاتورة الإلكترونية على المورد باعتبارها تجسد شكلا من أشكال الشفافية في المعاملات التجارية (المطلب الأول)،

رغم أن المورد قد اختار المجال الإلكتروني لممارسة نشاطه فهذا لا يعني أن له مطلق في ذلك، فغياب الوجود المادي لا يغني عن ضرورة التزام المورد بحفظ بمقتضيات معاملاته الإلكترونية مما يضمن إمكانية ممارسة الرقابة على نشاطه من جهة، ومن جهة أخرى التزامه اتجاه المستهلك بحفظ المعلومات والمعطيات الشخصية التي وصلت إليه بسبب نشاطه (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: التزام المورد الإلكتروني بتقديم الفاتورة للمستهلك.

أقر المشرع الجزائري على ضرورة التعامل بالفاتورة نظرا لأهميتها ويظهر ذلك في عدة نصوص قانونية<sup>2</sup>، والانتقال من التعاقد التقليدي إلى الإلكتروني يفرض

1 حورية سي يوسف، حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي تمنراست، المجلد (07)، العدد (02)، السنة 2018، ص 23.

2 قانون رقم 02\_04، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر 41 المعدل، والمرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يتضمن شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصول التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك، ج ر عدد 80.

ضرورة أن تواكب كل مقتضيات المعاملة التجارية هذا التغيير، فأصبحت الفاتورة الإلكترونية حتمية لكل مورد.

### الفرع الأول: تعريف الفاتورة الإلكترونية.

تعتبر الفاتورة وسيلة فعالة لضمان شفافية المعاملة التجارية التي تمت بين المورد والمستهلك سواء أخذت الشكل الورقي أو الإلكتروني، وذلك لما تحويه من بيانات ومعلومات تفصيلية تثبت التعامل التجاري.

فالفاتورة عامة هي محرر مكتوب عند إبرام عقد بيع أو استفادة من خدمة تبرم في نسخة ورقية أو إلكترونية، وتعرف الفاتورة الإلكترونية بأنها: " نظام منخفض التكاليف لمعالجة المعاملات التي تستفيد من تكنولوجيا المعلومات لتحويل عملية إعداد الفواتير اليدوية والورقية إلى صيغة إلكترونية أكثر فاعلية في معالجة رسائل البيانات والمحافظة على السجلات"<sup>1</sup>.

فالفاتورة سواء كانت إلكترونية أو ورقية فهي في كلتا الحالتين عبارة عن وثيقة محررة من المورد بعد إتمام المعاملة التجارية يلخص من خلالها ما تم الاتفاق بشأنه من حيث نوع المنتج، والكمية والسعر وغيرها من التفاصيل، ليسلمها للمستهلك طالبا منه دفع المبلغ المحدد بموجبها، فبذلك الفاتورة الإلكترونية هي نسخة من الفاتورة الورقية من حيث البيانات التي تحويها، وكذا من حيث الغاية التي تستعمل لأجلها، ويكمن الاختلاف فقط في الشكل الذي تصدر فيه، إذ يتم انشاؤها وارسالها بطريقة إلكترونية بواسطة برامج مخصصة لذلك.

### الفرع الثاني: شروط الفاتورة الإلكترونية

نظم المشرع الجزائري التعامل بالفاتورة محددًا شروطها الشكلية والموضوعية وتمثل الشروط الشكلية أو الإجرائية في التصريح المسبق أمام إدارة الضرائب باستعمال المعلوماتية في إنشاء وارسال الفواتير وحفظها إلكترونياً، مع ضرورة التقيد

1 نقلًا عن: منيرة بن جدو، الفاتورة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05، قسم الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، يوم 8 أكتوبر 2019، ص 600.

بكتابة كل البيانات الضرورية في الفاتورة والمنصوص عليها قانونا وإعلام الطرف المتلقي أو الذي صدرت بحقه الفاتورة بأنها ستكون إلكترونية<sup>1</sup>.

