وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلـــية الحقوق

الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون الأعمال

من إعداد الطالبتين :

- بن غربية بشرى
- عصمان غالية

تحت إشراف الأستاذ:

د. فخار هشام

أعضاء لجنة المناقشة

الدكتور سبتي عبد القادر.....رئيسا

الدكتور فخار هشام..... مشرفا

الدكتور مراد طنجاوي ..... مناقشا

السنة الجامعية : 2022/2021

شكر وتقدير:

قال تعالى: (وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ)

الشكر الأول والآخر والظاهر والباطن لله سبحانه وتعالى الذي أتانا من العلم ما لم نكن نعلم، ومنحنا الصبر والعقل لإتمام هذا العمل، وما توفيقنا إلا من الله ربّ العالمين.

نتوجه بجزيل الشكل والعرفان للدكتور المشرف "فخار هشام" تقديرًا لمجهوداته الجبارة وتوجيهاته القيمة، تثمينا لعطائه الدائم، وقبوله الإشراف على هذه المذكرة رغم انشغالاته، .فملاحظته كانت سراجًا أنارت دربنا للبحث.

جزيل الشكر لأساتذتنا المحترمين الذين تفضلوا وقبلوا مناقشة هذا العمل المتواضع، شرف لنا أن نستقي من علمهم ومعارفهم لإثراء هذا البحث.

كما نتوجه بأسمى عبارات الشكر لكل من أعاننا من قريب او من بعيد لإنهاء هذا العمل نتقدم بخالص تشكراتنا.

إهداء:

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمان ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

بتوفيق من الله أهدي هذا العمل المتواضع إلى عائلتي نور دربي ومقلة عيني وتاج يرفع شأني ويزيد من قدري.

إلى من كافح لتعليمي وسهل لي الطريق إلى من دعمني طيلة مشواري حفظه الله ورعاه أبي العزيز "يونس" أطال الله عمره وحفظه لنا.

إلى التي الجنة تحت قدميها، التي سهرت لتربيتي رمز الحب والحنان قرة عيني أمي الحبيبة "فتيحة" أدامها الله تاج فوق رؤوسنا حفظها الله ورعاها لنا.

إلى إخوتي اللذين لا تحلوا الحياة إلا بوجودهم "ريمة، محمد، رشيد" أدامهم الله لنا.

إلى جميع الزملاء في الدراسة وأخص بالذكر زميلتي "غالية عصمان"

و زميلي الذي قاسمني في إعداد هذه المذكرة بتشجيعه ومساهمته .

"بشرى"

إهداء:

إلى ملاذي في الحياة، إلى معنى الحب والحنان والعطاء إلى من كان دعواها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب "أمي"

إلى من أخذ بيدي إلى من كان سندًا لي وافتخاري في الحياة "أبي".

إلى إخوتي وأخواتي كل باسمه: يوسف، أحمد، منال، محمد.

وإلى زميلتي ومن قاسمتني في هذه المذكرة صديقتي "بن غربية بشرى"

كما من كان مشجعًا لي معنويًا وماديا منذ أن عرفتني به الحياة "زوجي الكريم"

فجميل أن تجد أشخاصًا يدفعونك لصعود القمة، فإذا تعثرت وجدتهم بجانبك يساعدونك على النهوض.

"غالية"

مقدمة

مقدمة :

يتصل الاستهلاك بالإنسان اتصالاً كبيراً منذ نشأته، حيث يسعى هذا الأخير دائما لتلبية حاجياته وتحصيل مستلزماته وفقا للعصر الذي يعيشه و الوسائل المتاحة له آنذاك، و نظرا للفطرة البشرية التي تدعوه دائما للتطور و إلى تحسين ذاته و المجتمع، فقد تغيرت مطالبه، و مستلزماته، كما تغيرت وسائل الحصول عليها، فقد بدأ الفكر الإنساني بالتطور تدريجيا مرحلة بعد أخرى، إذ أن فطرة الإنسان وحاجياته، و رغباته المختلفة و المتعددة أرغمته أن يفكر، و يبدع، و يكتشف، حتى وصل إلى منظومة عقلية تقوم على الإتصال و التواصل، فبعدما كان الإنسان يعتمد على الرسوم التصورية، كأداة تواصل في العصر الحجري ارتقى بها إلى أول خدمة بريد في العالم من قبل الرومان، و تبعا للمقولة الشهيرة " الحاجة أم الإختراع" فقد ظل يبحث و يفكر، و يكتشف إلى أن قامت شركة ألمانية تدعي " يوهاش جوتيبرغ "[1] ببناء أول نظام متحرك معدني في أوروبا، و توالت اختراعاته و اكتشافاته، وصولا إلى عصر الثورة و الاتصالات، الذي اشتهر بالعديد من الاختراعات كالراديو و الهاتف، و التلفيزيون .

وأهم ما توج به هذا العصر هو إكتشاف الأنترنت، بحيث بدأ ظهورها منذ السبعينات من قبل وزارة الدفاع الأمريكية، حيث كانت تستخدم من قبل المؤسسات العسكرية، باعتبارها سباقة لها، و لكن مع الزمن أصبحت تخدم جميع الناس، باختلاف أهدافهم و أعمالهم، إضافة إلى ذلك فقد بدأ يتوسع دورها، وبدأ يجول في ميادين أخرى كالإعلام عن النشاطات و الأعمال، فهي ذخيرة من الكنوز الضخمة، التي تفيد سكان العالم كله، إذ دفعت به إلى الغوص في الثورة المعلوماتية لم يسبق لها مثيلا في عالم التكنولوجيا.

و هو ما أصبح ما يطلق عليه بعصر الرقمنة، بحيث اتسعت مجالاتها أدى بها إلى تغيرات جوهرية مست جميع المجالات بحيث تحولت من مجرد تبادل البيانات عبر البريد الالكتروني إلى إنجاز العمليات التجارية و التي يظهر فيها الانسان في غالب الأحيان بصفته مستهلكا، هذا التحول و التطور التكنولوجي أدى بنا إلى ظهور نمط جديد من أنماط التجارة الذي يطلق عليه بالتجارة الإلكترونية أو بعبارة أخرى التجارة عن طريق الوسائط الإلكترونية بحيث ظهرت في بداية التسعينات عندما تطورت الشبكة العالمية (web) كأداة للاستعمال في جميع المجالات حيث يعد مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة في مجال التجارة و الأعمال إذ لم تعرف إلا بعد عام 1996 بعد تحويل شبكة من شبكات الهيئة القومية للعلوم في ولايات متحدة امريكية إلى القطاع الخاص حيث تطورت و انتشرت

[1]- بوخاري سمرة (الضمانات القانونية للمستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري)، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، السنة الجامعية 2019-2020.

بسرعة فائقة حيث جاء كل من التجارة الإلكترونية و التسويق الإلكتروني مواكبا للتطور التكنولوجي في وسائل الاتصال و بالأخص في مجال تكنولوجيا المعلومات و من هنا زادت الأسواق الإلكترونية و تم كسر حواجز الزمان و المكان، فثورة المعلومات و الاتصالات أحدثت تغيرات جذرية في المفاهيم القانونية مما حدا بمعظم الدول إلى سن تشريعات تواكب هذا التطور التكنولوجي و كان للفقه و القضاء السبق في هذا المجال الذي أثر تأثيرا مباشرا على المعاملات التجارية بظهور فكرة التجارة الإلكترونية غبر الانترنت، و على غرار التشريعات الغربية و العربية، فقد أدرك المشرع الجزائري هو الآخر ضرورة حماية المستهلك المتعاقد في البيئة الرقمية، فقام بإصدار القانون 18- 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية،[1] و الذي تطرق فيه إلى حماية المستهلك الإلكتروني ، بحيث أصبحت التجارة ذات أهمية كبرى باعتبارها وسطا خصباً و عاملاً مؤثرا في زيادة التنافس و تسويق السلع و الخدمات.

و كنتيجة لهذا التقدم التكنولوجي حيث وفرت الوقت و الجهد و قللت من التكاليف و النفقات الأمر الذي انعكس على الطريقة التي يتم بها إبرام و تنفيذ التعاملات التجارية و التعاقدية الإلكترونية في هذا المجال، مما أدى إلى إحداث تغييرات في العديد من المفاهيم القانونية المستعملة في هذه المعاملات، فظهر ما يعرف بالعقد الإلكتروني الذي يعتبر الوسيلة القانونية التي تمكن من خلالها حصول المستهلك على احتياجاته من السلع و الخدمات المتنوعة المعروضة عليه عبر المواقع الإلكترونية المختلفة إلا أنه و بالرغم من هذه الإيجابيات إلا أن المستهلك أصبح عرضة للعديد من المخاطر المرتبطة بالتسويق الإلكتروني إذ أنهم يلجؤون إلى استعمال مختلف الوسائل الدعاية و الإعلام و العروض المبهرة والمغرية، و كذا الغش و الخداع و التحايل الذي يستخدمونه التجار بغية تحقيق الربح السريع، دفعهم إتباع أساليب غير مشروعة للإثراء بحيث تؤثر في توجيه إرادته إلى التعاقد دون توفر أي نية أو رغبة في الشراء، و يتجلى هذا الضعف بصورة واضحة في العقد الإلكتروني حيث يكون المستهلك غير قادر على رؤية و معاينة السلع و الخدمات محل الطلب و الحاجة ، و التأكد من نفعها و سلامتها من أي عيب يشوبها.

و تتجلى الأهمية : هو حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، بحيث نجد القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،[2] يحدد القواعد التي تحمي المستهلك نظرا للمخاطر الكبيرة التي يتعرض لها لهذه العملية الاستهلاكية و الطبيعة الخاصة للعقد الإلكتروني، فإن الأمر يقضي توفير حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني، إذ سعت مختلف التشريعات لسن قوانين

[1]- القانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، جريدة رسمية، العدد 28 مؤرخة في 16 ماي 2018.

[2]- القانون 09-03 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، العدد 15، مؤرخة في 08 فبراير 2009.

خاصة لحماية المستهلك في السوق الإلكتروني، و إعادة الثقة اللازمة التي يحتاج إليها المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته و عدم تعرضه للنصب الإلكتروني، و تبعا لذلك، بادر المشرع الجزائري إلى وضع قانون خاص جديد رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018،[1] يتعلق بالتجارة الخارجية الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع و الخدمات. إلى جانب قانون العقوبات المعدل والمتمم.

أسباب إختيار الموضوع : جاء اختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب ذاتية و أخرى موضوعية نذكرها فيمايلي:

1-**الأسباب الذاتية :** الشغف و الدافع لدراسة هذا الموضوع، كونه موضوع الساعة.

2-**الأسباب الموضوعية :** التوجه الاقتصادي الحالي للجزائر و ما تشهده من الحرية لحركة السلع والخدمات والتنوع الموجود في السوق من منتجات مستوردة و محلية و الذي يبرز معه أهمية دراسة موضوع الحماية الجزائية للمستهلك من مختلف الجرائم المضرة بمصالحه المادية و المعنوية، في ظل الانفتاح و تشجيع القطاع الخاص، مما يؤدي بفئة من المتدخلين و سعيا للربح السريع إلى إغراق السوق بالسلع المغشوشة و غير مطابقة للمواصفات القانونية مما يستلزم لهذه المسألة في ظل ما تتضمنه قوانين و نصوص حماية المستهلك جزائيا من شروط للرقابة و المطابقة و توقيع جزاءات جنائية لمخالفي هذه القوانين و النصوص .

أهداف هذه الدراسة :

- بيان النطاق التشريعي لحماية المستهلك جزائيا من جرائم العامة المنصوص عليها في قانون 03/09 المتعلق بقانون حماية المستهلك و قمع الغش ، و كذا من الجرائم الخاصة المنصوص عليها في قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- تحديد العقوبات المترتبة عن هذه الجرائم ضمن قانون العقوبات.
- تبيان الاجراءات القضائية المتبعة في حماية المستهلك الإلكتروني وكذا توضيح طرق الاثبات لهذه الجرائم.
- النظر في مدى ضمان النصوص القانونية التي أوردها قانون التجارة الإلكترونية 05/18 لحماية المستهلك الإلكتروني في شقه الجزائي.
- إنصاف الطرف الضعيف الذي هو المستهلك الإلكتروني في العلاقة الاستهلاكية.

[1]- القانون 18-05 ،مؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الاكترونية ، جريدة رسمية ،العدد 28 ، مؤرخة في 16 ماي 2018 .

الإشكالية : و تبرز إشكالية الدراسة من خلال التساؤل التالي :

ماهية أوجه الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني؟

و ما مدى كفاية هذه الحماية في مواجهة الجرائم المستحدثة في هذا المجال؟

أما عن منهج الدراسة :

تم الإعتماد على منهج دراسة الحالة الوصفي و أسلوب تحليل النصوص القانونية المعتمدة في مجال حماية المستهلك الإلكتروني مع الإعتماد على عموميات عموما و على التخصيص أحيانا، مع انصراف العناية إلى الكليات دون الجزئيات لتشعب الدراسة و اتساعها في هذا المجال.

خطة الدراسة :

و للإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة، فإنني قمت بتقسيم موضوع الدراسة " الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري " وفق خطة مكونة من مقدمة و فصلين، حيث تناولت في الفصل الأول " مدلول الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني " و سأقسم هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول بعنوان " مفهوم المستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية" و الثاني بعنوان " مبررات الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني ".

أما الفصل الثاني و كان بعنوان " أوجه الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني" و حفاضا على توازن الخطة سأقسمه ألى مبحثين، المبحث الأول بعنوان " الحماية الجزائية الموضوعية للمستهلك الإلكتروني " و المبحث الثاني بعنوان " الحماية الجزائية الإجرائية للمستهلك الإلكتروني ".

و سننهي بحثنا بخاتمة تتضمن مجموعة النتائج و التوصيات بالإضافة إلى إجابة عن الإشكالية المذكورة.

الفصل الأول:

مدلول الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تمهيد:

نتيجة التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وكذا الاستعمال الكبير لشبكة الانترنت، حيث أصبحت المعاملات التجارية تتم في وسط افتراضي باستخدام وسائل الاتصال وشبكة الانترنت دون الحاجة إلى التلاقي حيث يتم التعاقد الإلكتروني عن بعد والدفع من خلال وسائل الدفع الإلكتروني بطاقات الائتمان والنقود الإلكترونية، ومن خلال ذلك تضمن قانون التجارة الإلكترونية الجزائري أحكام خاصة بتنظيم المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية لتقرير حماية خاصة للمستهلك.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

من أجل الإحاطة بموضوع حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية وجب بداية التطرق إلى مفهوم العقد الإلكتروني الذي يبرم بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني بحيث نظمه المشرع الجزائري أحكامه في القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وذلك من خلال تبيان مفهومه وأطرافه في المطلب الأول، وصولاً إلى تعريف التجارة الإلكترونية في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تعريف العقد الإلكتروني

شهد المشرع الجزائري تأخرًا تشريعيًا في بلورة الإطار القانوني للمعاملات الإلكترونية، حيث لم يقنن أي نص قانوني يضمن الحماية القانونية للمتعاملين الإلكترونيين إلا في سنة 2015 بإصداره القانون رقم 04/15 التصديق والتوقيع الإلكترونيين، ثم تلاه القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ومن هنا سوف نتطرق في هذا الفصل إلى التعريف الفقهي والتشريعي للعقد الإلكتروني، ثم تعريف أطراف العقد الإلكتروني.

الفرع الأول: التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني

عرف الفقه العقد الإلكتروني على أنه عبارة عن التقاء إيجاب صادر من الموجب بشأن عرض مطروح بطريقة إلكترونية، سمعية أو مرئية أو كليهما على شبكة الاتصالات والمعلومات، بقبول مطابق له صادر من الطرف القابل بذات الطرق بهدف تحقيق عملية أو صفقة معينة يرغب الطرفان في إنجازها، إلا أن هذا التعريف كان محل النقد من جانب الفقه على أساس قصر العقد الإلكتروني على المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت فقط.

كما عرفه الدكتور بلحاج العربي هو الاتفاق الذي يتم انعقاده عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة، كليًا أو جزئيًا، باستخدام وسائل الاتصال المرئية والمسموعة الإلكترونية وبذلك فهو ينتمي إلى طائفة العقود التي تبرم عن بعد[1].

ولقد عرف جانب من الفقه الأمريكي العقد الإلكتروني بأنه: <<ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل للرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة على صيغ معدة سلفًا ومعالجة إلكترونيًا وتنشأ التزامات تعاقدية>>[2]

[1] بلحاج العربي، مصادر الالتزام في القانون الجزائري، وفق آخر التعديلات ومدعم بأحدث اجتهادات المحكمة العليا، 2011، ص 354.

[2] عز الدين بن عبد الله، مفهوم العقد الإلكتروني ،منتدى الباحث ، خميس، يوليو- 03-2008، 11:20 تم الاطلاع عليه يوم الخميس 2022/06/02 على ساعة 22:04. موقع الاكتروني :https // azzedine. yoo7 .com

كما نجد أنه: <<العقد الذي يتم فيه تسخير التكنولوجيا الحديثة لإبرام الصفقات والعقود نحو أسرع وأضمن لمصالح الأطراف المستعملة لهذه التقنية الحديثة لتبادل المعطيات بشكل إلكتروني>>.[1]

ونجد الفقيه الأمريكي يعرفه بأنه: <<ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل للرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة على صيغ معدّة سلفًا ومعالجة إلكترونيًا تنشئ "التزامات تعاقدية">>، وعرفه الفقه الفرنسي بأنه: <<اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول بشأن الأموال والخدمات، عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد، بوسيلة مسموعة ومرئية، تتيح التفاعل الحواري بين الموجب والقابل[2].

الفرع الثاني: التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني

عرف المشرع الكندي في القانون الخاص بولاية كيبك لحماية المستهلك بالقسم 20 منه، التعاقد عن بعد بأنه: <<تعاقد بين تاجر ومستهلك بدون تواجد مادي بينهما سواء في حالة الإيجاب أو القبول حال كون الإيجاب غير موجه لمستهلك معين>>

نص القانون التونسي الخاص بالمبادلات التجارية والإلكترونية الفصل 28 بأنه: <<ينشأ العقد الإلكتروني بعنوان البائع وفي تاريخ موافقة هذا الأخير على الطلبة بواسطة وثيقة الإلكترونية ممضاة وموجهة للمستهلك ما لم يتفق الطرفان على خلاف ذلك>>، يستفاد من ذلك أن المشرع التونسي عرف العقد الإلكتروني بشكل ضمني حيث يعرف المبادلات الإلكترونية التي يعد العقد الإلكتروني أحد آلياتها ويتبين في إطار هذا القانون ذلك العقد الذي يتم إبرامه وتنفيذه إلكترونيًا>>[3]

أما المشرع الجزائري فقد عرف العقد الإلكتروني في نص المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه: <<يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريًا لتقنية الاتصال الإلكتروني>>[4]

ما يمكن أن نستخلص من تعريف المشرع الجزائري أنه قام بوضع تعريف صريح ومباشر وشامل للعقد الإلكتروني، حيث لم يحصره في نوع محدد من العقود وجاء هذا التعريف شامل كافة التصرفات التي يتم إبرامها عبر الانترنت وترك المجال مفتوحًا لإدراج تصرفات جديدة تتم بالصفة الإلكترونية التي قد توجد مستقبلاً، فحدد المقصود بالعقد الإلكتروني، بأنه العقد المبرم عبر شبكة

[1] صهيب خزاعلة ،ماهية العقد الإلكتروني وخصائصه، 4 فيفري 2019 ،اطلع عليه يوم 01 /06/ 2022 ، على ساعة 22.00 ، موقع الاكتروني : university life Style

[2] جبارة نورة، أثر التحولات التكنولوجية على النظرية العامة للعقد الإلكتروني، مجلة بحوث جامعة الجزائر 1، الجزء الأول، العدد 14، 2020، جامعة بومرداس، الجزائر، ص 173.

[3] القانون التونسي رقم 83 لسنة 2000 المؤرخ في 03 أوت 2000 الخاص بالمبادلات التجارية والإلكترونية.

[4] جبارة نورة، المرجع السابق ، ص 173

الانترنت فهو عقد كغيره من العقود التقليدية لكنه يكسب الطابع الإلكتروني من خلال الطريقة التي ينعقد بها. أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها، هذا العقد يضم إلى طائفة العقود التي تتم عن بعد، وينشأ من تلاقي القبول بالإيجاب بفضل التواصل بين الأطراف بوسيلة مسموعة مرئية عبر شبكة دولية مفتوحة ومعدة للاتصال عن بعد.

الفرع الثالث: أطراف العقد الإلكتروني

أولا: المستهلك الإلكتروني

وجدت فكرة حماية المستهلك منذ فترة بعيدة، إلا أنه ومن ناحية قانونية ليس هناك اتفاق أو إجماع حول تعريف المستهلك، فتحديد المقصود بفكرة المستهلك يتراوح بين معيارين، الأول ينظر إلى المستهلك على أنه شخص يتصرف خارج نشاطه التجاري أو المزود دون اعتبار للغاية من هذا التصرف، يعكس المعيار الثاني الذي يعتد بالغرض أو الهدف أو الغاية من التصرف، فالمعيار الأول هو معيار واسع، أما المعيار الثاني فهو معيار ضيّق[1].

أ- التعريف الضيق للمستهلك:

يمكن تعريف المستهلك وفقا لهذا الاتجاه، بأنه ذلك الشخص الطبيعي الذي غايته الأساسية إشباع حاجياته وأغراضه وحاجات من يعول دون أية نية في إعادة استخدامها أو إعادة بيعها، فالمستهلك في نظر هذا الفريق هو الشخص الذي يسعى لتحقيق حاجاته وحاجات أسرته[2].

حتى أنهم وصلوا في تضييقهم إلى استبعاد صفة المستهلك، عن الشخص الذي يقوم بالتصرف لأغراض مهنية ولو بشكل جزئي أو خارج مجال تخصصه المهني، باعتبار ان المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية، يكون أكثر جهلاً من هذا الأخير في حالة مواجهتهم للمورد[3].

---

[1] عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2009، ص 11 ،نقلاً عن : حسن طرح البحور علي، عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطني، طبعة أولى، مصر، دار الفكر الجامعي، 2007، ص 102.

[2] بوخاري سمرة، الضمانات القانونية للمستهلك الاكتروني في التشريع الجزائري ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اكاديمي في الحقوق ،تخصص قانون اعمال ،جامعة محمد البشير الابراهيمي ،برج بوعريريج ،2020/2019 ص 14 ، نقلا عن: خالد طيهار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018-2019، ص 10.

[3] بوخاري سمرة ، المرجع السابق ، ص 14 ، نقلا عن: ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، الملتقى الوطني، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، الجزائر، معهد العلوم القانونية والإدارية، بالمركز الجامعي، الوادي، 13-14 أفريل 2008، ص 21.

إذًا فالمستهلك في نظر هذا الاتجاه هو ذلك الشخص الذي يسعى لخدمة أو استعمال مال لغرض غير مهني، بالإضافة إلى الأشخاص الاعتبارية التي لا تهدف إلى تحقيق الربح والتي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية كالجمعيات[1].

ب- التعريف الواسع للمستهلك:

رغم الانتشار الكبير للمفهوم الضيق إلا أنه ظهر اتجاه آخر يناقضه تمامًا، الذي بدوره وسع من مفهوم المستهلك والمقصود من هذا المصطلح، فقد منح هذا الاتجاه ميزة الحماية لأكبر عدد من الأشخاص، بمد الحماية إلى المهني في بعض تعاملاته التي ليس لها علاقة مباشرة مع نشاطه المهني أو التجاري.

يعتبر اول شخص نادى بهذا التوسع، هو الرئيس الأمريكي كينيدي عام 1962 بأنه لا توجد طبقتين من المواطنين "كلنا مستهلكون" وبالتالي فكل شخص طبيعي حتى ولو كان يمارس نشاطًا مهنيًا من جهة، فمن جهة أخرى له أعمال أخرى تعطي له صفة المستهلك[2].

وتم تعريف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي او معنوي يتعاقد لأغراض مهنية ولكن بعيدًا عن نطاق تخصصه، نظرًا لأنه في مجال المعاملات الإلكترونية يصعب على المحترف التحكم في التعاملات التي تكون خارج مجال اختصاصه، فقد يكون في نفس درجة المخاطر التي قد يواجهها المستهلك من قرصنة إلكترونية، ومخاطر الدفع الإلكتروني، أو من عدم تسليم المنتوج أو تسليم غير مطابق، فالتطور السريع للعالم الإلكتروني صعب على مستعمل الانترنت أن يكون مدركًا لكافة التطورات الحاصلة،حيث نجده يتميز بنقص معرفته خارج مجال تخصصه , وهذا ما يستدعي إضافة الحماية عليه.

2- التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني:

لقد حرص المشرع الجزائري على إعطاء تعريف للمستهلك منذ ظهوره لأول مرة من خلال القانون رقم 02/89[3]، الملغى في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك إذ اعتبر هذا القانون أول قانون يحمي المستهلك والذي تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك

[1] بوخاري سمرة ، المرجع السابق ، ص 15 ، نقلاً عن : أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص 76-78.

[2] المرجع نفسه، ص 15 ، نقلا عن: كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، ط2، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2016، ص 48.

[3] القانون رقم 02/89 المؤرخ في أول رجب عام 1409هـ، الموافق لـ 7 فيفري سنة 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة يوم الأربعاء 2 رجب 1409هـ الموافق لـ 1989/02/08م (ملغى).

والتي تمحورت حول الالتزام العام بالسلامة الصحية، وضرورة مطابقة المنتوج للمقاييس والمواصفات القانونية، إلزامية الضمان، وإلزامية الإعلام، وإلزامية الأمن الاقتصادي، بإضافة على أنه أيضًا أقر للمستهلك حق التمثيل أمام القضاء من طرف جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات للدفاع عن حقوقه[1].

ويمكن القول أن القانون 02/89 لعب دورًا هامًا في إيجاد حمايته للمستهلك في الجزائر، وذلك من خلال تبني الدولة لنظام اقتصاد السوق وتخليها على الحق الاقتصادي موجه .

وفي إطار تحديد وتوضيح المفاهيم والمصطلحات الواردة في هذا القانون وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90[2] المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث عرف المستهلك في نص المادة الثانية الفقرة الأخيرة منه على أنه: <<...كل شخص يقتني بثمن أو مجانًا، منتوجًا[3] أو خدمة، معدين الاستعمال الوسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به...>>، كما عرفه أيضًا بموجب المادة الثالثة الفقرة أولى من القانون 03/09 (2) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: <<كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل او مجانًا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به>>

تبين من خلال هذين المادتين أن التعريفين يتشابهان إلى حد بعيد بحيث يظهر عندما ذكر المشرع الجزائري بأن المستهلك هو: <<...كل شخص...>> هنا أطلق عليه الصفة الاجتماعية، ويختلفان في كون أن المرسوم التنفيذي رقم 39/90 لم يحدد ما إذا كان المستهلك شخصًا طبيعيًا أو معنويًا، فمنه شملت كل المستعملين، إذن المستهلك هو كل من يستعمل منتوج أو خدمة معروضة في السوق سواء المستهلك النهائي أو المستهلك الوسيطي، وبالتالي جمع بين نقيضين لا يجتمعان.

من هذا يتضح أن المشرع تبنى المفهوم الواسع ذلك لإدراجه مصطلح الوسطي ضمن فئة المستهلكين وهو المهني غير المختص الذي يقوم بتصرفات تتعلق بمهنته، ولتجنب الغموض ورفع اللّبس تدارك المشرع الجزائري هذا الموقف بموجب القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته الثالثة الفقرة الأولى، حيث أقر صراحة بإمكانية اعتبار الأشخاص الاعتبارية مستهلكين،

[1] خاوي سعاد، حماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، سنة الجامعية 2019-2020، ص 10 ، نقلاً عن: فيروز بوزيان وجمال الدين بالعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2019/2018، ص 12.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، جمهورية جزائرية، عدد 05، الصادر في 01 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، جريدة رسمية، جمهورية جزائرية، عدد 16، الصادر في 21 أكتوبر 2001.

في إضفاء صفة المستهلك على شخص ينبغي أن تتوفر فيه جملة من المواصفات (أن يكون من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية، فعل الاقتناء، أن يستهلك المنتوج بصفة نهائية، أن يلبي حاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به)، كما بدوره قسم المنتوجات إلى سلع[1] وخدمات[2].

ولقد توافق كل من قانون 03/09 وقانون رقم 02/04[3] المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على اعتبار المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي[4]، هنا تم إضافة طائفة لأشخاص المعنوية عندما تكون تصرفاتها متماثلة لتصرفات الأشخاص الطبيعية فلا يكون في مركز قوة وبالتالي هم بحاجة إلى حماية[5].

وورد تعريف المستهلك الإلكتروني في المادة 06 الفقرة 03 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما يلي: <<المستهلك الإلكتروني، كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بعوض او بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي>>[6] وبالتالي نستنتج من هذا التعريف أن المستهلك الإلكتروني يتطابق مع المستهلك التقليدي، بحيث قد يكون شخصًا طبيعيًا أو معنويًا يقتني المنتوج أو يحصل عليه مجانًا بغرض الاستعمال النهائي، إلا أن المشرع الجزائري اشترط على المستهلك الإلكتروني في كيفية حصوله على المنتوج في مجال معاملات التجارة الإلكترونية أن تكون عن طريق الاستعانة بالاتصالات الإلكترونية.

ثانيا: المورد الإلكتروني

يعرف المورد الإلكتروني بصاحب المبادرة الأولى في العقد الاستهلاكي، ويصطلح عليه كذلك بالعارض، حيث أسفرت التطورات الحديثة للتكنولوجيا والاستخدام الواسع للإنترنت عن هذا النوع

---

[1] السلع تعرف السلعة في المادة 03 الفقرة 18 من القانون 09-03 على أنها: <<كل شيء قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانًا>> كما عرفتها المادة 02 من قانون 06/03 المتعلق بالمعاملات على أنها: <<كل منتوج طبيعي أو تقليدي أو صناعي خاصما كان أو مصنعًا>>

[2] الخدمات: عرفتها المادة 03 الفقرة 17 من القانون 09-03 على أنها: <<كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حق او كان هذا التسليم تابعًا أو مدعمًا للخدمة المقدمة>> ونجد المادة 02 الفقرة (05) من قانون رقم 03-06 المتعلق بالمعاملات على أنها: <<كل أداء له قيمة اقتصادية>>.

[3] القانون 02/04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، العدد 41، المؤرخ في 3 جمادى الأولى عام 1425هـ الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004م، الصادر في 3 جمادى اول عام 1425هـ بتاريخ27يونيوسنة 2004

[4] أشارت المادة 2/3 من القانون 04-02 (المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية) السالف الذكر، أكد أن المستهلك كل شخص طبيعي او معنوي يقتني سلعًا قدمت للبيع ويستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني.

[5] خاوي سعاد، المرجع السابق، ص 12 ، نقلاً عن: بوسماحة الشيخ، حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في أحكام القانون الجزائي، مجلة الخلدونية، العدد 03، ماي 2009، ص 76

[6] القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الاكترونية .

الجديد من المعاملات، فأصبح يقوم على عرض منتجاته للاستهلاك عن بعد تبعًا لقاعدة التجارة الإلكترونية.

وما يجدر الإشارة إليه أنها أصبحت تلقى رواجًا وإقبالاً كثيرًا عليها، نظرًا لما تحمله من مزايا ساعدت الأفراد على الاستهلاك الإلكتروني، وسيتم التطرق إلى التعريف الفقهي ثم إلى التعريف التشريعي.

أ- التعريف الفقهي للمورد الإلكتروني:

تعددت التعاريف حول المورد الإلكتروني، فنجد من يعرفه على أنه: <<كل شخص طبيعي أو معنوي، خاصًا أو عامًا، والذي يظهر في العقد كمهني محترف، فهو الشخص الذي يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني، سواء كان هذا النشاط تجاريًا أم صناعيًا، فيمتلك مكانًا أو محلاً تجاريًا بقصد ممارسة نشاطه، أو يشتري البضاعة بقصد إعادة بيعها>>[1]

كما أن هناك من يعرفه على أنه: <<كل شخص يتصرف على وجه الاعتياد والحرفة في نطاق أنشطته المهنية بغرض تحقيق الربح سواء كان شخص طبيعي أو معنوي أو كان عامًا أو خاصًا>>[2]

ويعرف أيضًا: <<المحترف هو الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يعمل كجزء من نشاطه المعتاد ومنظم لمنتجات أو خدمات التوزيع>>. أما المورد الإلكتروني فهو كل شخص طبيعي، أو معنوي يمارس نشاطًا يتدخل من خلاله في عملية عرض المنتوج للاستهلاك، ويستعين في ذلك بشبكة الانترنت، وعمومًا يمكن القول أن أغلب الفقهاء، يتفقون على أن المورد هو شخص طبيعي أو معنوي خاصًا كان أو عامًا، يقوم بنشاط لصالح مهنته، سواء كان هذا النشاط تجاريًا أو صناعيًا، ويتصرف بشكل عام في إطار نشاطه المهني من أجل تحقيق غايته الأساسية (الربح).

ب- التعريف التشريعي للمورد الإلكتروني:

نجد المشرع الجزائري، فقد سعى جهدًا لفك الغموض واللبس على هذا المصطلح (المتدخل) فعرفه في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بمضان المنتوجات والخدمات بنص المادة 02 فقرة 1 التي

[1] بوخاري سمرة ، المرجع السابق ، ص 17 ، نقلا عن: خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2008، ص 29.

[2] المرجع نفسه ، ص 18 ، نقلا عن : أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مصر، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005، ص79.

ينص فيها على أنها: <<المحترف هو ناتج أو صانع أو وسيط أو حرفي او تاجر أو مستورد، أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض منتوج او خدمة للاستهلاك>>[1]

ما يمكن قوله على تعريف المشرع الجزائري للمحترف، أنه جاء موسعًا لإدراجه العديد من المهنيين كالمنتج والصانع والمستورد، والتاجر ساعيًا إلى تشديد حماية للمستهلك.

كما جاء في المادة 03 فقرة 1 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تعريف المورد، إلا أن اصطلاحه قد اختلف عن المرسوم التنفيذي السابق ذكره، فبعدما كان يعرف بالمحترف، أصبح يطلق عليه مصطلح العون الاقتصادي، ويقصد به: العون الاقتصادي: كل منتج او تاجر او حرفي أو مقدم خدمات أيًا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المحترف العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها[2].

ما يلاحظ على هذا التعريف ان المشرع الجزائري قد حصر العون الاقتصادي في كل من التاجر والحرفي ومقدم الخدمات، واستبعد كل من الصانع والمستورد، والموزع، بخلاف التعريف السابق. بالإضافة إلى صدور القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي اكتفى وفقط في تعريف المورد على نص المادة 03 فقرة 07 التي تنص على أنه: <<المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك>>[3]. مما يلاحظ على هذا التعريف ان المشرع الجزائري اكتفى وفقط في هذا التعريف على تغيير مصطلح المحترف الوارد في المرسوم 90-266 بلفظ (المتدخل)، إضافة إلى التخلي عن تعداد المحترفين الوارد في التعريف، إلا أنه وبصدور القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فقد جاء بصفة صريحة في نص المادة 06 فقرة 04 بتعريف المورد الإلكتروني: <<كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح أو توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية>>

اعتمد المشرع الجزائري تعريفه للموارد ألفاظًا مختلفة، فقد استعمل لفظ المحترف ثم المتدخل وأخيرًا المورد، هذا ما أوقعنا في لبس وغموض المصطلحات، وما تجدر الإشارة إليه أن المشرع في ظل تعريفه للمورد الإلكتروني قد ضيّق من مفهومه، أين حصر صفة المورد على الشخص الذي يقوم

[1] المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، جريدة رسمية، العدد 40، صادرة بتاريخ 19 سبتمبر 1990 (ملغى).
[2] قانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
[3] وضع المنتوج للاستهلاك: مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة، أنظر المادة 03 فقرة 08، القانون رقم 09-03 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

بتسويق أو اقتراح أو توفير السلع أو الخدمات مستغنيًا عن فئات المحترفين التي تدخل في باقي مراحل عملية عرض المنتوج للاستهلاك، كالإنتاج والاستيراد والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة.

وكإضافة لما سبق فإن ممارسة المحترف الإلكتروني لنشاطه تستدعي خضوعه لمجموعة من الشروط كالقيد في السجل التجاري، باعتباره أحد الشروط التي حث عليها قانون التجارة الإلكترونية 18-05 في نص المادة 08 التي تنص على أنه: <<يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

لا يمكن ممارسة التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين، عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني>>.

يستشف من هذه المواد أن القيد في السجل التجاري كإجراء إداري يخضع له جميع فئات التجار، ونشر العنوان الإلكتروني للمحترف على الانترنت.

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية

لقد ورد بشأن التجارة الإلكترونية عدة تعريفات بسبب تعدد الجهات التي أوردت هذه التعريفات، حيث عرفها البعض بأنها: <<عمليات الشراء والبيع التي تدعمها الوسائل الإلكترونية وأساسها الانترنت، حيث تكون الأسواق الإلكترونية في مجال السوق بدلاً من أماكن السوق أين يستخدم البائعون أسواقًا إلكترونية لتقديم منتجاتهم وخدماتهم على خط مفتوح>>[1]

كما عرفتها المنظمة العالمية للتجارة بأنها: <<مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر وسائل إلكترونية>>، ويتضح من هذا التعريف انه يعبر عن مضمون و حقيقة التجارة الإلكترونية، إذ أنه يتفق مع مفهوم الأعمال التجارية في ظل قوانين التجارة الجديدة، وهي العملية التي تتم بوسائل إلكترونية.

[1] بوحزمة كوثر، (الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري)، المجلد 03، العدد 2، مجلة ضياء للدراسات القانونية، دار بيضاء، سنة 2021، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، ص97.

أما المشرع الجزائري عرفها من خلال المادة 6 الفقرة الأولى من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما يلي: <<التجارة الإلكترونية النشاط الذي يقوم بموجبه المورد الإلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية>>، يتضح من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري أعطى تعريف واضح للتجارة الإلكترونية، من خلال تحديد عناصرها والمتمثلة في صدور النشاط من قبل مورد إلكتروني يتضمن موضوعه سلع وخدمات أن يكون موجه للمستهلك الإلكتروني وعند بعد، أن يتم من خلال الاتصالات الإلكترونية، كما حدد أطراف العلاقة في التجارة الإلكترونية وهما المورد الإلكتروني من جهة والمستهلك الإلكتروني من جهة أخرى كما تفصلنا سابقًا.

الفرع الأول: التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

لقد نظمت أغلب التشريعات الأجنبية والعربية التجارة الإلكترونية بما يتناسب مع التطور الحاصل في هذا المجال ففي فرنسا عرف التقرير المقدم من مجموعة العمل المشكلة برئاسة السيد لورنتز في عام 1998 لوزير الاقتصاد الفرنسي التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة>>

وعرفها المشرع الفرنسي أيضًا في قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي 575/2004 في نص المادة 1/14 منه بأنها كل نشاط اقتصادي يعرض بموجبه شخصًا أو يضمن عن بعض وبطريقة إلكترونية تأدية خدمة أو سلعة>>[1]

ويعد التعريف الأول موسعًا للتجارة الإلكترونية حيث ينصرف من ناحية أولى إلى المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية تشمل الأنشطة البنكية باعتبارها تساهم في إبرام المعاملات التجارية المتعلقة بالمعدات والمنتجات وأيضًا تشمل الخدمات مثل خدمات المعلومات والخدمات المالية والقانونية[2]، ومن ناحية ثانية ينصرف هذا التعريف ليشمل علاقات المشروعات والأفراد –أي الشركات والأفراد، فالفرد قد يطلب سلعة معينة أو يطلب خدمة هو بحاجة إليها، وتوجد المشروعات القادرة على تلبية هذه الاحتياجات له من خلال التسوق الإلكتروني عبر التجارة الإلكترونية.

[1] المادة 14 فقرة الاولى من قانون 02/04 ،يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

[2] عبد الرحمن العيشي، آليات التجارة الإلكترونية وأثرها في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثالث عشر، بدون تاريخ العدد ص156.

كما ينصرف هذا التعريف ليشمل ما بين هذه المشروعات وجه الإدارة، إذ تستطيع هذه الأخيرة أن تتعاقد عن طريق إلكتروني سواء من حيث التسوق أو التجارة[1].

أولا: تعريف الهيئات الدولية للتجارة الإلكترونية

اكتفى قانون الأونيسترال النموذجي الصادر عن الأمم المتحدة بتاريخ 1996/12/16 في مادته الأولى بالإشارة إلى أن هذا القانون يطبق على أي نوع من المعلومات تكون في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية[2].

أما منظمة التجارة العالمية WTO فعرفت التجارة الإلكترونية بأنها: <<مجموعة متكاملة من عمليات التسويق والإنتاج والتوزيع والبيع للسلع والخدمات والأفكار باستخدام الوسائل عبر شبكة الانترنت>>[3]

كما أشير أيضًا إلى تعريف التجارة الإلكترونية من خلال التوجه الصادر عبر البرلمان الأوروبي رقم 31/2000 جوان سنة 2000 بشأن بعض الجوانب القانونية لخدمات شركات المعلومات، بصفة خاصة التجارة الإلكترونية في السوق المحلية وهو ما يطلق عليه "توجيه التجارة الإلكترونية"، فقد عرف في مادته الثانية، الاتصال التجاري بأنه: <<كل شكل من أشكال الاتصال يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط التجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة>>[4]

الفرع الثاني: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة جدًا في عالم المال والأعمال، ونظرًا لذلك لقد ظهرت عدة تعريفات فقهية لها.

ومن التعريفات المتداولة لهذه الظاهرة أنها <<ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات>>[5] ويعرفها آخرون بانها <<أداة العملية

---

[1] عبد الرحمن العيشي، المرجع السابق، ص 156.

[2] رباحي أحمد، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية والقانونية، ع10، جوان 2013، ص 98.

[3] World trade orrganisation.

[4] المرجع نفسه، ص 98.

[5] بكوش تقي الدين، بن يحيى عبد الغني، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون خاص للأعمال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017-2018. ص 14 ، نقلا عن: العبدلي عابد، التجارة الإلكترونية وأبعادها الإلكترونية في الدول الإسلامية، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصادي الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص6.

التجارية بين الشركات التجارية باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة>>، في حين يعرفها جانب من الفقه بأنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض وبين المشروعات والأفراد، وبين المشروعات والإدارة .

وما يلاحظ على جملة التعريفات بأنها جاءت عامة تستوعب جميع اشكال المبادلات والمعاملات التجارية دون أن ننسى أو ننقص أي شكل منها، مما يجعلها تستجيب لمتطلبات التطور الذي يشهد هذا النوع من المعاملات.

ثانيا: تعريف التشريعات الوطنية للتجارة الإلكترونية

قليلة هي التشريعات الوطنية التي عرفة التجارة الإلكترونية، وهذا نظرًا لحداثة هذا الأسلوب من المعاملات التجارية، وبذلك سأورد بعض التعريفات التشريعية المقارنة حيث عرف المشرّع التونسي التجارة الإلكترونية في الفصل الثاني من قانون المبادلات التجارية رقم 03 لسنة 2000 الصادر في 2000/08/09 بأنها العمليات التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية[1]، كما جاء في قانون إمارة دبي لمعاملات التجارية الإلكترونية رقم 2 لسنة 2002 في مادته الثانية، بأنها المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية[2].

وعرفها المشرع الفرنسي في قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي رقم 575/2004 في نص المادة 1/14 منه بأنها: <<كل نشاط اقتصادي يعرض بموجبه شخص أو يضمن عن بعد وبطريقة إلكترونية تأدية خدمة أو سلعة>>[3] ومن خلال هذه التعريفات نستخلص أنها تتفق في مجملها بأن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن تبادل للسلع باستعمال الوسائل الإلكترونية.

جانب آخر من الفقه أن التجارة الإلكترونية هي التجارة التي تتم من خلال الانترنت وفريق آخر يرى بأنها التجارة التي تتم من خلال أي وسيط إلكتروني سواء تمثل ذلك على الانترنت أو أي وسيط إلكتروني آخر[4].

---

[1] رباحي أحمد، المرجع السابق، ص 97.
[2] المرجع نفسه، ص 97.
[3] المادة 14 فقرة الاولى من قانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
[4] بكوش تقي الدين، بن يحيى عبد الغني، المرجع السابق، ص 15 ، نقلا عن :واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل درجة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 20.

ويعرفها آخرون بأنها بيع وشراء السلع على شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، ولا يقتصر مفهوم السلع على البضائع، بل يشمل على الخدمات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر أيضًا[1].

وجانب آخر من الفقه يعرف التجارة الإلكترونية بأنها تلك التجارة التي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، وهي تقديم خدمات الانترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات، أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات، وعن طريقه يتم شراء السلع عبر الشبكة ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني.

وعلى الرغم من عدم استقرار الفقه على تعريف محدد للتجارة الإلكترونية باعتبارها نشاط يقوم على وسائط إلكترونية دائمة التطور والتجديد، فإن ما يستخلص من مختلف هذه التعريفات أن التجارة الإلكترونية وبشكل عام تشمل ثلاثة أنواع من الأنشطة:

الأول: خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه من خدمات الربط من خدمات ذات مستوى تقني ومثالها الواضح، الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الانترنت[2].

الثاني: استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي)[3].

ومن أبرز تعريفات التجارة الإلكترونية كذلك أنها تلك الأعمال التجارية التي تبرم وتتم بطريقة إلكترونية سواء كانت التعاملات التجارية تحدث بين طرفي العملية التجارية أو بين الشركة وعملائها.

الفرع الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية كأهم اختراعات العصر، والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لا يمكن تحقيقها بالطرق التقليدية، وهذا راجع إلى عدة خصائص تميزها، تتمثل فيما يلي:

---

[1] عدنان الحسيني وعبد القادر الكاملي، التجارة الإلكترونية على الخط www.ditnet.co.ae/ecomerce/stud.htm تاريخ الاطلاع عليه يوم ، 20-10-2013 ،على الساعة 20:30.

[2] Internet services provides (isp) هو موفر خدمة الانترنت وهي شركة توفر ذلك عن طريق استخدام خطوط اتصالات عالية السرعة وتجهيزات أخرى https://ar.wikipidia.org 2022/05/02.

[3] مصطفى هيشور، النظام القانوني للتجارة الإلكتروني في التشريع الجزائري والمقارن أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2017، ص 38.

أولا: انخفاض التكلفة

فمقاييس التجارة الإلكترونية تخفض تكلفة الدخول إلى أسواق المنتجات بشتى أشكالها، بينما مقاييس التجارة التقليدية خاضعة لسياسات الدول وتكلفة دخول أسواق تلك الدول تختلف من دولة إلى أخرى.

ثانيا: التداول العالمي

تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها تخطي حدود الدول والوصول إلى أي مكان بالعالم وبضغطة زر بسيطة على الكمبيوتر، ودون تكلفة تذكر، فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية، خاصة أن شبكة الانترنت تم ربط جميع دول العالم بها تقريبًا[1].

ثالثا: التواصل

تعد التجارة الإلكترونية آلية تواصل ذات فاعلية عالية جدًا، من منطق أنها وسيلة اتصال ذات اتجاهين بين العميل والتاجر، فالتجارة الإلكترونية ومن منطلق تمكنها من الوصول لجميع المستهلكين وفي شتى أنحاء العالم تزود المستهلك بمعلومات كثيرة، بواسطة استخدام الشركات لجميع وسائط التكنولوجيا الرقمية، كالوسائط المسموعة والمقروءة والمرئية، بينما في التجارة التقليدية كانت آلية تزويد المعلومة تعتمد وبشكل رئيسي على مقابلة المستهلك وجهًا لوجه.