أما الشروط الموضوعية نجدها تتعلق أساسا بأطراف المعاملة إذ يجب أن تحدد بدقة شخصية البائع بذكر اسمه وعنوانه وأي معلومة تمكن من الاتصال به أو الوصول إليه، وتبين طبيعة الشخص إن كان طبيعيا أو معنويا مع ذكر الشكل القانوني له، وطبيعة نشاطه ورقم السجل التجاري ورقم التعريف الاحصائي... إلخ أما بالنسبة للمستهلك فيذكر اسمه كاملا وعنوانه، أما الجانب الثاني للشروط الموضوعية فيتعلق بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد من خلال تحديدها بدقة أهمها تسمية المنتج، وسعر الوحدة دون رسوم، ثم السعر الاجمالي دون رسوم، ثم تحدد الرسوم أو الحقوق أو المساهمات، ليصل في الأخير إلى تحديد وذكر السعر الاجمالي مع احتساب كل الرسوم، أي المبلغ الواجب الدفع من المستهلك.

تحرر الفاتورة ويتم ارسالها عن طريق النقل الإلكتروني<sup>2</sup> والمتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو أكثر بتبادل الفواتير عن بعد، مع امكانية استردادها ومعنى ذلك قراءة الفاتورة عند طلبها عن طريق الكمبيوتر بالطريقة التي أنشأت وحفظت بها، وقراءتها على شاشة الكمبيوتر أو عند طبعها من جديد على سند ورقي، وتظهر أهمية استرداد الفاتورة في عند الحاجة إليها كما لو كان الأمر يتعلق بالرقابة من الإدارة الضريبية، أو في حال مطابقة النسخة للأصل المحفوظ إلكترونيا<sup>3</sup>.

يستند المستهلك على الفاتورة لإثبات التعاقد وكذا الشروط التي فرضت عليه ومدى وجود شروط تعسفية من ضمنها وكذا ما تضمنته من أحكام خاصة بالضمان، والاحتجاج بما تحويه هذه الأخيرة، من دفع الثمن، تاريخ المعاملة التجارية، الكمية المتحصل عليها.

1 مولود قارة، النظام القانوني للفاتورة، مجلة بحوث، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، المجلد 10 العدد الثاني، 2016، ص 24.

2 المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468.

3 مولود قارة، مرجع سابق، ص 25.

## المطلب الثاني: حفظ مقتضيات المعاملة الإلكترونية.

تقتضي ممارسة المعاملات الإلكترونية خضوع المورد الإلكتروني لبعض الشروط التي تفرضها الدولة لمتابعة ومراقبة الأعمال التي يقوم بها هذا الأخير يظهر ذلك من خلال إلزامه بحفظ سجلات المعاملة الإلكترونية التي يقوم بها. ولغرض ملء هذه السجلات وإتمام المعاملة الإلكترونية يوجه إلى المستهلك مجموعة من الأسئلة أو استمارة يطالبه بمثلها ليعرف عن نفسه، أهم ما يميز هذه المعلومات أو المعطيات أنها ذات طابع شخصي وبالنظر إلى أهميتها فقد ألزم المشرع بضرورة حفظها.

## الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني بحفظ سجلات المعاملة التجارية.

استناداً لنص المادة 25 من قانون التجارة الإلكترونية يلتزم المورد الإلكتروني بحفظ السجلات الإلكترونية وأحال للتنظيم كليات تطبيق هذه المادة، ليصدر بعد ذلك المرسوم التنفيذي رقم 19-189، والذي عرف في المادة 01/02 منه سجل المعاملات التجارية على أنه ملف إلكتروني يودع فيه المورد الإلكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة الأتية: - العقد - الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها.

- كل وصل استلام، أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد، حسب الحالة". بالنسبة لوصل الاستلام المذكور أعلاه فقد أشار إليه المشرع الجزائري في نص المادة 17 من قانون رقم 18-05 التي ألزمت المستهلك توقيع وصل الاستلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو تأدية الخدمة ولا يمكن له أن يرفض ذلك، لتقادي أي نزاع قد يحدث بينه وبين المورد الإلكتروني حول تسليم السلعة محل التعاقد أو مدى تمكنه من الخدمة من عدمه.

دون أن يشير المشرع إلى اختلاف طبيعة التسليم في التعاقد الإلكتروني الذي قد يتم بالطرق التقليدية أو الإلكترونية كما سبقت الإشارة إليه، فإن كان المحل ماديا فهنا يمكن للمستهلك توقيع الوصل مباشرة عند التسليم المادي للسلعة أو عند تمكنه من الخدمة، أما إذا كان المحل من المنتوجات الرقمية فهنا لا يلتقي المستهلك مع

1 مؤرخ في 05 مارس 2019، يحدد كليات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ج ر عدد 17.