رابعًا: الاستهداف الشخصي

من منطلق أن هدف التجارة الإلكترونية يتمحور حول كسب العميل من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه، لتلبية متطلباته وإشباع رغباته من أجل المحافظة عليه، حيث تمكن المسوق للمنتج من استهداف فئة معينة من الأفراد من خلال تعديل الإعلانات عبر الشبكة وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب إطلاعه على المنتج كتحديد العمر والجنس وطبيعة عمله، او أي امور أخرى يراها المسوق ضرورية.

خامسًا: خاصية تحرير التجارة من عنصري الزمان والمكان

تفترض التجارة التقليدية أن تكون في مكان وزمان محددين يلتقي فيهما المتعاقدون لإبرام تصرفاتهم القانونية، وهو ما يسمى بالسوق، فهو بالمكان العادي الذي يلتقي فيه أطراف العقد، أما

[1] خميخم محمد، (الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية) (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية 2017/2016، ص 11

التجارة الإلكترونية فإنها تتصف "بكلية الوجود" التي تعني انها متاحة في كل مكان وهي في جميع الأوقات، في تحرر لسوق من مجرد كونه مكانًا ماديًا، إذ يسمح للزبون بالتسوق من منزله أو موقع عمله، بل حتى من سيارته باستخدام التجارة عبر الهاتف النقال[1].

سادسًا: خاصية الوصول العالمي

تتمثل هذه الخاصية في العدد الكبير من المتعاملين الذي يمكن للتجارة الإلكترونية استقطابهم والحصول عليهم، إذ تتيح تكنولوجيا التجارة الإلكترونية إمكانية تجاوز الحدود الدولية إلى أبعد ما يكون وبطريقة فاعلة جدًا بالمقارنة مع التجارة التقليدية، وهذا راجع إلى المعايير التقنية للإنترنت، للتعامل مع تطبيقات التجارة الإلكترونية تتصف بالعالمين حيث انها تكون مشتركة بين جميع الدول، كما أن هذه المعايير العالمية تسهم في تقليص تكلفة البحث عن المنتجات بالنسبة للزبائن، ومن ذلك إيجاد سوق عالمي والذي يتم فيه عرض لأسعار وأوصاف المنتجات للجميع يصبح بإمكان المستهلك معرفة الأسعار بسهولة وبطريقة سريعة، كما يمكنه إتمام الصفقة التجارية بشكل كامل، بدءًا من التفاوض ثم التعاقد إلى دفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيًا دون تبادل المستندات الورقية على الإطلاق[2].

سابعًا: غياب الوثائق الورقية في المعاملات التجارية

تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم وجود أي وثيقة ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات إلكترونيًا وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع المعاملات اللاورقية وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء نزاع فيها، وبالتالي فإن ذلك يفتح الباب أمام قضية الإثبات القانوني وأثرها على نمو التجارة الإلكترونية[3].

ثامنا– عدم الكشف عن هوية المتعاملين

إنّ تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأموال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بي بعضهم البعض فقد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة أو تقديم بطاقات ائتمان مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل

[1] عبد الرحمن العيشي، المرجع السابق ، ص 161.
[2] هشام فخار، (الحماية الجزائرية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية)، مداخلة مقدمة في فعاليات الملتقى الوطني الموسوم بـ: "الحماية الجزائية للمعاملات الإلكترونية"، المنعقد بجامعة لونيسي علي، البليدة 02،الصفحة 6 .
[3] بكوش تقي الدين، المرجع السابق، ص 21.

وهذا ما يثير مسالة الخصوصية وسرية المعلومات لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الأمان والموثوقية في التعاملات التجارية عبر الانترنت[1].

تاسعا- الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية

إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي، فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية فأي نشاط تجاري يقدم سلعًا أو خدمات على الانترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة، بإمكانية التغلل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله، ولكن ما يعيب الخاصية أنه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط ، اي السلع غير العادية فإنه يصعب فرض الضّرائب الجمركية عليها[2].

عاشرا- السرعة في إنجاز العمليات التجارية

تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة للكثير من الصفقات، ومن ثم فهي تختزل عنهم الوقت،فقد اعتدنا ان نذكر عند التفرقة بين التجارة المحلية والدولية عاملي المسافة والوقت . والواقع أن التجارة الإلكترونية الدولية جاءت لتختزل هذين العاملين أذ هي تختزل الحدود وتتم في وقت قصير للغاية وإضافة إلى ذلك فهي توفر المال.

وبهذا ألغت المسافات والحدود، فهي تسمح للمنتجين فرص عرض كل منتجاتهم وتتيح للمستهلكين والعملاء فرصًا سهلة وسريعة للحصول على السلع والخدمات المعروضة أمامهم[3].

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية

يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني، يتقابل فيه الموردون والمستهلكون والوسطاء، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية، وتختلف أشكال التجارة الإلكترونية نظرًا لأطراف العلاقة التجارية، ويمكن تقسيمها وذلك في الفروع الآتية:

[1] صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، جامعة وهران، الجزائر، 2013-2014، ص 21.
[2] المرجع نفسه، ص 20.
[3] لشهب حورية، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية –دراسة مقارنة- مجلة العلوم الإنسانية، العدد 23، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 35.

الفرع الأول: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى

ويرمز لها بالرمز (B2B) تستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسة أعمال مع بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبيات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات، وتكنولوجيات المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير، والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة، باستعمال هذه التكنولوجيا، وهذا الشكل من التجارة شيوعًا في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي، ومن أبرز صور تقنيات هذا النوع من التجارة:

1- التسويق الإلكتروني: الذي يوفر آليات بحث قوية وسريعة تستخدمها الشركات بغرض مقارنة السلع المعروضة بين الموردين المختلفين من أجل العثور على المورد المناسب.

2- التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI): وتبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد اختيار المورد المناسب والاتفاق معه على شروط وترتيبات التوريدات، من خلال تبادل البيانات وإرسال طلبات التوريد.

3- التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة: ويوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة في الشركات المتعددة الجنسيات التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع والخدمات وبين الأقسام أو الفروع المختلفة[1].

التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلكين: ويرمز إليها بالرمز (B2C) بظهور التسوق على الانترنت أو ما يسمى بالمراكز التجارية على الانترنت، أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان أو المصارف الإلكترونية، أو عن طريق النقود عند استلام السلعة.

الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين الحكومة ووحدات الأعمال والعملاء

يرمز لها بالرمز (G2B) وهي تتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات والحكومة وكذلك بين الأفراد والإدارات الحكومية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة شبكة الانترنت، وهي تمثل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملة على الانترنت بحيث تستطيع الشركات وكذلك الأفراد من الاطلاع عليها والقيام بإجراء معاملة إلكترونية دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي، بالإضافة إلى ما سبق، هناك ما يعرف بالمعاملات بين الحكومات، والمواطنين ويرمز لها بالرمز (G2C) هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير

[1] مشتي أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية، والسياسية (جامعة البليدة-2- العفرون)، العدد 13، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، -1-، ص 244.

موسع وهو ينظم العديد من الأنشطة، إلا أنها تعتمد بشكل أساسي على تقديم خدمة للمواطنين، ويصعب اعتبارها من أشكال التجارة الإلكترونية، من أهمها إصدار التراخيص وتبادل المعلومات وخدمات التعليم عن بعد، وما يمكن الإشارة إليه في هذا الشكل، هو أن العلاقة بين الحكومة والمواطنين في التعامل الإلكتروني، لا تندرج ضمن الربحية التي هي هدف العمل التجاري، وإنما تتخذ شكل الخدمة العامة.

ولكن هذا لا يمنع الحكومة (الإدارة المالية أو مؤسسات أو شركات تابعة لها) من أن تمارس أعمالا تجارية إلكترونية، وحينئذ لا ينطبق المصطلح من حكومة إلى مستهلك، لأن الحكومة تتعامل مع المستهلك، أو مع مستثمر آخر، بوصفها كحكومة كما تمت الإشارة إليه، وإنما كشخص عادي وحينئذ تدخل في الأنماط السابق ذكرها[1].

الفرع الثالث: التجارة بين شركات الأعمال والمستهلكين

يوجد على شبكة الانترنت العالمية مواقع للتجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال والمستهلك مهمتها تقديم كافة أنواع السلع والخدمات من خلال استعراضها للبيع والشراء، كما تستخدم في ذلك بطاقات الاتمان من أجل تمام عمليات البيع والشراء، حيث يعتبر استخدام بطاقات الائتمان من أكثر عمليات الدفع شيوعًا واستخدامًا بين المستهلك وشركة الأعمال، بالإضافة لوسائل دفع أخرى كالشيكات والإلكترونية والدفع النقدي عند التسليم، ويتم التعامل في هذه الفئة مباشرة بين الشركة مع المستهلكين وتسمى بالتجارة بالتجزئة الإلكترونية[2].

[1] مشتي أمال ، المرجع السابق، ص 244-245.

[2] لكحل شهرزاد، (أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني)، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس، بريكة، العدد 03، جوان 2019، جامعة باتنة 01، ص 107.

المبحث الثاني: مبررات الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تعددت رغبات المستهلك الإلكتروني، فنجد سلع وخدمات ضرورية وأخرى كمالية على حد سواء والتي تقدم عبر شبكة الانترنت من مواد مختلفة، السياحية، المصرفية، التأمين، وبيع تذاكر الطيران والسكك الحديدية، والحجز في الفنادق وبرامج الحاسب الآلي وغيرها تدفعه إلى الإقبال عليها وإبرام عقد التصرفات من خلال شبكة الانترنت، وغالبا ما قد يفقد المستهلك إلى الخبرة والدراية الكافية والمعرفة في مجال تقنية تكنولوجيا المعلومات –لاسيما شبكة الانترنت- الأمر الذي يدفعه إلى الدخول في علاقات من خلال مواقع إلكترونية وهمية وبالتالي تعرضه إلى النصب والاحتيال والخداع خاصة، كما صنفته كل التشريعات باعتباره الحلقة الأضعف في هذه المعادلة وأنه الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت[1].

في المطلب الأول سنتطرق إلى مبررات الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني متفرع إلى ثلاثة فروع الفرع الأول التطور الحديث في شبكة الانترنت والفرع الثاني حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية، أما الفرع الثالث تحت عنوان افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني، أما المطلب الثاني المعنون بالإعلانات التجارية وقواعد حماية المستهلك الإلكتروني متفرع إلى قسمين، الفرع الأول الإعلانات التجارية الإلكترونية، أما الفرع الثاني، فجاء تحت عنوان قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية.

المطلب الأول: مبررات حماية المستهلك من المنظور التقني

من المعروف أيضًا أن المستهلك هو الطرف الأضعف في المعادلة الاقتصادية، وبالتالي كان لابد من تمكينه من الحصول على الفائدة المثلى من موارده المالية وحمايته من كل ما من شأنه الإضرار بمصالحه الاقتصادية، التي تتأثر بشكل مباشر عند تخلف أي عنصر من عناصر السلعة المراد حيازتها والانتفاع بها بشكل يوازي الثمن الذي قام بدفعه خلال القيام بهذا التصرف كمقابل لها، وهناك أسباب تدعو أيضًا إلى حماية إرادة المستهلك من أية ضغوط قد تمارس عليه، وتدفعه إلى التعاقد من دون توافر رغبة حقيقية لديه للتعاقد وتدفعه إلى شراء السلعة أو الخدمة من دون أن يكون بحاجة فعليه لها، كالضغوط التي تمارس من خلال الإعلانات التجارية سواء تلك التي تتم بصورة تقليدية أو عبر شبكة الانترنت، وبما تحتويه من وسائل حث وتدفعه إلى التعاقد وأساليب الإغراء والمبالغات التي تحتويها

[1] بوكار محمد عبد الله، سلامة محمد، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، جامعة أحمد زاية، أدرار، الجزائر، 2017-2018 ، ص 29 ، نقلا عن: طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة، قسم القانون التجاري كلية الحقوق، مجلة الجامعة العربية الأمريكية، من دون سنة نشر، ص 68-69.

تلك الإعلانات، هذه الأسباب وغيرها هي التي دعت مختلف التشريعات المقارنة إلى وضع نصوص قانونية تهدف إلى حماية المستهلك سواء التقليدي أو الإلكتروني الذي هو موضوع بحثنا هذا باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية[1].

الفرع الأول: المنظور الحديث في شبكة الانترنت

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة في أواخر الثمانينات زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة، وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركاتها، ففي أوائل التسعينيات ظهر ما يسمى بشبكة الانترنت، وظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة[2].

ولذلك فإن شبكة الانترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معًا بشبكة الانترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة. ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعًا علميًا يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية[3]، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية مما ينبغي أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك، ويتمثل ذلك في قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية أو الالتقاء مع المزود من مجلس عقدي تقليدي.

الفرع الثاني: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية

يؤدي افتقار المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية جعله عاجزًا عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الانترنت والمقصود عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الانترنت بسبب قلة الحاجة لهذه المواقع، ولكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة، بحيث أخذت تحتوي على

[1] بوكار محمد عبد الله ،سلامة محمد، المرجع السابق ، ص 30 ، نقلا عن: طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت، المرجع نفسه، ص 68-69.

[2] عبد الله ذيب ،عبد الله محمود، المرجع السابق ، ص 21 ، نقلا عن :عبد العال طارق ،تجارة الكترونية- المفاهيم- التجارب-التحديات-الابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية،ط1 ،مصر ،دار جامعة 2003 ،ص36

[3] المرجع نفسه، ص 23 ،نقلا عن: شاهين بهاء، الانترنت والعولمة، الطبعة الأولى، مصر، عالم الكتاب، 1999، ص 46.

العديد من الأشكال والأنواع منها: الخدمات العقارية والسياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة، فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي هذا السياق فإنه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة في شبكة الانترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين , ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح[1].

الفرع الثالث: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني

تعتبر شبكة الانترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فهذه الشبكة تمثل حالة عرض لكافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواعا متباينة عن المنتجات والخدمات للمستهلك، والتعاقد معه من خلالها[2].

فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدوها وهنا يجب ان نفرق بين ما يسمى اعلام المستهلك والذي هو من حقوق المستهلك وهو ما سأتناوله في الفصول القادمة وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الإنترنت، وهي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت.

فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الانترنت بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة[3]، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة، بالإضافة إلى ما سبق فإن عدم معرفته بشبكة الانترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قراصنة الانترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

---

[1] محمد عساف، محمد السلامات، (الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية)، المجلة القانونية، مجلة متخصصة في الدراسات والبحوث القانونية، ص 2014.

[2] عبد الله ذيب، عبد الله محمود، ، المرجع السابق، ص 24 ، نقلا عن: بدر أسامة، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، مصر، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2005، ص 108

[3] المرجع نفسه، ص 24 ، نقلا عن: مومني بشار طلال، مشكلات التعاقد عبر الانترنت، الطبعة الأولى، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2003، ص 16، وما بعدها.

المطلب الثاني: الإعلانات التجارية وقواعد حماية المستهلك الإلكتروني

الفرع الأول: الإعلانات التجارية الإلكترونية

لقد تعددت واختلفت تعريفات الإعلان التجاري الإلكتروني الذي ما هو إلا تحصيل حاصل انبسق عقد تولد عنه اتفاق وقع بين طرفي العلاقة التعاقدية، هما صاحب المنتوج وكالة الإشهار او الإعلان، كما يمكن أن نستنتج من جملة التعاريف هذا المفهوم (الإعلان الإلكتروني) أنه كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين، بهدف إقناعهم بمزايا السلعة أو الخدمة وما يمكن أن تحققه من فوائد بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة في هذا الإعلان، سواء كانت هذه الوسيلة من خلال شبكة الانترنت وهي محل الدراسة أو غيرها من الوسائط الإلكترونية الأخرى كالهاتف المحمول والتجهيزات الذكية[1].

وقد اشارت المادة الثالثة الفقرة الثالثة من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المحدد لقواعد الممارسات التجارية إلى تعريف الإشهار بعنوان –إشهار- على أنه: <<كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة>>[2].

الفرع الثاني: قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية

تقوم قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية على ثلاث قواعد أساسية، أولها تتعلق باشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني، وثانيها تتمثل في منع الإعلان الإلكتروني المضلل، أمّا الثالثة فتتحدث عن الرقابة على الإعلانات المقارنة[3].

أولا: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

إنّ شرط الإعلان الإلكتروني، يعني أن يتضمن إعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة محل التعاقد أو التي من شأنها أن تخلق لدى المستهلك تفكير واع متبصر، يعمل على تكوين إرادة واعية – مستنيرة لديه- تجعله يوافق على التعاقد وهو مدرك لما يستقبل عليه وهو ما اشترطه المشرع الفرنسي في المادة 43-2 من القانون الصادر في 30 سبتمبر 1986 المتعلق بحرية الاتصال، وكذا المادة 10

[1] بوكار محمد عبد الله، سلامة محمد، المرجع السابق ، ص 32 ، نقلا عن: بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، ص 9.

[2] المادة الثالثة الفقرة الثالثة من القانون رقم 04-02 ، المحدد لقواعد الممارسات التجارية.

[3] بوكار محمد عبد الله، سلامة محمد، المرجع السابق، ص 32 ، نقلا عن: بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، ص 11.

الفقرة الثانية من القانون الصادر في أوت 1986 المتعلق بإصلاح النظام القانوني للصحافة، حيث أوجب أن تكون الدعاية الإلكترونية واضحة وغير غامضة ودون أي لبس أو غموض.

من جانب آخر أصدر الاتحاد الأوروبي عدة توجيهات أرست دعائم الالتزام بالإعلام السّابق على التعاقد من أجل حماية المستهلك، فقد جاء في المادة الرابعة من التوجيه الأوروبي الصادر في مايو 1997، إلزام البائع بتقديم معلومات قبل إبرام العقد وأن تتلازم مع لغة المستهلك الوطنية على أن تكون مفهومة .[1]

أما المشرع الجزائري وبالرغم من عدم نصه صراحة على وضوح الإعلان الإلكتروني، إلاّ أنه يمكن لنا أن نستنتج من نص المادة 5 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمادة 18 من قانون حماية المستهلك الجزائري، وقمع الغش، على أن يكون الإعلام في مرحلة التفاوض أي ما قبل التعاقد مفهومًا ومقروءًا ومتعذّرًا محوه، واشترط استعمال اللغة العربية أساسًا في ذلك، هذا ما يمكن تطبيقه على الإعلانات الإلكترونية، باعتبار ان المشرّع الجزائري أخذ بمبدأ حرية الاختيار في وسائل الاتصال المستعملة لهذا الغرض[2].

فنستخلص مما سبق أن الإلزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد لابد أن يكون واضحًا وغير غامض، وذلك عن طريق إدلاء المهني أو المورد بكافة المعلومات والبيانات التي على أساسها يستطيع المستهلك أن يتدبر أمره بالقبول أو الرفض، فيصدر رضاه سليما وغير معيب.

ثانيا: منع الإعلان الإلكتروني المضلل

يعد الإعلان التجاري عامل تسويق وأداة إعلام للجمهور بالمنتجات والخدمات ومظهر من مظاهر المنافسة المشروعة، وحتى يؤدي الإشهار وظيفته لابد أن تقتصر الرسالة الإشهارية على سرد خصائص السلع والخدمات بكل موضوعية بعيدًا عن كل ما هو ذاتي وخيالي، وتجنب المبالغة والمغالاة ليتمكن المستهلك من اختيار ما يناسبه من سلع وخدمات بكل وعي وثقة منه، إلا أنه يمكن أن يحتوي على تضليل ونوع من أنواع الخداع فيصبح بذلك إعلانًا مضلّلاً وغير مشروع[3].

---

[1] بوكار محمد عبد الله ، سلامة محمد، المرجع السابق ، ص 34 ، نقلاعن: بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الالكتروني، ص 12-13 (عبر شبكة الانترنت).

[2] القانون رقم 10-06 المؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق لـ 5 غشت سنة 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 ، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[3] بوكار محمد عبد الله ،سلامة محمد، المرجع السابق، ص 34.

وقد حدد أهل التفسير في القانون مفهوم الإعلان التجاري المضلل بأنه: <<الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، كما عرف أيضًا بأنه: <<الإعلان المتضمن معلومات تهدف إلى الوقوع في غلط وخداع فيما يتعلق بعناصر لها صلة بالمنتوج وأوصاف جوهرية للمنتج>>[1].

أما المشرع الجزائري فقد نص في المادة 28 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، على منع كل إشهار تضليلي لاسيما إذا تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات، يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج او خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته أي أنه أخذ بما سماه بالإشهار التضليلي الذي يوقع المستهلك في خلط أو خداع، وذلك عند تقديم المزود أو البائع معلومات خاطئة، عن السلعة أو الخدمة وما يتعلق بها من عناصر وأوصاف جوهرية، فبالرغم من عدم نصّه في الإعلان الإلكتروني وهو ما اقتدى به المشرع المصري، إلاّ أنه لابد على المشرع الجزائري أن يأخذ الأمر بجدية ومسؤولية أكبر خاصة النصوص القانونية التقليدية أصبحت غير قادرة على الوقوف أمام أساليب التضليل الإلكتروني[2].

ثالثا: الرقابة على الإعلانات المقارنة

تعتبر الإعلانات التجارية الإلكترونية إعلانات تاجرية مضللة وغير مشروعة، حسب القوانين الموحدة والمقارنة، اذ أدت إلى وقوع المستهلك في خلط او لبس. ذلك أنه إذا استهدف تغليط المستهلك من أجل دفعه إلى التعاقد بمعلومات وشروط مغلوطة ، أمّا إذا ما استهدف التضليل في اعلان قيمة السلع أو الخدمات التجارية المنافسة فإنه يعتبر إعلانًا مقارنًا، هدفه تشويه منتجات المنافسين والتقليل من قيمتها، إضافة إلى إيقاع المستهلك في لبس[3].

حيث ان هذه الرقابة على الإعلانات تكون داخلية داخل الوطن الواحد وقد تكون خارجية بين مستهلك في دولة ومورد أو منتج في دولة أخرى استبعادا والتمويه في الإعلانات.

[1] بوكار محمد عبد الله، سلامة محمد ،مرجع نفسه، ص 34 ، نقلا عن: بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، ص 13.
[2] ، المرجع نفسه، ص 35 ،نقلا عن: بوزكري انتصار، ص 15.
[3] المرجع نفسه، ص 35 ، نقلا عن: بوزكري انتصار، الحماية المدنية في عقد البيع الإلكتروني، ص 15-16

وقد أشار المشرع الفرنسي لهذا النوع من الإعلانات غير المشروعة إضافة إلى التوجيه الأوروبي الصادر في 6 أكتوبر 1997 حيث تم تحديد مفهومه بأنه كل إعلان يؤدي صراحة أو ضمنيًا إلى التعرف على سلعة أو خدمات منافس آخر>>.[1]

حيث تعددت آراء التشريعات المختلفة بخصوص الإعلان المقارن فمنها من نظرت إلى إجازته أو اعتباره مفيدًا للمستهلك كونه يمثل جانبًا من جوانب حماية المستهلك ورعايته، إذا ما تعلق الأمر بحقه في الحصول على معلومات بطريقة موضوعية سليمة ومتى كان الإعلان بطريقة صحيحة خالية من الغش، كما أشار إلى ذلك القانون الأمريكي والقانون الهولندي والقانون السويسري، ومنها من أجازته في ظل شروط محدّدة لتحقيقه كما جاء في القانون الفرنسي[2].

[1] بوكار محمد عبد الله ،سلامة محمد ، المرجع السابق، ص 35.
[2] المرجع نفسه، ص 35.