المورد فيتم إبرام العقد وتنفيذه عبر شبكة الإنترنت في كل مراحله، فهنا لا يمكن أن يتحقق التوقيع التقليدي المتعارف عليه وإنما يتم توقيع الوصل إلكترونياً.

ما يلاحظ على نص المادة الثانية من المرسوم 19-89 أنها ركزت على مجموعة من العناصر التي توثق المعاملة وتثبت وجودها، ويمكن للمستهلك أن يحتج بها في حال كان هناك أي إخلال من طرف المورد هذا من جهة، ويمكن من ممارسة الرقابة على حجم الأعمال التي قام بها، خاصة إذا اكتفى هذا الأخير بممارسة نشاطه عبر الفضاء الإلكتروني فلا يكون لنشاطه وجود في الواقع المادي ولن يكون ملزماً بالتزامات التاجر المنصوص عليها قانون من جهة أخرى، ويظهر ذلك بوضوح في نص المادة 2 فقرة 2 من المرسوم السالف الذكر والتي ألزمت أن يتم تخزين المعلومات المتعلقة بالعقد، أو الفاتورة أو الوصل بطريقة تمكن من الولوج إليها وقراءتها وفهمها لتمكين الأعوان المؤهلين من تفحصها.

على أن يلتزم المورد بمراعاة إجراءات وضوابط حفظ عناصر المعاملة التجارية الإلكترونية الذي يكون في شكلها الأصلي أو في شكل غير قابل للتعديل أو الإلتلاف<sup>1</sup> ضماناً لبقائها وفق ما تم التعامل عليه وتتعلق هذه المعلومات بـ:

- المبلغ وطريقة دفعه خاصة في ظل وجود نوعين من طرق الدفع التقليدية والإلكترونية.
- تاريخ المعاملة: وما يحمله هذا الأخير من أهمية بالنسبة للوضع المالي للمورد وفقاً للقواعد العامة المتعارف عليها في القانون التجاري، وكذا مدى احترام المورد للأجل المذكور أدناه.
- موضوع المعاملة: خاصة أن المشرع قد سبق له في قانون التجارة الإلكترونية أن منع التعامل في بعض السلع والخدمات إلكترونياً<sup>2</sup>.
- رقم الفاتورة أو رقم الوثيقة التي تقوم مقامها<sup>3</sup>.

1 المادة 02 من مرسوم 19-89 السالف الذكر.

2 المادة 03 من قانون رقم 18-05 السابق الذكر.

3 يقصد بها سند المعاملة التجارية والذي حدده المشرع الجزائري بموجب الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المؤرخ في 16 فيفري 2016، الذي يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10.

وبذلك يتمكن الأعوان من الاستناد على المضمون السجلات التي لا تكون قابلة بأي طريقة للتغير فيها، بعد أن يتولى هذا الأخير إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، قبل تاريخ العشرين (20) من الشهر لكل المعاملات التي تمت في الشهر الذي يسبقه<sup>1</sup>، مع ضرورة ربط المركز بالمديرية العامة للضرائب للتمكن من الولوج إليها عن طريق الاتصالات الإلكترونية<sup>2</sup> تطبيقاً لنص المادة 06.

### الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بحفظ المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك.

يصادف المستهلك الإلكتروني حين يقرر التعاقد إلكترونياً مطالبته بالإجابة عن بعض الأسئلة التي يعرف بها عن نفسه، أو أن يقوم بملء استمارة معدة مسبقاً منها ما يتعلق بالبيانات الشخصية ومنها ما يتم التركيز فيه على ميول المستهلك ورغباته، وفي هذه الحالة الأخيرة يكون الغرض منها تجارياً بحثاً إذ يحدد الموقع الفئة التي سيوجه لها إعلاناته لاحقاً<sup>3</sup>، ورغم الاختلاف الواضح في طبيعة ونوعية المعلومات إلا أنها تندرج إجمالاً ضمن المعطيات ذات الطابع الشخصي الواجب مراعاتها وحفظ خصوصيتها خاصة إذا ما تم معالجتها واستعمالها لاحقاً.