الفصل الثاني:

أوجه الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تمهيد:

لقد احاط المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني بحماية اجرائية من مختلف الجرائم سواء العامة منه او الخاصة التي قد تشكل خطورة على مصالحه المادية او المعنوية ، فأناط بهذا الدور الوقائي لأعوان الضبطية القضائية والاعوان الاخرين المرخص لهم بموجب نصوص خاصة ،واعوان قمع الغش المنصوص عليهم في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،كما منح المشرع الجزائري للقضاء صلاحية متابعة الجرائم الواقعة على المستهلك باعتباره صاحب الاختصاص في متابعة جميع مخالفات القانون كأصل عام ،وفق اجراءات قانونية بدءا من تحريك الدعوى العمومية مرورا بمحاضر الضبطية القضائية وانتهاء بمرحلة التحقيق ،وهذا ما سنتناوله بالتفصيل.

المبحث الأول: الحماية الجزائية الموضوعية للمستهلك الإلكتروني

نظرا بجميع المتدخلين وعدم الالتزام بما هو مقرر عليهم قانونا ذلك يؤدي إلى الإلحاق بأضرار بالغة الخطورة نتيجة عرضهم لمنتوجات معينة ولا تتوفر على أدنى متطلبات الصحة والسلامة مهددة بذلك لحياة المستهلك وأموالهم حيث لو علم المستهلك بمثل هذه الأضرار لما أقدم على اقتنائها ولكونه لا يملك القدرة ولا المعرفة حول خبايا هذه المنتوجات ذلك يجعل المستهلك في مركز ضعف مقارنة بالمتدخل، مما فتح ذلك المجال للمتدخلين للجوء لاستخدام طرق احتيالية ووسائل خداع لإقناع المستهلك بإقتناء المنتوجات وكذلك اللجوء إلى الغش في المنتوجات وتغيير هويتها الحقيقية بغية كسب الربح غير المشروع على حساب مصالح المستهلكين فكل هذه العوامل أدت إلى ضرورة إيجاد وسائل قانونية ملائمة لقمع مثل هذه التصرفات وحماية المستهلك في صحته، وسلامته وفي مصالحه المادية والمعنوية على المخاطر التي قد تنتج عن هذه المنتوجات المخالفة للقواعد القانونية وكذا حمايته من كل أشكال الخداع والغش، مما جعل المشرع يتدخل في جميع مراحل عرض المنتوجات للاستهلاك وتكريس ضمانات لحماية المستهلك واتخاذ إجراءات قمعية ضد كل متدخل يخالف القواعد المقررة ذلك عبر القانون رقم 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هو يتصف بالطابع الوقائي والردعي.

وكذا حماية المستهلك من الجرائم الماسة بالمستهلك الإلكتروني المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية 18 / 05 منها جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني وغيرها من جرائم وهذا ما سنتفصل فيه بالتفصيل من خلال هذا المبحث فسنتناول في المطلب الأول جل الجرائم المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09 / 03 وفي المطلب الثاني الجرائم الخاصة المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية 18 / 05.

المطلب الأول: الجرائم العامة المنصوص عليها في قانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

يتعرض المستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية العديد من المخاطر، والتي قد يكون مصدرها التاجر عندما يتسم سلوكه بالغش والتحايل والخداع، وقد يقع الخطر منه أو من الغير لذلك أوجب القانون حماية المستهلك الذي يعتبر الطرف الضعيف، ولهذا ارتأينا التعرض إلى بعض الجرائم التي يقع فيها مستهلك من خلال تطرق إلى أركانها والعقوبات المقررة لها.

الفرع الأول: جريمة الغش

نصت المادة431 قانون العقوبات على الجريمة التدليس في المواد الغذائية حاليا وهي منقولة عن المادة 03 من قانون 1905 في فرنسا، التي أصبحت تشكل حاليا المادة 213/ 3 قانون المستهلك.

- **تعريف الغش:**

يعرف بعض الفقهاء الغش بأنه " كل فعل عمدي إيجابي ينص على سلعة معينة أو خدمة ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو في أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها، أو فائدتها، أو ثمنها شرط عدم علم المتعامل لأخويه، أو هو كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة وخواص أو فائدة المواد التي دخل عليها فعل الفاعل "[1].

حصر المشرع الجزائري بمقتضى المادة 70 من قانون رقم 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لأفعال التي يقوم بها المتدخل وتمثل عناصر الركن المادي بجريمة الغش خاصة في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري[2].

كما أن المادة 83 من قانون حماية المستهلك استعملت لفظ الغش الذي يقضي إلى مرض أو عجز عن العمل، وأحالت إلى العقوبات المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات. التي تعالج هي الأخرى لجريمة الغش، وهذا مع يكشف الجريمة مع ما يتماشى وقواعد حماية المستهلك[3].

من خلال استقراء فقرات المادة 431 من ق العقوبات الجزائري نجد أنها حددت النشاط المادي لجريمة الغش وهي الأفعال المادية التي يترتب عليها قيام

أولا: الركن المادي للجريمة

1/ الغش في المواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبيعة مخصصة للاستهلاك:

---

[1] بودران سهام وإلولة حسيبة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، جامعة تيزي وزو مولود معمري، ص 46 ،
نقلا عن :مجدي محمود محب حافظ موسوعة تشريعات الغش والتدليس ، دار محمود للنشر والتوزيع القاهرة، 2003، ص72.

[2] مادة 70 من القانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل بالمادة 75 من قانون المالية التكميلي .

[3] بودران سهام وإلولة حسيبة، المرجع السابق، ص 47 ،نقلا عن:
شعباني حسين نوال " التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش " مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم قانونية ، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 140.

يتم الغش بناء على تدخل إيجابي عمديا من طرف المتدخل، وذلك من خلال قيامه بكل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة أو خصائص المواد التي يقع عليها، وبأي وسيلة كانت كما يظهر الغش من خلال تعديل وتشويه يقع على جوهر المادة أو السلعة، أو تكوينها الطبيعي، ويترتب على هذا التغيير أو التعديل التأثير أو النيل من خواصها الأساسية، أو إخفاء عيوبها، وذلك بهدف الاستفادة أو الانتفاع من بالفائدة المستخلصة للحصول على كسب مادي عن طريق فارق الثمن، ونجد أنه يخرج عن هذا الطرح فساد تلك المواد لأسباب لايد للإنسان فيها، كتلف أو فساد المنتوج نتيجة عوامل طبيعية، أو بمرور الوقت، لكن في حالة عرضها للبيع أو بيعت تعتبر جريمة قائمة بنص فقرة 2 من مادة 431 وفي حالة وجودها في حيازة الجاني دون عرضها للبيع، أو بيعت كنا بصدد جريمة حيازة مواد مغشوشة أو فاسدة حسب نص المادة 433 من قانون العقوبات.

وفي حالة قيام التاجر أو البائع بتظليل المتعاقد بسلامة المنتوج وصلاحيته للاستهلاك، قامت جريمة الخداع المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات ويقع الغش في الحالات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 431 من ق ع بإحدى الوسائل الآتية[1]:

أ- الغش بالإضافة أو الخلط: ويتحقق الغش فيها بخلط السلعة بمادة أخرى مختلفة، أو بمادة من نفس الطبيعة، ولكن ذات نوعية أقل جودة، وذلك بغية زرع الاعتقاد بأن السلعة خالصة
أو بغرض إخفاء رداءة نوعها أول إظهارها بوصفها ذات جودة عالية، مثل إضافة لتر من الحليب الطبيعي، لترمن الحليب الصناعي، بشرط أن لا يكون هذا الخلط أو الإضافة تم ترخيصه بنصوص قانونية وتنظيمية أو مطابقا وموافقا لما تقتضيه العادات والأعراف التجارية، كأن يكون ضروريا لحفظ بعض المنتوجات أو يكون هدفه تحسين الإنتاج.

وتقوم جريمة الغش بمجرد الخلط أو الإضافة، ولو لم يترتب عليه الإضرار بالصحة، ويثبت الغش بالإضافة إذا كانت المادة المضافة لا تدخل في التكوين الطبيعي للمادة الأصلية، وتعرف المادة المضافة كل مادة لا تكون بمفردها طعاما أو عنصر أساسي للطعام ولكنها تضاف لأغراض فنية في صناعة الأطعمة أو تداولها ويشمل ذلك المواد التي تستهل في حفظة طعمة أو تغليفها مما يجعلها جزاء من الطعام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة[2].

---

[1] حليمة بن شعاعة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، قانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ص 153،
نقلا عن: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، ص320.

[2] حليمة بن شعاعة وعبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك " دراسة مقارنة " منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2007، ص 154.

مثال ذلك إضافة المادة الملونة وبالتالي لا يشكل هذا الفعل غشا ما دام القانون يسمح بذلك[1].

ب – الغش بالإنقاص: يتم هذا النوع من الغش بإنقاص جزء من العناصر الداخلة في تكوين المنتوج الأصلي، وذلك عن طريق التغيير أو التعديل الذي يدخله الجاني على وزنها، أو مكوناتها وذلك بغرض الاستفادة من العنصر الذي تم سلبه، ويشترط في ذلك أن يترك للسلعة المظهر الخارجي الذي يوحي باعتبارها السلعة الأصلية، ويجدر بنا أن يميز بين الغش بالإضافة أو الخلط والغش بالإنقاص، حيث أن الأول يؤدي إلى أمرين هما: إحداث عيب في السلعة، وإظهاره على غير حقيقتها، في حين أن الغش بالإنقاص يؤدي إلى إحداث عيب في السلعة مع احتفاظها بطبيعتها.

ج – الغش بالصناعة: تتحقق هذه الوسيلة عن طريق صناعة سلعة مخالفة للنصوص القانونية والتنظيمية، أو العادات المهنية والتجارية من حيث المكونات الداخلة في صنعها وتركيبها، أو أن تكون المواد والمكونات الداخلة في الصنع مطابقة للقوانين والتنظيمات، ولكنها تكون أقل من النسبة المحددة بموجب القانون، وعليه فقد ألزم المشرع في هذا الصدد المتدخل بوضع االوسم على المنتوج تحدد نسبة المكونات والعناصر الداخلة في تركيبه[2].

الغش في المواد أو توزيعها عمدا وهي مغشوشة: تحقق هذه الجريمة عند قيام التصرف أو المحاسب طبقا لنص المادة 434 من قانون العقوبات بالغش سواء بالخلط أو الإضافة أو الإنقاص، أو الصناعة، بشرط أن ينصب الغش على أحد المواد المذكورة في نص المادة 443 من قانون العقوبات وأن تكون هذه المواد قد وضعت تحت رقابته.

أما الصورة الثانية لهذه الجريمة فتتمثل في التوزيع العمدي للمواد أو الأشياء أو مواد غذائية، أو لحوم حيوانات مصابة بأمراض معدية أو وسائل فاسدة و تالفة من طرف المحاسب أو المتصرف، وما نلاحظه هو إرادة المشرع إلى الجمع بين مسؤولية الشخص المعنوي ومسؤولية بعض الأشخاص العاملة فيه كما هو الحال بالنسبة للمتصرف أو المحاسب.

التحريض على استعمال مواد خاصة تستعمل للغش: تنص فقرة 3 من مادة 431 من قانون العقوبات على أفعال الحث على استعمال المواد في الغش، أو ما يسمى بالغش الذي يقع بطريقة غير مباشرة، وهي جريمة قائمة بذاتها ويعاقب عليها القانون، حتى ولو تقع جريمة الغش أصلا، وحتى ولو لم

[1] عبرت المادة 8 من القانون 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه " يمكن إدماج المضافات الغذائية في المواد الغذائية موجه إلى الاستقلال البشري أو الحيواني ".

[2] عرفت المادة 03 من نفس القانون فقرة 4 منه الوسم بأنه " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة.....أو دالة على طبيعة المنتوج مهما كان شكلها بغض النظر عن طريقة وضعها.

ينجر على التحريض أي أثر، وذلك بنصها " ... أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو معلقات، أو تعليمات مهما كانت ...".

ويعرف المحرض بأنه كل من يبعث، أو يخلق فكرة الجريمة في ذهن شخص آخر فيدفعه إلى التصميم على ارتكابها[1] إلا أنه نجد أن المشرع ذكر بعض الوسائل التي يتم بواسطتها التحريض.

ويطرح هذا التعداد مسألة التحريض الشفهي الذي يقع بالكلام، والذي لا يدخل في تعداد النص القانوني، ووفقا للتفسير الضيق للنصوص الجنائية فإن التعداد السابق ينصرف إلى التحريض الكتابي فقط ... [2].

ثانيا: الركن المعنوي

يتحقق بتوافر نية الغش، أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية ،مع العلم بتوافر أركانها في الواقع، ويجب توفر نية الغش وقت وقوع الفعل لأن جريمة الغش جريمة عمدية فيجب أن يكون المهني عالما بأن المواد المعروضة للبيع مغشوشة، أما إن أصابها ضرر، بسبب عوامل خارجة عن إرادته فهنا لا يعاقب على الغش بل يسأل على إهماله لحيازة المواد المغشوشة يلاحظ أن جرائم الغش في المواد الغذائية هي من أهم جرائم الخطر، وليس من جرائم الضرر، بالمعنى أن الجريمة متوافرة حتى ولو لم يترتب على هذا الغش ضرر بالآخر، وأن العقوبة المفروضة على هذا النوع من الجرائم ستشدد بدرجة ملحوظة إذا كانت السلع المغشوشة أو الفاسدة ضارة بصحة الإنسان.

وكما سبقت إليه الإشارة إلى أن الأخطار التي تهدد المستهلك الإلكتروني لا تتعلق فقط بالأضرار الناتجة عن استهلاكه لمواد وسلع عرضت عليه عبر شبكة الأنترنت بل أيضا يمكن أن يتعرض إلى جرائم السطو على أرقام البطاقات الإئتمانية، فالاستيلاء على بطاقات الائتمان عبر الأنترنت أمر ليس صعب، فالنسبة لبطاقات الائتمان مثلا، الآن يستطيعون سرقة مئات الألوف من أرقام البطاقات في يوم واحد ومن خلال شبكة الأنترنت ومن ثم بيع هذه المعلومات للآخرين.

وقد لجأت بعض الشركات والبنوك إلى العمل سويا لتجاوز هذه المخاطر، كالاتفاق الذي وقع بين مؤسسة هونغ كونغ وشنغهاي البنكية (HSBC)، وهي من أكبر المؤسسات المصرفية في هونغ كونغ وشركة كومياك للحاسب الآلي، وذلك لتطوير أول نظام آلي آمن للتجارة الإلكترونية والذي يمنح التجار خدمة نظام دفع آمن لتمرير عمليات الشراء عبر الأنترنت، إن تجريم فعل السطو على ارقام بطاقات

[1] حليمة بن شعاعة، المرجع السابق ، ص 155 ،نقلا عن: عبد الله أوهايبية ، ص 291.
[2] المرجع نفسه، ص 155 ، نقلا عن: بودالي محمد، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، ص40.

الائتمان ومحاربته، وكذلك الغش التجاري والصناعي يوفر للمستهلك الأمن والاستقرار في تعاملاته عبر الأنترنت[1].

ثالثا: العقوبة

لقد نص المشرع على عقوبات جزائية وأخرى تمثلت في المخالفات تقع على المهني في حالة الغش في المواد والسلع المستهلكة أو التدليس أو حيازة سلع مغشوشة، وذلك في المواد 288، 289، 424 إلى غاية 435 حيث شدد المشرع في التزامات المهني حماية المستهلك، وبالرجوع إلى نص المادة 431 قانون عقوبات الجزائري نجد أن عقوبة الغش هي الحبس من سنتين إلى خمس سنوات، وغرامة من 10.000 إلى 50.000 وإذا ألحقت المواد المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو قدمت له

مرض أو عجز عن العمل، ترفع العقوبة بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وغرامة من 500.000 إلى 1.000.000 دج، أما إذا سبب عاهة مستديمة أو مرض غير قابل للشفاء أو وفاة، يعاقب بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وغرامة من 1000.000 دج إلى 2.000.000 دج وفي جميع الحالات يتم مصادرة وسيلة أو منتوج الجريمة[2].

الفرع الثاني: جريمة الخداع

تعتبر جريمة الخداع المستهلك في المنتوجات من الجرائم الأكثر انتشارا في الوقت الحالي، بسبب توافر وسائل الإعلام والدعاية التجارية الذين ساهما بشكل مباشر وغير مباشر في وقوعها، إذ كثيرا ما يلجأ المنتجون أو التجار على وجه الخصوص إلى الكذب والتضليل حول طبيعة المنتوج أو صفاته أو مصدره للتأثير في سلوك المستهلك وحمله على اقتنائه، رغم أن ما وصف به يخالف الحقيقة كليا أو جزئيا كأن يوضع مثلا على بطاقة الملابس المعروضة للبيع أنها قابلة للغسيل بالماء الساخن والحقيقة على خلاف ذلك أو أن يعلن على سلعة ما أنها غير قابلة للكسر، في حين أنها تكسر بمجرد تعرضها لأبسط الصدمات أو أن تعرض منسوجات على أنها إنتاج يدوي ويتضح فيما بعد أنها إنتاج آلي.

[1] معكوف أسماء، الحماية الجنائية للمستهلك أثناء التعاقد الالكتروني، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد الرابع/ جوان 2018، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 1/ ص 67- 68.
[2] د. بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص103.

فكل هذه الأساليب في الكذب والتضليل حول طبيعة المنتوج أو خصائصه و غيرها والتي من شأنها أن تؤدي في النتيجة إلى زعزعة ثقة المستهلك بالمنتوج،[1] حتى واجهها المشرع الجزائري عن نص تجريمي واحد، فمن الباب الرابع من قانون العقوبات ولتفصيل مضمون هذه الجريمة، وجب التعرض فيما يلي إلى تعريفها وكذا ركنيها وأيضا العقوبة المقررة لها في القانون الجزائري وذلك كالآتي.

التعريف بالجريمة: نصت المادة 429 فقرة 1 و 2 و 3 و 5 من قانون العقوبات الجزائري، أنه " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد.

ـ سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع – سواء في نوعها أو مصدرها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة، إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق ".

ولقد عرف الفقه القانوني هذه الجريمة بأنها " القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهرا يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع "[2] ، وبصياغة أخرى هي " السلوك أو الوسيلة المزيفة والغامضة أو البيانات الكاذبة حول حقيقة المنتوج أو طبيعة أو صفاته الجوهرية أو عناصره أو مصدره أو قدرته [3] ، وأيضا في صياغة أخرى " هي التصرف الذي من شأنه أن يوقع المستهلك في الغلط حول المنتوج، كإبداء الأقوال الكاذبة أو القيام ببعض الحيل البسيطة أو عرض لطيف للبضاعة وإخفاء عيوبها "[4].

أما في الفقه الإسلامي، فقد استند الفقهاء في تجريمهم لأفعال الخداع الواقعة على المستهلك والمتعلقة بالمنتوجات المعروضة للاستهلاك على النصوص الشرعية التالية: قال رسول الله – صلى الله

---

[1] باية فتيحة، نطاق حماية الجنائية للمستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والفقه الإسلامي، تخصص شريعة وقانون، جامعة أدرار، ص82 ، نقلا عن : نضيف محمد حسين، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك، النشر الذهبي للطباعة، القاهرة، 1998، ص15.

[2] المرجع نفسه، ص 83 ، نقلا عن: جندي عبد المنعم، الموسوعة الجنائية، دار العلم للجميع، لبنان، ج5، ط2، بدون سنة النشر، (ص 47).

[3] المرجع نفسه، ص 83 ، نقلا عن: محمد محمد مصباح القاضي، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، بدون سنة، الطبعة (ص 51).

[4] المرجع نفسه، ص 83 ، نقلا عن: نضيف محمد حسين، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك، النشر الذهبي للطباعة، القاهرة، 1998، ص53.

عليه وسلم – " لا تصروا الإبل والغنم، فمن ابتاعها بعد، فإنها بخير الناظرين بعد أن يحتلبها، إن شاء أمسك وإن شاء ردها وصاع من تمر "[1] ، وعن ابن عمر: أن الرسول نهى عن النجش[2].

وجاء في صحيح البخاري أن " الناجش آكل ربا خائن، وهو خداع باطل لا يحل "[3].

أولا: الركن المادي لجريمة الخداع التجاري

يتمثل الحقل المادي لجريمة الخداع التجاري في قيام الصانع أو المنتج أو التاجر أو المستورد أو البائع بتصرفات وأكاذيب تهدف إلى تضليل المستهلك وخلق اعتقاد الخاطئ لديه حول حقيقة السلعة أو الخدمة محل التعاقد أو الشروع فيه، بحيث تكون هذه التصرفات والأكاذيب منصبة على أمر من الأمور المتعلقة بالسلعة أو الخدمة ولولاها لما أقدم المستهلك على التعاقد [4]، والتي نص عليها المشرع الجزائري على سبيل الحصر في المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذا نص المادة 429 من قانون العقوبات بالنسبة للسلعة، ويشترط في الكذب الذي يصدر عن المتدخل اتجاه المستهلك، أن يكون كذبا مؤكدا وخارجا عن المألوف المتعارف عليه، بحيث يستخدم به المستهلك العادي، أما الكذب الواضح الذي يتفطن له من لديه ولو قدر ضئيل من الحيطة والانتباه، فلا مؤاخذة عليه[5].

نطاق الخداع التجاري: ينحصر نطاق الخداع التجاري في الكذب أو الشروع في الكذب في صفة من الصفات التي تتعلق بالسلعة أو الخدمة والتي يرغب المستهلك التعاقد أو التفاوض عليها، والمحددة في التشريع الجزائري في نص المادتين 429 قانون العقوبات ومادة 68 قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تتمثل في:

1- الخداع في المطابقة الوصفية: والتي تتعلق بالصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة، والتي لولاها لما أقدم المستهلك على التعاقد عليها مع المهني، والتي تنحصر في ذاتية السلعة أو الخدمة أو طبيعتها أو جنسها أو نوعها أو عناصرها أو صفاتها الجوهرية، وهذا على النحو الآتي:

---

[1] باية فتيحة ،المرجع السابق ، ص 84 ،نقلا عن:
اخرجه البخاري في كتاب الحيل، باب ما يكره من التناجش، برقم 6963.

[2] المرجع نفسه ، ص 84 ،نقلا عن :اخرجه البخاري في كتاب البيوع، باب النهي للبائع أن لا يحفل الابل، برقم 2148، الإمام أبو عبد الله محمد بن اسماعيل البخاري، ص 403.

[3] المرجع نفسه، ص 84 ، نقلا عن:
اخرجه البخاري في كتاب البيوع، باب النجش ومن قال لا يجوز ذلك للبيع، بدون رقم، ص403.

[4] محمد خميخم، المرجع السابق، ص 20 ، نقلا عن: شلبي أمل، الحماية القانونية للمستهلك، قسم 2، المجلة الجنائية القومية، مجلد 54، عدد 2، يوليو 2011، ص 22.

[5] المرجع نفسه، ص 20 ، نقلا عن :عمرو درويش، الحماية الجنائية للمستهلك من غش الأغذية محاولة لإقامة نظرية عامة، رسالة دكتوراه في حقوق، جامعة عين شمس، 2004، ص61.

ـ ذاتية السلعة أو الخدمة: هي عبارة عن العناصر التي تميزها عن غيرها، والمكونة للسلعة أو محل اعتبار في الخدمة، أو هي الصفة الرئيسية التي تقوم عليها القيمة الحقيقية للسلعة أو الخدمة والدافع الحقيقي لتعاقد المستهلك عليها [1] ، وبذلك فالخداع يتم على ذاتية السلعة، إذا قام البائع أو المصنع بتسليم السلعة مختلفة في مادتها أو مكوناتها اختلافا كليا عن التي تم الاتفاق عليها مع المستهلك، والتي وضعها في اعتباره عند التعاقد، وهذا مثل المساس بإحدى الصفات الجوهرية للسلعة أو العناصر النافعة فيها أو الداخلة في تركيبها[2].

ـ نوع السلعة أو الخدمة ومصدرها: يقصد بنوع السلعة أو الخدمة جملة الخصائص والعناصر التي تميزها عن غيرها من السلع أو الخدمات والتي جذبت المستهلك للتعاقد عليها، باعتبار أن السلع قد تتماثل من ناحية المظهر الخارجي لكنها تختلف من ناحية النوع والصنف، وهذا الاختلاف يترتب عليه تغير في قيمتها.[3].... ومن أمثلة الخداع المستهلك في نوع بيع عطر على أنه مصنوع من مواد طبيعية لكن في الحقيقة مصنوع من مواد صناعية.

2 – الخداع في المطابقة الكمية: وهي الصفات التي تتعلق بكمية السلعة والتي تمثل عددها أو مقدارها أو طاقتها، فإذا قام البائع أو المصنع أو المستورد باستعمال أدوات كيل، أو سعة أو طول، من شأنها جعل كمية السلعة غير صحيح، وذلك بإنقاص عددها في هذه الأحوال، يوصف الفعل بأنه خداع في كمية السلعة ومقدارها.

وبالتالي يسأل البائع أو المهني عن جريمة الخداع التجاري عن كمية البضاعة والمنصوص عليها في المادة 430 و 68 قانون العقوبات الجزائري ومادة 68 قانون حماية المستهلك وقمع الغش

3 – الخداع في المطابقة الوظيفية: يقصد بها صلاحية الشيء المبيع وملاءمة للاستعمال العادي أو التجاري ومدى كفاية البيانات والمعلومات المتعلقة بالإستعمال والحصول على منافعه وكيفية صيانته [4] ، والتي نص عليها المشرع جزائري في المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش تتعلق بصلاحية المنتوج وطريقة استعماله والنتائج المرجوة منه، أما بشأن طريقة المنتوج والاحتياطات اللازمة للاستعمال، فتعني عدم إعلام المستهلك بخصوصية المنتج وطريقة استعماله وكيفية الوقاية من

[1] محمد خميخم، المرجع السابق، ص 21 ،نقلا عن: بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم س، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012 – 2013، ص 76.

[2] المرجع نفسه، ص 22 ،نقلاعن: روسم عطية موسى، حماية جنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2014، ص 184.

[3] المرجع نفسه ، ص 22 ،نقلاعن: ناصر حمد الصقير، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش التجاري، دراسة تطبيقية من واقع ملفات لجنة الفصل في مخالفات الغش التجاري، رسالة ماجستير في العدالة جنائية، 2001، ص81.

[4] المرجع نفسه، ص 23 ، نقلا عن: بوقرين عبد الحليم، ص 293.

الأخطار الناتجة عن استعماله[1] ، حيث يفرض التشريع على المنتج أو المتدخل بوضع البطاقة الفنية الخاصة بالمنتوج والتي توضح كيفية استعماله والاحتياطات اللازمة عند الاستعمال ومثال ذلك شراء المستهلك لمزيل البقع من الجلد لكن عند استعماله سبب له الحساسية ولم يشر في البطاقة الخاصة بالمنتج إلى أنه يسبب الحساسية.

وبالتالي فإذا تحققت عناصر الركن المادي لجريمة الخداع التجاري، والتي تتمثل في وقوع النشاط الإجرامي من طرف المهني، وذلك عند قيامه بتصرفات وأكاذيب حول الأمور التي نص عليها المشرع الجزائري في مواد 429 و 430 من قانون العقوبات ومادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش من أجل دفع المستهلك إلى التعاقد على سلعة أو خدمة معينة، وانخدع بذلك وتم العقد بينهما، في هذه الحالة يتحقق الركن المادي لجريمة خداع المستهلك من طرف المهني او المتدخل.

ـ الشروع في جريمة الخداع التجاري: تتم جريمة الخداع التجاري بمجرد اقتران الإيجاب بالقبول، سواء كان تسليم السلعة أو القيام بالخدمة معجلا أو مؤجلا، وهو الأصل في العقود الالكترونية، لكن في بعض الأحيان قد لا يصل البائع أو المهني أو المتدخل إلى غاية تنفيذ مخططه الإجرامي تنفيذا كاملا، أين يوقف لسبب خارج عن إرادته، وبذلك يتحقق السلوك دون النتيجة ، أو ما يعرف بالشروع في جريمة الخداع التجاري.

ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الخداع

إن المشرع لم يتطلب صراحة توافر القصد الجنائي في جنحة الخداع سواء في قانون الحماية والقمع أو في التشريع العقابي، إلا أنه رغم ذلك تبقى جنحة الخداع من قبيل الجرائم العمدية باعتبار أنه من مقومات التشريع الجنائي أن الجرائم تعد عمدية إلا إذا نص المشرع صراحة على اعتبارها جرائم غير عمدية قائمة على أساس الخطأ الجزائي، وبالتالي يجب أن يعلم الجاني أن استعمال إحدى الصور المنصوص عليها في المادتين 429 من قانون العقوبات و68 من القانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سوف يؤدي لخداع المستهلك أو المتعاقد عموما، كما أن الإهمال ولو كان جسيم لا يعد من إحدى الصور الخطأ الجزائي كما أن الجهل والغلط الذي يقع فيه البائع أو المتدخل تجاه المستهلك لا يرقى لدرجة وصفه الخداع، مع الإشارة أن الغلط الذي من شأنه نفي وجود القصد الجنائي هو الغلط في الوقائع لا القانون.

[1] محمد خميخم، المرجع السابق، ص 24 ، نقلا عن: بحري فاطمة، ص 81.

وانطلاقا من كل ما سبق فإن جريمة الخداع تقوم بمجرد نوافر القصد الجنائي بعنصريه العلم والإرادة، وقت ارتكاب فعل الخداع أي وقت إبرام العقد، متى كانت الجريمة تامة أو متى تم تقديم السلعة أو عرضها للبيع متى كانت الجريمة موقوفة عند مرحلة الشروع[1].

ثالثا: العقوبة

نص المشرع الجزائري على تجريم الخداع التجاري أو الشروع فيه في نص المادتين 68 من القانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 429 من قانون العقوبات

أين حددت المادة 429 من قانون العقوبات على أنه " يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد ....."، في حين نجد المادة 68 من القانون 09 / 03 تنص على أنه " يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك ".

فمن خلال النصين يمكن استنباط أن نطاق المادة 429 من قانون العقوبات أوسع من المادة 68 من قانون 09 / 03 من منطلق الإرادة التشريعية قد تبنت المفهوم الضيق للمستهلك، وعلى هذا الأساس فعن كل عون اقتصادي أو متدخل تعاقد بغرض الاستهلاك سواء لاستخداماته الشخصية أو المهنية يمكنه الاحتماء تحت ظل المادة 429 من قانون العقوبات بصفته متعاقدا دون الاستناد إلى مادة 68 من قانون الاستهلاك كونها تحمي المستهلك نهائيا لا الوسيط كما نستشف من خلال المادة 429 و المادة 68 أنهما تتميزان بالاتساع والشمول من حيث صفة الجاني ودال على ذلك من عبارة " إذ يكفي خداع أو محاولة خداع المستهلك أو المتعاقد بغض النظر عن صفة الجاني، وهذه القواعد تنطبق بحذافرها من الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني[2].

حيث أن العقوبة المقررة في نصين واحدة هي الحبس من شهرين إلى 3 سنوات والغرامة من 20,000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

الفرع الثالث: جريمة الاحتيال

قد يلجأ المنتج أو الموزع عامدا لأجل الترويج لمنتجاته إلى الدعاية المضلة التي قد تنطوي في بعض الأحيان على مغالطات علمية بهدف تحقيق كثير من الربح على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه

[1] مجدوب نوال، طالبة دكتوراه التسجيل الثالث (حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية)، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، العدد 15 جوان 2016، ص 274- 275.

[2] هشام فخار، المرجع السابق ، ص 8-9 .

الدعاية، ومن أمثلة ذلك ما تلجأ إليه شركات صناعة الألبان المجففة من دعاية عبر شبكة الأنترنت وغيرها تفيد أن منتجاتها هي البديل الكامل للبن الأم، على حين أن الثابت لدى منظمة الصحة العالمية أن ملايين الأشكال خاصة في دول العالم الثالث يموتون سنويا قبل السنة الأولى من أعمارهم بسبب اعتمادهم في التغذية على الألبان الصناعية [1] ، وكذا أيضا نجد واقعة حدثت في الجزائر منها جريمة الاحتيال والنصب على طلبة من أجل إكمال دراستهم في الخارج من طرف المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمشرع الجزائري نص في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري على أنه " كل من توصل إلى استلام أو تقلص أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو إلى الحصول على أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثورة الغير أو بعضها أو الشروع فيه إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشية من وقوع شيء منها ". بالتالي تقوم هذه الجريمة على ركنين الركن المادي والمعنوي.

أولا: الركن المادي لجريمة الاحتيال

تقوم جريمة النصب حسب المادة 372 قانون العقوبات الجزائري بتوافر مجموعة من العناصر والمتمثلة فيما يلي:

ـ استعمال وسائل احتيالية: ويفترض المشرع لقيام جريمة النصب استعمال الفاعل وسائل احتيالية من شأنها إيقاع الضحية في الغلط وقد حدد القانون الوسائل المستعملة في الاحتيال والتي من بينها استعمال أسماء كاذبة أو صفات كاذبة أو استعمال سلطة خيالية أو اعتماد مالي ،وما أكثر انتشار هذه الوسائل عبر الوسائل الالكترونية، والتي يكون ضحيتها المستهلك الالكتروني[2].

ـ تسليم القيم: لا يكفي استعمال أسماء وألقاب وصفات كاذبة أو الوسائل المذكورة آنفا بموجب المادة 372 قانون العقوبات الجزائري يجب أن يتحصل الفاعل جراء استعمال هذه الوسائل على قيم أو أموال غير شرعية أضرار بالغير، بمعنى لا نكون أمام جريمة نص على المستهلك الإلكتروني إذا لم يكون الهدف من استخدام الأسماء أو الصفات والوسائل السابقة هو تسليم القيم[3].

[1] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 104. 105.
[2] كمال بلارو، الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، العدد 7 ديسمبر 2019، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، (ص 79، 80).
[3] المرجع نفسه، ص 80.

ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الاحتيال

تعتبر جريمة الاحتيال من الجرائم العمدية يشترط منها قصد جنائي عام وآخر خاص، فالبيئة للقصد الجنائي العام ففي جريمة الاحتيال هو علم الجاني بأفعاله الاحتيالية المكونة لأركان الجريمة وفق ما نص عليه القانون، وذلك بانصراف إرادته إلى تحقيق أركان الجريمة بالأفعال والأقوال المكذوبة، أي يقوم بفعل التدليس في الاحتيال المعلوماتي، أما القصد الخاص فيتمثل في نية الاستيلاء على مال الغير وتملكه.

ثالثا: العقوبة

وتصل عقوبة جريمة النصب إلى الحبس من سنة إلى 5 سنوات على الأكثر وغرامة من 5.000 دج إلى 20.000 دج[1] ، وتشدد العقوبة إذا لجأ الشخص إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو حصص أو أية سندات مالية سواء للشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية، وتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 200.000 دج[2].

المطلب الثاني: الجرائم الخاصة المنصوص عليها في قانون 18 / 05 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية

إن المساس بالبيانات الخاصة للمستهلك الإلكتروني أصبحت من جرائم العصر مع التقدم التكنولوجي واستعمال أجهزة الآلية ووسائط الاتصال والأنترنت في مجال التجارة أو أصبح ما يعرف بالتجارة الإلكترونية وأصبح هناك ضحايا لهذه الأفعال عن بعد، وهذا ما دفع بأغلب التشريعات إلى سن قوانين خاصة من شأنها قمع جميع الأعمال التجارية الإلكترونية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية وقد تجعل ممن المستهلك ضحية لها، وهو ما سوف نتناوله بالتفصيل بذكر أهم هذه الجرائم على سبيل المثال لا الحصر.

الفرع الأول: جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني

إن ربط أجهزة الحسابات الآلية مع بعضها البعض عن طريق الشبكات المعلوماتية أدى إلى سرعة انتقال المعلومات فيما بينها من جهة، وإلى سهولة التطفل عليها عن طريق الدخول إلى الحاسبات من جهة أخرى[3].

---

[1] بن سماعيل سلسبيل، (الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري)، مجلة معالم الدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، ديسمبر 2017، جامعة غرداية.

[2] هشام فخار، المرجع السابق ، ص 11 .

[3] بوحزمة كوثر، المرجع السابق ،ص 106.

فالنظام المعلوماتي قد يتعرض إلى اختراق من قبل أفراد غير مصرح لهم بالدخول إليه أو البقاء فيه [1] ، ومن أهم هذه الجرائم جريمة الدخول غير مصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني تعد من أهم الجرائم المعلوماتية وأكثرها انتشارا وللوقوف على ثنايا هذه الجريمة لابد من التعرض إلى أركانها.

أولا: الركن المادي

يعد فعل الدخول بدون تصريح إلى النظام المعلوماتي سلوكا إجراميا يتحقق به الركن المادي لهذه الجريمة [2]، والذي يطلق عليه الدخول المنطقي، وذلك بغرض منح باب يؤدي إلى نظام الكمبيوتر بمكوناته المنطقية، حيث يختلف المحل الذي يتخذه الركن المادي في جريمة الدخول غير المصرح به إلى نظام مواقع ويب " web site " ويتم عادة التفرقة في هذا الخصوص بين العمليات التي تنطوي على اعتراض عمليات الاتصال من أجل الدخول إلى أحد نظم الكمبيوتر وبين الدخول المباشر إلى هذه النظم ويمكن بالنظر إلى التشريعات المختلفة التي جرمت الدخول غير المصرح به أن يميز بين ثلاث صور للمحل في جريمة الدخول غير مصرح به وهذا ما سيتم بيانه كالآتي:

2 – محل الدخول بدون تصريح إلى النظام المعلوماتي للتوقيع الالكتروني. باستعراض التشريعات المختلفة في مجال مكافحة الجرائم المعلوماتية، والتي تناولت جريمة الدخول بدون تصريح إلى النظام المعلوماتي، نجد أنها نميز بين ثلاث صور للمحل الذي ينص عليه فعل الدخول بدون تصريح تتمثل الصورة الأولى في المعلومات ذاتها والثانية في أنظمة الحسابات الآلية أما ثالثة في شبكة.

ثانيا: الركن المعنوي

يشكل الركن المعنوي أهمية في قيام جريمة الدخول غير المصرح به إلى نظام الكمبيوتر فالأفعال التي تقوم بها هذه الجريمة يقوم بها كل يوم مستخدمو الكمبيوتر، ومن بين هذه الأفعال لا يمكن تجريم سوى تلك التي يتحقق بشأنها القصد الجنائي فالركن المعنوي لجريمة الدخول غير المصرح به لنظام معلوماتي في كل التشريعات التي تناولتها يتخذ صورة القصد الجنائي، باعتبارها من الجرائم العمدية، لكي يتوافر لهذه الجريمة ركنها المعنوي يجب أن يتحقق عناصر القصد الجنائي من علم وإرادة وكذلك الشأن مع نص المادة 232 الفقرة الاولى من قانون العقوبات الفرنسي المطابقة للمادة السابقة فهي لا تشترط قصدا خاصا ، ولا يبدو من نص المادة 394 مكرر أن المشرع الجزائري يتطلب وجود نية

[1] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 106.
[2] المرجع نفسه، ص 106.

خاصة لدى الجاني حتى تقوم جريمة الدخول أو البقاء غير المصرح بهما وأنه يكفي لقيامها توافر القصد العام القائم على العلم والإرادة[1].

ثالثا: العقوبة

وضمن سياق التعديل الذي أجراه المشرع على قانون العقوبات الجزائري فقد تناول جريمة الدخول أو البقاء بدون تصريح في النظام المعلوماتي وذلك في المادة 394 مكرر والتي تنص على " يعاقب بالحبس من 3 أشهر، إلى سنة وبغرامة من 50.000 إلى 100.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل جزء من منظومة المعالجة لآلية المعطيات أو يحاول ذلك.

تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغير معطيات المنظومة، وإذا ترتب على الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام اشتغال المنظومة تكون العقوبة بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من 50.000 إلى 150.000 دج ويلاحظ أن المشرع الجزائري جرم فعل الدخول المجرد بدون تصريح إلى النظام المعلوماتي واعتبر السلوك بحد ذاته جريمة، فمجرد الدخول سواء كان بقصد الوصول إلى بيانات أو لمجرد التسلية يعد انتهاكا لنظام المعلوماتي، وإن لم يترتب على ذلك إضرار بالمعلومات أو النظام الذي تحويه[2].

كما جرم المشرع البقاء بدون تصريح في ذات النص، وذلك لمواجهة حالات الدخول عن طريق الخطأ أو السهو أو تجاوز التصريح واعتبر البقاء عن قصد مشكلا جريمة.تتم عن إرادة الجاني في الإضرار بالغير [3] ، وكذلك من خلال استقراء نص المادة 394 مكرر من قانون العقوبات جزائري نجد أنها قد نصت على ظرفين مشددين لعقوبة جريمة الدخول أو البقاء بدون تصريح داخل النظام حيث تضاعفت العقوبة في الحالة التي ينتج عنها محور أو تعديل للبيانات التي يحتويها النظام بينما تشدد العقوبة وتصبح الحبس من 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من 50.000 إلى 150.000 دج، إذا ترتب على الدخول أو البقاء عدم قدرة النظام على تأدية وظائفه وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري لم يكتفي بتجريم الدخول أو البقاء بدون تصريح في النظام المعلوماتي بل تجاوز ذلك إلى تجريم المحاولة وذلك بحسب العبارة أو يحاول ذلك بما معناه تجريم المشروع في جريمة الدخول أو البقاء بدون تصريح في النظام المعلوماتي[4].

---

[1] بوحزمة كوثر، المرجع السابق، ص 107.
[2] المرجع نفسه، ص 107 .
[3] المرجع نفسه، ص 108.
[4] المرجع نفسه، ص 108

الفرع الثاني: جريمة منع التعامل عن طريق الاتصالات الالكترونية في بعض السلع والخدمات

نص المشرع على هذه الجريمة وحدد صورها في المواد 03، 05، 20 من القانون 18 / 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية [1]، والتي تمنع عرض للبيع أو البيع عن طريق الاتصال الإلكتروني للمنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 03 من نفس القانون، ومن خلال ذلك تقوم هذه الجريمة على الأركان التالية:

أولا: الركن المادي

يتحقق سواء بعرض للبيع أو البيع عبر الوسائط الإلكترونية ما يلي:

ـ المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 03 من القانون 18 – 05 – وهي:

لعب القمار واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به مثل الألعاب النارية والمفرقعات المحظور بها داخل التراب الوطني، كل سلعة أو خدمة تستوجب قانونا إعداد عقد رسمي وتتطلب شكليات قانونية معينة مثل بيع وشراء السيارات.

ـ المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 05 من القانون 18 – 05 وهي: العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة قانونا بموجب نص خاص الخدمات التي تمس مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

ـ كما يمنع كذلك بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا كانت موجهة للتحويل وهذا ما نصت عليه المادة 20 من القانون 04 – 02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم[2].

ثانيا: الركن المعنوي

هي جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي العام، بحيث يتمثل القصد العام في علم المخالف بأن القانون يمنع عرض للبيع أو بيع هذه الخدمات والسلع التي جاءت على سبيل الحصر إلا أن المخالف يقوم بذلك.

[1] القانون رقم 18 – 05 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية .
[2] القانون رقم 04 – 02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

ثالثا: العقوبة

بالرجوع إلى القانون 18 / 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع أقر عقوبة الغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج ويمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من 1 شهر إلى 6 أشهر طبقا للمادة 37 عن مخالفة منصوص عليها في المادة 03، وتقرر المادة 38 من نفس القانون عن كل مخالفة للمادة 05 بغرامة من 500.000 دج إلى 2000.000 دج ويمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري[1].

وبالرجوع للمادة 35 من القانون 04 – 02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم يعاقب على مخالفة المادة 20 من القانون 18 / 05 بغرامة من 100.000 دج إلى 3.000.000 ملايين [2] ، ويمكن تسليط عقوبات أخرى بحجز البضائع موضوع المخالفات والعتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها طبقا لنص المادة 39 من القانون 04 – 02.

الفرع الثالث: جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه

عرفت اللجنة الوطنية للمعلوماتية والحريات بفرنسا CNIL في أحد تقاريرها الصادرة بتاريخ 04 / 10 / 1999 الإعلان غير المرغوب فيه بأنه: إرسال كمية من الرسائل إلى البريد الإلكتروني بشكل متكرر، ويكون غير مرغوب فيها، ولها محتوى غير مشروع إلى أشخاص ليس بينهم وبين المرسل أية علاقة تعاقدية، ويكون قد تم اختبار بريدهم الإلكتروني بشكل عشوائي[3].

كما عرف الإشهار غير المرغوب فيه على أنه " تلك الرسائل التي تتم بوسيلة إلكترونية وتوجه إلى شخص أو مجموعة من الأشخاص بدون تمييز بينهم وبغير طلب منهم ودون رضاهم[4].

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه بأنه:

" تلك الرسائل الإلكترونية التي تقوم المؤسسات التجارية ومقدمي خدمات الأنترنت، والتي تحتوي العروض التجارية للمنتوجات والخدمات المشروعة وغير المشروعة، ومن كل الأشكال بإرسالها إلى

[1] القانون 18 – 05 المتعلق بالتجارة الاكترونية .
[2] القانون 04 – 02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
[3] جفالي حسين، الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري، مجلة دورية علمية متخصصة في مجال العلوم القانونية والسياسية تقدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، العدد الرابع، المجلد الثاني، ص 526.
[4] المرجع نفسه، ص 526.

البريد الإلكتروني لأكثر عدد من الأشخاص بهدف التعاقد، وهذا دون رغبة منهم في استقبال تلك الرسائل.

بتنظيم المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية من خلال قانون التجارة الإلكترونية رقم 18– 05 أصبح الإشهار الإلكتروني منظم بنصوص خاصة إذ نص المشرع الجزائري على مجموعة من الالتزامات على عاتق المورد الالكتروني من خلال نص المادتين 31 و 34 وهما بمثابة حماية تقنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه، ولقد اعتبر المشرع الجزائري الإشهار الذي يخالف فيه المورد الإلكتروني هذه الالتزامات إشهار غير مرغوب فيه وغير مشروع ومعاقب عليه بموجب المادة 40 من نفس القانون وعليه سنحاول تحديد جريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه من خلال تحديد كل من ركنها المادي وركنها المعنوي وكذا العقوبة المقررة لها.

أولا: الركن المادي لجريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه

تعد جريمة الإشهار الإلكتروني غير مرغوب فيه من الجرائم الشكلية التي لا يتطلب لقيامها حدوث نتيجة معينة، بمجرد إتيان السلوك الإجرامي تقوم الجريمة، والسلوك الإجرامي لها يتمثل حسب المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية في مخالفة المورد الإلكتروني لنص المادة 31 و 32 من نفس القانون، فالمادة الأولى تلزم المورد الإلكتروني قبل استعمال بيانات المستهلك الإلكتروني في الإستبيان المباشر أخذ موافقته المسبقة قبل إرسال هذا الاستبيان المباشر إليه، أما الثانية فتلزمه بتمكين المستهلك من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية المرسلة إليه.