### أولاً: تعريف المعطيات ذات الطابع الشخصي.

عرف المشرع المعطيات ذات الطابع الشخصي بموجب قانون رقم 18-07<sup>4</sup> في نص المادة 01/03 على أنها: "كل معلومة بغض النظر عن دعائها بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه "الشخص المعني" بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية".

1 المادة 3 و 4 من مرسوم 19-89 المذكور.

2 المادة 06 من المرسوم السالف الذكر.

3 عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر 2008، ص 52.

4 مؤرخ في 10 يونيو 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر عدد 34.

فالبينات تعتبر شخصية طالما أنها تتعلق بالأشخاص الطبيعيين الذين تم تحديد هويتهم بشكل مباشر أو غير مباشر، إذ يمكن التعرف على الشخص وتحديد هويته عندما يظهر اسمه كاملا في ملف المعاملة، أو أن يتضمن معلومات تسمح بالتعرف عليه كرقم التسجيل، رقم الهاتف، الصورة الفوتوغرافية، أو البينات البيومترية كصمة الأصبع مثلا، وعلى العموم كل ما يميزه عن غيره<sup>1</sup>.  
أحيانا لا يقتصر الأمر على مجموعة من البينات التي تعرف بهوية المستهلك وإنما تمتد لأكثر من ذلك، خاصة حين يتم الاتفاق على أن يتم الدفع إلكترونيا ففي هذه الحالة يكون مضطرا إلى التصريح برقم بطاقة الدفع وما يشكل ذلك من خطورة على المستهلك في حال افشائها، فبالإضافة إلى كونها شخصية فهي سرية وما كان المستهلك ليدلي بها لو لم يكن مضطرا لاتمام المعاملة الإلكترونية. من ذلك يلتزم المورد الإلكتروني بضمان سرية المعلومات والمعطيات المحصل عليها من المستهلك بغض النظر عن طبيعتها، سواء كانت معطيات حساسة تبين أصله العرقي أو آرائه السياسية...، أو ما تعلق بالصفات الوراثية للشخص أو أشخاص ذوي قرابة، أو المعلومات التي تتعلق بالحالة البدنية أو العقلية وأي معلومة يمكن أن تعرف بالمستهلك.

ثانياً: آليات تعامل المورد الإلكتروني مع المعطيات ذات الطابع الشخصي.

ألزم المشرع الجزائري بموجب المادة 26 من قانون رقم 18-05 المورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي للزبائن والزبائن المحتملين أن لا يجمع إلا البينات الضرورية التي تقتضيها طبيعة المعاملة التجارية بعد أن يكون قد حصل على موافقة مسبقة منهم، على أن يتولى هذا الأخير ضمان أمن وسرية هذه المعلومات وفقا لما نص عليه القانون، كما حدد أيضا المرسوم التنفيذي رقم 18-07 المبادئ الأساسية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

1 محمد أحمد المعداوي، حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، مجلة كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، طنطا، مصر، العدد 43 الجزء الرابع، ص 1943.

### 1- التزام المورد الإلكتروني بجمع المعلومات الضرورية للمعاملة التجارية

تختلف وتنوع المعلومات التي يمكن من خلالها التعرف على الشخص الذي أبرم المعاملة الإلكترونية، وإن كانت كلها تصنف بأنها ذات طابع شخصي إلا أنها لا تكون كلها بذات القيمة أو الأهمية، ومن ذلك ألزم المشرع الجزائري المورد بأن يتقيد في طلب المعلومات التي يكون فعلا بحاجة لمعرفة لإتمام المعاملة الإلكترونية.

فقد لا يكون المورد الإلكتروني بحاجة للتعرف على مكان إقامة المستهلك إذا كان التسليم يتم إلكترونيا، ولا يحتاج لمعرفة رقم بطاقة الدفع إذا كان سيتم وفقا للطرق التقليدية، فتحدد المعلومات بالنظر إلى ما تحتاج إليه المعاملة. على أن يكون تجميع البيانات الشخصية بأمانة ووفقا للأغراض المحددة والمشروعة ويجب أن تتلاءم مع الأهداف المتوخاة ولا تتجاوزها، والأمر ذاته إن كان سيتم معالجة هذه البيانات<sup>1</sup>.

### 2- حصول المورد الإلكتروني على الموافقة المسبقة من صاحب المعلومات

تخضع البيانات الشخصية للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية للقوانين التي تنظم معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي والمنظمة بموجب قانون رقم 07-18.