1- مخالفة إلزامية أخذ موافقة المستهلك في تلقي رسائل الاستبيان المباشر:

عدم أخذ موافقة المستهلك المسبقة على تلقي رسائل الاستبيان المباشر تقوم الجريمة، وهو ما يعرف بمخالفة نظام opn – in ، وهو ما يطلق عليه بنظام الرضاء المسبق من طرف المستهلك، و هذا النظام حظر قيام المرسل بإرسال الرسائل الإلكترونية غير مرغوب فيها إلى المرسل إليه إلا إذا أعطى موافقته المسبقة على إرسال مثل هذه الرسائل[1] إذ يلزم هذا النظام على المرسل أن يقوم بإرسال رسالة إلكترونية إلى المستهلك يطلب فيها قبوله باستلام الإعلانات التجارية التي يرسلها إليه [2] غير أن المشرع الوطني قد اقتصر تطبيق هذا النظام على رسائل الاستبيان المباشر فقط، وهذا الموازنة بين احترام مبدأ حرية التجارة من ناحية وحماية بيانات المستهلك من ناحية أخرى، وعليه يمكن للمورد

[1] جفالي حسين، المرجع السابق، ص 528.

[2] وهناك نوع جديد متطور من نظام opt in قد ظهر في الحياة العملية يؤمن حماية اكثر للمستهلك ويقوم هذا النظام الجديد ليس فقط علي رضا المستهلك عند استلام اعلان spam ولكن يتطلب تأكيد الرضا عندما يصدر من المستهلك

الإلكتروني بعد موافقة المستهلك أن يستعمل عنوان البريد الإلكتروني الذي قدمه له المستهلك بمنافسة الاستبيان المباشر بخصوص البيع السابق أو أداء الخدمة السابقة.

غير أنه لا يجوز استعمال عنوان بريد الإلكتروني غير ذلك الذي يبق له استعماله ولو كان خاص بذات المستهلك [1]، كما ينبغي عليه في كل استبيان مباشر طلب الموافقة من المستهلك قبل إرسالها، وعليه تعد إرسال رسائل الإستبيان المباشر للمستهلك عبر بريده الإلكتروني دون موافقته المسبقة، سلوك مجرم وفق المادة 40 من ق 18 – 05 المتعلق بالتجارة الإلكتروني.

2 – عدم تمكين المستهلك من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية المرسلة إليه:

إن الرسائل الإشهارية الإلكترونية التي تتم عبر البريد الإلكتروني للمستهلك غير تلك المتعلقة بالاستبيان المباشر، لا تحتاج إلى موافقة المستهلك المسبقة على تلقيها.

غير أن المشرع ألزم المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من الاعتراض عليها، وهو ما نصت المادة 32 من قانون التجارة الالكترونية، وعدم تمكين المستهلك الالكتروني من الاعتراض على الرسائل الإشهارية الإلكترونية المرسلة إليه، يقوم عند توفر أحد الحالتين: تتمثل الأولى في عدم توفير نظام للمستهلك يسمح له بتسجيل اعتراضه على وصول الإشهار الإلكتروني إليه، أما الثاني فهو عدم احترام رغبة المستهلك في عدم إرسال الإشهارات التجارية إليه، وسنحاول تحديد كل حالة على النحو الآتي.

1 – عدم توفير نظام يسمح للمستهلك بالاعتراض على إرسال الإشهارات الإلكترونية تقوم الجريمة وفق لهذه الصورة بمجرد عدم توفيره المورد الالكتروني لنظام يسمح للمستهلك بالاعتراض على إرساله للإشهارات الإلكترونية[2].

وهذا ما يعرف بنظام opt – out وهو ما يطلق عليه بنظام قائمة الرفض أو الاعتراض، وطبقا لهذا النظام يقوم بإرسال إعلاناته إلى بريد المستهلك دون أن يسأله عن موافقته على الإرسال، فإذا لم يرغب المستهلك في تلقي المزيد من العلاقات، عليه أن يرسل هذه الرغبة إلى المرسل [3] والذي بدوره يقوم بإعداد قائمة يسجل فيها عناوين البريد الإلكتروني الذين اعترضوا على وصول الإعلانات إليهم، إذ يشترط المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني عملا بهذا النظام أن يزود المرسل إليه (المستهلك)

[1] أ. جفالي حسين، المرجع السابق، ص 529.
[2] المرجع نفسه، ص 529.
[3] المادة 32 الفقرة الاولى من قانون التجارة الإلكترونية.

بالوسائل الإلكترونية والتقنية التي تسمح لهم بتسجيل اعتراضهم على ما يتسلموه من إعلانات تجارية غير مرغوب فيها. وعليه فإن عدم توفير هذه الآلية أو الوسيلة للمستهلك لإبداء اعتراضه هو سلوك مجرم يعاقب عليه المشرع الجزائري.

2 – عدم احترام رغبة المستهلك في عدم استقبال الرسائل الإلكترونية:

لا يكفي توفير المورد الإلكتروني نظام يسمح للمستهلك بالاعتراض على تلقي الإعلانات التجارية الإلكترونية، بل وجب على هذا الأخير احترام رغبة المستهلك عند اعتراضه على وصول هذه الإعلانات إليه، وذلك من خلال تسليم وصل استلام عن طريق الاتصال الالكتروني يؤكد من خلاله للمستهلك تسجيل طلبه، مع اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبة المستهلك في غضون 24 ساعة[1].

والملاحظ على المشرع الوطني هنا، أنه لم يحدد المدة الزمنية لتسليم وصل الاستلام الذي يؤكد من خلاله للمستهلك تسجيل طلبه، كما لم يوضح لحظة بداية احتساب مدة 24 ساعة، وعليه يجب على المشرع تحديد هذين الالتزامين بدقة، فإن أرسل المورد الإلكتروني أي رسالة إشهارية أخرى بعد مرور 24 ساعة، من لحظة تسجيل المستهلك لاعتراضه يعد إعلانا غير مشروع وفقا للمادة 38 من مشروع ق تجارة إ، فالمشرع الجزائري لا يعد إرسال الإعلان التجاري الإلكتروني الى المستهلك أمرا غير مشروع، إذا تم قبل اعتراض المستهلك على هذا الإشهار، ولكنه يعد كذلك إذا لم يمكن المستهلك من الاعتراض على هذه الإشهارات، أو لم يحترم رغبة المستهلك بعد 24 سا من هذا الاعتراض.

ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه

يعد الركن المعنوي من أهم الأركان لقيام أي جريمة سواء بتوافر القصد الجنائي بعنصريه العلم والإرادة أو حتى عن طريق الخطأ، غير أن الركن المعنوي للجرائم الاقتصادية له خصوصية أولا وكما أقر المشرع الوطني عقوبة عن جريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه من خلال المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية ثانيا.

أما الركن المعنوي لهذه الجريمة، فبالنظر إلى الطبيعة المادية لجريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه، فإن الركن المعنوي غير متطلب بحيث يكفي توافر السلوك المادي المجرم، فالجريمة تتوافر إما لارتكاب خطأ عمدي في صورة سوء نية أو لارتكاب فعل غير عمدي لمجرد إهمال أو عدم

[1] المادة 32 الفقرة الثانية من قانون رقم 18 /05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

الحيطة [1] التي تترتب عن عدم أخذ موافقة المستهلك في الاستبيان المباشر أو عدم تمكينه من الاعتراض على الرسائل الإشهارية الإلكترونية.

ثالثا – العقوبة المقررة لجريمة الإشهار التجاري غير المرغوب فيه

تعتبر العقوبات المالية أهم العقوبات التي جاء بها قانون التجارة الالكترونية ومن بينها جرائم الإشهار التجاري غير المشروع باعتبارها جرائم اقتصادية، ومرجع ذلك أن أغلب هذه الجرائم ترتكب بدافع الطمع والربح غير المشروع، فكان من الملائم فرض عقوبات مالية تصيب الجناة في ذمتهم المالية لردعهم، وبما يكفل احترام قوانين حماية المستهلك [2] ولقد عرفت الغرامة على أنها إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغ من المال إلى الخزانة العامة للدولة [3] ، وهي بذلك عقوبة تتوافر فيها كل مقومات وخصائص العقوبة الجزائية، باعتبارها إيلاما مقصودا ينال من الحقوق المالية للمحكوم عليه بها [4].

ولقد كيف قانون التجارة الالكترونية رقم 18 – 05 جريمة الاشهار الاكتروني غير مرغوب فيه على أساس جنحة وبذلك بموجب المادة 40 منه، وأفرد له عقوبة مالية تتراوح من 30.000 دج إلى 300.000 دج.

أما في حالة العود فتضاعف العقوبة حيث تصبح غرامة من 100.000 دج إلى 1.000.000 دج، كما أجاز قانون التجارة الاكترونية المصالحة في الجرائم المتعلقة بجريمة الاشهار الاكتروني غير مرغوب فيه عامة والتي من بينها صورها الإشهار الالكتروني غير مرغوب فيه ، حيث أن القاعدة العامة في تحديد غرامة الصلح في قانون التجارة الالكترونية هي الحد الأدنى لعقوبة الغرامة المقررة للجريمة وهو ما نصت عليه المادة 46 من نفس القانون[5] وعليه فإن غرامة الصلح في جريمة الاشهار الاكتروني غير مرغوب فيه تساوي 30.000 دج.

[1] جفالي حسين، المرجع السابق، ص 530، 531.
[2] انظر المادة 40 من قانون التجارة الالكترونية الجزائري 18 – 05 السالف الذكر.
[3] المادة 48 من قانون التجارة الإلكترونية " يضاعف مبلغ الغرامة في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز اثني عشر 12 شهر من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة ".
[4] المادة 43 من قانون التجارة الإلكترونية " دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، تؤهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات الصلح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون ".
[5] المادة 46 من قانون التجارة الإلكترونية " مبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون ".

المبحث الثاني الحماية الجزائية الاجرائية للمستهلك الاكتروني

نظرا للتطور التكنولوجي وما نجم عنه من جرائم لجات اغلب التشريعات الجنائية الى اقرار حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني في مواجهة مختلف الجرائم الماسة بمصالحه المادية والمعنوية .

وهذا ما دفع المشرع الجزائري للسعي لإحاطة المستهلك بحماية جزائية اجرائية بهدف مكافحة وضبط الجرائم المضرة بمصالحه .ما جعله يسن القوانين والنصوص تتضمن حماية المستهلك جزائيا من شروط للرقابة والمطابقة وتوقيع جزاءات جزائية علي مخالفي هذه النصوص. وهذا ما سوف نتناوله بالتفصيل في هذا المبحث بحيث سنتناول في هذا المطلب الاول: خصوصية التحقيق في الجرائم الماسة بالمستهلك الالكتروني وفي المطلب الثاني الاجراءات القضائية المتبعة في حال وقوع اعتداء .وكذا في المطلب الثالث :خصوصية الاثبات في هذه الجرائم .

المطلب الأول: خصوصية التحقيق في الجرائم الماسة بالمستهلك الإلكتروني

لقد أوجد المشرع الجزائري العديد من الهيئات المكلفة بمعاينة الجرائم، وإثبات المخالفات والتجاوزات المرتكبة ضد المستهلك، وذلك سعيا منه لتوفير الحماية اللازمة له ضد مختلف التجاوزات، ومنها وضعه لقائمة من الأعوان المكلفين بالمراقبة والتحقيق في هذا المجال[1].وفيما يلي عرض قائمة الاعوان المكلفين بالمعاينة من خلال الفرع الاول، وتبيان مختلف الصلاحيات المخولة لهم من خلال الفرع الثاني.

الفرع الأول: الأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم الواقعة على المستهلك

سعيا من المشرع الجزائري لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك من مختلف التجاوزات فقد حرص عدة هيئات لذلك بحيث وضع قائمة من الأعوان المكلفين بالمراقبة والتحقيق.

أولا: الأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم الواقعة على المستهلك

بالرجوع إلى نص المادة 25 من القانون رقم 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش [2]، نجد أن المشرع الجزائري قد قسم الأعوان المكلفين بالمعاينة إلى ثلاثة أصناف، نستعرضهم وفق التفصيل الآتي:

---

[1] المادة 32 من قانون الاجراءات الجزائية على انه :يتعين على كل سلطة نظامية وكل ضابط و موظف عمومي يصل الى علمه اثناء مباشرته لوظيفته خبر جناية او جنحة ، ابلاغ النيابة العامة.

[2] تنص المادة 25 من القانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،سالف ذكر ،على أنه " بالإضافة إلى ضباط شرطة قضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب نصوص خاصة، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعة لوزارة المكلفة بحماية المستهلك.

ـ ضباط الشرطة القضائية

ويتفرعون إلى أشخاص الضبط القضائي المكلفين بمعاينة الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك بصفة عامة، وأشخاص الضبط القضائي المكلفين بذلك بصفة خاصة[1].

ـ أشخاص الضبط القضائي العام[2]:

وهم ضباط الدرك الوطني، محافظو الشرطة، ضباط الشرطة، ذوي الرتب في الدرك – رجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل، والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العمل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة.

ـ مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة 3 سنوات على الأقل، وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل، وزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.

– أشخاص الضبط القضائي الخاص:

وهم: - الوالي كونه الممثل القانوني للولاية رئيس المجلس الشعبي البلدي كونه ممثل البلدية [3]وتجدر الإشارة إلى أن المشرع ج قد أناط هؤلاء الأشخاص سلطة الضبط القضائي الخاص على مستوى المحلي، نظرا لتمتعهم بسلطة الضبط الإداري العام.

ثانيا: الأعوان المرخص لهم بموجب نصوص خاصة

1 – أعوان قمع الغش لمديرية التجارة: نظم المشرع ج مهام وصلاحيات هذه المديرية، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11 – 09 [4]، وتتشكل هذه المديرية من عدة مصالح نذكر منها: مصلحة الجودة، التي تضم سلكين لمراقبة النوعية وقمع الغش وهما سلك مراقبي النوعية وقمع الغش، وسلك مفتشي النوعية وقمع الغش.

أ – أعوان سلك مراقبي النوعية وقمع الغش: يضم هذا السلك رتبتين:

أ – 1 ـ أعوان ذوي رتبة مراقب رئيسي للنوعية: ومن بين الصلاحيات المخولة لهم في هذا المجال:

[1] المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم .
[2] المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل و المتمم .
[3] المادة 92 من قانون البلدية رقم 11/ 10.
[4] مرسوم رقم 11 – 09 مؤرخ في 20 يناير 2011 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها، الجريدة الرسمية، العدد 4، الصادرة في 23 يناير 2011، وكذلك القرار الوزاري المشترك في 18 نوفمبر 2005، الذي يحدد تنظيم المديريات الولائية للتجارة في مكاتب، الجريدة الرسمية، العدد 69، صادرة في 12 نوفمبر 2005.

- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش.
- الحرص في مجال النوعية على أمانة المعاملات التجارية.
- تأطير المراقبين الموضوعين تحت سلطتهم ومراقبة أعمالهم.
- التدخل العاجل في الحالات التي من شأنها إلحاق الضرر بالمستهلك، والتدخل في نطاق مراقبة النوعية[1].

أ – 2 – أعوان ذوي رتبة مراقبي النوعية: ومن بين الوظائف المكلفين بأدائها نذكر:

- البحث عن مخالفات التنظيم المعمول به في مجال النوعية وقمع الغش، وإثباتها واتخاذ جميع التدابير التحفظية المنصوص عليها في هذا المجال عند الاقتضاء.
- المشاركة في جميع الدراسات، أو التحقيقات أو المراقبة المتعلقة بميدان النوعية[2].

ب – الأعوان المنخرطين في سلك مفتشي النوعية وقمع الغش:

يضم هذا السلك أربع رتب.

ب – 1 – رتبة مفتشي الأقسام للنوعية وقمع الغش: ومن بين المهام المنوطة بهم نذكر ما يلي:

- متابعة التطورات القانونية والعملية والتقنية على الصعيد الدولي، قصد اقتباسها واعتمادها على الصعيد الوطني.
- القيام بدراسات وأبحاث في ميدان مراقبة النوعية وقمع الغش.
- وضع مقاييس ومعايير نوعية للمنتوجات والطرق الثابتة لصلاحيات التحقيقات وإجراء التحاليل، وتقدير المواد غير المرغوب فيها داخل المنتوجات، بالإضافة إلى المشاركة مع الهيئات المعنية قصد رسم الحدود القصوى للرواسب السامة الممكن قبولها في المواد الغذائية[3].

ب – 2 – المفتشين الرئيسيين للنوعية وقمع الغش: والذين يكلفون بعدة مهام منها:

- القيام بمهام التحقيقات التي تنطوي على صعوبات خاصة، والقيام بجميع وظائف المراقبة لسير المصالح اللامركزية المتخصصة في هذا المجال والتابعة لوزارة التجارة.

---

[1] المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 89 / 207 مؤرخ في 14 نوفمبر 1989، المتضمن القانون الأساسي المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة في الإدارة المكلفة بالتجارة ،ج ر، العدد 48، الصادرة في 13 نوفمبر 1989.

[2] مادة 20 من مرسوم تنفيذي 89 / 207، المتضمن القانون الاساسي المطبق على العمال المنتمين للاسلاك الخاصة في الادارة المكلفة بالتجارة.

[3] مرسوم تنفيذي رقم 89/ 207، المتضمن القانون الاساسي المطبق على العمال المنتمين للاسلاك الخاصة في الادارة المكلفة بالتجارة.

- المشاركة في إعداد التنظيمات.

ب – 3 – مفتشو النوعية: يكلف أعوان هذه الرتبة بعدة أعمال منها

- ضمان التنسيق والانسجام للمتدخلات بين المفتشين ومخابر مراقبة النوعية وقمع الغش.
- مساعدة المفتشين الرئيسيين للنوعية وقمع الغش في تأدية مهامهم.
- ضمان الاستعمال الأمثل لوسائل المراقبة التقنية والتحليل.
- تحليل النتائج واقتراح التدابير اللازمة لتحسين فعاليات التدخلات.
- رؤساء المفتشين الرئيسيين لمراقبة النوعة وقمع الغش: يتولون عدة مهام
- دراسة جميع التدابير التي من شأنها توجيه عمليات المراقبة، وتحسين طرق التدخل وزيادة فعاليات عمليات المراقبة والتحليل والأبحاث واقتراحها.
- اقتراح التدابير التي من شأنها تحسين مصالح مراقبة النوعية وقمع الغش وتسييرها.

الفرع الثاني: الصلاحيات المخولة للأعوان المكلفين بالمعاينة

في سبيل ضبط وإثبات المخالفات والتجاوزات، التي قد ترتكب في حق المستهلك، وتضر بمصالحه، خول المشرع ج الأعوان المكلفين بالمعاينة في هذا المجال عدة صلاحيات في إطار ممارسة اختصاصاتهم، وهو ما سنستعرضه وفق التفصيل الآتي:

أولا: دخول المحلات والأماكن الموجودة بها المنتوجات، وفحص الوثائق، والاستماع إلى تصريحات المتدخلين

حيث منح المشرع الجزائري للأعوان المكلفين بالمعاينة وقمع الغش، سلطة دخول المحلات والأماكن الموجودة بها المنتوجات ليلا ونهارا بما في ذلك أيام العطل، واعتماد نظام رقابة داخلها، غير أن المحلات ذات الطابع السكني لا يمكنهم دخولها إلا بالحصول على إذن من طرف وكيل الجمهورية ، كما خولهم المشرع أيضا في هذا الصدد صلاحية الاطلاع على كل الوثائق التي يحوزها المتدخل وفحصها، بالإضافة حقهم في الاستماع لما يدليه المتدخل من تصريحات في موضوع المخالفة المضبوطة[1].

[1] المادة 34 من قانون 09_03 ،المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش .

ثانيا: تحرير المحاضر واقتطاع العينات، واتخاذ الإجراءات التحفظية

ويمكن توضيح ذلك من خلال ما يلي:

1 – تحرير المحاضر واقتطاع العينات: فقد أوجب مشرع ج على الأعوان المكلفين بالمعاينة وقمع الغش القيام تحرير محاضر تحصل في طياتها: هوية العون القائم بمعاينة المخالفة وعنوانه، هوية الشخص الذي تمت عنده المعاينة وعنوانه والنشاط الذي يمارسه والفاتورة مع ذكر التاريخ المعاينة، ورقم المحضر وتاريخ تسلسل المحضر، بالإضافة إلى تضمين المحضر المحرر إمضاء كل من العون والشخص المخالف [1] كما يتولى الأعوان في هذا الصدد، مهمة اقتطاع العينات وإخضاعها للتحاليل بغية التأكد من مدى مطابقة المنتوج للمعايير المفروضة [2]، وعند الانتهاء من اقتطاع العينات يحرر الأعوان محضر يتضمن كافة المعلومات المصرح بها في هذا الصدد[3].

2 – اتخاذ الإجراءات التحفظية:

أ – الفحوص العامة والفحوص المعمقة: بالنسبة للفحوص العامة فإن مصالح الإدارة المكلفة بمراقبة النوعية وقمع الغش توافق على دخول المنتوج والبضاعة في حال ما إذا أثبتت نتائج الفحص العام مطابقة المنتوج للوثائق المرفقة[4] ، لأنها تقوم بتفتيش البضاعة المستوردة قبل جمركتها ، علما أن التفتيش يكون بناء على ملف، أما إذا كانت النتيجة سلبية فالمنتوج يتم وضعه في أماكن الإيداع المؤقت، أما بالنسبة للفحوص المعمقة، فيتم اللجوء إليها من خلال اقتطاع العينات حسب المحددة من طرف الأولويات الإدارة المكلفة بحماية المستهلك[5].

ب – القيام بإجراءات الإيداع والحجز والسحب: بالنسبة لإجراءات الإيداع، فإنه يتقرر بقصد إثبات مدى مطابقة المنتوج للمواصفات والمعايير القانونية من عدمها [6] ، أما بالنسبة لإجراء الحجز، فيتم اللجوء إليه

---

[1] المادة 31 من القانون 03/09،المتعلق بقانون حماية المستهلك و قمع الغش ،ومضمون مادة 5 من مرسوم التنفيذي 39/90 ،المتعلق بالرقابة الجودة وقمع الغش ، المؤرخ في 30 يناير 1990 جريدة رسمية ، العدد5 ،صادرة بتاريخ 31 جانفي 1990 معدل ومتمم.

[2] المادتين 30 و 39 من القانون رقم 09/ 03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

[3] المادة 41 من القانون 09 / 03 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ومضمون نص المادة 16 من مرسوم تنفيذي رقم 90 / 39، المتعلق بالرقابة الجودة و قمع الغش .

[4] المادة 9 الفقرة الاولى من المرسوم التنفيذي رقم 05 / 467، المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، المحدد لشروط مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، ج ر ج د ش، العدد 80، صدرة في 20 ديسمبر 2005.

[5] المادة 34 الفقرة الثانية من القانون رقم 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، وكذا مضمون نص المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05/ 467 ، المحدد لشروط مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك.

[6] تم النص على إجراء الإيداع في حال عدم مطابقة المنتوج للمواصفات والمعايير القانونية في القانون رقم 09 / 03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في حين لم يرد النص على هذا الإجراء في المرسوم التنفيذي رقم 90/ 39، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

عند استحالة ضبط المطابقة، أو في حالة رفض المتدخل لإجراء عملية ضبط المنتوج [1] في حين يقصد بإجراء السحب نزع المنتوج من مسار الوضع الاستهلاك من طرف منتجه، وقد يكون السحب مؤقتا يتم اللجوء إليه بغرض القيام بتحريات تكميلية [2] حول مطابقة المنتوج مع تحرير محضر بذلك[3].

ج – التوقيف المؤقت عن النشاط: يتم اتخاذ هذا الإجراء في إطار السلطة التقديرية الممنوحة لمصالح الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش عن طريق إعداد ملف بخصوص المخالفة المرتكبة، ويتم إرساله إلى الوالي الذي يقوم بإصدار قرار إداري يقضي بمنع مرتكب المخالفة من ممارسة نشاطه[4].

المطلب الثاني: الإجراءات القضائية المتبعة في حماية المستهلك

في إطار الحماية الجنائية الإجرائية للمستهلك، أقر المشرع الجزائري لهذا الأخير الحق في اللجوء إلى القضاء للمطالبة بحماية حقوقه إذا ما وقع عليه اعتداء، وذلك دون الخروج عن المبادئ العامة المتبعة في إجراءات المتابعة والتقاضي المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية الجزائري وفي هذا سنفصل بتحريك الدعوى العمومية وصولا إلى غرفة الاتهام.

مرحلة تحريك الدعوى العمومية: وفقا للمبادئ العامة فإن تحريك الدعوى العمومية، يتم من طرف النيابة العامة بعد تلقيها لشكوى من طرف المضرور وهو المستهلك أو عن طريق الضبط القضائي.

الفرع الأول: تحريك الدعوى العمومية بناء على شكوى المضرور أو عن طريق أعوان الضبطية القضائية

أولا: تحريك الدعوى العمومية بناءا على شكوى المضرور (المستهلك)

حيث يقدم المستهلك الذي تعرض حقه لعدوان مباشر شكواه لإثبات المسؤولية الجنائية للمشكو منه، ومعاقبته قانونا غير أنه تجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن مشرع ج، قد منح حق تقديم الشكوى في هذا المجال أيضا لجمعيات حماية المستهلك، بالإضافة إلى الاعتراف لها بالمنفعة العامة [5] والاستفادة من المساعدة القضائية.

[1] المادة 28 من المرسوم التنفيذي رقم 90/ 39، المتعلق بالرقابة الجودة و قمع الغش.
[2] المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39، المتعلق بالرقابة الجودة وقمع الغش .
[3] المادة 61 من القانون رقم 09 / 03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .
[4] أحمد بولمكاحل، الحماية الجنائية الإجرائية للمستهلك في ظل التشريع الجزائري، مجلة المعيار، مجلد 23، العدد 48، سنة 2019، جامعة قسنطينة 1.
[5] المادة 21 فقرة ثانية من القانون رقم 09/ 03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ثانيا: تحريك الدعوى العمومية عن طريق أعوان الضبط القضائي

والذين يضطلعون بمهمة البحث والتحري عن طريق الاستدلالات والتحريات وتحرير المحاضر وإرسالها إلى النيابة العامة، وإحالة الشكاوى والتبليغات المقدمة من طرف المواطنين إلى وكيل الجمهورية.

الفرع الثاني: مرحلتي التحقيق

وتعتبر مرحلتي التحقيق والمتابعة من أهم الإجراءات الجزائية المتخذة من قبل القضاء لحماية المستهلك من كل الاعتداءات الواقعة على مصلحته، فإنه إذا كان الاعتداء على أمن وسلامة المستهلك يشكل جناية أو جنحة ورأى وكيل الجمهورية أنها من الجنح التي تحتاج إلى تحقيق أحال الأمر إلى قاضي التحقيق، غير أنه يشترط في قاضي التحقيق قبل مباشرته لأي إجراء من إجراءات التحقيق أن يكون مختصا محليا [1] وفي حال ما إذا ثبت اختصاصه بنظر في القضية يباشر فورا في إجراءات التحقيق والتي سنتطرق إليها وفق التفصيل الآتي:

أولا: استجواب المتهم وسماع الشهود

1 – استجواب المتهم[2]: حيث يقوم قاضي التحقيق باستجواب العون الاقتصادي المتهم بجريمة الغش، ويقسم الاستجواب إلى:

أ-استجواب عند المثول الأول[3]: يتعرف قاضي التحقيق من خلاله على هوية العون الاقتصادي المتهم، ويخطره بالتهمة الموجهة إليه، وله مطلق الحرية في الإدلاء بتصريحاته من عدمه وتدون أقواله في محضر، ثم يقرر القاضي بعدها ما يراه مناسبا بشأنه[4] وفي حالة ما إذا لم يكتفي قاضي تحقيق فلابد من المرور الاستجواب في الموضوع.

ب- الاستجواب في الموضوع: ويتم فيه مواجهة العون الاقتصادي بالتهم المنسوبة إليه ومناقشته فيها مناقشة تفصيلية، ومواجهته بالأدلة القائمة ضده مع مطالبته بإبداء رأيه فيها، وكذا نجد سماع الشهود نصت عليه المادة 69 مكرر قانون الاجراءات الجزائية.

[1] المادة 40 من قانون الاجراءات الجزائية أمر رقم 66/ 135 مؤرخ في 8 يونيو 1966 يتضمن قانون الاجراءات الجزائية معدل ومتمم.
[2] المادة 100 من قانون الاجراءات الجزائية معدل ومتمم.
[3] محمد حزيط ، مذكرات في قانون الاجراءات الجزائية ، بدون رقم طبعة ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، 2007.
[4] المادة 47 قانون الاجراءات الجزائية معدل ومتمم.

ثانيا: الانتقال للمعاينة والتفتيش

وذلك في كل مكان يحتمل العثور فيه على المنتوجات المغشوشة، مع مراعاة الشكليات الواجبة، إذا ما تم ضبط هذه المنتوجات في الأماكن السكنية، شريطة إخطار وكيل ج المختص إقليميا، وتحرير محضر بجرد المنتوجات المغشوشة التي تم حجزها ووضعها في احرار مختومة. [1]

ثالثا: أوامر التصرف بعد انتهاء التحقيق

فقاضي التحقيق بعد اتصاله بملف القضية وفور انتهائه من إجراءته فإنه يصدر ما يعرف بأوامر التصرف بعد انتهاء التحقيق والتي نوردها بإيجاز فيما يلي: [2]

1 – الأمر بالأوجه للمتابعة أو انتفاء وجه الدعوى العمومية.

2 – الأمر بالإحالة إلى قسم الجنح [3] ، حيث أن الوصف الغالب لجرائم الغش والتدليس المنصوص عليها في ق العقوبات الجزائري والقانون رقم 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تأخذ وصف الجنحة.

الفرع الثالث: غرفة الاتهام

نظم المشرع ج غرفة الاتهام في المواد 176 – 211 من قانون الإجراءات الجزائية بحيث تنظر غرفة الاتهام في استئناف أوامر قاضي التحقيق باعتبارها جهة تحقيق درجة ثانية وبالتالي سعرض بعض صلاحياتها نجد ما يلي:

- النظر في صحة الإجراء المرفوعة إليها وتقضي ببطلانها عند الاقتضاء[4].
- إصدار قرار بالأوجه للمتابعة إذا رأت أن الوقائع لا تكون جريمة أو لعدم توافر الأدلة أو لعدم كفايتها أو إذا بقي المتهم مجهولا[5].
- مراقبة عمل الشرطة القضائية والموظفين والأعوان المنوطة بهم بعض مهام الضبطية القضائية .... الخ[6].
-

[1] المادة 162 قانون الاجراءات الجزائية.
[2] المادة163 قانون الاجراءات الجزائية.
[3] المادة 164 قانون الاجراءات الجزائية.
[4] مواد 158-191 قانون الاجراءات الجزائية.
[5] المادة 195 قانون الاجراءات الجزائية.
[6] مواد 206 و مايليها من قانون الاجراءات الجزائية.

- إصدار قرارات الإحالة على محكمة الجنح والمخالفات[1].

المطلب الثالث: خصوصية الاثبات

يحتل الإثبات أهمية ومكانة بالغة أمام القاضي الجزائي فيما يتعلق بجرائم الماسة بالمستهلك خاصة، والجرائم الأخرى عامة، ذلك أنه لا يمكن إدانة المتهم إلا إذا تبين من جهة وقوع الجريمة، ومن جهة أخرى أنه هو الذي ارتكبها، والملاحظ على قوانين الاستهلاك القديمة، والجديدة منها أنها لم تحضى وسائل الإثبات بأهمية بالغة، ما عدا ما تعلق منها بمسألة الحاضر المحررة من طرف أعوان رقابة الجودة وقمع الغش أو الخبرة، وعلى هذا الأساس لا تجد النيابة العامة ولا المستهلك ولا الجمعيات بدا من التمسك بقواعد الإثبات العامة[2] ، وفي المقابل فإنه للمتهم أن يدحض الأدلة المقدمة ضده.

وللمحكمة أن تأمر بتقديم أي دليل تراه لازما لظهور الحقيقة، ولها السلطة التقديرية في قبوله أو رفضه، وهو ما قضت به المحكمة العليا بقولها " أنه لقاضي الموضوع تأسيس اقتناعه على أية حجة حصلت أمامه "[3] وسنحاول باختصار ذكر أهم أدلة الإثبات الخاصة والعامة منها.

الفرع الاول: الاثبات في الجرائم العامة الماسة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09

اولا – الاعتراف

حسب نص المادة 213 من قانون الاجراءات الجزائية ، هو إقرار المتهم على نفسه بارتكاب الجريمة سواء بصفة شفوية أو كتابية، وقد ذكرنا أن القاضي يعطي للمتهم بعد سماعه للتهم المنسوبة إليه فرصة الاعتراف على أنه لا يجوز تحليفه اليمين، وإلا كان اعترافه باطلا، إذ أن ذلك يعد من قبيل الإكراه المعنوي[4] وهذا ويشترط القانون بعض الشروط لصحة الاعتراف منها:

ـ أن يكون صادرا من المتهم: إذ أن الاعتراف مسألة شخصية، فحتى لو اعترف المحامي بالتهم المنسوبة لموكله فهذا لا يعد اعترافا، ويشترط أن تكون صريحا لا غموض فيه كأن ينسب المتهم الغش الحاصل

[1] المادة 196 قانون الاجراءات الجزائية، معدل ومتمم.
[2] عبد الحليم بوقرين، (الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي وعلم الإجرام، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان سنة 2009 – 2010 ،ص 36 ، نقلا عن: مرفت عبد المنعم صادق، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، 2007.
[3] المرجع نفسه، ص 36 ،نقلا عن: " أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في تشريع ج، ج2، د م ج، ط2008.
[4] المرجع نفسه، ص 36 ، نقلا عن :قوبعي بلحول، " الحماية الإجرائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2008 – 2009.

في البضاعة إلى نفسه، ولا يمكن أن يستنتج من هروب المتهم مثل أو مصالحته مع المستهلك أو المجني عليه عموما أنه اعتراف.

ـ أن يصدر من متهم مميز[1] هذا وإن كان الاعتراف أو الإقرار سيد الأدلة في المواد المدنية، إلا أنه ليس كذلك أمام القاضي الجزائي فهو حسب نص المادة 213 ق ج دليل كباقي الأدلة يخضع لسلطة تقديرية للقاضي.

ثانيا– المحررات

تعد المحررات وسيلة من وسائل الإثبات الجنائي، وإن كانت ليس لها نفس القيمة التي لها في القضايا المدنية، إلا أن ذلك لا يمنع من أنه قد توجد وثائق خطية تتعلق بالجريمة، وتكون دليل على وقوعها أو على نسبتها إلى المتهم، وهناك موظفون خولهم القانون تنظيم محاضر شهاداتهم بالجرائم التي ضبطوها أو وصل علمها إلى مسامعهم أو كانو أجروا كشفا عن مكان حصولها على أن هناك أوراق أخرى تؤلف جسم الجريمة أو الدليل.

أ – المحررات أو الأوراق التي تؤلف بحد ذاتها جسم الجريمة والدليل عليها: كأن تكون هناك وثيقة مزورة أو شهادة طبية تثبت مثل أن للحم الذي استعمل في صناعة تلك البضاعة سليم، ولكن بعد مطابقة الشهادة مع الدفتر الذي يمسك به الطبيب تثبت عدم تسليم الطبيب البيطري تلك الشهادة[2].

ثالثا– المحاضر

هي الأوراق التي يحررها موظفو الشرطة أو الموظفون المختصون بذلك في إطار وظيفتهم، بما يشاهدوه او بما يقفون عليه من جرائم وما يقوم عليهما من أدلة، إو بما يقضون عليه من ظروفها وفيما يعملونه عن فاعليها، ولا يعتد بهذه المحاضر إلا إذا كانت محررة وفقا لما نص عليه القانون [3]، إذ تنص المادة 214 من ق إ ج ج أنه لا يكون للمحضر أو التقرير قوة في الإثبات، إلا إذا كان صحيحا في الشكل ويكون قد حرره واضعة أثناء مباشرة أعمال وظيفته أورد فيه عن موضوع داخل نطاق اختصاصه ما قد رآه بنفسه [4] ، نحن في باب حماية المستهلك من الناحية الجزائية ما يجدر الإشارة إليه هنا أن ليس المحاضر الضبطية القضائية جميعها ذات أو نفس القوة الثبوتية إذ أن بعضها يعمل به حتى

[1] فلا يؤخذ بالاعتراف الصادر عن المجنون حتى ولو كان في وقت الجريمة متمتعا بقواه العقلية.
[2] محكمة معسكر، قسم الجنح التحقيق، حكم مؤرخ في 10/ 04/ 2001، فهرس 452/ 01 – حكم غير منشور.
[3] قوبعي بلحول، الحماية الإجرائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، سنة جامعية 2008 – 2009 ، ص 36 ،نقلا عن: عاطف النقيب، الحماية الجزائية للمستهلك، مجلة الحقوق، ج2، ط2، 1992، ص 380.
[4] فعلى خلاف ما نصت عليه مادة 215 من قانون الاجراءات الجزائية أن المحاضر والتقارير المثبتة للجنايات والجنح لا تعتبر إلا مجرد استدلالات يجوز للقاضي الأخذ بها أو إهمالها ما لم ينص القانون على خلاف ذلك فإننا نجد أن بعض القوانين كالقوانين 04 / 02 و 89 / 02 قد نص صراحة على خلاف هذه القاعدة، حيث أعطى هذين القانونين للمحاضر المحررة من طرف أعوان الرقابة بمديرية التجارة حجية كاملة لا يمكن دحضها إلا بإثبات التزوير.

ثبوت التزوير وبعضها له قوة من يثبت ما يخالفه، والبعض الآخر ليس له قيمة إلا على سبيل الاستدلال، وفي هذا المقام يمكن التنويه على ما جاءت به المادة 218 من ق إ ج عن ذكر بعض المحاضر التي يعمل بها حتى يثبت تزويرها وعلى سبيل المثال تلك المحاضر التي يحررها أعوان المنافسة والأسعار سابقا وأعوان التجارة حاليا التي تثبت فيها بعض الجنح والمخالفات المتعلقة بقواعد حماية المستهلك وقوانين المتعلقة بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

رابعا– الخبرة

إن المادة 143 من قانون الاجراءات الجزائية نصت " على أن لكل جهة قضائية تتولى التحقيق أو الحكم وعندما تعرض لها مسألة ذات طابع فني أن تأمر بندب خبير، إما بناءا على طلب النيابة العامة أو الخصوم إما تلقاء نفسها [1] ، والخبرة بناء على تلك المادة هي الاستشارة الفنية التي يستعين بها القاضي أو المحقق في مجال الإثبات لمساعدته في تقدير المسائل الفنية التي يحتاج إلى تقديرها إلى دراسة علمية ويتجه الرأي الغالب في الفقه اعتبار أن الخبرة هي وسيلة إثبات تهدف إلى التعرف على وقائع مجهولة، من خلال الواقع المعلوم [2] ويجب على القاضي في جرائم الاستهلاك أن يحدد دور الخبير بدقة وبين له النقاط الجوهرية المطلوبة منه، أما مسألة تحديد نسب الفعل للمتهم أو تقدير الخبرة من صلاحيات القاضي وأكدت المحكمة العليا في غرفتها الجنائية ذلك في القرار المؤرخ في 07 / 07 / 1993 " الذي جاء فيه " أنه من المقرر قانونا وقضاءا، أن يأمر القاضي بإجراء الخبرة ويعين الخبير مع توضيح مهمته التي تكتسي طابعا فنيا بحتا مع مراعاة عدم التخلي عن صلاحيات القاضي لفائدة الخبير، ومن ثم يعرض قراره وللنقض المجلس الذي أمر الخبير بإجراء تحقيق مع سماع الشهود واعتمد نتائج تقريره للفصل في موضوع الدعوى "[3].

وبالرغم من أن ممارسة سلطة ندب الخبير من لدن القاضي اختيارية، لكن الواقع دل على أن في حوادث الاستهلاك أن القاضي يستعين بها كثيرا وأن تلك الخبرة مكملة لعناصر الملف القاضي، ولعل التحاليل المخبرية في هذا المجال أضحت تكتسي أهمية ونجد المشرع ج بمقتضى المرسوم التنفيذي 39/90 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش خاصة المواد 10، 16، 18 منه وكذا القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 17 / 07 / 1990 المتضمن كيفية أخذ العينات إلى المخبر الجهوي لمراقبة

---

[1] لقد خول القانون 89/ 02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جمعيات حماية المستهلك من إمكانية طلب إجراء خبرات متعلقة بالاستهلاك – انظر م (23) من ذات القانون.

[2] قوبعي بلحول، المرجع السابق، ص 37 ، نقلا عن: " أحسن بوسقيعة، قانون الاجراءات الجزائية، في ضوء الممارسة القضائية، ط2، دار هومة، ص 71.

[3] المرجع نفسه، ص 37 ، نقلا عن: " جيلا لي بغدادي " الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية طبعة 1 – الديوان الوطني للأشغال التربوية جزء 1 – جزء 2 – 2000.

الجودة وقمع الغش، الذي تفرع عنه المركز الجزائري لمراقبة الجودة حدد الاجراءات والضوابط التي تنظم عملية الخبرة.

خامسا– شهادة الشهود

لقد تناولت المادة 220 وما يليها من قانون الاجراءات الجزائية أحكام الشهادة أمام المحكمة على نحو يخالف بعض الشيء أحكام الشهادة، وأمام قاضي التحقيق، فخلافا لهذا الأخير تتم الشهادة أمامه على غير علانية ولا يحضرها المتهم أو أي من الشهود، لكن قاضي الحكم أي رئيس الفرع الفاصل في المادة الجزائية يأمر الشهود بعد التحقيق من حضورهم بالانسحاب إلى الغرفة المخصصة للشهود ثم أثناء تأدية الشهادة يتم خلف اليمين طبقا للأوضاع المنصوص عليها والاستثناءات الواردة في المواد 227 و 228 من قانون الاجراءات الجزائية لكن ما الاستعانة به بهذا الدليل في حدوث الاستهلاك خاصة الجنح الجنايات المرفوعة ضد المتهمين هو تقديم هذا الشاهد إلى المحكمة للإدلاء بشهادته، وقد يكون مترجم أو خبير أو ضابط شرطة قضائية عاين الحادث، فهؤلاء شهادتهم يعول عليها القضاء بحكم وظائفهم.

وفي العموم قد تكون الشهادة من طرف أفراد عاديين عايشوا الحادث، ويقدر القاضي جدوى تلك الشهادة متى اطمأن لها أخذ بها وعلل حكمه بها دون أن يخضع تقديره لرقابة المحكمة العليا[1].

سادسا: القرائن

أهم دليل بعد الخبرة حيث أن هذا الإجراء يعتمد عليه خاصة ففي الجرائم الآتية والمتلبس بها ويساعد كثيرا على جمع القرائن وفهم الحقيقية والوقوف على أعمال الضبط القضائي في مرحلتها الأولية ويعزز قناعة القاضي، وأنه طبقا للمادة 225 قانون الاجراءات الجزائية يجوز للجهة قضائية، إما من تلقاء نفسها أو بناء على طلب النيابة العامة أو المدعي المدني، أن تأمر بإجراءات انتقالية اللازمة لاظهار الحقيقة اذن فالمعاينة تساهم في تكوين عقيدة للمحكمة إذ تمنحها أفكار مادية ناجمة عن الاطلاع المباشر لمحل المعاينة دون وساطة الشهود أو الخبراء[2].

الفرع الثاني: الإثبات في الجرائم المنصوص عليها في قانون التجارة الالكترونية 18 – 05

إن التحقيق والإثبات أمران مرتبطان مع بعض، فالمشرع الجزائري لم يتبنى أفعال الاعتداء على الأنظمة المعلوماتية إلا من خلال تعديل قانون العقوبات 15 / 04 المؤرخ في 10 – 11 – 2004 فالإثبات في هذه الجرائم أمر صعب، لدى اعتبر الدليل الرقمي وسيلة فعالة ومهمة للإثبات فيعتبر أهم

[1] قوبعي بلحول، المرجع السابق ، ص 38 ، نقلا عن: " أحسن بوسقيعة، قانون الاجراءات الجزائية ، في ضوء الممارسة القضائية ، ط 2 ، دار هومة ، ص 92.

[2] المرجع نفسه، ص 38 ، نقلا عن : محمد صبحي، قواعد وطرق الإثبات ومباشرتها في النظام القانوني الجزائري – الديوان الوطني للأشغال التربوية طبعة 1 – 2001.

مما لديه دور مهم وحجية في الكشف عنه، فعرف الدليل الإلكتروني بأنه " كل بيانات التي يمكن إعدادها أو تخزينها في شكل رقمي بحيث تمكن الحاسوب من إنجاز مهمة ما " وبالرجوع إلى المشرع الجزائري نجد أنه لم يعرف الدليل الالكتروني سواء في القانون 09 – 04 أو حتى في المرسوم 15 – 261 المتعلق بتنظيم الهيئة الوطنية للوقاية من جرائم تكنولوجيات الاعلام والاتصال[1].

اولا :حجية الدليل الالكتروني

يقصد بحجية الدليل الالكتروني قوته الاستدلالية في إبراز الحقيقة وصدق نسب الفعل الاجرامي إلى شخص معين أو كذبه، وتتوقف القيمة القانونية التي يتمتع بها الدليل الرقمي على مسألتين هما مشروعية هذا الدليل والمصداقية التي يتمتع بها.

1-**مشروعية الدليل الرقمي**: يتسع ويضيق قبول الدليل الرقمي طبقا للمبادئ التي تقوم عليها أنظمة الإثبات السائدة، وفي هذا الصدد نجد المشرع الجزائري وكغيره من المشرعين أفرد نصوص تحفز القاضي على قبول أو عدم قبول أي دليل بما في ذلك الدليل التقني، كما أن حرية الإثبات في المسائل الجزائرية من المبادئ المستقرة في نظرية الإثبات، وبذلك أقر المشرع الجزائري مبدأ حرية الإثبات الجزائي في المادة 212 من قانون الاجراءات الجزائية ، حيث نصت على أنه يجوز إثبات الجرائم بأي طريقة من طرق الإثبات ما عدا الأحوال التي ينص فيها القانون على غير ذلك، وللقاضي أن يصدر حكما تبعا لاقتناعه الشخصي [2] ، ومن بين مبررات الأخذ بمبدأ حرية الإثبات ظهور لأدلة العلمية الحديثة التي كشف عنها العلم الحديث في إتيان الجريمة ونسبها للمتهم، كبصمة الصوت والبصمة الوراثية.

ويتجلى الدور الإيجابي للقاضي الجزائري في الجرائم الالكترونية في عنصرين هامين هما:

- توفر الدليل من خلال البحث عن الدليل باستعمال السلطات المخولة له قانونا، حيث يستطيع أن يأمر القائم بتشغيل النظام بتقديم المعلومات اللازمة لاختراق النظام والولوج إليه، من خلال الإفصاح عن كلمات المرور والشفرات الخاصة بتشغيل البرنامج.
- سلطة الأمر بتفتيش نظم الحاسوب بجميع مكوناته بحث عن الدليل الرقمي.

[1] فلاح عبد القادر و . آيت عبد المالك نادية، التحقيق الجنائي للجرائم الإلكترونية وإثباتها في التشريع الجزائري، مجلة فصلية دولية علمية محكمة تصدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، المجلد 4، العدد 2، تاريخ النشر 08 / 01 / 2020، سنة 2019، ص 1699.

[2] المرجع نفسه، ص 1701.

2 – مصداقية الدليل الرقمي: زاد ظهور الدليل التقني من دور الإثبات العلمي، الذي كان دور الخبراء فعال في ذلك وهذا بالنظر إلى الجرائم الإلكترونية، وللخبرة التقنية أهمية في استخلاص الدليل التقني التي لها دور في البحث عن مصداقيته في مجال المعالجة الآلية للمعطيات[1].

[1] فلاح عبد القادر و.آيت عبد المالك نادية، المرجع السابق، ص 1702.