من حق المستهلك أن يعلم مسبقا على أي تعامل في بياناته الشخصية وإن رضي بذلك تم استعمالها وله أن يتراجع عن ذلك في أي وقت يشاء طبقاً لنص المادة 07<sup>2</sup> من القانون السالف الذكر.

### 3- ضمان المورد الإلكتروني لأمن نظم المعلومات وسرية البيانات

بالنظر إلى التأثير الكبير لتكنولوجيا المعلومات التي أضحت تسيطر على كل مجالات الحياة يظهر في تعامل المستهلك مع الأشخاص المعنوية العامة أو الخاصة أو حتى مع الأشخاص الطبيعيين، مما يؤدي إلى تخزين كم هائل من المعلومات والمعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة بالمتعاملين عبر الشبكة، ما يجعلها عرضة للخطر إذا ما أفشيت أو أسيء استخدامها أو تم توجيهها توجيها

1 المادة 09 من قانون رقم 07-18 السالف الذكر.

2 كما أدرجت نفس المادة الحالات المستثناة من الحصول على الموافقة المسبقة.

خاطئا، إذ يلتزم المورد الذي قام بجمع البيانات والمعطيات الشخصية للمستهلك بأن يجعلها غير متوفرة بطريقة تلقائية للغير سواء من الأفراد أو المنظمات، وأن لا يكون سهل الولوج إليها، فيكون نظام حفظها آمنا حتى لا يكون المستهلك ضحية أي تلاعب بها أو عرضة لانتحال شخصيته.

### خاتمة:

لنصل في الأخير إلى أن أهم ما يميز التزامات المورد الإلكتروني أنها لا تقتصر على مرحلة معينة في تعامله مع المستهلك، وإنما تشمل كل مراحل التعاقد فتكون سابقة له من خلال فرض الالتزام بالاعلام، وتكون معاصرة للتعاقد حين تتعلق بالتسليم وما يترتب عنه من جزاءات في تخلفه، لتمتد إلى المرحلة اللاحقة للتعاقد من خلال فرض الالتزام بالضمان لينتفع المستهلك بمحل التعاقد وفقا للغاية المخصص له، وكذا اقرار المشرع بحق العدول للمستهلك والزام المورد بتمكينه من ذلك مراعاة لطابع العقد الذي يوصف بأنه من العقود التي تبرم عن بعد.

بالإضافة إلى بعض الالتزامات الأخرى ذات الطابع الإجرائي أو الشكلي التي ترتبط بحماية المستهلك وبحق الدولة في ممارسة الرقابة، ومن ذلك نذكر الالتزام بتقديم الفاتورة وحفظ السجلات حتى يتمكن الأعوان المؤهلين من القيام بواجبهم الرقابي على نشاط المورد، وأي تعامل يقتضي جمع البيانات والمعطيات الشخصية عن المستهلك يجب أن يتم وفقا لما هو منصوص عليه قانونا.

### 1. النتائج:

- بعد دراستنا لموضوع التزامات المورد الإلكتروني توصلنا إلى النتائج التالية:
- تولى المشرع تحديد التزامات المورد الإلكتروني بالنظر إلى المراكز التعاقدية لأطراف عقد الاستهلاك الإلكتروني، وحتى لا يكون مركز المورد التعاقدى سببا في الهيمنة على العقد.
  - فُرِضت بعض الالتزامات لمواجهة اختلال التوازن العقدي والمعرفي ومنها الالتزام بالاعلام المسبق، وكذا حق العدول عن التعاقد.
  - تتعلق بعض الالتزامات التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني بمراقبة ومتابعة أعمال هذا الأخير ما يجعلها التزامات اتجاه دولته التي يمارس نشاطه بها وليس اتجاه المستهلك، ومن بينها حفظ السجلات الإلكترونية.

- إلزم المورد الإلكتروني بحسن تنفيذ العقد يساهم في استقرار المعاملات الإلكترونية فلا تكون مصالح المستهلك مهددة وفي ذلك تطبيق لمبدأ حسن النية في التعاقد الذي يفترض أن يكون في مثل هذه المعاملات.

## 2. التوصيات:

- رغم أن المشرع قد نظم مجال المعاملات الإلكترونية حديثاً ومع ذلك جاء النص ناقصاً في بعض الجوانب والتي حبذا لو أخذ بها المشرع.
- ضرورة تنظيم مجال العدول عن التعاقد حتى لا يكون هناك فراغ تشريعي يعيق ممارسة المستهلك لحقه.
- النص على الشروط التعسفية التي قد يتضمنها العقد وكيفية مواجهتها.
- التطرق للالتزام بالإعلام قبل التعاقد كالتزام مستقل يقع على عاتق المورد بالنظر للأهمية التي يحظى بها، والاشارة إلى الجزاء المترتب عن تخلفه.

## قائمة المراجع:

### أولاً: الكتب.

- خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، مصر 2008.
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة) الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف، ط 2، الاسكندرية، 2008.
- كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة بنها، 2010.
- ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك دراسة تحليلية في القانون المدني وقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة

2006 ولائحته التنفيذية وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، مصر 2008.

- محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد \_ قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع الإشارة لقواعد القانون الأوربي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2005.
- نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، ط1، الإصدار الأول، عمان، 2005.

#### ثانياً: الرسائل العلمية.

- شايب بوزيان، ضمانات حسن تنفيذ عقد البيع الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016/2015.

#### ثالثاً: المجالات العلمية.

- حوالف عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، العدد 15، 2016، ص ص (124-130).
- حورية سي يوسف، حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي تلمسان، المجلد (07) العدد (02)، السنة 2018، ص ص (11-30).
- سامر بريدي، الحماية المدنية للمستهلك في العقود عبر الإنترنت، مجلة جامعة البعث، دمشق، سوريا، المجلد 39، العدد 39، 2017، ص ص (125-142).
- سليمان براك دايع، الرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك، مجلة الحقوق، جامعة النهدين، المجلد 18، ع 14، 2005، ص ص (164-187).
- ضاري تمران الشمري، الجوانب القانونية لتنفيذ واثبات العقد الإلكتروني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، الكويت، العدد الرابع، السنة الخامسة، 2017. ص ص (63-115).

- محمد يونس، حق المستهلك في العدول عن العقد كوسيلة للحماية المدنية اللاحقة للمستهلك في قوانين الاستهلاك، أكاديمية شرطة دبي، 2016، ص ص (13-32).
- محمد أحمد المعداوي، حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، مجلة كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، طنطا، مصر، العدد 43، الجزء الرابع، ص ص (1926-2057).
- ناصر خليل جلال، الأساس القانوني لعدول المستهلك عن العقود المبرمة إلكترونياً عن بعد، مجلة الحقوق، جامعة البحرين، المجلد التاسع، العدد الأول 2009، ص ص (339-382).
- مولود قارة، النظام القانوني للفاتورة، مجلة بحوث، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، المجلد 10، العدد الثاني، 2016، ص ص (10-34).
- وسام عبد محمد ظاهر وحسام عبد محمد ظاهر، العيب الخفي في عقد البيع الإلكتروني، مجلة جامعة تكريت للحقوق، العراق، المجلد (1)، العدد (3)، الجزء (2)، السنة (1)، آذار 2017، ص ص (392-418).

#### رابعاً: مؤتمرات علمية.

- منيرة بن جدو، الفاتورة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18\_05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18\_05، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمه، يوم 8 أكتوبر 2019، ص ص (598-610).

#### خامساً: نصوص قانونية.

- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر 41 المعدل.
- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، المعدل والمتمم، بقانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر عدد 35.

- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28.
- قانون رقم 18-07 مؤرخ في 10 يونيو 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر عدد 34.
- مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يتضمن شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك، ج ر عدد 80.
- مرسوم تنفيذي رقم 19-89 مؤرخ في 05 مارس 2019، يحدد كفاءات حفظ سجلات المعاملات التجارية الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ج ر عدد 17.
- المرسوم التنفيذي رقم 16-66 المؤرخ في 16 فيفري 2016، الذي يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها ج ر عدد 10.

سادساً: المراجع باللغة الفرنسية:

- ALAIN Bensoussan, *Le commerce électronique, aspects juridique*, Edition Hermés, Paris, 1998.
- LETOURNEAU Philippe, *Contrats informatiques et électronique*, Dalloz, 2<sup>eme</sup> ed, 2002.