الخاتمة

الخاتمة :

أدت الطفرة التكنولوجية، التي يعيشها العالم من انفتاح على تقنيات حديثة و عالم مختلف، يتجسد في اللامحسوس، و مواكبة الرقمنة في جميع المجالات، فرضت على مختلف الدول ربط جل المجالات خاصة التجارية منها بالعالم الافتراضي، فلم تكن العقود الالكترونية وليدة الصدفة، بل ظهرت نتيجة هذه التحولات الكبرى خاصة في مجال المعلوماتية، و قد أصبحت الجزائر من الدول المعنية بهذا الانفتاح لما فيه من فائدة على الاقتصاد الوطني، و التجاري على الصعيدين الدولي و الداخلي، و باعتبار أن الموضوع أصبح حديث الساعة خاصة مع الأزمة التي يعيشها العالم بأسره (أزمة كوفيد 19) التي غلبت العالم الافتراضي على العالم المادي لتفادي تفشي المرض فأصبح كبديل له.

و لهذا نجد المشرع الجزائري قد خطى خطوات تصب في حماية المستهلك الإلكتروني و خدمة للتجارة الإلكترونية بسنه القانون 05/18 إلى جانب القواعد العامة التي تحكم المستهلك الإلكتروني بصفة عامة.

من خلال هذا العمل المتواضع تم التوصل إلى مجموعة من النتائج و التوصيات متمثلة في :

أ- نتائج الدراسة :

1. إن الخداع التسويقي قد يكون بمظاهر مختلفة و يمس عدة عناصر من المزيج التسويقي الإلكتروني، إذ أصبحت العديد من الشركات تلجأ إلى الخداع للتأثير على المستهلك لزيادة فاعلية نشاطها التسويقي و زيادة مبيعاتها خاصة عند وجود ضعف في الوعي و الثقافة التسويقية لدى المستهلك، و نقص اطلاعه على مخاطر التجارة الإلكترونية ككل، و التي تعتمد على مختلف وسائل الاتصال الإلكتروني الذي يشوبه العديد من التجاوزات و الممارسات غير الأخلاقية مثل الخداع التسويقي يترتب عليها نتائج إيجابية للممارسين للخداع التسويقي بزيادة مبيعاتهم و أرباحهم و لكنهم سيتأثرون سلبا في الأجل الطويل، كون الزبون لا يمكن ان يخدع كل مرة و يمكن اعتبار هذه الظاهرة مؤشرا على ضعف الأداء التسويقي.

2. جرائم التجارة الإلكترونية أثرت سلبا على سرعة انتشار هذه التجارة لذا وفر المشرع الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية ضد الجرائم التقليدية كالخداع و الغش و التحايل المنصوص عليهما في قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و الجرائم المستحدثة المتمثلة في دخول غير مصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني، و منع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع و الخدمات، و غيرها من هذه الجرائم.

3. نظرا لكثرة هذه الجرائم في الجزائر، جعل الأمر في غاية الصعوبة على المشرع العقابي و الإجرائي لتغطية جميع أساليب جرائم التجارة الماسة بالمستهلك.

4. إن استصدار الجزائر قوانين لمعاقبة مرتكبي هذا النوع من الجرائم غير كافي، مع عدم تهيئة الأسس التقنية الكفيلة بتضييق درجات هذه الجرائم بحيث وحدت أضرارها قبل إصدار العقوبة.

5. الحماية المقررة للمستهلك العادي بموجب القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش و كذا القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هي نفس الحماية التي يستفيد منها المستهلك الإلكتروني.

6. المستهلك الإلكتروني يحتاج لحماية خاصة نظرا لخصوصية التعاقد في مجال التجارة الإلكترونية، حيث أن التعاقد يتم عن بعد دون الاتصال المباشر و المادي للأطراف مما قد يؤدي بالمورد الإلكتروني إلى استغلال هذا بأن يخدع المستهلك من خلال الاشهار التجاري غير مرغوب فيه، أو الاشهار المضلل الذي يخفي حقيقة السلع و الخدمات أو بيع سلع مقلدة و غير أصلية.

7. أقرر المشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني بموجب القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما تم بيانه من خلال هذه الدراسة، إلا أن التطبيق الفعلي يصطدم بالواقع و مدى مناسبة تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مما يحدث اشكالات تتعلق بإنعدام الرقابة على المواقع الإلكترونية و صعوبة تحديد وسائل الاثبات في مجال التجارة الإلكترونية لسهولة تغيير الأدلة الإلكترونية كونها موجودة في عالم إفتراضي.

ب-الاقتراحات :

1. سن نصوص خاصة بتجريم أفعال الغش و النصب المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني.

2. نجد الجزائر تعتبر من أهم منتجي القراصنة الإلكترونيين في العالم، و ما نستشفه في بحثنا هو عدم استعداد البيئة التجارية في الجزائر لاستقبال هذه التجارة، بفعل نقص تدفق الأنترنت ، لذا يجب البحث عن السبيل لجعل الفعل الإلكتروني في الجزائر يتوجه نحو الصلاح و الانتاج و ليس الإجرام.

3. نشر الوعي المعرفي للتجارة يكفل الثقة و الشفافية في معاملات التجارة الإلكترونية.

4. ضرورة موائمة التشريع الوطني مع الإتفاقيات الدولية و التشريعات المقارنة في مجال التجارة الإلكترونية و الحماية من الجرائم ذات الصلة.

5. تطوير وسائل الدفع الإلكترونية و التوسع في إستخدام بطاقات الائتمان مثلا كالتوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني.

أخيرا فإن تحقيق الحماية الفعالة للمستهلك لا تقوم إلا بتظافر جهود الأطراف الآتية : الجهاز التشريعي كمراقب و المستهلك كطرف أساسي و صاحب حق و المتدخل كصاحب مصلحة، يضاف إلى هذه الأطراف جمعيات حماية المستهلك التي تستطيع لما لها من دور ممتاز مطالبة المشرع بسد الفراغ و النقص و كذلك توعية المستهلك و تعريفه بحقوقه، و تبقى الوقاية خير من العلاج.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: المراجع العربية

❖ **الكتب**

1. نضيف محمد حسين، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، النشر الذهبي للطباعة ، القاهرة ، 1998.

2. شاهين بهاء ، الانترنت و العولمة ، الطبعة الاولى ، مصر ، عالم الكتاب ، 1999.
3. جيلالي بغدادي ، الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية ، الطبعة الاولى ، الديوان الوطني للاشغال التربوية ، جزء 1 ، جزء 2 ، 2000 .
4. محمد صبحي ، قواعد وطرق الاثبات ومباشرتها في النظام القانوني الجزائري ، الديوان الوطني للاشغال التربوية ، ط1 ، 2001 .
5. مجدي محمود محب حافظ ، موسوعة تشريعات الغش والتدليس ، دار محمود للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003 .
6. مومني بشار طلال ، مشكلات التعاقد عبر الانترنت ، ط الاولى ، الاردن ، دار وائل للنشر والتوزيع ، 2003 .
7. عبد العال طارق ، التجارة الاكترونية ، المفاهيم ، التجارب ، التحديات الابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية ، ط 1 ، مصر ، دار الجامعية ، 2003 .
8. اسامة احمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الاكتروني ، مصر ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2005 .
9. حسن طرح البحور علي ، عقود المستهلكين الدولية مابين قضاء التحكيم والقضاء الوطني ، ط الاولى ، مصر ، دار الفكر الجامعي ، 2007 .
10. حليمة بن شعاعة وعبد المنعم موسى ابراهيم ، حماية المستهلك دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، ط الاولى ، لبنان ، 2007 .
11. محمد حزيط ، من 93 الى 103 ، مذكراته في قانون الاجراءات الجزائية ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر ، 2007 .
12. اسامة احمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الاكتروني ، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2008 .
13. احمد شوقي الشلقاني ، مبادئ الاجراءات الجزائية في التشريع الجزائري ، جزء 2 ، 2008 .

14. خالد ممدوح ابراهيم ، امن المستهلك الاكتروني ، دار الجامعية الاسكندرية ، مصر ، 2008 .
15. بلحاج العربي، مصادر الالتزام في القانون الجزائري وفق آخر التعديلات ومدعم بأحدث اجتهادات المحكمة العليا، 2011.
16. روسم عطية موسى، حماية جنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2014.
17. كوثر سعيد عدنان خالد ، حماية المستهلك الاكتروني ، ط 2 ،دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2016.
18. جندي عبد المنعم ، الموسوعة الجنائية ، دار العلم للجميع ، لبنان ، ج 5 ، ط 2 ، بدون سنة النشر .
19. احسن بوسقيعة ، قانون الاجراءات الجزائية في ضوء الممارسة القضائية ، ط 2 ، دار هومة ، بدون سنة النشر .

❖ **الرسائل الجامعية:**

✓ **الدكتوراه**

1. عمرو درويش ، الحماية الجنائية للمستهلك من غش الاغذية محاولة الاقامة نظرية عامة ، رسالة دكتوراه في حقوق ، جامعة عين شمس ، 2004 .
2. بحري فاطمة ، الحماية الجنائية للمستهلك ، اطروحة دكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة ابي بكر بالقايد ، تلمسان ، 20- 2012 .
3. خميخم محمد ، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الاكترونية ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة ابي بكر بالقايد تلمسان ، السنة الجامعية 2016-2017 .
4. مصطفى هيشور ، النظام القانوني للتجارة الاكترونية في التشريع الجزائري والمقارن ، اطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مستغانم ، 2017 .

✓ **الماجستير:**

1. ناصر حمد الصقير ، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش التجاري ، دراسة تطبيقية من واقع ملفات لجنة الفصل في مخالفات الغش التجاري ، رسالة ماجستير في العدالة الجنائية ، 2001 .
2. باية فتيحة ، نطاق حماية الجنائية للمستهلك ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير ، دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والفقه الاسلامي ، تخصص شريعة وقانون ، جامعة ادرار ، 2005-2006 .

3. قوبعي بلحول ،الحماية الاجرائية للمستهلك ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص ، جامعة تلمسان ، 2008-2009 .
4. عبد الله ذيب عبد الله محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الاكتروني ، اطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخص بكلية الدراسات العليا ، في جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، 2009 .
5. عبد الحليم بوقرين ، الجرائم الماسة بامن وسلامة المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي وعلم الاجرام ، جامعة ابو بكر بالقايد ، تلمسان ، 2009-2010 .
6. شعباني حسين نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، فرع المسؤولية المهنية ،كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012 .

7. صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، جامعة وهران، الجزائر، 2013-2014.

✓ **الماستر:**

1. بكوش تقي الدين، بن يحيى عبد الغني، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون خاص للأعمال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017-2018.
2. بوكار محمد عبد الله ، سلامة محمد ، حماية المستهلك الاكتروني ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الاعمال ، جامعة احمد دراية ، الجزائر ، 2017-2018 .
3. فيروز بوزيان وجمال الدين بالعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2019/2018.
4. بوخاري سمرة ، الضمانات القانونية للمستهلك الاكتروني في التشريع الجزائري ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر اكاديمي في الحقوق ، تخصص قانون اعمال ، جامعة محمد البشير الابراهيمي ، برج بوعريريج ، السنة الجامعية 2019-2020 .
5. خاوي سعاد ، حماية المستهلك الاكتروني في الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون اعمال ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، السنة الجامعية 2019-2020 .

6. بودران سهام وإلولة حسيبة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، جامعة تيزي وزو مولود معمري.
7. حليمة بن شعاعة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، قانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية.

❖ **النصوص القانونية**

✓ **الأوامر:**

1. أمر رقم 66/ 135 مؤرخ في 8 يونيو 1966 يتضمن قانون الاجراءات الجزائية معدل ومتمم.

✓ **القوانين:**

1. القانون رقم 02/89 المؤرخ في أول رجب عام 1409هـ، الموافق لـ 7 فيفري سنة 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة يوم الأربعاء 2 رجب 1409هـ الموافق لـ 1989/02/08م (ملغى).
2. القانون التونسي رقم 83 لسنة 2000 المؤرخ في 03 أوت 2000 الخاص بالمبادلات التجارية والإلكترونية.
3. قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، العدد 41 صادرة بتاريخ 27 جوان 2004، معدل ومتمم.
4. القانون 09-03 المؤرخ في 08 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، العدد 15، مؤرخة في 08 فبراير 2009.
5. القانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، جريدة رسمية، العدد 28 مؤرخة في 16 ماي 2018.
6. القانون رقم 10-06 المؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق لـ 5 غشت سنة 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 التجارية، جريدة رسمية رقم 46.

✓ **المراسيم:**

1. المرسوم التنفيذي رقم 89 / 207 مؤرخ في 14 نوفمبر 1989، المتضمن القانون الأساسي المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة في الإدارة المكلفة بالتجرة ج ر ج دش، العدد 48، الصادرة في 13 نوفمبر 1989.

2. المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، جريدة رسمية، العدد 40، صادرة بتاريخ 19 سبتمبر 1990 (ملغى).
3. المرسوم التنفيذي رقم 39/90 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، جمهورية جزائرية، عدد 05، الصادر في 01 جانفي 1990، معدل ومتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، جريدة رسمية، جمهورية جزائرية، عدد 16، الصادر في 21 أكتوبر 2001.
4. مرسوم رقم 11 – 09 مؤرخ في 20 يناير 2011 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها، الجريدة ر ج ج دش، العدد 4، الصادرة في 23 يناير 2011، وكذلك القرار الوزاري المشترك في 18 نوفمبر 2005، الذي يحدد تنظيم المديريات الولائية للتجارة في مكاتب، ج رج دش، العدد 69، صادرة في 12 نوفمبر 2005.
5. المرسوم التنفيذي رقم 05 / 467، المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، المحدد لشروط مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، ج ر ج د ش، العدد 80، صدرة في 20 ديسمبر 2005.

❖ **المجلات:**

1. مشتي امال ، التجارة الاكترونية في الجزائر ، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، جامعة بليدة 2 العفرون ، العدد 13 ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 1 ، بدون سنة النشر .
2. عاطف النقيب ، الحماية الجزائية للمستهلك ، مجلة الحقوق ، ج2 ، ط 2 ، 1992.
3. بوسماحة الشيخ ، حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في احكام القانون الجزائي ، مجلة الخلدونية ، العدد 03 ، ماي 2009 .
4. شلبي امل ، الحماية القانونية للمستهلك ، قسم 2 ، المجلة الجنائية القومية ، مجلد 54 ، العدد 2 ، يوليو 2011 .
5. رباحي احمد ، الطبيعة القانونية للعقد الاكتروني ، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية و القانونية ، العدد 10 ، جوان 2013 .
6. بن سماعيل سلسبيل ، الحماية الجنائية للمستهلك الاكتروني في ظل التشريع الجزائري ، مجلة معالم الدراسات القانونية والسياسية ، العدد 2 ، ديسمبر ، جامعة غرداية ، 2017 .
7. معكوف اسماء ، الحماية الجنائية للمستهلك اثناء التعاقد الاكتروني ، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال ، العدد 4 ، جوان 2018 .

8. أحمد بولمكاحل، الحماية الجنائية الاجرائية للمستهلك في ظل التشريع الجزائري ، مجلة المعيار ، مجلد 23 ، العدد 48 ، جامعة قسنطينة 1 ، سنة 2019 .
9. كمال بلارو ، الحماية الجنائية للمستهلك الاكتروني في ظل التشريع الجزائري ، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال ، العدد 7 ديسمبر 2019 .
10. لكحل شهرزاد ، اثر التجارة الاكترونية على المستهلك الاكتروني ، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية ، المركز الجامعي سي الحواس ، بريكة ، جامعة باتنة 1 ، العدد 3 جوان 2019 .
11. فصلية دولية علمية محكمة تصدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، الجزائر ، المجلد 4 ، العدد 2 ، تاريخ النشر 2019 .
12. جبارة نورة ، اثر التحولات التكنولوجية على النظرية العامة للعقد الاكتروني ، مجلة البحوث جامعة الجزائر 1 ، جزء 1 ، العدد 14 ، 2020 .
13. بوحزمة كوثر ، الحماية الجنائية للمستهلك الاكتروني من مخاطر التجارة الاكترونية في التشريع الجزائري ، مجلة ضياء للدراسات القانونية ، المجلد 3 ، العدد 2 ، جامعة ابن خلدون تيارت الجزائر ،سنة النشر 30 /2021/12 .
14. جفالي حسين ، الحماية الجنائية للمستهلك من الاشهار التجاري الاكتروني غير مرغوب فيه في التشريع الجزائري ، مجلة دورية علمية متخصصة في مجال العلوم القانونية والسياسية تقدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عمار ثلجي الاغواط ، العدد 4 ، المجلد الثاني ، دون سنة النشر.

❖ **المداخلات:**

1. هشام فخار، حماية جزائية للمستهلك الالكتروني في إطار التجارة الإلكترونية، مداخلة مقدمة في فعاليات الملتقى الوطني الموسوم ب: الحماية الجنائية للمعاملات الإلكترونية المنعقد بجامعة لوينسي علي، البليدة 02. بدون سنة .
2. ليندة عبد الله ، المستهلك والمهني مفهومان متباينان ، الملتقى الوطني ، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي ، الجزائر ، معهد العلوم القانونية و الادراية ، المركز الجامعي ، الوادي ، 13-14 افريل 2008 .

❖ **المواقع الالكترونية**

1. Internet services provides (isp) هو موفر خدمة الانترنت وهي شركة توفر ذلك عن طريق استخدام خطوط اتصالات عالية السرعة وتجهيزات أخرى https://ar.wikipidia.org .2022/05/02

2. عدنان الحسيني وعبد القادر الكاملي، التجارة الإلكترونية على الخط www.ditnet.co.ae/ecomerce/stud.htm تاريخ الاطلاع ،2013-10-20 ،على الساعة 20:30.

3. World trade orrganisation.

4. صهيب خزاعلة ، ماهية العقد الإلكتروني وخصائصه، 4 فيفري 2019 ، اطلع عليه يوم 2022/06/01 ، على الساعة 22.00 موقع الاكتروني : university life Style

5. عز الدين بن عبد الله، مفهوم العقد الإلكتروني ، منتدى الباحث ،خميس، يوليو- 03-2008، 11:20 تم الاطلاع عليه يوم الخميس 2022/06/02 ساعة 22:04.موقع الاكتروني : https //azzedine.yoo7.com

الفهرس

الفهرس:

شكر
إهداء
مقدمة 1

الفصل الأول

مدلول الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تمهيد 6
المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية 7
المطلب الأول: تعريف العقد الإلكتروني 7
الفرع الأول: التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني 7
الفرع الثاني: التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني 8
الفرع الثالث: أطراف العقد الإلكتروني 9
أولا: المستهلك الإلكتروني 9
ثانيا: المورد الإلكتروني 12
المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية 15
الفرع الأول: التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية 16
أولا: تعريف الهيئات الدولية للتجارة الإلكترونية 17
الفرع الثاني: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية 17
ثانيا: تعريف التشريعات الوطنية للتجارة الإلكترونية 18
الفرع الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية 19
أولا: انخفاض التكلفة 20
ثانيا: التداول العالمي 20
ثالثا: التواصل 20
رابعًا: الاستهداف الشخصي 20
خامسًا: خاصية تحرير التجارة من عنصري الزمان والمكان 20
سادسًا: خاصية الوصول العالمي 21
سابعًا: غياب الوثائق الورقية في المعاملات التجارية 21
ثامنا– عدم الكشف عن هوية المتعاملين 21
تاسعا- الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية 22
عاشرا- السرعة في إنجاز العمليات التجارية 22

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية 22
الفرع الأول: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى 23
الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين الحكومة ووحدات الأعمال والعملاء 23
الفرع الثالث: التجارة بين شركات الأعمال والمستهلكين 24
المبحث الثاني: مبررات الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني 25
المطلب الأول: مبررات حماية المستهلك من المنظور التقني 25
الفرع الأول: المنظور الحديث في شبكة الانترنت 26
الفرع الثاني: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية 26
الفرع الثالث: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني 27
المطلب الثاني: الإعلانات التجارية وقواعد حماية المستهلك الإلكتروني 28
الفرع الأول: الإعلانات التجارية الإلكترونية 28
الفرع الثاني: قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية 28
أولا: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني 28
ثانيا: منع الإعلان الإلكتروني المضلل 29
ثالثا: الرقابة على الإعلانات المقارنة 30

الفصل الثاني

أوجه الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تمهيد 33
المبحث الأول: الحماية الجزائية الموضوعية للمستهلك الإلكتروني 34
المطلب الأول: الجرائم العامة المنصوص عليها في قانون 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش 34
الفرع الأول: جريمة الغش 35
أولا: الركن المادي للجريمة: 35
ثانيا: الركن المعنوي 38
ثالثا: العقوبة 39
الفرع الثاني: جريمة الخداع 39
أولا: الركن المادي لجريمة الخداع التجاري 41
ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الخداع 43
ثالثا: العقوبة 44
الفرع الثالث: جريمة الاحتيال 44
أولا: الركن المادي لجريمة الاحتيال 45

ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الاحتيال 46
ثالثا: العقوبة..... 46
المطلب الثاني: الجرائم الخاصة المنصوص عليها في قانون 18 / 05 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية 46
الفرع الأول: جريمة الدخول غير المصرح به على قاعدة بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني 46
أولا: الركن المادي..... 47
ثانيا: الركن المعنوي..... 47
ثالثا: العقوبة..... 48
الفرع الثاني: جريمة منع التعامل عن طريق الاتصالات الالكترونية في بعض السلع والخدمات 49
أولا: الركن المادي..... 49
ثانيا: الركن المعنوي..... 49
ثالثا: العقوبة..... 50
الفرع الثالث: جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه..... 50
أولا: الركن المادي لجريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه 51
ثانيا: الركن المعنوي لجريمة الإشهار الإلكتروني غير المرغوب فيه..... 53
ثالثا – العقوبة المقررة لجريمة الإشهار التجاري غير المرغوب فيه 54
المبحث الثاني الحماية الجزائية الاجرائية للمستهلك الاكتروني. 55
المطلب الأول: خصوصية التحقيق في الجرائم الماسة بالمستهلك الإلكتروني 55
الفرع الأول: الأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم الواقعة على المستهلك..... 55
أولا: الأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم الواقعة على المستهلك..... 55
ثانيا: الأعوان المرخص لهم بموجب نصوص خاصة..... 56
الفرع الثاني: الصلاحيات المخولة للأعوان المكلفين بالمعاينة..... 58
أولا: دخول المحلات والأماكن الموجودة بها المنتوجات، وفحص الوثائق، والاستماع إلى تصريحات المتدخلين 58
ثانيا: تحرير المحاضر واقتطاع العينات، واتخاذ الإجراءات التحفظية..... 59
المطلب الثاني: الإجراءات القضائية المتبعة في حماية المستهلك..... 60
الفرع الأول: تحريك الدعوى العمومية بناء على شكوى المضرور أو عن طريق أعوان الضبطية القضائية 60
أولا: تحريك الدعوى العمومية بناءا على شكوى المضرور (المستهلك)..... 60
ثانيا: تحريك الدعوى العمومية عن طريق أعوان الضبط القضائي..... 61
الفرع الثاني: مرحلتي التحقيق..... 61
أولا: استجواب المتهم وسماع الشهود..... 61

ثانيا: الانتقال للمعاينة والتفتيش..... 62
ثالثا: أوامر التصرف بعد انتهاء التحقيق..... 62
الفرع الثالث: غرفة الاتهام 62
المطلب الثالث: خصوصية الاثبات..... 63
الفرع الاول: الاثبات في الجرائم العامة الماسة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09..... 63
اولا – الاعتراف..... 63
ثانيا– المحررات:..... 64
ثالثا– المحاضر: 64
رابعا– الخبرة 65
خامسا– شهادة الشهود 66
سادسا: القرائن 66
الفرع الثاني: الإثبات في الجرائم المنصوص عليها في قانون التجارة الالكترونية 18 – 05..... 67
اولا :حجية الدليل الالكتروني 67
الخاتمة..... 70
قائمة المراجع 74
الفهرس..... 82